

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ และเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

กลุ่มบริษัท ดีเอ็นเอ 2002 จำกัด (มหาชน) ได้วิสัยทัศน์ในการเป็นผู้นำการเสนอและสร้างสรรค์ความบันเทิง และได้กำหนดพันธกิจในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทดังนี้

- | | |
|---------------------|---|
| ลูกค้า | - มุ่งติดตามการเปลี่ยนแปลงและตอบสนองความต้องการบริโภคสื่อบันเทิงของลูกค้า |
| พนักงาน | - สร้างคุณค่าขององค์กรด้วยการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากร รักษาไว้ซึ่งบุคลากรคุณภาพด้วยการให้โอกาสเจริญก้าวหน้าควบคู่ไปกับบริษัท และมีคุณภาพชีวิตที่ดี |
| คู่ค้าและผู้ร่วมทุน | - ขยายขอบเขตแห่งความร่วมมือ สร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับคู่ค้าและเสริมพันธมิตรที่ดีในธุรกิจ ดูแลผู้มีส่วนได้เสียด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์ ให้มีความมั่นคงและผลประโยชน์ที่ยั่งยืน |
| สังคม | - รับผิดชอบต่อและตอบแทนสังคม เพื่อจรรโลงไว้ซึ่งคุณค่าของมนุษย์ คุณภาพชีวิต และการอยู่ร่วมกันด้วยความสุขอย่างยั่งยืน |

กลุ่มบริษัทมีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ สำหรับในช่วง 1 – 3 ปีข้างหน้า ดังนี้

- 1) เป็นผู้จำหน่ายสินค้าสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ ทั้งภาพยนตร์และเพลงที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดของประเทศ
- 2) เพิ่มความหลากหลายในสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยการซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ ทั้งนี้จะเน้นการซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ที่ให้สิทธิแบบ All Rights ซึ่งครอบคลุมถึงการแพร่ภาพในโรงภาพยนตร์และโทรทัศน์ รวมถึงการผลิตเป็นแผ่นภาพยนตร์ เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจสื่อโฆษณาและบันเทิงของกลุ่มบริษัท และพิจารณาถึงการขยายช่องทางจำหน่ายไปยังรูปแบบอื่น เช่น อินเทอร์เน็ต เป็นต้น
- 3) พัฒนาราคาสินค้า DNA ของกลุ่มบริษัทให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับ ซึ่งจะส่งผลต่อการขยายตัวทางธุรกิจ และความภักดีในตราสินค้าของลูกค้า
- 4) บริหารจัดการจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาโอกาสทางธุรกิจที่ต่อเนื่องอื่นๆ
- 5) เพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยมีการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรของกลุ่มบริษัทอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจในอนาคต
- 6) แสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจด้านสื่อโฆษณาและบันเทิงที่มีศักยภาพ เพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายตัวของกลุ่มบริษัท และกระจายความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ
- 7) เพิ่มช่องทางการหารายได้อื่นนอกเหนือจากธุรกิจหลักเดิมของบริษัท เพื่อเพิ่มศักยภาพการหารายได้ให้เติบโตแข็งแกร่ง และยั่งยืนในอนาคต

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

บริษัท ดีเอ็นเอ 2002 จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) จัดทะเบียนจัดตั้งเป็นนิติบุคคลขึ้นเมื่อ 4 เมษายน 2546 ภายใต้ชื่อ บริษัท มีเดีย เน็ตเวิร์ก รีเทล จำกัด โดยคุณสมารถ ชั่วศิริพัฒนา โดยใช้เครื่องหมายการค้าและบริการ “Media Network Home Entertainment” เพื่อประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ (Home Entertainment) ประเภท

ภาพยนตร์และเพลง รวมทั้งสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น เทป("Tape") ซีดี("CD") วีซีดี("VCD") ดีวีดี("DVD") รวมทั้ง หนังสือ นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ พ็อกเก็ตบุ๊ก และต่อมาในเดือนพฤษภาคม 2553 บริษัทได้เปลี่ยนแปลงเครื่องหมายการค้า เป็น "DNA ENJOY EVERYDAY" และจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงชื่อบริษัทเป็น "บริษัท ดีเอ็นเอ 2002 จำกัด" ในปีเดียวกัน

ตั้งแต่ปี 2546 ถึงปัจจุบัน บริษัทมีการจัดจำหน่ายสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์อย่างต่อเนื่อง โดยสามารถเข้าถึงลูกค้า กลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ทั้งสาขาของบริษัทเอง และผ่านร้านร่วมบริการ เช่น ในโลตัส เอ็กซ์เพรส (Lotus Express) และ ในบิ๊กซี มินิ (Big C Mini) ส่งผลให้รายได้และผลการดำเนินงานของบริษัทเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในปี 2553 บริษัทได้ เริ่มขยายขอบเขตการประกอบธุรกิจไปยังธุรกิจสื่อโฆษณาและบันเทิงเพื่อกระจายความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจของบริษัท และเล็งเห็นว่าธุรกิจสื่อโฆษณาและบันเทิงเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีศักยภาพในการเติบโตและสามารถเสริมกับธุรกิจหลักของ บริษัทได้

ในปี 2554 บริษัทได้ปรับโครงสร้างการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทโดยจัดตั้งบริษัทย่อยคือ บริษัท ดีเอ็นเอ เรฟ ไวลูชั่น จำกัด เพื่อบริหารจัดการธุรกิจสื่อโฆษณาและบันเทิงบริษัท และได้เริ่มธุรกิจสื่อโฆษณาและบันเทิงโดยการเข้า ลงทุนในบริษัท สมอลล์รูม จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจการผลิตและสร้างสรรค์ผลงานดนตรีทั้งในรูปแบบงานเพลงประกอบ โฆษณา ภาพยนตร์ ละคร และอัลบั้มของศิลปินดนตรีแนวอินดี้ต่างๆ นอกจากนี้กลุ่มบริษัทยังได้เริ่มธุรกิจบริหารจัดการ ช่องสัญญาณวิทยุ โดยทำสัญญากับบริษัท เอ.ซี.เรคคอร์ด จำกัด ในการร่วมผลิตและบริหารจัดการช่วงเวลาโฆษณา ในช่วงช่วงต้นชั่วโมงทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยของกรมประชาสัมพันธ์

จากนั้นในปี 2555 กลุ่มบริษัทได้ยื่นขออนุญาตเสนอขายหุ้นสามัญให้แก่ประชาชน (IPO) โดยออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวน 80 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท โดยมีวัตถุประสงค์การเพิ่มทุนเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการ ดำเนินธุรกิจ ทำให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วทั้งสิ้น 160 ล้านบาท และได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2555

ในปี 2556 กลุ่มบริษัทได้ขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจไปยังธุรกิจอื่นๆ โดยได้จัดตั้งบริษัทย่อยและบริษัทร่วมได้แก่ ได้แก่ บริษัท ดีเอ็นเอ เฟรชแอนด์ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจโฆษณา เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตสื่อบันเทิงทางโทรทัศน์ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังได้ลงทุนในบริษัท บัน จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่มโดยเป็นผู้บริหารจัดการร้านเบเกอรี่ "มิลเตอรี่ปัน" ซึ่งมีสาขาทั่วประเทศ

ต่อมาในปี 2557 กลุ่มบริษัทได้ขยายการลงทุนในบริษัท ไพรม์ไทม์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด เพื่อดำเนิน ธุรกิจให้บริการด้านเนื้อหาสื่อบันเทิงในระบบดิจิทัลมีเดีย และบริษัท ไพรม์ไทม์ ไชลูชั่น จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจออกแบบ ผลิต จำหน่าย และเป็นที่พักพิง ในการจัดทำผลิตสื่อมัลติมีเดียเทคโนโลยีมัลติมีเดีย และแอนิเมชัน โดยเฉพาะการ ให้บริการด้าน Platform เพื่อรับชมเนื้อหาสื่อบันเทิง ในชื่อ Primetime

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทที่ผ่านมา

ปี 2554

- ลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท สมอลล์รูม จำกัด โดยการซื้อหุ้นสามัญจากผู้ถือหุ้นเดิมคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49.89 ของทุนเรียกชำระแล้ว
- จดทะเบียนแปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัด
- จัดตั้งบริษัทย่อย บริษัท ดีเอ็นเอ เรฟไวลูชั่น จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจด้านสื่อโฆษณาและบันเทิง

- ทำสัญญากับบริษัท เอ.ซี.เรคคอร์ด จำกัด ในการร่วมผลิตและบริหารจัดการช่วงเวลาโฆษณาในช่วงข่าวต้นชั่วโมงทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยของกรมประชาสัมพันธ์

ปี 2555

- เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทเป็น 160 ล้านบาท โดยเป็นการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 80 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการขยายธุรกิจของบริษัท และการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 80 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เพื่อรองรับการเสนอขายให้แก่ประชาชนทั่วไป
- เปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญของบริษัทจาก 0.50 บาท เป็น 0.25 บาท ทำให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนจำนวน 160 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 640 ล้านหุ้น
- เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2555

ปี 2556

- ที่ประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปีมีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลเป็นหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 80 ล้านหุ้น ส่งผลให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วเพิ่มเป็น 180 ล้านบาท และมีจำนวนหุ้นสามัญจดทะเบียน 720 ล้านหุ้น
- จำหน่ายเงินลงทุนในบริษัท สมอลล์รูม จำกัด จำนวน 22,400 หุ้น รวมเป็นจำนวนเงิน 12 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 24.89 ของทุนชำระแล้ว ส่งผลให้บริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นใน บริษัท สมอลล์รูม จำกัด คงเหลือร้อยละ 25.00
- เพิ่มเงินลงทุนในบริษัท ดีเอ็นเอ เรฟโวลูชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยโดยการออกหุ้นสามัญ 5 ล้านหุ้น ทำให้มีทุนชำระแล้วเป็น 70 ล้านบาท
- จัดตั้งบริษัท ดีเอ็นเอ เฟรชแอร์ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจโฆษณา โดยมีทุนชำระแล้ว 60 ล้านบาท โดยบริษัทย่อยคือ บริษัท ดีเอ็นเอ เรฟโวลูชั่น จำกัดเป็นผู้ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 49.99 และจัดตั้งบริษัท อันลิมิเต็ด คอนเทนท์ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตสื่อบันเทิงทางโทรทัศน์และจัดการลิขสิทธิ์ โดยบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 49.99 ปัจจุบันมีทุนชำระแล้วทั้งสิ้น 20 ล้านบาท
- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2556 เมื่อวันที่ 19 กันยายน 2556 ได้มีมติอนุมัติให้เพิ่มทุนจดทะเบียน 73.33 ล้านหุ้น โดยเป็นทุนจดทะเบียน 18.33 ล้านบาท เพื่อชำระค่าหุ้นสำหรับการลงทุนในบริษัท บัน จำกัด จำนวน 33.33 ล้านหุ้น และเพื่อจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนแบบมอบอำนาจทั่วไปจำนวน 40 ล้านหุ้น ส่งผลให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนเพิ่มขึ้นเป็น 198.33 ล้านบาท
- ลงทุนในบริษัท บัน จำกัดโดยเข้าซื้อหุ้นสามัญจากผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 4.2 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของจำนวนหุ้นที่ชำระ ในราคาหุ้นละ 23.80 บาท คิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนทั้งสิ้น 99.99 ล้านบาท โดยชำระราคาเป็นเงินสดจำนวน 10 ล้านบาท และชำระเป็นหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทจำนวน 33.33 ล้านหุ้น ในราคาหุ้นละ 2.70 บาท ส่งผลให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วทั้งสิ้น 188.33 ล้านบาท และมีจำนวนหุ้นสามัญ 753.33 ล้านหุ้น
- บริษัท ดีเอ็นเอ เรฟโวลูชั่น จำกัด ลงทุนในบริษัท โซว บู้คกิ้ง จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจตัวแทนจำหน่ายบัตรเข้าชมงานแสดงต่างๆ โดยเข้าถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 19 ของทุนจดทะเบียน

ปี 2557 บริษัทฯ มีพัฒนาการที่สำคัญโดยมีลำดับ ดังนี้

กุมภาพันธ์ 2557

- จำหน่ายเงินลงทุนทั้งหมดในบริษัท อันลิมิเต็ด คอนเทนท์ จำกัด จำนวน 999,999 หุ้น รวมเป็นจำนวนเงิน 9 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 49.99 ของทุนชำระแล้ว ส่งผลให้บริษัท อันลิมิเต็ด คอนเทนท์ จำกัด สิ้นสภาพการเป็นบริษัท ย่อย

เมษายน 2557

- ที่ประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2557 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 23 เมษายน 2557 ได้มีมติอนุมัติการลดทุนจดทะเบียนของบริษัท จำนวน 10,000,000 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 198,333,296 บาท เป็นทุนจดทะเบียนใหม่จำนวน 188,333,296 บาท โดยการตัดหุ้นสามัญจดทะเบียนที่ยังไม่ได้ออกจำหน่าย (บริษัทฯ ได้ยื่นจดทะเบียนลดทุนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2557)

สิงหาคม 2557

- บริษัท บัน จำกัด เพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 42,000,000 บาท เป็น 80,000,000 บาท
- จำหน่ายเงินลงทุนในบริษัท บัน จำกัด จำนวน 2,439,717 หุ้น รวมเป็นจำนวนเงิน 43,000,011 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.50 ของทุนชำระแล้ว ส่งผลให้บริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นใน บริษัท บัน จำกัด คงเหลือร้อยละ 69.50

