

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

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

จากความสำเร็จด้านธุรกิจสิ่งพิมพ์ บริษัทจึงได้ขยายไปสู่ธุรกิจมัลติมีเดีย โดยในปี พ.ศ. 2545 บริษัทได้เริ่มผลิตรายการวิทยุ กีฬาและสาระบันเทิง 24 ชั่วโมง ในชื่อ “สปอร์ต เรดิโอ” ปัจจุบันออกอากาศทางสถานีวิทยุ FM 96 MHz และยังรับฟังรายการได้ทางเว็บไซต์ 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 และแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือระบบ iOS และ Android

นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2553 บริษัทยังได้เริ่มขยายธุรกิจไปสู่ด้าน New Media โดยนำเสนอข้อมูลข่าวสารในแวดวงกีฬาและสาระบันเทิงในรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์เผยแพร่ทางเว็บไซต์ ได้แก่ www.thaileagueonline.com นำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอลไทยทุกลีก ต่อมาบริษัทได้เปิดเว็บไซต์ www.smmsport.com ให้เป็นศูนย์รวมคอนเทนต์ด้านกีฬาทั่วโลก นอกจากนี้บริษัทยังให้บริการข้อมูลกีฬาและโหราศาสตร์ทางระบบ 1900 อีกด้วย

จากการที่บริษัทมีสื่อหลากหลายประเภท บริษัทจึงได้ดำเนินธุรกิจขายโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อมัลติมีเดีย ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ ดาวเทียม เว็บไซต์ และสื่อออนไลน์ต่างๆ รวมทั้งรับจ้างจัดกิจกรรม

ในปี 2558 บริษัทได้เริ่มดำเนินธุรกิจขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา โดยบริษัทได้รับความไว้วางใจจากสหพันธ์วอลเลย์บอลแห่งเอเชีย หรือ Asean Volleyball Confederation (AVC) ให้เป็นผู้ได้รับลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดการแข่งขันไปทั่วโลกและสิทธิในการบริหารสิทธิประโยชน์ทางการตลาดทั่วทวีปเอเชีย ในการแข่งขันวอลเลย์บอลทุกรายการที่อยู่ภายใต้การรับรองของ AVC ทั้งประเภทชายและหญิง ทั้งในร่มและชายหาด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 – 2562 รวมระยะเวลา 4 ปี

ทิศทางการดำเนินธุรกิจ

บริษัทเป็นผู้นำด้านการผลิตหนังสือ โดยเฉพาะนวนิยายจีน การ์ตูนญี่ปุ่น และการ์ตูนไทย มาโดยตลอด และยังคงนโยบายรักษาตลาดและความเป็นผู้นำต่อไป แต่เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว บริษัทจะเพิ่มความระมัดระวังในการพิจารณาซื้อลิขสิทธิ์หนังสือเพื่อมาจัดพิมพ์ และเพิ่มสิทธิการดำเนินงานเผยแพร่ไปสู่การผลิตในรูปแบบ E-Book ด้วย

นอกจากธุรกิจหนังสือที่บริษัทเชื่อมั่นว่าจะยังคงเป็นธุรกิจสร้างรายได้แล้ว ธุรกิจมัลติมีเดียทางด้านกีฬา หรือ SMMSPORT 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 นำเสนอสื่ออันเป็นสาระประโยชน์และสร้างความสุขให้กับคนไทยทุกเพศ ทุกวัย โดยพัฒนาขึ้นเป็นธุรกิจที่ยั่งยืน มีผลงานเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง และสามารถสร้างผลตอบแทนที่น่าพอใจในระยะยาว

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

เนื่องจากสังคมโลกในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงโดยตลอดและรวดเร็วขึ้นเรื่อยๆ บริษัทจึงต้องพิจารณาให้ได้ว่าสื่อใดจะเป็นสื่อที่ประชาชนให้ความนิยมในอนาคต เพื่อบริษัทจะสามารถผลิตสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ เพื่อให้ธุรกิจของบริษัทคงอยู่ได้อย่างยั่งยืนและเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นผลิตสื่อต่างๆ ที่สามารถพึ่งพิงและเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน เพื่อความแข็งแกร่งในการสร้างรายได้และผลกำไรสูงสุด โดยเน้นกลยุทธ์ทางการตลาดดังนี้

ธุรกิจหนังสือ

1. บริษัทเป็นผู้นำตลาดในการผลิตหนังสือนวนิยายจีนกำลังภายใน จึงใช้จุดแข็งนี้ต่อยอดธุรกิจ โดยการผลิตนวนิยายจีนกำลังภายในหลากหลายแนวมากขึ้น เพื่อต่อยอดจากฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่
2. ปรับแผนการเลือกซื้อลิขสิทธิ์และแผนการผลิต โดยปรับยอดพิมพ์และจำนวนเรื่องให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดให้มากขึ้น และเลือกซื้อลิขสิทธิ์เฉพาะเรื่องที่มีกระแสความนิยม
3. เพิ่มการผลิตหนังสือ Co-Novel ซึ่งเป็นหนังสือแนวใหม่ในรูปแบบลายเส้นการ์ตูน โดยความร่วมมือของกองบรรณาธิการสำนักพิมพ์สยามอินเตอร์บุ๊ค กองบรรณาธิการสำนักพิมพ์สยามอินเตอร์คอมิกส์ และการ์ตูนไทยสตูดิโอ เพื่อนำเสนอกลุ่มลูกค้าที่อายุมากขึ้นและต้องการคอนเทนต์ที่เหมาะสมกับวัย
4. เพิ่มคอนเทนต์หนังสือการ์ตูนไทยในรูปแบบของ E-Book โดยคัดเลือกเรื่องที่ได้รับคามนิยม และจัดจำหน่ายคู่กับหนังสือเล่ม
5. ขยายลิขสิทธิ์หนังสือการ์ตูนไทยไปยังต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น หลังจากทีการ์ตูนไทยสตูดิโอได้ขยายลิขสิทธิ์ผลงานเพื่อลงขายใน Webtoon ของประเทศเกาหลี และคาดว่าจะได้รับการติดต่อจากประเทศอื่นๆ เพิ่มเติมในอนาคต
6. เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าของบริษัทและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้น ทั้งเว็บไซต์, Facebook, LINE, YouTube และเว็บบอร์ดต่างๆ รวมทั้งขายสินค้าผ่านช่องทาง E-Commerce ต่างๆ ให้มากขึ้น เช่น Lazada, NSTORE, Batorastore เป็นต้น

ธุรกิจมัลติมีเดีย

1. สร้างสรรค์และนำเสนอรูปแบบและเนื้อหารายการหรือคอนเทนต์ที่ดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างฐานผู้ชมหรือเรียกความนิยมจากกลุ่มเป้าหมาย
2. พัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของการออกอากาศให้มีความคมชัด ได้มาตรฐานระดับสูงทั้งภาพและเสียง
3. จัดโรดโชว์ประชาสัมพันธ์สื่อมัลติมีเดียของบริษัท โดยมีสินค้าของลูกค้าร่วมกิจกรรมด้วย
4. รักษาฐานเดิมของลูกค้ากลุ่มเดิมไว้ โดยสร้างกิจกรรมและการตลาดระหว่างสถานีวิทยุ “FM 96 สปอร์ต เรดิโอ” และสถานีโทรทัศน์ “SMMTV” กับแฟนรายการเพิ่มขึ้น ควบคู่ไปกับการขยายฐานลูกค้าใหม่
5. ปรับราคาสื่อโฆษณาเพื่อให้เข้ากับกลไกทางการตลาดและการแข่งขันการขายสื่อที่สูงขึ้น
6. จัดแพ็คเกจโฆษณาพ่วงกับการจัดกิจกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ลูกค้า (แบรนด์สินค้า)
7. จัดอบรมให้ความรู้พนักงานขายสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย เนื่องจากผู้บริโภคนิยมเสพสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างมาก

ธุรกิจขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา

1. เร่งสร้างชื่อเสียงบริษัททั้งในด้านความสามารถในการดำเนินงานและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสหพันธ์กีฬา, 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 สู่อร้านตัวแทนหรือร้านขายยาให้ครอบคลุมทั่วประเทศ และหาโอกาสเพิ่มช่องทางการจำหน่ายไปสู่ต่างประเทศ

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทมีเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

- ดำเนินธุรกิจอย่างสร้างสรรค์และยุติธรรม ทั้งกับลูกค้า คู่ค้า และสังคม
- ดำเนินธุรกิจให้เกิดผลกำไรบนความถูกต้องชัดเจน
- ดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล
- ดำเนินธุรกิจบนเป้าหมาย สร้างทีมงาน ผู้บริหารยุคใหม่ เพื่อสืบต่อธุรกิจให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น
- ดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบ หลีกเลี่ยงความเสี่ยงด้านต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้
- ดำเนินธุรกิจโดยประเมินสถานการณ์ในอนาคตอย่างสม่ำเสมอ
- ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนเป็นสำคัญ
- พิจารณาหาช่องทางธุรกิจใหม่ๆ เพื่อเสริมธุรกิจเดิมอย่างต่อเนื่อง

โครงการในอนาคต

ด้านธุรกิจหนังสือ บริษัทยังคงเดินหน้าในการพัฒนาการผลิตหนังสือซึ่งเป็นธุรกิจหลักของบริษัท ด้วยความร่วมมือจากนักเขียน และบริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์ในต่างประเทศเป็นอย่างดีด้วยแผนงานดังนี้

- พิจารณาเลือกซื้อลิขสิทธิ์ผลงานต่างๆ ตามความต้องการของผู้อ่าน
- ร่วมมือใกล้ชิดกับนักเขียน และ/หรือ บริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์ต่างประเทศ เพื่อซื้อลิขสิทธิ์มาจัดพิมพ์เป็นฉบับภาษาไทย
- พัฒนางานพิมพ์ รูปเล่ม ให้สวยงาม เพื่อให้หนังสือมีคุณค่าเพื่อการเก็บรักษามากกว่าอ่านแล้วทิ้ง
- สรรหานักแปลมากฝีมือหน้าใหม่มาเสริมนักแปลเดิมที่มีอยู่เพื่อเพิ่มจำนวนการผลิต
- พัฒนาธุรกิจ E-Book เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัล

ส่วนธุรกิจขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา เป็นอีกธุรกิจที่บริษัทให้ความสำคัญอย่างมาก โดยมีเป้าหมายว่าจะเติบโตเพิ่มขึ้นในอนาคตอันใกล้

สำหรับธุรกิจมัลติมีเดีย ได้แก่ สถานีวิทยุกีฬา “สปอร์ต เรดิโอ” FM 96, สถานีโทรทัศน์กีฬาดาวเทียม “SMMTV : Sports Channel” รวมทั้งเว็บไซต์กีฬา WWW.SMMSPORT.COM ซึ่งในปี 2560 ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจซบเซา หากสถานการณ์เศรษฐกิจเข้าสู่สภาวะฟื้นตัว สื่อมัลติมีเดียของบริษัททั้ง 3 ส่วนจะพลิกกลับมาทำกำไรให้กับบริษัทได้

อนึ่งธุรกิจจำหน่ายสินค้าประเภท non-book โดยบริษัทมุ่งเน้นการคัดสรรผลิตภัณฑ์กลุ่มสุขภาพมาจัดจำหน่ายนั้นมีทิศทางที่ดีขึ้น และบริษัทได้วางแผนเพิ่มสินค้าชนิดใหม่ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสการสร้างรายได้ให้กับบริษัทมากยิ่งขึ้น

ด้วยความเชื่อมั่นในศักยภาพและประสบการณ์ของทีมงาน แม้ว่าบริษัทจะต้องเผชิญกับภาวะพลิกผันมากมาย บริษัทมีความมั่นใจว่าแผนงานดังกล่าวจะส่งผลดีต่อการดำเนินงานของบริษัทในอนาคต

พัฒนาการที่สำคัญในปี 2560

ดำเนินงานถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดการแข่งขันวอลเลย์บอล AVC

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

ในปี 2560 SMMSPORT ได้ดำเนินการถ่ายทอดสดการแข่งขันวอลเลย์บอล AVC รวม 11 รายการ ดังนี้

วันที่ 2-4 มีนาคม 2560 ณ จังหวัดร้อยเอ็ด ประเทศไทย

“SMM” Asian-U 21 Est Cola Beach Volleyball Championship 2017

“เอสเอ็มเอ็ม” วอลเลย์บอลชายหาดอายุต่ำกว่า 21 ปี เอสโคล่า ชิงชนะเลิศแห่งเอเชีย ครั้งที่ 2 ประจำปี 2560

วันที่ 5-13 มีนาคม 2560 ณ เมืองฉงชิ่ง ประเทศจีน

“SMM” 11th Asian Girl’s U18 Volleyball Championship

“เอสเอ็มเอ็ม” วอลเลย์บอลหญิงอายุต่ำกว่า 18 ปี ชิงชนะเลิศแห่งเอเชียครั้งที่ 11 ประจำปี 2560

วันที่ 28 มีนาคม-5 เมษายน 2560 ณ เมืองเนปิดอว์ ประเทศเมียนมา

“SMM” 11th Asian Boy’s U19 Volleyball Championship

“เอสเอ็มเอ็ม” วอลเลย์บอลชายอายุต่ำกว่า 19 ปี ชิงชนะเลิศแห่งเอเชีย ครั้งที่ 11 ประจำปี 2560

วันที่ 8-11 เมษายน 2560 ณ จังหวัดสตูล ประเทศไทย

“SMM” AVC Beach Tour, Est Cola 2nd Satun Pak Bara Open

“เอสเอ็มเอ็ม” เอวีซีบีชทัวร์ - เอสโคล่า สตูลปากบาราโอเพ่น ครั้งที่ 2 ประจำปี 2560

วันที่ 14-17 เมษายน 2560 ณ จังหวัดสงขลา ประเทศไทย

“SMM” 2017 Asian Sr. Beach Est Cola Volleyball Championship

“เอสเอ็มเอ็ม” วอลเลย์บอลชายหาด - เอสโคล่า ชิงชนะเลิศแห่งเอเชีย ประจำปี 2560

วันที่ 1-9 พฤษภาคม 2560 ณ เมือง Ardabil ประเทศอิหร่าน

“SMM” 2nd Asian Men’s U23 Volleyball Championship

“เอสเอ็มเอ็ม” วอลเลย์บอลชายอายุต่ำกว่า 23 ปี ชิงชนะเลิศแห่งเอเชีย ครั้งที่ 2 ประจำปี 2560

