

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ และ กลยุทธ์ของบริษัท

บริษัทมุ่งมั่นที่จะก้าวสู่การเป็นผู้นำในธุรกิจบันเทิงออนไลน์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยความเชื่อมั่นในศักยภาพของธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงอย่างต่อเนื่องในอนาคต

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน

1. ขยายการให้บริการครอบคลุมภูมิภาคในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
2. ขยายการบริการที่เกี่ยวกับความบันเทิงออนไลน์ไม่เพียงแต่เกมออนไลน์แต่รวมถึงความบันเทิงออนไลน์อื่น ๆ
3. จัดหาเกมดั่งระดับโลกที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจหลากหลายประเภทมาป้อนสู่สังคมออนไลน์โดยร่วมมือกับบริษัทพัฒนาเกมชั้นนำทั่วโลก
4. พัฒนาด้านการมีส่วนร่วมกับสังคม โดยร่วมกับชุมชนออนไลน์ในการพัฒนาสังคมอินเทอร์เน็ตที่ทุกคนใช้ร่วมกัน

1.2 การเปลี่ยนแปลงและแผนการที่สำคัญ

บริษัท เอเชียซอฟท์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “AS”) เดิมชื่อ บริษัท พี.เอ็ม. มีเดีย (ไทยแลนด์) จำกัด ก่อตั้งเมื่อวันที่ 20 กันยายน 2544 ด้วยทุนจดทะเบียน 5.00 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจจัดทำจำหน่ายเกมพีซี โดยมีผู้ร่วมก่อตั้งคือ นายปราโมทย์ สุดจิตพร Mr. Tan Tgow Lim และนายเลิศชาย กันภัย ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์ในธุรกิจซอฟต์แวร์เพื่อความบันเทิงมาเป็นระยะเวลานาน

- ปี 2546 บริษัทฯ เริ่มธุรกิจให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศไทย โดยเปิดตัวเกม “Ragnarok Online” ซึ่งซื้อลิขสิทธิ์มาจาก Gravity Co., Ltd. ประเทศเกาหลีใต้ แล้วนำมาดัดแปลงเป็นภาษาไทย เพื่อให้บริการแก่ผู้เล่นเกมในประเทศไทยจนประสบความสำเร็จอย่างสูง เป็นก้าวสำคัญที่ทำให้บริษัทฯ เป็นที่รู้จักในฐานะหนึ่งในผู้ให้บริการเกมออนไลน์ชั้นนำในไทย
- ปี 2547 - 2548 มีการปรับโครงสร้างบริษัทในกลุ่มที่มีผู้ถือหุ้นร่วมกัน โดยเข้าซื้อหุ้นบริษัทต่าง ๆ จากกลุ่มผู้ถือหุ้นหลักของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการดำเนินกิจการ รวมทั้งสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงาน
- ปี 2549 ขยายตลาดสู่เกมแนว Casual ด้วยการเปิดให้บริการเกม “Audition” ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมาก และยังคงครองอันดับ 1 ของเกมเด่นในประเทศไทยจนถึงวันนี้ และในปีเดียวกัน บริษัทฯ ยังได้ลงทุนเปิดบริษัท Asiasoft Online Pte. Ltd. ในประเทศสิงคโปร์ นับเป็นก้าวแรกในการขยายตลาดสู่

รับรองความถูกต้อง

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

- ปี 2554 ขยายธุรกิจออนไลน์ที่นอกเหนือจากการให้บริการเกมออนไลน์ ด้วยการลงทุนในบริษัท ไทยแวร์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ผู้ให้บริการเว็บไซต์ www.thaiware.com ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านไอที และเป็นแหล่งดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ทั้งของไทยและต่างประเทศ โดยได้รับการจัดอันดับโดย Truehits ให้เป็นเว็บไซต์ทำด้านไอทีอันดับ 1 และยังเป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่จำหน่ายซอฟต์แวร์ อุปกรณ์ไอที และแกดเจ็ตอีกด้วย
- ปี 2555 ขยายตลาดสู่ประเทศมาเลเซีย ด้วยการลงทุนในบริษัท CIB Development Sdn. Bhd.
- ปี 2557 ก้าวเข้าสู่ตลาดเกมโมบายล์ เพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมใช้สมาร์ทโฟนเพิ่มมากขึ้น และด้วยกระแสความนิยมของสื่อออนไลน์และการทำตลาดบนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัทฯ จึงขยายธุรกิจด้านเอเจนซีการตลาดดิจิทัลด้วยการจัดตั้งบริษัท ธิงค์พลัส ดิจิตอล จำกัด เพื่อให้บริการด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัลแบบครบวงจรแก่ลูกค้าองค์กรต่าง ๆ รวมถึงบริษัทในเครือ นอกจากนี้ในปีเดียวกัน ได้มุ่งสู่ธุรกิจการผลิตเนื้อหาดิจิทัลด้วยการร่วมลงทุนภายใต้บริษัท มิวรินทร์ อินโนเวชั่น จำกัด เพื่อพัฒนาเกมออนไลน์และเกมโมบายล์ รวมถึงแอปพลิเคชันต่าง ๆ จากฝีมือคนไทย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงรุกตลาดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วยการขยายตลาดสู่ประเทศฟิลิปปินส์ จากการเข้าซื้อกิจการในบริษัท Level Up!, Inc.
- ปี 2560 ร่วมลงทุนในบริษัท สกายเน็ต ซิสเต็มส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทเทคโนโลยีการเงินรูปแบบใหม่ (FinTech Startup) เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการซื้อขายหุ้นและหลักทรัพย์ ถือเป็นการต่อยอดทางธุรกิจใหม่ของบริษัท

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มเอเชียซอฟท์ (กลุ่มบริษัทฯ) ประกอบด้วยบริษัทต่างๆ รวม 15 บริษัท

ดังนี้

ASIASOFT
(ทุนชำระ: 409.87 ล้านบาท)

ประเทศไทย ต่างประเทศ



กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจหลักเกี่ยวกับการให้บริการด้านความบันเทิงออนไลน์ ดังนี้

กลุ่มบริษัทฯ	ประเทศ	ประเภทธุรกิจหลัก
1. บมจ. เอเชียซอฟท์ คอร์ปอเรชั่น “AS”)	ไทย	ให้บริการเกมออนไลน์และจัดจำหน่ายเกมพีซีในประเทศไทย
2. บจก. เอเชียซอฟท์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล (“ASI”)	ไทย	เพื่อการลงทุนในต่างประเทศ
3. บจก. เพลย์พาร์ค (“Playpark”)	ไทย	ให้บริการเกมออนไลน์รูปแบบโมบายในประเทศไทย
4. บจก. เอ แคปปิตอล (“A Capital”)	ไทย	เพื่อการลงทุนในประเทศ
5. บจก. ไทยแวร์ คอมมิวนิเคชั่น (“Thaiware”)	ไทย	ให้บริการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและจำหน่ายซอฟต์แวร์และอุปกรณ์ไอทีบนเว็บไซต์ รวมทั้งให้บริการดาวน์โหลดซอฟต์แวร์และบริการโฆษณาในเว็บไซต์ “www.thaiware.com”
6. Asiasoft Online PTE LTD. (“ASO”)	สิงคโปร์	ให้บริการเกมออนไลน์และเป็นตัวแทนจำหน่ายเกมของ ASO ในการให้บริการเกมออนไลน์โดยการจัดจำหน่ายบัตรเติมเงินในประเทศสิงคโปร์
7. AS Online SDN.BHD. (“ASM”)	มาเลเซีย	หยุดดำเนินการชั่วคราว
8. PT. Asiasoft (“ASID”)	อินโดนีเซีย	ให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศอินโดนีเซีย
9. CIB Development SDN. BHD. (“CIB”)	มาเลเซีย	ให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศมาเลเซีย
10. บจก.เพลย์ไฮเบอร์เนต (“PCG”)	ไทย	ให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศไทย
11. บจก. ริงค์พลัส ดิจิตอล	ไทย	ให้บริการด้านการตลาดผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และขายสื่อโฆษณา
12. Level Up! Inc.	ฟิลิปปินส์	ให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศฟิลิปปินส์
13. บจก. มีริน อินโนเวชั่น	ไทย	พัฒนาเกมโมบายล์

รับรองความถูกต้อง

14. Pomelo Network Pte. Ltd.	สิงคโปร์	พัฒนาแอปพลิเคชัน
15. บจก. สกายเน็ต ซิสเต็มส์	ไทย	พัฒนาแอปพลิเคชันด้านการซื้อขายหุ้นและหลักทรัพย์

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

- ไม่มี -

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้จากแต่ละสายผลิตภัณฑ์หรือกลุ่มธุรกิจ

รายได้ของกลุ่มบริษัทฯ แบ่งตามประเภทธุรกิจได้ 3 ประเภท ดังนี้

ประเภทรายได้	2560		2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รายได้จากการให้บริการเกมออนไลน์	760	91	867	90
2. รายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่าย	19	2	28	3
3. รายได้อื่นๆ	56	7	72	7
รวม	835	100	967	100

รายได้ของกลุ่มบริษัทฯ แบ่งตามภูมิศาสตร์ได้ 2 ประเภท ดังนี้

ประเภทรายได้	2560		2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รายได้จากการดำเนินงานในไทย	476	57	468	48
2. รายได้จากการดำเนินงานในต่างประเทศ	359	43	499	52
รวม	835	100	967	100

2.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.2.1 ลักษณะการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ

กลุ่มบริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการด้านความบันเทิงออนไลน์ (Online Entertainment Service) ที่เกี่ยวกับเกมออนไลน์ (Online Game) ชำนาญในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีชื่อเสียงที่ได้รับการยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กลุ่มบริษัทฯ เปิดให้บริการเกมออนไลน์ครั้งแรกในไทยเมื่อปี 2546 ด้วยเกม “Ragnarok Online” ซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูง และในปี 2551 ได้เปิดให้บริการเกม “MapleStory” ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดีจากเกมเมอร์ในประเทศ สิงคโปร์ ถือเป็นก้าวสำคัญที่ทำให้บริษัทฯ เป็นที่รู้จักในฐานะหนึ่งในผู้ให้บริการเกมออนไลน์ชั้นนำในไทย จนกระทั่งปัจจุบัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 มีเกมออนไลน์ที่เปิดให้บริการทั้งบนแพลตฟอร์มพีซีและโมบายล์ รวม 36 เกม ใน 5 ประเทศ คือ ไทย (15 เกม) สิงคโปร์ (6 เกม) มาเลเซีย (19 เกม) ฟิลิปปินส์ (11 เกม) และอินโดนีเซีย (11 เกม) โดยในช่วง

รับรองความถูกต้อง

3 ปีที่ผ่านมา การให้บริการเกมออนไลน์ถือเป็นธุรกิจหลักที่สร้างรายได้ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ในสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 80 - 85 ของรายได้ทั้งหมด

การให้บริการเกมออนไลน์ในแต่ละประเทศจะดำเนินการผ่านบริษัทที่จัดตั้งขึ้นในประเทศนั้น ๆ ซึ่งแต่ละบริษัทจะมีระบบเซิร์ฟเวอร์เป็นของตนเอง เพื่อให้บริการแก่ผู้เล่นเกมในแต่ละประเทศ และสามารถรองรับผู้เล่นเกมจำนวนมากพร้อมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการให้บริการเกมออนไลน์ ซึ่งผู้เล่นสามารถเติมเงินเข้าเกมผ่านบริการต่าง ๆ ดังนี้

- บัตรเติมเงินล่วงหน้าที่ยื่นออกโดยกลุ่มบริษัทฯ ได้แก่ บัตร @Cash และบัตร LevelUp ซึ่งจำหน่ายในรูปแบบบัตรพลาสติกและบัตรอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าปลีกชั้นนำทั่วภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- บัตรเติมเงินโทรศัพท์หรือบัตรเงินสดที่ยื่นออกโดยผู้ให้บริการมือถือในแต่ละประเทศ ได้แก่ บัตรเงินสด One-2-Call! และบัตรเงินสด true money ซึ่งจำหน่ายในรูปแบบบัตรพลาสติกและบัตรอิเล็กทรอนิกส์
- การชำระผ่านบัตรเครดิตและบัตรเครดิตที่ได้รับการรับรองจาก Visa และ MasterCard
- Internet Banking ของ 5 ธนาคารในไทย ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์
- การชำระผ่านกระเป๋าเงิน Rabbit LINE Pay
- การชำระผ่านบัญชี PayPal
- การชำระผ่านบริการ SMS ในประเทศที่เปิดให้บริการ

ทั้งนี้ บริการที่กล่าวมาข้างต้น สามารถใช้ได้กับเกมออนไลน์ทุกเกมที่กลุ่มบริษัทฯ ให้บริการในแต่ละประเทศ และยังสามารถใช้เติมเงินเกมออนไลน์ของบริษัทอื่นที่เข้าร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับกลุ่มบริษัทฯ ด้วย

สำหรับเกมบนแพลตฟอร์มโมบายล์ ผู้เล่นสามารถเติมเงินเข้าเกมผ่านช่องทางการชำระเงินของ App Store สำหรับระบบปฏิบัติการ iOS และ Google Play สำหรับระบบปฏิบัติการ Android

ในปี 2558 ที่ผ่านมา บริษัทฯ เพิ่มช่องทางการให้บริการเกมออนไลน์ผ่านระบบ PlayMall ซึ่งทำหน้าที่เสมือนกระเป๋าสตางค์กลาง สำหรับใช้จ่ายซื้อไอเทมและบริการต่าง ๆ ของ Playpark มุ่งเน้นความสะดวกและความสะดวกในการเติมเงินของผู้เล่นเกมจากทั่วภูมิภาคอาเซียน โดยรองรับสกุลเงินต่าง ๆ เช่น ดอลลาร์สหรัฐ, บาท (ไทย), รिंगิต (มาเลเซีย), ดอลลาร์สิงคโปร์, ดอง (เวียดนาม), เปโซ (ฟิลิปปินส์) และรูเปีย (อินโดนีเซีย) โดยผู้เล่นสามารถใช้บริการช่องทางการเติมเงินข้างต้น เพื่อเติมเงินเข้ากระเป๋าสตางค์กลางของระบบ PlayMall

นอกจากนี้ เพื่อสนับสนุนการให้บริการเกมออนไลน์ กลุ่มบริษัทฯ จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลเกมออนไลน์เพื่อตอบปัญหาและข้อสงสัยด้านเทคนิคและวิธีเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์ (Call Center) ทุกวัน เวลา 11.00 - 20.00 น. และทางอีเมล (Email) ตลอด 24 ชั่วโมง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทฯ เปิดให้บริการเกมออนไลน์รวม 36 เกม ใน 5 ประเทศ ดังนี้

เกมออนไลน์	ประเภทเกม ^ก	รูปแบบการคิดค่าบริการ ^ข
1. MapleStory	MMORPG	Item Sale
2. Yulgang	MMORPG	Item Sale
3. Cabal II	MMORPG	Item Sale
4. Perfect World	MMORPG	Item Sale
5. Granado Espada	MMORPG	Item Sale
6. Cabal	MMORPG	Item Sale
7. TLBB	MMORPG	Item Sale
8. Dragon Nest	MMORPG	Item Sale
9. Tales Runner	MMORPG	Item Sale
10. Elsword	MMORPG	Item Sale
11. Zone4	MMORPG	Item Sale
12. Moxiang	MMORPG	Item Sale
13. Luna Online	MMORPG	Item Sale
14. RAN Online	MMORPG	Item Sale
15. Rising Force Online	MMORPG	Item Sale
16. Wulin Online	MMORPG	Item Sale
17. Audition	Casual	Item Sale
18. Super Dancer Online Xtreme	Casual	Item Sale
19. Tales Runner	Casual	Item Sale
20. Mission Against Terror 2	FPS	Item Sale
21. Special Force 2	FPS	Item Sale
22. Special Force	FPS	Item Sale
23. Dragonica Mobile	Mobile	Item Sale
24. Dragon Encounter	Mobile	Item Sale
25. The Heroes	Mobile	Item Sale

รับรองความถูกต้อง

26. Destiny of Thrones	Mobile	Item Sale
27. Genki Heroes	Mobile	Item Sale
28. Disney Catch Catch	Mobile	Item Sale
29. Fantasy Squad	Mobile	Item Sale
30. Disney Magic Kingdom	Mobile	Item Sale
31. Super Slug	Mobile	Item Sale
32. War of Heroes	Mobile	Item Sale
33. Puzzle Guardians	Mobile	Item Sale
34. Dice Legend	Mobile	Item Sale
35. Toykart	Mobile	Item Sale
36. Kung Fu All-Star	Mobile	Item Sale
รวม 36 เกม		

หมายเหตุ :

¹1. Massively Multiplayer Online Role-Playing Game (MMORPG) คือเกมออนไลน์ที่สามารถรองรับผู้เล่นเกมได้พร้อมกันเป็นจำนวนมาก โดยผู้เล่นทุกคนสามารถมีปฏิสัมพันธ์กันในโลกของเกมได้พร้อมกัน (Real-Time Interaction) ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้เล่นแข่งขันหรือผูกมิตรกันได้เสมือนอยู่ในโลกแห่งความจริง โดยเนื้อหาของเกมส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับการต่อสู้ผจญภัยเพื่อป้องกันตัวหรือในภาวะสงคราม มีลักษณะทั่วไปดังนี้