ตุลาคม 2557

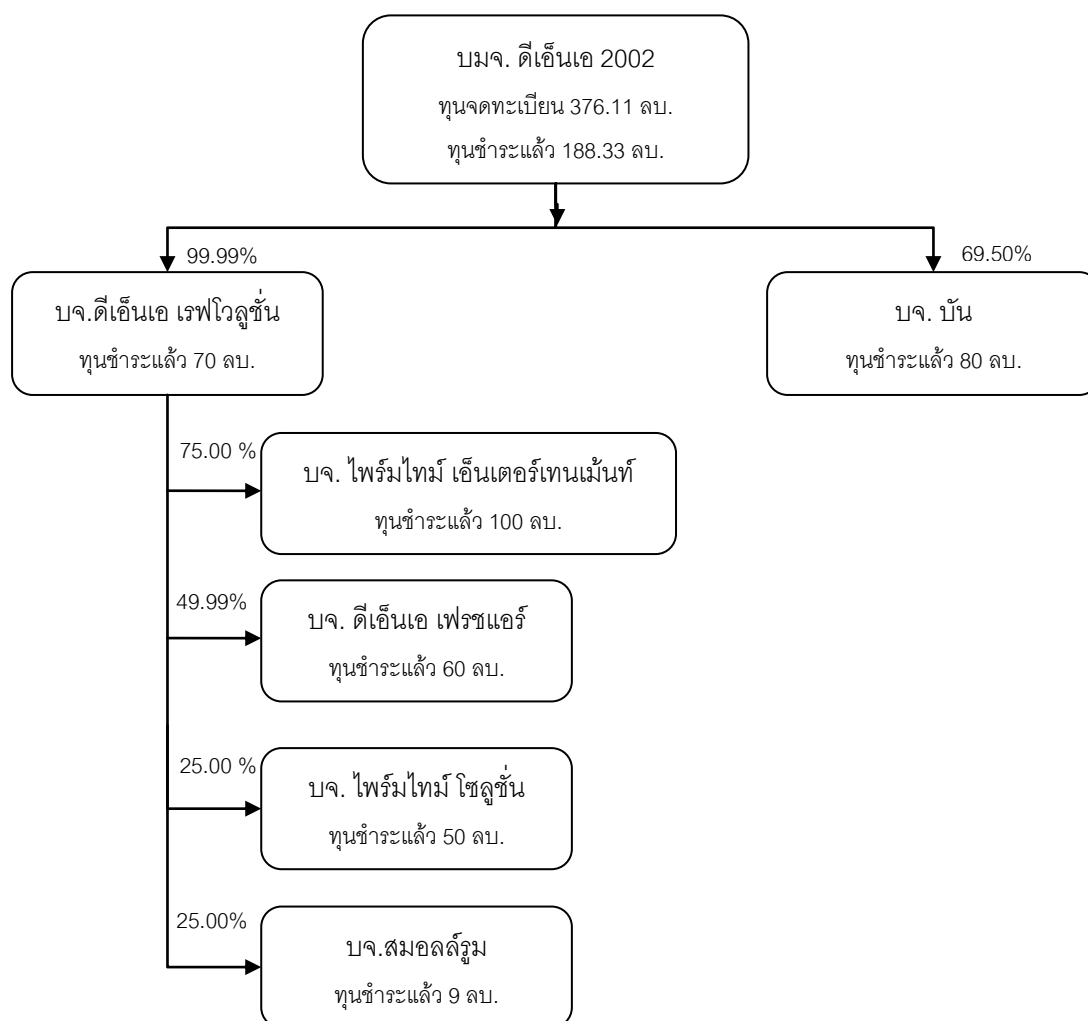
- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2557 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2557 ได้มีมติอนุมัติการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ จำนวนไม่เกิน 500 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท ให้แก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement) (ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/2557 เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2557 มีมติจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนในวงจำกัด (Private Placement) จำนวน 500,000,000 หุ้น ให้แก่นักลงทุน 3 ราย ได้แก่ นางวิไล กล่อมจิตเจริญ, นายณัฐกร บัณฑิตมหากุล และ Diamond Jubilant Corporation) และอนุมัติการออกและจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 1 (“ใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งที่ 1”) เพื่อจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทและได้รับการจัดสรร จำนวนไม่เกิน 251,111,061 หน่วย เพื่อเป็นสิ่งตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม บริษัทจะจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิ ครั้งที่ 1 ในอัตราส่วน 3 หุ้นสามัญเดิมต่อใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วย รวมจำนวนไม่เกิน 251,111,061 หน่วย โดยมีราคาเสนอขายหน่วยละ 0.00 บาท (ศูนย์บาท)
- และอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท อีกจำนวน 187,777,765.25 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 188,333,296.00 บาท เป็นจำนวน 376,111,061.25 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 751,111,061.00 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท เพื่อรองรับหุ้นสามัญเพิ่มทุนซึ่งออกให้แก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement) และการใช้สิทธิแปลงสภาพของใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งที่ 1 (บริษัทฯ ได้ยื่นจดทะเบียนเพิ่มทุนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2557)

- ลงทุนในบริษัท ไพรม์ไทม์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด โดยเข้าซื้อหุ้นสามัญจากผู้ถือหุ้นเดิม จำนวน 750,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ในสัดส่วนร้อยละ 75 ของจำนวนหุ้นที่ชำระ ในราคาหุ้นละ 100 บาท คิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนทั้งสิ้น 75,000,000 บาท
- ลงทุนในบริษัท ไพรม์ไทม์ โซลูชั่น จำกัด โดยเข้าซื้อหุ้นสามัญจากผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 125,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ในสัดส่วนร้อยละ 25 ของจำนวนหุ้นที่ชำระ ในราคาหุ้นละ 400 บาท คิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนทั้งสิ้น 50,000,000 บาท

พฤศจิกายน 2557

- ดำเนินการปรับโครงสร้างของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม โดยบริษัทฯ จำหน่ายหน่วยลงทุนทั้งหมดบริษัท ไพรม์ไทม์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด และบริษัท ไพรม์ไทม์ โซลูชั่น จำกัด ให้แก่บริษัท ดีเอ็นเอ เรฟไวลูชั่น จำกัด

- โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557



กลุ่มบริษัทประกอบด้วย บริษัท บริษัทย่อย และกิจการร่วมค้าของบริษัทย่อย ซึ่งมีการแบ่งแยกประเภทการดำเนินงานธุรกิจดังนี้

1) บริษัท ดีเอ็นเอ 2002 จำกัด (มหาชน) “บริษัท”

บริษัทประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายสินค้าประเภทสื่อ โฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ ประเภทภาพยนตร์และเพลง รวมทั้งสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น เทป ซีดี วีซีดี ดีวีดี รวมทั้ง หนังสือ นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ พ็อกเก็ตบุ๊ก ผ่านช่องทางการค้าปลีก 1,877 จุดทั่วประเทศ โดยแบ่งเป็นร้านค้าปลีกของกลุ่มบริษัท 126 สาขา และพื้นที่กลุ่ม Sale Floor 186 สาขา ในห้างบิ๊กซี และห้างโลตัส และร้านค้าร่วมบริการกับ โลตัส เอ็กซ์เพรส บิ๊กซี เอ็กซ์ตรา และบิ๊กซี มินิ รวมกัน 1,565 แห่ง

2) บริษัท ดีเอ็นเอ เรฟโวลูชั่น จำกัด (“DNA Revolution”)

เป็นบริษัทย่อยโดยบริษัทเป็นผู้ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้ว 70 ล้านบาท ประกอบธุรกิจบริหารจัดการช่องสัญญาณของสื่อต่างๆ และรับรู้รายได้ในลักษณะค่าโฆษณา โดยได้เข้าทำสัญญาในการบริหารจัดการโฆษณาในช่วงข่าวต้นชั่วโมงทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ของกรมประชาสัมพันธ์จากบริษัท เอ.ซี.เรคคอร์ด จำกัด และบริหารเงินลงทุนในบริษัท สมอลล์รูม จำกัด,

บริษัท ดีเอ็นเอ เฟรชแอร์ จำกัด, บริษัท ไพรม์ไทม์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด และบริษัท ไพรม์ไทม์ โซลูชั่น จำกัด

3) บริษัท บัน จำกัด (“Mr. Bun”)

เป็นบริษัทย่อยโดยบริษัทเป็นผู้ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 69.50 ของทุนชำระแล้ว 80 ล้านบาท ประกอบธุรกิจร้านเบเกอรี่ “มิสเตอร์บัน” (Mr. Bun) ซึ่งมุ่งเน้นการผลิตเบเกอรี่ที่อบสดใหม่เพื่อจำหน่ายภายในร้าน โดยมีจุดเด่นอยู่ที่ แม็กชีกันบัน และ ครัฟของสตีก ปัจจุบันมีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 58 สาขาทั่วประเทศ

4) บริษัท ไพรม์ไทม์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (Primetime Entertainment)

เป็นบริษัทย่อยโดยบริษัทเป็นผู้ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 75 ของทุนชำระแล้ว 100 ล้านบาท Primetime Entertainment ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านเนื้อหาสื่อบันเทิงในระบบดิจิทัลมีเดีย

5) บริษัท ดีเอ็นเอ เฟรชแอร์ จำกัด (“DNA Freshair”)

เป็นกิจการร่วมค้าของกลุ่มบริษัทโดยบริษัทเป็นผู้ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 49.99 ของทุนชำระแล้ว 70 ล้านบาท ทั้งนี้ บริษัทได้มีอำนาจในการบริหารจัดการ ประกอบธุรกิจด้านสื่อโฆษณา ปัจจุบันยังมิได้เริ่มดำเนินธุรกิจ

6) บริษัท สมอลล์รูม จำกัด (“Smallroom”):

เป็นบริษัทร่วมของกลุ่มบริษัทโดย DNA Revolution เป็นผู้ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 25.00 ของทุนชำระแล้ว 9,000,000 บาท

Smallroom ประกอบธุรกิจบันเทิงอันเกี่ยวเนื่องกับเพลง โดยการผลิตและสร้างสรรค์งานเพลงทั้งในรูปแบบงานเพลงประกอบโฆษณา ภาพยนตร์ ละคร รวมทั้งอัลบั้มเพลงซึ่งเน้นแนวอินดี้ และการจัดหานักแสดงเพื่อร่วมกิจกรรมเพื่อความบันเทิงต่างๆ

7) บริษัท ไพรม์ไทม์ โซลูชั่น จำกัด (Primetime Solution)

เป็นบริษัทร่วมของกลุ่มบริษัทโดย DNA Revolution เป็นผู้ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 25.00 ของทุนชำระแล้ว 50,000,000 บาท

Primetime Solution ประกอบธุรกิจธุรกิจออกแบบ ผลิต จำหน่าย และเป็นที่ปรึกษาในการจัดทำผลิตภัณฑ์มีเดียเทคโนโลยีมีเดีย และแอนิเมชัน โดยเฉพาะการให้บริการด้าน Platform เพื่อรับชมเนื้อหาสื่อบันเทิง

2. การประกอบธุรกิจในแต่ละสายผลิตภัณฑ์

การประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลักได้แก่

- 1) ธุรกิจจำหน่ายสินค้าประเภทสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ (Home Entertainment) ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท
- 2) ธุรกิจสื่อโฆษณาและบันเทิง ซึ่งดำเนินการและบริหารจัดการโดยบริษัทย่อยคือ DNA Revolution และกิจการร่วมค้าของกลุ่มบริษัทได้แก่ Smallroom, Primetime Entertainment และ Primetime Solution
- 3) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) ดำเนินการโดยบริษัทย่อยคือ Mr. Bun ซึ่งบริหารจัดการร้านเบเกอรี่มิสเตอร์บัน

ทั้งนี้ ธุรกิจจำหน่ายสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ ถือเป็นรายได้หลักของกลุ่มบริษัท โดยมีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 80 ของรายได้รวมตลอดช่วงระหว่าง 3 ปีที่ผ่านมา ตามรายละเอียดดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

รายได้จากการดำเนินธุรกิจ	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
1. รายได้จากการขาย	1,407.59	97.82	1,618.42	95.98	1,461.31	95.61
- ธุรกิจจำหน่ายสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์	1,407.59	97.82	1,571.67	93.21	1,260.96	82.50
- ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม	-	-	46.75	2.77	200.35	13.11
2. รายได้จากการบริการ	31.30	2.18	67.73	4.02	34.41	2.25
- ธุรกิจสื่อโฆษณาและบันเทิง ^{1/}	31.30	2.18	67.73	4.02	34.41	2.25
รายได้จากการขายและบริการ	1,438.89	100.00	1,686.14	100.00	1,495.72	100.00

หมายเหตุ : ^{1/}รายได้จากธุรกิจสื่อโฆษณาและบันเทิงในปี 2554 เกิดจากการประกอบธุรกิจบริหารจัดการช่องสัญญาณโทรทัศน์ดาวเทียม สำหรับปี 2555 เป็นต้นมา รายได้ดังกล่าวเกิดขึ้นจากการธุรกิจบริหารจัดการช่องสัญญาณวิทยุสำหรับรายการข่าวต้นชั่วโมง สำหรับรายการวิทยุของกรมประชาสัมพันธ์

รายละเอียดการประกอบธุรกิจในแต่ละประเภทธุรกิจ สามารถแสดงได้ ดังนี้

2.1 ธุรกิจจัดหาและจัดจำหน่ายสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์

2.1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

กลุ่มบริษัททำการจำหน่ายสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ เพื่อความบันเทิงในครอบครัว โดยจำแนกประเภทสินค้าได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 สินค้าประเภทภาพยนตร์และเพลง เช่น ภาพยนตร์ การ์ตูน คอนเสิร์ต เพลง เป็นต้น

โดยกลุ่มบริษัทจะทำการจัดหา และจำหน่ายสินค้าดังกล่าว ในทุกรูปแบบของเทคโนโลยีทั้งบลูเรย์ (Blu-Ray) ดีวีดี (DVD) วีซีดี (VCD) และ ซีดี (CD) เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการรับชมและรับฟังในแต่ละครอบครัวซึ่งแตกต่างกัน

กลุ่มที่ 2 สินค้าประเภทสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสารรายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน และพ็อกเก็ตบุ๊ก

ทั้งนี้ สินค้าประเภทภาพยนตร์และเพลงถือเป็นสินค้าหลักของกลุ่มบริษัท โดยมีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 91 ของรายได้จากธุรกิจจัดหาและจัดจำหน่ายสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ หรือประมาณร้อยละ 76 ของรายได้จากการขายและบริการของกลุ่มบริษัทตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ตามรายละเอียดดังนี้

รายได้จากธุรกิจจัดจำหน่าย สื่อโสมเอนเตอร์เทนเมนต์	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
ภาพยนตร์/เพลง	1,245.00	88.45	1,416.22	90.11	1,142.26	91.10
สิ่งพิมพ์	162.59	11.55	155.44	9.89	118.70	8.9
รวม	1,407.59	100.00	1,571.67	100.00	1,260.96	100.00