วันที่ 13-21 พฤษภาคม 2560 ณ จังหวัดนครราชสีมา ประเทศไทย

“SMM” 2nd Asian Women’s U23 Est Cola Volleyball Championship

“เอสเอ็มเอ็ม” วอลเลย์บอลหญิงอายุต่ำกว่า 23 ปี เอสโคล่า ชิงชนะเลิศแห่งเอเชีย ครั้งที่ 2 ประจำปี 2560

วันที่ 25-31 พฤษภาคม 2560 ณ เมืองอุสต์ คาเมนโนกอร์สค์ ประเทศคาซัคสถาน
“SMM” 2017 Asian Women’s Club Volleyball Championship
“เอสเอ็มเอ็ม” วอลเลย์บอลสโมสรหญิง ชิงชนะเลิศแห่งเอเชีย ประจำปี 2560

วันที่ 28 มิถุนายน - 6 กรกฎาคม 2560 ณ เมือง Ninh Binh ประเทศเวียดนาม
“SMM” 2017 Asian Men’s Club Volleyball Championship
“เอสเอ็มเอ็ม” วอลเลย์บอลสโมสรชาย ชิงชนะเลิศแห่งเอเชีย ประจำปี 2560

วันที่ 24 กรกฎาคม - 1 สิงหาคม 2560 ณ เมืองสุราบายา ประเทศอินโดนีเซีย
“SMM” 19 th Asian Sr. Men Volleyball Championship
“เอสเอ็มเอ็ม” วอลเลย์บอลชาย ชิงชนะเลิศแห่งเอเชีย ครั้งที่ 19 ประจำปี 2560

วันที่ 9-17 สิงหาคม 2560 ณ เมืองมะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์
“SMM” 19th Asian Sr. Women Volleyball Championship
“เอสเอ็มเอ็ม” วอลเลย์บอลหญิง ชิงชนะเลิศแห่งเอเชีย ครั้งที่ 19 ประจำปี 2560

และในฐานะผู้ดูแลสิทธิการถ่ายทอดสดและบริหารกิจกรรมการตลาดของ AVC บริษัทได้ขายลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดให้ บริษัท ทริปเปิล วี บรอดคาสท์ จำกัด หรือ “ไทยรัฐทีวี” ให้เป็นผู้ดำเนินการถ่ายทอดการแข่งขันวอลเลย์บอล Asian Volleyball Confederation (AVC) 2016-2019 ในฐานะ “Official Broadcaster” ในประเทศไทย และบันทึกเทปภาพการแข่งขันวอลเลย์บอล Asian Volleyball Confederation (AVC) 2016-2019 เพื่อแพร่ภาพแพร่เสียงออกอากาศในประเทศไทยทางช่องรายการโทรทัศน์ ไทยรัฐทีวี จำนวนอย่างน้อย 11 รายการต่อปีของรายการแข่งขันทั้งหมด แต่ทั้งนี้บริษัทยังคงสิทธิการถ่ายทอดสดการแข่งขัน วอลเลย์บอลเอเชียทางโทรทัศน์กีฬาดาวเทียม SMMTV รวมทั้งสื่อต่างๆ ของบริษัท นอกจากนี้บริษัทได้ติดต่อเจรจากับเอเจนซี่ ระดับโลก อาทิ IMG และ AL KASS เพื่อเป็นตัวแทนขายลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดการแข่งขันไปยังประเทศต่างๆ โดยประเทศที่ได้รับ สัญญาถ่ายทอดสดดังกล่าวประกอบด้วย จีน, ญี่ปุ่น, ฮ่องกง, เกาหลี, ไต้หวัน, กาตาร์ และประเทศในกลุ่ม MENA (Middle East & North Africa)

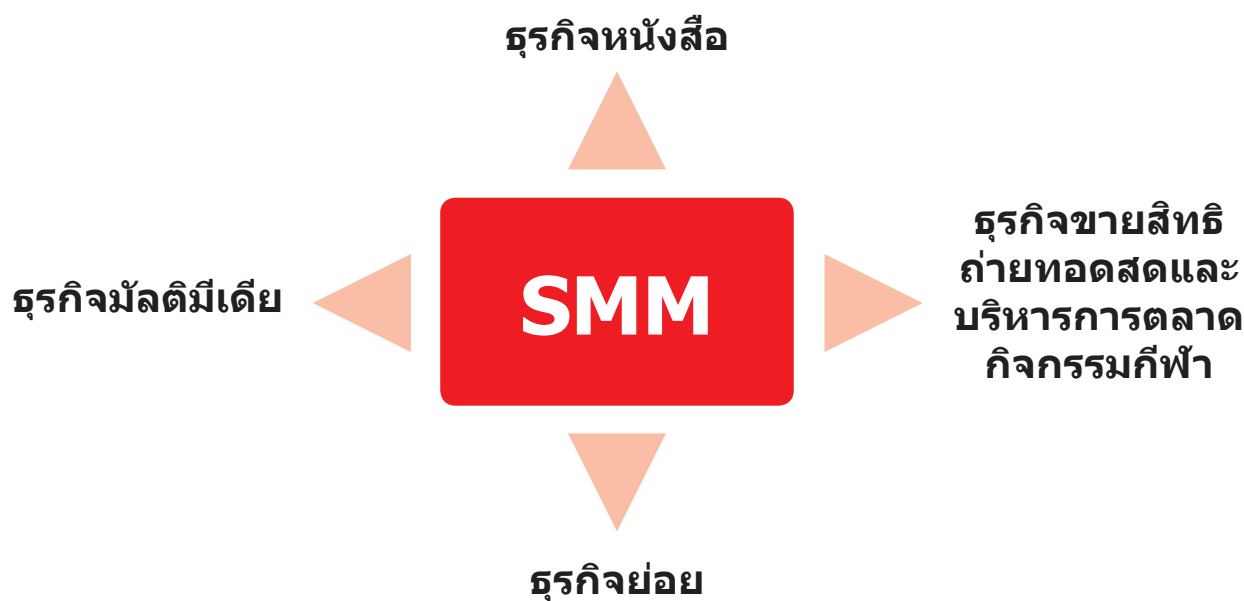
ในปี 2560 บริษัทยังได้รับสิทธิในการผลิตสัญญาณถ่ายทอดสดและดูแลสิทธิประโยชน์ด้านการตลาด การแข่งขันกีฬา วอลเลย์บอลระดับนานาชาติจากสมาคมกีฬา วอลเลย์บอลแห่งประเทศไทย ได้แก่ รายการ “FIVB Volleyball Women’s World Championship Japan 2018 Asia Qualifiers” การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงชิงแชมป์โลก 2018 รอบคัดเลือกรอบสุดท้ายของเอเชีย ระหว่างวันที่ 20-24 กันยายน 2560 ณ จังหวัดนครปฐม และบริษัทได้ขายลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดการแข่งขันวอลเลย์บอลแมตช์ สำคัญนี้ให้กับสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

นอกจากนี้ในปี 2560 บริษัทยังได้ขายลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดการแข่งขันวอลเลย์บอล Thailand Championship 2 รายการ ให้กับบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3) ได้แก่

- การแข่งขัน PEA-U18 วอลเลย์บอลไทยแลนด์ แชมป์เยาวชน รอบชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 13 (ปีที่ 33) ประจำปี 2560 ซึ่งด้วยพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี วันที่ 8 พฤศจิกายน 2560 ณ สนามเทศบาลเมือง เมืองปัก อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

- การแข่งขันวอลเลย์บอลยุวชน “เอสโกล่า” อายุไม่เกิน 16 ปี รอบชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 5 (ปีที่ 28) ประจำปี 2560 ซึ่งด้วยสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ระหว่างวันที่ 19 ธันวาคม 2560 ณ ยิมเนเซียมเทศบาลเมือง ทุ่งสง อ.ทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ



ในปี 2560 การประกอบธุรกิจของ บริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย

1. ธุรกิจหนังสือ

- ผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือประเภทต่างๆ

2. ธุรกิจมัลติมีเดีย

- สถานีวิทยุกีฬา “FM 96 สปอร์ต เรดิโอ”
- สถานีโทรทัศน์ดาวเทียมกีฬา “SMMTV : Sports Channel”
- สื่อกีฬาออนไลน์ SMMSPORT
- ขายโฆษณาสื่อมัลติมีเดีย

3. ธุรกิจขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา

- ขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา
- จัดกิจกรรมต่างๆ

4. ธุรกิจย่อย

- รับจ้างผลิตสิ่งพิมพ์
- จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อื่น
- บริการข้อมูล, E-Book
- อื่นๆ

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทจำแนกตามประเภทของธุรกิจ
สำหรับปีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560, 2559 และ 2558

รายได้ตามประเภทของธุรกิจ	ปี 2560		ปี 2559		ปี 2558	
	รายได้ (บาท)	%	รายได้ (บาท)	%	รายได้ (บาท)	%
ธุรกิจหนังสือ						
- รายได้ขายหนังสือ	153,785,211.48	100.00	165,049,115.96	100.00	372,229,053.92	100.00
รวมรายได้ธุรกิจหนังสือ	153,785,211.48	34.09	165,049,115.96	42.35	372,229,053.92	72.41
ธุรกิจมัลติมีเดีย						
- รายได้สื่อวิทยุ	35,531,213.45	69.74	32,641,158.98	59.48	45,942,846.48	61.48
- รายได้สื่อโทรทัศน์	11,391,985.48	22.36	17,233,846.22	31.41	23,692,512.12	31.71
- รายได้สื่ออินเทอร์เน็ต	4,022,495.17	7.90	4,999,795.12	9.11	5,089,439.25	6.81
รวมรายได้ธุรกิจมัลติมีเดีย	50,945,694.10	11.29	54,874,800.32	14.08	74,724,797.85	14.54
ธุรกิจขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา						
- รายได้ขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา	186,211,184.39	87.29	120,258,110.97	89.67	-	-
- รายได้จัดกิจกรรม	27,121,006.91	12.71	13,861,084.12	10.33	36,638,339.92	100.00
รวมรายได้ธุรกิจขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา	213,332,191.30	47.30	134,119,195.09	34.42	36,638,339.92	7.13
ธุรกิจย่อย						
- รายได้รับจ้างผลิตหนังสือ	13,559,760.96	64.64	14,433,840.00	62.83	13,737,460.00	62.21
- รายได้ขายผลิตภัณฑ์อื่น	2,466,564.33	11.76	1,415,924.93	6.16	487,505.02	2.21
- รายได้บริการข้อมูล E-Book	1,121,032.68	5.34	998,316.58	4.35	555,175.14	2.51
- รายได้ค่าเช่า และค่าบริการ	3,828,899.33	18.25	6,124,955.16	26.66	7,303,874.71	33.07
รวมรายได้ธุรกิจย่อย	20,976,257.30	4.65	22,973,036.67	5.89	22,084,014.87	4.30
รายได้อื่น	12,022,204.86	2.67	12,693,854.70	3.26	8,358,455.85	1.63
รายได้รวม	451,061,559.04	100.00	389,710,002.74	100.00	514,034,662.41	100.00

ธุรกิจหนังสือ

ภาพรวมธุรกิจหนังสือปี 2560 ยังมีการหดตัวอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2558 โดยปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ธุรกิจหนังสือมาจากภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศที่ชะลอตัว และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ก้าวเข้าสู่สังคมยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ จึงทำให้หนังสือบางประเภทได้รับผลกระทบค่อนข้างมาก เช่น นิตยสารที่มีการปิดตัวหลายฉบับ รวมทั้งหนังสือการ์ตูนที่มีการชะลอการซื้อลง สถานการณ์ดังกล่าวยังส่งผลกระทบต่อช่องทางการจำหน่าย มีการปิดตัวของร้านหนังสือขนาดเล็ก, การลดสาขาของร้านหนังสือ chain ขนาดใหญ่ ส่งผลให้เกิดการคืนหนังสือกับบริษัทผู้ผลิตอย่างมาก อีกทั้งการเปลี่ยนสัดส่วนการวางสินค้าที่หน้าร้านหนังสือ มีการขายสินค้าประเภทอื่นๆ เพื่อเพิ่มรายได้จากการขายหนังสือเพียงอย่างเดียว

ด้วยปัจจัยดังกล่าว ในปี 2560 บริษัทจึงได้ปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจหนังสือ โดยการค้นหาจุดแข็งและจุดอ่อนของสินค้าที่มีอยู่ และพัฒนาสินค้าใหม่ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัลและความต้องการของผู้บริโภค เพื่อเพิ่มโอกาสการสร้างรายได้จากการต่อยอดทางธุรกิจจากคอนเทนต์เดิมที่ทางสำนักพิมพ์มีอยู่ โดยการดำเนินงานธุรกิจหนังสือในปี 2560 ได้มีการปรับแผนงานดังนี้

1. แผนการดำเนินงานแต่ละกลุ่มหนังสือ

กลุ่มหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ก / นวนิยาย

สำนักพิมพ์สยามอินเตอร์บุ๊คยังเป็นสำนักพิมพ์ชั้นนำอันดับหนึ่งในการผลิตหนังสือนวนิยายจีนกำลังภายใน โดยมีนักแปลที่ผู้อ่านให้การยอมรับมากมายหลายท่าน โดยเฉพาะ น.นพรัตน์ ที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นนักแปลนวนิยายจีนอันดับหนึ่งของประเทศมาช้านาน และด้วยชื่อเสียงดังกล่าวอันเป็นจุดแข็งทางธุรกิจ บริษัทจึงต่อยอดธุรกิจด้วยการจัดพิมพ์นวนิยายจีนหลากหลายแนวมากขึ้น เช่น แนวย้อนยุค แนวรักโรแมนติก แนวแอ็กชั่น และแนวสืบสวนสอบสวน พร้อมกับการสร้างนักแปลหน้าใหม่ๆ ส่งผลให้เกิดยอดขายจากฐานลูกค้าเดิม รวมถึงการขายแนวเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ในตลาด โดยที่ผ่านมาจากการเพิ่มนวนิยายจีนแนวโรแมนติก ในชื่อชุด “บุปผาแห่งรัก” ซึ่งเป็นนวนิยายกลุ่มผู้หญิงวัยรุ่น และวัยทำงาน โดยนวนิยายชุด “บุปผาแห่งรัก” นี้ได้รับความนิยมอย่างมากและเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคตทางสำนักพิมพ์ยังได้มีการวางแผนการเพิ่มเรื่องและนักแปลเพื่อต่อยอดสู่กลุ่มนักอ่านวัยผู้ใหญ่ซึ่งเป็นนักอ่านกลุ่มหลักของหนังสือประเภทนวนิยาย

