

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 พันธกิจของบริษัท

“To inspire endless moments of FUN and excitement
through virtual and live experiences.”

เรายังคงมุ่งสร้างประสบการณ์ความสนุกสุดสัสมออนไลน์ และก้าวไปสู่การเป็นผู้นำด้านธุรกิจบันเทิงออนไลน์ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยความเชื่อมั่นในศักยภาพของธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง ในอนาคต โดยมีกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ดังนี้

- ขยายการบริการให้ครอบคลุมภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- ขยายธุรกิจออนไลน์ ไม่เพียงแคเกมออนไลน์ แต่รวมถึงธุรกิจออนไลน์ด้านอื่น ๆ
- จัดหาเกมดังระดับโลกที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจหลากหลายประเภทมาป้อนสู่สัสมออนไลน์ โดยร่วมมือกับ บริษัทพัฒนาเกมชั้นนำทั่วโลก
- สร้างแรงบันดาลใจและเชื่อมต่อสัสมออนไลน์ด้วยความสนุกที่ไม่สิ้นสุด
- สร้างสรรค์สัสมออนไลน์ที่ดีให้เกิดขึ้น

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท เอเชียซอฟท์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ หรือ AS”) เดิมชื่อ บริษัท บี.เอ็ม. มีเดีย (ไทยแลนด์) จำกัด ก่อตั้งเมื่อวันที่ 20 กันยายน 2544 ด้วยทุนจดทะเบียน 5,000,000 บาท เพื่อประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายเกมพีซี 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 เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการดำเนินการ รวมทั้งสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงาน
- ปี 2549 ขยายตลาดสู่เกมแนว Casual ด้วยการเปิดให้บริการเกม “Audition” ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมาก และยังคงครองอันดับ 1 ของเกมเด่นในประเทศไทยจนถึงวันนี้ และในปีเดียวกัน บริษัทฯ ยังได้ลงทุนเปิดบริษัท Asiasoft Online Pte. Ltd. ในประเทศสิงคโปร์ นับเป็นก้าวแรกในการขยายตลาดสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

รับรองความถูกต้อง

- ปี 2550 ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2550 โดยมีทุนจดทะเบียน 316,000,000 บาท
- ปี 2554 ขยายธุรกิจออนไลน์ที่นอกเหนือจากการให้บริการเกมออนไลน์ ด้วยการลงทุนในบริษัท ไทยแวร์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ผู้ให้บริการเว็บไซต์ www.thaiware.com ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านไอที และเป็นแหล่งดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ทั้งของไทยและต่างประเทศ โดยได้รับการจัดอันดับโดย Truehits ให้เป็นเว็บไซต์ทำด้านไอทีอันดับ 1 และยังเป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่จำหน่ายซอฟต์แวร์ อุปกรณ์ไอที และแก็ดเจ็ตอีกด้วย
- ปี 2555 ขยายตลาดสู่ประเทศมาเลเซีย ด้วยการลงทุนในบริษัท CIB Development Sdn. Bhd.
- ปี 2557 ก้าวเข้าสู่ตลาดเกมโมบายล์ เพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมใช้สมาร์ทโฟนเพิ่มมากขึ้น และด้วยกระแสนิยมของสื่อออนไลน์และการทำตลาดบนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัทฯ จึงขยายธุรกิจด้านเอเจนซีการตลาดดิจิทัลด้วยการร่วมลงทุนในบริษัท ริงค์พลัส ดิจิตอล จำกัด เพื่อให้บริการด้านการวางแผนการตลาดดิจิทัลแบบครบวงจรแก่ลูกค้าองค์กรต่าง ๆ รวมถึงบริษัทในเครือ นอกจากนี้ ในปีเดียวกัน ได้มุ่งสู่ธุรกิจการผลิตเนื้อหาดิจิทัลด้วยการร่วมลงทุนภายใต้บริษัท มิริน อินโนเวชั่น จำกัด เพื่อพัฒนาเกมออนไลน์และเกมโมบายล์ รวมถึงแอปพลิเคชันต่าง ๆ จากฝีมือคนไทย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงรุกตลาดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วยการขยายตลาดสู่ประเทศฟิลิปปินส์ จากการเข้าซื้อกิจการในบริษัท Level Up! Inc.
- ปี 2559 เพิ่มทุนจดทะเบียน จำนวน 102,469,254 บาท เป็นทุนจดทะเบียน 409,877,016
- ปี 2560 ร่วมลงทุนในบริษัท สกายเน็ต ซิสเต็มส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทเทคโนโลยีการเงินรูปแบบใหม่ (FinTech Startup) เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการซื้อขายหุ้นและหลักทรัพย์ ถือเป็นการต่อยอดทางธุรกิจใหม่ของเรา
- ปี 2561 เพิ่มทุนจดทะเบียน บริษัท สกายเน็ต ซิสเต็มส์ จำกัด บริษัทร่วมในประเทศไทย และเพิ่มทุนจดทะเบียน Asiasoft Online Pte. Ltd. บริษัทย่อยในประเทศสิงคโปร์ พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อเป็น Playpark Pte. Ltd. นอกจากนี้ได้มีการเจรจาหาพันธมิตรทางธุรกิจในประเทศพม่าและอินโดนีเซีย เพื่อเตรียมการเปิดให้บริการเกมออนไลน์ในช่วงต้นปี 2562

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มเอเชียซอฟท์ (กลุ่มบริษัทฯ) ประกอบด้วยบริษัทต่างๆ รวม 12 บริษัทดังนี้



กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจหลักเกี่ยวกับการให้บริการด้านความบันเทิงออนไลน์ ดังนี้

| กลุ่มบริษัทฯ | ประเทศ | ประเภทธุรกิจหลัก |
|--|------------|---|
| 1. บมจ. เอเชียซอฟท์ คอร์ปอเรชั่น "AS") | ไทย | ประกอบธุรกิจให้บริการด้านความบันเทิงออนไลน์ โดยมุ่งเน้นการให้บริการเกมออนไลน์และเกมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย |
| 2. บจก. เอ แคปปิตอล ("A Capital") | ไทย | เพื่อการเข้าไปลงทุนในบริษัทอื่น (Holding Company) |
| 3. บจก. ไทยแวร์ คอมมิวนิเคชั่น ("Thaiware") | ไทย | ให้บริการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและจำหน่ายซอฟต์แวร์และอุปกรณ์ไอทีบนเว็บไซต์ รวมทั้งให้บริการดาวน์โหลดซอฟต์แวร์และบริการโฆษณาในเว็บไซต์ www.thaiware.com |
| 4. บจก. สกายเน็ต ซิสเต็มส์ ("Skynet") | ไทย | พัฒนาแอปพลิเคชันด้านการซื้อขายหุ้นและหลักทรัพย์ |
| 5. บจก. ทริปเปิ้ลเอส โซเชียลเทรด (ประเทศไทย) ("TripleS") | ไทย | ประกอบกิจการพัฒนาและให้บริการซอฟต์แวร์โซเชียลและอุปกรณ์ไอที |
| 6. บจก. เพลย์พาร์ค ("Playpark") | ไทย | ให้บริการเกมออนไลน์ |
| 7. CIB Development Sdn. Bhd. ("CIB Dev") | มาเลเซีย | ให้บริการเกมออนไลน์ทั้งพีซีและโมบายล์ในประเทศมาเลเซีย |
| 8. CIB Net Sdn. Bhd. ("CIB Net") | มาเลเซีย | ให้บริการเกมออนไลน์ทั้งพีซีและโมบายล์ในประเทศมาเลเซีย |
| 9. Playpark Inc. ("PPI") | ฟิลิปปินส์ | ให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศฟิลิปปินส์ |
| 10. Playpark Pte. Ltd. ("PPP") (เดิมชื่อบริษัท Asiasoft Online Pte. Ltd.) | สิงคโปร์ | ให้บริการเกมออนไลน์ทั้งพีซีและโมบายล์ในประเทศสิงคโปร์ |
| 11. AS Online Sdn. Bhd. ("ASM") | มาเลเซีย | ให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศมาเลเซีย |

รับรองความถูกต้อง

| | | |
|---------------------------|-------------|--|
| 12. PT. Asiasoft ("ASID") | อินโดนีเซีย | ให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศอินโดนีเซีย |
|---------------------------|-------------|--|

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

การดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท มิได้มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอื่นของผู้ถือหุ้นรายใหญ่อย่างมีนัยสำคัญ

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้จากแต่ละสายผลิตภัณฑ์หรือกลุ่มธุรกิจ

รายได้ของกลุ่มบริษัทฯ แบ่งตามประเภทธุรกิจได้ 3 ประเภท ดังนี้

| ประเภทรายได้ | 2561 | | 2560 | | 2559 | |
|------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | ล้านบาท | ร้อยละ | ล้านบาท | ร้อยละ | ล้านบาท | ร้อยละ |
| 1. รายได้จากการให้บริการเกมออนไลน์ | 552 | 92 | 760 | 91 | 867 | 90 |
| 2. รายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่าย | 37 | 6 | 19 | 2 | 28 | 3 |
| 3. รายได้อื่น ๆ | 12 | 2 | 56 | 7 | 72 | 7 |
| รวม | 601 | 100 | 835 | 100 | 967 | 100 |

รายได้ของกลุ่มบริษัทฯ แบ่งตามภูมิศาสตร์ได้ 2 ประเภท ดังนี้

| ประเภทรายได้ | 2561 | | 2560 | | 2559 | |
|--------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | ล้านบาท | ร้อยละ | ล้านบาท | ร้อยละ | ล้านบาท | ร้อยละ |
| 1. รายได้จากการดำเนินงานในไทย | 255 | 42 | 476 | 57 | 468 | 48 |
| 2. รายได้จากการดำเนินงานในต่างประเทศ | 346 | 58 | 359 | 43 | 499 | 52 |
| รวม | 601 | 100 | 835 | 100 | 967 | 100 |

2.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.2.1 ลักษณะการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ

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

กลุ่มบริษัทฯ เปิดให้บริการเกมออนไลน์ครั้งแรกในไทยเมื่อปี 2546 ด้วยเกม “Ragnarok Online” ซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูง และในปี 2551 ได้เปิดให้บริการเกม “MapleStory” ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดีจากเกมเมอร์ในประเทศ สิงคโปร์ ถือเป็นก้าวสำคัญที่ทำให้บริษัทฯ เป็นที่รู้จักในฐานะหนึ่งในผู้ให้บริการเกมออนไลน์ชั้นนำในไทย

ในระหว่างปี 2561 มี เกมออนไลน์ที่เปิดให้บริการทั้งบนแพลตฟอร์มพีซีและโมบายล์ รวม 29 เกม ใน 5 ประเทศ คือ ไทย (10 เกม) สิงคโปร์ (3 เกม) มาเลเซีย (20 เกม) ฟิลิปปินส์ (11 เกม) และอินโดนีเซีย (2 เกม) โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา การให้บริการเกมออนไลน์ถือเป็นธุรกิจหลักที่สร้างรายได้ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ในสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 83 - 87 ของรายได้ทั้งหมด

รับรองความถูกต้อง

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

การให้บริการเกมออนไลน์ในแต่ละประเทศจะดำเนินการผ่านบริษัทที่จัดตั้งขึ้นในประเทศนั้น ๆ ซึ่งแต่ละบริษัทจะมีระบบเซิร์ฟเวอร์ที่ตั้งอยู่ในประเทศตนเองเพื่อให้บริการแก่ผู้เล่นเกมในแต่ละประเทศ และเซิร์ฟเวอร์ที่ตั้งอยู่ในประเทศสิงคโปร์ในกรณีที่ต้องการให้บริการแก่ผู้เล่นหลายประเทศในภูมิภาคพร้อมกัน โดยกลุ่มบริษัทฯ ได้จัดเตรียมเซิร์ฟเวอร์ไว้เพียงพอ สามารถรองรับผู้เล่นเกมจำนวนมากพร้อมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการให้บริการเกมออนไลน์ ซึ่งผู้เล่นสามารถเติมเงินเข้าเกมผ่านบริการต่าง ๆ ดังนี้

- บัตรเติมเงินล่วงหน้าที่ออกโดยกลุ่มบริษัทฯ ได้แก่ บัตร @Cash และบัตร LevelUp ซึ่งจำหน่ายในรูปแบบบัตรพลาสติกและบัตรอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าปลีกชั้นนำทั่วภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- บัตรเติมเงินโทรศัพท์หรือบัตรเงินสดที่ออกโดยผู้ให้บริการมือถือในแต่ละประเทศ อาทิ บัตรเงินสด One-2-Call!, บัตรเงินสด true money, บัตรเติมเงินโทรศัพท์ Celcom เป็นต้น ซึ่งจำหน่ายในรูปแบบบัตรพลาสติกและบัตรอิเล็กทรอนิกส์
- การชำระผ่านบัตรเครดิตและบัตรเครดิตที่ได้รับการรับรองจาก Visa และ MasterCard
- การชำระผ่านระบบธนาคารทางออนไลน์ (Online Banking) ของ 5 ธนาคารในประเทศไทย ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์
- การชำระผ่านแอปพลิเคชัน Rabbit LINE Pay ในประเทศไทย
- การชำระผ่านบัญชี PayPal
- การชำระผ่านบริการ SMS ในประเทศที่เปิดให้บริการ

ทั้งนี้ บริการที่กล่าวมาข้างต้น สามารถใช้ได้กับเกมออนไลน์ทุกเกมที่กลุ่มบริษัทฯ ให้บริการในแต่ละประเทศ และยังสามารถใช้เติมเงินเกมออนไลน์ของบริษัทอื่นที่เข้าร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับกลุ่มบริษัทฯ ด้วย

สำหรับเกมที่ให้บริการบนแพลตฟอร์มโมบายล์ ผู้เล่นสามารถเติมเงินเข้าเกมผ่านช่องทางการชำระเงินของ App Store สำหรับระบบปฏิบัติการ iOS และ Google Play สำหรับระบบปฏิบัติการ Android

นับตั้งแต่ปี 2558 ที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทฯ ได้พัฒนาและปรับปรุงการเติมเงินขึ้นใหม่ โดยมีชื่อเรียกว่าระบบ PlayMall ซึ่งทำหน้าที่เสมือนกระเป๋าสตางค์เงินกลาง สำหรับใช้จ่ายซื้อไอเทมและบริการต่าง ๆ ในเกมที่ให้บริการภายใต้แบรนด์ PlayPark โดยมุ่งเน้นอำนวยความสะดวกและความง่ายในการเติมเงินของผู้เล่นเกมจากทั่วภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ระบบสามารถรองรับการเติมเงินเพื่อแลกเป็นแต้ม (Cash Point) ของสกุลเงินต่าง ๆ ถึง 7 สกุล เช่น ดอลลาร์สหรัฐ, บาท (ไทย), ริงกิต (มาเลเซีย), ดอลลาร์สิงคโปร์, ดอง (เวียดนาม), เปโซ (ฟิลิปปินส์) และรูเบียห์ (อินโดนีเซีย) โดยผู้เล่นสามารถใช้บริการช่องทางการเติมเงินที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เพื่อเติมเงินเข้ากระเป๋าสตางค์เงินกลางของระบบ PlayMall นอกจากนี้ ในปี 2561 ที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทฯ ยังได้ดำเนินการปรับปรุงระบบการเติมเงิน PlayMall เวอร์ชันใหม่ ที่สามารถ