2.1.2 การจัดหาผลิตภัณฑ์

การจัดหาสินค้าของกลุ่มบริษัท สามารถแบ่งตามประเภทสินค้าได้ดังนี้

• สินค้าประเภทภาพยนตร์และเพลง

การจัดหาสินค้าประเภทภาพยนตร์และเพลง สามารถจำแนกรูปแบบได้เป็น 2 ลักษณะตามประเภทสินค้า คือ 1) สินค้าภายใต้ลิขสิทธิ์ของผู้อื่น และ 2) สินค้าภายใต้ลิขสิทธิ์ของกลุ่มบริษัท

1) สินค้าภายใต้ลิขสิทธิ์ของผู้อื่น

สินค้าภายใต้ลิขสิทธิ์ของผู้อื่นที่กลุ่มบริษัททำการจัดหาเพื่อจำหน่ายนั้น จะเป็นสินค้าทั้งประเภทภาพยนตร์และเพลง โดยกลุ่มบริษัทจะทำการจัดหา โดยทำการสั่งซื้อแผ่นภาพยนตร์และเพลง ที่ทำการผลิตสำเร็จในรูปแบบแผ่นทั้ง บลูเรย์ ดีวีดี วีซีดี หรือ ซีดี จากเจ้าของหรือผู้ครอบครองลิขสิทธิ์ในภาพยนตร์และเพลงโดยตรง เช่น จากบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ จากบริษัทผู้ผลิตเพลง หรือ จากผู้ได้รับสิทธิในการจำหน่ายภาพยนตร์และเพลงนั้นๆ เป็นต้น

นโยบายการสั่งซื้อสินค้า

ในการประมาณปริมาณการสั่งซื้อ และประเภทของแผ่นภาพยนตร์และเพลงที่จะสั่งซื้อนั้น กลุ่มบริษัทจะประมาณจากยอดขายภาพยนตร์และเพลงที่มีลักษณะและศักยภาพใกล้เคียงกันในอดีต รวมทั้งกระแสตอบรับของผู้บริโภค ในกรณีที่เป็นการจำหน่ายที่ผ่านการฉายในโรงภาพยนตร์มาก่อน โดยจะทำการวิเคราะห์ควบคู่ไปกับพฤติกรรมการณ์ซื้อในอดีตของลูกค้าของกลุ่มบริษัทตามจุดจำหน่ายต่างๆ ซึ่งจะทำให้บริษัทสามารถกำหนดจำนวนการสั่งซื้อ และประเภทของแผ่นภาพยนตร์และเพลงได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น

ทั้งนี้เงื่อนไขทางการค้าส่วนใหญ่นั้นจะสามารถคืนสินค้าที่จำหน่ายไม่หมดทั้งจำนวนหรือบางส่วนได้ตามระยะเวลาที่กำหนดขึ้นกับประเภทของสินค้าซึ่งทำให้ความเสี่ยงของกลุ่มบริษัทในเรื่องการบริหารจัดการสินค้าคงคลังลดลง ทั้งนี้สำหรับสินค้าที่วางจำหน่ายใหม่ (New Release) โดยทั่วไปมีเงื่อนไขกับรับคืนสินค้าในระยะเวลาเฉลี่ยประมาณ 180 วัน นอกจากนี้ผู้ขายอาจมีการให้ส่วนลดทางการค้าโดยขึ้นกับจำนวนสั่งซื้อและเงื่อนไขการรับคืนสินค้า

2) สินค้าภายใต้ลิขสิทธิ์ของกลุ่มบริษัท

การจัดหาลิขสิทธิ์

กลุ่มบริษัทมีนโยบายในการจัดหาลิขสิทธิ์ของภาพยนตร์และเพลงจากผู้ผลิตโดยตรงหรือบุคคลอื่นที่เป็นผู้ครอบครองลิขสิทธิ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อทำการผลิตแผ่นภาพยนตร์และเพลงและจัดจำหน่าย โดยเลือกภาพยนตร์ที่เห็นว่ามีศักยภาพที่จะก่อให้เกิดรายได้และผลกำไรต่อบริษัท หรือสามารถสร้างความหลากหลายให้แก่ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ ทั้งนี้ เงื่อนไขในการถือครองลิขสิทธิ์ในแต่ละคู่สัญญาจะมีความ

แตกต่างกัน ทั้งในเรื่องระยะเวลาและขอบเขตของสิทธิที่จะดำเนินการได้ เช่น การจัดทำเป็นแผ่นภาพยนตร์ การฉายในโรงภาพยนตร์ หรือการแพร่ภาพทางโทรทัศน์ เป็นต้น โดยอายุของลิขสิทธิ์ที่กลุ่มครอบครองอยู่ส่วนใหญ่มีอายุประมาณ 3 - 5 ปี การผลิตสินค้า

กลุ่มบริษัทมีนโยบาย ว่าจ้างผู้ผลิตแผ่นภาพยนตร์ในประเทศ ทำการผลิตแผ่นภาพยนตร์ ทั้งในรูปแบบบลูเรย์ ดีวีดี และวีซีดี ให้แก่กลุ่มบริษัท เพื่อลดความเสี่ยงในการลงทุนในเรื่องเทคโนโลยีของอุปกรณ์และการว่าจ้างบุคลากร โดยกลุ่มบริษัทจะพิจารณาผู้ผลิตที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อควบคุมคุณภาพสินค้า และป้องกันการลักลอบละเมิดลิขสิทธิ์ของกลุ่มบริษัท

นโยบายการผลิตสินค้าลิขสิทธิ์ของบริษัท

กลุ่มบริษัทมีขั้นตอนการกำหนดปริมาณผลิตแผ่นภาพยนตร์ที่เป็นลิขสิทธิ์ของกลุ่มบริษัท โดยจะทำการประมาณยอดขายภาพยนตร์ที่มีลักษณะและศักยภาพใกล้เคียงในอดีต เพื่อกำหนดปริมาณผลิต ทั้งในรูปแบบ บลูเรย์ ดีวีดี และวีซีดี ให้สอดคล้องกับพื้นที่ที่จะนำไปจัดจำหน่าย โดยกลุ่มบริษัทมีนโยบายผลิตในจำนวนที่สอดคล้องกับการกระจายสินค้าเท่านั้น และหากสินค้าได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค กลุ่มบริษัทจึงทำการผลิตสินค้าเพิ่ม เนื่องจากปัจจุบันการผลิตแผ่นสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว

การบริหารสินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือประเภทภาพยนตร์และเพลงส่วนใหญ่ของบริษัท จะกระจายอยู่ตามจุดจำหน่ายต่างๆ ทั่วประเทศ ดังนั้นเพื่อการบริหารจัดการสินค้าที่มีประสิทธิภาพ บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการข้อมูล โดยแต่ละจุดจำหน่ายจะสามารถส่งข้อมูลการขายสินค้าที่ร้านค้ามาที่ศูนย์ข้อมูลของสำนักงานใหญ่ตามเวลาจริง (Real Time) เพื่อให้บริษัททราบความเคลื่อนไหวของสินค้าอยู่ตลอดเวลา และสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการขายและกระตุ้นยอดขายได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ การมีระบบการบริหารจัดการด้านสินค้าคงคลังที่ดี ยังเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารจัดการด้านการควบคุมตรวจสอบ ทำให้หน่วยงานตรวจสอบของบริษัทสามารถเข้าสู่ตรวจสอบสินค้าคงเหลือที่สาขาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉลี่ยทุกสาขาจะได้รับการตรวจนับสินค้าคงเหลือขั้นต่ำประมาณปีละ 3 - 4 ครั้ง

• สินค้าประเภทสิ่งพิมพ์

การจัดหาสินค้าประเภทสิ่งพิมพ์ สามารถแบ่งการดำเนินการได้เป็น 2 ช่องทางหลัก ได้แก่ 1) จัดซื้อโดยผ่านผู้จัดจำหน่ายหรือเอเยนต์ และ 2) จัดซื้อโดยตรงจากเจ้าของสำนักงานพิมพ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) จัดซื้อโดยผ่านผู้จัดจำหน่ายหรือเอเยนต์

ในธุรกิจสิ่งพิมพ์ ระบบการกระจายสิ่งพิมพ์ ประเภทรายเดือน รายปักษ์ รายสัปดาห์ รายวัน จะดำเนินการผ่านเอเยนต์ในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะมีการแบ่งเขตการจำหน่ายกันอย่างชัดเจน โดยเอเยนต์จะทำหน้าที่ติดต่อกับสำนักพิมพ์และทำการกระจายสินค้าให้แก่ร้านค้าในพื้นที่ของตนเอง รวมทั้งทำการจัดเก็บสินค้าส่งคืนเมื่อครบกำหนดระยะเวลาจำหน่ายของหนังสือประเภทนั้นๆ แล้ว

2) จัดซื้อโดยตรงจากเจ้าของสำนักงานพิมพ์

กลุ่มบริษัทจะทำการสั่งซื้อสิ่งพิมพ์ประเภทพ็อกเก็ตบุ๊กโดยตรงจากสำนักพิมพ์ เช่น สำนักพิมพ์สยามสปอร์ต สำนักพิมพ์ซีเอ็ด สำนักพิมพ์อมรินทร์ สำนักพิมพ์แจ่มใส และสำนักพิมพ์วิบูลย์กิจ เป็นต้น

2.1.3 กระบวนการบริหารจัดการภายในบริษัท



• การบริหารจัดการด้วยระบบสารสนเทศ

บริษัทให้ความสำคัญในการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์มาใช้ในการบริหารจัดการภายในองค์กร โดยนำเอาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งระบบ Enterprise Resource Planning, Warehouse Management System, Point of Sale Management System, Customer Relationship Management และ Human Resource System มาใช้ในการบริหารจัดการส่วนงานต่างๆ นับตั้งแต่การจัดซื้อ การบริหารสินค้าคงคลัง การกระจายสินค้า ไปจนถึงการบริหารร้านค้า ลูกค้า บุคลากร และบันทึกข้อมูลทางบัญชี โดยเชื่อมโยงฐานข้อมูลทุกระบบเข้าด้วยกันในแบบ Real-Time เพื่อให้สามารถสอบย้อนและตรวจสอบกันได้ และสามารถนำข้อมูลต่างๆ มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อกำหนดแผนการดำเนินงานธุรกิจให้มีความเหมาะสมและทัน่วงที

บริษัทควบคุมและจัดการสินค้าในคลังสินค้าด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ในการบันทึกข้อมูลและจัดการสินค้าที่จัดเก็บในคลังสินค้า ได้แก่ การรับสินค้า การจ่ายสินค้า การจัดสินค้าเพื่อส่งให้สาขา และบันทึกรายการการเคลื่อนไหวของสินค้า

ภายหลังจากการคัดเลือกสินค้าดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นในส่วนของการจัดหาผลิตภัณฑ์นั้น บริษัทจะดำเนินการสั่งซื้อสินค้า รับสินค้าเข้าคลังสินค้า กระจายสินค้าไปยังจุดจำหน่ายต่างๆ เพื่อบริการให้แก่ลูกค้า ผ่านระบบการบริหารจัดการหน้าร้าน และทำการรับคืนสินค้ากลับเข้าสู่คลังสินค้าเมื่อครบกำหนดอายุการขาย

การตรวจสอบการปฏิบัติงานสาขา

บริษัทให้ความสำคัญในการตรวจสอบความมีตัวตนของสินค้าคงเหลือ ณ จุดจำหน่ายต่างๆ เพื่อป้องกันความเสี่ยงอันอาจเกิดขึ้นได้จากการสูญหายของสินค้าคงคลัง ซึ่งเป็นสินทรัพย์หลักในการประกอบธุรกิจของบริษัท โดยบริษัทได้มีการจัดตั้งแผนกตรวจสอบปฏิบัติงานสาขา ทำหน้าที่ตรวจสอบการทำงานของพนักงานที่ประจำอยู่ในสาขาต่างๆ ซึ่งมีหน้าที่หลัก 3 ด้าน คือ

1. การเข้าตรวจสอบสาขา : โดยเข้าตรวจนับทั้งสินค้าคงเหลือ การรับ-คืนสินค้าจากสาขา และเงินสดย่อยของแต่ละสาขา ฝ่ายตรวจสอบปฏิบัติการกำหนดการเข้าตรวจประจำเดือนและแจ้งให้สาขาทราบเพื่อจัดระเบียบสินค้าภายในร้าน และทำการตรวจสอบจำนวนสินค้าคงเหลือที่มีอยู่จริงในสาขาเทียบกับข้อมูลในระบบสินค้าคงคลัง

2. รายงานข้อมูลสินค้าสูญหาย : โดยส่งข้อมูลสินค้าสูญหายให้กับฝ่ายบัญชีเพื่อปรับยอดสินค้าคงเหลือให้ถูกต้อง รวมทั้งสรุปรายงานข้อมูลสินค้าสูญหายให้กับผู้บริหารและฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ เพื่อประเมินผลการทำงานของพนักงานในสาขา
3. ตรวจสอบการทุจริตของพนักงาน : โดยตรวจสอบรายงานการตรวจนับสินค้า พร้อมกับแจ้งผู้บริหารและฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ในกรณีที่พบความผิดปกติ

ทั้งนี้ กรณีที่แผนกตรวจปฏิบัติการสาขา ทำการตรวจนับสินค้าคงคลังที่มีอยู่ ณ สาขา และเปรียบเทียบกับระบบฐานข้อมูลแล้ว พบว่ามีการสูญหายเกินอัตราที่บริษัทกำหนด พนักงานขายที่สาขาจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และหากสาขาใดมียอดสินค้าสูญหายต่ำกว่าเกณฑ์จะได้รับผลตอบแทนจากการทำงานเพิ่มขึ้น การกำหนดหลักเกณฑ์ดังกล่าว ส่วนหนึ่งเพื่อกระตุ้นให้พนักงานขายที่สาขาให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานตามขั้นตอนที่ถูกต้อง ซึ่งจะช่วยลดความผิดพลาดในเรื่องสินค้าคงคลังได้

2.1.4 การตลาดและสถานะการแข่งขัน

• ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มบริษัทมีการแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริโภค (End User) ได้แก่ ลูกค้าที่เป็นบุคคลทั่วไป และ กลุ่มลูกค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย (Wholesalers) อันได้แก่ ลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการและซื้อสินค้าของบริษัทไปทำการจำหน่ายต่อ เช่น 7-11 แมงป่อง บีทูเอส เป็นต้น โดยรายได้และสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มสามารถแสดงได้ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

