ส่วนที่ 1
การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “ทีวี ธันเดอร์ฯ”) จดทะเบียนก่อตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2535 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้นเท่ากับ 1,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท โดยนายสมพงษ์ วรรณภิญโญ ผู้มีประสบการณ์อยู่ในสายธุรกิจบันเทิงมาอย่างยาวนาน ต่อมาบริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2557

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายระยะยาวของบริษัทฯ

คณะกรรมการบริษัท กำหนดให้มีการพิจารณาทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายระยะยาวของบริษัทฯ เป็นประจำทุกปี เพื่อกำหนดเป้าหมายและทิศทางในการดำเนินงานของบริษัทฯ และปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องเหมาะสม โดยในช่วงปีที่ผ่านมามีการทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายระยะยาวจำนวน 1 ครั้ง โดยมีมติให้ปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายระยะยาวของบริษัทเพื่อให้มีความทันสมัยและเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันของกลุ่มบริษัท ดังนี้

วิสัยทัศน์

ผู้ให้บริการสื่อบันเทิงที่ดีที่สุด

พันธกิจ

- พัฒนาระบบจัดการธุรกิจให้มีผลงานที่ได้การยอมรับในระดับโลก (World class entertainment contents) เพื่อสนับสนุนและเป็นกลไกขับเคลื่อนและส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของกิจการ
- พัฒนาเป็นผู้ประกอบการที่สามารถนำเสนอเนื้อหาที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและครอบคลุมทุก Platform ที่เชื่อมโยงโครงข่ายการให้บริการทั้งภายในและภายนอกประเทศ
- พัฒนา เพิ่มพูน สร้างการใช้ประโยชน์สินทรัพย์ในเชิงธุรกิจ เพื่อให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม ได้รับผลตอบแทนในอัตราที่เหมาะสม และเป็นส่วนสนับสนุนการเติบโตขององค์กร
- ปรับโครงสร้างองค์กรให้มีสมรรถนะสูง เพื่อสนับสนุนบริการและการดำเนินงานที่เป็นเลิศสู่ธุรกิจทุกรูปแบบ
- สร้างความนิยมและการยอมรับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและกลุ่มเป้าหมายต่อการดำเนินการของกิจการ และบทบาทความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ เพื่อสร้างการเติบโตและความเป็นอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน

เป้าหมายระยะยาว

เป็นบริษัทผู้ผลิตคอนเทนท์ชั้นนำ ที่มีคุณภาพทั้งในประเทศและสากล ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจผลิตและให้บริการผลิตรายการโทรทัศน์ รับจัดงานอีเว้นท์ จำหน่ายหนังสือที่สืบเนื่องจากการทำรายการโทรทัศน์ ขายสื่อโฆษณาและให้บริการสตูดิโอ โดยบริษัทมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์ความสนุกและความสุขที่สอดแทรกสาระ ความรู้ และคติเตือนใจให้กับผู้ชมรายการ ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทได้ผลิตรายการ

หลากหลายประเภทเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชม อาทิ ละครดรามา่ (Drama) ละครซิทคอม (Sit Com) เกมโชว์ (Game Show) วาไรตี้โชว์ (Variety Show) เรียลลิตี้ โชว์ (Reality Show) ทอล์คโชว์ (Talk Show) และสารคดี (Documentary) เป็นต้น โดยบริษัทได้รับรางวัลต่างๆ มากมายที่ถือเป็นเครื่องยืนยันคุณภาพการผลิตรายการของบริษัทได้เป็นอย่างดี อาทิ รางวัลโทรทัศน์ทองคำ รางวัลเมขรา รางวัลราชบัณฑิตยสภา รางวัลช่อสะอาด รางวัลเพชรกนก รางวัลพระราชทานเสมาธรรมจักร และประกาศเกียรติคุณจรรยาบรรณดีเด่นจากหอการค้าไทย เป็นต้น

บริษัทฯ มีเหตุการณ์สำคัญในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ดังนี้