รับรองความถูกต้อง

รองรับมาตรฐานด้านการรับรู้รายได้ทางบัญชีแบบใหม่ที่จะมีผลบังคับใช้ในปี 2562 รวมถึงปรับให้ระบบมีความยืดหยุ่น เพื่อให้การจัดทำโปรแกรมขึ้นการเติมเงินแก่ผู้เล่นได้สะดวกและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ เพื่อสนับสนุนการให้บริการเกมออนไลน์ กลุ่มบริษัทฯ จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลเกมออนไลน์เพื่อตอบ ปัญหาและข้อสงสัยด้านเทคนิคและวิธีเล่นเกมผ่านทางโทรศัพท์ (Call Center) ระบบแชต (Live Chat) อีเมล (Email) และ สื่อโซเชียลมีเดีย อาทิ Facebook Fanpage และบัญชี Line@ ของบริษัท

ในระหว่างปี 2561 กลุ่มบริษัทฯ เปิดให้บริการเกมออนไลน์รวม 29 เกม ใน 5 ประเทศ ดังนี้

| เกมออนไลน์ | ประเภทเกม ^ก | รูปแบบการคิดค่าบริการ ^ข |
|--------------------------------|------------------------|------------------------------------|
| 1. MapleStorySEA | MMORPG | Item Sale |
| 2. Yulgang | MMORPG | Item Sale |
| 3. Perfect World | MMORPG | Item Sale |
| 4. Granado Espada | MMORPG | Item Sale |
| 5. Cabal | MMORPG | Item Sale |
| 6. TLBB | MMORPG | Item Sale |
| 7. Dragon Nest | MMORPG | Item Sale |
| 8. Elsword | MMORPG | Item Sale |
| 9. Flyff | MMORPG | Item Sale |
| 10. Moxiang | MMORPG | Item Sale |
| 11. Luna Online | MMORPG | Item Sale |
| 12. Ran Online | MMORPG | Item Sale |
| 13. Rising Force Online | MMORPG | Item Sale |
| 14. Wulin Online | MMORPG | Item Sale |
| 15. Tian Zi Chuan Qi | MMORPG | Item Sale |
| 16. Tanki Online | Webgame | Item Sale |
| 17. Audition | Casual | Item Sale |
| 18. Super Dancer Online Xtreme | Casual | Item Sale |
| 19. Tales Runner | Casual | Item Sale |

รับรองความถูกต้อง

| | | |
|------------------------------|--------|-----------|
| 20. Mission Against Terror 2 | FPS | Item Sale |
| 21. Special Force 2 | FPS | Item Sale |
| 22. Special Force | FPS | Item Sale |
| 23. Soul Ark | Mobile | Item Sale |
| 24. Battle of Souls | Mobile | Item Sale |
| 25. Genki Heroes | Mobile | Item Sale |
| 26. Kung Fu All-Star | Mobile | Item Sale |
| 27. Jin Guang Qun Xia Zhuan | Mobile | Item Sale |
| 28. Heroes Unleashed | Mobile | Item Sale |
| 29. Let's Play Mahjong | Mobile | Item Sale |
| รวม 29 เกม | | |

หมายเหตุ :

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

- ผู้เล่นจะเล่นเป็นตัวละครหนึ่งหรือหลายตัวในเวลาเดียวกัน โดยใช้ระบบการควบคุมตัวละครหลายตัว (Multi Character Control System : MCC) ซึ่งแต่ละตัวจะมีบทบาทต่อเนื่อง และมีจุดเด่นจุดด้อยที่แตกต่างกันไป
- ผู้เล่นสามารถเพิ่มประสบการณ์ (Level) และเก็บสะสมอุปกรณ์ต่าง ๆ (Item) เช่น อาวุธ หรือคະແນ เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งของตัวละคร ทำให้มีลักษณะที่แตกต่างจากตัวละครตัวอื่น และสามารถแลกเปลี่ยนซื้อขายไอเทมในเกมได้
- ลักษณะการดำเนินชีวิตของตัวละครจะอ้างอิงเหตุการณ์เสมือนสังคมในชีวิตจริง เช่น การแต่งงาน การรับตัวละครอื่นเป็นลูกศิษย์หรืออาจารย์ การรวมกลุ่มกันเพื่อต่อสู้กับฝ่ายตรงข้าม เป็นต้น
- การเล่นเกมจะไม่มีผลแพ้หรือชนะ แต่จะต่อเนื่องไปตามเนื้อเรื่องของเกมที่ไม่มีความสิ้นสุด

รับรองความถูกต้อง

- ผู้เล่นโดยส่วนใหญ่มีความรักดีต่อเกม ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากลักษณะของเกมที่จะกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้เล่น โดยจะใช้เวลาในการเล่นเกมนานขึ้นเรื่อยๆ เพื่อเก็บประสบการณ์หรือเลเวลในเกม

^๒2. Casual Game คือรูปแบบของเกมออนไลน์ที่มีตัวการ์ตูนน่ารัก สีสันสดใส มักเป็นเกมเล่นง่ายที่ไม่ต้องใช้เวลาหรือทักษะในการเล่นมากนัก สามารถเล่นจบในเวลาอันสั้น เหมาะสำหรับการเล่นเพื่อผ่อนคลาย

^๓3. First-Person Shooting คือรูปแบบของเกมออนไลน์แนวยิงต่อสู้กันโดยใช้อาวุธปืนเป็นหลัก แข่งกันโดยแบ่งเป็นทีมแล้วช่วยกันต่อสู้ในโหมดต่าง ๆ มีเวลาจำกัดในแต่ละภารกิจ

^๔4. Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) คือประเภทของเกมออนไลน์ที่สามารถเล่นได้เป็นรอบ รอบละ 15 - 30 นาทีโดยเฉลี่ย โดยแบ่งผู้เล่นออกเป็น 2 ฝ่าย ฝ่ายละ 3 หรือ 5 คน ผู้เล่นแต่ละคนจะควบคุมเพียงตัวละครของตัวเองเท่านั้น และผู้เล่นทุกคนจะต้องร่วมมือกับเพื่อนในฝ่ายของตนเอง เข้าใจมิติตัวละครและทำลายฐานของฝ่ายตรงข้ามให้สำเร็จก่อนจะเป็นฝ่ายชนะ

^๕5. Mobile Game คือประเภทของเกมที่สามารถเล่นได้บนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต เป็นต้น โดยปัจจุบันจะมีรูปแบบของเกมที่หลากหลายเช่นเดียวกับเกมออนไลน์ที่ให้บริการผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ (PC)

เกมออนไลน์คือเกมคอมพิวเตอร์ที่ใช้เล่นบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้เล่นสามารถแข่งขันและสนทนากับบุคคลอื่นที่อยู่ในเกมได้ทันที ผ่านระบบเซิร์ฟเวอร์ซึ่งทำหน้าที่เก็บโปรแกรมเกมหลักและข้อมูลส่วนใหญ่ของผู้เล่นเกม โดยผู้ให้บริการเกมออนไลน์จะให้บริการแก่ผู้เล่นที่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟนที่ได้ติดตั้งโปรแกรมเครื่องลูกข่าย เชื่อมโยงกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และได้ลงทะเบียนเพื่อเล่นเกมผ่านทางเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของเกมออนไลน์

การให้บริการเกมออนไลน์เป็นธุรกิจที่สร้างรายได้หลักแก่กลุ่มบริษัทฯ ร้อยละ 85 ของรายได้ทั้งหมดในปีที่ผ่านมา โดยกลุ่มบริษัทฯ ดำเนินงานเต็มรูปแบบเพื่อให้บริการเกมออนไลน์แก่ผู้เล่นเกมในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เริ่มตั้งแต่การจัดซื้อลิขสิทธิ์เกมที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของตลาด การบริหารจัดการเกมอย่างมีประสิทธิภาพ การทำการตลาดและประชาสัมพันธ์

การให้บริการแก้ไขปัญหาหรือให้ข้อมูลแก่ลูกค้า การจัดหาช่องทางการเติมเงินที่สะดวกและครอบคลุมในภูมิภาค และที่สำคัญ การจัดเตรียมระบบคอมพิวเตอร์สำหรับให้บริการ ได้แก่ ระบบเซิร์ฟเวอร์ อุปกรณ์เครือข่ายและระบบ

รับรองความถูกต้อง

รักษาความปลอดภัย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ และการจัดทำเว็บไซต์เกมและช่องทางการสื่อสารกับผู้เล่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อมอบประสบการณ์การเล่นเกมที่ดียิ่งให้แก่ผู้เล่น

ในระหว่างปี 2561 กลุ่มบริษัทฯ ให้บริการเกมใน 5 ประเทศ รวม 29 เกม ดังนี้

| ประเทศที่ให้บริการ | จำนวนเกม | เกมออนไลน์ที่ให้บริการในระหว่างปี 2561 |
|--------------------|----------|--|
| ไทย | 10 | Yulgang, Granado Espada, Dragon Nest, Elsword, Audition, Tales Runner, Luna Online, Ran Online, Soul Ark, Battle of Souls |
| สิงคโปร์ | 3 | MapleStorySEA, Audition Next Level, Soul Ark |
| มาเลเซีย | 20 | TLBB, Super Dancer Online Xtreme, Mission Against Terror 2, Moxiang, Special Force, Special Force 2, Wulin Online, Kung Fu All-Star, Genki Heroes, Let's Play Mahjong, Jin Guang Qun Xia Zhuan, Heroes Unleashed, Tian Zi Chuan Qi, Luna Online, Audition Next Level, Flyff, Rising Force Online, MapleStorySEA, Soul Ark, Battle of Souls |
| ฟิลิปปินส์ | 11 | Perfect World, Cabal, Special Force, Special Force 2, Audition, Luna Online, Rising Force Online, Flyff, Tanki Online, Soul Ark, Battle of Souls |
| อินโดนีเซีย | 2 | Soul Ark, Battle of Souls |

หมายเหตุ : มีบางเกมเปิดให้บริการในหลายประเทศ ทำให้จำนวนนับรวมมากกว่า 29 เกม

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังดำเนินธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการให้บริการเกมออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ www.playpark.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ทำที่เป็นศูนย์รวมและจุดเชื่อมโยงไปยังเกมต่าง ๆ ทั้งเกมพีซีและเกมโมบายล์ เป็น

รับรองความถูกต้อง

ศูนย์รวมการดาวน์โหลดทุกเกมของกลุ่มบริษัทฯ และเป็นแหล่งชุมชนผู้เล่นเกม อัปเดตข่าวสารเกี่ยวกับเกม รวมถึงแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็น

กลุ่มบริษัทฯ ยังได้ลงทุนในบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านไอที ได้แก่ www.thaiware.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่เป็นศูนย์รวมด้านไอที และยังเป็นแหล่งดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ทั้งของไทยและต่างประเทศ ทั้งที่จำหน่ายและฟรี ตลอดจนเป็นแหล่งชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร

กลุ่มบริษัทฯ คิดค่าบริการเกมออนไลน์จากผู้เล่นเกมในลักษณะการขายไอเทมในเกม (Item Sale) โดยผู้ให้บริการเกมจะอนุญาตให้ผู้เล่นเกมสามารถเข้ามาเล่นเกมได้ฟรี เพื่อที่จะเสนอขายไอเทมในเกม เช่น อาวุธ เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับ ให้แก่ผู้เล่นเกม ทั้งนี้ ผู้เล่นเกมมีสิทธิที่จะซื้อหรือไม่ซื้อไอเทมก็ได้ โดยไอเทมที่ขายได้จะถือเป็นค่าบริการเกมของกลุ่มบริษัทฯ ทั้งนี้ ราคาขายไอเทมจะขึ้นอยู่กับประเภทและค่านิยมของเกมในแต่ละประเทศที่ให้บริการ นโยบายการตลาดในแต่ละช่วงเวลา และจำนวนไอเทมที่เสนอขาย ซึ่งโดยส่วนใหญ่ ราคาของไอเทมจะถูกลงเมื่อซื้อเป็นแพ็คเกจ

ปัจจุบัน สัดส่วนการคิดค่าบริการในตลาดเกมออนไลน์ทั่วโลกได้เปลี่ยนจากการขายแพ็คเกจเกมเพียงครั้งเดียวเพื่อเข้าเล่นเกมได้ถาวร หรือการเก็บค่าเช่าเล่นตามเวลา (Airtime Sale) เป็นการเปิดให้เล่นฟรีแต่ขายไอเทมในเกม (Item Sale) เป็นส่วนใหญ่ โดยผู้ให้บริการเกมเชื่อว่าการให้บริการเล่นเกมฟรีก่อน จะสามารถดึงดูดให้ผู้เล่นเกมจำนวนมากเข้ามาทดลองเล่นเกมได้ง่ายขึ้น และหากเกมเป็นที่ถูกใจของผู้เล่น โอกาสที่ผู้ให้บริการจะสามารถสร้างรายได้จากการขายไอเทมก็จะมีมากกว่าการขายในรูปแบบอื่น ๆ

2.2.2 กิจกรรมทางการตลาดและการจัดจำหน่าย

กิจกรรมทางการตลาด

กลุ่มบริษัทฯ ใช้ชื่อ “เอเชียซอฟท์” หรือ “Asiasoft” เป็นชื่อทางการค้ามาตั้งแต่เริ่มดำเนินธุรกิจในปี 2544 และกลายเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในหมู่ผู้เล่นเกมทั่วทั้งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในฐานะผู้นำในการให้บริการเกมออนไลน์ ทั้งในด้านการคัดสรรเกมชั้นนำ การทำการตลาด การให้บริการ และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้เล่น ต่อมาภายหลังเพื่อให้เกิดความชัดเจนในด้านภาพลักษณ์ทางการตลาดและรองรับการขยายบริการสู่ธุรกิจประเภทอื่นในอนาคต กลุ่มบริษัทฯ ได้สร้างตราสินค้าใหม่ชื่อ “เพลย์พาร์ค” หรือ “PlayPark” สำหรับใช้ทำการตลาดในผลิตภัณฑ์กลุ่มเกม และชื่อ Asiasoft ได้ถูกกำหนดให้เป็นชื่อทางการค้าในระดับองค์กร (Corporate Brand)

กิจกรรมทางการตลาดนับเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะสื่อสารกับลูกค้าทั้งในกลุ่มลูกค้าปัจจุบันและกลุ่มลูกค้าใหม่ เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจในบริการและเกมออนไลน์ที่กลุ่มบริษัทฯ นำเสนอ รวมทั้งได้ตระหนักว่ากลุ่มบริษัทฯ เป็นส่วนหนึ่งของความบันเทิงในชีวิตประจำวันที่เราถูกกว่าและหาซื้อได้ง่าย นอกเหนือจากการเปิดตัวเกมแล้ว กิจกรรมทางการตลาดยังรวมถึงกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า กิจกรรมเพื่อเสริมสร้างฐานะทางการตลาด ภาพลักษณ์

รับรองความถูกต้อง

องค์กร และเพื่อสังคม นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังได้สำรวจตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของผู้เล่นเกม ซึ่งช่วยให้การจัดทำกิจกรรมทางการตลาดมีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า อีกทั้งยังจัดกิจกรรมการตลาดร่วมกับพันธมิตรทางการค้า อาทิ ช่องทางการชำระเงิน ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ หรือแบรนด์สินค้าชั้นนำต่าง ๆ ในภูมิภาค เพื่อประชาสัมพันธ์ และสร้างการรับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ รวมถึงรักษฐานลูกค้า (customer retention) และสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าต่อแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ (brand loyalty)

การจัดจำหน่าย

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

ไทย :

@Cash

@Cash คือบัตรเติมเงินล่วงหน้าที่ผู้เล่นเกมจ่ายเงินเพื่อซื้อหมายเลข (Serial No.) และรหัส (Password) เพื่อแลกเป็นเงินเสมือนจริง ซึ่งสามารถนำไปใช้ซื้อไอเทมในเกมทุกเกม หรือใช้เติมเงินเข้ากระเป๋าสินค้า PlayMail ของกลุ่มบริษัทฯ นอกจากนี้เงินเสมือนจริง @Cash ยังใช้ชำระค่าบริการเกมออนไลน์ที่ให้บริการโดยบริษัทที่ร่วมเป็นพันธมิตรกับกลุ่มบริษัทฯ ได้ด้วย ปัจจุบัน ผู้เล่นสามารถซื้อบัตร @Cash ได้ที่ร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น และ แฟมิลี่มาร์ท, ตู้เติมเงินออนไลน์บุญเติม, เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่าย อาทิ www.rtbplus.com, www.zest.co.th และจุดรับชำระ mPay Station



รับรองความถูกต้อง

One-2-Call!