รายได้จากธุรกิจจัดจำหน่ายสื่อ โฮมเอนเตอร์เทนเมนต์	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
กลุ่มผู้บริโภค	1,390.23	98.77	1,484.93	94.48	1,151.41	91.31
กลุ่มผู้จัดจำหน่าย	17.36	1.23	86.73	5.52	109.55	8.69
รวม	1,407.59	100.00	1,571.67	100.00	1,260.96	100

ลูกค้ากลุ่มผู้บริโภค ถือเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักของกลุ่มบริษัท โดยจะเป็นลูกค้าบุคคลทั่วไปที่นิยมชมภาพยนตร์หรือฟังเพลงที่บ้านมากกว่าการเข้าชมในโรงภาพยนตร์ หรือลูกค้าที่นิยมซื้อแผ่นภาพยนตร์หรือเพลงเพื่อเก็บสะสม โดยลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของกลุ่มบริษัทจะเป็นลูกค้าวัยทำงานขึ้นไป เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อและมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ ประกอบกับลักษณะพฤติกรรมและการรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) ที่นิยมความคล่องตัวในการรับชมและรับฟังงานภาพยนตร์และเพลง ทำให้นิยมซื้อแผ่นภาพยนตร์และเพลงมากกว่าการดาวน์โหลดทางอินเทอร์เน็ต

• **ช่องทางการจัดจำหน่าย**

บริษัทมีช่องทางการจำหน่าย 2 รูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ ช่องทางการจำหน่ายแบบขายปลีก (Retail) และ ช่องทางการจำหน่ายแบบขายส่ง (Wholesales) โดยรายได้และสัดส่วนการจำหน่ายของช่องทางการจำหน่ายทั้ง 2 รูปแบบสามารถแสดงได้ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

รายได้จากธุรกิจจัดจำหน่ายสื่อ โฮมเอนเตอร์เทนเมนต์	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
ขายปลีก*	1,390.23	98.77	1,484.93	94.48	1,151.41	91.31
- ร้านค้าปลีก	1,001.60	71.16	1,060.02	67.45	737.23	58.45
- ร้านร่วมบริการ/ร้านค้าฝากขาย	380.01	27.00	424.91	27.04	414.18	32.85
ขายส่ง	17.36	1.23	86.73	5.52	109.55	8.69
รวม	1,407.59	100.00	1,571.67	100.00	1,260.96	100

หมายเหตุ: * รวมการรายได้จากการให้เช่าสินค้าและรายได้ค่าลิขสิทธิ์

1) **ช่องทางการจำหน่ายสินค้าปลีก**

กลุ่มบริษัทมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าปลีกผ่านร้านค้าของกลุ่มบริษัท ภายใต้ชื่อ “DNA ENJOY EVERYDAY” โดยมีการจัดรูปแบบร้านที่ทันสมัย จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ เพื่อง่ายต่อการซื้อ และสะดวกรวดเร็ว และเน้นการบริการที่ดี สุภาพ เป็นกันเอง

โดยรูปแบบร้านค้าของกลุ่มบริษัท มี 2 รูปแบบหลัก ได้แก่ ร้านค้าปลีก และร้านค้าฝากขายหรือร้านร่วมบริการ

(1.1) **ร้านค้าปลีก (Retail Shop)**

ร้านค้าปลีกถือเป็นช่องทางขายหลักของกลุ่มบริษัทโดยมีสัดส่วนเฉลี่ยประมาณร้อยละ 65 ของรายได้จากการจัดจำหน่ายสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ของกลุ่มบริษัทตลอดช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา โดยกลุ่มบริษัททำการเช่าพื้นที่ภายในห้างสรรพสินค้าและห้างโมเดิร์นเทรดต่างๆ เพื่อเปิดร้านจำหน่ายสินค้าของกลุ่มบริษัทภายใต้ชื่อ “DNA ENJOY EVERYDAY” โดยร้านค้าปลีกของกลุ่มบริษัทแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ ร้านค้าแบบ Stand-alone และร้านค้าที่เป็นพื้นที่การขาย (Sale area) ในพื้นที่ซูเปอร์มาร์เก็ตของห้างค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งทั่วไปแล้วร้านค้าแต่ละสาขาจะมีขนาดพื้นที่ประมาณ 15 - 50 ตารางเมตร

ตัวอย่างรูปแบบร้านค้าปลีก (Retail Shop)

ร้านค้าปลีกแบบ Stand-alone	ร้านค้าปลีกแบบ Sale area
	



(1.2) ร้านค้าในรูปแบบร้านค้าปลีกขาย หรือร้านร่วมบริการ

กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกขายหรือร้านร่วมบริการเฉลี่ยประมาณร้อยละ 29 ของรายได้จากการจัดจำหน่ายสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ของกลุ่มบริษัทตลอดช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ช่องทางการจัดจำหน่ายดังกล่าวมีการขยายต่อเนื่องจากความสัมพันธ์ทางการค้ากับห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ได้แก่ โลตัส เอ็กซ์เพรส บิ๊กซี เอ็กซ์ตร้า บิ๊กซี มินิ เป็นต้น ซึ่งจะมีขนาดพื้นที่โดยประมาณตั้งแต่ 15 - 30 ตารางเมตร

ตัวอย่างรูปแบบร้านร่วมบริการหรือร้านค้าปลีกขาย



2) ช่องทางการจำหน่ายแบบขายส่ง (Wholesales)

กลุ่มบริษัทมีการขายส่งสินค้าให้แก่ผู้จัดจำหน่ายและคู่ค้ารายอื่นๆ เพื่อนำไปจำหน่ายให้กับลูกค้ารายย่อย (End User) โดยผ่านร้านค้าหรือช่องทางการจัดจำหน่ายของคู่ค้านั้นๆ อีกทอด ทั้งนี้ สัดส่วนยอดขายจากการขายส่งเทียบกับยอดขายรวม โดยกลุ่มบริษัทมีรายได้จากการขายส่งเฉลี่ยประมาณร้อยละ 3 ของรายได้จากการจัดจำหน่ายสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ของกลุ่มบริษัทตลอดช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา

• นโยบายในการบริหารช่องทางการจำหน่ายค้าปลีก

การบริหารจัดการช่องทางการจำหน่ายค้าปลีก โดยทั่วไปแล้ว ประกอบด้วยการบริหารหลัก 3 ประเด็น อันได้แก่ การขยายจุดจำหน่าย การบริหารจัดการจุดจำหน่าย และการยกเลิกจุดจำหน่าย

1. การขยายจุดจำหน่าย

กลุ่มบริษัทมีนโยบายขยายจุดจำหน่ายให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศมากที่สุด เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดและป้องกันการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ในตลาด โดยการขยายจุดจำหน่ายของกลุ่มบริษัท สามารถจำแนกได้เป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

การขยายจุดจำหน่ายไปยังพื้นที่ใหม่

1.1 การขยายช่องทางการจำหน่ายค้าปลีกไปยังพื้นที่ ซึ่งกลุ่มบริษัทพิจารณาแล้วเห็นว่ามีความศักยภาพในการเปิดจุดจำหน่ายสินค้าในลักษณะสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์เพิ่มขึ้น โดยกลุ่มบริษัทมีหน่วยงานพัฒนาธุรกิจ ซึ่งทำหน้าที่ในการประเมินศักยภาพของพื้นที่เพื่อเปิดร้านค้าเพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ร้านค้าของกลุ่มบริษัทครอบคลุมพื้นที่ที่ยังมีศักยภาพที่ยังเหลืออยู่ให้มากขึ้น ซึ่งจะพิจารณาจากกำลังซื้อของชุมชนโดยอ้างอิงจากจำนวนร้านสะดวกซื้อในพื้นที่นั้นๆ และทำการจัดทำประมาณการเพื่อพิจารณาผลตอบแทนและจุดคุ้มทุนที่คาดว่าจะได้รับก่อนการลงทุน

1.2 การขยายช่องทางการจำหน่ายค้าปลีกไปยังพื้นที่ ซึ่งเคยเป็นของผู้ประกอบการรายอื่น จากการที่ผู้ประกอบการรายอื่น เลิก หรือลดพื้นที่ในการประกอบธุรกิจลง โดยกลุ่มบริษัทจะพิจารณาพื้นที่ที่สังเกตเห็นว่ามีศักยภาพในการประกอบธุรกิจแต่ด้วยข้อจำกัดบางประการของเจ้าของพื้นที่เดิม อาจทำให้ยอดขาย ณ พื้นที่นั้นๆ ไม่สูงเพียงพอในการประกอบธุรกิจด้วยโครงสร้างของแหล่งเงินทุน หรือระบบการบริหารจัดการที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มบริษัทจะเข้าไปติดต่อกับเจ้าของพื้นที่ หรือเจ้าของพื้นที่เดิมเพื่อรับช่วงการประกอบธุรกิจ

การขยายจุดจำหน่ายร่วมกับพันธมิตรทางการค้า

เป็นการขยายช่องทางการจำหน่ายค้าปลีก ไปพร้อมพันธมิตรทางการค้าของกลุ่มบริษัท อันได้แก่ ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ และห้างสรรพสินค้า ทั้งในส่วนของการสาขาที่สร้างใหม่ของห้างดังกล่าว และทดแทนร้านค้าเดิมของห้าง ทั้งนี้การขยายจุดจำหน่ายในพื้นที่ดังกล่าวถือเป็นการลงทุนที่มีความเสี่ยงต่ำ เนื่องจากโดยส่วนใหญ่ทางห้างค้าปลีกหรือห้างสรรพสินค้าดังกล่าวได้ทำการศึกษาศักยภาพของพื้นที่และกำลังซื้อในชุมชนมาก่อนที่จะตัดสินใจลงทุนแล้ว

2. การบริหารจัดการจุดจำหน่าย

การบริหารงานด้านการขายสินค้า

การบริหารจัดการด้านการขายสินค้า ณ จุดจำหน่ายของกลุ่มบริษัท อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของสายงานปฏิบัติการสาขา โดย ณ 31 ธันวาคม 2557 กลุ่มบริษัทมีพนักงานประจำ ณ จุดจำหน่ายรวม 493 คน ทั้งนี้ ในการบริหารจัดการจะมีการกำหนดเป้าหมายในแต่ละจุดจำหน่าย และมีระบบการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่พนักงานขายหรือผู้ดูแลพื้นที่ในลักษณะของเงินเดือน และมีการส่งเสริมการขายด้วยค่าคอมมิชชั่นเป็นหลัก

ทั้งนี้ ในพื้นที่ร้านค้าปลีกจะมีพนักงานขายของกลุ่มบริษัทประมาณ 3 คน ประจำอยู่ทุกจุดจำหน่ายเพื่อทำหน้าที่แนะนำและจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้า แต่ในส่วนของการสาขาปลีกนั้นผู้ที่ดูแลหน้าร้านจะเป็นพนักงานของคู่ค้า เช่น โลตัส เอ็กซ์เพรส และ บิ๊กซี มินิ ซึ่งจะทำหน้าที่ดูแลและจัดเรียงสินค้า รวมทั้งเป็นผู้จำหน่ายสินค้าให้แก่กลุ่มบริษัท โดยพนักงานของกลุ่มบริษัทจะเป็นผู้ดูแลหลายจุดจำหน่ายในพื้นที่ใกล้เคียงกัน และทำการเข้าตรวจสินค้าคงคลังในแต่ละจุดจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ

การบริหารพื้นที่จุดจำหน่าย

กลุ่มบริษัทมีนโยบายในการบริหารพื้นที่จุดจำหน่ายให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยมีการจัดสรรพื้นที่เพื่อส่งเสริมการขายร่วมกับคู่ค้า เช่น การจัดติดป้ายโฆษณา หรือจัดชั้นวางเฉพาะเจาะจงให้แก่คู่ค้า โดยกลุ่มบริษัทได้รับการสนับสนุนจากคู่ค้าในเรื่องค่าส่งเสริมการขาย หรือส่วนลดทางการค้า ซึ่งเป็นการแสวงหารายได้เพิ่มของกลุ่มบริษัทอีกช่องทางหนึ่ง

3. การยกเลิกจุดจำหน่าย

กลุ่มบริษัทมีติดตามยอดขาย และประเมินผลการดำเนินงานของแต่ละจุดจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ โดยกรณีที่เราได้มีผลประกอบการไม่เป็นที่น่าพอใจ หน่วยงานพัฒนาธุรกิจและหน่วยงานที่ดูแลสาขาจะเข้าร่วมในการแก้ปัญหาเพื่อสร้างยอดขายเพิ่มขึ้น รวมถึงทำการเจรจากับเจ้าของพื้นที่ในเรื่องค่าเช่าหรือขอลดขนาดของพื้นที่ลง และหากในท้ายที่สุดยังไม่สามารถทำให้ผลประกอบการเป็นที่น่าพอใจได้ จะมีการพิจารณาเกี่ยวกับการปิดร้านค้านั้น ๆ ในลำดับต่อไป

• กลยุทธ์ในการแข่งขัน

การประกอบธุรกิจจำหน่ายสื่อโฮมเอ็นเตอร์เทนเมนต์โดยมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้บริโภครายย่อยนั้น บริษัทเชื่อว่าปัจจัยที่จะมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 5 ประการ อันได้แก่

1) การบริหารช่องทางการจำหน่ายให้ครอบคลุมและทั่วถึง

กลุ่มบริษัทมีกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจในลักษณะการขยายสาขา ทั้งในรูปแบบร้านค้าปลีกซึ่งเป็นพื้นที่ของกลุ่มบริษัทเอง และร้านค้าฝากขาย ดังจะเห็นได้จากการจำนวนจุดจำหน่ายของกลุ่มบริษัทในระยะ 3 ปีที่ผ่านมาซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากกลุ่มบริษัทตระหนักว่าสินค้าของกลุ่มบริษัท เป็นสินค้าเพื่อความบันเทิงในครอบครัว ดังนั้น การกระจายจุดจำหน่ายสินค้าให้ครอบคลุมพื้นที่เป็นบริเวณกว้าง จะส่งผลต่อการเข้าถึงผู้บริโภคหรือลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของกลุ่มบริษัทเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อยอดขายและการขยายตัวของกลุ่มบริษัทได้ในอนาคต