ในปี 2560 สำนักพิมพ์สยามอินเตอร์คอมิกส์ ยังคงครองความเป็นผู้นำตลาดหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นของประเทศไทย ได้รับความไว้วางใจจากเจ้าของลิขสิทธิ์ประเทศญี่ปุ่น ให้ได้รับลิขสิทธิ์การ์ตูนเบสต์เซลเลอร์ในประเทศญี่ปุ่นเรื่องใหม่มากมายหลายเรื่องที่ได้รับการยอมรับจากยอดขายระดับ 100,000 เล่มขึ้นไป อาทิ ONE PIECE, BLACK CLOVER, THE PROMISED NEVERLAND ยอดนักปราชญ์ ฯลฯ

โดยเฉพาะการ์ตูนเรื่องดังในนิตยสารรายสัปดาห์ของประเทศญี่ปุ่นอย่าง SHOUNEN JUMP ที่มียอดขายต่อฉบับสูงที่สุดในประเทศญี่ปุ่น โดยในแมกกาซีนเล่มนี้มีเรื่องดังลงตีพิมพ์ อาทิ ONE PIECE, MY HERO ACADEMIA, BLACK CLOVER นอกจากนี้สำนักพิมพ์สยามอินเตอร์คอมิกส์ ยังได้รับลิขสิทธิ์การ์ตูนเรื่องใหม่ที่เป็นเรื่องสำคัญที่ทดแทนเรื่องที่จบไปของนิตยสาร SHOUNEN JUMP มากกว่า 5 เรื่องอีกด้วย

สำนักพิมพ์ Co-Novel

สำนักพิมพ์ Co-Novel จัดตั้งขึ้นเพื่อรองรับการขยายไปสู่การจัดพิมพ์และจำหน่ายหนังสือการ์ตูนแนวคอนเทนต์ (แนวเนื้อหาสาระ) เพื่อขยายฐานลูกค้าสู่กลุ่มนักอ่านการ์ตูนที่เป็นผู้ใหญ่และเติบโตมากับการ์ตูน ซึ่งหนังสือการ์ตูนได้เติบโตมาพร้อมกับสังคมไทยอย่างยาวนาน สิ่งหนึ่งที่บริษัทได้เล็งเห็นโอกาสทางการตลาด คือการสร้างคอนเทนต์ที่มีเนื้อหาเหมาะสมสำหรับกลุ่มนักอ่านวัยผู้ใหญ่โดยเฉพาะ

ซึ่งหลังจากได้พัฒนาหนังสือการ์ตูนกลุ่มแนวคอนเทนต์นี้ในช่วงปี 2560 พบว่าหนังสือการ์ตูนแนวนี้นี้มีความเติบโตอย่างรวดเร็ว และยังมีส่วนในการเพิ่มรายได้ให้กับบริษัทเป็นอย่างมาก และคาดว่าจะระแแสความนิยมหนังสือการ์ตูนแนวคอนเทนต์นี้จะเป็นหนึ่งในอนาคตของการสร้างรายได้ให้กับบริษัท

กลุ่มหนังสือการ์ตูนไทย **สำนักพิมพ์ Cartoonthai Studio**

ผลงานหนังสือการ์ตูนฝีมือคนไทยจากสำนักพิมพ์ Cartoonthai Studio ยังคงได้รับการตอบรับจากตลาดเป็นอย่างดีต่อเนื่องสืบเนื่องมาจากการยอมรับผลงานของนักวาดการ์ตูนไทย อีกทั้งการละเมิดลิขสิทธิ์บนเว็บไซต์มีน้อยมาก รวมถึงการผลิตคอนเทนต์ที่ได้รับการตอบรับที่ดีอย่างต่อเนื่องในตลาด จึงทำให้สำนักพิมพ์ Cartoonthai Studio มีทิศทางที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตามการปรับตัวให้ทันต่อตลาดและธุรกิจดิจิทัลยังคงมีความสำคัญในการเตรียมตัวรับผลกระทบที่กำลังจะตามมา ทางสำนักพิมพ์จึงได้มีการทำงานร่วมกับทีมการตลาด ในการปรับกลยุทธ์ดังต่อไปนี้

1. การปรับรูปแบบคอนเทนต์ให้เหมาะสำหรับนักอ่านที่มีอายุมากขึ้น เพื่อรองรับกับการเติบโตของผู้บริโภค ที่เริ่มมีอายุมากขึ้นและมีกำลังซื้อสูงขึ้น
2. การเพิ่มคอนเทนต์ดิจิทัลในรูปแบบ E-Book ของหนังสือการ์ตูนไทยเรื่องที่ได้รับการยอมรับในตลาดและการจัดจำหน่ายควบคู่ของหนังสือเล่มและรูปแบบดิจิทัล
3. การนำคาแร็กเตอร์ตัวการ์ตูนมาต่อยอดผลิตสินค้าประเภทเมอร์ชันทดส์ เพื่อเพิ่มโอกาสสร้างรายได้ในอนาคต
4. การขยายลิขสิทธิ์การ์ตูนไทยไปยังต่างประเทศ ซึ่งทางสำนักพิมพ์ได้มีการขยายผลงานลิขสิทธิ์การ์ตูนไทยในเวอร์ชันภาษาเกาหลี เพื่อลงขายใน Webtoon ของทางประเทศเกาหลี และคาดว่าจะมีการได้รับการติดต่อจากประเทศอื่นๆ ตามมาอีกมากในอนาคต

2. แผนงานการพัฒนาระบบ E-Commerce และ Omni Channel

บริษัทได้ปรับปรุงรูปแบบธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ (E-Commerce) ในรูปแบบใหม่ เพื่อรองรับสถานการณ์การปิดตัวของร้านหนังสือในปัจจุบัน และเพื่อพัฒนาให้ทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงการซื้อขายสินค้าของผู้บริโภคยุคดิจิทัล โดยพัฒนาเว็บไซต์ www.siaminter.shop.com ในสื่อขายสินค้าออนไลน์ชื่อดัง Inwshop ให้มีความทันสมัยและรวดเร็ว รองรับการเติบโตของการซื้อขายผ่านระบบออนไลน์ในปัจจุบันและอนาคต โดยเฉพาะโมเดลธุรกิจของการทำ Omni Channel ให้ลูกค้าสามารถมีทางเลือกในการซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสั่งออนไลน์และรับสินค้าที่ร้าน หรือสั่งสินค้าที่หน้าร้านส่งสินค้าทางไปรษณีย์ เพื่อความสะดวกของลูกค้า และรองรับรูปแบบการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค โดยได้มีร้านค้าที่ร่วมโครงการ SMMSTATION ทั่วประเทศอย่างมากมาย มากกว่า 50 ร้านค้า โดยในปี 2560 รูปแบบการจัดจำหน่ายออนไลน์เข้ามามีส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับบริษัท โดยคิดเป็นสัดส่วน 8% ของยอดขายโดยรวม

3. แผนงานการพัฒนา SMM START UP PROGRAM

เนื่องมาจากการกระแสการทำ Start Up เป็นเทรนด์รุ่นใหม่ที่กำลังเติบโต ทางบริษัทจึงเล็งเห็นโอกาสในการสนับสนุนคนรุ่นใหม่ในการพัฒนาทักษะและการบริหารจัดการตัวเองในอนาคต จึงได้จัดทำโครงการนี้ขึ้นมา เริ่มจากการมีส่วนร่วมในการขายสินค้าของบริษัทได้ โดยไม่ต้องมีเงินค่าประกัน ซึ่งลูกค้าที่เลือกร่วมโครงการยังได้สิทธิพิเศษมากมายไม่ว่าในการประชาสัมพันธ์ในสื่อของบริษัท หรือการได้รับสินค้าพิเศษที่ทำขึ้นมาโดยเฉพาะ ทั้งนี้หลังจากพัฒนาในส่วนนี้แล้ว ในอนาคตทางบริษัทยังได้วางแผนงานให้คนรุ่นใหม่มีส่วนร่วมร่วมกับบริษัทมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนางานร่วมกัน การร่วมงานแปลนวนิยายหรือการ์ตูนที่นักอ่านยังมีส่วนร่วมสร้าง และได้รับรายได้ในอนาคตอีกด้วย

ธุรกิจมัลติมีเดีย

สถานีวิทยุกีฬา สปอร์ต เรดิโอ FM 96

“สปอร์ต เรดิโอ” ถือเป็นสถานีวิทยุกีฬา 24 ชั่วโมง สถานีแรกของประเทศไทย ปัจจุบันออกอากาศกระจายเสียงผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียงกรมการรักษาดินแดน FM 96 MHz รวมถึงรับฟังออนไลน์ได้ทางเว็บไซต์ WWW.SMMSPORT.COM แอปพลิเคชัน SMM SPORT LIVE และได้เพิ่มอีกหนึ่งช่องทางการรับฟังเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ฟังยุคออนไลน์มากยิ่งขึ้น คือ เพชบุรีแฟนเพจ SMM SPORT RADIO ที่ไลฟ์สดรายการให้แฟน ๆ กีฬาได้ติดตามรับฟังและรับชม รวมถึงพูดคุยกับผู้ดำเนินรายการทางคอมเมนต์เพชบุรีได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น ผู้ที่พลาดการติดตามรายการสดสามารถเข้าชมคลิปรายการย้อนหลังทางหน้าเพชบุรีแฟนเพจได้

“สปอร์ต เรดิโอ” มุ่งเน้นการรายงานผลการแข่งขันกีฬาทุกประเภทอย่างถูกต้องแม่นยำ รวดเร็ว รวมถึงการนำเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวของวงการกีฬาทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังนำเสนอเนื้อหาสาระอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง นอกจากกีฬา เช่น ข่าวสารบ้านเมือง ความรู้เรื่องรถยนต์ รายการวาไรตี้ ฯลฯ

ปี 2560 “สปอร์ต เรดิโอ” ยังคงมุ่งมั่นสู่ความมั่นคงด้านสื่อกีฬา ด้วยการส่งทีมงานไปติดตามรายงานการแข่งขันรายการใหญ่ๆ มากมาย อาทิ การแข่งขันกีฬาซีเกมส์ ครั้งที่ 29 ที่กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย ระหว่างวันที่ 19 สิงหาคม - 30 สิงหาคม 2560 ซึ่ง “สปอร์ต เรดิโอ” ได้ส่งนักข่าวไปเกาะติดสถานการณ์ที่ประเทศมาเลเซีย รายงานข่าวเบื้องหน้า-เบื้องหลังบรรยากาศของการแข่งขัน สรุปผลการแข่งขันของนักกีฬาไทย ให้ได้รับฟังเสมือนอยู่ติดขอบสนาม นอกจากนี้ยังมี 2 ทัวรนาเมนต์สำคัญ ทั้งฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทานคิงส์คัพ และการแข่งขันฟุตบอลโลก 2018 รอบคัดเลือกโซนเอเชีย รอบ 3 ใน 5 นัดสุดท้าย ด้วยการส่งนักข่าวไปเกาะติดการฝึกซ้อมวันแข่งขันที่แข่งในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ “สปอร์ต เรดิโอ” ยังนำเสนอข้อมูลและผลการแข่งขันกีฬารายการใหญ่ๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะฟุตบอลลีกยุโรปอย่างต่อเนื่อง ทั้งพรีเมียร์ลีกอังกฤษ, บุนเดสลีกา เยอรมัน, กัลโช เซเรียอา อิตาลี, ลาลิกา สเปน, ยูฟ่า แชมเปียนส์ลีก, ยูโรปา ลีก ด้วยการรายงานสดการแข่งขันจากนักพากย์มืออาชีพ เช่น หนูม “มารีโน” สาธิต สุวรรณประทีป คอลัมน์ลิสต์ชื่อดังจากสตาร์ชอคเกอร์ “ไต้เติ้ล” ชูธรรม ทรรศนสฤณี “ยอดขวัญ” ธนวุฒิ เทพหัสติน ณ อยู่ธยา เป็นต้น และการวิเคราะห์เกมจากกูรูผู้มากประสบการณ์ “Mr.X”

สำหรับกีฬาในประเทศ “สปอร์ต เรดิโอ” ยังคงติดตามข่าวความเคลื่อนไหว และรายงานสดการแข่งขันฟุตบอลไทยลีกฤดูกาล 2560 นอกจากการรายงานสดการแข่งขันทางวิทยุแล้ว ยังมีการส่งนักข่าวไปติดตามถึงขอบสนามที่มีการแข่งขันรายการบรรยากาศก่อนเกม และสรุปเกมการแข่งขัน อัปเดตรายชื่อ 11 ผู้เล่นตัวจริง ผลบอลสด รายละเอียดผู้ทำประตู ใบเหลือง ใบแดงบนเว็บไซต์ WWW.SMMSPORT.COM เพื่อให้แฟนบอลไทยได้รับข้อมูลที่ละเอียดมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีกิจกรรม SPORT RADIO EXPERIENCE ให้คนฟังได้มีโอกาสไปรับชมฟุตบอลไทยถึงขอบสนามแบบเอกซ์คลูซีฟอีกด้วย

และจากกระแสกีฬา E-Sport ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน “สปอร์ต เรดิโอ” ได้ผลิตรายการใหม่ที่น่าสนใจ ข่าวสารกีฬา E-Sport ซึ่งได้พ่วงคนในวงการและนักกีฬาตัวจริง ชื่อ รายการ “E-Sport Zone” ออกอากาศทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 13.00-14.00 น.