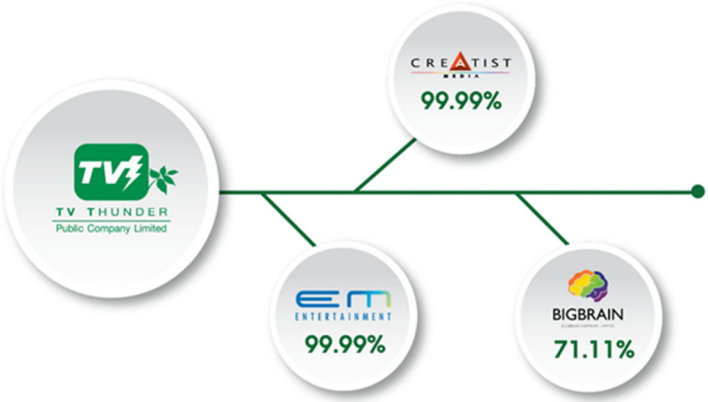
ปี 2558	●	บริษัทได้รับประกาศนียบัตร ด้านระบบบริหารงานคุณภาพ ISO 9001:2008 (Certificate of Quality Management System – ISO 9001:2008 จาก The British Standards Institution)
	●	บริษัทได้รับรางวัลโทรทัศน์ทองคำ ครั้งที่ 29 ประจำปี 2557 ประเภท รางวัลละครเด็กและเยาวชนดีเด่น จากรายการหลวงตามหาชน
	●	บริษัทได้ดำเนินการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) โดยเปิดให้จองซื้อระหว่างวันที่ 27 - 29 เมษายน 2558 ในราคาเสนอขายหุ้นละ 2.00 บาท จำนวนหุ้นที่เสนอขายทั้งหมด 800,000,000 หุ้น และตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้ประกาศรับหลักทรัพย์ของบริษัทเข้าเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนเมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2558 และหุ้นของบริษัทเริ่มทำการซื้อขายเมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2558 เป็นวันแรกเช่นเดียวกัน
	●	บริษัทฯ ได้รับรางวัล “ราชบัณฑิตยสภาสรรเสริญผู้ใช้ภาษาไทยดีเด่น ประจำปี 2558 จัดโดยราชบัณฑิตยสภา
	●	บริษัทฯ ได้รับรางวัลโล่เกียรติยศ “ช่อสะอาด ประจำปี 2558” ประเภทสร้างสรรค์สื่อดีเด่นด้านสนับสนุนและส่งเสริมการป้องกันและปราบปรามการทุจริต จัดโดย สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ปปช.)
	●	บริษัทฯ ได้รับรางวัล “พระราชทาน เสมาธรรมจักร ประจำปี 2558” สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีฯ ประเภทผู้ทำคุณประโยชน์จต่อพระพุทธศาสนา โดยกรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม
	●	บริษัทฯ ได้รับรางวัล “เพชรกนก ประจำปี 2558” ประเภทองค์กรศรีแผ่นดินบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ โดยสมาคมผู้ผลิตรายการภาพและเสียง
	●	บริษัทฯ ได้รับรางวัล “คนดีแบบอย่างแผ่นดิน ประจำปี 2558” ประเภทสร้างสรรค์สนับสนุนสังคมดีเด่น โดยชมรมทดแทนคุณแผ่นดิน
	●	บริษัทฯ ลงทุนก่อสร้าง Green Park Studio
ปี 2559	●	วันที่ 3 มิถุนายน 2559 บริษัทได้จัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน) รุ่นที่ 1 (“TVT-W1”) โดยจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น ในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 4 หุ้น : 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ อายุใบสำคัญแสดงสิทธิมีระยะเวลา 2 ปีนับแต่วันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิ (วันที่ 17 พฤษภาคม 2559) ถึงวันที่ 16 พฤษภาคม 2561 (วันที่ครบกำหนดอายุใบสำคัญแสดงสิทธิและวันใช้สิทธิครั้งสุดท้าย)