ทั้งนี้ การขยายสาขาดังกล่าวนั้น นอกจากจะเป็นการเพิ่มศักยภาพในการกระจายสินค้าให้ผู้บริโภคในวงกว้างแล้ว การขยายสาขาไปพร้อมกับการเปิดสาขาใหม่ของห้างค้าปลีก หรือห้างสรรพสินค้า ยังเป็นการรักษาความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้า ตลอดจนเป็นการเพิ่มศักยภาพในการเจรจาทางการค้า และป้องกันการเข้าสู่ธุรกิจ หรือการขยายตัวและโอกาสในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรายอื่นในอุตสาหกรรมอีกด้วย โดยในการขยายช่องทางการจำหน่ายนั้น กลุ่มบริษัทจะพิจารณากำลังซื้อของชุมชนในพื้นที่นั้นๆ เป็นสำคัญและมีนโยบายไม่เน้นสาขาที่มีขนาดพื้นที่ขนาดใหญ่ เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ทั้งในด้านการบริหารจัดการ และต้นทุนในการเช่าพื้นที่

2) การจัดส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสม (Product Mix)

กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญกับการจัดส่วนประสมของสินค้าที่มีจำหน่าย ณ จุดจำหน่ายสินค้า ให้มีความเหมาะสมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเพื่อเพิ่มโอกาสในการหารายได้ โดยมุ่งเน้นที่ 3 ประเด็นหลัก คือ การมีสินค้าที่หลากหลาย การคัดเลือกสินค้าตามกระแสนิยมของผู้บริโภค และการนำเสนอประเภทสินค้าให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่

กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญต่อการคัดสรรสินค้าให้มีความหลากหลายทั้งในด้านประเภทสินค้า ผู้ผลิต และรูปแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งนอกจากเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยได้แล้ว ยังเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นเจ้าของพื้นที่ ซึ่งต้องการให้สินค้าในพื้นที่ของตนมีครบทุกประเภท โดยกลุ่มบริษัทถือได้ว่าเป็นผู้จำหน่ายรายใหญ่รายเดียวที่จำหน่ายสินค้าทั้งประเภทแผ่นภาพยนตร์/เพลง และสิ่งพิมพ์ จึงช่วยเพิ่มโอกาสในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทกับลูกค้า เนื่องจากลูกค้าบางส่วนนิยมเจรจาการค้ากับผู้บริหารพื้นที่รายเดียวเพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารจัดการ

กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญกับการได้มาซึ่งลิขสิทธิ์ของภาพยนตร์ที่อยู่ในกระแสนิยม หรือการได้รับการจัดสรรจำนวนสินค้าที่อยู่ในกระแสนิยมจากเจ้าของสินค้าให้เพียงพอต่อการจำหน่าย เนื่องจากภาพยนตร์ที่อยู่ในกระแสนิยมถือเป็นสินค้ากลุ่มที่มีศักยภาพในการจำหน่ายสูง เพราะผู้บริโภคส่วนหนึ่งเลือกซื้อแผ่นภาพยนตร์เพื่อรับชมในครัวเรือนแทนการรับชมในโรงภาพยนตร์ จึงเป็นโอกาสในการสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มบริษัท ตลอดจนสร้างความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อร้านค้าของกลุ่มบริษัท และลดการเสียโอกาสทางการค้าและความภักดีในร้านค้าจากการถูกค้าปัจจุบันของกลุ่มบริษัทไปซื้อสินค้านี้จากผู้อื่น

การนำเสนอสินค้า และมีการปรับเปลี่ยนสัดส่วนประเภทสินค้าในแต่ละจุดจำหน่าย ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในพื้นที่นั้น ๆ ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อรายได้ของแต่ละจุดจำหน่าย โดยกลุ่มบริษัทจะวิเคราะห์พฤติกรรมความต้องการของลูกค้าในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้สามารถจัดวางสินค้าและกำหนดสัดส่วนสินค้าแต่ละรูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละพื้นที่

3) การสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

กลุ่มบริษัทมีนโยบายในการเป็นพันธมิตรกับลูกค้าทุกราย ทั้งด้านเจ้าของลิขสิทธิ์สินค้า เจ้าของพื้นที่ ช่องทางการจำหน่าย เนื่องจากตระหนักดีว่าการเติบโตทางธุรกิจที่ยั่งยืนนั้น จะต้องเป็นการเติบโตไปพร้อมกันในทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ดังจะเห็นได้จาก กลุ่มบริษัท ทำการจำหน่ายสินค้าของทุกค่ายภาพยนตร์ ทุกค่ายเพลง ผ่านช่องทางการจำหน่ายทุกช่องทางรูปแบบพื้นที่ ทั้ง โลตัส บิ๊กซี และ เดอะมอลล์ โดยกลุ่มบริษัทจะยึดหลักการปฏิบัติต่อลูกค้าทุกรายอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม

4) การบริหารจัดการสินค้าคงคลังและระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพ

กลุ่มบริษัทตระหนักดีว่า ด้วยลักษณะการประกอบธุรกิจที่มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่กระจายอยู่ในพื้นที่ต่างๆ กว่า 1,877 จุดทั่วประเทศนั้น การวางระบบการบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่ดีจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและการบริหารจัดการของกลุ่มบริษัท โดยกลุ่มบริษัทมีการลงทุนในระบบคอมพิวเตอร์เพื่อการบริหารฐานข้อมูลของสินค้าคงคลัง ซึ่งจะทำให้กลุ่มบริษัทสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้วิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ และทำการจัดสัดส่วนส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อความสามารถในการหารายได้ของกลุ่มบริษัท

สำหรับการบริหารและจัดการระบบการขนส่ง กลุ่มบริษัทได้ใช้บริการจัดส่งสินค้าโดยบริษัทขนส่งที่มีความน่าเชื่อถือ มีความสามารถในการกระจายสินค้าไปแต่ละจุดจำหน่ายได้อย่างรวดเร็ว และตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ เพื่อลดการเสียโอกาสในการดำเนินธุรกิจจากการที่มีสินค้าไม่เพียงพอต่อการจำหน่ายในแต่ละจุดจำหน่าย

5) การส่งเสริมการขาย ณ จุดจำหน่ายสินค้า

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ณ จุดขาย เป็นกลยุทธ์หลักที่ใช้ในการดึงดูดลูกค้า เพื่อให้เข้ามาซื้อสินค้าภายในร้านค้าของกลุ่มบริษัท รวมถึงใช้ในการกระตุ้นให้ผู้บริโภครับรู้ถึงสินค้าออกใหม่ และรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ ของกลุ่มบริษัท โดยผ่านรูปแบบการตกแต่งหน้าร้าน เช่น การจัดเรียงสินค้าให้โดดเด่น การมีสื่อโฆษณา ณ จุดจำหน่าย (Point of Purchase: POP) รวมไปถึง การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ภายในร้านค้า เป็นต้น ซึ่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ณ จุดขาย นอกจากจะกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าในร้านค้าแล้ว ยังเป็นการประชาสัมพันธ์ให้เกิดการรับรู้ การจดจำ ต่อตราสินค้า “DNA” ด้วย

สำหรับพื้นที่ภายในร้านค้านั้น กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญในการจัดพื้นที่วางสินค้าเป็นหมวดหมู่เพื่อให้ง่ายต่อการเลือกซื้อของลูกค้า รวมทั้งมีการจัดการส่งเสริมการขายอื่นๆ ประกอบ นอกจากนั้น กลุ่มบริษัทยังเน้นการให้บริการที่ดีของพนักงาน โดยมีการให้คำแนะนำสินค้าเพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อของลูกค้าและสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งก่อให้เกิดการเข้าใช้บริการซ้ำของลูกค้า

2.1.5 ภาวะอุตสาหกรรม

ธุรกิจจำหน่ายสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ (Home Entertainment)

ธุรกิจจำหน่ายสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ (Home Entertainment) เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมเพื่อความบันเทิงและเป็นธุรกิจที่สืบเนื่องจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์และเพลง โดยผู้บริหารของกลุ่มบริษัทประเมินว่าธุรกิจสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ในประเทศไทยเฉพาะในส่วนของการมีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมายมีมูลค่าประมาณ 5,000 – 6,000 ล้านบาท ซึ่งรายได้ของธุรกิจโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์เป็นไปในทิศทางเดียวแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และดนตรี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อธุรกิจจำหน่ายสินค้าสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์

ปัจจัยที่มีผลต่อจำหน่ายสื่อเพื่อความบันเทิงในครอบครัว (Home Entertainment)

1. การเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์

การเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และดนตรีเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นการเติบโตของธุรกิจจำหน่ายสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่สำคัญ โดยครอบคลุมทั้งภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศที่เข้าฉายในประเทศไทย ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ถึงความนิยมในการรับชมภาพยนตร์ของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลถึงการเติบโตของธุรกิจจำหน่ายสินค้าสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ โดยส่วนหนึ่งเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคบางส่วนนิยมแผ่นภาพยนตร์เพื่อรับชมภายในบ้านมากกว่าการไปโรงภาพยนตร์

แนวโน้มการเติบโตในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่ผ่านมาในแต่ละปีขึ้นอยู่กับกระแสความนิยมของผู้บริโภค รวมไปถึงการเข้าฉายของภาพยนตร์ฟอร์มใหญ่ทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ โดยในปี 2555 - 2557 มีจำนวนภาพยนตร์เข้าฉายประมาณ 200 เรื่องต่อปี โดยในปี 2557 ตลาดภาพยนตร์ในประเทศไทยมีรายได้จากการจำหน่ายตัวชมภาพยนตร์มูลค่าประมาณ 3,500 ล้านบาท จากจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉาย 180 เรื่อง

มูลค่าตลาดภาพยนตร์ที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย

หน่วย : ล้านบาท

	2555	2556	2557
จำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉาย (เรื่อง)	230	228	180
ภาพยนตร์ต่างประเทศ	3,538	3,556	2,938
ภาพยนตร์ไทย	586	983	612
รวม	4,124	4,539	3,550
อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น(ลดลง) (ร้อยละ)	2.36	10.06	(27.86)

ที่มา: www.boxofficemojo.com

2. ค่าใช้จ่ายในการไปชมภาพยนตร์ที่เพิ่มขึ้น

มูลค่าตลาดภาพยนตร์ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นนั้นนอกจากกระแสความนิยมของผู้บริโภคแล้ว ส่วนหนึ่งยังเป็นผลจากการปรับขึ้นของราคาตั๋วภาพยนตร์ของผู้ประกอบการรายใหญ่ ซึ่งปัจจุบันราคาตั๋วภาพยนตร์อยู่ระหว่าง 140 - 240 บาท โดยขึ้นกับลักษณะโรงภาพยนตร์และภาพยนตร์ที่ฉาย ด้วยระดับราคาที่สูงขึ้นประกอบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกิดขึ้นจากการไปชมภาพยนตร์ในโรง เช่น ค่าเดินทาง ค่าขนมขบเคี้ยวที่จำหน่ายในโรงภาพยนตร์ เป็นต้น จำนวนโฆษณาในโรงภาพยนตร์ที่เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับราคาเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อความบันเทิง เช่น โทรทัศน์ เครื่องเล่นดีวีดี และอุปกรณ์ไฮมเธียเตอร์มีราคาถูกลง ทำให้ผู้บริโภคบางส่วนเลือกที่จะดูภาพยนตร์ที่บ้านมากกว่าการไปโรงภาพยนตร์

3. การปรับลดราคาและย่นระยะเวลาวางจำหน่ายสินค้าเพื่อแข่งขันกับการละเมิดลิขสิทธิ์

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์ทรัพย์สินทางปัญญาในอัตราสูง การละเมิดลิขสิทธิ์ไม่ว่าจะเป็นการจำหน่ายสินค้าหรือการดาวน์โหลดไฟล์ละเมิดลิขสิทธิ์นั้นนับเป็นอุปสรรคที่สำคัญที่สุดของธุรกิจจัดจำหน่ายสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ ซึ่งสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์นั้นสามารถวางจำหน่ายได้รวดเร็วจนเกือบพร้อมกับการฉายภาพยนตร์ในโรง และมีราคาถูก ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์จึงได้ปรับกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ละเมิดลิขสิทธิ์ได้ โดยการย่นระยะเวลาวางจำหน่ายแผ่นดีวีดีภาพยนตร์หลังจากหมดระยะการเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ให้เร็วขึ้นเหลือเพียง 1 - 2 เดือน และเร่งวางจำหน่ายภาพยนตร์ในรูปแบบวีซีดี และวานิลลา ดีวีดี (Vanilla Version DVD) ซึ่งเป็นดีวีดีภาพยนตร์ที่ตัดทอนเนื้อหาส่วนเสริมอื่นๆ เช่น เสียงในฟิล์ม เมนูคำสั่ง และ Special Features ต่างๆ ออกไปทั้งหมดเหลือเฉพาะภาพยนตร์เสียงพากย์ไทยเท่านั้น ทำให้มีราคาถูกจนสามารถแข่งขันกับแผ่นละเมิดลิขสิทธิ์ได้ นอกจากนี้ยังมีการผลิตดีวีดีลิขสิทธิ์โดยรวมภาพยนตร์เก่าหลายเรื่องในแผ่นเดียวกัน อาทิเช่น แผ่นดีวีดีภาพยนตร์ 9 in 1, 7 in 1 หรือ 5 in 1 เป็นต้น ทั้งหมดนี้เพื่อตัดโอกาสของผู้ละเมิดลิขสิทธิ์และกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาซื้อดีวีดีภาพยนตร์ลิขสิทธิ์มากขึ้น

4. การขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าไปยังร้านค้าปลีกสมัยใหม่

ปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้มีการเปิดร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อเพิ่มมากขึ้นในทั่วประเทศ ประกอบกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคชาวไทยมีการเปลี่ยนแปลงหันไปซื้อสินค้าจากไฮเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อเพิ่มมากขึ้น

ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์จึงปรับกลยุทธ์เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่าย ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งมีแนวโน้มขยายสาขาในต่างจังหวัดมากขึ้น ขึ้นทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายและทั่วถึงยิ่งขึ้นโดยเฉพาะผู้บริโภคในต่างจังหวัด ซึ่งเข้าถึงสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ได้ลำบากกว่าผู้ที่อาศัยในเมือง