นอกจากนี้ “สปอร์ต เรดิโอ” ยังทำกิจกรรม CSR ร่วมกับทาง ซีพี ออลล์ จัดกิจกรรมพาแฟนรายการที่เป็นผู้โชคดีจากการร่วมสนุกไปเที่ยวชมโรงงาน ดูการผลิต ธุรกิจ SME ภายในแคมเปญ “สปอร์ต เรดิโอ ตะลอนทัวร์ เที่ยวฟรี กินฟรีใน 1 วัน ไปกันเป็นคู่” ซึ่งจัดอย่างต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 3 ในปี 2560 ได้จัดกิจกรรม 3 ครั้งด้วยกัน และได้ผลตอบรับจากแฟนรายการของ “สปอร์ต เรดิโอ” เข้าร่วมกิจกรรมเป็นอย่างดี

พัฒนาการที่สำคัญของ “สปอร์ต เรดิโอ FM 96”

- พัฒนาปรับปรุงระบบคุณภาพเสียงในการรับฟังรายการ ทั้งทางสถานีวิทยุ FM 96 MHz เว็บไซต์ WWW.SMMSPORT.COM แอปพลิเคชัน SMM SPORT LIVE และทางเฟซบุ๊กไลฟ์แฟนเพจ SMM SPORT RADIO
- เพิ่มแบนด์วิดท์ (Bandwidth) ในการฟังออนไลน์ เพื่อรองรับกับจำนวนผู้ฟังทางออนไลน์ที่มีเพิ่มมากขึ้น
- เพิ่มช่องทางการพูดคุยกับแฟนรายการนอกจากการส่ง SMS โดยสามารถรับข้อมูลข่าวสาร และพูดคุยผ่านทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ SMM SPORT RADIO ซึ่งปัจจุบันมีผู้ติดตามมากกว่า 3 แสน 5 หมื่นไลค์

สถานีโทรทัศน์ดาวเทียม SMMTV : SPORTS CHANNEL

สถานีโทรทัศน์ดาวเทียมช่อง SMMTV : SPORTS CHANNEL “สถานีข่าวกีฬา 24 ชั่วโมง รู้ลึก รู้จริงทุกสิ่งกีฬาโลก” ออกอากาศผ่านดาวเทียมไทยคม 5 ระบบ C-Band (จานดำ) ความถี่ 3545 MHz, Pol. V, SR 30000 sym โดยสามารถรับชมผ่านเครื่องรับสัญญาณ (Set Top Box) อาทิ PSI ช่อง 225, GMM Z ช่อง 47, SUNBOX ช่อง 100, INFOSAT ช่อง 166, LEOTECH ช่อง 166, THAISAT ช่อง 166, IDEA SAT ช่อง 272, DYNASAT ช่อง 274, QSAT ช่อง 261 ทางเคเบิลทีวีทั่วประเทศ รวมทั้งช่องทางออนไลน์ True life, เว็บไซต์ WWW.SMMSPORT.COM, เฟซบุ๊ก SMMTV รวมถึงแอปพลิเคชัน SMMSPORT LIVE ในระบบมือถือทั้ง Android และ iOS

ปี 2560 SMMTV ได้ดำเนินการพัฒนาอย่างเต็มรูปแบบอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการผลิตรายการ, ระบบสตูดิโอ, ระบบออกอากาศ, ระบบงานถ่ายทอดสด, แนวทางการพัฒนาปรับปรุงเนื้อหา พร้อมทั้งเพิ่มบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการ รวมถึงด้านการตลาดและการขาย ซึ่งมีรายได้จากรายการต่างๆ เพิ่มขึ้น โดยมีผลของผลการดำเนินงานดังนี้

1. การผลิตรายการ

การทำงานของ SMMTV ในการผลิตรายการ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ รายการเทป รายการสด และรายการถ่ายทอดสด

• รายการสด มีหลากหลายรายการข่าวเพื่อความครบถ้วนถูกต้องตามความสนใจของแวดวงกีฬาทั่วโลก อาทิ

- | | |
|----------------------|--|
| “สนามข่าวเที่ยงวัน” | สรุปผลข่าวกีฬาทั้งในและต่างประเทศ ออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 12.00-12.30 น. |
| “สนามข่าว 96” | สรุปผลกีฬาทุกรายการ ทุกสนาม ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงสัปดาห์แบบเจาะลึก ออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 20.00-21.00 น. |
| “สปอร์ตเบรก” | เสนอข่าวเด่นชั่วโมง ออกอากาศต้นชั่วโมงในเวลา 10.00 น. 14.00 น. 18.00 น. และ 22.00 น. |
| “คุยข่าวกีฬาไทย” | วิเคราะห์เจาะลึกและวิพากษ์วิจารณ์วงการกีฬาเมืองไทยให้แฟนกีฬาทราบอย่างถึงพริกถึงขิง ออกอากาศในเวลา 16.00-17.00 น. |
| “ถนนคนลูกหนัง” | รายงานบรรยากาศและผลการแข่งขันรวมถึงโปรแกรมการแข่งขันฟุตบอลระดับลีกอาชีพ ไม่ว่าจะเป็นฟุตบอลในจังหวัด ชุมชน รวมถึงฟุตบอลลีกระดับล่างทั้งไทยแลนด์ลีก 3 และ ไทยแลนด์ลีก 4 ออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 14.30-15.30 น. |
| “ขอบสนามลีกไทย” | สรุปผลจากทุกสนามในฟุตบอลไทยลีกสูงสุด ออกอากาศเวลา 18.30-19.00 น. |
| “ตะลุยแดนลูกหนังไทย” | รวบรวมทุกประเด็นร้อนในวงการฟุตบอลไทยตลอดวัน ออกอากาศในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 21.00-22.00 น. |
| “วอลเลย์บอลคอนเนอร์” | รายงานทุกขอมูลของกีฬาวอลเลย์บอล ออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 17.00-18.00 น. |
| “คู่มือมวยไทย” | สรุปผลและไฮไลต์คู่มือมวยแบบสดๆ ร้อนๆ จากสนามมวยลุมพินีและราชดำเนิน ออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 23.00-24.00 น. |

“มวยไทยรายวัน”	นำเสนอโปรแกรมการชกของนักมวยในเวทีต่างๆ รวมถึงความพร้อม วิจารณ์การชกแบบเจาะลึก ออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 12.30-13.30 น. และวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 11.00-12.00 น.
“เว็ลด์ สปอร์ต”	สรุปผลการแข่งขันและความเคลื่อนไหวกีฬาทั่วโลก ออกอากาศทุกวันเวลา 19.00-19.30 น.
“ฟุตบอลโฟกัส”	พรีวิว วิเคราะห์วิจารณ์คู่แข่งชั้นในลีกต่างๆ แบบเจาะลึก ออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ ตั้งแต่เวลา 16.00-17.00 น. และเสาร์-อาทิตย์ เวลา 15.30-16.30 น.

• **รายการเทป ความโดดเด่นคือการนำรายการไฮไลต์กีฬาสำคัญนำมาออกอากาศ อาทิ**

“ฮอตเกมส์”	นำเทปการแข่งขันกีฬาสำคัญโดยเฉพาะฟุตบอลในทัวร์นาเมนต์และรายการสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นฟุตบอลรายการที่จัดขึ้นโดยสมาคมฟุตบอลฯ, กรมพลศึกษา, และการกีฬาแห่งประเทศไทย รวมทั้งเทปการแข่งขันกีฬาวอลเลย์บอล โดยเฉพาะรายการที่จัดการแข่งขันโดย AVC ทุกรายการทั่วเอเชีย
“อินไซด์ไทยลีก”	รายการที่สรุปข่าวฟุตบอลในประเทศไทย ทั้งลีก 1 ลีก 2 ลีก 3 จนถึงลีก 4 ที่จะสรุปผล ไฮไลต์เกมการแข่งขันและโปรแกรมการแข่งขันในวันนั้นๆ แบบรวดเร็วทันใจ รวมถึงการพรีวิวคู่อีกแมตช์ที่จะลงทำการแข่งขันในวันเดียวกัน ออกอากาศในวันเสาร์และอาทิตย์ สองช่วงเวลา คือ 10.00-11.00 น. และ 15.00-16.00 น.

• **รายการถ่ายทอดสด** ถือเป็นอีกงานสำคัญของทาง SMMTV ที่นำกีฬาดีโดยเฉพาะวอลเลย์บอลนำเสนอสู่สายตาแฟนกีฬาชาวไทย ตลอดปี 2560 ที่ผ่านมา มีการถ่ายทอดสดการแข่งขันวอลเลย์บอลทั้งในและต่างประเทศ อาทิ

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

นอกจากนี้ในปี 2560 มีการแข่งขันกีฬาวอลเลย์บอลรายการสำคัญระดับเอเชีย ภายใต้การดำเนินงานของ AVC ซึ่งทางสถานีโทรทัศน์ SMMTV ได้ดำเนินการถ่ายทอดสดรวม 11 รายการสำคัญ ประกอบด้วย

สื่อออนไลน์

ปัจจุบันสื่อออนไลน์ถือเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทั่วโลกเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ทุกที่ทุกเวลา บริษัทได้พัฒนาสื่อออนไลน์ด้านกีฬาอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านกีฬาที่ถูกต้อง ครบถ้วน รวดเร็ว เข้าถึงง่าย โดยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ สื่อหลัก ได้แก่ เว็บไซต์ WWW.SMMSPORT.COM และสื่อกลุ่มโซเชียลมีเดีย

1. สื่อหลัก เว็บไซต์ [SMMSPORT.COM](http://WWW.SMMSPORT.COM)

ในปี 2560 บริษัทได้เล็งเห็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงจากการลงทุนที่เน้นทำการตลาดในสื่อหลัก ทั้งวิทยุและโทรทัศน์ ก้าวไปสู่การตลาดในสื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ประกอบกับ การเข้าถึงข้อมูลในปัจจุบันที่คนติดตามข่าวสารส่วนใหญ่จะเข้าถึงข้อมูลด้วยอุปกรณ์ส่วนตัว อาทิ โทรศัพท์มือถือ, แท็บเล็ต, โน้ตบุ๊ก ฯลฯ ทำให้มีการปรับกลยุทธ์ของเว็บไซต์ WWW.SMMSPORT.COM ในหลากหลายด้าน ดังนี้

- การปรับปรุงโฉมใหม่ให้มีความทันสมัย ดึงดูดความสนใจ โดยการปรับปรุงเพิ่มเติมหน้าหลักของข่าววอลเลย์บอลขึ้นใหม่ เนื่องจากตั้งแต่ปี 2559 ที่ผ่านมามีกระแสกีฬาวอลเลย์บอลในประเทศไทยได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งผู้ชาย ผู้หญิง วัยรุ่น วัยทำงาน ทีมเว็บไซต์จึงได้ปรับปรุงรูปแบบดีไซน์หน้าเนื้อหาในส่วนของกีฬาวอลเลย์บอลให้ดูทันสมัยมากขึ้น

- สร้างหน้าเพจหลักขึ้นใหม่ เพื่อนำเสนอเหตุการณ์พิเศษการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ 2017 ทีมเว็บไซต์ได้พัฒนาหน้าเว็บขึ้นมาเฉพาะเพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ 2017 ให้ครบถ้วน อ่านง่าย และกระชับ ไม่ว่าจะเป็นตารางอันดับเหรียญ โปรแกรมกีฬาทุกประเภท ผลซีเกมส์รายวันที่รวดเร็ว ครบถ้วน ถูกต้อง เพิ่มเนื้อหาประวัตินักมวยในหน้าหลักของข่าวมวยไทย ทีมเว็บไซต์ได้รับฟังความเห็นจากการประชุมกองบรรณาธิการข่าว และได้รับทราบว่าเป็นเนื้อหาของ SMMSPORT ได้รับการตอบรับที่ดีมาตลอด จึงได้พิจารณาเพิ่มเนื้อหาที่คู่แข่งอื่นๆ ยังไม่มี เช่น ประวัตินักมวยไทย ซึ่งจะทำให้เป็นจุดเด่นที่หาไม่ได้จากเว็บไซต์อื่นๆ เป็นอีกแรงดึงดูดช่วยให้ผู้รับสารตัดสินใจเลือกเข้าเว็บไซต์

- จัดทำหมวดหมู่ของข่าวสาร ข้อมูล บนเว็บไซต์ (Website Category) เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหาและเข้าถึงข้อมูล

- ปรับปรุงคุณภาพข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ โดยกองบรรณาธิการซึ่งประกอบด้วยบุคลากรที่มีประสบการณ์ความรู้ ความเชี่ยวชาญในส่วนที่รับผิดชอบดูแล ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วนงาน ได้แก่ ฟุตบอลไทย วอลเลย์บอล มวย และกีฬาต่างประเทศ

- การพัฒนาแอปพลิเคชัน SMMSPORT LIVE ให้มีความทันสมัย เนื้อหาครบถ้วน เทียบเท่ากับการเข้าชมทางเว็บไซต์ พร้อมเพิ่มฟีเจอร์ที่น่าสนใจเพิ่มเติม อาทิ รับฟังวิทยุออนไลน์จาก FM 96 Sport Radio ได้แม้ขณะที่ผู้ใช้ไม่ได้เปิดแอปพลิเคชันค้างไว้ (background process), แจ้งเตือนรายการวิทยุ ผู้ใช้สามารถกำหนดให้แอปพลิเคชันแจ้งเตือนรายการที่ผู้ใช้สนใจ เพื่อไม่พลาดการรับฟังรายการโปรด, ผลบอลสดจากเว็บไซต์สู่แอปพลิเคชัน รายงานสดวินาทีต่อวินาที แจ้งเตือนให้ไม่พลาดคู่สำคัญ

- การซ่อมบำรุงเครื่องเซิร์ฟเวอร์ ได้ใช้ผู้ให้บริการชื่อ Nettoree ต่อมาเมื่อเดือนเมษายน 2560 ทาง Nettoree ได้เลิกกิจการ จึงมีการย้ายไปสู่ผู้ให้บริการใหม่ชื่อ ProEN Internet (<https://www.proen.co.th/>) โดยมีค่าใช้จ่ายตามเดิมกับที่ใช้บริการกับ Nettoree และในอนาคตจากนี้แนวทางการใช้บริการเซิร์ฟเวอร์จะนำขึ้นสู่ระบบคลาวด์ทั้งหมด เพื่อลดต้นทุนการซื้อเครื่องเซิร์ฟเวอร์ใหม่ และลดค่า MA ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

- ปรับปรุงระบบการทำงานของระบบอัปเดตข้อมูลของเว็บไซต์ เนื่องจากระบบดังกล่าวได้ผ่านการใช้งานมาอย่างยาวนานหลายปี มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตลอดช่วงที่ผ่านมา จนเกิดเป็นระบบงานที่ใหญ่เกินไป ทำให้เกิดการทำงานที่ล่าช้า จึงได้ลดบางส่วนที่ไม่ได้ใช้งานออก และทำการเขียนระบบขึ้นมาใหม่ เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการทำงาน

- ใช้สื่อโซเชียลมีเดียที่กำลังได้รับความนิยมในการเผยแพร่ข่าวสารจากเว็บไซต์หลัก โดยมีทีมงานคัดเลือกประเด็นข่าวที่น่าสนใจ หรืออยู่ในกระแส นำเสนออย่างสม่ำเสมอ ซึ่งช่วงที่ผ่านมามียอดการเข้าถึงจากช่องทางนี้เป็นตัวเลขที่สูงขึ้นเรื่อยๆ โดย SMMSPORT.COM มีจุดประสงค์ที่จะใช้สื่อโซเชียล ให้เฉพาะเจาะจงลงไปในความสนใจของแฟนกีฬา ซึ่งมีการตอบรับที่ดีจากผู้อ่านมากกว่าการนำข้อมูลข่าวสารไปรวมไว้ในจุดเดียว จึงมีการสร้างสื่อโซเชียลขึ้นมารองรับการเผยแพร่ข่าวสาร ทั้งเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) และทวิตเตอร์ (Twitter)