บริษัทฯ ร่วมมือกับบริษัท แอดวานซ์ เอ็มเปย์ จำกัด ผู้ให้บริการบัตรเงินสด One-2-Call! เพื่อให้ผู้เล่นเกมมีความสะดวกในการเติมเงินมากขึ้น โดยผู้เล่นสามารถซื้อบัตรเงินสด One-2-Call! ได้จากร้านสะดวกซื้อต่าง ๆ แล้วนำมาเติมเงินเข้าเกมได้เช่นเดียวกับบัตร @Cash



บัตรเงินสด True Money

บริษัทฯ ร่วมมือกับบริษัท ทรูมันนี่ จำกัด ผู้ให้บริการบัตรเงินสด true money ซึ่งเป็นบัตรที่ได้รับความนิยมในการใช้เติมเงินเข้าเกมมากที่สุดในประเทศไทย โดยผู้เล่นสามารถซื้อบัตรเงินสด true money ได้จากร้านสะดวกซื้อมากกว่า 13,000 แห่ง แล้วนำมาเติมเงินเข้าเกมได้เช่นเดียวกับบัตร @Cash



บัตรเดบิต และ บัตรเครดิต

บริษัทฯ เปิดรับชำระการเติมเงินเข้าเกมหรือกระเป๋าสตางค์ PlayMail ผ่านบัตรเดบิตที่รองรับการทำธุรกรรมผ่านระบบออนไลน์ และบัตรเครดิตของสถาบันการเงินในประเทศไทย ซึ่งได้รับการรับรองจาก Visa และ MasterCard

รับรองความถูกต้อง



บริการธนาคารทางออนไลน์

บริษัทฯ เปิดรับชำระการเติมเงินเข้าเกมโดยตัดบัญชีธนาคารผ่านระบบออนไลน์ได้ 5 ธนาคาร คือ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์



กระเป๋าเงิน Rabbit LINE Pay

บริษัทฯ ร่วมมือกับ บริษัท แรบบิท-ไลน์ เพย์ จำกัด ในเครือบริษัท ไลน์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันเมสเซนเจอร์ LINE ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดในประเทศไทย โดยผู้เล่นเกมสามารถเติมเงินเข้ากระเป๋าเงิน PlayMall ของบริษัทฯ ได้อย่างสะดวกผ่านกระเป๋าเงิน Rabbit LINE Pay

รับรองความถูกต้อง



มาเลเซีย :

- Credit & Debit Card : ผู้เล่นเกมสามารถซื้อและเติมเงิน @Cash ผ่านทางบัญชี Paypal ด้วยบัตรเครดิต Visa และ MasterCard
- @Cash : ผู้เล่นเกมสามารถซื้อบัตรเติมเงิน @Cash จากร้านค้าปลีกชั้นนำที่เป็นช่องทางจำหน่ายของ ACS, E-factory, Gamebox และ ESA
- @Cash e-Pin : ผู้เล่นเกมสามารถซื้อบัตร @Cash ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์จากร้านค้าที่เป็นตัวแทนของ MOLPoints หรือซื้อผ่านเว็บไซต์ www.offgamers.com หรือซื้อผ่านร้านค้าที่มีสัญลักษณ์ E-Pay
- @Cash on Mobile : ผู้เล่นเกมสามารถซื้อบัตร @Cash ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบโทรศัพท์มือถือเครือข่าย Maxis
- Direct Top-up : ผู้เล่นเกมสามารถเติมเงินตรงเข้าเกมผ่านบริการของ Yougopay หรือ Offgamers MGC

สิงคโปร์ :

- Self-Service Automated Machine : ผู้เล่นเกมสามารถซื้อบัตร @Cash ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเครื่องทำธุรกรรมอัตโนมัติ AXS Station ที่ถูกติดตั้งอยู่ในย่านชุมชน เช่น สถานีรถไฟ และศูนย์การค้าต่าง ๆ โดยชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือเดบิตได้ตลอด 24 ชั่วโมง
- @Cash : ผู้เล่นเกมสามารถซื้อบัตรเติมเงิน @Cash ได้จากร้านจำหน่ายเกมและอินเทอร์เน็ตคาเฟ่
- @Cash e-Pin : ผู้เล่นเกมสามารถซื้อ @Cash ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่าย อาทิ zGold MOL และ OffGamers หรือซื้อจากร้านค้าปลีก NPN ทั่วประเทศ (www.npn.sg/game-cards/#locationmap)
- Credit & Debit Card : ผู้เล่นเกมสามารถซื้อและเติมเงิน @Cash ผ่านทางบัญชี PayPal ด้วยบัตรเครดิต Visa และ MasterCard หรือบัตรเดบิต eNETS

รับรองความถูกต้อง

อินโดนีเซีย :

- GudangVoucher : ระบบชำระเงินออนไลน์ที่ผู้ใช้บริการสามารถเติมเงินเพื่อใช้จ่ายค่าบริการต่าง ๆ เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าลิขสิทธิ์โปรแกรม ค่าบริการต่าง ๆ รวมถึงการเติมเงินเข้าเกม

ฟิลิปปินส์ :

- @Cash : ผู้เล่นเกมสามารถซื้อบัตร @Cash ทั้งแบบบัตรเติมเงินและบัตรอิเล็กทรอนิกส์ผ่านร้านค้าต่าง ๆ ได้แก่ ร้าน MINISTOP (บัตรเติมเงิน) 7-Eleven (บัตรเติมเงินและบัตรอิเล็กทรอนิกส์) และ Cebuana Lhuillier (บัตรอิเล็กทรอนิกส์)
- Debit Card : ผู้เล่นเกมสามารถซื้อบัตร @Cash ในรูปแบบบัตรอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน ePLUS โดยการชำระเงินผ่านบัตรเดบิต
- 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 เผยแพร่เกมออนไลน์ใน 6 ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และพม่า เพื่อลดความเสี่ยงจากการลงทุนภายในประเทศ หรือในประเทศใดประเทศหนึ่ง โดยมีกลยุทธ์การบริหารจัดการในระดับภูมิภาคที่ช่วยให้สามารถลดต้นทุนการดำเนินงาน ทั้งจากการร่วมกันจัดซื้อลิขสิทธิ์ เกมออนไลน์ คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการใช้ทรัพยากรบุคคลร่วมกัน การถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยี และประสบการณ์จากการดำเนินธุรกิจในประเทศหนึ่งไปสู่อีกประเทศหนึ่ง ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสความสำเร็จของธุรกิจ

การเพิ่มจำนวนเกมออนไลน์ และปรับปรุงเกมเดิมให้ทันสมัยอยู่เสมอ

ในระหว่างปี 2561 กลุ่มบริษัทฯ เปิดให้บริการเกมออนไลน์รวม 29 เกมใน 5 ประเทศ โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทฯ ร่วมกับผู้พัฒนาและจัดจำหน่ายเกมออนไลน์ในการปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาเกมที่เปิดให้บริการอยู่แล้ว ให้ทันสมัยอยู่เสมอ รวมทั้งมีแผนในการจัดหาเกมใหม่ ๆ ที่หลากหลาย เพื่อเปิดให้บริการเพิ่มขึ้นในแต่ละประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ครอบคลุมในทุกประเภทของเกม

รับรองความถูกต้อง

การเสริมสร้างฐานะทางการตลาดให้แข็งแกร่งอย่างต่อเนื่องและเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ

กลุ่มบริษัทฯ เสริมสร้างฐานะทางการตลาดให้แข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นกลยุทธ์ 4 ด้าน เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และรักษาสถานะการเป็นผู้ให้บริการเกมออนไลน์ชั้นนำในภูมิภาค

- การนำเสนอเกมออนไลน์ชั้นนำที่เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศ : กลุ่มบริษัทฯ เชื่อว่าเกมที่เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมในตลาดต่างประเทศ มักมีจุดเด่นทั้งด้านรูปแบบและเนื้อหา ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสความสำเร็จของกลุ่มบริษัทฯ ในการทำการตลาดในประเทศเป้าหมาย
- การนำเกมออนไลน์ที่เคยได้รับความนิยมในอดีตกลับมาเปิดให้บริการอีกครั้ง : กลุ่มบริษัทฯ เล็งเห็นว่าเกมออนไลน์ที่เคยได้รับความนิยมในอดีตนั้นยังคงมีฐานลูกค้าที่เฝ้ารอการนำเกมกลับมาให้บริการใหม่อีกครั้ง จุดแข็งของเกมจะต้องมีเนื้อหาและภาพรวมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้เล่นเกมยุคใหม่ จึงต้องปรับเปลี่ยนให้เกมเข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภค และพัฒนากลยุทธ์เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้และขยายฐานลูกค้าของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งในปีที่ผ่านมา เกมในอดีตที่กลุ่มบริษัทฯ นำกลับมาเปิดให้บริการอีกครั้งก็ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีในหลายประเทศ
- การทำกิจกรรมทางการตลาดโดยตรงแก่กลุ่มเป้าหมาย : กลุ่มบริษัทฯ สามารถใช้ฐานลูกค้าจากข้อมูลของบริษัทฯ เป็นจุดเริ่มต้นในการทำกิจกรรมทางการตลาดโดยตรง เพื่อรักษาและขยายฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรวมถึงกิจกรรมเปิดตัวและแนะนำเกมใหม่ การส่งเสริมการเล่นเกมนทั้งในรูปแบบกิจกรรมในเกม เช่น การแข่งขันในเกมออนไลน์ กิจกรรมพิเศษตามเทศกาล เป็นต้น และในรูปแบบกิจกรรมนอกเกมออนไลน์ เช่น การรวมกลุ่มและสังสรรค์ระหว่างผู้เล่นเกม การส่งจดหมายแนะนำเกมใหม่ การสนับสนุนกิจกรรมช่วยเหลือสังคม เป็นต้น
- การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายบัตรเติมเงินและช่องทางการเติมเงินใหม่ ๆ ให้ครอบคลุมและทั่วถึง : กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายเพิ่มช่องทางการเติมเงินให้ครอบคลุมทั่วทั้งภูมิภาคมากยิ่งขึ้น โดยมุ่งขยายเครือข่ายไปยังช่องทางที่หลากหลาย รวมถึงการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ที่เปลี่ยนแปลงจากเดิม อีกทั้งเพื่อเป็นการลดต้นทุนการเติมเงินของกลุ่มบริษัทฯ ให้ต่ำลง แต่อำนวยความสะดวกแก่ผู้เล่นมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนี้ ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการเติมเงินยังสามารถใช้เป็นช่องทางทำการตลาดได้เป็นอย่างดี เช่น การจัดกิจกรรมทางการตลาดหรือการส่งเสริมการขายร่วมกัน การใช้สื่อโฆษณาที่ได้รับการสนับสนุนจากช่องทางการเติมเงินหรือการจัดจำหน่ายในการแนะนำผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงกลุ่มผู้เล่น

การทำกิจกรรมทางการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายไอเทม

เนื่องจากเกมออนไลน์ส่วนใหญ่ที่กลุ่มบริษัทฯ ให้บริการในปัจจุบัน คิดค่าบริการจากการขายไอเทมในเกม กลุ่มบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นทำการตลาดโดยตรงต่อกลุ่มผู้เล่นเกม เพื่อกระตุ้นการซื้อไอเทมอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดแพ็คเกจการขายไอเทมในแต่ละเดือน การทำ Item Shop/Item Mall ในเว็บไซต์ การทำโปรโมชั่นกระตุ้นการเติมเงินกับช่องทางเติมเงินต่าง ๆ โดยประชาสัมพันธ์ถึงกลุ่มผู้เล่นผ่านทางสื่อต่าง ๆ ของกลุ่มบริษัทฯ

รับรองความถูกต้อง

การให้บริการศูนย์ข้อมูลเกมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ

การให้บริการศูนย์ข้อมูลเกมออนไลน์นับเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ผู้เล่นเกมสามารถเล่นเกมได้อย่างราบรื่น และต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลให้ผู้เล่นเกมเชื่อมั่นในบริการของกลุ่มบริษัทฯ ทำให้เกิดความภักดีต่อเกม เพิ่มระยะเวลาการเล่น เกม และเพิ่มโอกาสในการซื้อไอเทมในเกม ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ให้บริการข้อมูลเกมผ่านทางช่องทางที่หลากหลาย ดังนี้

| ประเทศ | ช่องทางการให้บริการ |
|-------------|--|
| ไทย | <ul style="list-style-type: none"> - Call Center (9.00 - 23.00 น.) - E-Support* (24 ชั่วโมง) - Live Chat (9.00 - 23.00 น.) - Facebook Fan Page |
| มาเลเซีย | <ul style="list-style-type: none"> - iBox* (24 ชั่วโมง) - Live Chat (11.00 - 20.00 น.) - Facebook Fan Page |
| สิงคโปร์ | <ul style="list-style-type: none"> - iBox* (24 ชั่วโมง) - Live Chat (11.00 - 20.00 น.) - Facebook Fan Page |
| ฟิลิปปินส์ | <ul style="list-style-type: none"> - iBox* (24 ชั่วโมง) - Facebook Fan Page |
| อินโดนีเซีย | <ul style="list-style-type: none"> - Call Center (9.00 - 17.00 น.) - Line@ (9.00 - 17.00 น.) - Telegram Messenger (9.00 - 17.00 น.) - WhatsApp (9.00 - 17.00 น.) |

*ระบบแจ้งปัญหา

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการทั้งหลายดังกล่าวให้ดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ รวมถึงจัดหาและพัฒนาบุคลากรและระบบการบริการให้เพียงพอต่อการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ เข้ากับไลฟ์สไตล์ของผู้เล่นเกมในยุคปัจจุบัน และสร้างความพึงพอใจต่อผู้เล่นเกมซึ่งถือเป็นลูกค้าที่สำคัญของกลุ่มบริษัทฯ

การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการให้บริการเกมออนไลน์

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

รับรองความถูกต้อง

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

การพัฒนาช่องทางธุรกิจใหม่

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายปรับปรุงพัฒนาแนวทางใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันของคนรุ่นใหม่ โดยมุ่งเน้นที่การอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงบริการของกลุ่มบริษัทฯ เช่น การเข้าถึงเกมออนไลน์ของกลุ่มบริษัทฯ การรับข้อมูลข่าวสารของเกม และการรับรางวัลพิเศษต่าง ๆ จากเกม ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายผูกพันกับการบริการของกลุ่มบริษัทฯ และยังเปิดขยายช่องทางการสื่อสารระหว่างกลุ่มบริษัทฯ กับกลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจและผู้พัฒนาที่ต้องการเข้าสู่ตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ภายใต้แพลตฟอร์มของ PlayPark