	●	วันที่ 4 กรกฎาคม 2559 บริษัทได้ลงนามในสัญญาร่วมลงทุนกับนายเจษฎา โอสภาเลิศ และนางสาวศิรินาฎ กุนธร ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกที่ไม่มีความเกี่ยวโยงใดกับบริษัท เพื่อร่วมจัดตั้งบริษัทร่วมทุน โดยใช้ชื่อ “บริษัท บิ๊กเบรน จำกัด” ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการรับจ้างผลิตสื่อโฆษณา รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ออกแบบโฆษณารวมทั้งเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์สื่อโฆษณาทุกช่องทาง เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าและเพิ่มกำลังผลิตรายการให้ครบวงจร โดยเข้าถือหุ้นจำนวน 40,800 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 51.00 ของจำนวนหุ้นจดทะเบียนรวม 80,000 หุ้นมูลค่าหุ้นละ 100 บาท รวมเป็นทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 8,000,000 บาท
	●	วันที่ 8 สิงหาคม 2559 บริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน) ทำพิธีเปิด “TVT Green Park Studio” (ทีวี ที กรีนพาร์ค สตูดิโอ) โมเดิร์นสตูดิโอที่มีขนาดใหญ่และทันสมัยที่สุดมาตรฐานระดับสากล รองรับการผลิตรายการโทรทัศน์ , ภาพยนตร์ ,ละคร ,โฆษณาและงานอีเว้นท์ต่าง ๆ โดยเปิดให้บริการทั้งหมดจำนวน 3 สตูดิโอ บนเนื้อที่กว่า 8 ไร่
	●	บริษัทฯ ได้รับรางวัล “โทรทัศน์ ทองคำ” ครั้งที่ 30 จัดโดยชมรมส่งเสริมโทรทัศน์ มูลนิธิจำนง รังสิกุล และกรมส่งเสริมวัฒนธรรม
	●	บริษัทฯ ได้รับรางวัล “12 ผู้ผลิตรายการแห่งปี” จัดโดย ดาราเดลลี่
ปี 2560	●	วันที่ 31 พฤษภาคม 2560 บริษัทได้เข้าลงนามในสัญญาร่วมลงทุนใน บริษัท โมอินดี้ ดิจิตอล จำกัด (“MID”) โดยบริษัทเข้าถือหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น และหุ้นบุริมสิทธิจำนวน 10,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 40 ของจำนวนหุ้นจดทะเบียนรวม 50,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
	●	ที่ประชุมคณะกรรมการบริหารครั้งที่ 5/2560 เมื่อ 18 กรกฎาคม 2560 ของ บริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ได้มีมติอนุมัติให้บริษัท อีเอ็ม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (“EM”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท เข้าร่วมลงทุนใน กิจการร่วมค้า Startup Stars บริษัท เฟิร์ส วิชัน แอดเวนเทจ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตรายการเรียลลิตี้โชว์
	●	วันที่ 12 กันยายน 2560 บริษัท อีเอ็ม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (“EM”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท เข้าลงนามในสัญญาร่วมลงทุนในกิจการร่วมค้า Startup Stars เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตรายการเรียลลิตี้โชว์ โดย (“EM”) เข้าร่วมลงทุนเป็นจำนวนเงิน 2 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนการลงทุนร้อยละ 50.00
	●	บริษัทฯ ได้รับประทานรางวัล “ประชาบดี และเข็มเชิดชูเกียรติ ประจำปี 2560” จากพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลี พระวรราชาทินัดดามาตุ ในฐานะผู้ทำคุณประโยชน์แก่ผู้อยู่ในสภาวะยากลำบากที่ประพฤติตนดีเด่น จากละครเรื่องหลวงตามหาชน ตอนต่างด้าวไม่ต่างใจ จัดโดยกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
	●	บริษัทฯ ได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณ ในฐานะผู้ให้การสนับสนุนโครงการ SMART VILLANGE ปฏิบัติการเพิ่มมูลค่ายกระดับการจัดงานไมซ์ในพื้นที่ชุมชนเพื่อสร้างรายได้แก่เศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน จัดโดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
ปี 2561	●	วันที่ 10 มีนาคม 2561 บริษัทฯ ได้เข้าทำสัญญาร่วมทุน เพื่อจัดตั้งบริษัทร่วมทุน “ทริปเปิ้ล เอส อินเตอร์แอคทีฟ จำกัด ดำเนินธุรกิจให้บริการเกมส์ออนไลน์ และพัฒนาโปรแกรมซอฟท์แวร์สำหรับการเล่นเกมส์ออนไลน์ โดยบริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน) เข้าถือหุ้นสามัญจำนวน 25,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 50.00 ของจำนวนหุ้นจดทะเบียน 50,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท

	●	ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 5/2561 เมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2561 ของ บริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ได้มีมติอนุมัติให้บริษัท อีเอ็ม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (“EM”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ขยายการประกอบธุรกิจไปยังธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางค โดยการลงทุนในบริษัท มีราญ่า จำกัด (“MERAYA”) โดยถือหุ้นจำนวน 47,999 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนการลงทุนร้อยละ 94.998 ของจำนวนหุ้นจดทะเบียน 50,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
	●	บริษัทฯ ได้รับประทานรางวัล “ประชาบดี และเข็มเชิดชูเกียรติ ประจำปี 2561” จากพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลี พระวรราชาทินัดดามาตุ ในฐานะผู้ทำคุณประโยชน์แก่ผู้อยู่ในสภาวะยากลำบากที่ประพฤติตนดีเด่น จากละครเรื่องหลวงตามหาชน ตอนต่างด้าวไม่ต่างใจ จัดโดยกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
	●	บริษัทฯ ได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณ “สุดยอดนวัตกรรมสร้างสรรค์แห่งปี 2561” จัดโดยกระทรวงวัฒนธรรม โดยมีพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เป็นประธานในพิธี
	●	บริษัทฯ ได้รับรางวัลโล่เกียรติยศ “ช่อสะอาด ประจำปี 2561” ในฐานะผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่สร้างสรรค์ผลงานด้านสื่อที่มีเนื้อหาในการปลูกฝังและส่งเสริมคุณธรรม จากละครเรื่องหลวงตามหาชน ตอน ติดสินบน จัดโดย สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ปปช.)
	●	บริษัทฯ ได้รับโล่รางวัล “ผู้ทำคุณประโยชน์ต่อสำนักงานประกันสังคม ประจำปี 2561” จัดโดยสำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน โดยพลตำรวจเอก อดุลย์ แสงสิงแก้ว รัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน เป็นประธานในพิธี
	●	บริษัทฯ ได้รับรางวัล โกลด์ เพลย์ บอทเทิล (Gold Play Button) จากยูทูป ในฐานะที่ TV THUNDER OFFICEIAL มียอดผู้ติดตามมากกว่า 1 ล้านคน
ปี 2562	●	เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2562 บริษัทได้โอนขายหุ้นทั้งหมดที่บริษัทถืออยู่ในบริษัท โมอินดี้ ดิจิตอล จำกัด จำนวน 20,000 หุ้น ให้กับ AnyMind Group Limited ในราคาหุ้นละประมาณ 2,667 บาท เป็นเงินจำนวนรวมทั้งสิ้น 53,326,167.80 บาท โดยรับชำระด้วยเงินสดส่วนหนึ่งและด้วยหุ้นของ AnyMind Group Limited อีกส่วนหนึ่ง
	●	วันที่ 19 สิงหาคม 2562 บริษัทฯ ได้อนุมัติให้ปิดกิจการ บริษัท มีราญ่า จำกัด (“MERAYA”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 94.998 ของทุนจดทะเบียนของ MERAYA เลิกกิจการ
	●	บริษัทฯ ได้รับรางวัลโล่เกียรติยศ “ช่อสะอาด ประจำปี 2562” ในฐานะผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่สร้างสรรค์ผลงานด้านสื่อที่มีเนื้อหาในการปลูกฝังและส่งเสริมคุณธรรม จากละครเรื่องหลวงตามหาชน ตอน อ้ายมันคนจน จัดโดย สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ปปช.)
	●	วันที่ 11 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ ได้อนุมัติให้ปิดกิจการ บริษัท อีเอ็ม เอ็นเตอร์เทนเม้นต์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียนของ EM เลิกกิจการ
ปี 2563	●	ได้รับรางวัลโล่เกียรติยศ “ช่อสะอาด ประจำปี 2563” ในฐานะผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่สร้างสรรค์ผลงานด้านสื่อที่มีเนื้อหาในการปลูกฝังและส่งเสริมคุณธรรม จากละครเรื่องหลวงตามหาชน ตอน ฉลาดแกมโกง จัดโดย สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ปปช.)