- จัดกิจกรรมลั่นฆาน์การแข่งขันวอลเลย์บอลระหว่างทีมออลสตาร์ของประเทศเกาหลีและประเทศไทย ในรายการ “Korea-Thailand Pro Volleyball All Star Super Match 2017” (เกาหลี-ไทย โปร วอลเลย์บอล ออลสตาร์ ซูเปอร์แมตช์ 2017) จัดขึ้นในวันที่ 3 มิถุนายน 2560 เวลา 14.00 น. ณ อินดอร์สเตเดียม หัวหมาก ให้แฟนกีฬาได้เข้าร่วมสนุก ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดีเยี่ยม

2. โซเชียลมีเดีย

2.1 เฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage)

SMM SPORT	เจาะลึกข่าวสารความเคลื่อนไหวกีฬาทั่วโลก และเป็นเพจหลักในการโปรโมตเว็บไซต์ WWW.SMMSPORT.COM ยอดไลค์ปัจจุบัน 303,827 ไลค์
SMM Sport Radio	เน้นการไลฟ์สด (Facebook Live) จากห้องออนแอร์ FM 96 Sport Radio และนำเสนอข่าวสารที่น่าสนใจจากเว็บไซต์ WWW.SMMSPORT.COM ยอดไลค์ปัจจุบัน 353,988 ไลค์
SMM Thailand Futsal	นำเสนอข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของฟุตบอลไทยทุกลีกทุกระดับ รวมถึงประเด็นร้อนฟุตบอลทั่วโลก และนำเสนอข่าวสารที่น่าสนใจจากเว็บไซต์ WWW.SMMSPORT.COM ยอดไลค์ปัจจุบัน 254,963 ไลค์
SMM มวยไทยรายวัน	นำเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหว มวยไทย ทุกเวที ทุกศึก จากเว็บไซต์ WWW.SMMSPORT.COM

2.2 ทวิตเตอร์ (twitter)

@TL__online	ยอดติดตามปัจจุบัน 112,896 คน
@volleythai	ยอดติดตามปัจจุบัน 38,604 คน
@SMM__sportradio	ยอดติดตามปัจจุบัน 311,974 คน

สำหรับการหารายได้จาก WWW.SMMSPORT.COM นั้นมีฝ่ายขายโฆษณาของบริษัทในพื้นที่ต่างๆ ดำเนินการหารายได้ โดยในปี 2560 ลูกค้ามีความสนใจในการเลือกซื้อสื่อชนิดนี้มากขึ้น เนื่องจากมีราคาที่ถูกลง และยังสามารถเจาะลงไปในกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น ซึ่งบริษัทยังมีแพ็คเกจที่น่าสนใจให้เลือกเพิ่มเติมด้วยการนำเสนอวิดีโอ โฆษณา โฆษณาเข้ามาเชื่อมโยงเพิ่มเติม เพื่อให้ลูกค้าสามารถบรรลุเป้าหมายทางการตลาดที่ต้องการได้อย่างสมบูรณ์และคุ้มค่ามากที่สุด

นอกจากมีฝ่ายขายโฆษณาของบริษัทโดยตรงแล้ว ยังมีการพัฒนาการขายด้วยโปรแกรมอัตโนมัติ ไม่ว่าจะเป็นของ Google หรือบริษัทอื่นๆ ที่สร้างระบบนี้ขึ้นมา เพื่อลงในหมวดหมู่ข่าวต่างๆ รวมทั้งสื่อโซเชียลก็ถือว่ามีความสำคัญภาพในการสร้างรายได้ให้อย่างต่อเนื่องด้วย

2.3 ไลน์@smsport

ไลน์@ของ SMM ได้สร้างขึ้นมาเพื่อรองรับการใช้ข้อมูลข่าวสารออนไลน์ เนื่องจากพฤติกรรมของผู้ใช้ข้อมูลออนไลน์นั้นจะปรับเปลี่ยนจากการเข้าเว็บด้วยการค้นหาโดยตรงนั้นน้อยลง ส่วนใหญ่จะเข้าจากหน้าแฟนเพจ ทวิตเตอร์ เป็นหลัก อย่างไรก็ตามในประเทศไทยนั้น แอปพลิเคชันไลน์@ ได้รับความสนใจจากคนไทยเพิ่มขึ้นอย่างมาก

SMM ดำเนินการสร้างบัญชีไลน์@ อย่างเป็นทางการขึ้น เพื่อใช้เป็นช่องทางการกระจายข่าวและแชร์ข่าวจากเว็บหลักไปยังบัญชีไลน์ ซึ่งทำได้หลายรูปแบบทั้งเขียนไว้ในไลน์และส่งข้อความส่วนตัว ผลกีฬา หรือโปรแกรมกีฬาที่เป็นที่สนใจของแฟนกีฬาอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งได้เริ่มมาตั้งแต่ปี 2559 เป็นการสร้างฐานของไลน์@ และเพิ่มไปถึงระดับหนึ่งก็จะเป็นพื้นที่ในการขายโฆษณาหรือสร้างธุรกิจจากไลน์@ ได้ด้วยการขายโฆษณาในรูปแบบต่างๆ

2.4 ยูทูป

การสร้างช่องยูทูปของ SMM ในนาม SMMTVHD เพื่อให้ผู้ชมอีกกลุ่มที่ติดตามข้อมูลข่าวสารในรูปแบบคลิปย้อนหลังหรือถ่ายทอดสดได้มีทางเลือก ซึ่งการเปิดให้ติดตามในรูปแบบนี้ สามารถนำรายการจากโทรทัศน์ SMMTV มาออกอากาศสด หรือถ่ายทอดสดเฉพาะยูทูปก็ได้ เมื่อจบการแข่งขันถ่ายทอดสด ระบบจะเป็นเป็นไฟล์ดูลูกย้อนหลังอัตโนมัติ ทั้งรายการสดและการชมย้อนหลัง ยูทูปได้มอบส่วนแบ่งของรายได้จากระบบให้ด้วย

กลยุทธ์สื่อออนไลน์

บริษัทให้ความสำคัญพื้นฐานกับสื่อออนไลน์เช่นเดียวกับสื่อหลัก อย่างทีวีหรือวิทยุคือ นำเสนอความถูกต้อง รวดเร็ว แม่นยำ ให้ผู้ติดตามผ่านช่องทางต่างๆ แต่ที่ต่างออกไปคือ ทำให้เกิดการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) เกิดการตอบโต้ระหว่างผู้ส่งสาร (WWW.SMMSPORT.COM) กับผู้รับสาร (แฟนฯ กีฬาที่เข้ามาติดตามข้อมูลข่าวสาร) หรือการตอบโต้ระหว่างผู้รับสาร (แฟนฯ กีฬาที่เข้ามาติดตามข้อมูลข่าวสาร) ด้วยกันเอง การได้สร้างความคุ้นเคย และความไว้วางใจซึ่งกันและกัน จนเกิดการติดตามอย่างต่อเนื่องได้ในเวลาต่อมา ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการเจริญเติบโตของสื่อออนไลน์ในยุคปัจจุบันให้เกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต

VOD คอนเทนต์เสริมสื่อออนไลน์ที่จะกลายเป็นเมนูยอดนิยม

นอกจาก WWW.SMMSPORT.COM จะเดินหน้านำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นตัวอักษร (text) ประกอบภาพข่าวแล้ว กองบรรณาธิการยังพัฒนางานส่วนอื่นๆ ทั้งอัลบั้มภาพ (photo album) ที่เก็บรวบรวมเอาภาพกีฬาจากช่างภาพมืออาชีพของบริษัทที่ไปติดตามงานต่างๆ มารวบรวมไว้ให้คอกีฬาได้เลือกชมแบบครบถ้วนแทบทุกรายการแข่งขัน รวมถึงการพัฒนา VOD (Video on Demand) ระบบจัดเก็บข้อมูลวิดีโอขนาดใหญ่ โดยจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบ Video Server ซึ่งผู้ใช้สามารถเลือกชมรายการเรื่องราวต่างๆ ที่สนใจได้ทันที ซึ่งผู้ใช้สามารถควบคุมการเล่นได้ด้วยตนเองผ่านอินเทอร์เน็ต โดยทางกองบรรณาธิการปรับให้มีความหลากหลายในการนำเสนอ แต่ยังคงความเข้มข้นในการนำเสนอประเด็น เรื่องราวที่มีความน่าสนใจ แปลกใหม่ และสร้างประโยชน์แก่แฟนกีฬา

ปัจจุบันได้ให้ความสำคัญในการผลิต VOD ที่เกี่ยวข้องกับกีฬามวย บอลไทย และวอลเลย์บอลมากเป็นอันดับต้นๆ พร้อมแผนงานที่จะผลิตให้มีความครอบคลุมในทุกชนิดกีฬาในอนาคตต่อไป ภายใต้พื้นฐานลิขสิทธิ์ที่ SMM มีสิทธิในการเผยแพร่ ขณะที่ตลอดช่วงที่ผ่านมา แนวโน้มการติดตามข้อมูลข่าวสารผ่าน VOD มีสถิติที่มากขึ้น มากกว่าการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นตัวอักษร (text) ซึ่งในส่วนนั้นนอกจากจะสามารถขยายโฆษณาในแต่ละครั้งที่มีการคลิกชมได้แล้ว ยังสามารถขยายโฆษณาผ่านโปรแกรมอัตโนมัติที่เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในปัจจุบันได้เช่นกันอีกด้วย และจากแนวโน้มการเติบโตทางการตลาดที่รวดเร็ว อนาคตการนำเสนอข่าวสารของ WWW.SMMSPORT.COM โดยกองบรรณาธิการที่คร่ำหวอดในแวดวงข่าวสารกีฬาได้มุ่งมั่นผลิตและพัฒนา VOD ให้มีคุณภาพและปริมาณเพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของคอกีฬาที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตกันอย่างทั่วถึงในปัจจุบัน

ธุรกิจขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา

บริษัทก้าวสู่การเป็นผู้ถือสิทธิคอนเทนต์กีฬา โดยการประมูลสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาด การแข่งขันวอลเลย์บอลระดับเอเชียจากสหพันธ์วอลเลย์บอลแห่งเอเชีย หรือ Asian Volleyball Confederation (AVC) เป็นเวลา 4 ปี นับจากปี 2016-2019 สิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดที่บริษัทได้รับจากการเซ็นสัญญากับสหพันธ์วอลเลย์บอลแห่งเอเชีย ตลอดปี 2016 - 2019 ประกอบด้วย

1. สิทธิถ่ายทอดสดไปทั่วโลกของการแข่งขันวอลเลย์บอลในร่มและชายหาด ทั้งประเภทชายและหญิงที่จัดขึ้นภายใต้ลิขสิทธิ์ของ AVC จำนวนไม่น้อยกว่า 11 รายการต่อปี โดยไม่จำกัดจำนวนคู่ที่จะถ่ายทอดสด แต่บริษัทต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่าย อับลิงก์ขึ้นดาวเทียมในการถ่ายทอดสดข้ามประเทศ

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 เท่านั้น

อนึ่ง สิทธิการถ่ายทอดสดการแข่งขันในประเทศไทย บริษัทได้ขายสิทธิฟรีทีวีให้แก่ไทยรัฐทีวี แต่ยังคงสิทธิถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ดาวเทียมไว้กับ SMMTV ซึ่งเป็นโอกาสให้ SMMTV สามารถเพิ่มรายได้ขายโฆษณา ขณะถ่ายทอดสดการแข่งขันวอลเลย์บอลรวมทั้งสร้างเรตติ้งที่ดีให้กับ SMMTV อีกด้วย

และนอกจากได้รับสิทธิจากสหพันธ์วอลเลย์บอลแห่งเอเชียแล้ว บริษัทยังได้รับสิทธิถ่ายทอดสดการแข่งขันรอบคัดเลือกวอลเลย์บอลชิงแชมป์โลก รวมถึงรายการใหม่ๆ อีกหลายรายการในอนาคตจากสมาคมกีฬา วอลเลย์บอลแห่งประเทศไทย และบริษัทพร้อมจะขยายงานไปยังกีฬาอื่นๆ ในอนาคต

นอกจากนี้บริษัทยังดำเนินธุรกิจจัดกิจกรรมให้กับองค์กร หน่วยงาน อาทิ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) สมาคมกีฬาต่างๆ และสินค้าต่างๆ โดยส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ การฝึกอบรมการเล่นกีฬาประเภทต่างๆ การฝึกอบรมผู้ฝึกสอนกีฬา การรณรงค์เรื่องการออกกำลังกาย เสริมสร้างสุขภาพ รวมทั้งกิจกรรมสาระบันเทิง โดยในปี 2560 ประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

วอลเลย์บอล ไทย-เดนมาร์ค ชูเปอร์ลีก 2017

วันที่ 22-26 มีนาคม 2560 ณ เอ็มซีซี ฮอลล์ ชั้น 4 เดอะมอลล์ บางกะปิ

บริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ร่วมกับสมาคมกีฬา วอลเลย์บอลแห่งประเทศไทย ได้จัดการแข่งขันวอลเลย์บอลรายการ “วอลเลย์บอล ไทย-เดนมาร์ค ชูเปอร์ลีก 2017” ขึ้นเป็นครั้งที่ 6 ได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดีจากทีมสโมสรต่างๆ ที่เข้าร่วมทำการแข่งขัน ตลอดจนมีแฟนวอลเลย์บอลที่เข้าไปชมการแข่งขัน ณ สนามแข่งขันเป็นจำนวนมาก ได้รับชมเกมการแข่งขันอย่างสนุกและเร้าใจ โดยจะนำทีมในลีกอาชีพ “ไทยแลนด์ลีก ประจำปี 2016” ตั้งแต่อันดับ 1-6 ทีมหญิง และอันดับ 1-6 ทีมชาย มาเข้าร่วมทำการแข่งขันทั้งประเภทชายและหญิง รวมจำนวน 12 ทีม

การแข่งขันวอลเลย์บอลนัดประวัติศาสตร์ ไทย ปะทะ เกาหลีใต้ (Korea-Thailand Pro Volleyball All-Star Super Match 2017)

วันที่ 3 มิถุนายน 2560 ณ สนามอินดอร์สเตเดียม หัวหมาก

ทีมวอลเลย์บอลหญิงไทย เปิดบ้านต้อนรับการมาเยือนของ V-League All Star จากเกาหลี ที่รวมดาวดังระดับมือพระกาฬ ทั้ง “คิม ยอนคยอง” “อีแจยอง” “คิม ฮีจิน” และ “คิม ชูจี” ผู้เล่นคนสำคัญของทีมไทยประกอบด้วย “นุศรา ต้อมคำ” มือเซตที่ดีที่สุดในโลก รวมพลังกับ “ปลื้มจิตร ถินขาว” “วิลาวัลย์ อภิญญาพงศ์” ตัวตบมือเก้าทีมชาติไทย “ทัตดาว นึกแจ้ง” และ “อัษฎราพร คงยศ” สองสาวดาวรุ่งของทีมไทย ฯลฯ ลงทำศึกนัดนี้แบบ Full Team! พร้อมสีสันการเชียร์และชมการแข่งขันสนุกสนานสไตล์ Fantastic และได้มีการถ่ายทอดสดการแข่งขันไปยังประเทศเกาหลีได้อีกด้วย