- ผู้เล่นจะเล่นเป็นตัวละครหนึ่งหรือหลายตัวในเวลาเดียวกัน โดยใช้ระบบการควบคุมตัวละครหลายตัว (Multi Character Control System : MCC) ซึ่งแต่ละตัวจะมีบทบาทต่อเนื่อง และมีจุดเด่นจุดด้อยที่แตกต่างกันไป
- ผู้เล่นสามารถเพิ่มประสบการณ์ (Level) และเก็บสะสมอุปกรณ์ต่าง ๆ (Item) เช่น อาวุธ หรือคະแนน เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งของตัวละคร ทำให้มีลักษณะที่แตกต่างจากตัวละครตัวอื่น และสามารถแลกเปลี่ยนซื้อขายไอเทมในเกมได้
- ลักษณะการดำเนินชีวิตของตัวละครจะอ้างอิงเหตุการณ์เสมือนสังคมในชีวิตจริง เช่น การแต่งงาน การรับตัวละครอื่นเป็นลูกศิษย์หรืออาจารย์ การรวมกลุ่มกันเพื่อต่อสู้กับฝ่ายตรงข้าม เป็นต้น
- การเล่นเกมจะไม่มีผลแพ้หรือชนะ แต่จะต่อเนื่องไปตามเนื้อเรื่องของเกมที่ไม่วันสิ้นสุด
- ผู้เล่นโดยส่วนใหญ่มีความภักดีต่อเกม ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากลักษณะของเกมที่จะกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้เล่น โดยจะใช้เวลาในการเล่นเกมนานขึ้นเรื่อยๆ เพื่อเก็บประสบการณ์หรือเลเวลในเกม

รับรองความถูกต้อง

^๒2. Casual Game คือเกมออนไลน์ที่มีตัวการ์ตูนน่ารัก สีสันสดใส มักเป็นเกมเล่นง่ายที่ผู้เล่นเกมไม่ต้องใช้เวลาหรือทักษะในการเล่นมากนัก และสามารถเล่นจบในเวลาอันสั้น ซึ่งเหมาะสำหรับการเล่นเพื่อผ่อนคลาย

^๓3. First-Person Shooting คือเกมออนไลน์แนวยิงต่อสู้กันโดยใช้อาวุธปืนเป็นหลัก แข่งกันโดยแบ่งเป็นทีมแล้วช่วยกันต่อสู้ในโหมดต่าง ๆ มีเวลาจำกัดในแต่ละภารกิจ

^๔4. Web-based Game คือเกมออนไลน์ที่เล่นบนเว็บเบราว์เซอร์โดยไม่จำเป็นต้องติดตั้งโปรแกรมก่อนใช้งาน

^๕5. MOBA คือเกมออนไลน์ที่ผู้เล่นแต่ละคนจะควบคุมเพียงตัวละครของตัวเองเท่านั้น และแบ่งเป็นสองฝ่ายโจมตีกัน

^๖6. Mobile Game คือเกมที่สามารถเล่นได้บนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สมาร์ททีวี ทีวีจอใหญ่ แท็บเล็ต เป็นต้น โดยมีรูปแบบการเล่นที่ไม่ซับซ้อน และใช้เวลาในการเล่นแต่ละครั้งไม่มาก

^๗1. Airtime Sale คือการคิดค่าบริการเกมตามระยะเวลาการเล่น

^๘2. Item Sale คือการคิดค่าบริการเกมจากการขายไอเทมในเกม

^๙3. Hybrid Sale คือการคิดค่าบริการรวมทั้ง 2 รูปแบบ

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีรายได้จากค่าสมาชิก @Cafe ซึ่งเรียกเก็บจากร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ในประเทศไทย มี 2 ประเภท คือ สมาชิกที่จ่ายเงินสมัครเป็นรายปีเพื่อรับสิทธิประโยชน์จากทุกเกม และสมาชิกที่สมัครฟรีและได้รับสิทธิประโยชน์บางเกม โดยสมาชิก @Cafe จะได้รับสิทธิพิเศษ IP Bonus เมื่อเข้าเล่นเกมพีซีที่กลุ่มบริษัทฯ เปิดให้บริการผ่านร้านของตนเอง และได้รับสิทธิประโยชน์อื่น ๆ เช่น ของตกแต่งร้านและไอเทมเกมต่าง ๆ เพื่อนำไปทำกิจกรรมหรือแจกให้ผู้เล่นในร้าน เป็นต้น

เกมออนไลน์ คือ เกมคอมพิวเตอร์ที่ใช้เล่นบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้เล่นสามารถแข่งขันและสนทนา (Chat) กับบุคคลอื่นที่อยู่ในเกมได้ทันที ผ่านระบบ Server ซึ่งทำหน้าที่เก็บโปรแกรมเกมหลักและข้อมูลส่วนใหญ่ของผู้เล่นเกม โดยผู้ให้บริการเกมออนไลน์จะให้บริการแก่ผู้เล่นที่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน ที่ได้ติดตั้งโปรแกรมเครื่องลูกข่าย เชื่อมโยงกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และได้เข้าลงทะเบียนเพื่อเล่นเกมผ่านทางเว็บไซต์เกมออนไลน์

การให้บริการเกมออนไลน์เป็นธุรกิจที่สร้างรายได้หลักให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ร้อยละ 80-85 ของรายได้ทั้งหมดในปีที่ผ่านมา โดยกลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินงานเต็มรูปแบบเพื่อให้บริการเกมออนไลน์แก่ผู้เล่นเกมในแต่ละประเทศ เริ่มตั้งแต่การจัดซื้อลิขสิทธิ์เกม การทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ การจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลเกมและเครือข่ายรับชำระเงิน และที่สำคัญจะต้องจัดเตรียมระบบคอมพิวเตอร์สำหรับให้บริการ ได้แก่ ระบบเซิร์ฟเวอร์ อุปกรณ์ และ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ รวมถึงการจัดทำเว็บไซต์เกมออนไลน์ ทั้งนี้ บริษัทในแต่ละประเทศจะมีระบบเซิร์ฟเวอร์เป็นของตนเองแยกออกจากกัน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทฯ ให้บริการเกมใน 5 ประเทศ รวม 36 เกม ดังนี้

ประเทศที่ให้บริการ	จำนวน (เกม)	เกมออนไลน์ที่ให้บริการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560
ไทย	15	Yulgang, Granado Espada, Dragon Nest, Elsword, Cabal II, Audition, Tales Runner, Luna Online, RAN Online, Dragon Encounter, Destiny of Thrones, The Heroes, Fantasy Squad, War of Heroes, Toykart
สิงคโปร์	6	MapleStory, Audition, Special Force 2, Special Force, Dragonica Mobile, Dragon Encounter
มาเลเซีย	19	TLBB, Super Dancer Online Xtreme, Mission Against Terror 2, Moxiang, Zone4, Special Force, Special Force 2, Wulin Online, Dragonica Mobile, Dragon Encounter, Disney Catch Catch, Puzzle Guardians, Super Slug, Disney Magic Kingdom, Destiny of Thrones, Kung Fu All-Star, Genki Heroes, Mahjong Kaki 3P, 168 Slot
ฟิลิปปินส์	11	Perfect World, Cabal, Special Force, Special Force 2, Audition, Dragon Encounter, Destiny of Thrones, Luna Online, War of Heroes, Dice Legend, Rising Force Online
อินโดนีเซีย	11	Special Force, Zone4, Dragonica Mobile, Dragon Encounter, Disney Catch Catch, Puzzle Guardians, Disney Magic Kingdom, Super Slug, Destiny of Thrones, Toykart, War of Heroes

หมายเหตุ : มีบางเกมเปิดให้บริการในหลายประเทศ ทำให้จำนวนรวมมากกว่า 36 เกม

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังดำเนินธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการให้บริการเกมออนไลน์ ได้แก่ www.playpark.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ Game Portal ที่เป็นศูนย์รวมและจุดเชื่อมโยงไปยังเกมต่างๆ ทั้งเกมออนไลน์และเกมพีซี เป็นศูนย์รวมการดาวน์โหลดทุกเกมของกลุ่มบริษัท และเป็นแหล่งชุมชนผู้เล่นเกม อัปเดตข่าวสารเกี่ยวกับเกม รวมถึงแลกเปลี่ยนข้อมูล รูปภาพ และความคิดเห็น

กลุ่มบริษัทฯ ลงทุนในบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านไอที ได้แก่ www.thaiware.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่เป็นศูนย์รวมด้านไอที และยังเป็นแหล่งดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ต่างๆ ทั้งของไทยและต่างประเทศ ทั้งที่จำหน่ายและฟรี ตลอดจนเป็นแหล่งชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร

รับรองความถูกต้อง

กลุ่มบริษัทฯ จัดตั้งบริษัทใหม่ภายใต้ชื่อ บริษัท เพลย์ไชเบอร์เกมส์ จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศไทย เมื่อเดือนกรกฎาคม 2555 ด้วยทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว 20 ล้านบาท บริษัทฯ ถือหุ้น 100% ของทุนจดทะเบียน

ในปี 2556 กลุ่มบริษัทฯ ลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท ริงค์พลัส ดิจิตอล จำกัด ซึ่งประกอบกิจการให้บริการด้านการตลาดผ่านเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต และให้บริการขายสื่อโฆษณา ด้วยทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว 5 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ถือหุ้นในอัตราร้อยละ 60 ของทุนจดทะเบียน ซึ่งการลงทุนในริงค์พลัสเป็นการสนับสนุนธุรกิจหลักของบริษัทฯ ให้เติบโตและแข็งแกร่งยิ่งขึ้น

เมื่อต้นปี 2557 กลุ่มบริษัทฯ ลงทุนซื้อหุ้นสามัญของบริษัท Level Up! Inc. ซึ่งประกอบกิจการให้บริการด้านเกมออนไลน์ในประเทศฟิลิปปินส์ ด้วยทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว 103 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ถือ 100% ของทุนจดทะเบียน บริษัทฯ เห็นว่า Level Up! มีศักยภาพในการดำเนินการให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศฟิลิปปินส์ ตลอดจนมีทีมงานที่มีความชำนาญ ซึ่งจะเป็นการสนับสนุนธุรกิจหลักของบริษัทฯ ให้เติบโตและแข็งแกร่งยิ่งขึ้น และเป็นการเพิ่มแหล่งรายได้ในต่างประเทศให้แก่กลุ่มบริษัทฯ

กลุ่มบริษัทฯ คิดค่าบริการเกมออนไลน์จากผู้เล่นเกมในลักษณะการขาย Item ในเกม (Item Sale) : ผู้ให้บริการเกมจะอนุญาตให้ผู้เล่นเกมสามารถเข้ามาเล่นเกมได้ฟรี เพื่อที่จะเสนอขาย Item ในเกม เช่น อาวุธ เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับ ให้แก่ผู้เล่นเกม ทั้งนี้ ผู้เล่นเกมมีสิทธิที่จะซื้อหรือไม่ซื้อ Item ก็ได้ โดย Item ที่ขายได้จะเป็นค่าบริการเกมของกลุ่มบริษัทฯ ทั้งนี้ ราคาขาย Item จะขึ้นอยู่กับประเภทและความนิยมของเกม ในแต่ละประเทศที่ให้บริการ นโยบายการตลาดในแต่ละช่วงเวลา และจำนวนไอเทม ที่เสนอขาย ซึ่งโดยส่วนใหญ่ราคาของไอเทมจะมีราคาที่ถูกลงเมื่อซื้อเป็นแพ็คเกจ

ปัจจุบัน สัดส่วนการคิดค่าบริการในตลาดเกมออนไลน์ทั่วโลกได้เปลี่ยนจาก Air Time Sale เป็น Item Sale เป็นส่วนมาก โดยผู้ให้บริการเกมเชื่อว่าการให้บริการเล่นเกมฟรีก่อน จะสามารถดึงดูดให้ผู้เล่นเกมทั้งกลุ่มเดิมและกลุ่มใหม่เข้ามาทดลองเล่นเกม ซึ่งจะเพิ่มโอกาสให้กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขาย Item มากยิ่งขึ้น

2.2.2 การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

กิจกรรมทางการตลาด

กลุ่มบริษัทฯ ใช้ชื่อ “เอเชียซอฟท์” หรือ “Asiasoft” เป็นชื่อทางการค้ามาตั้งแต่เริ่มดำเนินธุรกิจในปี 2544 ซึ่งต่อมาได้กลายเป็นชื่อที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในหมู่นักเล่นเกมทั่วทั้งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในฐานะผู้นำในการให้บริการเกมออนไลน์ ทั้งในด้านการคัดสรรเกมชั้นนำ การทำการตลาดเพื่อรักษาสถานะผู้เล่นเกม รวมทั้งความน่าเชื่อถือของระบบเครื่องมือช่วยในการให้บริการ

โดยกิจกรรมทางการตลาดนับเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะสื่อสารให้ลูกค้ารับทราบและเข้าใจในบริการและเกมออนไลน์ที่กลุ่มบริษัทฯ ได้นำเสนอ รวมทั้งได้ตระหนักว่ากลุ่มบริษัทฯ เป็นส่วนหนึ่งของความบันเทิงในชีวิตประจำวันที่ราคาถูกลงและหาซื้อได้ง่าย นอกเหนือจากการเปิดตัวเกมแล้ว กิจกรรมทางการตลาดยังรวมถึงกิจกรรมเพื่อเสริมสร้าง

รับรองความถูกต้อง

ฐานะทางการตลาด ภาพลักษณ์องค์กร และเพื่อสังคม นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังได้สำรวจตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของผู้เล่นเกม ซึ่งช่วยให้การจัดทำกิจกรรมทางการตลาดมีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า อีกทั้งยังจัดกิจกรรมการตลาดร่วมกับร้านตัวแทนจำหน่ายและร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ เพื่อให้ร้านดังกล่าวเข้าใจเกมออนไลน์ การบริการ และกลยุทธ์ทางด้านราคาของกลุ่มบริษัทฯ

การจัดจำหน่าย

ในการให้บริการเกมออนไลน์ กลุ่มบริษัทฯ จะจัดจำหน่ายสินค้า คือ บัตรเติมเงินล่วงหน้า @Cash และร่วมมือกับผู้ให้บริการในรูปแบบต่างๆ เพื่อรับชำระค่าบริการเติมเงินเข้าเกม โดยกลุ่มบริษัทฯ เชื่อว่าการจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพเป็นช่องทางสำคัญที่จะนำบริการเกมออนไลน์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว สำหรับผู้เล่นเกมในประเทศไทยสามารถเติมเงินเข้าเกมออนไลน์ของบริษัทฯ ด้วยบัตรเติมเงินล่วงหน้า@Cash, บัตรเงินสด One-2-Call, บัตรเงินสด truemoney, บัตรเครดิต, บัตรเดบิต, อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และการชำระผ่านกระเป๋าเงิน Rabbit LINE Pay รายละเอียดดังนี้

ประเทศไทย :

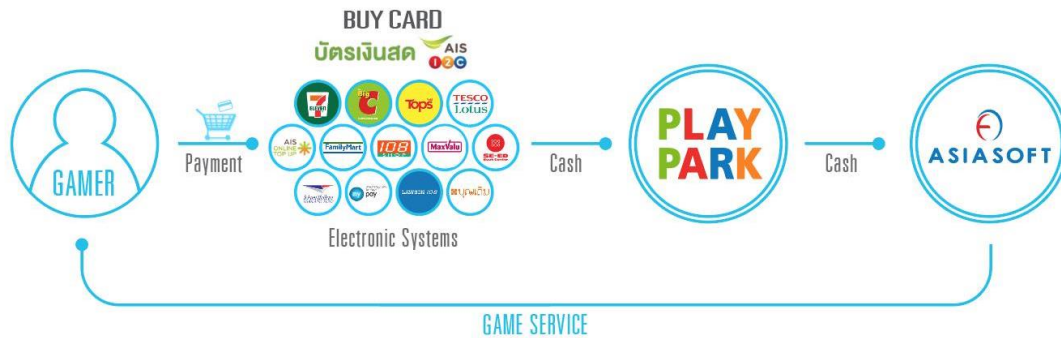
@Cash

บัตรเติมเงินล่วงหน้า @Cash คือ บัตรเติมเงินล่วงหน้าที่ผู้เล่นเกมจ่ายเงินเพื่อซื้อรหัสแล้วจะได้รับหมายเลข (Serial No.) และรหัส (Password) โดยจะได้รับเงินเสมือนจริงเพื่อใช้ซื้อ Item ในเกมทุกเกมหรือเติมเงินเข้ากระเป๋าเงิน PlayMall ของบริษัท นอกจากนี้เงินเสมือนจริง @Cash ยังใช้ชำระค่าบริการเกมออนไลน์ที่ให้บริการโดยบริษัทที่ร่วมเป็นพันธมิตรกับกลุ่มบริษัทฯ ได้ด้วย



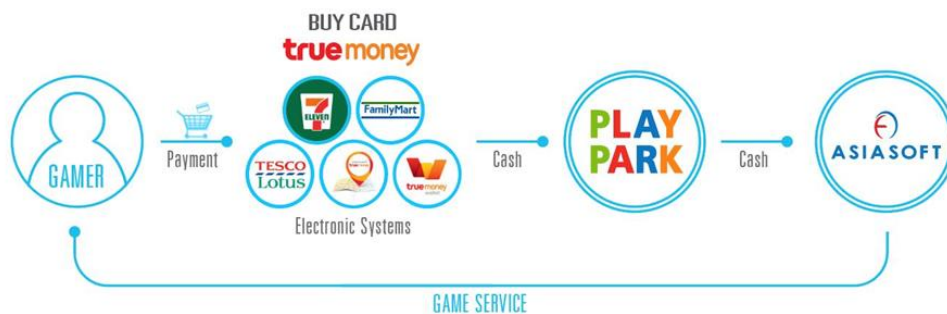
One-2-Call!