	●	ได้รับคะแนนประเมน CG ในระดับ “ดีมาก” (4ดาว) จากผลสำรวจของสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ที่ทำการสำรวจบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในปี 2563

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



■ บริษัทย่อยในเครือ ที่บริษัทร่วมลงทุน มีดังนี้

- บริษัท ครีเอทิส มีเดีย จำกัด (CMED) ดำเนินธุรกิจผลิตและรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ โดยเน้นผลิตรายการที่ซื้อลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ (International Format) ซึ่งบริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน) เข้าถือหุ้นจำนวน 99,995 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 99.99 ของจำนวนหุ้นจดทะเบียนรวม 100,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท รวมเป็นทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 10,000,000 บาท

- บริษัท บิ๊กเบรน จำกัด (BB) ดำเนินธุรกิจให้บริการผลิตรายการโทรทัศน์ และรับจัดงานอีเว้นท์ ซึ่งบริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน) เข้าถือหุ้นจำนวน 96,500 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 71.11 ของจำนวนหุ้นจดทะเบียนรวม 135,700 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท รวมมีทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 8,000,000 บาท

หมายเหตุ :

1. **บริษัท ทริปเปิ้ล เอส อินเตอร์แอคทีฟ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยในเครือ / บริษัทร่วม ที่บริษัทร่วมลงทุน เลิกกิจการ อยู่ระหว่างชำระบัญชี**
2. **บริษัท บริษัท มีราญ่า จำกัด ได้จดทะเบียนเสร็จการชำระบัญชี เมื่อวันที่** 15 **มิถุนายน** 2563
3. **บริษัท อีเอ็ม เอ็นเตอร์เทนเม้นต์ จำกัด ได้จดทะเบียนเลิกบริษัท เมื่อวันที่** 25 **ธันวาคม** 2562 **และได้จดทะเบียนเสร็จการชำระบัญชี เมื่อวันที่** 8 **ม.ค.**2564

2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

การประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย แบ่งได้เป็น 4ธุรกิจหลัก ทั้งนี้รายละเอียดของแต่ละธุรกิจสามารถสรุปได้ดังนี้

1) ธุรกิจโฆษณา ซึ่งเกิดจากการผลิตรายการโทรทัศน์ และรายการบันเทิงต่าง ๆ
2) ธุรกิจให้บริการ ซึ่งเกิดจากการรับจ้างผลิตรายการ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การให้บริการสตูดิโอถ่ายทำ
3) ธุรกิจบริหารศิลปิน
4) ผลิตและจำหน่ายหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊ค ขายสื่อโฆษณา

โครงสร้างรายได้

บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้จากการดำเนินธุรกิจได้แก่ 1) รายได้ค่าโฆษณา ซึ่งเกิดจากธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ 2) รายได้จากการให้บริการ ซึ่งเกิดจากธุรกิจให้บริการ อาทิ รับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ รับจ้างจัดงานอีเว้นท์ (Event) 3) รายได้จากการบริหารศิลปิน และ 4) รายได้จากการขาย โดยในปี 2560 ถึงปี 2563 ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

รายได้แยกประเภท	งบการเงินรวม (ตรวจสอบ)					
	งวดบัญชีสิ้นสุด 31 ธ.ค. 61		งวดบัญชีสิ้นสุด 31 ธ.ค. 62		งวดบัญชีสิ้นสุด 31 ธ.ค. 63	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้ค่าโฆษณา	202.72	38.53%	168.39	42.47%	134.36	45.49%
รายได้จากการให้บริการ	316.63	60.19%	220.64	55.65%	155.45	52.63%
รายได้จากการบริหารศิลปิน	3.61	0.69%	5.69	1.44%	3.85	1.30%
รายได้จากการขาย	-	-	0.07	0.01%	0.34	0.12%
รวมรายได้	522.96	99.41%	394.78	99.57%	294.00	99.54%
รายได้อื่น	3.11	0.59%	1.72	0.43%	1.37	0.46%
รายได้รวม	526.08	100.00%	396.50	100.00%	295.37	100.00%