สภาวะการแข่งขันในธุรกิจโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์

ผู้ประกอบการในธุรกิจจำหน่ายสินค้าสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์แบ่งออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการรายเล็ก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้จัดจำหน่ายขนาดเล็กในรูปแบบของการซื้อมาขายไปจึงใช้เงินลงทุนไม่สูงนัก และ 2) ผู้ประกอบการรายใหญ่ ซึ่งเป็นกลุ่มที่เครือข่ายในระดับที่แข่งขันได้และมีประสบการณ์ในเชิงธุรกิจ และโดยส่วนใหญ่จะมีการถือครองลิขสิทธิ์ไว้ด้วย ซึ่งกลุ่มนี้จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนที่สูงแต่ขณะเดียวกันจะมีโอกาสในการต่อยอดไปสู่ธุรกิจอื่นๆ ได้อีก เช่น ธุรกิจสื่อและบันเทิง เป็นต้น

ปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถคงไว้ซึ่งความสามารถในการแข่งขัน และเติบโตในธุรกิจนี้ ได้แก่

1) ช่องทางการจัดจำหน่าย

ในสภาพการแข่งขันที่ผู้ประกอบการต้องแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นและการละเมิดลิขสิทธิ์ การมีจำนวนช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงเป็นหัวใจสำคัญในการแข่งขันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและทั่วถึงและเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายสินค้าให้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการมีร้านค้าจำหน่ายของตนเอง การจัดจำหน่ายผ่านทางร้านสะดวกซื้อและห้างสรรพสินค้าต่างๆ รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ โดยผู้ประกอบการที่มีช่องทางการจัดจำหน่ายของตนเอง รวมทั้งมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าของพื้นที่ ผู้จัดจำหน่ายและตัวแทนจัดจำหน่ายและคู่ค้าต่างๆ จะมีโอกาสที่ได้พื้นที่ในการจัดจำหน่ายที่มีศักยภาพและนำไปสู่การสร้างยอดขายให้เติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

2) การกระจายสินค้าและบริหารสินค้าคงคลัง

เนื่องจากสินค้าสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์นั้นมีจำนวนมาก โดยดูได้จากจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายในประเทศไทยเฉลี่ยปีละไม่ต่ำกว่า 200 เรื่อง ทั้งยังมีสื่ออื่นๆ อาทิเช่น ละคร สารคดี คอนเสิร์ต อัลบั้มดนตรี เป็นต้น ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าแตกต่างกัน ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องวางแผนจัดซื้อสินค้าและมีการบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ สามารถคัดเลือกสินค้าที่เหมาะสมกับลูกค้าในพื้นที่วางจำหน่าย และสามารถในการกระจายสินค้าที่รวดเร็ว

3) การถือครองลิขสิทธิ์โดยเฉพาะงานภาพยนตร์

การเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ภาพยนตร์นับเป็นข้อได้เปรียบที่สำคัญสำหรับผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ ซึ่งทำให้สามารถผลิตและทำซ้ำในปริมาณมากทำให้มีต้นทุนในการผลิตลดลง มีอำนาจการต่อรองราคากับผู้ประกอบการรายอื่นมากขึ้น หรือสามารถผูกขาดลิขสิทธิ์ในภาพยนตร์ดังกล่าวกับเครือข่ายร้านค้าของตน และยังเป็นโอกาสในการสร้างรายได้จากการบริหารจัดการลิขสิทธิ์อีกด้วย ทั้งนี้ผู้ประกอบการจะต้องสร้างและรักษาความสัมพันธ์ทางการค้าที่ดีกับเจ้าของลิขสิทธิ์หรือตัวแทน เพื่อรักษาระยะห่างในการที่คู่แข่งจะสามารถเข้าถึงเจ้าของลิขสิทธิ์หรือตัวแทนเหล่านั้นได้

ผู้ประกอบการที่สำคัญในธุรกิจ

สำหรับผู้ประกอบการที่สำคัญที่ประกอบธุรกิจโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ (Home Entertainment) ซึ่งเน้นการจัดจำหน่ายเทป ซีดี วีซีดี ดีวีดี เพลง และภาพยนตร์ เช่นเดียวกับบริษัท ได้แก่

1. บริษัท แมงป่อง 1989 จำกัด (มหาชน) ดำเนินกิจการภายใต้ชื่อร้าน "แมงป่อง"

ธุรกิจของแมงป่องส่วนใหญ่จะเน้นไปที่การถือครองลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และเพลงสากล เพื่อผลิตและจำหน่ายเป็นอัลบั้มเพลงในรูปแบบซีดี ภายใต้แบรนด์ MAXX MUSIC และ

HARMONIC เป็นต้น แมงป่องได้มีการปรับลดจำนวนร้านสาขาลงเหลือ 37 สาขา ณ 31 ธันวาคม 2556¹ ทั้งนี้ สาขาของแมงป่องจะกระจายอยู่ในศูนย์การค้า ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ เป็นต้น โดยเน้นการบริหารจุดจำหน่าย และการให้บริการสำหรับกลุ่มลูกค้าระดับบน

2. บริษัท บูมเมอแรง จำกัด ดำเนินกิจการภายใต้ชื่อร้าน "BOOMERANG"

ร้าน BOOMERANG จำหน่ายสินค้าเช่นเดียวกับบริษัท รวมทั้งยังมีการจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า อาทิ โทรทัศน์ เครื่องเล่นดีวีดี วีซีดีแบบพกพา เป็นต้น โดยร้าน BOOMERANG มีช่องทางจำหน่ายทั้งที่เป็นร้านค้าปลีกและผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งร้านค้าปลีกกระจายอยู่ในพื้นที่ศูนย์การค้าทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด ปัจจุบันมีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 35 สาขา²

3. บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินกิจการภายใต้ชื่อร้าน "7-11"

ร้าน 7-11 เป็นร้านสะดวกซื้อที่มีสินค้าหลากหลาย รวมถึงหนังสือ เครื่องเขียน แผ่นเพลงและแผ่นภาพยนตร์ โดยปัจจุบันมีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 8,127 สาขา³ ทั่วประเทศ โดยเป็นสาขาในเขตพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑลประมาณร้อยละ 44.89

4. บริษัท บีทูเอส จำกัด ดำเนินกิจการภายใต้ชื่อร้าน "B2S"

ร้าน B2S เป็นร้านที่อยู่ในเครือ บริษัท เซ็นทรัล รีเทล จำกัด ซึ่งมีการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย ทั้งหนังสือ เครื่องเขียน และซีดี รวมไว้อยู่ในร้านเดียวกัน ยกเว้นสาขาเล็กที่อาจจำหน่ายหนังสือเพียงอย่างเดียว โดย ณ ปัจจุบัน มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 85 สาขา ทั่วประเทศ โดยส่วนใหญ่จะเปิดในห้างสรรพสินค้าโรบินสัน เซ็นทรัล และท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต⁴

2.2 ธุรกิจสื่อโฆษณาและบันเทิง

ธุรกิจสื่อโฆษณาและบันเทิงของกลุ่มบริษัทดำเนินการผ่าน DNA Revolution และ Primetime Entertainment ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท และ Smallroom กับ Primetime Solution ซึ่งเป็นบริษัทร่วม ทั้งนี้ ลักษณะการประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาและบันเทิงของกลุ่มบริษัทนั้น สามารถจำแนกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1) ธุรกิจการบริหารช่องสัญญาณของสื่อต่างๆ

ธุรกิจการบริหารช่องสัญญาณของสื่อต่างๆ ดำเนินการโดย DNA Revolution โดยในปี 2554 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการผลิตรายการบันเทิงประเภทเพลงลูกทุ่ง ชื่อรายการ “ยิ้มทีวี” หรือ “YIM TV” ซึ่งออกอากาศผ่านทางโทรทัศน์ดาวเทียมโดยนำเสนอทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งกลุ่มบริษัทรับรู้รายได้จากค่าโฆษณา อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทได้หยุดการประกอบธุรกิจดังกล่าวลงในเดือนสิงหาคม 2554 เนื่องจากผลการตอบรับของรายการดังกล่าวไม่เป็นที่น่าพอใจ จากนั้นในเดือนธันวาคม 2554 DNA Revolution ได้เข้าทำสัญญากับบริษัท เอ.ซี.เรคคอร์ด จำกัด ในการร่วมผลิตและบริหารจัดการช่วงเวลาโฆษณาในช่วงข่าวต้นชั่วโมงทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยของกรมประชาสัมพันธ์ โดยได้รับเวลาของข่าวต้นชั่วโมงรวม 13 ช่วงเวลา ช่วงเวลาละ 3 สปอต รวมทั้งสิ้น 39 สปอต ซึ่งกลุ่มบริษัทจะรับรู้รายได้

¹ที่มา : แบบแสดงรายงานข้อมูลประจำปี 2556 (แบบ 56-1) บริษัท แมงป่อง 1989 จำกัด(มหาชน)

²ที่มา : www.boomerangshop.com

³ที่มา : www.7eleven.co.th

⁴ที่มา : www.b2s.co.th


ค่าโฆษณาจากลูกค้าผู้ให้บริการเช่าช่วงเวลาโฆษณาดังกล่าวทั้งหมด และจ่ายชำระค่าตอบแทนให้กับ บริษัท เอ.ซี.เรคคอร์ด จำกัดในอัตรา 1.25 ล้านบาทต่อเดือน

ทั้งนี้ในปี 2557 มีจำนวนผู้ใช้บริการช่วงเวลาโฆษณาเฉลี่ยประมาณร้อยละ 85 ของช่วงเวลาโฆษณาทั้งหมดที่กลุ่มบริษัทได้รับ โดยในการประกอบธุรกิจ DNA Revolution จะมุ่งเน้นทำการเสนอขายช่วงเวลาโฆษณาให้แก่ลูกค้าที่เป็นบริษัทหรือองค์กรชั้นนำขนาดใหญ่ที่มีงบประมาณการตลาดและต้องการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และสื่อสารให้ถึงผู้บริโภคในวงกว้าง เช่น ปตท. และดีแทค เป็นต้น

2) ธุรกิจเพลงและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเพลง และธุรกิจสื่อโฆษณา

ดำเนินการโดย Smallroom ซึ่งมุ่งเน้นการประกอบธุรกิจเพลงและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเพลงเช่น การผลิตผลงานเพลงประกอบโฆษณาและภาพยนตร์ การผลิตผลงานเพลงของศิลปินในสังกัด และธุรกิจที่ต่อเนื่องจากธุรกิจเพลง เช่น ShowBiz การบริหารศิลปินและจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ เป็นต้น

2.3 ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของกลุ่มบริษัทดำเนินการผ่าน Mr. Bun ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดย Mr. Bun ดำเนินธุรกิจร้านเบเกอรี่ “Mr. Bun”  ซึ่งจำหน่ายเบเกอรี่นานาชนิดและเครื่องดื่ม โดยมีจุดเด่นที่เป็นเบเกอรี่ที่ผลิตภายในร้านวันต่อวันเพื่อความสดใหม่ การคัดเลือกวัตถุดิบคุณภาพสูงและราคาจำหน่ายต่อชิ้นที่ไม่แพง ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์หลักของ Mr. Bun ได้แก่ แม็กชีกันบัน และ ครัฟซองต์สตีก

ปัจจุบันร้าน Mr. Bun มีจำนวนสาขาทั้งหมด 58 สาขาทั่วประเทศ โดยเป็นร้านสาขาที่บริษัทดำเนินการเอง 32 สาขา และแฟรนไชส์ 26 สาขา สาขาส่วนใหญ่ตั้งอยู่ภายในห้างสรรพสินค้าและห้างไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น เซ็นทรัล โรบินสัน บิ๊กซี เดอะมอลล์ เป็นต้น

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์

สินค้าประเภทสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ในรูปแบบแผ่นภาพยนตร์หรือเพลงที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์นั้น เป็นสินค้าที่ได้รับผลกระทบจากสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ ทั้งในลักษณะแผ่นภาพยนตร์ละเมิดลิขสิทธิ์ที่วางจำหน่าย หรือการแชร์ไฟล์ให้ดาวน์โหลดภาพยนตร์และเพลงผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งการละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อยอดขายและความสามารถในการหารายได้ของกลุ่มบริษัทได้

ทั้งนี้ ผู้บริหารของกลุ่มบริษัท เชื่อว่าผลกระทบที่กลุ่มบริษัทได้รับโดยตรงในปัจจุบันอาจมีไม่สูงมากนัก เนื่องจาก

1. ราคาจำหน่ายสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ประเภทแผ่นภาพยนตร์และเพลง ทั้ง ดีวีดี วีซีดี และซีดี ในปัจจุบันมีราคาจำหน่ายลดลงจากในอดีต โดยผู้ผลิตแผ่นภาพยนตร์รายใหญ่ต่างใช้กลยุทธ์ต่างๆ ในการแข่งขันกับแผ่นละเมิดลิขสิทธิ์ เช่น การวางจำหน่ายดีวีดีภาพยนตร์ที่มีเสียงพากย์ไทยเพียงอย่างเดียว (วานิลลา ดีวีดี) ซึ่งมีราคาต่ำกว่าดีวีดีภาพยนตร์ตามปกติ ตลอดจนมีการจัดรูปแบบในลักษณะ All-in-One ซึ่งเป็นการรวมภาพยนตร์ 5 เรื่อง 6 เรื่อง หรือ 7 เรื่องที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์เป็นแผ่นดีวีดีภาพยนตร์หนึ่งแผ่น หรือการจำหน่ายเพลงที่มีลิขสิทธิ์ในรูปแบบ MP3 ทำให้ส่วนต่างของราคาระหว่างแผ่นภาพยนตร์หรือเพลงที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์และแผ่นละเมิดลิขสิทธิ์ต่ำลง นอกจากนี้ สินค้าที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์จะมีการพัฒนารูปแบบการบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามน่าสะสม ด้วยปัจจัยเรื่องราคาและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว ก่อให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น
2. การวางจำหน่ายแผ่นภาพยนตร์ที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์หลังหมดระยะเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ที่รวดเร็วขึ้น จากเดิมที่ประมาณ 2-3 เดือน เหลือเพียง 1-2 เดือน ทำให้ผู้บริโภคส่วนหนึ่งที่เคยซื้อแผ่นละเมิดลิขสิทธิ์ เนื่องจากต้องการความรวดเร็วในการรับชมยินดีที่จะซื้อสินค้าที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์ที่มีคุณภาพดีกว่า
3. ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทที่มุ่งเน้นการกระจายสินค้าไปสู่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ โดยจุดจำหน่ายสินค้าส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทอยู่ในพื้นที่ชุมชนในต่างจังหวัด เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการ และเพิ่มโอกาสในการขายให้มากขึ้น
4. ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของกลุ่มบริษัทเป็นกลุ่มผู้บริโภควัยทำงานขึ้นไป ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสินค้า และมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เน้นในเรื่องความสะดวกสบายและความคล่องตัวในการบริโภคเป็นหลัก ทำให้กลุ่มคนเหล่านี้พร้อมที่จะซื้อสินค้าที่มีคุณภาพและถูกกฎหมาย หากมีการกำหนดราคาที่เหมาะสมมากกว่าการซื้อแผ่นหนังละเมิดลิขสิทธิ์หรือดาวน์โหลดทางอินเทอร์เน็ต
5. ผู้บริหารของบริษัทมีแนวคิดที่จะพัฒนาช่องทางการจำหน่ายของธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดขึ้นในรูปแบบต่างๆ ในอนาคต เพื่อรักษาศักยภาพในการแข่งขัน อาทิเช่น การดาวน์โหลดภาพยนตร์ที่มีลิขสิทธิ์ผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่าพื้นที่