บริษัทฯ ร่วมมือกับบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ผู้ให้บริการบัตรเงินสด One-2-Call! เพื่อให้ผู้เล่นเกมมีความสะดวกในการเติมเงินมากขึ้น โดยผู้เล่นเกมสามารถซื้อบัตรเงินสด One-2-Call! ได้จากร้านสะดวกซื้อต่างๆ แล้วนำมาเติมเงินเข้าเกมได้เช่นเดียวกับบัตร @Cash



บัตรเงินสด True Money

บริษัทฯ ร่วมมือกับ บริษัท ทรูมันนี่ จำกัด ผู้ให้บริการบัตรเงินสด True Money ซึ่งเป็นบัตรที่ได้รับความนิยมในการใช้เติมเงินเกมมากที่สุดในประเทศไทย โดยผู้เล่นเกมสามารถซื้อบัตรเงินสด True Money ได้จากร้านสะดวกซื้อต่างๆ และนำมาเติมเงินได้เช่นเดียวกับบัตร @Cash



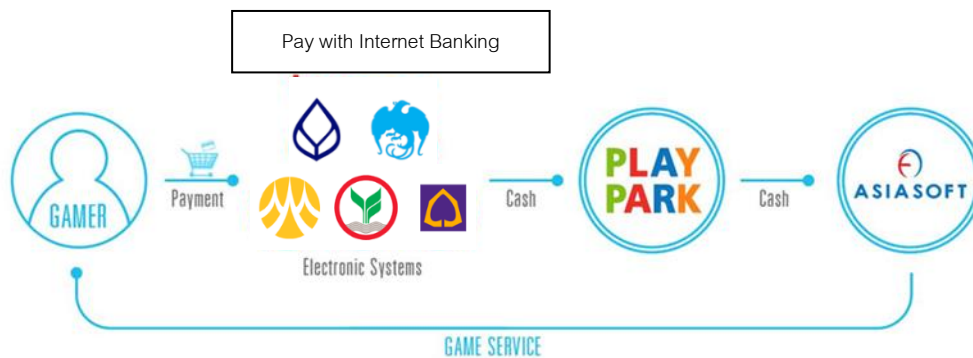
บัตรเดบิต และ บัตรเครดิต

บริษัทฯ ได้เปิดรับชำระการเติมเงินเข้าเกมผ่านบัตรเดบิตที่รองรับการทำธุรกรรมผ่านระบบออนไลน์ และบัตรเครดิตของสถาบันการเงินในประเทศไทย ซึ่งได้รับการรับรองจาก Visa และ MasterCard



บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต

บริษัทฯ เปิดรับชำระการเติมเงินเข้าเกมโดยตัดบัญชีธนาคารผ่านระบบ Internet Banking ได้ 5 ธนาคาร คือ ธนาคารกรุงเทพ, ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกรุงไทย, ธนาคารกสิกรไทย, และ ธนาคารไทยพาณิชย์



Rabbit LINE Pay

บริษัทฯ ร่วมมือกับ บริษัท ไลน์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันเมสเซนเจอร์ LINE ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดในประเทศไทย โดยผู้เล่นเกมสามารถเติมเงินเข้ากระเป๋าสิน PlayMall ของบริษัทฯ ได้อย่างสะดวกผ่านกระเป๋าสิน Rabbit LINE Pay



มาเลเซีย :

- Online Credit Card : ข่ายบัตรเครดิตทรอนิก @Cash ผ่านเว็บไซต์ passport.asiasoftsea.com หรือ www.paypal.com โดยชำระเงินผ่านบัตรเครดิต
- MOL e-Pin : ข่ายบัตรเครดิตทรอนิก @Cash ผ่าน MOLPoints ซึ่งเป็นระบบเติมเงินออนไลน์ผ่านเว็บ www.offgamers.com หรือเติมเงินที่ร้านค้าที่มีสัญลักษณ์ E-Pay Service
- @Cash on Mobile : ข่ายบัตรเครดิตทรอนิก @Cash ผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยผู้เล่นเกมชำระเงินผ่านระบบเครือข่าย Maxis

สิงคโปร์ :

- Self-Service Automated Machine : ผู้เล่นเกมสามารถซื้อโค้ด @Cash ผ่านเครื่องทำธุรกรรม AXS Station และ S.A.M. ซึ่งรับชำระค่าบริการผ่านบัตรเครดิตหรือเดบิตด้วยระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยจะติดตั้งอยู่ในย่านชุมชน เช่น สถานีรถไฟฟ้า MRT และศูนย์การค้า
- Mobile Service : จำหน่ายโค้ด @Cash ผ่านช่องทาง SMS ของ SingTel (GXCredits)
- Online Payment : จำหน่ายโค้ด @Cash ผ่านทางหน้าเว็บไซต์ อาทิ MOL AccessPortal และ OffGamers
- Direct Top-up : ผู้เล่นสามารถซื้อและเติมเงิน @Cash ผ่านทางบัญชี PayPal บัตรเครดิต Visa และ MasterCard และบัตรเดบิต eNETS
- Physical Prepaid Card : บัตรเติมเงิน @Cash มีจำหน่ายที่ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven และ NTUC Cheers ซึ่งเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง นอกจากนี้ยังมีจำหน่ายที่ร้านค้าปลีกและอินเทอร์เน็ตคาเฟ่
- @Global Game : บริการที่ทำให้ผู้เล่นเกมในโซนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สามารถเล่นเกมภายใต้เซิร์ฟเวอร์เดียวกัน แข่งขันเกมกันผ่าน SEA Online Games Tournaments และสามารถซื้อ @Cash จากทั่วภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้โดยผ่านระบบชำระเงินของเอเชียซอฟท์

อินโดนีเซีย :

- GudangVoucher : การชำระผ่านระบบ ออนไลน์ ที่ผู้ใช้บริการ สามารถเติมเงินเข้าเพื่อจ่ายค่าบริการ ต่างๆ เช่น ค่าโทรศัพท์, ค่าลิขสิทธิ์โปรแกรม, ค่าบริการต่างๆ รวมถึงการเติมเงินเข้าเกม
- Indomog: บริการ ชำระเงินที่เน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้เล่นเกมในร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ โดยสามารถชำระเงินได้หลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นบัตร Voucher, บัตรเครดิต Visa และ MasterCard หรือโอนเงินผ่านธนาคาร
- Mimopay: กลุ่มบริษัทโทรคมนาคม Telkomsel, XL Axiata และ Three Hutchison ร่วมกันเปิดช่องทางให้ผู้เล่นเกมซื้อบัตรเติมเวลาเล่นเกม (Airtime Vouchers) โดยชำระเงินผ่านกระเป๋าเงิน MIMO และ Mandiri e-cash ซึ่งสามารถเติมเงินผ่านบริการอีแบงก์กิ้ง หรือผ่านตู้เอทีเอ็มของธนาคาร นอกจากนี้ Mimopay ยังร่วมมือกับ 7-Eleven ในการจำหน่ายบัตรเติมเงินเข้าเกมอีกด้วย

ฟิลิปปินส์ :

- Sale via POS : จำหน่าย @Cash ทั้งแบบบัตรเติมเงินและบัตรอิเล็กทรอนิกส์ผ่านร้านค้าต่าง ๆ ได้แก่ ร้าน MINISTOP (บัตรเติมเงิน) 7-Eleven (บัตรเติมเงินและบัตรอิเล็กทรอนิกส์) และ Cebuana Lhuillier (บัตรอิเล็กทรอนิกส์)
- Sale via Debit Card : ePLUS จำหน่ายบัตรอิเล็กทรอนิกส์ @Cash โดยให้ชำระเงินผ่านบัตรเดบิต
- Sale via Customized Platform : ALL SERVE จำหน่ายบัตรเติมเงินและบัตรอิเล็กทรอนิกส์ @Cash ผ่านระบบเติมเงินของตัวเอง
- Sale on Web Platform : จำหน่ายบัตรเติมเงิน บัตรรายเดือน และบัตรอิเล็กทรอนิกส์ @Cash ผ่านเว็บไซต์และระบบเรียกเก็บเงิน ได้แก่ GAMEX จำหน่ายบัตรรายเดือนและบัตรเติมเงิน Smart/Sun ซึ่งแปลงเป็นโค้ด @Cash ได้ GAMER จำหน่ายบัตรเติมเงินของ Globe ซึ่งแปลงเป็นโค้ด @Cash ได้เช่นกัน ส่วนเว็บไซต์ Load Central, LoadXtreme, Offgamers และ PONDO จำหน่าย @Cash ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์

2.2.3 กลยุทธ์การแข่งขัน

การกระจายการลงทุนในธุรกิจเกมออนไลน์ไปยังหลายประเทศที่มีศักยภาพ

ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ เผยแพร่เกมออนไลน์ไปยัง 6 ประเทศ/กลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และอินโดจีน (เวียดนาม พม่า และกัมพูชา) เพื่อลดความเสี่ยงจากการลงทุนภายในประเทศ หรือในประเทศใดประเทศหนึ่ง โดยมีกลยุทธ์การบริหารจัดการในระดับภูมิภาคที่ช่วยให้สามารถลดต้นทุนการดำเนินงาน ทั้งจากการร่วมกันจัดซื้อลิขสิทธิ์เกมออนไลน์ คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการใช้ทรัพยากรบุคคลร่วมกัน การถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยี และประสบการณ์จากการดำเนินธุรกิจในประเทศหนึ่งไปสู่อีกประเทศหนึ่ง ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสความสำเร็จของธุรกิจ

การเพิ่มจำนวนเกมออนไลน์ และปรับปรุงเกมเดิมให้ทันสมัยอยู่เสมอ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทฯ ให้บริการเกมออนไลน์รวม 36 เกม ใน 5 ประเทศ โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทฯ ร่วมกับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกมออนไลน์ในการปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาเกมให้ทันสมัยอยู่เสมอ รวมทั้งมีแผนเปิดให้บริการเกมใหม่ที่หลากหลายเพิ่มขึ้นในแต่ละประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการทั้งในด้านรูปแบบกราฟิก และเนื้อหาเกม โดยครอบคลุมในทุกประเภทของเกม

การเสริมสร้างฐานะทางการตลาดให้แข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง

กลุ่มบริษัทฯ เสริมสร้างฐานะทางการตลาดให้แข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นกลยุทธ์ 4 ด้าน เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และรักษาสถานะการเป็นผู้ให้บริการเกมออนไลน์อันดับ 1 ในภูมิภาค

รับรองความถูกต้อง

- การนำเสนอเกมออนไลน์ชั้นนำที่เป็นที่รู้จักและนิยมในตลาดต่างประเทศ : กลุ่มบริษัท เชื่อว่าเกมที่เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมในตลาดต่างประเทศ มักมีจุดเด่นทั้งด้านรูปแบบและเนื้อหา ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสความสำเร็จของกลุ่มบริษัท ในการทำการตลาดในประเทศเป้าหมาย
- การนำเกมออนไลน์ที่เคยได้รับความนิยมในอดีตกลับมาเปิดให้บริการอีกครั้ง : กลุ่มบริษัท เล็งเห็นถึงเกมออนไลน์ที่เคยได้รับความนิยมในอดีตและยังคงมีฐานลูกค้าของเกมออนไลน์นั้น ในปัจจุบันเกมเหล่านี้มักมีจุดเด่นในด้านเนื้อหาที่ทำให้ได้รับความนิยม ซึ่งให้การนำกลับมาเปิดให้บริการอีกครั้งพร้อมการปรับแผนกลยุทธ์ให้เข้ากับบริบทของเกมออนไลน์ในปัจจุบันและพฤติกรรมของฐานลูกค้าจะช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้และขยายฐานลูกค้าของกลุ่มบริษัท
- การทำกิจกรรมทางการตลาดโดยตรงแก่กลุ่มเป้าหมาย : กลุ่มบริษัท สามารถใช้ฐานลูกค้าจากข้อมูลของบริษัทเป็นจุดเริ่มต้นในการทำกิจกรรมทางการตลาดโดยตรง เพื่อรักษาและขยายฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรวมถึงกิจกรรมเปิดตัวและแนะนำเกมใหม่ การส่งเสริมการเล่นเกมนั้นในรูปแบบกิจกรรมในเกม เช่น การแข่งขันในเกมออนไลน์ กิจกรรมพิเศษตามเทศกาล เป็นต้น และในรูปแบบกิจกรรมนอกเกมออนไลน์ เช่น การรวมกลุ่มและสังสรรค์ระหว่างผู้เล่นเกม การส่งจดหมายแนะนำเกมใหม่ การสนับสนุนกิจกรรมช่วยเหลือสังคม เป็นต้น
- การกระจายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมและทั่วถึง กลุ่มบริษัท มีแผนเพิ่มช่องทางการเติมเงินเพื่อให้ครอบคลุมทั่วประเทศมากยิ่งขึ้น โดยมุ่งขยายเครือข่ายไปยังช่องทางที่หลากหลาย รวมถึงการเพิ่มช่องทางใหม่ๆ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น ซึ่งจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยรักษาฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานผู้เล่นเกมใหม่ อีกทั้งกลุ่มบริษัท ยังพัฒนาช่องทางการจำหน่ายบัตรอิเล็กทรอนิกส์ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท ในอนาคต รวมทั้งช่องทางการจัดจำหน่ายสามารถใช้เป็นช่องทางการทำตลาดได้เป็นอย่างดี เช่น การจัดกิจกรรมทางการตลาด การแจกโปสเตอร์และการมีสื่อโฆษณาในช่องทาง เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้เล่นเกมโดยตรง

การทำกิจกรรมทางการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขาย Item

เนื่องจากเกมออนไลน์ส่วนใหญ่ที่กลุ่มบริษัท ให้บริการในปัจจุบัน คิดค่าบริการจากการขาย Item ในเกม กลุ่มบริษัท จึงมุ่งเน้นทำการตลาดโดยตรงต่อกลุ่มผู้เล่นเกม เพื่อกระตุ้นการซื้อ Item อย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดแพ็คเกจการขาย Item ในแต่ละเดือน การทำ Item Shop / Item Mall ในเว็บไซต์ การส่ง Newsletter และ SMS ให้ผู้เล่นเกม เป็นต้น

การให้บริการศูนย์ข้อมูลเกมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ

การให้บริการศูนย์ข้อมูลเกมออนไลน์นับเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ผู้เล่นเกมสามารถเล่นเกมได้อย่างราบรื่นและต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลให้ผู้เล่นเกมมีความมั่นใจและเชื่อมั่นในบริการของกลุ่มบริษัทฯ ทำให้เกิดความภักดีต่อเกม เพิ่มระยะเวลาการเล่น และเพิ่มโอกาสในการซื้อ Item ในเกม ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ให้บริการข้อมูลเกมผ่านทาง Call Center ในเวลา 11.00-20.00 น. และ Live Chat ในเวลา 9.00-23.00 น. นอกจากนี้ยังรับแจ้งปัญหาผ่านระบบ E-Support ตลอด 24 ชั่วโมง พร้อมทั้งสื่อสารกับผู้เล่นผ่านทาง แฟนเพจ Facebook ของทุกเกม กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการทั้งหลายดังกล่าวให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงการจัดหาบุคลากรและอุปกรณ์ให้เพียงพอต่อการให้บริการแก่ผู้เล่นเกมที่คาดว่าจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ใช้ในการให้บริการเกมออนไลน์

ในการเล่นเกมนออนไลน์จะต้องมีการติดต่อสื่อสารกันตลอดเวลาระหว่างเครื่องของผู้เล่นและเซิร์ฟเวอร์ที่ให้บริการ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพดีและมีความปลอดภัยสูงจะช่วยให้ผู้เล่นเกมมีปฏิสัมพันธ์ในโลกของเกมได้พร้อมกันอย่างราบรื่น ต่อเนื่อง และรวดเร็ว ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการเล่นเกมออนไลน์ ดังนั้นกลุ่มบริษัทฯ จึงลงทุนพัฒนาประสิทธิภาพและความปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีทีมงานที่ศึกษา วิเคราะห์ และปรับปรุงระบบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเล่นเกมและการให้บริการอื่น ๆ ให้มีความทันสมัยและง่ายต่อการใช้งานยิ่งขึ้นในทุกปี