ในปี 2561 กลุ่มบริษัทฯ เข้าไปศึกษาและหาโอกาสในการขยายการให้บริการเกมเข้าสู่ประเทศพม่าและกัมพูชา เนื่องจากทั้ง 2 ประเทศมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคม โดยเฉพาะเครือข่ายโทรศัพท์มือถือที่ครอบคลุมและทันสมัย และจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์มือถือที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ เตรียมการเปิดให้บริการเกมโมบายล์เกมแรกในประเทศพม่าในช่วงต้นปี 2562 ร่วมกันกับพันธมิตรในท้องถิ่น

2.3 การตลาดและการแข่งขัน

2.3.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมเกมออนไลน์โดยทั่วไปในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นตลาดเป้าหมายในการให้บริการด้านความบันเทิงออนไลน์ของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย 5 ประเทศ คือ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ปัจจุบันอัตราการเติบโตของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งจำนวนผู้เล่นเกมออนไลน์นั้นจะสัมพันธ์โดยตรงกับจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต การที่

รับรองความถูกต้อง

ค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีราคาถูกลง เนื่องจากภาวะการแข่งขันของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต รวมทั้งการเติบโตในอัตราที่สูงของผู้ใช้สมาร์ทโฟนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ยิ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ตลาดเกมออนไลน์ในภูมิภาคนี้ยังคงมีศักยภาพในการเติบโตได้อีกมาก

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ยังมีข้อได้เปรียบผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมความบันเทิงอื่นในหลายด้าน ดังนี้

- เกมออนไลน์เป็นความบันเทิงราคาถูกกว่าและเข้าถึงง่าย : เกมออนไลน์สามารถเล่นได้ทุกที่ที่มีอินเทอร์เน็ต ประกอบกับค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมนั้นยังคงมีอัตราที่ต่ำกว่า เมื่อเทียบกับความบันเทิงประเภทอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม แนวโน้มของผู้เล่นเกมที่บ้านมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับในอดีต ปัจจุบันมีหลายประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีสัดส่วนของผู้เล่นเกมที่บ้านสูงกว่าผู้เล่นเกมในร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่
- ผู้เล่นเกมออนไลน์ส่วนใหญ่ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง : เนื่องจากลักษณะของเกมออนไลน์ที่ส่งเสริมให้ผู้เล่นเกมมีความสัมพันธ์เชิงกลุ่ม โดยการแข่งขันหรือติดต่อกับผู้เล่นเกมรายอื่นที่อยู่ต่างสถานที่ในเวลาเดียวกันได้ โดยเฉพาะเกมประเภท MMORPG ซึ่งผู้เล่นแต่ละรายจะมีบทบาทสมมติที่แตกต่างกัน ทำให้ต้องเล่นเกมร่วมกันเป็นกลุ่มเพื่อบรรลุภารกิจในเกม ทำให้เกมมีความสนุกสนานน่าติดตามมากยิ่งขึ้น อีกทั้งผู้เล่นเกมต้องใช้เวลาในการฝึกทักษะต่าง ๆ ในเกม เพื่อให้เป็นผู้ชนะ ทำให้ผู้เล่นเกมมีความผูกพันกับเกมอย่างมาก
- การกระจายตัวของเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลและสัญญาณอินเทอร์เน็ต : เนื่องจากปัจจุบันเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลนั้นมีราคาต่ำลง ทำให้ผู้บริโภคสามารถเป็นเจ้าของได้ง่ายขึ้น รวมทั้งมีสเปกหรือคุณสมบัติที่สูงขึ้นกว่าเดิม ทำให้สามารถเล่นเกมที่มีคุณภาพด้านกราฟิกสูง ๆ ได้ อีกทั้งปัจจุบันผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตได้แข่งขันกันด้านราคาและความเร็วอินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่อง จนสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง ถือเป็นการลดอุปสรรคในการเข้าถึงเกมของผู้บริโภค
- ปัญหาในการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ : ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญา อาทิ งานเพลง เกมพีซีแบบออฟไลน์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และงานบันเทิงอื่น ๆ ยังคงถือเป็นปัญหาที่ท้าทายของผู้ประกอบการในภูมิภาคนี้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานจนทำให้อาจไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ ในขณะที่ผู้ประกอบการในธุรกิจเกมออนไลน์จะประสบปัญหานี้น้อยกว่า เนื่องจากเกมออนไลน์มีส่วนประกอบหลักของโปรแกรมอยู่บนระบบเซิร์ฟเวอร์ของผู้ให้บริการ ซึ่งเครื่องลูกข่ายของผู้เล่นเกมจะต้องติดต่อกับเซิร์ฟเวอร์ผ่านออนไลน์ตลอดเวลา ทำให้ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์เกมออนไลน์ไม่รุนแรงเท่ากับงานลิขสิทธิ์อื่นที่มีผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายในรูปแบบออฟไลน์ อาทิ ซีดี ดีวีดี หรือดิสก์เกม ซึ่งง่ายต่อการทำซ้ำและเผยแพร่
- ยุค Mobile First เปลี่ยนจากพีซีสู่สมาร์ทโฟน : ในปี 2561 อุตสาหกรรมเกมเติบโตอย่างชัดเจนโดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งมีมูลค่ามากถึง 2,499 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 52 จากอุตสาหกรรมเกมทั่วโลก แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจเกมโมบายล์เป็นผลมาจากการเข้ามาของสมาร์ทโฟน

รับรองความถูกต้อง

แบรนด์จีน ทำให้สมาร์ทโฟนที่มีประสิทธิภาพสูงมีราคาถูกลง ซึ่งวัดได้จากยอดขายของ Oppo, Vivo และ Xiaomi ที่สูงถึง 500,000 เครื่อง ใกล้เคียงกับแบรนด์เกาหลีอย่าง Samsung ทำให้ผู้เล่นสามารถเข้าถึงการเล่นเกมนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ถูกจำกัดด้วยเทคโนโลยี ส่งผลให้สามารถขยายฐานผู้เล่นในขนาดและคงการเติบโตของตลาดเกมได้อย่างต่อเนื่อง โดยคาดการณ์ว่ารายได้ของเกมโมบายล์ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะเติบโตได้ถึง 1.365 แสนล้านบาทในปี 2562 นี้

2.3.2 ภาพรวมอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ในไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์

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

ประเทศไทยยังคงเป็นตลาดที่มีมูลค่าทางการตลาดของการให้บริการเกมมากที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตามด้วยอินโดนีเซียและมาเลเซีย ในขณะที่กระแสการตื่นตัวของอีสปอร์ต (Esports) ในช่วง 1 - 2 ปีที่ผ่านมา อาทิ การบรรจุการแข่งขันเกมเข้าเป็นกีฬารายการหนึ่งในการแข่งกีฬาเอเชียนเกมส์ หรือการที่ภาครัฐอนุญาตให้มีการจัดตั้งสมาคมอีสปอร์ตในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ กระตุ้นให้เกมเป็นที่สนใจและได้รับการยอมรับทั้งจากผู้บริโภค ภาครัฐ และภาคเอกชน แปรต้นขึ้นในอุตสาหกรรมต่าง ๆ แม้แต่สโมสรฟุตบอลแห่งหนึ่งของไทย ได้เข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมเกมมากยิ่งขึ้น ปัจจุบันการแข่งขันอีสปอร์ตไม่จำกัดเพียงเกมพีซีเช่นในอดีตเท่านั้น แต่เริ่มมีกระแสของการแข่งขันอีสปอร์ตในตลาดเกมโมบายล์อย่างจริงจังเช่นเดียวกัน ซึ่งกระแสดังกล่าวนี้นี้มีทิศทางเดียวกันในทุกประเทศในภูมิภาคนี้

ค่าลิขสิทธิ์เกมออนไลน์ถือเป็นต้นทุนการดำเนินงานที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ ซึ่งในปัจจุบันผู้ให้บริการเกมส่วนใหญ่ในประเทศดังกล่าวมักจะจัดซื้อลิขสิทธิ์เกมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมและ/หรือประสบความสำเร็จในประเทศอื่น ๆ มาจากผู้พัฒนาหรือผู้จัดจำหน่ายเกมออนไลน์ในต่างประเทศมากกว่าจะพัฒนาเกมเอง อย่างไรก็ตาม ผู้ให้บริการเกมเริ่มมีแนวโน้มพัฒนาเกมออนไลน์ของตนเอง เพื่อลดต้นทุนค่าลิขสิทธิ์เกมที่เพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม เกมออนไลน์ที่พัฒนาโดยผู้พัฒนาเกมในไทยยังไม่ได้รับความนิยม

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันของตลาดเกมออนไลน์ในไทย

ภาพรวมอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ในไทยในปี 2561 มีมูลค่าตลาดรวมทั้งพีซีและโมบายล์อยู่ที่ประมาณ 22,836 ล้านบาท เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 14 จากปี 2560 (อ้างอิงข้อมูลจาก Newzoo) โดยปี 2561 เกมพีซีออนไลน์มีสถานะการเติบโตของตลาดค่อนข้างคงตัว แต่มีการเติบโตของตลาดจากฝั่งของเกมโมบายล์เป็นส่วนใหญ่ ในส่วนของจำนวนผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่เปิดดำเนินการในประเทศไทยลดลงจาก 28 รายในปี 2560 เป็น 24 รายในปี 2561 และมีจำนวน

รับรองความถูกต้อง

เกมที่ให้บริการลดลงจาก 70 เกมในปี 2560 เป็น 61 เกมในปี 2561 โดยมีเกมพีซีออนไลน์ที่เปิดใหม่ในปี 2561 เพียง 8 เกม

ปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจเกมออนไลน์ในไทย ได้แก่

- การเติบโตของการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Broadband Internet) : ในช่วง 3 - 4 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเติบโตขึ้นในอัตราสูงจากการแข่งขันที่รุนแรงระหว่างผู้ให้บริการ ทั้งในด้านบริการและราคา โดยปัจจุบันมีอัตราค่าบริการประมาณ 599 บาทต่อเดือน สำหรับความเร็วประมาณ 15 - 20 เมกะบิตต่อวินาที ซึ่งถือว่าเป็นราคาที่ค่อนข้างต่ำ และการเข้ามาของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ใช้สายใยแก้วนำแสง (Fiber Optic) ซึ่งมีคุณภาพของสัญญาณอินเทอร์เน็ตสูงกว่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ใช้สายเคเบิล ส่งผลให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย และเนื่องจากความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูลมีผลต่อความสนุกในการเล่นเกมนออนไลน์ จึงทำให้มีผู้สนใจเล่นเกมออนไลน์เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสให้บริการเกมออนไลน์สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ได้อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น
- ความหลากหลายของเกมออนไลน์ที่เปิดให้บริการ : ในช่วงที่ผ่านมา มีเกมออนไลน์ที่เปิดให้บริการหลากหลายทั้งในด้านรูปแบบและเนื้อหาที่แปลกใหม่ ที่ช่วยเพิ่มความสนุกในการเล่นเกมนออนไลน์ ซึ่งเป็นการเพิ่มทางเลือกของผู้เล่นเกม รวมทั้งช่วยดึงดูดความสนใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เข้ามาทดลองเล่นเกมมากยิ่งขึ้น
- การให้บริการลูกค้ามีความสำคัญมากขึ้น : ในช่วง 2 - 3 ปีต่อจากนี้ ตลาดเกมออนไลน์จะมีการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้น ซึ่งการให้บริการแก่ลูกค้าจะกลายเป็นปัจจัยหลักที่จะรักษฐานลูกค้าไว้ ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องพัฒนาการให้บริการให้ดีขึ้น เพื่อให้เป็นที่พอใจของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการอัปเดตเนื้อหาใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งจัดกิจกรรมและโปรโมชั่นผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้เล่นมากขึ้น
- การเติบโตของตลาดเกมโมบายล์ : ในปี 2561 มีเกมโมบายล์ที่เปิดให้บริการในประเทศไทยมากกว่า 280 เกม และมีมูลค่าตลาดประมาณ 22,000 ล้านบาท โดยยังคงเติบโตอย่างรวดเร็วต่อเนื่องด้วยปัจจัยหลาย ๆ ด้าน ในปี 2561 มีผู้ใช้สมาร์ทโฟน ประมาณร้อยละ 80 ของประชากรทั้งหมด หรือมากกว่า 55 ล้านคน อายุการใช้งานเฉลี่ยเครื่องละ 1 ปี โดยเป็นผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือที่เข้าถึงระบบ 3G/4G มากถึงร้อยละ 99 ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเกมนออนไลน์บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ได้ง่ายขึ้น ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตบนสมาร์ทโฟนมีมากขึ้น ทั้งการส่งข้อความแชต (77%), ดูวิดีโอ (75%), ใช้ธนาคารออนไลน์ (56%), ใช้บริการค้นหาสถานที่ (64%) และเล่นเกม (66%) ในส่วนของเกมโมบายล์นั้น ประเทศไทยมีศักยภาพในการพัฒนาผู้ผลิตเกมโมบายล์ที่สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นในเอเชียและตะวันตกได้ เรามีตลาดภายในประเทศขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้ตลาดเกมโมบายล์ไทยมีมูลค่าประมาณ 200 ล้านเหรียญ หรือประมาณ 6.4 พันล้านบาทต่อปี นอกจากนี้ ยังส่งผลให้จำนวนผู้ใช้บริการเกมโมบายล์เติบโตมากขึ้นตามไปด้วย
- การพัฒนาอีสปอร์ตอย่างต่อเนื่อง : นับตั้งแต่ปี 2560 ที่ภาครัฐประกาศบรรจุอีสปอร์ตเป็นกีฬาอย่างเต็มรูปแบบ รวมถึงอนุมัติให้สมาคมไทยอีสปอร์ต (TESF) เป็นสมาคมกีฬาภายใต้หน่วยงานการกีฬาแห่งประเทศไทย

รับรองความถูกต้อง

ไทย จนปัจจุบัน มีผู้เล่นเกมจำนวนหนึ่งผันตนเองไปเป็นนักกีฬาอีสปอร์ต และสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทย ในการแข่งขันระดับสากลหลายรายการ โดยในปี 2561 เกมออนไลน์ที่เปิดให้บริการโดยกลุ่มบริษัทฯ ได้สร้าง นักกีฬาแชมป์โลกถึง 2 รายการใหญ่ ได้แก่ Audition World Championship 2018 ที่นักกีฬาไทยได้รางวัล ชนะเลิศ รองชนะเลิศอันดับหนึ่ง และรองชนะเลิศอันดับสองในการแข่งขันประเภทเดี่ยว และได้รางวัลรอง ชนะเลิศอันดับสองประเภททีม ส่วนการแข่งขัน Dragon Nest World Championship 2018 นักกีฬาไทยก็ คว้าแชมป์โลกมาได้สำเร็จอีกเช่นกัน ถือเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทยในวงการอีสปอร์ตระดับโลก

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันของตลาดเกมออนไลน์ในสิงคโปร์

อุตสาหกรรมเกมออนไลน์ในสิงคโปร์ประกอบไปด้วยผู้พัฒนาเกมและผู้ให้บริการเกมมากกว่า 60 บริษัท ถือเป็นหนึ่งใน ประเทศที่มีการเติบโตด้านสื่อมากที่สุด สิงคโปร์สามารถเป็นศูนย์กลางสื่อในระดับภูมิภาคที่มีศักยภาพในการผลิตและจัด จำหน่ายเนื้อหาเกมที่มีล้ำสมัย ด้วยแรงงานที่มีทักษะ โครงสร้างด้านไอทีที่แข็งแกร่ง และระบบการคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สิน ทางปัญญาที่เด็ดขาด