สสส. คลินิกวอลเลย์บอล เพื่อเยาวชนวัยใส ใส่ใจคุณภาพ ปีที่ 3

เป็นการอบรมผู้ฝึกสอน ผู้นำเยาวชน ผู้ที่สนใจ เพื่อที่จะเป็นส่วนช่วยในการนำไปพัฒนา ต่อยอด และสร้างความเข้าใจ ด้านกีฬาวอลเลย์บอล โดยวิทยากรจากสมาคมวอลเลย์บอลแห่งประเทศไทย วันที่ 19-21 มิถุนายน 2560 ณ สนามกีฬาจังหวัด นครสวรรค์ และวันที่ 3-5 กรกฎาคม 2560 ณ โรงเรียนปทุมคงคาประชานิรมิต จังหวัดนครราชสีมา การเปิดคลินิกวอลเลย์บอล เพื่อเยาวชนวัยใส ใส่ใจสุขภาพ เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่เยาวชน เพื่อให้เกิดการตื่นตัว ใส่ใจสุขภาพเพิ่มมากขึ้น รวมถึงวิธีการเล่น การฝึกสอน กฎ กติกา มารยาท โดยวิทยากรจากสมาคมกีฬาวอลเลย์บอลแห่งประเทศไทย จังหวัดละ 1 ครั้ง รวม 2 ครั้ง

การแข่งขัน FIVB Volleyball Women's World Championship Japan 2018 Asia Qualifiers

วันที่ 20-24 กันยายน 2560 ณ สนามกีฬาเทศบาล จังหวัดนครปฐม

การแข่งขันวอลเลย์บอลชิงแชมป์โลกหญิง เป็นรายการแข่งขันวอลเลย์บอลที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในโลก โดยจะจัดขึ้นทุกๆ 4 ปี เพื่อคัดเลือกหาทีมเข้าสู่อันดับสุดท้ายของ WORLD VOLLEYBALL CHAMPIONSHIP โดยจะต้องผ่านรอบคัดเลือกจากแต่ละทวีป ซึ่งแบ่งเป็น 2 รอบ คือ รอบคัดเลือกรอบแรกและรอบสุดท้าย

สำหรับการแข่งขัน “วอลเลย์บอลชิงแชมป์โลกปี 2018” ประเทศไทยได้รับเกียรติให้เป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันรอบคัดเลือก ทวีปเอเชีย 2 รายการ ได้แก่

1. 2018 MEN'S WORLD VOLLEYBALL CHAMPIONSHIP ZONAL QUALIFICATION ระหว่างวันที่ 7-9 ตุลาคม 2559 เป็นรายการแข่งขันรอบคัดเลือกรอบแรกประเภททีมชาย

2. 2018 WOMEN'S WORLD VOLLEYBALL CHAMPIONSHIP QUALIFICATION FINAL ROUND OF ASIA ระหว่างวันที่ 20-24 กันยายน 2560 เป็นรายการแข่งขันรอบคัดเลือกรอบสุดท้ายของเอเชียประเภททีมหญิง

การแข่งขันวอลเลย์บอลเยาวชน “กฟภ.” (PEA) ชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 13 (ปีที่ 33) ประจำปี 2560

วันพุธที่ 8 พฤศจิกายน 2560 ณ อาคารเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา เทศบาลเมืองเมืองปัก อำเภอปักธงชัย จังหวัด นครราชสีมา

บริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้เผยแพร่การประชาสัมพันธ์ กิจกรรมที่ทางไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเป็นผู้สนับสนุนในการถ่ายทอดสดการแข่งขันวอลเลย์บอลเยาวชน “กฟภ.” (PEA) ชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 13 (ปีที่ 33) ประจำปี 2560 (Thailand Championship PEA-U18) ในวันที่ 8 พฤศจิกายน 2560 อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา ผ่านการถ่ายทอดสดทางช่อง 13 และ ช่อง 28 โดยรับสัญญาณผ่านทางสถานีโทรทัศน์ช่อง SMMTV โดยทำการส่งสัญญาณถ่ายทอดสดช่อง 3 FAMILY (ช่อง 13) รอบชิงชนะเลิศทีมชาย วันพุธที่ 8 พฤศจิกายน 2560 เวลา 13.30-15.30 น. และถ่ายทอดสดช่อง 3 SD (ช่อง 28) รอบชิงชนะเลิศทีมหญิง วันพุธที่ 8 พฤศจิกายน 2560 เวลา 16.00-18.00 น.

การแข่งขันกรีฑา อีเดมิตลี กรุงศรีพรซ์แห่งประเทศไทย

การแข่งขันกรีฑาเจ้าลมหกรด จัดขึ้นใน 4 ภูมิภาค เพื่อค้นหาเยาวชนดาวรุ่ง “เจ้าลมหกรด” ปี 2 เสริมทัพนักกรีฑาทีมชาติไทยในอนาคต เป็นโอกาสที่เยาวชนไทยจะได้เข้าร่วมการแข่งขันในประเภทดาวรุ่ง เจ้าลมหกรด เพื่อเข้าร่วมการแข่งขันในระดับนานาชาติ และสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทยต่อไปในอนาคต ซึ่งชัยเจ้าสนามนักวิ่ง ทีมชาติไทย ระยะ 100 เมตร และ 400 เมตร และการค้นหาเยาวชนดาวรุ่งสู่เจ้าลมหกรดไทย ปี 2 ดาวรุ่งอายุ 12-13 ปี (ระยะ 60 เมตร) ดาวรุ่งอายุ 14-15 ปี (ระยะ 100 เมตร) ดาวรุ่งรุ่นอายุ 16-18 ปี (ระยะ 100 เมตร) ภาคใต้ สนามกีฬาติณสูลานนท์ จังหวัดสงขลา วันที่ 18-19 พฤศจิกายน 2560 / ภาคกลาง สนามกีฬา ร.กาญจนาภิเษกวิทยาลัยสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี วันที่ 17-18 ธันวาคม 2559 / ภาคเหนือ สนามกีฬาเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ วันที่ 23-24 ธันวาคม 2560 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สนามกีฬาเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา จังหวัดนครราชสีมา วันที่ 20-21 มกราคม 2561

กิจกรรม “อีเดมิตลี” ฉลองครบรอบ 48 ปี” ชื่อน้ำมันเครื่อง “อีเดมิตลี” รายทุกเดือน

บริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) จัดกิจกรรม “อีเดมิตลี” ฉลองครบรอบ 48 ปีให้กับบริษัท น้ำมันอพลโล (ไทย) จำกัด ร่วมชิงโชคลุ้นรางวัลสร้อยคอทองคำหนัก 1 บาท 60 รางวัล, ทองคำแท่ง 5 บาท 5 รางวัล, รถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ 5 รางวัล และรางวัลสุุดพิเศษ “อีเดมิตลี” พาไปชมเกมแดงเดือดติดขอบสนามถึงประเทศอังกฤษ 10 รางวัล มูลค่ารวม 4 ล้านบาท โดยส่งรหัสใต้สติ๊กเกอร์ฝาขวดน้ำมันเครื่อง “อีเดมิตลี” ลุ้นโชคกด *457* รหัส 10 หลัก # แล้วกดโทรออก กิจกรรมเริ่มจัดเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2560-23 มกราคม 2561 จักรางวัลและประกาศผู้โชคดีทางเว็บไซต์ www.apollothai.com

2. ธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์อื่น

บริษัทคำนึงถึงการเปลี่ยนโครงสร้างประชากร จึงได้วางแผนเริ่มธุรกิจสินค้าเพื่อสุขภาพ อาทิ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ยาแผนโบราณ และเครื่องสำอาง ให้เป็น New Product ของบริษัทในปี 2560 เพื่อทดแทนยอดขายหนังสือที่หดตัว โดยเริ่มต้นด้วยการเปิดตลาดร้านขายยาทั่วประเทศ ควบคู่กับการทำ Call Center และใช้สื่อของบริษัททั้งวิทยุ FM 96 Sport Radio, SMMTV และ SMMSPORT เป็นสื่อประชาสัมพันธ์

รายการสินค้าเพื่อสุขภาพที่บริษัทจัดจำหน่าย ประกอบด้วย

- ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันรำข้าวและจมูกข้าว
- ยาบรพาริตดิสตวทวารหนัก
- ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับผู้ชาย
- ผลิตภัณฑ์สมุนไพรดูแลผิวสำหรับผู้ที่มีปัญหาผิวหนัง

แผนงานการดำเนินธุรกิจย่อย

- รักษาคุณภาพงานผลิตทั้งในส่วนของการหากรองบรรณาธิการและการพิมพ์ อีกทั้งมองหาลูกค้ารายใหม่เพิ่มเติม
- ค้นหาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ยาแผนโบราณ เครื่องสำอาง ที่มีคุณภาพจากบริษัทต่างๆ รวมทั้งพิจารณาสินค้าให้ตรงกลุ่มกับผู้บริโภคสื่อของบริษัท และที่สำคัญคือ การผลิตงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งทางโทรทัศน์ วิทยุ และเว็บไซต์ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ อีกทั้งเปิดตลาดร้านขายยาเพื่อวางจำหน่ายให้กว้างไกลทั่วประเทศ
- ศึกษาวิจัยความสนใจของผู้บริโภคว่าสินค้าเมอร์ซันโดสประเภทใดที่นิยมซื้อ เพื่อเจรจาขอลิขสิทธิ์การผลิตและจำหน่ายในเบื้องต้นได้รับสิทธิในภาพรวมว่าสามารถทำได้ทุกประเภท

ธุรกิจย่อย

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

การตลาดและการแข่งขัน

ธุรกิจหนังสือ

เนื่องด้วยสภาวะเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย โดยเฉพาะในยุคที่สื่อดิจิทัลเข้ามา มีบทบาท ส่งผลต่อสื่อสิ่งพิมพ์มากขึ้น ทั้งในแง่ของการขายโฆษณาและยอดจำหน่าย ทำให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์เป็นอย่างมาก ทั้งหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างทยอยปิดตัวลงหลายฉบับ โดยมีสาเหตุหลักมาจากงบประมาณที่ลดลงและคนอ่านลดลง เนื่องจากผู้บริโภคปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปใช้สมาร์ทโฟนที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างไม่จำกัด รวมถึงสื่อสิ่งพิมพ์เผยแพร่ช้ากว่าสื่อออนไลน์ ทำให้ประชาชนได้รับสารจากสื่อออนไลน์ก่อน บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์จึงลดลงตามพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้นหากสื่อสิ่งพิมพ์เลือกที่จะยังอยู่ในตลาดต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหรือนำเสนอคอนเทนต์ด้วยการใช้สื่อดิจิทัลมาเป็นตัวเสริม ในรูปแบบเว็บไซต์ E-Book หรือ E-magazine รวมถึงสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์อย่างเพชบุรีที่มีความรวดเร็วในการส่งต่อข้อมูล

อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของคนไทยยังคงก้ำกึ่งระหว่างสื่อดั้งเดิมกับสื่อใหม่อย่างโซเชียลมีเดีย หรือดิจิทัล เพราะหลายคนยังคงอ่านหนังสือพิมพ์และใช้สื่อดิจิทัลเป็นตัวเสริม ดังนั้นหากผู้ประกอบการสามารถนำสื่อดิจิทัลมาช่วยสนับสนุนในการเผยแพร่คอนเทนต์ นอกจากจะเพิ่มช่องทางให้ผู้อ่านแล้ว ยังเป็นการเพิ่มรายได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังต้องปรับเปลี่ยนเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอให้ทันสมัย และสอดคล้องกับยุคปัจจุบันให้มากยิ่งขึ้น

การเปลี่ยนผ่านของเทคโนโลยีไปสู่โลกดิจิทัล ทำให้องค์กรสื่อสิ่งพิมพ์หลายๆ แห่งเสี่ยงจะต้องปิดตัวลง ขณะที่นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของรัฐบาลที่ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการพัฒนาประเทศได้รับการตอบรับจากหลายฝ่าย เพราะเข้ากับยุคสมัยที่ทุกอย่างมุ่งสู่โลกดิจิทัล แต่ในเวลาเดียวกันสื่อสิ่งพิมพ์กลับต้องเผชิญกับความท้าทายในยุค 4.0 เมื่อสื่อออนไลน์กลายมาเป็นภัยคุกคามต่อสื่อกระดาษ ทำให้คนอ่านและยอดเงินโฆษณาตกลง จนหลายบริษัทตัดสินใจปรับโครงสร้าง เลิกจ้างพนักงาน องค์กรสื่อสิ่งพิมพ์ต้องเปลี่ยนแปลงเพื่อปรับตัวด้วยการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน และเลือกใช้วิธีการในการเข้าถึงอย่างถูกต้องจะทำให้ผ่านวิกฤตการณ์ไปได้ด้วยดี นอกจากนี้ควรสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคผ่านสื่อดิจิทัลให้มากขึ้น ก็จะช่วยให้การตลาดสำเร็จได้ง่ายขึ้น

สภาวะตลาด “หนังสือเล่ม”

จากข้อมูลของสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) สำหรับสถานการณ์ “หนังสือเล่ม” ระบุว่า “หนังสือเล่มไม่ตาย” แต่ต้องปรับตัวตามพฤติกรรมผู้บริโภคและการเปลี่ยนแปลงตามสภาพเศรษฐกิจ การสำรวจพฤติกรรมเชิงคุณภาพผู้อ่าน พบว่ากลุ่มนักอ่านไม่ได้มีอัตราการอ่านหนังสือเปลี่ยนแปลงไปมากนัก ทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ แต่อาจลดจำนวนการซื้อลงในภาวะเศรษฐกิจถดถอย ส่วนใหญ่จะเริ่มอ่านหนังสือนวนิยาย ซึ่งปัจจุบันครองสัดส่วนตลาดราว 30% จากนั้นจะเปลี่ยนแปลงไปอ่านหนังสือประเภทอื่นๆ เพิ่มขึ้น ช่องทางออนไลน์และโซเชียลมีเดีย ทำให้มีกลุ่มผู้อ่านมากขึ้น และเป็นคนละกลุ่มกับที่ชื่นชอบการเข้าร้านหนังสือ