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านความมั่นคงปลอดภัยในระบบสารสนเทศ ซึ่งครอบคลุมทั้งกระบวนการทำงานภายในของทีมงานและระบบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้า โดยบริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการเกมในประเทศไทยรายแรกที่ได้รับ ISO/IEC 27001:2013 (Information Security Management System : ISMS) ซึ่งเป็นมาตรฐานที่กำหนดขึ้นโดยองค์กรที่มีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือระหว่างประเทศ คือ ISO (The International Organization for Standardization) และ IEC (The International Electrotechnical Commission) ซึ่งกำหนดมาตรฐานด้านการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศที่องค์กรต่าง ๆ นำมาให้บริการทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยมาตรฐานนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้อย่างครอบคลุมทุกกลุ่มอุตสาหกรรมและทุกกลุ่มธุรกิจ

- อัตราค่าบริการเกมออนไลน์ที่เหมาะสมและแข่งขันได้

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายการตั้งราคาค่าบริการเกมออนไลน์ในอัตราที่เหมาะสมแก่กลุ่มลูกค้าในแต่ละประเทศ โดยมุ่งเน้นการให้เล่นเกมฟรีและคิดค่าบริการจากการขายไอเทมในเกม เพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับผู้ประกอบการทั้งในอุตสาหกรรมเดียวกันและในธุรกิจความบันเทิงอื่น ๆ ในขณะเดียวกัน อัตราค่าบริการดังกล่าวจะต้องสามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ได้ อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ไม่มีนโยบายทำการตลาดด้วยอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าคู่แข่ง (Price War)

สามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ได้ อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ไม่มีนโยบายทำการตลาดด้วยอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าคู่แข่ง (Price War)

รับรองความถูกต้อง

การพัฒนาช่องทางธุรกิจใหม่

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายปรับปรุงพัฒนาแนวทางใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันของคนรุ่นใหม่ โดยมุ่งเน้นที่การอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงบริการของกลุ่มบริษัทฯ เช่น การเข้าถึงเกมออนไลน์ของกลุ่มบริษัทฯ การรับข้อมูลข่าวสารของเกม และการรับรางวัลพิเศษต่าง ๆ จากเกม ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายผูกพันกับการบริการของกลุ่มบริษัทฯ และยิ่งเปิดขยายช่องทางการสื่อสารระหว่างกลุ่มบริษัทฯ กับกลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจและผู้พัฒนาที่ต้องการเข้าสู่ตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ภายใต้แพลตฟอร์มของ Playpark รวมถึงกลุ่มผู้พัฒนาเกมและแอปพลิเคชันสัญชาติไทยที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในปัจจุบัน และได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพออกสู่ตลาด ซึ่งเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมเกมของไทย โดยภาพรวมอีกด้วย กลยุทธ์คือประยุกต์ใช้โครงสร้างพื้นฐานของกลุ่มบริษัทฯ เช่น ฐานลูกค้า ระบบและช่องทางชำระเงินต่าง ๆ เพื่อช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยใช้ต้นทุนลดลง

2.3 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

2.3.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมเกมออนไลน์โดยทั่วไปในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นตลาดเป้าหมายในการให้บริการด้านความบันเทิงออนไลน์ของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย 5 ประเทศ คือ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ปัจจุบันอัตราการเติบโตของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งจำนวนผู้เล่นเกมออนไลน์นั้นจะสัมพันธ์โดยตรงกับจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต การที่ค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีราคาถูกลง เนื่องจากภาวะการแข่งขันของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต รวมทั้งการเติบโตในอัตราที่สูงของผู้ใช้สมาร์ทโฟนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ยิ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ตลาดเกมออนไลน์ในภูมิภาคนี้ยังคงมีศักยภาพในการเติบโตได้อีกมาก

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ยังมีข้อได้เปรียบผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมความบันเทิงอื่นในหลาย ๆ ด้าน ดังนี้

- เกมออนไลน์เป็นความบันเทิงราคาถูกกว่าและเข้าถึงง่าย : เกมออนไลน์สามารถเล่นได้ทุกที่ที่มีอินเทอร์เน็ต ประกอบกับค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมออนไลน์ยังคงมีอัตราที่ต่ำกว่า เมื่อเทียบกับความบันเทิงประเภทอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม แนวโน้มของผู้เล่นเกมที่บ้านมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับในอดีต ปัจจุบันมีหลายประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีสัดส่วนของผู้เล่นเกมที่บ้านสูงกว่าผู้เล่นเกมในร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่
- ผู้เล่นเกมออนไลน์ส่วนใหญ่ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง : เนื่องจากลักษณะของเกมออนไลน์ที่ส่งเสริมให้ผู้เล่นเกมมีความสัมพันธ์เชิงกลุ่ม โดยการแข่งขันหรือติดต่อกับผู้เล่นเกมรายอื่นที่อยู่ต่างสถานที่ในเวลาเดียวกันได้ โดยเฉพาะเกมประเภท MMORPG ซึ่งผู้เล่นแต่ละรายจะมีบทบาทสมมติที่แตกต่างกัน ทำให้ต้องเล่นเกมร่วมกันเป็นกลุ่มเพื่อบรรลุภารกิจในเกม ทำให้เกมมีความสนุกสนานน่าติดตามมากยิ่งขึ้น อีกทั้งผู้เล่นเกมต้องใช้เวลาในการฝึกทักษะต่าง ๆ ในเกม เพื่อให้เป็นผู้ชนะ ทำให้ผู้เล่นเกมมีความผูกพันกับเกมอย่างมาก
- การกระจายตัวของเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลและสัญญาณอินเทอร์เน็ต : เนื่องจากปัจจุบันเครื่อง

รับรองความถูกต้อง

คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลนั้นมีราคาไม่สูงนัก ทำให้สามารถเป็นเจ้าของได้ง่ายขึ้น รวมทั้งมีสเปกที่สูงขึ้นกว่าเดิม ทำให้สามารถเล่นเกมที่มีคุณภาพสูง ๆ ได้ ถือเป็นการขยายตลาดไปยังตลาดใหม่ ๆ ซึ่งในประเทศไทยเองก็กำลังก้าวเข้าสู่สภาวะนี้เช่นกัน เนื่องจากปัจจุบันผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตแข่งขันกันด้านความเร็วอินเทอร์เน็ต ทำให้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยราคาลดลง ในขณะที่มีความเร็วเพิ่มขึ้น

- ปัญหาในการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ : ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ ทั้งในด้านการเพลง เกมพีซีแบบออฟไลน์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และงานบันเทิงอื่น ๆ ถือเป็นปัญหาใหญ่ของผู้ประกอบการในภูมิภาคนี้ที่ยังไม่สามารถแก้ไขได้ และส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน จนทำให้ไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ ในขณะที่ผู้ประกอบการในธุรกิจเกมออนไลน์จะประสบปัญหานี้น้อยกว่า เนื่องจากเกมออนไลน์มีส่วนประกอบหลักของโปรแกรมอยู่บนระบบเซิร์ฟเวอร์ของผู้ให้บริการ ซึ่งผู้เล่นเกมไม่สามารถเข้าถึงได้ อีกทั้งโปรแกรมสำหรับติดตั้งในเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้เล่นเกมก่อนการเล่นเกมครั้งแรกยังมีราคาต่ำ ทำให้ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์เกมออนไลน์ไม่รุนแรงเท่ากับงานลิขสิทธิ์อื่นที่มีผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายในรูปแบบซีดี ดีวีดี หรือดรัมเกม ซึ่งง่ายต่อการทำซ้ำและเผยแพร่

2.3.2 ภาพรวมอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ในไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์

ปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ ให้บริการเกมออนไลน์ใน 5 ประเทศ คือ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ซึ่งถือเป็นกลุ่มประเทศที่มีอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ที่สูงและต่อเนื่อง ในปีที่ผ่านมา ภูมิภาคนี้มีการเติบโตด้านตลาดเกมมอบายล์สูงสุด โดยเฉพาะในประเทศอินโดนีเซีย ไทย และมาเลเซีย ซึ่งเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟน นอกจากนี้ เนื่องจากมีผู้ประกอบการจากต่างประเทศเข้ามาเปิดให้บริการในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะในตลาดเกมมอบายล์ ส่งผลให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น

ประเทศไทยเป็นตลาดที่ทำรายได้จากการให้บริการเกมมากที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตามด้วยอินโดนีเซีย และมาเลเซีย และในภาพรวมของตลาด ไทยยังคงเติบโตและรักษาสัดส่วนแบ่งทางการตลาดเอาไว้ได้อย่างดี

ส่วนอีสปอร์ตส์ (Esports) ในภูมิภาคนี้ก็ยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง ไม่เพียงแค่ว่าในตลาดเกมพีซีเท่านั้น แต่เริ่มเห็นกระแสของการแข่งขันอีสปอร์ตส์ในตลาดเกมมอบายล์เช่นกัน โดยเฉพาะในประเทศฟิลิปปินส์

ค่าลิขสิทธิ์เกมออนไลน์ถือเป็นต้นทุนการดำเนินงานที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ ซึ่งในปัจจุบันผู้ให้บริการเกมส่วนใหญ่ในประเทศดังกล่าวมักจะจัดซื้อลิขสิทธิ์เกมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมและ/หรือประสบความสำเร็จในประเทศอื่น ๆ มาจากผู้พัฒนาหรือผู้จัดจำหน่ายเกมออนไลน์ในต่างประเทศ มากกว่าที่จะพัฒนาเกมเอง อย่างไรก็ตาม ผู้ให้บริการเกมเริ่มมีแนวโน้มพัฒนาเกมออนไลน์ของตนเอง เพื่อลดต้นทุนค่าลิขสิทธิ์เกมที่เพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม เกมออนไลน์ที่พัฒนาโดยผู้พัฒนาเกมในไทยยังไม่ได้ได้รับความนิยม

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันของตลาดเกมออนไลน์ในไทย

ภาพรวมอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ในไทยในปี 2560 มีมูลค่าตลาดรวมทั้งพีซีและมอบายล์อยู่ที่ประมาณ 19,700

ล้านบาท* แบ่งเป็นพีซีประมาณ 3,958 ล้านบาทและโมบายล์ประมาณ 9,075 ล้านบาท และรายได้จากแพลตฟอร์มอื่น ๆ 6,667 ล้านบาท * (อ้างอิงข้อมูลจาก Newzoo) โดยปี 2560 เกมพีซีออนไลน์มีสถานการณ์ตลาดค่อนข้างคงตัว ในส่วนของจำนวนผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่เปลี่ยนแปลงไปไม่มาก โดยลดลงจาก 32 รายในปี 2559 เป็น 28 รายในปี 2560 และมีจำนวนเกมที่ให้บริการลดลงจาก 88 เกมในปี 2559 เป็น 70 เกม ในปี 2560 โดยมีเกมที่เปิดใหม่ในปี 2560 จำนวน 15 เกม

ปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจเกมออนไลน์ในไทย ได้แก่

- การเติบโตของการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Broadband Internet) : ในช่วง 3 - 4 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเติบโตขึ้นในอัตราสูงจากการแข่งขันที่รุนแรงระหว่างผู้ให้บริการ ทั้งในด้านบริการและราคา โดยปัจจุบันมีอัตราค่าบริการประมาณ 599 บาทต่อเดือน สำหรับความเร็วประมาณ 15 - 20 เมกะบิตต่อวินาที ซึ่งถือว่าค่อนข้างต่ำ และการเข้ามาของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ใช้สายใยแก้วนำแสง (Fiber Optic) ซึ่งมีคุณภาพของสัญญาณอินเทอร์เน็ตสูงกว่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ใช้สายเคเบิล ส่งผลให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย และเนื่องจากความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูลมีผลต่อความสนุกในการเล่นเกมนออนไลน์ จึงทำให้มีผู้สนใจเล่นเกมออนไลน์เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสให้บริการเกมออนไลน์สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ได้อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น
- ความหลากหลายของเกมออนไลน์ที่เปิดให้บริการ : ในช่วงที่ผ่านมา ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ในไทยเปิดให้บริการเกมใหม่ที่หลากหลาย ทั้งในด้านรูปแบบและเนื้อหาที่แปลกใหม่ ที่ช่วยเพิ่มความสนุกในการเล่นเกมนออนไลน์ ซึ่งเป็นการเพิ่มทางเลือกของผู้เล่นเกม รวมทั้งช่วยดึงดูดความสนใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เข้ามาทดลองเล่นเกมมากยิ่งขึ้น
- การให้บริการลูกค้ามีความสำคัญมากขึ้น : ในช่วง 2 - 3 ปีต่อจากนี้ ตลาดเกมออนไลน์จะมีการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้น ซึ่งการให้บริการแก่ลูกค้าจะกลายเป็นปัจจัยหลักที่จะรักษาสถานลูกค้าไว้ ผู้ให้บริการจึงพัฒนาการให้บริการให้ดีขึ้น เพื่อให้เป็นที่พอใจของลูกค้า เช่น มีระบบ Call Center 24 ชั่วโมง มีการอัปเดตเนื้อหาใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมและโปรโมชั่นผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้เล่นมากขึ้น
- การเติบโตของตลาดเกมโมบายล์ในปี 2560 : มีเกมโมบายล์เปิดให้บริการมากกว่า 300 เกม ส่งผลให้มูลค่าตลาดเกมโมบายล์เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งคาดว่าในปี 2561 จะมีมูลค่าถึง 10,000 ล้านบาท อีกทั้งการเติบโตของโทรศัพท์มือถือและระบบ 3G/4G ยังเป็นปัจจัยที่ทำให้ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงเกมนออนไลน์บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ได้ง่ายขึ้น ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตบนสมาร์ตโฟนมากถึงร้อยละ 70 โดยในปี 2560 มีผู้ใช้สมาร์ตโฟนประมาณร้อยละ 60 ของประชากรทั้งหมด หรือเกือบ 38 ล้านคน อายุการใช้งานเฉลี่ยเครื่องละ 1 ปี ส่งผลให้จำนวนผู้ใช้บริการเกมโมบายล์เติบโตมากขึ้นตามไปด้วย
- การพัฒนาอีสปอร์ตอย่างต่อเนื่อง : ปี 2560 ถือเป็นก้าวสำคัญของวงการกีฬาอีสปอร์ตในไทย เนื่องด้วยภาครัฐได้ประกาศบรรจุให้อีสปอร์ตเป็นกีฬารูปแบบหนึ่งอย่างเป็นทางการ รวมถึงอนุมัติให้สมาคมไทยอีสปอร์ต (TESF) เป็นสมาคมกีฬาภายใต้หน่วยงานการกีฬาแห่งประเทศไทยในช่วงปลายปีที่ผ่านมา

รับรองความถูกต้อง

สมาคมไทยอีสปอร์ตพยายามผลักดันนักกีฬาอีสปอร์ตสไทยให้มีความเป็นมืออาชีพ เพื่อรองรับการแข่งขันในระดับโลก ในปัจจุบันนักกีฬาไทยได้เข้าร่วมแข่งขันในระดับสากลหลายรายการ และล่าสุดนักกีฬาไทยได้รางวัลรองชนะเลิศของโลกจากการแข่งขัน 9th Esports World Championship ถือเป็นการสร้างชื่อเสียงและกระตุ้นวงการเกมออนไลน์ในไทยอย่างยิ่ง นอกจากนี้ กระแสอีสปอร์ตยังคงรุดหน้าอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับการสนับสนุนจากสื่อต่าง ๆ มากขึ้น สถาบันวิทยุโทรทัศน์เตรียมเปิดตัวรายการแข่งขันอีสปอร์ตสขนาดใหญ่ บริษัทยักษ์ใหญ่แห่งวงการไอทีก็ร่วมมือกันเปิด Mineski Infinity ร้านเกมมาตรฐานแห่งแรกในไทย เพื่อยกระดับเหล่าเกมเมอร์สู่ความเป็นนักกีฬาอีสปอร์ตส และในบางมหาวิทยาลัยก็เริ่มมีหลักสูตรการสอนการแข่งขันอีสปอร์ตส เพื่อเสริมสร้างนักกีฬาสายเกมอย่างเต็มรูปแบบ

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันของตลาดเกมออนไลน์ในสิงคโปร์

อุตสาหกรรมเกมออนไลน์ในสิงคโปร์ประกอบไปด้วยผู้พัฒนาเกมและผู้ให้บริการเกมมากกว่า 60 บริษัท ถือเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการเติบโตด้านสื่อมากที่สุด สิงคโปร์สามารถเป็นศูนย์กลางสื่อในระดับภูมิภาคที่มีศักยภาพในการผลิตและจัดจำหน่ายเนื้อหาเกมที่ล้ำสมัย ด้วยแรงงานที่มีทักษะ โครงสร้างด้านไอทีที่แข็งแกร่ง และระบบการคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เด็ดขาด