จากการที่กลุ่มบริษัทมีจุดจำหน่ายสินค้าอยู่บนพื้นที่ของคู่ค้ารายหนึ่ง ทั้งในรูปแบบร้านค้าปลีก และร้านค้าร่วมบริการ โดยรายได้ที่เกิดขึ้นจากพื้นที่ของคู่ค้าดังกล่าวนั้น คิดเป็นสัดส่วนรวมเกินกว่าร้อยละ 50 ของรายได้จากการขายและบริการของกลุ่มบริษัท โดยรายได้ส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากรูปแบบร้านค้าปลีกเป็นหลัก ทำให้กลุ่มบริษัทอาจมีความเสี่ยงหากคู่ค้ารายดังกล่าวเปลี่ยนแปลงนโยบายในการบริหารจัดการพื้นที่ ทั้งในลักษณะ ก) ให้พื้นที่แก่ผู้ประกอบการ

รายอื่น ๆ) ทำการบริหารจัดการพื้นที่เอง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการหารายได้ในอนาคตของกลุ่มบริษัทได้

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงผู้ประกอบการรายอื่นที่ประกอบธุรกิจในลักษณะเดียวกับบริษัทและมีขนาดใกล้เคียงกับกลุ่มบริษัทนั้นมีเพียง 1-2 รายที่มีศักยภาพในแง่ของเงินทุนและความสามารถในการบริหารจัดการที่จะดำเนินการ ทำให้ผู้บริหารของกลุ่มบริษัทมีเห็นว่าโอกาสที่กลุ่มบริษัทจะสูญเสียช่องทางจำหน่ายให้แก่ผู้ประกอบการรายอื่นอาจมีไม่สูงมากนัก

นอกจากนี้ในขณะที่การทำการบริหารจัดการพื้นที่โดยทางเองนั้น เป็นแนวทางที่ทางดำเนินการในอดีต และปัจจุบันมีนโยบายที่จะลดการบริหารจัดการในส่วนนี้ลง เนื่องจากแผนภาพยนตร์หรือเพลงเป็นสินค้าสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ที่มีความหลากหลายและมีอัตราการหมุนเวียนของสินค้าสูง ตลอดจนสินค้าบางส่วนเป็นสินค้ากระแสนิยม ทำให้ต้องมีการบริหารจัดการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ กลุ่มบริษัทเชื่อว่าหากคู่ค้าดังกล่าวจะดำเนินการบริหารจัดการพื้นที่ในส่วนของสินค้าประเภทสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์เองนั้น ต้องใช้ระยะเวลาดำเนินการ ในการติดต่อเจรจาทางการค้ากับคู่ค้า ตลอดจนการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง ซึ่งจะทำให้กลุ่มบริษัทมีระยะเวลาเพียงพอในการปรับตัวในระดับหนึ่งประกอบกับจากสัญญาเช่าพื้นที่ส่วนใหญ่ที่กลุ่มบริษัททำกับเจ้าของพื้นที่ทุกรายมีอายุประมาณ 3 ปี ทำให้ผลกระทบที่ได้รับโดยทันทีอาจไม่สูงมากนัก นอกจากนี้ จากการที่กลุ่มบริษัทได้ผูกขาดกับการทำธุรกิจกับคู่ค้ารายใดรายหนึ่ง จึงถือว่าเป็นการลดความเสี่ยงหรือกระจายความเสี่ยงจากการดำเนินงานได้ในระดับหนึ่ง

ความเสี่ยงเกี่ยวกับสินค้าล้าสมัย

จากการที่สินค้าของกลุ่มบริษัทบางส่วนเป็นสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับบรรณนิยมและกระแสความนิยมของผู้บริโภค ดังนั้นกลุ่มบริษัทจึงอาจมีความเสี่ยงที่แผนภาพยนตร์หรือเพลงจะเกิดการล้าสมัย ไม่สามารถจำหน่ายได้และอาจส่งผลกระทบต่อการเงินของบริษัท โดยต้องมีการตั้งสำรองค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยและค่าเผื่อจากการลดลงของมูลค่าสินค้า ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทได้

อย่างไรก็ตาม กรณีดังกล่าวจะเกิดขึ้นเฉพาะในส่วนของสินค้าที่เป็นลิขสิทธิ์ของกลุ่มบริษัทเป็นหลัก เนื่องจากสินค้าที่เป็นลิขสิทธิ์ของผู้อื่นนั้นโดยส่วนใหญ่ในเงื่อนไขการค้า กลุ่มบริษัทจะสามารถทำการส่งคืนสินค้าให้แก่เจ้าของลิขสิทธิ์ได้ซึ่งจะทำให้ความเสี่ยงดังกล่าวลดลง ทั้งนี้ ในการบริหารจัดการสินค้าคงคลังของกลุ่มบริษัทเพื่อป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว กลุ่มบริษัทได้ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการโดยมีการติดตามและวิเคราะห์เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวสินค้าคงเหลืออย่างใกล้ชิดผ่านระบบการบริหารสินค้าคงเหลือออนไลน์ที่เชื่อมโยงสาขาทุกแห่ง ซึ่งจะช่วยให้สามารถบริหารจัดการสินค้าคงเหลือได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยจะทราบถึงกระแสความนิยม ความต้องการของลูกค้า ทำให้สามารถจัดวางสินค้าให้เหมาะสมในแต่ละทำเล ตลอดจนสามารถนำกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การจัดรายการส่งเสริมการขายต่างๆ มากระตุ้นและผลักดันสินค้าดังกล่าว ได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสม ซึ่งจะส่งผลทำให้การบริหารสินค้าของกลุ่มบริษัทมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และลดความเสี่ยงในเรื่องสินค้าล้าสมัยลงได้

โดย ณ สิ้นปี 2557 บริษัทมีการตั้งสำรองค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยและค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้ารวมกัน 7.90 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 2.68 ของมูลค่าสินค้าสำเร็จรูป

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหาร

จากการที่การขยายตัวในธุรกิจของกลุ่มบริษัทที่ผ่านมาเกิดจากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในธุรกิจของผู้บริหารและผู้ก่อตั้งบริษัท คือ นายสามารถ ชั่วศิริพัฒนา ดังนั้นอาจพิจารณาว่ากลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิง

ความสามารถในการบริหารจัดการของผู้บริหาร ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการ ฐานะการเงิน และผลการดำเนินงานในอนาคตของกลุ่มบริษัทได้

อย่างไรก็ตามจากโครงสร้างการจัดการภายใต้ระบบการบริหารงานของทีมผู้บริหารในปัจจุบันซึ่งมีการมอบหมายงานให้แก่ผู้บริหารในระดับรองลงมา ได้แก่ ผู้บริหารในระดับรองกรรมการผู้จัดการในสายงานต่างๆ ตามที่ปรากฏในโครงสร้างองค์กร โดยกลุ่มผู้บริหารส่วนใหญ่ร่วมบริหารจัดการมาตั้งแต่ก่อตั้งบริษัท จึงมีความเข้าใจในธุรกิจของกลุ่มบริษัทเป็นอย่างดี ทำให้สามารถลดความเสี่ยงหรือผลกระทบในกรณีที่มีเหตุการณ์ใดๆ ที่ทำให้นายบริหารไม่สามารถบริหารจัดการกลุ่มบริษัทต่อไปได้ระดับหนึ่ง รวมทั้งจากการที่กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรในทุกหน่วยงาน และสร้างให้พนักงานมีความรู้สึกเป็นส่วนร่วมในการเติบโตไปกับกลุ่มบริษัท โดยเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความสามารถ และสนับสนุนให้พนักงานเสนอแนะข้อคิดเห็น หรือแผนงานที่จะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มบริษัท รวมทั้งให้พนักงานระดับกลางมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในขบวนการต่างๆ มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้กลุ่มบริษัทมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และลดการพึ่งพิงผู้บริหารระดับสูงลงได้อีกระดับหนึ่ง

ความเสี่ยงจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค

จากแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งมีการปรับเปลี่ยนไปจากเดิม โดยผู้บริโภคบางส่วนมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเป็นไปอย่างระมัดระวังยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคบางส่วนยังคงมีความกังวลในเรื่องปัญหาเศรษฐกิจในประเทศซึ่งมีแนวโน้มชะลอตัว ส่งผลให้สินค้าประเภทกลุ่มโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ที่จัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยอาจได้รับผลกระทบบ้างบางส่วน

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีการวางแผนปรับตัว โดยบริษัทฯ มีนโยบายดำเนินการศึกษาความเป็นไปได้สำหรับการลงทุนในธุรกิจอื่นนอกเหนือจากการลงทุนเพียงในธุรกิจหลักของ บริษัทฯ กล่าวคือการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ที่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการกระจายการลงทุน เปิดช่องทางการหารายได้อย่างยั่งยืน และยังเป็นการกระจายความเสี่ยงแก่ธุรกิจในภาพรวมของบริษัทฯ ในระยะยาวเพื่อมิให้เป็นการพึ่งพาธุรกิจหลักจนเกินไป

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

จากการพัฒนาของผู้ประกอบการด้านสินค้า IT ส่งผลให้เทคโนโลยีปัจจุบันได้รับการพัฒนาให้มีความทันสมัยมีช่องทางการรับชมสื่อเพิ่มขึ้น ง่ายต่อการเข้าถึงและต่อการใช้งานต่อผู้บริโภคยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และหัวเมืองใหญ่ ซึ่งอาจส่งผลกระทบบางส่วนต่อการดำเนินงานของบริษัทซึ่งเดิมเคยมุ่งเน้นเพียงสินค้าประเภทสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ผ่านช่องทางจำหน่าย ณ สาขาของบริษัทเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้วางแผนเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าวแล้ว โดยดำเนินการผ่านบริษัทย่อย คือ บริษัท ไพรม์ ไทม์ เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด และบริษัทร่วม คือ บริษัท ไพรม์ ไทม์ โซลูชั่น จำกัด เพื่อให้บริการลูกค้ารับชมภาพยนตร์ผ่าน Application ภายใต้ชื่อทางการค้า “Primetime” ซึ่งนอกจากจะช่วยลดค่าใช้จ่ายจากการบริหารสินค้าแล้ว ยังถือเป็นการลดข้อจำกัดในการเข้าถึงสินค้าของบริษัท จึงถือเป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับผู้บริโภค ซึ่งจะสามารถรองรับและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีศักยภาพได้เป็นอย่างดี

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทและบริษัทย่อยมีทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ประกอบด้วย

ส่วนปรับปรุงอาคารเช่าและอุปกรณ์

บริษัทมีส่วนปรับปรุงอาคารเช่าและอุปกรณ์ จำนวน 93.50 ล้านบาท ซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทและบริษัทย่อย และเป็นทรัพย์สินที่ไม่มีภาระผูกพัน ประกอบด้วย

รายการ	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ส่วนปรับปรุงอาคารเช่า	บริษัท/บริษัทย่อย	45.25	-ไม่มี-
2. เครื่องจักร	บริษัทย่อย	32.9624.92	-ไม่มี-
3. เครื่องใช้สำนักงานและเครื่องตกแต่ง	บริษัท/บริษัทย่อย	3.223.81	-ไม่มี-
4. อุปกรณ์และเครื่องคอมพิวเตอร์	บริษัท/บริษัทย่อย	8.3612.41	-ไม่มี-
5. ยานพาหนะ	บริษัท/บริษัทย่อย	3.714.00	-ไม่มี-
รวม		93.50	

ค่าความนิยม

กลุ่มบริษัทมีค่าความนิยมที่เกิดจากการซื้อเงินลงทุนในบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท บัน จำกัด มูลค่ารวม 48.84 ล้านบาท

สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน

กลุ่มบริษัทมีสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนทั้งสิ้น 7.83 ล้านบาท อันประกอบด้วย

- โปรแกรมคอมพิวเตอร์คิดมูลค่าตามบัญชีรวม 7.07 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วยค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ต่างๆ และค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์แวร์ที่บริษัทใช้ในการดำเนินธุรกิจ อาทิเช่น โปรแกรมระบบบัญชี ระบบจัดการคลังสินค้า และระบบบริหารจัดการข้อมูลจากหน้าร้าน เป็นต้น รวมถึงค่าพัฒนาเว็บไซต์ของบริษัท
- สิทธิการเช่า มูลค่าตามบัญชีรวม 0.76 ล้านบาท ซึ่งเป็นค่าสิทธิการเช่าและตัดจำหน่ายสะสม

ลิขสิทธิ์ภาพยนตร์

ลิขสิทธิ์ภาพยนตร์เป็นมูลค่าของสิทธิในภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ และบันทึกการแสดงที่บริษัทได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิตามที่กำหนดในสัญญาที่ทำกับเจ้าของลิขสิทธิ์ ณ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ และบันทึกการแสดง มูลค่าตามบัญชีรวม 37.74 ล้านบาท



สิทธิการเช่า

กลุ่มบริษัทมีการเช่าพื้นที่อาคารในห้างสรรพสินค้าต่างๆ โดยชำระค่าเช่าล่วงหน้ามูลค่าตามบัญชีทั้งสิ้น 12.78 ล้านบาท โดย