ปัจจัยการดึงดูดนักอ่านของทั้งสำนักพิมพ์และร้านหนังสือให้มีผู้อ่านมากขึ้น คือการจัดทำระบบฐานข้อมูลและบริหารฐานข้อมูลลูกค้าอย่างจริงจัง เพื่อนำเสนอ “ข้อมูลและกิจกรรมการตลาด” ที่ตรงใจนักอ่าน อีกทั้งต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดวางหนังสือของร้าน ให้ตรงกับไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ สร้าง Community Engagement ในกลุ่มนักอ่าน ทั้งการจัดพื้นที่ให้นั่งอ่านหนังสือและคาเฟ่ในร้าน การจัดกิจกรรมระหว่างกลุ่มนักอ่าน รวมทั้งการปรับรูปแบบร้านให้เป็นลักษณะกึ่งโค-เวิร์กกิ้ง สเปซ รองรับเทรนด์กลุ่มคนรุ่นใหม่

ในกลุ่มสำนักพิมพ์กว่า 500 แห่ง ได้รับตัวตามทิศทางตลาดเช่นกัน โดยแต่ละแห่งลดจำนวนการผลิตหรือยอดพิมพ์หนังสือลง จากเดิมอยู่ที่ครั้งละ 3,000-5,000 เล่มต่อครั้ง เหลือราว 700-1,500 เล่มต่อครั้งให้สอดคล้องกับกำลังซื้อปัจจุบัน ทั้งยังใช้

ช่องทางการจำหน่ายหนังสือ การจัดงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ หรืองานแฟร์ใหญ่ ปีละ 2 ครั้ง กระตุ้นยอดขายระหว่างปี พบว่ากลุ่มผู้บริโภคที่มาซื้อหนังสือในงานแฟร์แต่ละครั้ง ไม่ส่งผลกระทบต่อยอดรวมคนเข้าร้านหนังสือ ที่ยังเป็น “แฟนประจำ” มาซื้อหนังสือออกใหม่ต่อเนื่อง

ธุรกิจมัลติมีเดีย

ในปี 2560 เม็ดเงินโฆษณาสื่อต่างๆ ลดลงจากปี 2559 ปัจจัยสำคัญเกิดจากเหตุการณ์บ้านเมืองภายในประเทศ ทำให้รายการรีเนิร์จบันเทิงรวมถึงรายการต่างๆ ทั้งไปลดลงอย่างมีนัยยะสำคัญ ขณะเดียวกันสภาพเศรษฐกิจในหลายๆ อุตสาหกรรมยังไม่กระตุ้นทำให้บริษัทและสินค้าต่างลดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับสื่อโฆษณา

สื่อทีวี

ไม่ว่าสถานการณ์ของประเทศจะเป็นอย่างไร “สื่อทีวี” ยังคงเป็นสื่อหลักของประเทศไทย แม้ว่าในช่วงปี 2559 และปี 2560 “สื่อทีวี” ไม่เพียงแต่พบปัจจัยจากภาวะบ้านเมืองที่ไม่ปกติ เป็นเหตุให้ผู้ผลิตหลายแบรนด์สินค้าต่างลดงบโฆษณา หรือบางรายไม่เพิ่มงบ แต่รักษาระดับการใช้งบโฆษณาเท่าเดิม แต่ขณะเดียวกันยังต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยที่เข้าสู่ยุคสื่อออนไลน์ ที่ยอดคนดูเปลี่ยนแพลตฟอร์มจากหน้าจอทีวีไปอยู่บนออนไลน์ ส่งผลให้ดิจิทัลทีวีบางรายไม่อาจแบกรับต้นทุนที่มีแต่จะสูงขึ้นสวนทางกับรายได้จากการขายโฆษณาได้ แนวโน้มของเม็ดเงินสื่อทีวีลดลงเป็นไปในทิศทางเดียวกับภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อ เนื่องจากทีวียังเป็นสื่อสำคัญมากที่สุดของไทย เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงคนได้ทั่วประเทศ ทำให้สร้าง Brand Awareness ให้กับสินค้าได้เป็นอย่างดี แต่ปัจจุบันสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวิทยุ ปิดตัวลงจำนวนมาก ขณะที่สื่อนอกบ้าน และสื่ออินเทอร์เน็ต หรือสื่อดิจิทัล เติบโตจนกลายเป็นสองสื่อหลักที่รองจากทีวี ซึ่งหากเป็นเช่นนี้ต่อไป สื่อนอกบ้านและสื่อดิจิทัลจะครองส่วนแบ่งการตลาดของสื่ออื่นๆ โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์

ดังนั้นผู้ผลิตสื่อทีวีจะต้องมีสายป่านด้านเงินทุนสูง เพราะสื่อทีวีเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนไปกับทรัพยากรบุคคล คอนเทนต์ เทคโนโลยี รวมทั้งต้องกระจายแพลตฟอร์มไปยัง “สื่อออนไลน์” และผนวกการใช้สื่อสองประเภทได้อย่างลงตัว เพื่อให้เข้าถึงผู้ชมได้มากขึ้นและเพิ่มโอกาสการขายโฆษณาในรูปแบบแพ็คเกจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละราย อย่างไรก็ตาม คาดว่าในปี 2561 เมื่อเศรษฐกิจเริ่มกลับมาฟื้นตัว และเหตุการณ์บ้านเมืองเป็นปกติแล้ว เม็ดเงินโฆษณาของ “สื่อทีวี” จะกลับมาเติบโตอีกครั้ง โดยเฉพาะช่องที่มีความแข็งแกร่งทั้งด้านคอนเทนต์ บุคลากร เงินลงทุน เทคโนโลยี และการกระจายความหลากหลายของแพลตฟอร์ม องค์ประกอบเหล่านี้จะทำให้การดำเนินธุรกิจยังคงเติบโตต่อไปได้

สื่อเคเบิลทีวี-ทีวีดาวเทียม

สื่อเคเบิลทีวี-ทีวีดาวเทียมถือว่าอยู่ในสถานการณ์ยากลำบาก เมื่อ 5-6 ปีที่แล้ว การเติบโตของโฆษณานบนช่องทางนี้มีแนวโน้มที่ดี แต่หลังจากปี 2556 เป็นต้นมาจนถึงปี 2560 กลับเติบโตลดลงทุกปี เนื่องจากได้รับผลกระทบจากสื่อดิจิทัลที่เป็นบริการสื่อสารและแพร่ภาพและเสียงผ่านอินเทอร์เน็ต ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ บริการ “Video Streaming” จากผู้ให้บริการรายใหญ่ระดับโลกทั้งหลาย แนวโน้มการหดตัวของตลาด Pay TV ประเภทเคเบิลทีวี ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังเกิดขึ้นอย่างรุนแรงในสหรัฐอเมริกา เนื่องด้วยอัตราค่าบริการ Streaming ถูกกว่าค่าบริการของเคเบิลทีวี และผู้ให้บริการพยายามดึงคอนเทนต์ที่น่าสนใจและความหลากหลาย ประกอบกับการมี “ทีวีดิจิทัล” หลายช่อง และการเติบโตของ “สื่อดิจิทัล” เป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงเม็ดเงินโฆษณาไปจากเคเบิลทีวี-ทีวีดาวเทียม

ความเปลี่ยนแปลงอีกประการที่เห็นชัดเจนคือ ก่อนหน้านี้อุตสาหกรรมโฆษณาถูกขับเคลื่อนโดยสื่อโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ที่มีมูลค่าอันดับ 1 และ 2 ควบคู่กันมาโดยตลอด จนกระทั่งในปี 2560 เป็นครั้งแรกที่ “สื่อดิจิทัล” สามารถแย่งตำแหน่งสื่ออันดับ 2 แทนที่หนังสือพิมพ์ และมีแนวโน้มว่า “สื่อดิจิทัล” ยังคงเติบโตอย่างแข็งแกร่งต่อเนื่องในปี 2561

แรงขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้เม็ดเงินโฆษณาในสื่อดิจิทัลเพิ่มขึ้นต่อเนื่องมาจาก 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่

- การเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย โดยปัจจุบันผู้บริโภคชาวไทยกว่า 75% เข้าถึงอินเทอร์เน็ต เทียบกับสองปีที่แล้วอยู่ที่ 49%
- การที่ผู้บริโภคไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น ปัจจัยหลักมาจากอัตราการเข้าถึง “สมาร์ทโฟน” (Smartphone Ownership rate) ที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดเช่นเดียวกัน โดยในปี 2560 ผู้บริโภคไทยกว่า 83% มีสมาร์ทโฟนครอบครอง
- ผู้บริโภคไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตนานขึ้นจาก 2 ชั่วโมงต่อวันในปี 2558 เพิ่มขึ้นเป็น 2 ชั่วโมง 30 นาทีต่อวันในปี 2560 ซึ่งสวนทางกับสื่อทีวีที่ผู้บริโภคใช้เวลาบวกลบหักกันเท่าเดิม โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3.7 ชั่วโมงต่อวัน ในขณะที่สื่อวิทยุ ผู้บริโภคใช้เวลาบวกลบหักกันโดยอยู่ที่ 1.5 ชั่วโมงต่อวัน

สื่อวิทยุ

การเข้ามาของสื่อดิจิทัลไม่เพียงทำให้สื่อเก่าอย่างหนังสือพิมพ์และนิตยสารต้องพบกับความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ หากยังรวมถึงสื่อวิทยุ ด้วยงบประมาณที่ลดลงและพฤติกรรมผู้ฟังที่เปลี่ยนไป ทำให้หลายสถานีต้องปิดตัวลง นอกจากนี้การฟังวิทยุออนไลน์นั้น ยังเปลี่ยนจากการฟังบนคอมพิวเตอร์มาเป็นอุปกรณ์อื่นๆ เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ที่ผู้ฟังสามารถรับฟังผ่านแอปพลิเคชันวิทยุดิจิทัลมากขึ้น และเพราะความนิยมของผู้บริโภคที่หันมาฟังวิทยุดิจิทัลมากขึ้นนี้เองที่ให้นักการตลาดหันมาใช้เป็นช่องทางการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นเช่นกัน หลายแบรนด์และหลายองค์กรต่างหันมาลงสปอตโฆษณาบนวิทยุดิจิทัลกันมากขึ้น บางรายก็เปิดให้ผู้ฟังได้ร่วมกิจกรรม หรืออีเวนต์ต่างๆ ได้อีกด้วย นอกจากนี้บางแบรนด์ยังสามารถดึงผู้ฟังไปยังหน้าเว็บไซต์ของพวกเขาที่มีรายละเอียดของแบรนด์สินค้า ไปจนถึงการซื้อสินค้าได้ทันทีอีกด้วย

ดังนั้นเจ้าของสินค้าต้องเลือกช่องทางสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย จะเห็นได้ว่าทุกวันนี้เกิดสื่อช่องทางต่างๆ มากมาย โดยแต่ละช่องทางสื่อมีคุณลักษณะ และประโยชน์ที่แตกต่างกัน เพราะฉะนั้นสินค้าต้องเลือกใช้สื่อให้ถูกช่องทาง เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่จะสื่อไปถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ธุรกิจขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการแพร่ภาพและเสียงในปัจจุบัน (Broadcast Technology) ได้ช่วยให้การส่งสัญญาณ และแพร่ภาพเนื้อหารายการโทรทัศน์มีประสิทธิภาพมากขึ้น เทคโนโลยีการแพร่ภาพที่ทันสมัยนี้ทำให้ประชาชนจากทั่วทุกมุมโลกสามารถร่วมรับชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬา รายการแข่งขันกีฬาฟุตบอล วอลเลย์บอล บาสเกตบอล ฯลฯ ได้อย่างพร้อมเพรียงกัน รายการกีฬาเกือบทุกประเภทจึงกลายเป็นเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมจากประชาชนทั่วโลกอย่างล้นหลาม จนทำให้มูลค่าของสิทธิในการแพร่ภาพและเสียงรายการกีฬาเหล่านี้เพิ่มสูงขึ้นหลายเท่าตัว จะเห็นได้ว่าสิทธิการถ่ายทอดสดกีฬาได้รับความนิยมและเป็นที่น่าสนใจได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเพิ่มระดับการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการสื่อและโทรทัศน์ในยุคปัจจุบัน หากบริษัทใดมีเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่น่าสนใจ เช่น การแพร่ภาพรายการกีฬาที่ได้รับความนิยม บริษัทนั้นก็จะมีรายได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าบริษัทคู่แข่ง

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

ปัญหาหลักของธุรกิจขายสิทธิถ่ายทอดสดกีฬา คือ การลักลอบการส่งสัญญาณรายการกีฬา ไม่ว่าจะเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ หรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ ล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อเจ้าของสิทธิในการแพร่ภาพและเสียง โดยเฉพาะรายได้จากการโฆษณาระหว่างการถ่ายทอดสดรายการกีฬา ซึ่งการได้เป็นเจ้าของสิทธิในสัญญาณการแพร่ภาพและเสียงนั้นต้องมีการลงทุนและจ่ายเงินซื้อเข้ามาในมูลค่าสูง ดังนั้นฝ่ายที่เกี่ยวข้องจึงต้องร่วมมือกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อป้องกันไม่ให้มีการนำสัญญาณการถ่ายทอดสดไปออกอากาศโดยมิได้รับอนุญาตหรือการแก้ไขกฎหมายให้ทันสมัยมากขึ้นเพื่อให้สามารถคุ้มครองสิทธิในการแพร่ภาพและเสียงได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้บริษัทที่มีงานที่แข็งแกร่งและมีความสามารถในการดำเนินงานถ่ายทอดสดที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง จึงได้รับความไว้วางใจจากสหพันธ์วอลเลย์บอลแห่งเอเชีย (AVC) และสมาคมกีฬาโอลิมปิกแห่งประเทศไทย ให้เป็นผู้รับสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดการแข่งขันกีฬาวอลเลย์บอลทั้งในร่มและชายหาดรายการใหญ่หลายรายการ และบริษัทยังได้ติดต่อเจรจากับเอเจนซี่ระดับโลกเพื่อขายสิทธิถ่ายทอดสดไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลกอีกด้วย จึงคาดว่าธุรกิจนี้จะสามารถสร้างรายได้ให้บริษัทได้อย่างดี

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 เล่าฮั่วเซียง จำกัด
- บริษัท สุรศิริ จำกัด
- บริษัท วัฒนบุญและบุตร จำกัด

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงของบริษัทที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของผู้ลงทุนอย่างมีนัยยะสำคัญมีดังนี้