ประเทศนี้เป็นที่ตั้งของผู้ประกอบการหลักในตลาด เช่น Gumi Asia, Konami Singapore, Koei Tecmo และ Ubisoft นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบการท้องถิ่น เช่น Touch Dimensions, LambdaMu และ Tyler Projects และสิงคโปร์ยังเป็นต้นกำเนิดของสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง เช่น DigiPen Institute of Technology และ LASALLE College of the Arts

นอกจากนี้ การพัฒนาอุตสาหกรรมเกมในระดับท้องถิ่นนั้น IMDA มุ่งเน้นการสนับสนุนผู้พัฒนาเกมภายในประเทศ ทั้งในรูปแบบเกมพีซีและโมบายล์ โดยในเดือนตุลาคม 2554 ผู้ก่อตั้ง MDA หรือ IMDA ในปัจจุบันได้เปิดตัว Games Solution Center (GSC) ซึ่งตั้งอยู่ที่ Mediapolis Phase 0 (หรือที่รู้จักกันในชื่อ Block 71) เพื่อเป็นศูนย์รวมของผู้พัฒนาเกมระดับเล็กและกลางในประเทศสิงคโปร์ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการสร้างสรรค์และพัฒนาเกม นอกจากนี้ GSC ยังเป็นที่ตั้งของ PlayStation Incubation Studio แห่งแรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยหนึ่งในเกมที่พัฒนาขึ้นใน GSC คือ Rocketbirds: Hardboiled Chicken โดย Ratloop Asia ซึ่งได้รับการเผยแพร่เป็นครั้งแรกในเครือข่าย Sony PlayStation ในปี 2554 และได้พัฒนาเป็นเวอร์ชัน Sony PS Vita ซึ่งเป็นเกมในหมวด Vita ที่มียอดขายสูงสุดเป็นอันดับ 3 ในเอเชียในปี 2555

ในปี 2560 มีจำนวนผู้เล่นเกมในสิงคโปร์ 2.9 ล้านคน และมีรายได้จากอุตสาหกรรมเกม 318 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ร้อยละ 68 ของรายได้ทั้งหมดมาจากเกมโมบายล์ ทำให้สิงคโปร์เป็นประเทศที่ทำรายได้จากอุตสาหกรรมเกมเป็นอันดับที่ 36 ของโลก

ในส่วนของเกมคอนโซลเป็นผู้เล่นชายมากถึงร้อยละ 66 ซึ่งประมาณ 1 ใน 3 ของผู้เล่นชายนี้อยู่ในช่วงอายุ 21 - 35 ปี ส่วนผู้เล่นเกมที่ดูเนื้อหาวิดีโอจำนวนร้อยละ 49 ชอบดูวิดีโอประเภทแนะนำเกม มีผู้เล่นเกมสัดส่วนประมาณเพียงร้อยละ 27 ที่เล่นเกมบนทั้ง 3 แพลตฟอร์ม ได้แก่ โมบายล์ พีซี และคอนโซล

ปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจเกมออนไลน์ในสิงคโปร์ ได้แก่

รับรองความถูกต้อง

- ความถี่ของการอัปเดตเกมในปัจจุบันและการเปิดตัวเกมใหม่ : เกมที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบัน ทั้งเกมเก่าและเกมใหม่นั้น ส่วนใหญ่จะให้บริการในระบบ Free-to-Play ซึ่งเป็นสิ่งท้าทายสำหรับผู้ให้บริการในการรักษารฐานลูกค้าเดิม ผู้ให้บริการจึงต้องหมั่นอัปเดตไอเทมในเกมบ่อย ๆ รวมทั้งเปิดตัวเกมใหม่อย่างสม่ำเสมอ
- เครือข่ายการสื่อสารที่มีความก้าวหน้าสูงในราคาที่ถูกลง : การมีเครือข่ายการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตและการสื่อสารไร้สายที่มีความก้าวหน้าจะช่วยสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจเกมออนไลน์ และรองรับการพัฒนาเกมในอนาคต ทั้งในรูปแบบเกมพีซีและโมบายล์ นอกจากนี้ อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้มีผู้หันมาใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันของตลาดเกมออนไลน์ในมาเลเซีย

ในปี 2560 มีผู้ให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศมาเลเซียจำนวน 22 ราย และมีจำนวนเกมทั้งสิ้น 150 เกม โดยมีผู้เล่นเกมร้อยละ 56 ให้ความสนใจเกมประเภท MOBA ตามมาด้วยเกมประเภท MMORPG และ FPS ในสัดส่วนร้อยละ 17 และ 23 ตามลำดับ ในขณะที่เกม Casual มีสัดส่วนร้อยละ 4 เกมประเภท MMORPG ส่วนใหญ่ให้บริการเป็นภาษาจีน ในขณะที่เกมประเภทอื่นจะให้บริการเป็นภาษาอังกฤษ

ช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา มีผู้ให้บริการเกมเข้ามาทำการตลาดในประเทศมาเลเซีย ส่วนใหญ่จะมาจากบริษัทเกมในประเทศจีน เช่น Perfect World และ Akarnu รวมถึงบริษัทผู้ให้บริการรายเล็ก ซึ่งมุ่งทำตลาดเกมบนเว็บเบราว์เซอร์

ปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจเกมออนไลน์ในมาเลเซีย ได้แก่

- ความถี่ของการอัปเดตเกมในปัจจุบันและการเปิดตัวเกมใหม่ : เกมที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบัน ทั้งเกมเก่าและเกมใหม่นั้น ส่วนใหญ่จะให้บริการในระบบ Free-to-Play ซึ่งเป็นสิ่งท้าทายสำหรับผู้ให้บริการในการรักษารฐานลูกค้าเดิม ผู้ให้บริการจึงต้องหมั่นอัปเดตไอเทมในเกมบ่อย ๆ รวมทั้งเปิดตัวเกมใหม่อย่างสม่ำเสมอ
- เครือข่ายการสื่อสารที่มีความก้าวหน้าสูงในราคาที่ถูกลง : การมีเครือข่ายการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตและการสื่อสารไร้สายที่มีความก้าวหน้าจะช่วยสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจเกมออนไลน์ และรองรับการพัฒนาเกมในอนาคต ทั้งในรูปแบบเกมพีซีและโมบายล์ นอกจากนี้ อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้มีผู้หันมาใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพิ่มมากขึ้น

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันของตลาดเกมออนไลน์ในอินโดนีเซีย

ในปี 2560 มีผู้ให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศอินโดนีเซียเพียง 14 ราย มีเกมที่เปิดให้บริการ 42 เกม และผู้เล่นเกมในประเทศอินโดนีเซียให้ความสนใจเกมประเภท FPS มากที่สุด ด้วยสัดส่วนถึงร้อยละ 68 ตามด้วยเกมประเภท MOBA ที่มีสัดส่วนร้อยละ 17

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันของตลาดเกมออนไลน์ในฟิลิปปินส์

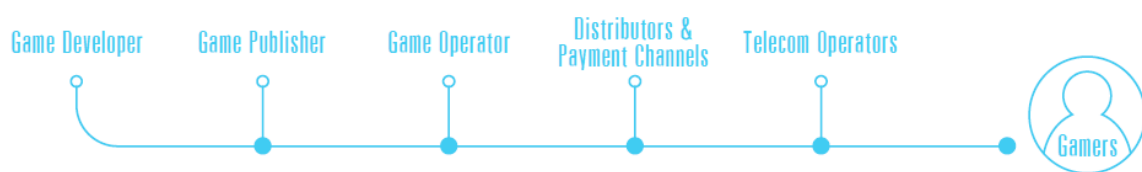
ในปี 2560 ประเทศฟิลิปปินส์มีผู้ให้บริการเกมจำนวน 7 ราย และมีเกมที่เปิดให้บริการ 18 เกม แม้จะมีบางเกมที่มีการเปิดตัวไปแล้วก็ตาม แต่เกมเก่าประเภท MMORPG ได้ถูกนำมาเปิดบริการอีกครั้งในตลาด เช่น Ragnarok Online และ RF Online แม้ตลาด MMORPG จะยังคงมีการเติบโต แต่เป็นการเติบโตขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ยังไม่สามารถแข่งขันกับเกมประเภท MOBA, FPS และประเภทเกมที่โดดเด่นที่สุดอย่าง Battle Royale เช่น Playerunknown's Battlegrounds ที่ครองตลาดกว่าร้อยละ 95 จากส่วนแบ่งของตลาดรวม กระแสความนิยมนี้ทำให้มีการพัฒนาและเปิดตัวเกมโมบายล์ประเภท MOBA และ Battle Royale จำนวนมากด้วยเช่นกัน ได้แก่ Mobile Legends, Arena of Valor และ Rules of Survival ส่วนเกมประเภท Casual ก็เริ่มขยับตัวไปสู่แพลตฟอร์มโมบายล์ โดยเหลือเกม Casual แบบพีซีที่เปิดให้บริการในฟิลิปปินส์อยู่จำนวนหนึ่งเท่านั้น

2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.4.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

ธุรกิจเกมออนไลน์ประกอบด้วยผู้ประกอบการหลักประมาณ 5 ส่วน ดังที่แสดงในแผนภาพ โดยเริ่มต้นจากผู้พัฒนาเกมออนไลน์ (Game Developer) ซึ่งเป็นผู้ออกแบบและพัฒนาเกม จากนั้นจะขายลิขสิทธิ์เกมต่อหรือแต่งตั้งให้ผู้จำหน่ายลิขสิทธิ์เกม (Game Publisher) เป็นผู้เสนอหาตลาดและขายลิขสิทธิ์การให้บริการเกมให้กับผู้ให้บริการเกมออนไลน์ (Game Operator) ในแต่ละพื้นที่หรือแต่ละประเทศ ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจให้บริการเกมออนไลน์ในส่วนของผู้พัฒนาเกม ผู้ให้บริการเกม และผู้จัดจำหน่าย

ภาพรวมของผู้ประกอบการในธุรกิจเกมออนไลน์



ผู้ให้บริการเกมจะเป็นผู้จัดเตรียมระบบ Server สำหรับการให้บริการเกมในแต่ละพื้นที่ที่ได้รับลิขสิทธิ์ สำหรับการเก็บเงินค่าบริการเกม ผู้ให้บริการเกมจะจำหน่ายบัตรเติมเงินล่วงหน้าให้แก่ผู้เล่นเกม โดยการจำหน่ายเองหรือผ่านผู้จัดจำหน่ายหรือตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้ง ส่วนผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตและโทรคมนาคม (ISPs) จะเป็นผู้ให้บริการเช่าช่องสัญญาณเพื่อใช้ติดต่อสื่อสารระหว่างเครื่อง Server ของผู้ให้บริการเกม ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ และผู้เล่นเกมโดยตรง

รับรองความถูกต้อง

2.4.2 ขั้นตอนการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อให้บริการเกมออนไลน์

ในการจัดหาเกมออนไลน์ เพื่อนำมาให้บริการในแต่ละประเทศนั้น กลุ่มบริษัทฯ จัดให้มีทีมจัดการเกมออนไลน์ (Game Manager) ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดหาและเตรียมความพร้อมสำหรับการให้บริการ โดยจะแยกทีมจัดการเพื่อดูแลในแต่ละเกม ขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อให้บริการเกมออนไลน์มี 6 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อให้บริการเกมออนไลน์



คัดสรรเกมออนไลน์

ในเบื้องต้น ทีมงานจะคัดเลือกเกมออนไลน์ที่น่าสนใจจากแหล่งต่างๆ เช่น เกมที่ได้รับความนิยมในต่างประเทศ โดยมีนโยบายการกลั่นกรองเนื้อหาเกมเพื่อให้เหมาะสมแก่กลุ่มลูกค้าและวัฒนธรรมในแต่ละประเทศ ซึ่งเกมจะมีคุณสมบัติเบื้องต้นดังนี้

- มีรูปแบบและเนื้อหาที่สร้างสรรค์ เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และไม่มีเนื้อหาที่แสดงความรุนแรงและยั่วเย้าทางเพศ
- เป็นเกมออนไลน์ที่น่าสนใจและมีเนื้อหาแตกต่างจากเกมให้บริการอยู่ในตลาดเป้าหมาย ณ เวลานั้น
- มีต้นทุนในการซื้อลิขสิทธิ์เกมที่เหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถทำกำไรจากการให้บริการได้
- โปรแกรมเกมออนไลน์สามารถใช้ได้กับระบบเครื่องคอมพิวเตอร์ของกลุ่มผู้เล่นเกมเป้าหมาย

เจรจาและทำสัญญาซื้อลิขสิทธิ์การให้บริการเกมออนไลน์

ทีมงานจะเจรจาราคาและเงื่อนไขการซื้อลิขสิทธิ์เกม จากนั้นจึงทำสัญญากับผู้พัฒนาหรือผู้จำหน่ายลิขสิทธิ์เกมออนไลน์

เตรียมระบบการให้บริการเกมออนไลน์

- อุปกรณ์และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ : กลุ่มบริษัทฯ จะจัดเตรียมระบบ Server และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดโดยผู้พัฒนาเกมออนไลน์ ซึ่งจำนวนเครื่อง Server ที่จะใช้รองรับการให้บริการเกมจะประมาณการจากการคาดการณ์โดยกลุ่มบริษัทฯ จากนั้นผู้พัฒนาเกมจึงเข้ามาติดตั้งโปรแกรมเกมออนไลน์เพื่อเปิดให้บริการต่อไป
- Client Program : ทีมจัดการเกมจะดัดแปลงและปรับปรุง Client Program ซึ่งใช้ติดตั้งในเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้เล่นเกมก่อนการเล่นในเกมในครั้งแรก รวมทั้งแปลเนื้อหาเกมเป็นภาษาท้องถิ่น (Game Localization)
- การจัดทำเว็บไซต์ : ทีมจัดการเกมจะจัดทำเว็บไซต์สำหรับเกมออนไลน์แต่ละเกม เพื่อเป็นแหล่งข้อมูล สำหรับผู้เล่นเกมเกี่ยวกับวิธีการเล่น การชำระเงิน และการแก้ไขปัญหา อีกทั้งยังเป็นสื่อโฆษณาให้แก่กลุ่มบริษัทฯ อีกด้วย
- ระบบจัดการการให้บริการ : ทีมจัดการเกมจะจัดเตรียมระบบคอมพิวเตอร์เพื่อควบคุมการให้บริการเกมในฐานะ “Game Master” เพื่อดูแลการเล่น เกม อำนวยความสะดวก และแก้ปัญหาต่างๆ ให้แก่ผู้เล่นเกม

กระจายโปรแกรมเครื่องลูกค้า (Client Program)

กลุ่มบริษัทฯ กระจายโปรแกรมให้ถึงมือผู้เล่นเกมอย่างทั่วถึงจากการให้ดาวน์โหลดฟรีทางเว็บไซต์เกม แต่ในส่วน of ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ที่เป็นสมาชิก @Cafe ทางบริษัทฯ ยกเลิกการผลิตแผ่นโปรแกรมเพื่อแจกจ่ายแก่ร้านสมาชิกแล้ว โดยนำโปรแกรม @Updater มาให้บริการแทน ซึ่งโปรแกรมห้ดาวน์โหลดสามารถอำนวยความสะดวกให้ร้านสมาชิกสามารถดาวน์โหลดและอัปเดตเกมได้แบบอัตโนมัติ

สำหรับเกมบนแพลตฟอร์มโมบายล์ ผู้เล่นสามารถดาวน์โหลดเกมผ่านทาง App Store สำหรับระบบปฏิบัติการ iOS และดาวน์โหลดเกมผ่านทาง Google Play สำหรับระบบปฏิบัติการ Android

เปิดให้บริการเกมออนไลน์

เมื่อจัดเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ เรียบร้อยแล้ว กลุ่มบริษัทฯ จะเริ่มเปิดให้บริการเกมออนไลน์ ซึ่งแบ่งเป็น 4 ช่วงดังนี้

- ช่วงทดสอบภายใน (Internal Test) : ทีมจัดการเกมและพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ จะทดลองเล่นเกมออนไลน์จากเครื่องแม่ข่าย เพื่อทดสอบหาข้อบกพร่องของการให้บริการเกมและปรับปรุงแก้ไขต่อไป
- ช่วงทดสอบการให้บริการแบบปิด (Closed Beta) : เปิดให้บริการแก่ผู้เล่นเกมภายนอกที่ได้ลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์เกม โดยไม่คิดค่าบริการ แต่จำกัดจำนวนผู้เล่น เพื่อทดสอบหาข้อบกพร่องในการให้บริการเกม

รับรองความถูกต้อง

- ช่วงทดสอบการให้บริการแบบเปิด (Open Beta) : เปิดให้บริการแก่ผู้เล่นเกมภายนอกที่ได้ลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์เกม โดยไม่คิดค่าบริการและไม่จำกัดจำนวนผู้เล่นเกม เพื่อทดสอบหาข้อบกพร่องในการให้บริการเกมแก่ผู้เล่นจำนวนมากพร้อมกัน
- ช่วงเปิดให้บริการเชิงพาณิชย์ (Commercial Launch) : ภายหลังได้ทดสอบการให้บริการเรียบร้อยแล้ว กลุ่มบริษัทฯ จะเปิดให้บริการเกมออนไลน์แก่ผู้เล่นเกมโดยทั่วไป โดยคิดค่าบริการตามอัตราที่กำหนด