ที่มา : ข้อมูลจากบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทและ CMED ดำเนินธุรกิจโฆษณา ซึ่งเกิดจากการผลิตรายการโทรทัศน์ โดยการเช่าช่วงเวลาจากทางสถานีหรือช่องโทรทัศน์ต่างๆ เพื่อออกอากาศรายการที่ผลิต ซึ่งรายการที่บริษัทผลิตจะเป็นรายการที่มีลิขสิทธิ์เป็นของบริษัทเอง ในขณะที่รายการที่ CMED ผลิต จะเป็นรายการที่ CMED ซื้อลิขสิทธิ์มาจากต่างประเทศ ซึ่งรูปแบบการผลิตจะไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ยกเว้นได้รับการอนุมัติจากเจ้าของลิขสิทธิ์ โดยช่วงเวลาที่บริษัท และ CMED ซื้อจากสถานีเพื่อออกอากาศ จะมีเวลาช่วงหนึ่งที่ถูกนำมาสร้างรายได้ โดยการขายเวลาออกอากาศให้กับลูกค้าที่ต้องการโฆษณาโปรโมทสินค้าและบริการ โดยรูปแบบการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่สถานีจะมีความแตกต่างไปตามเงื่อนไขที่สถานีกำหนด อาทิ จ่ายค่าเช่าช่วงเวลาออกอากาศ จ่ายค่าตอบแทนโดยให้ส่วนแบ่งรายได้จากค่าโฆษณา (Revenue Sharing) หรือจ่ายค่าตอบแทนโดยแบ่งช่วงเวลาในการขายโฆษณาให้สถานีนำไปขายเอง (Time Sharing) เป็นต้น ซึ่งบริษัทจะมีรายได้ก็ต่อเมื่อรายการที่บริษัทผลิตได้ออกอากาศทางสถานีเท่านั้น ซึ่งลูกค้าจะทำการตรวจสอบการออกอากาศของรายการที่ซื้อเวลาลงโฆษณา ร่วมกับเอกสารข้อมูลที่บริษัทจัดส่งให้เป็นหลักฐานการออกอากาศ อาทิ เทปหรือซีดีบันทึกรายการ เป็นต้น ทั้งนี้ ในปี 2562 บริษัทและ CMED มีรายการที่ผลิตและออกอากาศจำนวน 12 รายการ โดยแบ่งรายการเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1) เกมโชว์ (Game Show) ได้แก่ รายการโทรทัศน์ซึ่งมีรูปแบบที่นำแขกรับเชิญ ซึ่งอาจเป็นนักแสดงหรือผู้ชมจากทางบ้าน มาร่วมเล่นเกมเปิดป้าย หรือทายปัญหาในทุกรูปแบบ อาทิ ปัญหาในเชิงวิชาการ ปัญหาเชาว์ รวมถึงการเสี่ยงโชค เพื่อรับรางวัลและเงินรางวัลต่างๆ

2) เรียลลิตี้ โชว์ (Reality Show) ได้แก่ รายการโทรทัศน์ที่มีรูปแบบเป็นการแข่งขันประกวดความสามารถของผู้ชมทางบ้านที่เข้ามาร่วมแสดงความสามารถ ตามลักษณะการแข่งขันที่กำหนด เพื่อรับรางวัลและเงินรางวัลต่างๆ

3) เดตติ้งเกม (Dating Game) ได้แก่ รายการที่มีลักษณะเป็นรายการผู้ร่วมรายการทั้งฝ่ายชายและฝ่ายหญิงมีสิทธิ์ตัดสินใจที่จะออกเดตซึ่งกันและกัน

4) วาไรตี้โชว์ (Variety Show) หรือวาไรตี้ทอล์คโชว์ (Variety Talk Show) ได้แก่ รายการที่มีลักษณะพิธีกรหลักจะนั่งสนทนากับแขกรับเชิญในประเด็นที่แตกต่างและหลากหลาย

5) ละครซิทคอม (Sitcom) ได้แก่ รายการที่มีลักษณะ เป็นละครตลกเบาสมองที่ตัวละครในเรื่องจะได้พบเจอกับสถานการณ์ที่ไม่คาดฝันแตกต่างกันไปในแต่ละตอน