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

นอกจากนี้ สำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมเกมในระดับท้องถิ่นนั้น IMDA มุ่งเน้นการสนับสนุนผู้พัฒนาเกม ภายในประเทศ ทั้งในรูปแบบเกมพีซีและโมบายล์ โดยในเดือนตุลาคม 2554 ผู้ก่อตั้ง MDA หรือ IMDA ในปัจจุบันได้ เปิดตัว Games Solution Center (GSC) ซึ่งตั้งอยู่ที่ Mediapolis Phase 0 (หรือ Block 71) เพื่อเป็นศูนย์รวมของผู้พัฒนา เกมระดับเล็กและกลางในประเทศสิงคโปร์ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการสร้างสรรค์และพัฒนาเกม นอกจากนี้ GSC ยังเป็นที่ตั้งของ PlayStation Incubation Studio แห่งแรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยหนึ่งในเกมที่พัฒนาขึ้นใน GSC คือ Rocketbirds : Hardboiled Chicken โดย Ratloop Asia ซึ่งได้รับการเผยแพร่เป็นครั้งแรกในเครือข่าย Sony PlayStation ในปี 2554 และได้พัฒนาเป็นเวอร์ชัน Sony PlayStation Vita ซึ่งเป็นเกมในหมวด Vita ที่มียอดขายสูงสุดเป็น อันดับ 3 ในเอเชียในปี 2555 (อ้างอิงข้อมูลจาก IMDA ; Info-communications Media Development Authority)

สถิติทางการตลาด :

- ในปี 2561 อุตสาหกรรมเกมในสิงคโปร์ สามารถทำรายได้อยู่ในอันดับที่ 37 ของโลก โดยมีมูลค่าประมาณ 319 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (อ้างอิงข้อมูลจาก Newzoo)
- สิงคโปร์มีประชากรประมาณ 6 ล้านคน มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 5 ล้านคน
- สิงคโปร์มีประชากรที่เล่นเกมจำนวน 2.9 ล้านคน โดยมีผู้เล่นเกมที่จ่ายเงินในการเล่นจำนวน 1.2 ล้านคน คิด เป็นรายได้เฉลี่ยต่อปีคนละ 258 ดอลลาร์สหรัฐ (อ้างอิงข้อมูลจาก Newzoo)

รับรองความถูกต้อง

เกมพีซีออนไลน์ :

- เกมประเภท MOBA เช่น Dota และ League of Legends และเกมประเภท Battle Royale เช่น Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) และ Fortnite เป็นเกมที่มีความนิยมในสิงคโปร์ (อ้างอิงข้อมูลจาก Help123.org)
- เกมประเภท FPS เช่น Counter Strike และ Overwatch ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง (อ้างอิงข้อมูลจาก Help123.org)
- เกมประเภทแอ่งชิง เช่น Diablo 3 และ Destiny ยังคงมีอยู่ในตลาดสิงคโปร์
- ร้อยละ 30 ของผู้เล่นเกมในสิงคโปร์ เล่นเกมบนทุกแพลตฟอร์ม ทั้งพีซี โน้ตบุ๊ก และคอนโซล
- เกมประเภท Casual กำลังเติบโตในสิงคโปร์

เกมโมบายล์ :

- ในสิงคโปร์ มีผู้เล่นเกมโมบายล์ประมาณ 1.4 ล้านคน
- Android เป็นระบบปฏิบัติการที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47 ของประชากร ส่วน iOS อยู่ที่ร้อยละ 38 (อ้างอิงข้อมูลจาก allcorrectgames.com)
- จากการจัดอันดับเกมฟรียอดนิยม 5 อันดับแรกบนระบบปฏิบัติการ Android ได้แก่ Ragnarok M, MapleStory M, Mobile Legends, Epic Seven และ Crane Game Toreba
- เกมฟรียอดนิยม 5 อันดับแรกจากการจัดอันดับบนระบบปฏิบัติการ iOS ได้แก่ Mobile Legends, MapleStory M, Ragnarok M, Fortnite และ King of Avalon (อ้างอิงข้อมูลจาก App Annie)
- การเติบโตของเกม Casual ในสิงคโปร์สอดคล้องกับการเติบโตของตลาดเกมโมบายล์
- ปัจจุบันการเล่นผ่านแพลตฟอร์มโมบายล์กลายเป็นกระแสหลัก
- สิงคโปร์มีรายได้จากตลาดเกมโมบายล์อยู่ที่ 129 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 34 ของโลก
- รายได้เฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ 78.68 ดอลลาร์สหรัฐ

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันของตลาดเกมออนไลน์ในมาเลเซีย

สถิติทางการตลาด :

- ในปี 2561 รายได้ของอุตสาหกรรมเกมในมาเลเซียอยู่อันดับที่ 21 ของโลก โดยมีมูลค่ารวมประมาณ 633 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (อ้างอิงข้อมูลจาก Newzoo)
- มาเลเซียมีประชากรที่เล่นเกมจำนวน 14 ล้านคน จากประชากรทั้งหมด 32 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 43.75
- 7.1 ล้านคนหรือร้อยละ 22.19 ของประชากรชาวมาเลเซียเป็นผู้เล่นที่มีการจ่ายเงินในการเล่น (อ้างอิงข้อมูลจาก Newzoo)
- รายได้รวมในปี 2561 คือ 633 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีค่าใช้จ่ายในการเล่นเฉลี่ยคนละ 45.21 ดอลลาร์สหรัฐ และรายได้เฉลี่ยต่อผู้เล่นที่มีการจ่ายเงินอยู่ที่ 89.15 ดอลลาร์สหรัฐ

รับรองความถูกต้อง

เกมพีซีออนไลน์ :

- เกม MMORPG หลักในตลาดประกอบด้วย MapleStorySEA, Moxiang (เวอร์ชันภาษาอังกฤษ), Osu, DDT3 และ Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) และเกมเก่าอื่น ๆ ที่ช่วยให้ตลาดเกมกลับมาฟื้นตัว อย่างไรก็ตาม ผู้เล่นเกมพีซีเริ่มทยอยเปลี่ยนไปเล่นเกมโมบายล์และเกมคอนโซล หรือเล่นหลายแพลตฟอร์มพร้อมกัน เนื่องจากแพลตฟอร์มโมบายล์ได้รับความนิยมมากขึ้น ทำให้เกมโมบายล์เติบโตขึ้นตามไปด้วย
- เกมพีซีส่วนใหญ่ในมาเลเซียมาจากจีนและเกาหลี มีเพียงไม่กี่เกมที่มาจากประเทศตะวันตก
- การปรับรูปแบบการเล่นเกม CounterStrike : GO ให้เป็นการเล่นแบบไม่เสียเงิน (free-to-play) ทำให้ผู้ใช้งานแพลตฟอร์มสตรีมเริ่มให้ความสนใจ ก่อนหน้านี้ผู้ใช้งานสตรีมส่วนใหญ่เป็นผู้เล่นที่ใช้ภาษาอังกฤษ มีกำลังซื้อปานกลางถึงสูง และมองหาเกมสตรีมคุณภาพสูงจากแบรนด์ใหญ่ ๆ
- ผู้เล่นชาวจีนยังคงเป็นผู้เล่นที่มีกำลังซื้อสูงสุด แต่มีจำนวนจำกัด ในขณะที่ผู้เล่นชาวมาเลเซียมีจำนวนมากที่สุด แต่มีกำลังการจ่ายต่ำ เฉลี่ย 10 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน และโดยทั่วไปจะเปิดรับเกมเก่าที่เคยเปิดให้บริการมาก่อน
- FPS และ MOBA ยังคงเป็นประเภทเกมหลักที่ได้รับความนิยมในมาเลเซีย โดยมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 33 และ 40 ตามลำดับ ซึ่งคาดว่าจะยังคงเป็นที่นิยมอย่างต่อเนื่องในปี 2562 เนื่องจากรัฐบาลมาเลเซียให้คำมั่นว่าจะทำให้มาเลเซียกลายเป็นศูนย์กลางของอีสปอร์ต

เกมโมบายล์ :

- เกมประเภท RPG และ Strategy กำลังได้รับความนิยมจากผู้เล่นเกมโมบายล์ในมาเลเซีย แม้ว่าในตลาดเกมแนว Casual จะยังคงได้รับความนิยมมากขึ้นก็ตาม เกมประเภทดังกล่าวที่มีความโดดเด่นคือ Ragnarok M ซึ่งครองอันดับ 1 ในสโตร์ภายในเดือนแรก ด้วยยอดดาวน์โหลดมากกว่า 1 ล้านครั้ง
- Playerunknown's Battlegrounds Mobile (PUBG Mobile) เปิดให้เล่นในปี 2561 ทำให้ผู้เล่นเกมประเภท FPS รวมถึงผู้เล่นอีกหลายคนที่เล่นเกมประเภทอื่น หันมาเล่นเกมประเภท FPS แบบโมบายล์

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันของตลาดเกมออนไลน์ในฟิลิปปินส์

สถิติทางการตลาด :

- ในปี 2561 อุตสาหกรรมเกมในฟิลิปปินส์ทำรายได้อยู่ในอันดับที่ 29 ของโลก โดยมีมูลค่า 461 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (อ้างอิงข้อมูลจาก Newzoo)
- ฟิลิปปินส์มีประชากรทั้งหมด 107 ล้านคน โดยมีประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ต 66 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 61.68

รับรองความถูกต้อง

- ผู้เล่นเกมในฟิลิปปินส์มีประมาณ 29.9 ล้านคน โดยร้อยละ 36 เป็นผู้เล่นข้ามแพลตฟอร์ม ทั้งพีซี โนบายล์ และคอนโซล (อ้างอิงข้อมูลจาก Newzoo)
- จากจำนวนผู้เล่นเกม 29.9 ล้านคน มีผู้ที่ติดตามวิดีโอที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเกมสูงถึงร้อยละ 67 ซึ่งในช่วงปลายปี 2561 มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจากการขยายตัวของเว็บไซต์สตรีมมิง เช่น Facebook Gaming, Twitch และ Nimo (อ้างอิงข้อมูลจาก Newzoo)
- ร้อยละ 54 ของนักเล่นเกมจะมีชุดหูฟังสำหรับเล่นเกมที่มีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะเกมประเภท Battle Royale และ MOBA (อ้างอิงข้อมูลจาก Newzoo)

เกมพีซีออนไลน์ :

- เกมประเภท MMORPG มีการฟื้นตัวดีขึ้นจากการเปิดเกม Ragnarok Online, Rising Force Online และ Flyff
- กระแสของเกมแนว MMORPG ยังคงมีอยู่จากนำเกมที่เปิดให้บริการที่เกาหลีใต้และตลาดภาษาอังกฤษอย่างสหรัฐอเมริกาและยุโรป มาเปิดให้บริการในฟิลิปปินส์ รวมถึงในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- ถึงแม้จะมีการเปิดตัวเกม MMORPG ใหม่ในฟิลิปปินส์ แต่ส่วนแบ่งทางการตลาดของเกมประเภทนี้ก็ยังคงไม่สูงขึ้น โดยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 7
- เกมประเภท Shooter (FPS และ 3PS) และ MOBA ยังคงครองตลาด ด้วยส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 40 และ 53 ตามลำดับ
- Android Emulators สำหรับแพลตฟอร์มพีซีถูกนำมาใช้ในร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ เพื่อเล่นเกม Playerunknown's Battlegrounds Mobile (PUBG Mobile) และเกมประเภทอื่น ๆ ซึ่งช่วยให้สามารถใช้เมาส์และคีย์บอร์ดในการเล่น ทำให้ควบคุมเกมได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโทรศัพท์ระบบปฏิบัติการ Android ทั่วไปยังไม่สามารถเล่นเกมโมบายล์ระดับสูงได้

เกมโมบายล์ :

- การเข้าถึงสมาร์ทโฟนในปี 2561 อยู่ที่ร้อยละ 34.8 และรายได้เฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ 15.86 ดอลลาร์สหรัฐ โดยประมาณ (อ้างอิงข้อมูลจาก allcorrectgames.com)
- รายได้ของตลาดเกมโมบายล์คิดเป็น 191 ล้านดอลลาร์สหรัฐโดยประมาณ (อ้างอิงข้อมูลจาก allcorrectgames.com)
- Android เป็นระบบปฏิบัติการที่มีส่วนแบ่งการตลาดที่ใหญ่ที่สุดถึงร้อยละ 82.78 ในขณะที่ระบบปฏิบัติการ iOS อยู่ที่ร้อยละ 16.16 และอีกร้อยละ 1.06 เป็นระบบปฏิบัติการอื่น (Nokia, Windows, Blackberry และอื่น ๆ) (อ้างอิงข้อมูลจาก Statista)
- ถึงแม้เกมโมบายล์เป็นที่แพร่หลายในวงกว้าง แต่ในตลาดเกม ประเภทเกมที่โดดเด่นที่สุดยังคงเป็น Casual ซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 25

รับรองความถูกต้อง

- เกมประเภท Action และ Esports เช่น Rules of Survival, Freefire และ Playerunknown's Battlegrounds Mobile (PUBG Mobile) รวมถึง Mobile Legends และ Arena of Valor มีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 20
- เกมประเภท Arcade และ Strategy ถือสัดส่วนตลาดอยู่ที่ร้อยละ 19 และ 17 ตามลำดับ
- เกมประเภท Battle Royale ยังคงแข็งแกร่งในตลาด เนื่องจากความนิยมของเกม Playerunknown's Battlegrounds Mobile (PUBG Mobile) และ Fortnite ที่มีรูปแบบการเล่นเหมือนกัน
- เกม Ragnarok M : Eternal Love ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ยอดดาวน์โหลดติดอันดับ 1 นับตั้งแต่เปิดตัว

แนวโน้มตลาดโดยรวม :

- การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในปี 2561 มีการปรับตัวที่ดีขึ้น เนื่องจากอินเทอร์เน็ตแบบไฟเบอร์สามารถเข้าถึงได้ง่ายและราคาไม่แพงสำหรับผู้ใช้งานตามบ้าน
- แพลตฟอร์ม Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) ยังคงเป็นที่นิยมในฟิลิปปินส์ ในขณะที่ Fortnite ยังคงไม่เป็นที่รู้จักจากผู้เล่นตามบ้านและร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ในวงกว้าง
- เกมพีซีสามารถอยู่รอดในตลาดได้ด้วยการดึงดูดฐานผู้เล่นให้มากขึ้นจากการที่สามารถเล่นบนคอมพิวเตอร์ที่มีความสามารถไม่สูงนักได้
- เกมประเภท MOBA ยังคงเป็นที่นิยม ทั้งแพลตฟอร์มพีซี เช่น Dota 2 และ League of Legends และโมบายล์ เช่น Mobile Legends และ Arena of Valor เนื่องจากบริษัทในประเทศมีจัดการแข่งขันอีสปอร์ตขึ้นเป็นของตัวเอง
- บริการสตรีมมิงทางเลือกได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น มีเนื้อหาเน้นเรื่องไลฟ์สไตล์และการเล่นเกม โดยเปลี่ยนผู้ใช้ Twitch มาเป็นเจ้าของเนื้อหาของตัวเอง

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันของตลาดเกมออนไลน์ในอินโดนีเซีย

ในปี 2561 แนวโน้มตลาดมีการปรับเปลี่ยนไปสู่อีสปอร์ต มีผู้ให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศอินโดนีเซีย 9 ราย ลดลงจาก 11 ราย และมีการเปิดตัวเกมพีซีเพียง 1 เกม

ปัจจุบันมีผู้ให้บริการเกมระดับท้องถิ่นจำนวน 7 บริษัท และผู้ให้บริการเกมระดับโลกจำนวน 2 บริษัท จากกระแสของอีสปอร์ต ทำให้เกมประเภท FPS และ Battle Royale ยังคงได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการของตลาด โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 73 ขณะที่เกมประเภท MMORPG มีสัดส่วนร้อยละ 21