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

กลุ่มบริษัทฯ จะโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อให้ตลาดรับรู้การเปิดให้บริการเกมออนไลน์ โดยแบ่งเป็น 4 ช่วง

คือ

- ช่วงก่อนการเปิดตัว (Pre-Marketing) : เช่น แนะนำเกมบน Game Portal เว็บไซต์เกมออนไลน์ นิตยสารเกม และนิตยสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ช่วงเปิดตัวเกมใหม่ (Launching) : เช่น โฆษณานบน Game Portal เว็บไซต์เกมออนไลน์ และจดหมายแนะนำเกม
- ช่วงส่งเสริมการขาย (Promoting) : เน้นทั้งกิจกรรมนอกเกมออนไลน์ผ่านสื่อทั่วไป เช่น โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ และกิจกรรมในเกมออนไลน์ เช่น การแข่งขันภายในเกม
- ช่วงรักษายอดขาย (Maturing) : เน้นกิจกรรมทางการตลาดและประชาสัมพันธ์เฉพาะในเกมออนไลน์ และกิจกรรมผ่านตัวแทนจำหน่ายบัตรเติมเงิน @Cash และร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่

2.4.3 ค่าลิขสิทธิ์เกมออนไลน์

ในการให้บริการเกมออนไลน์ กลุ่มบริษัทฯ จะซื้อลิขสิทธิ์เกมมาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นผู้พัฒนาหรือผู้จัดจำหน่ายเกมออนไลน์ในต่างประเทศจำนวนหลายราย เพื่อให้บริการแต่เพียงรายเดียว (Exclusive Distributor) ในพื้นที่ที่กำหนด (Specific Territory) ในอัตราค่าธรรมเนียมตามที่ตกลง โดยส่วนใหญ่มีอายุสัญญา 2-4 ปี นับจากเปิดให้บริการเชิงพาณิชย์ (Commercial Launch) และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ในราคาและเงื่อนไขเดิม ทั้งนี้ ผู้พัฒนา/ผู้จัดจำหน่ายเกมสามารถยกเลิกสัญญาได้ หากกลุ่มบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาด้านการเงิน และ/หรืออยู่ในสถานะล้มละลาย และ/หรือไม่สามารถเปิดให้บริการเกมในระยะเวลาที่กำหนด โดยค่าลิขสิทธิ์เกมออนไลน์สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภทหลัก ดังนี้

- ค่าลิขสิทธิ์ขั้นต้น (Initial Fee) : ชำระเป็นจำนวนคงที่ ณ วันที่ลงนามในสัญญา หรือภายในระยะเวลาที่กำหนด
- ค่าลิขสิทธิ์รายเดือน (Monthly Fee) : ชำระเป็นจำนวนตามยอดการใช้จ่ายในเกมจากการให้บริการเกมนั้นๆ ในแต่ละเดือน

รับรองความถูกต้อง

- ค่าลิขสิทธิ์รายได้ขั้นต่ำ (Minimum Guarantee) : บางสัญญาจะมีการกำหนดจำนวนค่าลิขสิทธิ์รายเดือนขั้นต่ำ จากการให้บริการเกมนั้นๆ ในแต่ละเดือน
- ค่าผลสำเร็จของงาน (Success Fee) : ชำระเมื่อสร้างรายได้จากการให้บริการเกมนั้นๆ ถึงจำนวนที่กำหนด

ทั้งนี้ ประเภทของค่าลิขสิทธิ์ รวมทั้งจำนวน และกำหนดเวลาการชำระค่าลิขสิทธิ์ของเกมออนไลน์แต่ละเกมนั้น ขึ้นอยู่กับการต่อรองระหว่างกลุ่มบริษัทฯ และผู้พัฒนาหรือผู้จัดจำหน่ายเกม

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก

3.1.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงข้อกำหนด กฎหมาย และเกณฑ์การควบคุมจากภาครัฐ

ปัจจุบัน การดำเนินธุรกิจเกมออนไลน์ในไทยถูกกำกับดูแลโดยกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งกระทรวงวัฒนธรรมจะควบคุมเรื่องใบอนุญาต รวมถึงการตรวจสอบเนื้อหาเกม (Censor) ก่อนที่จะนำออกให้บริการ ส่วนกรมทรัพย์สินทางปัญญาจะดูแลเรื่องการออกเครื่องหมายรับรองงานต้นแบบ (DIP Code) สำหรับการผลิตแผ่นซีดี/ดีวีดี ส่วนกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงพาณิชย์ ได้ออกพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 เพื่อกำกับดูแลและป้องกันการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ในขณะที่การควบคุมธุรกิจการให้บริการเกมออนไลน์ในสิงคโปร์ไม่เข้มงวดเท่าใดนัก เนื่องจากรัฐบาลไม่ได้ปิดกั้นการทำธุรกิจเกมออนไลน์แต่อย่างใด ในขณะที่มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ยังไม่มีมาตรการที่ชัดเจนในการควบคุมการเล่นเกมออนไลน์และร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต รวมถึงการออกใบอนุญาต และการตรวจสอบเนื้อหาเกม

3.1.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันและการเพิ่มขึ้นของผู้ให้บริการเกมออนไลน์รายใหม่

ปัจจุบัน การแข่งขันในธุรกิจให้บริการเกมออนไลน์ทั้งในไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนามมีความรุนแรงมากขึ้น จากการเพิ่มจำนวนของผู้ให้บริการรายใหม่ในตลาดที่นำเสนอเกมออนไลน์เพิ่มอย่างต่อเนื่อง โดยผู้ให้บริการในแต่ละประเทศมีจำนวนหลายราย และผู้ให้บริการต่างประเทศที่รุกเข้ามาแข่งขันกับผู้บริการในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนมากขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากอัตราการเจริญเติบโตของตลาดเกมออนไลน์ ประกอบกับเป็นธุรกิจที่มีอัตรากำไรสูง อย่างไรก็ตาม บริษัทในฐานะผู้นำทางการตลาดในระดับภูมิภาค ซึ่งมีเกมให้บริการครอบคลุมในทุกประเภท และมีประสบการณ์มากกว่า 15 ปี เมื่อเทียบกับคู่แข่งแล้ว ยังไม่มีผู้ประกอบการรายใดที่มีสถานะเป็นผู้ให้บริการในระดับภูมิภาคและครอบคลุมเกมทุกประเภท ทั้งนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับความเปลี่ยนแปลงในภาคอุตสาหกรรม และแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงความนิยมของเกม จึงพัฒนาทีมงานด้านความรู้ความเข้าใจตลาด เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

รับรองความถูกต้อง

3.2 ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจ

3.2.1 ความเสี่ยงจากการไม่ประสบความสำเร็จของเกมออนไลน์ที่กลุ่มบริษัทฯ ลงทุนซื้อลิขสิทธิ์และเปิดให้บริการ

ในการเปิดให้บริการเกมออนไลน์ใดๆ กลุ่มบริษัทฯ จะลงทุนขั้นต้น (Initial Investment) ในจำนวนค่อนข้างสูง ซึ่งประกอบไปด้วยค่าลิขสิทธิ์เกม ระบบ Server อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้อง และค่าใช้จ่ายด้านการตลาด ดังนั้น หากกลุ่มบริษัทฯ ไม่สามารถสร้างรายได้จากการให้บริการเกมได้มากกว่าจำนวนเงินลงทุนขั้นต้นดังกล่าว หรือในจำนวนตามที่คาดการณ์ไว้ อาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการและอัตรากำไรของกลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต ทั้งนี้ หากเกมออนไลน์ใดๆ มีแนวโน้มยอดขายไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ กลุ่มบริษัทฯ อาจพิจารณาตัดจำหน่ายค่าลิขสิทธิ์เกมออนไลน์ทั้งจำนวน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลกำไรของกลุ่มบริษัทฯ ในงวดบัญชีนั้นๆ

ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มโอกาสการประสบความสำเร็จในการให้บริการเกมออนไลน์ กลุ่มบริษัทฯ จะคัดเลือกเกมที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาด โดยอาศัยประสบการณ์ของกลุ่มบริษัทฯ รวมถึงศึกษารายละเอียดเกมและกลุ่มผู้เล่นเกมอย่างรอบคอบ ก่อนตัดสินใจลงทุนในเกมออนไลน์ใดๆ ตามขั้นตอนในการจัดหาเกมออนไลน์ อีกทั้งกลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายกระจายแหล่งที่มาของรายได้ โดยเปิดตัวเกมออนไลน์เพิ่มขึ้นในแต่ละประเทศ ทำให้สามารถกระจายรายได้ไปยังเกมต่างๆ โดยปัจจุบัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทฯ เปิดให้บริการรวม 36 เกมใน 5 ประเทศ คือ ไทย (15 เกม) สิงคโปร์ (6 เกม) มาเลเซีย (19 เกม) อินโดนีเซีย (11 เกม) ฟิลิปปินส์ (11 เกม) และมีแผนการเปิดให้บริการเกมใหม่อย่างต่อเนื่องในอนาคต

3.2.2 ความเสี่ยงจากการคิดค่าบริการเกมออนไลน์โดยการขาย Item ในเกม

ในอดีต กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้หลักจากการให้บริการเกมออนไลน์ตามระยะเวลาที่ให้บริการ (Air Time Sale) แต่ในปัจจุบัน รายได้หลักมาจากการขาย Item เกือบทั้งหมด และมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้เล่นเกมในตลาดเกมออนไลน์ทั่วโลก ที่หันมานิยมเล่นเกมฟรีและซื้อ Item เมื่อพึงพอใจเท่านั้น รวมทั้งผู้ประกอบการเกมก็หันมานิยมคิดค่าบริการแบบ Item Sale เช่นกัน เนื่องจากเชื่อว่าจะสามารถดึงดูดผู้เล่นเกมได้ ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงในการลดลงของรายได้จากการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น และหากผู้เล่นเข้ามาเล่นเกมฟรีเป็นจำนวนมาก แต่ไม่ซื้อ Item อย่างต่อเนื่อง อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ ฐานะการเงิน และผลประกอบการของกลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต อย่างไรก็ตาม ด้วยลักษณะของการเล่นเกมออนไลน์ที่กระตุ้นให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้เล่น จะทำให้ผู้เล่นเกิดความต้องการซื้อ Item เพื่อสร้างความแตกต่างจากผู้เล่นรายอื่น ทั้งในด้านความสวยงามและความสามารถ กลุ่มบริษัทฯ จึงเชื่อว่าการทำ

รับรองความถูกต้อง

การตลาดเชิงรุก และการทำกิจกรรมที่กลุ่มผู้เล่นในแต่ละเกมเพื่อนำเสนอ Item ที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง จะช่วยกระตุ้นการซื้อ Item ในเกมเพิ่มมากขึ้น

3.2.3 ความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตจำนวนน้อยราย

ปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ ให้บริการเกมออนไลน์โดยเช่าศูนย์ข้อมูลอินเทอร์เน็ต (Internet Data Center) เพื่อใช้ในการติดตั้งเครื่องแม่ข่าย (Server) และเช่าวงจรสื่อสารอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Bandwidth) จากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISPs) เพียงน้อยราย ในแต่ละประเทศดังนี้

ไทย : เช่าศูนย์ข้อมูลอินเทอร์เน็ตและใช้บริการ Bandwidth จาก บจก. ทู อินเทอร์เน็ต ดาต้า เซ็นเตอร์

สิงคโปร์ : เช่าศูนย์ข้อมูลอินเทอร์เน็ตจาก Net Mediacorp และใช้บริการ Bandwidth จาก StarHub

มาเลเซีย : เช่าศูนย์ข้อมูลอินเทอร์เน็ตและใช้บริการ Bandwidth จาก IPServerOne Hosting

เวียดนาม : เช่าศูนย์ข้อมูลอินเทอร์เน็ตและใช้บริการ Bandwidth จาก DTS Communication Technologies Corporation

ฟิลิปปินส์ : เช่าศูนย์ข้อมูลอินเทอร์เน็ตและใช้บริการ Bandwidth จาก Philippine Long Distance Telephone Company (ePLDT)

โดยทำสัญญาเช่าระยะสั้นตามปกติธุรกิจ และสามารถต่อสัญญาเช่าได้ตลอดเวลาที่ผ่านมา ทั้งนี้ หากผู้ให้บริการรายดังกล่าวไม่สามารถให้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีคุณภาพหรือหยุดให้บริการ จะส่งผลกระทบต่อให้บริการเกมออนไลน์ของกลุ่มบริษัทฯ ได้ อีกทั้งความขัดข้องของระบบการให้บริการอาจทำให้อรรถรสและความพึงพอใจในการเล่นเกมนั้นลดลง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตทุกรายดังกล่าวในแต่ละประเทศเป็นหนึ่งในผู้ให้บริการรายใหญ่ที่มีคุณภาพด้านบริการ และมีระบบสำรองและระบบรักษาความปลอดภัยในระดับที่สูงมากเมื่อเทียบกับข้อกำหนดในมาตรฐานสากล

3.2.4 ความเสี่ยงจากการไม่ได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์และ/หรือผู้พัฒนาเกมออนไลน์

ในการให้บริการเกมออนไลน์ กลุ่มบริษัทฯ ได้รับอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์เกมมาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นผู้พัฒนาหรือผู้จัดจำหน่ายเกมในประเทศจำนวนหลายราย เพื่อให้บริการในพื้นที่ที่กำหนด (Specific Territory) เป็นเวลาประมาณ 2-3 ปี นับจากเปิดให้บริการเชิงพาณิชย์ (Commercial Launch) ในอัตราค่าธรรมเนียมตามที่ตกลงกัน โดยเจ้าของลิขสิทธิ์เกมจะสนับสนุนการให้บริการเกมในด้านต่างๆ เช่น การปรับปรุงโปรแกรมเกม การออก Patch File การแก้ไขปัญหาด้านเทคนิค (Bug) ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ อาจมีความ

รับรองความถูกต้อง

เสี่ยงในกรณีเจ้าของลิขสิทธิ์เกมยกเลิกสัญญาอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์ หากกลุ่มบริษัทฯ มิได้ปฏิบัติตามสัญญาอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์ และ/หรือไม่ต่ออายุสัญญาในราคาและเงื่อนไขที่ยอมรับได้ และ/หรือเจ้าของลิขสิทธิ์ไม่สามารถสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิค ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ สถานะการเงิน และผลประกอบการของกลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามสัญญาลิขสิทธิ์อย่างเคร่งครัดเพื่อลดความเสี่ยงจากการถูกยกเลิกสัญญา นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายจัดหาลิขสิทธิ์เกมออนไลน์จากผู้พัฒนา/ผู้จัดจำหน่ายเกมที่หลากหลายและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ซึ่งสามารถสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือการให้บริการเกมได้ตลอดอายุสัญญา โดยกำหนดให้มีสิทธิต่อสัญญาในราคาและเงื่อนไขเดิม เพื่อสามารถต่ออายุสัญญาในกรณีที่เกมยังคงได้รับความนิยม ทั้งนี้ เกมส่วนใหญ่ทั้งประเภท MMORPG และ Casual Game จะมีอายุการให้บริการตามสัญญาประมาณ 2-3 ปี

3.2.5 ความเสี่ยงจากปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์เกมออนไลน์

ปัจจุบัน ผู้ประกอบการบางรายลักลอบนำเข้าโปรแกรมเกมออนไลน์ที่กลุ่มบริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์ เพื่อนำมาติดตั้งบนเครื่องแม่ข่าย (Server) และเปิดให้บริการผ่านเครือข่าย (Network) ของตนเองในอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่า ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกลุ่มบริษัทฯ สูญเสียรายได้บางส่วน อย่างไรก็ตาม การให้บริการจากเครื่องแม่ข่ายของผู้ประกอบการที่ละเมิดลิขสิทธิ์มักมีคุณภาพต่ำ ทั้งในด้านความเร็วและความสามารถในการรองรับผู้เล่นจำนวนมากพร้อมกัน อีกทั้งผู้เล่นจะเข้าเล่นเกมได้จำกัดเฉพาะบนเครือข่ายของเครื่อง Server ที่ลักลอบติดตั้งเกมละเมิดลิขสิทธิ์เท่านั้น ไม่สามารถเข้าเล่นเกมในเครือข่ายของกลุ่มบริษัทฯ ได้ ทำให้มีสังคมผู้เล่นเกมในขนาดจำกัด นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่ละเมิดลิขสิทธิ์ไม่สามารถแก้ไขความผิดพลาดในโปรแกรมเกม (Bug) หรือแก้ปัญหาทางเทคนิค จึงทำให้ไม่เป็นที่นิยมในหมู่ผู้เล่นเกม ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ จึงเชื่อว่าการสูญเสียรายได้จากการละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าวจะไม่ส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ และเพื่อลดผลกระทบจากปัญหาดังกล่าว กลุ่มบริษัทฯ จัดให้มีทีมงานสืบหาและดำเนินคดีกับผู้ประกอบการที่ละเมิดลิขสิทธิ์