สิทธิการเช่า	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)	ระยะเวลา (ณ 31 ธ.ค. 57)	ภาระค่าประกัน
1. ชั้น 2 เลขที่ 233 อุทยานการค้า กาดสวนแก้ว	1.21	4 ปี	วงเงินเบิกเกินบัญชี 60 ล้านบาท
2. ห้องเลขที่ จี15/2 ชั้นจี ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า พระราม 3	1.95	14 ปี	
3. สิทธิในการเช่าใช้พื้นที่ขายสินค้าใน ห้างสรรพสินค้า	9.62	ประมาณ 3 ปี (ต่อสัญญาครั้งละ 3 ปี)	- ไม่มี -

เครื่องหมายการค้า

ณ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีเครื่องหมายการค้าที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ 2 รายการโดยเครื่องหมายการค้าดังกล่าวมีอายุ 10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียนและสามารถต่ออายุได้ทุกๆ 10 ปี ดังนี้

เครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	เลขทะเบียน	วันที่ยื่นจดทะเบียน
	บริษัท	ค315600	30 เมษายน 2552
	บริษัทย่อย	ค256060	18 ตุลาคม 2548

5.2 สัญญาสำคัญในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทและบริษัทย่อยมีสัญญาหลักในการประกอบธุรกิจอันแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. สัญญาเช่าอาคารสำนักงานและพื้นที่ร้านค้า
 - 1.1 สัญญาเช่าอาคารสำนักงานและโกดัง

คู่สัญญา	ระยะเวลา	วัตถุประสงค์การเช่า	รายละเอียด
บริษัท เอ็ม.ซี.พร็อพเพอร์ตี้ แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (เป็นบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง สามารถดูรายละเอียดได้ในส่วน ที่ 2.11 รายการระหว่างกัน)	3 ปี 1 ส.ค. 56 - 31 ก.ค. 59	เพื่อใช้เป็นที่พักจอดรถ และโกดังเก็บแผ่น ซีดี/ดีวีดี	ที่ดินโฉนด 338780 - 33882 พื้นที่ 299 ตารางวาหรือประมาณ 1,200 ตารางเมตร ในซอยจิตราอนุเคราะห์ ถ.รามคำแหง แขวง หัวหมาก เขตบางกะปิ กทม. อัตราค่าเช่า 100,000 บาทต่อเดือน

คู่สัญญา	ระยะเวลา	วัตถุประสงค์การเช่า	รายละเอียด
		เพื่อใช้เป็นอาคารสำนักงาน	อาคารสำนักงาน 3 ชั้น พื้นที่ 870 ตารางเมตร ตั้งอยู่เลขที่ 19 ซอยจิตราวุธเคราะห์ ถ.รามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กทม. อัตราค่าเช่า 150,000 บาทต่อเดือน
		เพื่อใช้เป็นอาคารประชาสัมพันธ์	อาคาร 3 ชั้น พื้นที่ 450 ตารางเมตร ตั้งอยู่เลขที่ 21, 23 ซอยจิตราวุธเคราะห์ ถ.รามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กทม. อัตราค่าเช่า 65,000 บาทต่อเดือน
		เพื่อเป็นโกดังเก็บแผ่นซีดี/ดีวีดี หนังสือและอุปกรณ์อื่น	โกดังสินค้า พื้นที่ 2,500 ตารางเมตร เลขที่ 15, 15/1 ซอยกรุงเทพกรีฑา 20 แยก 3 แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กทม. อัตราค่าเช่า 375,000 บาท ต่อเดือน (150 บาทต่อ ตรม.)
นางฮานะห์ โพธิ์จัน	3 ปี 15 พ.ค. 55 - 15 พ.ค. 58 (ปัจจุบันยกเลิกสัญญาไปแล้ว)	เพื่อเป็นโกดังเก็บแผ่นซีดี/ดีวีดี หนังสือและอุปกรณ์อื่นๆ	โกดังสินค้า พื้นที่ 1,072 ตารางเมตร เลขที่ 269 ซอยกรุงเทพกรีฑา แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กทม. อัตราค่าเช่า 170,000 บาท ต่อเดือน (159 บาทต่อตรม.)

1.2 สัญญาเช่าพื้นที่ร้านค้าและสัญญาบริการ

ณ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีการทำสัญญาเช่าพื้นที่ร้านค้ากับศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า และผู้ให้เช่าทั่วไป โดยมีสาระสำคัญของสัญญาดังนี้

คู่สัญญา	: ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า และผู้ให้เช่าทั่วไป
ระยะเวลาเช่า	: ไม่เกิน 3 ปี เมื่อครบกำหนดสามารถต่อสัญญาได้ โดยให้มีการตกลงเงื่อนไขและอัตราค่าเช่ากันใหม่
การจ่ายชำระค่าเช่า	: 1) ค่าเช่าและค่าบริการรายเดือนโดยปรับค่าเช่าและค่าบริการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยในอัตราร้อยละ 3 - 5 ต่อปี หรือ 2) ส่วนแบ่งรายได้ของสาขานั้นๆ โดยมีเงื่อนไขกำหนดส่วนแบ่งรายได้ขั้นต่ำตามแต่ที่ตกลงในสัญญา

2. สัญญาลิขสิทธิ์

ณ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทได้รับสิทธิในภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศ รายการโทรทัศน์ และบันทึกการแสดง จากเจ้าของลิขสิทธิ์ โดยมีเงื่อนไขของสัญญาลิขสิทธิ์แตกต่างกันขึ้นกับคู่สัญญาแต่ละราย ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

คู่สัญญา	: เจ้าของลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ คอนเสิร์ต ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
ระยะเวลาของสัญญา	: 2 - 7 ปี โดยมีอายุสัญญาเฉลี่ย 5 ปี

- ลักษณะของสิทธิที่ได้รับ : สิทธิในการแพร่ภาพผ่านสื่อทั้งในโรงภาพยนตร์ โทรทัศน์ อินเตอร์เน็ต และการผลิตแผ่น วีซีดี ดีวีดี และบลูเรย์ เพื่อจำหน่ายในประเทศไทย และ/หรือ จัดจำหน่ายในร้านดีเอ็นเอ (DNA) ที่อยู่ในประเทศไทย
- เงื่อนไขการจ่ายชำระค่าตอบแทน : แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ ชำระค่าตอบแทนทั้งหมดหลังวันที่ทำสัญญา และส่วนแบ่งรายได้หรือ Royalty fee จากการแพร่ภาพผ่านสื่อต่างๆ และจากการจัดจำหน่ายแผ่นให้กับร้านขาย/เช่า โดยมีอัตราค่าตอบแทนระหว่างร้อยละ 20 – 50 ของรายได้ ทั้งนี้สัญญาลิขสิทธิ์ส่วนมากมีเงื่อนไขการชำระค่าตอบแทนทั้งหมดเมื่อทำสัญญา

3. สัญญาร่วมผลิตข่าววิทยุต้นชั่วโมง

- คู่สัญญา : บริษัท เอ.ซี.เรคคอร์ดส์ จำกัด (“ผู้ได้รับสิทธิ”) โดยเป็นผู้ได้รับสิทธิในการบริหารจัดการช่วงเวลาโฆษณาทางวิทยุในช่วงเวลารายการข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกรมประชาสัมพันธ์
- ลักษณะของสิทธิที่ได้รับ : สิทธิในการบริหารจัดการช่วงเวลาโฆษณาทางวิทยุในช่วงเวลารายการข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกรมประชาสัมพันธ์ซึ่งส่งกระจายเสียงวันละ 13 ครั้ง ทุกวันตั้งแต่ 6.00 น. – 1.00 น. ของวันใหม่ โดยบริษัทได้สิทธิบริหารช่วงเวลาโฆษณาเป็นเวลา 1.30 นาทีต่อการออกอากาศหนึ่งครั้ง
- ระยะเวลาของสัญญา : 1 ปี (1 เมษายน 2557 – 1 มีนาคม 2558)
- เงื่อนไขการจ่ายชำระค่าตอบแทน : จ่ายชำระค่าดำเนินการจำนวน 4.4 ล้านบาท ณ วันที่ทำสัญญา และจ่ายชำระค่าตอบแทนในอัตรา 1.375 ล้านบาทต่อเดือน ทั้งนี้บริษัทได้วางเงินค้ำประกันจำนวน 1.11 ล้านบาท ตลอดอายุสัญญา

4. สัญญาบริการอื่นๆ

บริษัททำสัญญาบริการอื่นๆ กับผู้ประกอบการจากภายนอกซึ่งไม่ใช่บุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง โดยมีสาระสำคัญของสัญญาดังนี้

สัญญาว่าจ้างกระจายสินค้า

- คู่สัญญา : ผู้กระจายสินค้าและขนส่งสินค้าในประเทศ 2 ราย
- ประเภทการบริการ : จัดสินค้าและกระจายสินค้าของบริษัทไปยังจุดจำหน่ายต่างๆ ในประเทศขนส่งสินค้ารับคืนจากจุดจำหน่าย
- อัตราและเงื่อนไขการบริการ : กำหนดค่ากระจายสินค้าตามพื้นที่ แบ่งเป็นเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และจังหวัดอื่นๆ โดยคิดอัตราค่าขนส่งตามปริมาณและประเภทของสินค้า และมีเงื่อนไขการรับประกันและชดเชยค่าเสียหายในกรณีที่จัดส่งสินค้าไม่ครบถ้วน สินค้าสูญหาย หรือสินค้าส่งผิดที่เกินกว่าจำนวนที่กำหนดตามสัญญา โดยผู้กระจายสินค้ามีการจัดสรรพื้นที่พัสดุสินค้าของบริษัทมิให้ปะปนกับของผู้อื่น

5.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและการบริหารงานในบริษัทย่อยและกิจการร่วมค้าของบริษัทย่อย

บริษัท มีนโยบายการลงทุนในกิจการที่สามารถเอื้อประโยชน์กับบริษัท ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน โดยการลงทุนในบริษัทย่อยบริษัทจะต้องมีอำนาจควบคุมหรือกำหนดนโยบายบริหาร ส่วนในบริษัทร่วมจะต้องมีสิทธิในการส่งตัวแทนของบริษัทเข้าร่วมในการเป็นกรรมการตามสัดส่วนการถือหุ้น

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ในปัจจุบัน บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ และมีผลกระทบด้านลบต่อบริษัทในมูลค่าสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

1. ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

ชื่อบริษัท	: บริษัท ดีเอ็นเอ 2002 จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 19 ซอยรามคำแหง 22 (จิดรานูเคราะห์) แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: จัดจำหน่ายสินค้าประเภทสื่อโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107554000143
โทรศัพท์	: (662) 716-2233
โทรสาร	: (662) 718-7026
เว็บไซต์บริษัท	: www.dna2002.com
จำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด	: หุ้นสามัญ 753,333,184 หุ้น (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557)

2. นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้ว

ชื่อบริษัท	: บริษัท ดีเอ็นเอ เรฟิวลันซ์ จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 19 ซอยรามคำแหง 22 (จิดรานูเคราะห์) แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
ประเภทธุรกิจ	: สื่อโฆษณาและบันเทิง
โทรศัพท์	: (662) 716-2233
โทรสาร	: (662) 718-7026
ทุนจดทะเบียน	: 70,000,000 บาท
จำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด	: หุ้นสามัญ 7,000,000 หุ้น

ชื่อบริษัท : บริษัท บัน จำกัด
 ประเภทธุรกิจ : จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม
 ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 99 หมู่ที่ 8 อาคารศูนย์การค้าเซียร์รังสิต ชั้น 4 ห้อง เอฟบี 32-36 ถนนพหลโยธิน ตำบลคูคต อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
 โทรศัพท์ : (662) 992-6777
 โทรสาร : (662) 992-7079
 ทุนจดทะเบียน : 80,000,000 บาท
 จำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด : หุ้นสามัญ 8,000,000 หุ้น

ชื่อบริษัท : บริษัท สมอลล์รูม จำกัด
 ประเภทธุรกิจ : ธุรกิจบันเทิงอันเกี่ยวเนื่องกับเพลง ผลิตและสร้างสรรค์งานเพลง
 ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 777 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
 โทรศัพท์ : (662) 261-7826
 โทรสาร : (662) 261-7648-9
 ทุนจดทะเบียน : 9,000,000 บาท
 จำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด : หุ้นสามัญ 90,000 หุ้น

ชื่อบริษัท : บริษัท ดีเอ็นเอ เฟรชแอร์ จำกัด
 ประเภทธุรกิจ : สื่อโฆษณา
 ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 23/6 - 7 ชั้น 2 - 4 ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระราม 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร
 โทรศัพท์ : (662) 203-0075
 โทรสาร : (662) 203-0077
 ทุนจดทะเบียน : 60,000,000 บาท
 จำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด : หุ้นสามัญ 600,000 หุ้น

ชื่อบริษัท : บริษัท ไพร์มไทม์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด
 ประเภทธุรกิจ : ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านเนื้อหาสื่อบันเทิงในระบบดิจิทัลมีเดีย
 ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 71 อาคารเอส.เค.บูตวิลด์ ชั้นที่ 11 ถนนกรุงธนบุรี แขวงคลองตันใต้ เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร
 โทรศัพท์ : 02-862-1668
 โทรสาร : 02-862-1616
 ทุนจดทะเบียน : 100,000,000 บาท
 จำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด : หุ้นสามัญ 1,000,000 หุ้น

ชื่อบริษัท : บริษัท ไพร์มไทม์ โซลูชั่น จำกัด

ประเภทธุรกิจ : ดำเนินธุรกิจออกแบบ ผลิต จำหน่าย และเป็นพี่ปรึกษาในการจัดทำ
ผลิตภัณฑ์มัลติมีเดียเทคโนโลยีมัลติมีเดีย และแอนิเมชัน โดยเฉพาะการ
ให้บริการด้าน Platform เพื่อรับชมเนื้อหาสื่อบันเทิง

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 71อาคารเอส.เค.บูตวิล์ ชั้นที่ 11 ถนนกรุงธนบุรี แขวงคลองตันใต้
เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร

โทรศัพท์ : 02-862-1668

โทรสาร : 02-862-1616

ทุนจดทะเบียน : 50,000,000 บาท

จำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด : หุ้นสามัญ 500,000 หุ้น

บุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์

ชื่อบริษัท : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวง
คลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์ : (662) 229-2800
โทรสาร : (662) 654-5427

ผู้สอบบัญชี

ชื่อบริษัท : บริษัท ไพร์วอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ เอบีเอส จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 179/74-80 อาคารบางกอกซิตี ชั้น 15 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ
เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์ : (662) 344-1000
โทรสาร : (662) 286-5050