สำหรับตลาดเกมโมบายล์ยังไม่มีเปลี่ยนแปลงในช่วงต้นปี ซึ่ง 5 อันดับแรกของเกมที่ทำรายได้สูงสุดเป็นเกมประเภท MOBA และ Battle Royale แต่ในไตรมาส 4 เกมที่ทำรายได้สูงสุดเป็นอันดับ 1 กลับมาเป็นเกมประเภท MMORPG แทน

2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.4.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

รับรองความถูกต้อง

ธุรกิจเกมออนไลน์ประกอบด้วยผู้ประกอบการหลักประมาณ 5 ส่วน ดังที่แสดงในแผนภาพ โดยเริ่มต้นจากผู้พัฒนาเกมออนไลน์ (Game Developer) ซึ่งเป็นผู้ออกแบบและพัฒนาเกม จากนั้นขายลิขสิทธิ์เกมต่อหรือแต่งตั้งให้ผู้จำหน่ายลิขสิทธิ์เกม (Game Publisher) เป็นผู้เสาะหาตลาดและขายลิขสิทธิ์การให้บริการเกมให้กับผู้ให้บริการเกมออนไลน์ (Game Operator) ในแต่ละพื้นที่หรือแต่ละประเทศ ปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจให้บริการเกมออนไลน์ในส่วนของผู้พัฒนาเกม ผู้ให้บริการเกม และผู้จัดจำหน่าย



ภาพรวมของผู้ประกอบการในธุรกิจเกมออนไลน์

ผู้ให้บริการเกมจะเป็นผู้จัดเตรียมระบบเซิร์ฟเวอร์สำหรับการให้บริการเกมในแต่ละพื้นที่ที่ได้รับลิขสิทธิ์ สำหรับการเก็บเงินค่าบริการเกม ผู้ให้บริการเกมจะจำหน่ายบัตรเติมเงินล่วงหน้าให้แก่ผู้เล่นเกม โดยการจำหน่ายเองหรือผ่านผู้จัดจำหน่ายหรือตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้ง ส่วนผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตและโทรคมนาคม (ISPs) จะเป็นผู้ให้บริการเช่าช่องสัญญาณเพื่อใช้ติดต่อสื่อสารระหว่างเครื่องเซิร์ฟเวอร์ของผู้ให้บริการเกม กับร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ และผู้เล่นเกมโดยตรง

2.4.2 ขั้นตอนการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อให้บริการเกมออนไลน์

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



ขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อให้บริการเกมออนไลน์

รับรองความถูกต้อง

คัดสรรเกมออนไลน์

ในเบื้องต้น ทีมงานจะคัดเลือกเกมออนไลน์ที่น่าสนใจจากแหล่งต่าง ๆ เช่น เกมที่ได้รับความนิยมในต่างประเทศ โดยมีนโยบายการกลั่นกรองเนื้อหาเกมเพื่อให้เหมาะสมแก่กลุ่มลูกค้าและวัฒนธรรมในแต่ละประเทศ ซึ่งเกมจะมีคุณสมบัติเบื้องต้นดังนี้

- มีรูปแบบและเนื้อหาที่สร้างสรรค์ เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และไม่มีเนื้อหาที่แสดงความรุนแรงและยั่วยุทางเพศ
- เป็นเกมออนไลน์ที่น่าสนใจและมีเนื้อหาแตกต่างจากเกมที่ทำให้บริการอยู่ในตลาดเป้าหมาย ณ เวลานั้น
- มีต้นทุนในการซื้อลิขสิทธิ์เกมที่เหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถทำกำไรจากการให้บริการได้
- โปรแกรมเกมออนไลน์สามารถใช้ได้กับระบบเครื่องคอมพิวเตอร์ของกลุ่มผู้เล่นเกมเป้าหมาย

เจรจาและทำสัญญาซื้อลิขสิทธิ์การให้บริการเกมออนไลน์

ทีมงานจะเจรจาราคาและเงื่อนไขการซื้อลิขสิทธิ์เกม จากนั้นจึงทำสัญญากับผู้พัฒนาหรือผู้จำหน่ายลิขสิทธิ์เกมออนไลน์

เตรียมระบบการให้บริการเกมออนไลน์

- อุปกรณ์และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ : กลุ่มบริษัทฯ จะจัดเตรียมระบบเซิร์ฟเวอร์และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดโดยผู้พัฒนาเกมออนไลน์ ซึ่งจำนวนเครื่องเซิร์ฟเวอร์ที่จะใช้รองรับการให้บริการเกมจะประมาณจากการคาดการณ์โดยกลุ่มบริษัทฯ จากนั้นผู้พัฒนาเกมจึงเข้ามาติดตั้งโปรแกรมเกมออนไลน์เพื่อเปิดให้บริการต่อไป
- โปรแกรมเครื่องลูกข่าย : ทีมจัดการเกมจะดัดแปลงและปรับปรุงโปรแกรมซึ่งใช้ติดตั้งในเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้เล่นเกมก่อนการเล่นเกมในครั้งแรก รวมทั้งแปลเนื้อหาเกมเป็นภาษาท้องถิ่น
- การจัดทำเว็บไซต์ : ทีมจัดการเกมจะจัดทำเว็บไซต์สำหรับเกมออนไลน์แต่ละเกม เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับผู้เล่นเกมเกี่ยวกับวิธีการเล่น การชำระเงิน และการแก้ไขปัญหา อีกทั้งยังเป็นสื่อโฆษณาให้แก่กลุ่มบริษัทฯ อีกด้วย
- ระบบการให้บริการ : ทีมจัดการเกมจะจัดเตรียมทีมงานเพื่อควบคุมการให้บริการเกมในฐานะ Game Master เพื่อดูแลการเล่น เกม อำนวยความสะดวก และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้แก่ผู้เล่นเกม

กระจายโปรแกรมเครื่องลูกข่าย (Client Program)

กลุ่มบริษัทฯ กระจายโปรแกรมให้ถึงมือผู้เล่นเกมอย่างทั่วถึงจากการให้ดาวน์โหลดฟรีทางเว็บไซต์เกม สำหรับเกมบนแพลตฟอร์มโมบายล์ ผู้เล่นสามารถดาวน์โหลดเกมผ่านทาง App Store สำหรับระบบปฏิบัติการ iOS และดาวน์โหลดเกมผ่านทาง Google Play สำหรับระบบปฏิบัติการ Android

รับรองความถูกต้อง

เปิดให้บริการเกมออนไลน์

เมื่อจัดเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ เรียบร้อยแล้ว กลุ่มบริษัท จะเริ่มเปิดให้บริการเกมออนไลน์ ซึ่งแบ่งเป็น 4 ช่วงดังนี้

- ช่วงทดสอบภายใน (Internal Test) : ทีมจัดการเกมและพนักงานของกลุ่มบริษัท จะทดลองเล่นเกมออนไลน์จากเครื่องแม่ข่าย เพื่อทดสอบหาข้อบกพร่องของการให้บริการเกมและปรับปรุงแก้ไขต่อไป
- ช่วงทดสอบการให้บริการแบบปิด (Closed Beta) : เปิดให้บริการแก่ผู้เล่นเกมภายนอกที่ได้ลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์เกม โดยไม่คิดค่าบริการ แต่จำกัดจำนวนผู้เล่น เพื่อทดสอบหาข้อบกพร่องในการให้บริการเกม
- ช่วงทดสอบการให้บริการแบบเปิด (Open Beta) : เปิดให้บริการแก่ผู้เล่นเกมภายนอกที่ได้ลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์เกม โดยไม่คิดค่าบริการและไม่จำกัดจำนวนผู้เล่นเกม เพื่อทดสอบหาข้อบกพร่องในการให้บริการเกมแก่ผู้เล่นจำนวนมากพร้อมกัน
- ช่วงเปิดให้บริการเชิงพาณิชย์ (Commercial Launch) : ภายหลังจากได้ทดสอบการให้บริการเรียบร้อยแล้ว กลุ่มบริษัท จะเปิดให้บริการเกมออนไลน์แก่ผู้เล่นเกมโดยทั่วไป โดยเก็บค่าบริการจากการขายไอเทมในร้านค้า Item Cash

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

กลุ่มบริษัท จะโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อให้ตลาดรับรู้การเปิดให้บริการเกมออนไลน์ โดยแบ่งเป็น 4 ช่วงคือ

- ช่วงก่อนการเปิดตัว (Pre-Marketing) : มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้ก่อนการเปิดให้บริการเกม โดยแนะนำเกมบน Game Portal เว็บไซต์เกมออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ในช่องทาง Social Network รวมถึงการสร้างเพจหรือตั้งกลุ่มใน Social Network เพื่อสร้างช่องทางในการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้า
- ช่วงเปิดตัวเกมใหม่ (Launching) : มุ่งสร้างการรับรู้ผ่านการโฆษณาบน Game Portal เว็บไซต์เกมออนไลน์ และจดหมายแนะนำเกม รวมถึงการโฆษณาในช่องทางออนไลน์หรือ Ad Network บนแพลตฟอร์มต่าง ๆ
- ช่วงส่งเสริมการขาย (Promoting) : เน้นทั้งกิจกรรมนอกเกมออนไลน์ผ่านสื่อทั่วไป เช่น โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ และกิจกรรมในเกมออนไลน์ เช่น การแข่งขันภายในเกม
- ช่วงรักษายอดขาย (Maturing) : เน้นกิจกรรมทางการตลาดและประชาสัมพันธ์เฉพาะในเกมออนไลน์ และกิจกรรมผ่านตัวแทนจำหน่ายบัตรเติมเงิน @Cash และร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ เพื่อรักษาสฐานลูกค้า

2.4.3 ค่าลิขสิทธิ์เกมออนไลน์

ในการให้บริการเกมออนไลน์ กลุ่มบริษัท จะซื้อลิขสิทธิ์เกมมาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นผู้พัฒนาหรือผู้จัดทำจำหน่ายเกมออนไลน์ในต่างประเทศจำนวนหลายราย เพื่อให้บริการแต่เพียงรายเดียว (Exclusive Distributor) ในพื้นที่ที่กำหนด (Specific Territory) ในอัตราค่าธรรมเนียมตามที่ตกลง โดยส่วนใหญ่มีอายุสัญญา 2 - 4 ปี นับจากเปิดให้บริการเชิงพาณิชย์ (Commercial Launch) และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ในราคาและเงื่อนไขเดิม ทั้งนี้ ผู้พัฒนา/ผู้จัดทำจำหน่ายเกมสามารถยกเลิกสัญญาได้ หากกลุ่มบริษัท ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาด้านการเงิน และ/หรืออยู่ในสถานะล้มละลาย

รับรองความถูกต้อง

และ/หรือไม่สามารถเปิดให้บริการเกมในระยะเวลาที่กำหนด โดยค่าลิขสิทธิ์เกมออนไลน์สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภทหลัก ดังนี้

- ค่าลิขสิทธิ์ขั้นต้น (Initial Fee) : ชำระเป็นจำนวนคงที่ ณ วันที่ลงนามในสัญญา หรือภายในระยะเวลาที่กำหนด
- ค่าลิขสิทธิ์รายเดือน (Monthly Fee) : ชำระเป็นจำนวนตามยอดการใช้จ่ายในเกมจากการให้บริการเกมนั้น ๆ ในแต่ละเดือน
- ค่าลิขสิทธิ์รายได้ขั้นต่ำ (Minimum Guarantee) : บางสัญญาจะมีการกำหนดจำนวนค่าลิขสิทธิ์รายเดือนขั้นต่ำ จากการให้บริการเกมนั้น ๆ ในแต่ละเดือน
- ค่าผลสำเร็จของงาน (Success Fee) : ชำระเมื่อสร้างรายได้จากการให้บริการเกมนั้น ๆ 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 ส่วนกรมทรัพย์สินทางปัญญาคจะดูแลเรื่องการออกเครื่องหมายรับรองงานต้นแบบ (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

3.2 ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจ

3.2.1 ความเสี่ยงจากการไม่ประสบความสำเร็จของเกมออนไลน์ที่กลุ่มบริษัทฯ ลงทุนซื้อลิขสิทธิ์และเปิดให้บริการ

รับรองความถูกต้อง

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 จึงเชื่อว่าการทำการตลาดเชิงรุก และการทำกิจกรรมที่กลุ่มผู้เล่นในแต่ละเกมเพื่อนำเสนอ Item ที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง จะช่วยกระตุ้นการซื้อ Item ในเกมเพิ่มมากขึ้น

รับรองความถูกต้อง

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 จะส่งผลกระทบต่อการเล่นเกมออนไลน์ของกลุ่มบริษัทฯ ได้ อีกทั้งความขัดข้องของระบบการให้บริการอาจทำให้ยอดขายและความพึงพอใจในการเล่นเกมนั้นลดลง ซึ่งอาจส่งผลเสียต่อชื่อเสียงและผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตทุกรายดังกล่าวในแต่ละประเทศเป็นหนึ่งในผู้ให้บริการรายใหญ่ที่มีคุณภาพด้านบริการ และมีระบบสำรองและระบบรักษาความปลอดภัยในระดับที่สูงมากเมื่อเทียบกับข้อกำหนดในมาตรฐานสากล

3.2.4 ความเสี่ยงจากการไม่ได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์และ/หรือผู้พัฒนาเกมออนไลน์

ในการให้บริการเกมออนไลน์ กลุ่มบริษัทฯ ได้รับอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์เกมมาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นผู้พัฒนาหรือผู้จำหน่ายเกมในต่างประเทศจำนวนหลายราย เพื่อให้บริการในพื้นที่ที่กำหนด (Specific Territory) เป็นเวลาประมาณ 2-3 ปี นับจากเปิดให้บริการเชิงพาณิชย์ (Commercial Launch) ในอัตราค่าธรรมเนียมตามที่ตกลงกัน โดยเจ้าของลิขสิทธิ์เกมจะสนับสนุนการให้บริการเกมในด้านต่างๆ เช่น การปรับปรุงโปรแกรมเกม การออก Patch File การแก้ไขปัญหาด้านเทคนิค (Bug) ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงในกรณีเจ้าของลิขสิทธิ์เกมยกเลิกสัญญาอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์ หากกลุ่มบริษัทฯ มิได้ปฏิบัติตามสัญญาอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์ และ/หรือไม่ต่ออายุสัญญาในราคาและเงื่อนไขที่ยอมรับได้ และ/หรือเจ้าของลิขสิทธิ์ไม่

รับรองความถูกต้อง

สามารถสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิค ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ ฐานะการเงิน และผลประกอบการของกลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามสัญญาสิทธิอย่างเคร่งครัดเพื่อลดความเสี่ยงจากการถูกยกเลิกสัญญา นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายจัดหาสิทธิเกมออนไลน์จากผู้พัฒนา/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 ความเสี่ยงจากกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายและบริหารจัดการกลุ่มบริษัทฯ

กลุ่มนายปราโมทย์ สุตจิตพร ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนรวมกันร้อยละ 58.26 ของทุนชำระแล้ว (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560) จึงทำให้สามารถควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญในการประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ยกเว้นมติพิเศษที่กฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของจำนวนหุ้นที่เข้าประชุมและมีสิทธิออกเสียง ดังนั้น อาจทำให้ผู้ถือหุ้นรายอื่นไม่สามารถรวบรวมคะแนนเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องของผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้ นอกจากนี้ กลุ่มผู้ถือหุ้นราย