3.3 ความเสี่ยงจากกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายและบริหารจัดการกลุ่มบริษัท

กลุ่มนายปราโมทย์ สุดจิตพร ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนรวมกันร้อยละ 58.26 ของทุนชำระแล้ว (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560) จึงทำให้สามารถควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญในการประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ยกเว้นมติพิเศษที่กฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของจำนวนหุ้นที่เข้าประชุมและมีสิทธิออกเสียง ดังนั้น อาจทำให้ผู้ถือหุ้นรายอื่นไม่

รับรองความถูกต้อง

สามารถรวบรวมคะแนนเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ถูกถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้ นอกจากนี้ กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ยังเป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการกลุ่มบริษัท โดยมีตำแหน่งเป็นกรรมการจำนวน 3 ท่าน จากทั้งหมด 7 ท่าน รวมถึงมีกรรมการภายนอกที่มาจากการเลือกตั้งของผู้ถือหุ้น 1 ท่าน บริษัทฯ จึงแต่งตั้งกรรมการอิสระที่เป็นบุคคลภายนอกจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินงานของผู้บริหารและดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายย่อย

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2559 และ 2560 มีดังนี้

4.1 สินทรัพย์หมุนเวียน

4.1.1 สินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือของกลุ่มบริษัทฯ คือ ชุดเกมพีซี (เกมกล่อง) บัตรเติมเงิน @Cash และสินค้าที่ระลึกของเกมต่างๆ (Game Premium) โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2559 และ 2560 กลุ่มบริษัทฯ มีสินค้าคงเหลือหลังหักค่าเผื่อสินค้าเสื่อมสภาพ รวม 0.12 ล้านบาท และ 0.04 ล้านบาท ตามลำดับ

4.1.2 ค่าลิขสิทธิ์จ่ายล่วงหน้าส่วนที่หมุนเวียน

ในการซื้อลิขสิทธิ์เกมออนไลน์บางเกม กลุ่มบริษัทฯ จะชำระค่าลิขสิทธิ์ให้แก่เจ้าของหรือผู้จำหน่ายลิขสิทธิ์เกมออนไลน์ล่วงหน้าก่อนการเปิดให้บริการเกม รวมถึงค่าลิขสิทธิ์ขั้นต่ำ (Minimum Guarantee) ซึ่งต้องชำระล่วงหน้าเพื่อประกันยอดขายขั้นต่ำ ค่าลิขสิทธิ์จ่ายล่วงหน้าได้จัดแบ่งการรับรู้เป็นหมุนเวียนหรือภายใน 1 ปี และไม่หมุนเวียน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2559 และ 2560 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าลิขสิทธิ์จ่ายล่วงหน้าส่วนที่หมุนเวียน จำนวน 25.61 ล้านบาท และ 6.96 ล้านบาท ตามลำดับ

4.2 สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน

4.2.1 สินทรัพย์ถาวร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2559 และ 2560 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์ถาวรที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ดังตารางต่อไปนี้

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)		ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
	31 ธ.ค. 2559	31 ธ.ค. 2560		
1. อุปกรณ์แม่ข่าย	40.02	18.57	เจ้าของ	ไม่มี
2. อุปกรณ์และเครื่องตกแต่งสำนักงาน	4.01	5.03	เจ้าของ	ไม่มี
3. ส่วนปรับปรุงสำนักงานเช่า	4.51	1.92	เจ้าของ	ไม่มี
4. ยานพาหนะ	0.37	0.13	เจ้าของ	ไม่มี
5. สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	-	-	เจ้าของ	ไม่มี
รวม	48.91	25.65		

นโยบายการตั้งค่าเสื่อมราคา

ค่าเสื่อมราคาคำนวณโดยวิธีเส้นตรงตามเกณฑ์อายุการใช้งานโดยประมาณของสินทรัพย์ตามระยะเวลา 3 - 5 ปี

รับรองความถูกต้อง

4.2.2 สิทธิบัตรที่ไม่มีตัวตน - สิทธิ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2559 และ 2560 กลุ่มบริษัท มีสิทธิบัตรที่ไม่มีตัวตน - สิทธิ จำนวน 81.29 ล้านบาท และ 59.93 ล้านบาท ตามลำดับ โดยสิทธิบัตรที่ไม่มีตัวตน-สิทธิ ส่วนใหญ่เป็นค่าลิขสิทธิ์หรือตัดจ่าย ของเกมออนไลน์ โดยกลุ่มบริษัท ได้ตกลงซื้อลิขสิทธิ์แล้ว จะชำระค่าลิขสิทธิ์ขั้นต้นให้แก่เจ้าของหรือผู้จัดจำหน่ายลิขสิทธิ์เกมออนไลน์เมื่อได้ลงนามในสัญญา และ/หรือ ภายในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้ว ค่าลิขสิทธิ์หรือตัดจ่ายจำนวนดังกล่าวจะถูกตัดจำหน่ายเมื่อเริ่มให้บริการเชิงพาณิชย์ และตัดจำหน่ายด้วยวิธีเส้นตรงเป็นเวลาประมาณ 2 - 4 ปีขึ้นอยู่กับอายุของสัญญา และสิทธิบัตรที่ไม่มีตัวตน-สิทธิ ยังรวมถึงความสัมพันธ์กับลูกค้า และเครื่องหมายการค้า จะตัดจำหน่ายด้วยวิธีเส้นตรงเป็นเวลาประมาณ 3 - 7 ปี และ 20 ปีตามลำดับ การตัดจำหน่ายสิทธิบัตรที่ไม่มีตัวตนที่มีอายุการให้ประโยชน์จำกัดอย่างมีระบบตลอดอายุการให้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของสิทธิบัตรนั้น ทั้งนี้ กลุ่มบริษัท มีนโยบายพิจารณาการด้อยค่าของสิทธิบัตรดังกล่าวเมื่อมีข้อบ่งชี้ว่าสิทธิบัตรนั้นเกิดการด้อยค่า กลุ่มบริษัทจะทบทวนระยะเวลาการตัดจำหน่ายและวิธีการตัดจำหน่ายสิทธิบัตรที่ไม่มีตัวตนดังกล่าวทุกสิ้นปีเป็นอย่างน้อย

เนื่องจากในปี 2558 กลุ่มบริษัทได้ทบทวนและพิจารณาการด้อยค่าของสิทธิบัตรที่ไม่มีตัวตนในกลุ่มของความสัมพัทธ์กับลูกค้า และเครื่องหมายการค้าทั้งจำนวนที่เหลืออยู่แล้ว ดังนั้นในปี 2559 และ 2560 มูลค่าสุทธิของสิทธิบัตรที่ไม่มีตัวตนจึงเป็นค่าลิขสิทธิ์ตัดจ่ายของเกมออนไลน์ทั้งจำนวน

4.2.3 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2559 และ 2560 บริษัท มีเงินลงทุนในบริษัทย่อย รวมมูลค่าเงินลงทุนตามวิธีราคาทุน จำนวน 14.16 ล้านบาท และ 18.77 ล้านบาท ตามลำดับ ในระหว่างปี 2560 บริษัทได้ดำเนินการดังนี้

- เพิ่มเงินลงทุนในบริษัท เพลย์พาร์ค จำกัด เป็นจำนวน 110 ล้านบาทโดยคงสัดส่วนการถือหุ้นเดิม เพื่อลดการขาดทุนเกินทุนของบริษัทเพลย์พาร์ค และบริษัท เพลย์พาร์ค จำกัด ได้นำเงินลงทุนดังกล่าวจำนวน 94.4 ล้านบาท มาชำระคืนเงินกู้ยืม เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านดอกเบี้ย
- เพิ่มเงินลงทุนในบริษัท มริน อินโนเวชั่น จำกัด เป็นจำนวนเงิน 6.5 ล้านบาทโดยคงสัดส่วนการถือหุ้นเดิม ซึ่งบริษัท มริน อินโนเวชั่น จำกัด ได้นำเงินลงทุนดังกล่าว มาชำระคืนเงินกู้ยืมเพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านดอกเบี้ย
- ซื้อหุ้นสามัญของ Asiasoft Online Pte. Ltd. (ASO) ในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมดของ ASO หรือคิดเป็นมูลค่าทุนจดทะเบียน 2,000,000 เหรียญสิงคโปร์ ในราคารวมทั้งสิ้น 1 เหรียญสิงคโปร์ ผู้ขายหุ้นสามัญ คือ บริษัท เอเชียซอฟท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัดซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทมีอัตราการถือหุ้นอยู่ร้อยละ 100 โดยเป็นส่วนหนึ่งของแผนงานเกี่ยวกับการปรับโครงสร้างกลุ่มบริษัท

รับรองความถูกต้อง

- ชื่อหุ้นสามัญของ AS Online Sdn. Bhd. (ASM) ในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมดของ ASM หรือคิดเป็นมูลค่าทุนจดทะเบียน 4,000,000 ริงกิต ในราคาซื้อรวมทั้งสิ้น 572,848 ริงกิต ผู้ขายหุ้นสามัญ คือ บริษัท เอเชียซอฟท์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทมีอัตราการถือหุ้นอยู่ร้อยละ 100 โดยเป็นส่วนหนึ่งของแผนงานเกี่ยวกับการปรับโครงสร้างกลุ่มบริษัท
- บริษัท เอ แคปปิตอล จำกัด ลงทุนร่วมกับบุคคลธรรมดาในบริษัท สกายเน็ต ซิสเต็มส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งใหม่ โดยประกอบธุรกิจพัฒนาแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่เกี่ยวกับการซื้อขายหุ้นและหลักทรัพย์เป็นจำนวนเงิน 3.5 ล้านบาท บริษัทถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70 ของทุนจดทะเบียน

หน่วย: ล้านบาท

บริษัทย่อย	ทุนชำระแล้ว	ผู้ลงทุน	สัดส่วนเงินลงทุน (ร้อยละ)	จำนวนคณะกรรมการตัวแทน / คณะกรรมการทั้งหมด	มูลค่าเงินลงทุนด้วยวิธีราคาทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560
บริษัท เอเชียซอฟท์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด	112.00	บริษัทฯ	99.99	1/2	112.00
บริษัท เอ แคปปิตอล จำกัด	20.00	บริษัทฯ	99.99	1/2	20.00
CIB Development Sdn. Bhd.	9.43	บริษัทฯ	61.68	2/3	289.77
บริษัท เพลย์ไฮเบอร์เกมส์ จำกัด	20.00	บริษัทฯ	99.99	2/2	12.00
บริษัท ริงค์พลัส ดิจิตอล จำกัด	5.00	บริษัทฯ	60.00	2/2	3.00
Level Up! Inc.	137.96	บริษัทฯ	100.00	1/5	136.35
บริษัท มีริน อินโนเวชั่น จำกัด	20.00	บริษัทฯ	65.00	2/3	13.00
บริษัท เพลย์พาร์ค จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ฟันบ็อกซ์ จำกัด)	150.00	บริษัทฯ	99.99	1/2	110.10
Asiasoft Online Pte.Ltd.	50.07	บริษัทฯ	100.00	2/3	0.00
As Online Sdn.Bhd.	40.03	บริษัทฯ	100.00	2/3	4.61
รวมเงินลงทุนในบริษัทย่อย					700.83
หัก ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน					682.06
รวมเงินลงทุนในบริษัทย่อยสุทธิ					18.77

รับรองความถูกต้อง

PT. ASIASOFT	27.68	บริษัท เอเชีย ซอฟท์ อินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด	80.00	1/1	-
บริษัท สกายเน็ต ซิสเต็มส์ จำกัด	3.50	บริษัท เอ แคปปิตอล จำกัด	70.00	2/3	-

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2560 บริษัทฯ มีเงินลงทุนในบริษัทร่วม รวมมูลค่าเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียเป็นจำนวน 9.92 ล้านบาท โดยผ่าน บริษัท เอ แคปปิตอล จำกัด สัดส่วนเงินลงทุนร้อยละ 40 ได้ลงทุนใน บริษัท ไทยแวร์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด โดยมีมูลค่าการลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียเป็นจำนวน 9.84 ล้านบาท และสัดส่วนเงินลงทุนร้อยละ 30 ได้ลงทุนบริษัท ไชเบอร์เกมส์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด โดยมีมูลค่าการลงทุนตามวิธีราคาทุนเป็นจำนวน 12.08 ล้านบาท บริษัทฯ ได้ดำเนินการแจ้งเลิกกิจการ ขณะนี้อยู่ระหว่างการชำระบัญชี และโดยผ่าน Level Up! Inc. สัดส่วนเงินลงทุนร้อยละ 40 ได้ลงทุนใน Playpark Inc. โดยมีมูลค่าการลงทุนตามวิธีราคาทุนเป็นจำนวน 0.00 ล้านบาท และ บริษัทฯ มีเงินลงทุนในบริษัทร่วมในประเทศสิงคโปร์ โดยได้ลงทุนในบริษัท Pomelo Network Pte. Ltd. โดยมีมูลค่าการลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียจำนวน 19.16 ล้านบาท ซึ่งรายละเอียดเงินลงทุนในบริษัทร่วมมีดังนี้

หน่วย: ล้านบาท

บริษัทร่วม	ทุนชำระแล้ว	ผู้ลงทุน	สัดส่วนเงิน ลงทุน (ร้อยละ)	จำนวน คณะกรรมการ ตัวแทน / คณะกรรมการ ทั้งหมด	มูลค่าเงินลงทุน ด้วยวิธีส่วนได้เสีย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560
บริษัท ไทยแวร์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด	1.50	ผู้ถือหุ้นและ ผู้บริหารร่วมกัน	40	-	9.84
บริษัท ไชเบอร์เกมส์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด	1.00	ผู้ถือหุ้นและ ผู้บริหารร่วมกัน	30	-	12.08
Playpark Inc.	2.95	ผู้ถือหุ้นและ ผู้บริหารร่วมกัน	40	-	0.00
Pomelo Network Pte. Ltd.		ผู้ถือหุ้นและ ผู้บริหารร่วมกัน		-	
-หุ้นบุริมสิทธิ	99.45		11.01		19.16
-หุ้นสามัญ	50.15		-		-
รวมเงินลงทุนในบริษัทร่วม					41.08

รับรองความถูกต้อง

หัก ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน	31.16
รวมเงินลงทุนในบริษัทร่วมสุทธิ	9.92

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และกิจการร่วมค้า โดยพิจารณาจากปัจจัยหลักๆ ดังนี้

- 1) ประเภทธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านความบันเทิงออนไลน์ที่สามารถเอื้อประโยชน์ (Synergy) ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ได้
- 2) ผลตอบแทนจากการลงทุน
- 3) สถานะทางการเงินของบริษัทผู้ลงทุน
- 4) ภาวะเศรษฐกิจและการเมือง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีนโยบายที่จะขยายธุรกิจการให้บริการเกมออนไลน์ไปยังตลาดต่างประเทศที่มีศักยภาพสูงในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อย่างไรก็ตาม โครงการลงทุนของบริษัทฯ ต้องผ่านการพิจารณาจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท และ/หรือ ที่ประชุมผู้ถือหุ้น ตามขอบเขตอำนาจการอนุมัติที่บริษัทฯ ได้กำหนดไว้ และตามกฎหมายต่างๆ ของคณะกรรมการ กสท. และ/หรือ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทฯ จะส่งผู้แทนบริษัทฯ ตามสัดส่วนการถือหุ้นของ บริษัทฯ เข้าร่วมบริหารงานและดูแลการดำเนินธุรกิจ ตามที่คณะกรรมการของบริษัทฯ ได้มอบหมาย โดยบุคคลนั้นจะต้องเป็นผู้ที่ไม่มีผลประโยชน์ขัดแย้งในทางธุรกิจกับบริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือกิจการร่วมค้านั้นๆ

4.2.4 ค่าลิขสิทธิ์จ่ายล่วงหน้า

ค่าลิขสิทธิ์จ่ายล่วงหน้ารับรู้เป็นสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2559 และ 2560 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าลิขสิทธิ์จ่ายล่วงหน้าส่วนที่ไม่หมุนเวียน จำนวน 4.01 ล้านบาท และ 2.43 ล้านบาท ตามลำดับ

4.3 อาคารและสำนักงาน

กลุ่มบริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่ของอาคารต่างๆ เพื่อใช้เป็นสำนักงาน โดยในปัจจุบัน บริษัทฯ และบริษัทย่อยที่ดำเนินกิจการในไทยได้เช่าพื้นที่อาคาร ยู.เอ็ม. ทาวเวอร์ ชั้นใต้ดิน ชั้น G, 26 และ 28 ถนนรามคำแหง เป็นเวลา 3 ปี ยกเว้นบริษัท มิริน อินโนเวชั่น จำกัดได้เช่าพื้นที่อาคารวันแบซิฟิกเพลส เลขที่ 140 ห้องเลขที่ 1005-06 ชั้น 10 ถนนสุขุมวิท เขตคลองเตย ส่วนการดำเนินงานในประเทศสิงคโปร์ ได้เช่าพื้นที่อาคาร 20,Kallang Avenue,#06-00, Pico Creative Centre, Singapore 339411 เพื่อเป็นที่ตั้งสำนักงาน เป็นเวลา 3 ปี, สำหรับการดำเนินงานในมาเลเซียได้เช่าพื้นที่อาคาร Suites C-06-01,02,03 &3A,Level 6,Block C Sky Park One City, Jalan USJ 25/1 ,Subang Jaya Malaysia ,47650 เพื่อเป็นที่ตั้งสำนักงาน เป็นเวลา 3 ปี และการดำเนินงานในฟิลิปปินส์ ได้เช่าพื้นที่6th Floor OPL Building Carlos Palanca Cor. Dela Rosa St. Legaspi Village Makati เพื่อเป็นที่ตั้งสำนักงาน เป็นเวลา 1 ปี