ความเสี่ยงทางด้านธุรกิจ

ความเสี่ยงจากสถานะตลาดสิ่งพิมพ์โดยรวมหดตัวทำให้ช่องทางการจำหน่ายหนังสือลดลง

เนื่องจากปัจจุบันแนวโน้มที่ผู้บริโภคแสวงหาสิ่งพิมพ์กระดาษน้อยลงและหันไปสนใจสื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ตลาดสิ่งพิมพ์โดยเฉพาะสื่อนิตยสารได้รับผลกระทบมากกว่าสื่ออื่น ทำให้นิตยสารหลายฉบับในตลาดต้องปิดตัวลง อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงดำเนินธุรกิจหนังสือเป็นธุรกิจหลัก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นหนังสือประเภท “หนังสือเล่ม” ได้แก่ นวนิยาย หนังสือแปล นวนิยายกำลังภายใน ซึ่งมีกลุ่มผู้อ่านโดยเฉพาะ และนักอ่านยังคงนิยมบริโภคหนังสือเล่มที่พิมพ์ด้วยกระดาษ เนื่องจากจับต้องได้ อ่านง่าย และถนอมสายตาจากการอ่านผ่านสื่อดิจิทัล อย่างไรก็ตามบริษัทก็ได้รับผลกระทบจากการที่ร้านหนังสือหลายแห่งต้องปิดตัวลง จากการที่สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์และนิตยสารหลายฉบับปิดตัวลง ทำให้ช่องทางการจำหน่ายหนังสือของบริษัทลดลง บริษัทจึงได้ขยายช่องทางสู่การจำหน่ายหนังสือออนไลน์ทางเว็บไซต์ siamintershop.com ผ่านช่องทางของ lnwshop.com ซึ่งมีแนวโน้มยอดขายที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ความเสี่ยงจากสื่อดิจิทัลและสื่อออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลต่อผู้บริโภค

เนื่องจากปัจจุบันสื่อดิจิทัลและสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทต่อผู้บริโภคในสังคมไทยและทั่วโลกเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้รายได้โฆษณาสื่อทีวีดาวเทียมและสื่อวิทยุของบริษัทลดลงอย่างต่อเนื่อง บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของคนในสังคมที่กำลังจะก้าวสู่สังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบในอนาคตอันใกล้ บริษัทจึงเร่งพัฒนาสื่อออนไลน์อย่างเว็บไซต์ WWW.SMMSPORT.COM และพร้อมเพิ่มช่องทางการติดตามในธุรกิจโทรทัศน์และวิทยุผ่านระบบออนไลน์แบบเรียลไทม์ เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการรับรู้ข่าวสารที่สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น รวมทั้งพัฒนาแอปพลิเคชันต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

ความเสี่ยงจากการเปิดช่องทีวีดิจิทัลทำให้คู่แข่งเข้ามาในตลาดสื่อทีวีเพิ่มขึ้น

จากการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบทีวีดิจิทัลเป็นการเปิดโอกาสและผลักดันให้ธุรกิจสื่อโทรทัศน์มีการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น บริษัทซึ่งดำเนินธุรกิจสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมกีฬา “SMMTV : Sports Channel” ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอคอนเทนต์เกี่ยวกับกีฬาโดยเฉพาะ จึงมีความเสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบจากการที่ช่องทีวีดิจิทัลเข้ามามีส่วนแบ่งในตลาดธุรกิจโทรทัศน์ โดยอาจถูกดึงงบประมาณและบุคลากรไป อีกทั้งจำนวนผู้ชมทีวีดาวเทียมก็ลดลงเนื่องจากมีทางเลือกอื่นเพิ่มขึ้นทำให้รายได้โฆษณาลดลง

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

ความเสี่ยงด้านการเงิน

ความเสี่ยงจากการให้สินเชื่อ

บริษัทมีความเสี่ยงจากการให้สินเชื่ออันเกิดจากการที่ลูกหนี้การค้าและคู่สัญญาไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดในสัญญาซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายแก่บริษัท เพื่อป้องกันความเสี่ยงเกี่ยวกับสินเชื่อดังกล่าว บริษัทได้มีมาตรการควบคุมการให้สินเชื่อแก่ลูกค้าอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีระบบการติดตามทางถาวรหนี้ และสอบทานฐานะการเงินของลูกหนี้อย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งมีการทบทวนวงเงินและระยะเวลาการให้สินเชื่อกับลูกหนี้ของบริษัทเป็นประจำเพื่อปรับเปลี่ยนให้เหมาะสม ดังนั้นฝ่ายบริหารของบริษัทจึงเชื่อว่าบริษัทจะไม่ได้รับความเสียหายที่เป็นสาระสำคัญจากการที่ลูกหนี้ไม่ปฏิบัติตามสัญญา

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องกับเงินฝากสถาบันการเงิน เงินเบิกเกินบัญชี เงินกู้ยืมระยะสั้น และเงินกู้ยืมระยะยาวที่มีดอกเบี้ยจากสถาบันการเงิน และหนี้สินภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน อย่างไรก็ตามเนื่องจากสินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินส่วนใหญ่ของบริษัทได้รับการปรับอัตราดอกเบี้ยลดลงจากสถาบันการเงิน ดังนั้นฝ่ายบริหารของบริษัทเชื่อว่าความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยของบริษัทจะอยู่ในระดับที่สามารถบริหารจัดการได้

ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทมีสินทรัพย์และหนี้สินที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ซึ่งไม่ได้ทำสัญญาเพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อย่างไรก็ตามฝ่ายบริหารของบริษัทเชื่อว่าไม่มีผลกระทบอย่างมีสาระสำคัญต่อการเงินของบริษัท ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนจึงอยู่ในระดับต่ำ

ความเสี่ยงด้านการผลิตหนังสือเล่ม

ความเสี่ยงด้านการจัดหาวัตถุดิบประเภทกระดาษเพื่อจัดพิมพ์หนังสือเล่ม

บริษัทจ้างโรงพิมพ์ภายนอกเป็นผู้ผลิตหนังสือให้บริษัท โดยบริษัทเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบประเภทกระดาษให้ ซึ่งกระดาษเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการพิมพ์หนังสือเล่ม และราคาของกระดาษมีการเปลี่ยนแปลงตามความต้องการของตลาดและตามปริมาณการผลิตอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามบริษัทมีนโยบายในการจัดซื้อวัตถุดิบประเภทกระดาษให้เหมาะสมกับปริมาณการผลิตหนังสือเล่มของบริษัท และเนื่องจากหนังสือเล่มที่บริษัทผลิตโดยเฉพาะกลุ่มนวนิยายแปล นวนิยายกำลังภายใน เป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อ บริษัทจึงสามารถปรับราคาจำหน่ายให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตได้โดยไม่ได้รับผลกระทบมากนัก

ความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน

ความเสี่ยงด้านการทุจริตของพนักงานและสินค้าสูญหาย

บริษัทดำเนินธุรกิจหนังสือเป็นหลักจึงมีคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า จึงได้ติดตั้งกล้องวงจรปิดที่คลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า พร้อมจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เพื่อคอยควบคุมดูแลมิให้พนักงานขโมยหนังสือออกจากคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า ด้วยการตรวจค้นพนักงานและบุคคลที่เข้าออกภายในคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า นอกจากนี้ฝ่ายตรวจสอบภายในของบริษัทยังทำหน้าที่ในการตรวจสอบ ควบคุม และกำหนดมาตรการป้องกันมิให้พนักงาน ผู้บริหาร ทุกระดับ รวมทั้งกรรมการของบริษัท กระทำการทุจริตใดๆ หรือนำข้อมูลภายในไปใช้เพื่อแสวงหาผลประโยชน์เพื่อตนเองและผู้อื่นโดยมิชอบ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินถาวร

ทรัพย์สินถาวรของบริษัทประกอบด้วย ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ต่างๆ โดยแบ่งเป็นรายละเอียดดังต่อไปนี้

มูลค่าทางบัญชีสุทธิของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (หน่วย : ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
ที่ดิน	เจ้าของกรรมสิทธิ์	70.22	ค้ำประกันภาระสินเชื่อ จำนวน 350 ล้านบาท กับธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน)
อาคาร	เจ้าของกรรมสิทธิ์	16.17	
ยานพาหนะ	เจ้าของกรรมสิทธิ์	2.93	-
เครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของกรรมสิทธิ์	2.41	-
เครื่องตกแต่งสำนักงาน	เจ้าของกรรมสิทธิ์	0.83	-
ค่าสินทรัพย์และอุปกรณ์ เครื่องตกแต่งร้านค้า	เจ้าของกรรมสิทธิ์	0.72	-
เครื่องจักร อุปกรณ์	เจ้าของกรรมสิทธิ์	26.99	-
สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	เจ้าของกรรมสิทธิ์	-	-
รวม		120.27	

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

บริษัทมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ได้แก่ ลิขสิทธิ์ ทั้งหนังสือการ์ตูน พ็อกเก็ตบุ๊ก และนวนิยายเงินกำลังภายใน ซึ่งมีอายุสัญญาเฉลี่ย 3 - 5 ปี และสามารถต่ออายุได้เสมอเมื่อสัญญาหมด โดยคิดค่าลิขสิทธิ์ตามสัดส่วนจำนวนพิมพ์ขั้นต่ำที่กำหนด ซึ่งราคามาตรฐานอยู่ที่ร้อยละ 5-9 ของราคาหน้าปกตามจำนวนพิมพ์ขั้นต่ำที่สัญญาแต่ละฉบับกำหนด 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

-ไม่มี-

6. ข้อมูลทั่วไปของบริษัทและข้อมูลสำคัญอื่น

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

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 459 ซอยลาดพร้าว 48 ถนนลาดพร้าว แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107546000466
ทุนจดทะเบียน	:	403,968,555 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	323,174,844 บาท
โทรศัพท์	:	0-2694-3010
โทรสาร	:	0-2694-3030
เว็บไซต์	:	www.smm.co.th

ลักษณะการดำเนินงานธุรกิจ

1. ผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูน พ็อกเก็ตบุ๊ก นวนิยายกำลังภายใน
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 Visions, SUNBOX, GMM Z รวมทั้งเคเบิลทีวีทั่วประเทศ
4. ผลิตเว็บไซต์กีฬา WWW.SMMSPORT.COM และแอปพลิเคชัน SMMSPORT LIVE
5. ขายสิทธิถ่ายทอดสดและบริหารการตลาดกิจกรรมกีฬา
6. รับผิดชอบกิจกรรม
7. รับจ้างผลิตสื่อสิ่งพิมพ์
8. จัดจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ
9. ให้เช่าพื้นที่สำนักงาน และอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0-2009-9383

โทรสาร 0-2009-9476

ผู้สอบบัญชี

บริษัท สำนักงาน เอ เอ็ม ซี จำกัด

ชั้นที่ 19 ยูนิต 4 อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ 191 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

โทรศัพท์ 0-2231-3980-7

โทรสาร: 0-2231-3988

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	<ul style="list-style-type: none"> • บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 150,000,000 บาท เป็น 170,000,000 บาท • เปลี่ยนชื่อจาก บริษัท สยามอินเตอร์คอมมิส จำกัด เป็น บริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด และแปลงสภาพจากบริษัท จำกัด เป็น บริษัท จำกัด (มหาชน)
ปี 2547	บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 170,000,000 บาท เป็น 240,000,000 บาท เพื่อรองรับการเพิ่มทุนจากการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่อประชาชนเป็นครั้งแรก
ปี 2551	<ul style="list-style-type: none"> • บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 240,000,000 บาท เป็น 372,000,000 บาท เพื่อรองรับการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม (SMM-W1) และจัดสรรให้กับกรรมการและพนักงานของบริษัท (ESOP-W1) • บริษัทออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญรุ่นที่ 1 ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัท (SMM-W1) จำนวน 119,999,984 หน่วย • บริษัทออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพื่อจัดสรรให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัท (ESOP-W1) จำนวน 12,000,000 หน่วย
ปี 2553	<ul style="list-style-type: none"> • บริษัทเริ่มดำเนินธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมในชื่อ “SMMTV” นำเสนอรายการกีฬา 24 ชั่วโมง ปัจจุบันออกอากาศผ่านดาวเทียมระบบ C-Band ความถี่ 3545 V30000, จานดาวเทียม PSI, เคเบิลทีวีทั่วประเทศ หรือดูออนไลน์ได้ทางเว็บไซต์ รวมทั้งแอปพลิเคชันในระบบ iOS, Android และสมาร์ตโฟน • บริษัทเริ่มดำเนินธุรกิจสื่อใหม่ (New Media) โดยนำเสนอข้อมูลข่าวสารแวดวงกีฬาในรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์เผยแพร่ทางเว็บไซต์ www.thaileagueonline.com ก่อนจะพัฒนาเพิ่มเติมเป็นเว็บไซต์ www.smmsport.com
ปี 2554	บริษัทเปิด “ศูนย์ข่าวมัลติมีเดีย” เพื่อนำเสนอข่าวกีฬาและข่าวสำคัญอื่นๆ ผ่านสื่อมัลติมีเดียของบริษัท อาทิ สถานีวิทยุ “FM 96 สปอร์ต เรดิโอ”, สถานีโทรทัศน์ดาวเทียม “SMMTV” และเว็บไซต์กีฬา www.smmsport.com

- 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 มีดีส์ คอนเทนท์ จำกัด” เพื่อรับโอนกิจการของบริษัท ในธุรกิจสิ่งพิมพ์ การดำเนินการร้านหนังสือบู๊คเฟรนด์ และสำนักพิมพ์กลุ่มวัยรุ่น วัยทีน ด้วยทุนจดทะเบียน 20,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยบริษัท สยามอินเตอร์ มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 99.70 ของทุนจดทะเบียน
- ปี 2557
- บริษัทลดทุนจดทะเบียนจาก 336,956,137 บาท เป็น 332,442,228 บาท จากการจัดสรรหุ้นปันผลและการใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพื่อจัดสรรให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัท (ESOP-W2)
- ปี 2558
- บริษัททำรายการจำหน่ายหุ้นสามัญในบริษัท มีดีส์ 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) ให้เป็นผู้ได้รับลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดการแข่งขันและสิทธิในการบริหารสิทธิประโยชน์ทางการตลาด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 – 2562 รวมระยะเวลา 4 ปี
- ปี 2560
- บริษัทลดทุนจดทะเบียนจาก 361,172,111 บาท เป็น 323,174,844 บาท จากการใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท รุ่นที่ 3 (SMM-W3)
 - บริษัทออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญรุ่นที่ 4 (SMM-W4) ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัท จำนวน 80,790,994 หน่วย
 - บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 323,174,844 บาท เป็น 403,968,555 บาท เพื่อรองรับการใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท รุ่นที่ 4 (SMM-W4)