รับรองความถูกต้อง

ใหญ่ยังเป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการกลุ่มบริษัท โดยมีตำแหน่งเป็นกรรมการจำนวน 3 ท่าน จากทั้งหมด 7 ท่าน รวมถึงมีกรรมการภายนอกที่มาจากการเลือกตั้งของผู้ถือหุ้น 1 ท่าน บริษัทฯ จึงแต่งตั้งกรรมการอิสระที่เป็นบุคคลภายนอกจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินงานของผู้บริหารและดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายย่อย

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2560 และ 2561 มีดังนี้

4.1 สินทรัพย์หมุนเวียน

4.1.1 สินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือของกลุ่มบริษัทฯ คือ ชุดเกมพีซี (เกมกล่อง) บัตรเติมเงิน @Cash และสินค้าที่ระลึกของเกมต่างๆ (Game Premium) โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2560 และ 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีสินค้าคงเหลือหลังหักค่าเผื่อสินค้าเสื่อมสภาพ รวม 0.04 ล้านบาท และ 0.04 ล้านบาท ตามลำดับ เนื่องจากการจัดประเภทรายการใหม่ให้สอดคล้องกับรายการในงบการเงินของปี 2561 ยอดดังกล่าวแสดงรวมอยู่ในสินทรัพย์หมุนเวียนอื่น

4.1.2 ค่าลิขสิทธิ์จ่ายล่วงหน้าส่วนที่หมุนเวียน

ในการซื้อลิขสิทธิ์เกมออนไลน์บางเกม กลุ่มบริษัทฯ จะชำระค่าลิขสิทธิ์ให้แก่เจ้าของหรือผู้จำหน่ายลิขสิทธิ์เกมออนไลน์ล่วงหน้าก่อนการเปิดให้บริการเกม รวมถึงค่าลิขสิทธิ์ขั้นต่ำ (Minimum Guarantee) ซึ่งต้องชำระล่วงหน้าเพื่อประกันยอดขายขั้นต่ำ ค่าลิขสิทธิ์จ่ายล่วงหน้าได้จัดแบ่งการรับรู้เป็นส่วนที่หมุนเวียนหรือภายใน 1 ปี และไม่หมุนเวียน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2560 และ 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าลิขสิทธิ์จ่ายล่วงหน้าส่วนที่หมุนเวียน จำนวน 6.96 ล้านบาท และ 3.47 ล้านบาท ตามลำดับ สาเหตุที่มีจำนวนลดลงเกิดจาก ก) การตัดจ่ายเป็นค่าใช้จ่าย และ ข) ไม่ต้องชำระล่วงหน้าในบางสัญญา อันเป็นผลจากการเจรจากับเจ้าของหรือผู้จำหน่ายลิขสิทธิ์บางราย

4.2 สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน

4.2.1 สินทรัพย์ถาวร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2560 และ 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์ถาวรที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ดังตารางต่อไปนี้

| ประเภททรัพย์สิน | มูลค่าบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) | | ลักษณะกรรมสิทธิ์ | ภาวะผูกพัน |
|------------------------------------|----------------------------|--------------|------------------|------------|
| | 31 ธ.ค. 2560 | 31 ธ.ค. 2561 | | |
| 1. อุปกรณ์แม่ข่าย | 18.57 | 9.01 | เจ้าของ | ไม่มี |
| 2. อุปกรณ์และเครื่องตกแต่งสำนักงาน | 5.03 | 9.34 | เจ้าของ | ไม่มี |
| 3. ส่วนปรับปรุงสำนักงานเช่า | 1.92 | 1.32 | เจ้าของ | ไม่มี |
| 4. ยานพาหนะ | 0.13 | 3.07 | เจ้าของ | ไม่มี |
| 5. สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง | - | - | เจ้าของ | ไม่มี |
| รวม | 25.65 | 22.74 | | |

รับรองความถูกต้อง

นโยบายการตั้งค่าเสื่อมราคา

ค่าเสื่อมราคาคำนวณโดยวิธีเส้นตรงตามเกณฑ์อายุการใช้งานโดยประมาณของสินทรัพย์ตามระยะเวลา 3 - 5 ปี

4.2.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สิทธิ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2560 และ 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สิทธิ จำนวน 59.93 ล้านบาท และ 91.50 ล้านบาท ตามลำดับ โดยสินทรัพย์ไม่มีตัวตน-สิทธิ ส่วนใหญ่เป็นค่าลิขสิทธิ์หรือตัดจ่าย ของเกมออนไลน์ โดยกลุ่มบริษัทฯ ได้ตกลงซื้อลิขสิทธิ์แล้ว จะชำระค่าลิขสิทธิ์ขั้นต้นให้แก่เจ้าของหรือผู้จัดจำหน่ายลิขสิทธิ์เกมออนไลน์เมื่อได้ลงนามในสัญญา และ/หรือ ภายในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้ว ค่าลิขสิทธิ์หรือตัดจ่ายจำนวนดังกล่าวจะถูกตัดจำหน่ายเมื่อเริ่มให้บริการเชิงพาณิชย์ และตัดจำหน่ายด้วยวิธีเส้นตรงเป็นเวลาประมาณ 2 - 4 ปีขึ้นอยู่กับอายุของสัญญา และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน-สิทธิ ยังรวมถึงความสัมพันธ์กับลูกค้า และเครื่องหมายการค้า จะตัดจำหน่ายด้วยวิธีเส้นตรงเป็นเวลาประมาณ 3 - 7 ปี และ 20 ปีตามลำดับ การตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่มีอายุการให้ประโยชน์จำกัดอย่างมีระบบตลอดอายุการให้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของสินทรัพย์นั้น ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายพิจารณาการตัดจ่ายค่าของสินทรัพย์ดังกล่าวเมื่อมีข้อบ่งชี้ว่าสินทรัพย์นั้นเกิดการตัดจ่ายค่า กลุ่มบริษัทฯ จะทบทวนระยะเวลาการตัดจำหน่ายและวิธีการตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตนดังกล่าวทุกสิ้นปีเป็นอย่างน้อย

4.2.3 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2560 และ 2561 บริษัทฯ มีเงินลงทุนในบริษัทย่อย รวมมูลค่าเงินลงทุนตามวิธีราคาทุน จำนวน 18.77 ล้านบาท และ 18.01 ล้านบาท ตามลำดับ ในระหว่างปี 2561 บริษัทฯ ได้ดำเนินการเกี่ยวกับการปรับโครงสร้างการลงทุนของกลุ่มกิจการดังนี้

- บริษัทฯ เพิ่มเงินลงทุนในบริษัท Playpark Pte Ltd.(เดิมชื่อ Asiasoft Online Pte.Ltd.) ด้วยจำนวนเงิน 71.59 ล้านบาท โดยคงสัดส่วนการถือหุ้นเดิม บริษัท Playpark Pte Ltd.ได้นำเงินลงทุนดังกล่าวจำนวน 71.59 ล้านบาท มาชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจากบริษัท ซึ่งบริษัทได้ตั้งค่าเผื่อการตัดจ่ายค่าของเงินให้กู้ยืมระยะสั้นดังกล่าวไว้เต็มจำนวนแล้วในอดีต จากข้อมูลข้างต้นบริษัทได้บันทึกกลับรายการขาดทุนจากการตัดจ่ายค่าเงินให้กู้ยืมและบันทึกขาดทุนจากการตัดจ่ายค่าเงินลงทุนในบริษัทย่อยเป็นจำนวน 71.59 ล้านบาทในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จเฉพาะกิจการ
- บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท PT.Asiasoft ในสัดส่วนร้อยละ 99.90 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมดหรือคิดเป็นมูลค่าทุนจดทะเบียน 8.91 พันล้านบาทในอินโดนีเซียและมีขาดทุนสะสม 24.88 พันล้านบาทในอินโดนีเซีย ใน

รับรองความถูกต้อง

รายการรวมทั้งสิ้น 1 เหรียญสหรัฐอเมริกา ผู้ขายหุ้นสามัญ คือ บริษัท เอเซียซอฟท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทมีอัตราการถือหุ้นอยู่ร้อยละ 79.90 และเพิ่มเงินลงทุนในบริษัท PT.Asiasoft ด้วยจำนวนเงิน 56.43 ล้านบาท โดยคงสัดส่วนการถือหุ้นเดิม บริษัท PT.Asiasoft ได้นำเงินลงทุนดังกล่าวจำนวน 55.21 ล้านบาท มาชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจำนวน 41.80 ล้านบาท ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นจำนวน 13.41 ล้านบาท ซึ่งบริษัทได้ตั้งค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินให้กู้ยืมระยะสั้นดังกล่าวไว้เต็มจำนวนแล้วในอดีต จากข้อมูลข้างต้นบริษัทได้บันทึกกลับรายการขาดทุนจากการด้อยค่าเงินให้กู้ยืมระยะสั้นจำนวน 41.80 ล้านบาท ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นจำนวน 13.41 ล้านบาท ทั้งนี้บริษัทได้บันทึกขาดทุนจากการด้อยค่าเงินลงทุนในบริษัทย่อยเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 56.43 ล้านบาทในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จเฉพาะกิจการ

- บริษัท สกายเน็ต ซิสเต็มส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้เพิ่มทุน จำนวน 0.68 ล้านบาท และส่วนเกินมูลค่าหุ้นจำนวน 2.32 ล้านบาท เมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2561 โดยได้รับชำระค่าหุ้นจำนวน 3 ล้านบาท จากส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมทำให้สัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท สกายเน็ต ซิสเต็มส์ จำกัด ของกลุ่มกิจการลดลงเป็นร้อยละ 61.60 และ เพิ่มทุนอีกครั้ง เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2561 จำนวน 0.45 ล้านบาท และส่วนเกินมูลค่าหุ้นจำนวน 1.55 ล้านบาท โดยได้รับชำระค่าหุ้นจำนวน 2.00 ล้านบาท จากส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมทำให้สัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท สกายเน็ต ซิสเต็มส์ จำกัด ของกลุ่มกิจการลดลงเป็นร้อยละ 57.04
- บริษัทเข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัทร่วมจากบริษัทย่อย โดยบริษัทเข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท Playpark Inc. ในสัดส่วนร้อยละ 40 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมด หรือคิดเป็นมูลค่าหุ้นจดทะเบียน 1.6 ล้านเปโซฟิลิปปินส์ และมีมูลค่ายุติธรรมเท่ากับ 6.39 ล้านเปโซฟิลิปปินส์ ในรายการรวมทั้งสิ้น 3.6 ล้านเปโซฟิลิปปินส์ ผู้ขายหุ้นสามัญ คือ บริษัท Level Up! Inc. ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทมีอัตราการถือหุ้นอยู่ร้อยละ 100 เงินลงทุนในบริษัท Playpark Inc. เปลี่ยนสถานะจาก “เงินลงทุนในบริษัทร่วม” เป็น “เงินลงทุนในบริษัทย่อย” ณ วันที่กลุ่มบริษัทมีอำนาจควบคุมอย่างมีสาระสำคัญในบริษัท Playpark Inc. กลุ่มบริษัทได้ ปรับปรุงมูลค่ายุติธรรมของเงินลงทุนนี้และรับรู้กำไรจากการปรับปรุงมูลค่ายุติธรรมจำนวน 1.73 ล้านบาทในรายได้อื่น
- การเลิกกิจการของบริษัทย่อย คือ บริษัท เพลย์ไชเบอร์เกมส์ จำกัด โดยจดทะเบียนเลิกกิจการกับกระทรวงพาณิชย์และอยู่ระหว่างกระบวนการชำระบัญชี ผู้บริหารของกลุ่มกิจการเชื่อว่าการเลิกกิจการดังกล่าวไม่มีผลกระทบอย่างมีสาระสำคัญต่อกลุ่มกิจการ
- การลดทุนของบริษัท เอเซียซอฟท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ตามมติพิเศษของที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2561 ของบริษัท เอเซียซอฟท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 ซึ่งผู้ถือหุ้นมีมติพิเศษให้ลดทุนจดทะเบียนลง 10 ล้านบาท โดยการลดจำนวนหุ้น คงเหลือทุนเป็นจำนวนเงิน 102 ล้านบาท
- การถอนการลงทุนในบริษัท ริงค์พลัส ดิจิตอล จำกัด เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2561 ตามมติของที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 03/2561

รับรองความถูกต้อง

- จำนวน 3 ล้านบาท ส่งผลให้บริษัทดังกล่าวจะมีได้รวมอยู่ในกลุ่มของกิจการตั้งแต่ไตรมาส 4 เป็นต้นไป กลุ่มกิจการรับรู้กำไรจากการถอนการลงทุนในงบการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2561
- การขายเงินลงทุนในบริษัทย่อยเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2561 บริษัทได้ขายเงินลงทุนสัดส่วนร้อยละ 100 ของ Level Up! Inc ซึ่งเป็นบริษัทย่อยให้แก่บุคคลภายนอกด้วยจำนวนเงิน 1 เหรียญสหรัฐอเมริกา บริษัทดังกล่าวจึงมิได้เป็นบริษัทย่อยของกิจการโดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2561 เป็นต้นไป กลุ่มกิจการรับรู้กำไรจากการขายเงินลงทุนในงบการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2561

หน่วย: ล้านบาท

| บริษัทย่อย | ทุนชำระแล้ว | ผู้ลงทุน | สัดส่วนเงินลงทุน (ร้อยละ) | จำนวนคณะกรรมการ ตัวแทน / คณะกรรมการ ทั้งหมด | มูลค่าเงินลงทุน ด้วยวิธีราคาทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 |
|---|-------------|----------|---------------------------|--|---|
| บริษัท เอเชียซอฟท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด | 102.00 | บริษัทฯ | 100 | 1/2 | 102.00 |
| 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 เพลย์ไชเบอร์เกมส์ จำกัด | 20.00 | บริษัทฯ | 99.99 | 2/2 | 12.00 |
| บริษัท มิวจิน 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 |
| Playpark Pte. Ltd .(เดิมชื่อ Asiasoft Online Pte.Ltd.) | 50.07 | บริษัทฯ | 100.00 | 2/3 | 71.59 |
| As Online Sdn.Bhd. | 40.03 | บริษัทฯ | 100.00 | 2/3 | 4.61 |
| Playpark Inc. | 2.95 | บริษัทฯ | 40.00 | 1/5 | 2.24 |
| PT. ASIASOFT | 27.68 | บริษัทฯ | 99.99 | 1/1 | 56.43 |
| รวมเงินลงทุนในบริษัทย่อย | | | | | 681.74 |
| หัก ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน | | | | | 663.73 |

รับรองความถูกต้อง

| รวมเงินลงทุนในบริษัทย่อยสุทธิ | | | | | 18.01 |
|---------------------------------|------|--------------------------|-------|-----|-------|
| บริษัท สกายเน็ต ซิสเต็มส์ จำกัด | 3.50 | บริษัท เอ แคปปิตอล จำกัด | 57.04 | 2/3 | - |

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2561 บริษัทฯ มีเงินลงทุนในบริษัทร่วม รวมมูลค่าเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียเป็นจำนวน 10.93 ล้านบาท โดยผ่าน บริษัท เอ แคปปิตอล จำกัด สัดส่วนเงินลงทุนร้อยละ 40 สำหรับการลงทุนใน บริษัท ไทยแวร์ คอมมิวนิเคชั่น โดยมีมูลค่าการลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียเป็นจำนวน 10.53 ล้านบาท และลงทุนใน บริษัท ทริปเปิ้ลเอส โซเชียลเทรด (ประเทศไทย) จำกัด สัดส่วนเงินลงทุนร้อยละ 40 โดยมีมูลค่าการลงทุนตามวิธีราคาทุนเป็นจำนวน 0.40 ล้านบาท ผ่านบริษัท บริษัท สกายเน็ต ซิสเต็มส์ จำกัดซึ่งรายละเอียดเงินลงทุนในบริษัทร่วมมีดังนี้