รับรองความถูกต้อง

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ในระหว่างปี 2553 บริษัทฯได้รับหนังสือแจ้งการประเมินภาษีมูลค่าเพิ่มจากกรมสรรพากรเกี่ยวกับการนำส่งภาษีมูลค่าเพิ่มในปี 2548 ถึง 2553 ต่ำไป มูลค่าภาษีมูลค่าเพิ่มที่ถูกประเมินเพิ่มรวมเบี่ยปรับและเงินเพิ่มทั้งสิ้นประมาณ 20 ล้านบาท บริษัทฯได้ยื่นอุทธรณ์ต่อกรมสรรพากร ซึ่งคณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์ของกรมสรรพากรได้มีคำวินิจฉัยลดเบี่ยปรับลงร้อยละ 50 ทำให้มูลค่าภาษีมูลค่าเพิ่มที่ถูกประเมินเพิ่มรวมเบี่ยปรับและเงินเพิ่มคงเหลือเป็นจำนวนประมาณ 14 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม บริษัทฯได้ยื่นฟ้องต่อศาลภาษีอากรกลางให้พิจารณาเพิกถอนการประเมินภาษีดังกล่าว ต่อมาในวันที่ 22 กรกฎาคม 2557 ศาลภาษีอากรกลางได้มีคำพิพากษายกฟ้องการอุทธรณ์ของบริษัทฯ โดยบริษัทฯได้ยื่นฟ้องอุทธรณ์ต่อศาลฎีกาแล้วในวันที่ 16 ธันวาคม 2557

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯได้บันทึกสำรองผลเสียหายจากการประเมินภาษีข้างต้นจำนวน 13 ล้านบาทไว้ในบัญชีแล้ว

ในการยื่นอุทธรณ์ต่อกรมสรรพากรตามที่กล่าวข้างต้น บริษัทฯได้นำบัญชีเงินฝากประจำกับธนาคารแห่งหนึ่งไปวางเป็นหลักประกันการอุทธรณ์ โดยเงินฝากประจำกับธนาคารที่นำไปวางเป็นหลักประกัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 คิดเป็นจำนวนประมาณ 3.97 ล้านบาท (ณ 31 ธ.ค. 2557 มีจำนวน 11 ล้านบาท ซึ่งได้รับคืนจากกรมสรรพากรในปี 2558 จำนวน 7 ล้านบาท)

ณ วันที่ 19 ตุลาคม 2560 บริษัทฯได้รับหนังสือจากกรมสรรพากรแจ้งว่า ศาลฎีกามีคำพิพากษาถึงที่สุดตามคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 2640/2560 ลงวันที่ 25 เมษายน 2560 และให้บริษัทชำระหนี้ภาษีอากรคงค้างจำนวน 3.7 ล้านบาทให้แก่กรมสรรพากร ซึ่งบริษัทฯได้ชำระเมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2560 และได้รับสมุดเงินฝากประจำที่วางเป็นหลักประกันคืนเป็นที่เรียบร้อยแล้วเช่นกัน

ในเดือนสิงหาคม 2560 Level Up Inc. ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้รับหมายเรียกฟ้องให้ชำระภาษีจากเจ้าหน้าที่ภาษีท้องถิ่นเนื่องจากชำระภาษีเงินได้และภาษีมูลค่าเพิ่มของปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2555 ขาดไปเป็นจำนวน 14.36 ล้านเปโซฟิลิปปินส์ (9.59 ล้านบาท) ซึ่งปัจจุบันบริษัทย่อยได้ยื่นโต้แย้งการประเมินดังกล่าวต่อเจ้าหน้าที่ภาษีท้องถิ่น อย่างไรก็ตามผู้บริหารพิจารณาจากการเสนอแนะของที่ปรึกษาทางกฎหมายเห็นว่ายังมีความไม่แน่นอนต่อค่าเสียหายที่จะเกิดขึ้นจริงจากการประเมินดังกล่าว ดังนั้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มกิจการจึงไม่ได้ตั้งสำรองประมาณการหนี้สินจากการประเมินดังกล่าว

6. ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

(ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560)

ชื่อบริษัท	บริษัท เอเชียซอฟท์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	ประกอบธุรกิจให้บริการด้านความบันเทิงออนไลน์ (Online Entertainment Service) โดยมุ่งเน้นการให้บริการเกมออนไลน์ และเกมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในประเทศไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย เวียดนาม อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมทั้งจัดจำหน่ายเกมพีซี
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 9 อาคารยู.เอ็ม.ทาวเวอร์ ห้องเลขที่ 9/283-5 ชั้น 28 ถนนรามคำแหง แขวง สวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
เลขทะเบียนบริษัท	0107550000050
โทรศัพท์	66 2769 8888
โทรสาร	66 2717 4250
เว็บไซต์	www.asiasoft.co.th และ www.asiasoft.net
ทุนจดทะเบียน	512,346,270 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 512,346,270 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 1 บาท
ทุนชำระแล้ว	409,877,016 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 409,877,016 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 1 บาท

รับรองความถูกต้อง

การลงทุนในบริษัทอื่นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

(ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560)

ชื่อบริษัท	บริษัท เอเชียซอฟท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
ประเภทธุรกิจ	การเข้าไปลงทุนในบริษัทอื่น (Holding Company)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 9 อาคารยู.เอ็ม.ทาวเวอร์ ห้องเลขที่ 9/283-5 ชั้น 28 ถนนรามคำแหง แขวง สวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
โทรศัพท์	66 2769 8888
โทรสาร	66 2717 4250
ทุนจดทะเบียน	112,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 1,120,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตรา ไว้ หุ้นละ 100 บาท เป็นทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า
สัดส่วนการถือหุ้น	ร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียน

ชื่อบริษัท	บริษัท เอ แคปปิตอล จำกัด
ประเภทธุรกิจ	การเข้าไปลงทุนในบริษัทอื่น (Holding Company)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 9 อาคารยู.เอ็ม.ทาวเวอร์ ห้องเลขที่ 9/283-5 ชั้น 28 ถนนรามคำแหง แขวง สวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
โทรศัพท์	66 2769 8888
โทรสาร	66 2717 4250
ทุนจดทะเบียน	20,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 200,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท เป็นทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า
สัดส่วนการถือหุ้น	ร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียน

ชื่อบริษัท	บริษัท เพลย์พาร์ค จำกัด (เดิมชื่อบริษัท ฟันบ็อกซ์ จำกัด)
ประเภทธุรกิจ	ให้บริการเกมออนไลน์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 9 อาคารยู.เอ็ม.ทาวเวอร์ ห้องเลขที่ 9/283-5 ชั้น 28 ถนนรามคำแหง แขวง สวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
โทรศัพท์	66 2769 8888
โทรสาร	66 2717 4250
เว็บไซต์	www.playpark.com
ทุนจดทะเบียน	150,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 1,500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตรา ไว้ หุ้นละ 100 บาท เป็นทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า
สัดส่วนการถือหุ้น	ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียน
หมายเหตุ	ได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท เพลย์พาร์ค จำกัด เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2557

ชื่อบริษัท	บริษัท ไทยแวร์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด
ประเภทธุรกิจ	ประกอบกิจการเขียนซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ วางระบบคอมพิวเตอร์ และให้บริการ โฆษณาบนเว็บไซต์ thaiware.com
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	69/6 อาคารตึกฮั่วปัก ตึกปี ชั้นที่ 4 ห้อง 3 ซอยศึกษาวิทยา ถนนสีลม แขวงสีลม เขต บางรัก กรุงเทพมหานคร
โทรศัพท์	66 2635 0744
โทรสาร	66 2635 0745
เว็บไซต์	www.thaiware.com
ทุนจดทะเบียน	1,500,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 150,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้น ละ 10 บาท เป็นทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า
สัดส่วนการถือหุ้น	บริษัท เอ แคปิตอล จำกัด ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 40 ของทุนจดทะเบียน

ชื่อบริษัท	บริษัท ไชเบอร์เกมส์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด
ประเภทธุรกิจ	ประกอบกิจการให้บริการเกมผ่านระบบสื่อสารและเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต และให้บริการโฆษณาบนเว็บไซต์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 9/283-5 อาคารยู.เอ็ม.ทาวเวอร์ ชั้น 28 ถนนรามคำแหง แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
โทรศัพท์	66 2769 8888
โทรสาร	66 2717 4250
เว็บไซต์	www.thaicybergames.com
ทุนจดทะเบียน	1,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 100,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท เป็นทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า
สัดส่วนการถือหุ้น	บริษัท เอ แคปิตอล จำกัด ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 30 ของทุนจดทะเบียน อยู่ระหว่างการชำระบัญชี

ชื่อบริษัท	บริษัท เฟลย์ไชเบอร์เกมส์ จำกัด
ประเภทธุรกิจ	ให้บริการเกมออนไลน์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 9/283-5 อาคารยู.เอ็ม.ทาวเวอร์ ชั้น 28 ถนนรามคำแหง แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
โทรศัพท์	66 2769 8888
โทรสาร	66 2717 4250
ทุนจดทะเบียน	66 2717 3515
สัดส่วนการถือหุ้น	20,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 2,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท เป็นทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า ร้อยละ 59.99 ของทุนจดทะเบียน หยุดดำเนินการ แต่ยังมีได้ชำระบัญชี

ชื่อบริษัท	บริษัท thinkplus ดิจิตอล จำกัด
ประเภทธุรกิจ	ประกอบกิจการให้บริการด้านการตลาดผ่านเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต และให้บริการขายสื่อโฆษณา
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 9 อาคารยู.เอ็ม.ทาวเวอร์ ห้องเลขที่ 9/283-5 ชั้น 28 ถนนรามคำแหง แขวง สวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
โทรศัพท์	66 2769 8888
โทรสาร	66 2717 4250
เว็บไซต์	www.thinkplusdigital.com
ทุนจดทะเบียน	5,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 1,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 5 บาท เป็นทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า
สัดส่วนการถือหุ้น	ร้อยละ 59.99 ของทุนจดทะเบียน

ชื่อบริษัท	บริษัท มริน อินโนเวชั่น จำกัด
ประเภทธุรกิจ	ประกอบกิจการผลิต และจำหน่าย ตลอดจนเป็นผู้พัฒนา และเป็นผู้ให้บริการ โมบายล์แอปพลิเคชัน โมบายล์เกมแอปพลิเคชัน รวมทั้งซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 140 อาคารวันแปซิฟิกเพลส ชั้นที่ 10 ห้องเลขที่ 1005-06 ถนนสุขุมวิท แขวง คลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์	0 2653 0330
ทุนจดทะเบียน	20,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 2,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท เป็นทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า
สัดส่วนการถือหุ้น	ร้อยละ 64.99 ของทุนจดทะเบียน

ชื่อบริษัท	บริษัท สกายเน็ต ซิสเต็มส์ จำกัด
ประเภทธุรกิจ	ประกอบกิจการพัฒนาแอปพลิเคชันด้านการซื้อขายหุ้นและหลักทรัพย์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 9/283-285 อาคารยู.เอ็ม.ทาวเวอร์ ถนนรามคำแหง แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
โทรศัพท์	66 2769 8888
โทรสาร	66 2717 4250
ทุนจดทะเบียน	3,500,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 35,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เป็นทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า
สัดส่วนการถือหุ้น	บริษัท เอ แคปปิตอล จำกัด ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 70 ของทุนจดทะเบียน

ชื่อบริษัท	Asiasoft Online Pte. Ltd.
ประเภทธุรกิจ	ให้บริการเกมออนไลน์ เกมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ และจัดจำหน่ายเกมพีซี ในประเทศ สิงคโปร์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	20 Kallang Avenue #06-00 Pico Creative Center Singapore 339411
โทรศัพท์	+65 6291 6129
โทรสาร	+65 6291 6830
เว็บไซต์	www.asiasoftsea.net
ทุนจดทะเบียน	2,000,000 สิงคโปร์ดอลลาร์ เป็นทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า
สัดส่วนการถือหุ้น	ร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียน

ชื่อบริษัท	AS Online Sdn. Bhd.
ประเภทธุรกิจ	ให้บริการเกมออนไลน์ และจัดจำหน่ายเกมพีซี ในประเทศมาเลเซีย
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	Suite C-06-01,02,03 & 3A, Level 6, Block C, Sky Park One City, Jalan USJ 25/1, 47650 Subang Jaya
โทรศัพท์	Selangor Darul Ehsan.
โทรสาร	+603 50223020
เว็บไซต์	+ 603 50223028
ทุนจดทะเบียน	www.asiasoftsea.net
ทุนชำระแล้ว	5,000,000 รिंगกิต
สัดส่วนการถือหุ้น	4,000,000 รिंगกิต ร้อยละ 100.00 ของทุนจดทะเบียน

ชื่อบริษัท	PT. Asiasoft
ประเภทธุรกิจ	ให้บริการเกมออนไลน์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	Gd. Cyber Lt. 6, Jalan Kuningan Barat No. 8 Mampang Prapatan Jakarta Selatan
โทรศัพท์	+62 2598 5000
โทรสาร	+62 2598 5001
เว็บไซต์	www.asiasoft.net
ทุนจดทะเบียน	1,750,000 ดอลลาร์สหรัฐ
ทุนชำระแล้ว	1,000,000 ดอลลาร์สหรัฐ
สัดส่วนการถือหุ้น	บริษัท เอเชียซอฟท์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 79.90 ของทุนชำระแล้ว

ชื่อบริษัท	CIB Development Sdn. Bhd.
ประเภทธุรกิจ	ให้บริการเกมออนไลน์ และเกมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในประเทศมาเลเซีย
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	Suite C-06-01,02,03 & 3A, Level 6, Block C, Sky Park One City, Jalan USJ 25/1, 47650 Subang Jaya
โทรศัพท์	Selangor Darul Ehsan.
โทรสาร	+ 603 50223020
เว็บไซต์	+ 603 50223028
ทุนจดทะเบียน	www.cib.com.my
สัดส่วนการถือหุ้น	1,000,000 ริงกิต เป็นทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า ร้อยละ 61.68 ของทุนจดทะเบียน

ชื่อบริษัท	Level Up!, Inc.
ประเภทธุรกิจ	ให้บริการเกมออนไลน์ และเกมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในประเทศฟิลิปปินส์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	6th Floor, OPL Building, 100C Palanca St., cor Dela Rosa St., Legaspi Village, Makati City, Philippines
โทรศัพท์	+63 2 7519600
โทรสาร	+63 2 8138966
เว็บไซต์	www.levelupgames.ph
ทุนจดทะเบียน	310,020,000 เปโซฟิลิปปินส์ แบ่งออกเป็นหุ้นประเภท ก จำนวน 31,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 เปโซฟิลิปปินส์ และ หุ้นประเภท ข จำนวน 2,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.01 เปโซฟิลิปปินส์
ทุนชำระแล้ว	138,550,850 เปโซฟิลิปปินส์ แบ่งออกเป็นหุ้นประเภท ก จำนวน 13,853,085 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 เปโซฟิลิปปินส์ และ หุ้นประเภท ข จำนวน 2,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.01 เปโซฟิลิปปินส์
สัดส่วนการถือหุ้น	ร้อยละ 100 ของทุนชำระแล้ว

ชื่อบริษัท	Pomelo Network Pte. Ltd.
ประเภทธุรกิจ	พัฒนาแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ Mobile Messenger
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	1 Coleman Street #08-07 The Adelphi, Singapore 179803
โทรศัพท์	+65 6438 8858
เว็บไซต์	https://palplus.me/
ทุนจดทะเบียน	4,474,864 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 1,500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.0001 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา และหุ้นบุริมสิทธิ 3,614,740 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา โดยหุ้นสามัญและหุ้นบุริมสิทธิมีสิทธิเท่าเทียมกัน
ทุนชำระแล้ว	4,474,864 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 1,500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.0001 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา และหุ้นบุริมสิทธิ 3,614,740 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา
สัดส่วนการถือหุ้น	ร้อยละ 11.01 ของทุนชำระแล้ว

บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก

แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ 0 2009 9999

โทรสาร 0 2009 9991

ผู้สอบบัญชี

นางสาวนภนุช อภิชาติเสถียร

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 5266

บริษัท ไพร์ชวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอพีแอส จำกัด

อาคารบางกอกซิตี ทาวเวอร์ ชั้น 15

179/74-80 ถนนสาทรใต้ สาทร

กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์ 0 2344 1000

โทรสาร 0 2286 5050