หน่วย: ล้านบาท

| บริษัทร่วม | ทุนชำระแล้ว | ผู้ลงทุน | สัดส่วนเงินลงทุน (ร้อยละ) | จำนวนคณะกรรมการตัวแทน / คณะกรรมการทั้งหมด | มูลค่าเงินลงทุนด้วยวิธีส่วนได้เสีย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 |
|---|-------------|-------------------------------|---------------------------|---|---|
| บริษัท ไทยแวร์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด | 1.50 | ผู้ถือหุ้นและผู้บริหารร่วมกัน | 40 | - | 10.53 |
| บริษัท ทริปเปิ้ลเอส โซเชียลเทรด (ประเทศไทย) จำกัด | 0.40 | ผู้ถือหุ้นและผู้บริหารร่วมกัน | 40 | - | 0.40 |
| . | | | | - | - |
| รวมเงินลงทุนในบริษัทร่วม | | | | | 10.93 |
| หัก ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน | | | | | 0 |
| รวมเงินลงทุนในบริษัทร่วมสุทธิ | | | | | 10.93 |

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และกิจการร่วมค้า โดยพิจารณาจากปัจจัยหลักๆ ดังนี้

- 1) ประสิทธิภาพที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการให้บริการด้านความบันเทิงออนไลน์ที่สามารถเชื่อมประโยชน์ (Synergy) ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ได้

รับรองความถูกต้อง

- 2) ผลตอบแทนจากการลงทุน
- 3) สถานะทางการเงินของบริษัทผู้ลงทุน
- 4) ภาวะเศรษฐกิจและการเมือง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีนโยบายที่จะขยายธุรกิจการให้บริการเกมออนไลน์ไปยังตลาดต่างประเทศที่มีศักยภาพสูงในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อย่างไรก็ตาม โครงการลงทุนของบริษัทฯ ต้องผ่านการพิจารณาจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท และ/หรือ ที่ประชุมผู้ถือหุ้น ตามขอบเขตอำนาจการอนุมัติที่บริษัทฯ ได้กำหนดไว้ และตามกฎหมายต่างๆ ของคณะกรรมการ กสท. และ/หรือ ตลาดหลักทรัพย์ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทฯ จะส่งผู้แทนบริษัทฯ ตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ เข้าร่วมบริหารงานและดูแลการดำเนินธุรกิจ ตามที่คณะกรรมการของบริษัทฯ ได้มอบหมาย โดยบุคคลนั้นจะต้องเป็นผู้ที่ไม่มีผลประโยชน์ขัดแย้งในทางธุรกิจกับบริษัทฯ ย่อย บริษัทร่วม หรือกิจการร่วมค้าอื่นๆ

4.2.4 ค่าลิขสิทธิ์จ่ายล่วงหน้า

ค่าลิขสิทธิ์จ่ายล่วงหน้ารับรู้เป็นสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2560 และ 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าลิขสิทธิ์จ่ายล่วงหน้าส่วนที่ไม่หมุนเวียน จำนวน 2.43 ล้านบาท และ 0 ล้านบาท ตามลำดับ

4.3 อาคารและสำนักงาน

กลุ่มบริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่ของอาคารต่างๆ เพื่อใช้เป็นสำนักงาน โดยในปัจจุบัน บริษัทฯ และบริษัทย่อยที่ดำเนินกิจการในไทยได้เช่าพื้นที่อาคาร ยู.เอ็ม. ทาวเวอร์ ชั้น 26 และ 28 ถนนรามคำแหง เป็นเวลา 3 ปี ส่วนการดำเนินงานในประเทศสิงคโปร์ ได้เช่าพื้นที่อาคาร 20, Kallang Avenue, #06-00, Pico Creative Centre, Singapore 339411 เพื่อเป็นที่ตั้งสำนักงาน เป็นเวลา 1 ปี, การดำเนินงานในมาเลเซียได้เช่าพื้นที่อาคาร 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 1 ปี และการดำเนินงานในฟิลิปปินส์ ได้เช่าพื้นที่ 6th Floor OPL Building Carlos Palanca Cor. Dela Rosa St. Legaspi Village Makati เพื่อเป็นที่ตั้งสำนักงาน เป็นเวลา 1 ปี

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทมีข้อโต้แย้งเกี่ยวกับการยกเลิกสัญญาเกมกับเจ้าของลิขสิทธิ์เกมและผู้พัฒนาเกม โดยเมื่อวันที่ 9 เมษายน พ.ศ. 2561 เจ้าของลิขสิทธิ์เกมได้นำข้อโต้แย้งดังกล่าวระหว่างคู่สัญญาเข้าสู่การพิจารณาของสำนักงานอนุญาโตตุลาการระหว่างประเทศ ประเทศสิงคโปร์ (Singapore International Arbitration Centre 'SIAC') จากผลการพิจารณาสำนักงานอนุญาโตตุลาการชี้ขาดให้บริษัทชดเชยค่าเสียหายให้แก่เจ้าของลิขสิทธิ์เกม อย่างไรก็ตาม เนื่องจากยังมีขั้นตอนตามกฎหมายอื่นที่ต้องดำเนินการจึงยังไม่มีความแน่นอนเกี่ยวกับค่าเสียหายที่จะเกิดขึ้นจริง และอยู่ระหว่างการประสานงานเพื่อเจรจากับฝ่ายกฎหมายของเจ้าของลิขสิทธิ์เกม ดังนั้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2561 บริษัทจึงยังมิได้ตั้งสำรองประมาณการหนี้สินดังกล่าว

6. ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

(ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561)

| | |
|---------------------|--|
| ชื่อบริษัท | บริษัท เอเชียซอฟท์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) |
| ประเภทธุรกิจ | ประกอบธุรกิจให้บริการด้านความบันเทิงออนไลน์ (Online Entertainment Service) โดยมุ่งเน้นการให้บริการเกมออนไลน์ และเกมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย |
| 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.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 2561)

| | |
|---------------------|---|
| ชื่อบริษัท | บริษัท เอ แคปิตอล 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 |

รับรองความถูกต้อง

| | |
|---------------------|---|
| ชื่อบริษัท | บริษัท เพลย์พาร์ค จำกัด (เดิมชื่อบริษัท ฟันบี้เอกซ์ 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 และให้บริการโฆษณาบนเว็บไซต์ thaiware.com |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | 69/6 อาคารตึกฮั่วปัก ดิเกบี ชั้นที่ 4 ห้อง 3 ซอยศึกษาวิทยา ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร |
| โทรศัพท์ | 66 2635 0744 |
| โทรสาร | 66 2635 0745 |
| เว็บไซต์ | www.thaiware.com |
| ทุนจดทะเบียน | 1,500,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 150,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท เป็นหุ้นที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า |
| สัดส่วนการถือหุ้น | บริษัท เอ แคปปิตอล จำกัด ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 40 ของทุนจดทะเบียน |

| | |
|---------------------|--|
| ชื่อบริษัท | บริษัท สกายเน็ต ซิสเต็มส์ จำกัด |
| ประเภทธุรกิจ | ประกอบกิจการพัฒนาแอปพลิเคชันด้านการซื้อขายหุ้นและหลักทรัพย์ |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | 9/283-285 อาคารยู.เอ็ม.ทาวเวอร์ ถนนรามคำแหง แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250 |
| โทรศัพท์ | 66 2769 8888 |

รับรองความถูกต้อง

| | |
|-------------------|--|
| โทรศัพท์ | 66 2717 4250 |
| เว็บไซต์ | www.skynetsystems.co.th |
| ทุนจดทะเบียน | 6,136,400 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 61,364 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เป็นทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า |
| สัดส่วนการถือหุ้น | บริษัท เอ แคปปิตอล จำกัด ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 57.04 ของทุนจดทะเบียน |

| | |
|---------------------|--|
| ชื่อบริษัท | บริษัท ทริปปี้เอส โซเชียลเทรค (ประเทศไทย) จำกัด |
| ประเภทธุรกิจ | ประกอบกิจการพัฒนาและให้บริการซอฟต์แวร์โซลูชันและอุปกรณ์ไอที |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | 1 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 19 ห้องเลขที่ 1907/2-1908 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 |
| โทรศัพท์ | 66 2301 0071 |
| ทุนจดทะเบียน | 1,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 100,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท เป็นทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า |
| สัดส่วนการถือหุ้น | บริษัท สกายเน็ต ซิสเต็มส์ จำกัด ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 39.99 ของทุนจดทะเบียน |

| | |
|---------------------|--|
| ชื่อบริษัท | บริษัท เอเชียซอฟท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด |
| ประเภทธุรกิจ | การเข้าไปลงทุนในบริษัทอื่น (Holding Company) |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | 9 อาคารยูเอ็มทาวเวอร์ ชั้น 28 ห้องเลขที่ 9/283-5 ถนนรามคำแหง แขวงสวนหลวง |

รับรองความถูกต้อง

| | |
|-------------------|---|
| โทรศัพท์ | เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250 66 2769 8888 |
| โทรสาร | 66 2717 4250 |
| ทุนจดทะเบียน | 102,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,020,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท เป็นทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า |
| สัดส่วนการถือหุ้น | ร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียน |
| หมายเหตุ | อยู่ระหว่างชำระบัญชี |

| | |
|---------------------|--|
| ชื่อบริษัท | บริษัท เฟลย์ไชเบอร์เกมส์ จำกัด |
| ประเภทธุรกิจ | ให้บริการเกมออนไลน์ |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | เลขที่ 9/283-5 อาคารยู.เอ็ม.ทาวเวอร์ ชั้น 28 ถนนรามคำแหง แขวงสวนหลวง เขต สวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250 |
| โทรศัพท์ | 66 2769 8888 |
| โทรสาร | 66 2717 4250 |
| ทุนจดทะเบียน | 20,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 2,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท เป็นทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า |
| สัดส่วนการถือหุ้น | ร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียน |
| หมายเหตุ | อยู่ระหว่างชำระบัญชี |

รับรองความถูกต้อง

| | |
|---------------------|--|
| 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 |
| หมายเหตุ | อยู่ระหว่างการชำระบัญชี |

| | |
|---------------------|--|
| ชื่อบริษัท | Playpark Pte. Ltd. (เดิมชื่อบริษัท Asiasoft Online Pte. Ltd.) |
| ประเภทธุรกิจ | ให้บริการเกมออนไลน์ทั้งพีซีและโมบายล์ในประเทศสิงคโปร์ |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | 20 Kallang Avenue #06-00 Pico Creative Center, Singapore, 339411 |
| โทรศัพท์ | 65 6291 6129 |
| โทรสาร | 65 6291 6830 |
| เว็บไซต์ | www.asiasoft.net |
| ทุนจดทะเบียน | 5,000,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ เป็นทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า |
| สัดส่วนการถือหุ้น | ร้อยละ 100.00 ของทุนจดทะเบียน |

| | |
|---------------------|---|
| ชื่อบริษัท | AS Online Sdn. Bhd. |
| ประเภทธุรกิจ | ให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศมาเลเซีย |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | Suite C-06-01, 02, 03 & 3A, Level 6, Block C, Sky Park One City, Jalan USJ 25/1, 47650, Subang Jaya, Selangor Darul Ehsan, Malaysia |
| โทรศัพท์ | 603 5022 3020 |
| โทรสาร | 603 5022 3028 |
| เว็บไซต์ | www.asiasoft.net |

| | |
|-------------------|------------------------------|
| ทุนจดทะเบียน | 5,000,000 ริงกิตมาเลเซีย |
| ทุนชำระแล้ว | 4,000,000 ริงกิตมาเลเซีย |
| สัดส่วนการถือหุ้น | ร้อยละ 100.00 ของทุนชำระแล้ว |

| | |
|---------------------|---|
| ชื่อบริษัท | PT. Asiasoft |
| ประเภทธุรกิจ | ให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศอินโดนีเซีย |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | Grand Slipi Tower 9th Fl. Unit G No. 105, RT/RW 001/004, Province DKI Jakarta, City West Jakarta, District Palmerah, Sub Sistrict Palmerah, 11480 |
| โทรศัพท์ | 621 8066 0900 |
| โทรสาร | 621 8066 0901 |
| เว็บไซต์ | www.asiasoft.net |
| ทุนจดทะเบียน | 31,744,520,000 รูเปียห์ เป็นทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า |
| สัดส่วนการถือหุ้น | ร้อยละ 99.90 ของทุนชำระแล้ว |

| | |
|---------------------|---|
| ชื่อบริษัท | Playpark Inc. |
| ประเภทธุรกิจ | ให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศฟิลิปปินส์ |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | OPL Building, 6th Floor, 100C Palanca St., cor Dela Rosa St., Legaspi Village, Makati City, Philippines |

| | |
|-------------------|--------------------------|
| โทรศัพท์ | 63 2751 9600 |
| โทรสาร | 63 2813 8966 |
| ทุนจดทะเบียน | 4,000,000 เปโซฟิลิปปินส์ |
| สัดส่วนการถือหุ้น | ร้อยละ 40 ของทุนชำระแล้ว |

| | |
|---------------------|---|
| ชื่อบริษัท | CIB Development Sdn. Bhd. |
| ประเภทธุรกิจ | ให้บริการเกมออนไลน์ทั้งพีซีและโมบายล์ในประเทศมาเลเซีย |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | Suite C-06-01, 02, 03 & 3A, Level 6, Block C, Sky Park One City, Jalan USJ 25/1, 47650, Subang Jaya, Selangor Darul Ehsan, Malaysia |
| โทรศัพท์ | 603 5022 3020 |
| โทรสาร | 603 5022 3028 |
| เว็บไซต์ | www.cib.com.my |
| ทุนจดทะเบียน | 1,000,000 ริงกิตมาเลเซีย เป็นทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า |
| สัดส่วนการถือหุ้น | ร้อยละ 61.68 ของทุนจดทะเบียน |

| | |
|---------------------|--|
| ชื่อบริษัท | CIB Net Sdn. Bhd. |
| ประเภทธุรกิจ | ให้บริการเกมออนไลน์ทั้งพีซีและโมบายล์ในประเทศมาเลเซีย |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | Suite C-06-01, 02, 03 & 3A, Level 6, Block C, Sky Park One City, Jalan USJ 25/1, |

| | |
|-------------------|---|
| โทรศัพท์ | 47650, Subang Jaya, Selangor Darul Ehsan, Malaysia 603 5022 3020 |
| โทรสาร | 603 5022 3028 |
| เว็บไซต์ | www.cib.com.my |
| ทุนจดทะเบียน | 1,000,000 ริงกิตมาเลเซีย เป็นทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า |
| สัดส่วนการถือหุ้น | CIB Development Sdn. Bhd. ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียน |

บุคคลอ้างอิง**นายทะเบียนหลักทรัพย์****บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด**

93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก

แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ 0 2009 9999

โทรสาร 0 2009 9991

ผู้สอบบัญชี

นายสมภพ ผลประसार ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 6941 และ/หรือ นางสาววรรณวัฒน์ เหมชะญาติ ผู้สอบ
บัญชีรับอนุญาตเลขที่ 7049

บริษัท มาซาร์ส จำกัด 1 อาคารเอ็มไพร์ ทาวเวอร์ ชั้น 12 ห้องเลขที่ 1202-6, 1209-6, 1209-12 ถนน
สาทรใต้ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์ 0 2670 1100

โทรสาร 0 2670 1101