2.2 กลยุทธ์การดำเนินการและการตลาด

ธุรกิจผลิตรายการซึ่งก่อให้เกิดรายได้ค่าโฆษณา

- ศึกษาสภาพตลาดและความต้องการของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเมืองไทย

ทีมตลาดของบริษัทจะทำหน้าที่สอบถามไปยังสถานีโทรทัศน์ และลูกค้าที่ต้องการประชาสัมพันธ์สินค้า ถึงแนวโน้มความนิยมในการรับชมรูปแบบรายการโทรทัศน์อย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถปรับเปลี่ยนรายการให้เหมาะสมกับช่วงเวลา ซึ่งช่วยเพิ่มสีสันการรับชมรายการให้กับผู้ชม อีกทั้งยังเป็นการหลีกเลี่ยงความจำเจของเนื้อหาที่นำเสนอให้มีความน่าสนใจและน่าติดตามอยู่ตลอดเวลา และด้วยทีมครีเอทีฟที่มีคุณภาพและมีประสบการณ์ในธุรกิจสายบันเทิงมาอย่างยาวนานในการกำกับดูแลคิดค้นผลิตรายการใหม่ๆ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค และเหนือสิ่งอื่นใดบริษัทพยายามสอดแทรกแนวความคิดเพื่อพัฒนาสังคมเข้าไปในผลงานที่ผลิต โดยมุ่งหวังที่จะพัฒนาสังคมให้เป็นสังคมที่ดีงาม สอดคล้องกับสโลแกนของบริษัทคือ “กรีน เอ็นเตอร์เทนเม้นต์ (Green Entertainment) สังคมดี อารมณ์ดี”

นอกจากการศึกษาแนวโน้มของตลาด อีกปัจจัยที่ละเลยไม่ได้ คือ กลุ่มผู้บริโภค (ผู้ชมรายการโทรทัศน์) ที่เป็นส่วนสำคัญในการชี้วัดความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ ความสำเร็จวัดจากค่าความนิยมของรายการ ซึ่งจะวัดจากเรตติ้ง (Rating) ที่วัดโดยบริษัท เดอะ นีลเส็น คอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อไรก็ตามที่รายการเป็นที่นิยม และมีฐานผู้ชมเป็นจำนวนมาก นั้นหมายความถึง อัตราค่าโฆษณาของรายการนั้นจะมีโอกาสปรับตัวสูงขึ้นตามไปด้วย ดังนั้น การที่รายการมีผู้ชมจำนวนมาก ย่อมส่งผลให้ช่วงเวลาโฆษณาของรายการนั้นๆ เป็นที่ต้องการของบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) และผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์และบริการที่ต้องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ (Direct Customer) ทั้งนี้ บริษัทมีหน้าที่คิดค้นรายการที่แปลกใหม่และน่าสนใจนำเสนอต่อผู้ชมรายการโทรทัศน์ โดยมุ่งหวังที่รายการจะเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้ชมจำนวนมาก

- คุณภาพของการดำเนินงาน

การดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใด คุณภาพของงานที่นำเสนอออกสู่สายตาของลูกค้านั้นเป็นสิ่งสำคัญ โดยบริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน) ตระหนักในเรื่องนี้เป็นอย่างดี และให้ความสำคัญกับคุณภาพเป็นลำดับแรกๆ ของการเนินงานในทุกภาคส่วน เพราะเหตุว่าธุรกิจสายบันเทิงถือเป็นงานศิลปะที่ต้องใส่ใจในรายละเอียด และองค์ประกอบต่างๆ ต้องอาศัยผู้ที่มีความชำนาญและประสบการณ์ในการวางแผนกระบวนการผลิต การติดตาม ควบคุม และประเมินคุณภาพของการ

ดำเนินงานอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายการเงินที่มีหน้าที่ในการเบิกจ่ายงบประมาณรายการ อาทิ ในส่วนของรายการที่บริษัทเป็นผู้ผลิต งบประมาณจะถูกประเมินและตั้งขึ้นตามความเหมาะสม โดยทีมงานมีหน้าที่ในการบริหารงานให้อยู่ในกรอบของงบประมาณที่ได้ตั้งไว้ ฝ่ายดูแลการผลิตมีหน้าที่ในการดูแลการผลิต องค์ประกอบฉาก กล้อง แสงไฟ สถานที่ถ่ายทำ เพื่อให้ได้มาตรฐานและสามารถตอบโจทย์งานนั้นๆ ได้ นอกจากนี้ หลังจากที่การถ่ายทำเสร็จสิ้นลง ก็ต้องมีทีมตัดต่อที่มีความรู้ความชำนาญและประสบการณ์เข้ามาดูแลตัดต่อเทปรายการ ผ่านการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการดำเนินงาน เนื่องจากทุกเทปรายการที่ออกสู่สายตาประชาชนสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความใส่ใจ และความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงานของบริษัทได้เป็นอย่างดี

- การนำเสนองานต่อสถานีและการขายโฆษณาของบริษัท

รายได้ค่าโฆษณา ซึ่งเกิดจากการผลิตรายการโทรทัศน์ของบริษัทที่ต้องผ่านความเห็นชอบจากทางสถานีต่างๆ เพื่อขอซื้อเวลาในการออกอากาศ สามารถแบ่งรูปแบบการได้มาของรายการเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) การออกแบบรูปแบบรายการทั้งหมดสำหรับนำเสนอต่อทางสถานีเพื่อซื้อเวลา และ 2) สถานีเป็นฝ่ายแจ้งประเภทรายการที่ต้องการและช่วงเวลาให้กับบริษัท ซึ่งเงื่อนไขของสัญญากับแต่ละสถานีจะแตกต่างกันไป อาทิ บริษัทจ่ายเฉพาะค่าเช่าช่วงเวลาออกอากาศ หรือจ่ายค่าตอบแทนโดยให้ส่วนแบ่งรายได้จากค่าโฆษณา (Revenue Sharing) หรือจ่ายค่าตอบแทนโดยแบ่งช่วงเวลาในการขายโฆษณาให้สถานีนำไปขายเอง (Time Sharing) เป็นต้น ซึ่งบริษัทจะมีรายได้ก็ต่อเมื่อรายการที่บริษัทผลิตได้ออกอากาศทางสถานีเท่านั้น เมื่อได้เวลาจากทางสถานีแล้ว ในส่วนการขายโฆษณา บริษัทมีทีมขายที่มีศักยภาพในการนำเสนอผลงานของบริษัท และมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ามาอย่างยาวนาน ทั้งกลุ่มลูกค้าประเภทตัวแทนโฆษณาและกลุ่มลูกค้าประเภทเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น ซึ่งบริษัทมีรูปแบบการขายเวลาสำหรับการโฆษณาที่หลากหลายและลูกค้าสามารถเลือกช่วงเวลาที่ต้องการให้เหมาะสมและสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการโฆษณาได้ อาทิ ซื้อเวลาโฆษณาเฉพาะช่วงเวลาของรายการใดรายการหนึ่ง ผ่านสป๊อตโฆษณา หรือซื้อเวลาแบบแพ็คเกจที่สามารถประชาสัมพันธ์สินค้าได้หลายรูปแบบ ในหลายรายการเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมอย่างกว้างขวาง โดยลูกค้าจะต้องเป็นผู้จัดเตรียมสปอตโฆษณาสำหรับใช้ในการออกอากาศมาให้บริษัท ซึ่งมีกำหนดเวลาที่ชัดเจนตามที่ตกลงกัน

- การกำหนดราคาและส่งเสริมการขาย

การกำหนดราคาขายเวลาโฆษณาในแต่ละรายการ บริษัทจะพิจารณาราคาอย่างเป็นมาตรฐาน โดยอ้างอิงจากต้นทุนการผลิตรายการ ช่วงเวลาออกอากาศ และความเป็นที่นิยมของรายการ ซึ่งการกำหนดราคาดังกล่าวจะขึ้นอยู่กับการเจรจาระหว่างลูกค้ากับบริษัทที่อ้างอิงตามราคาตลาดที่สามารถแข่งขันได้เป็นหลัก และกำหนดนโยบายการให้ส่วนลดเงินสดกรณีลูกค้าชำระเงินเร็วกว่ากำหนดเรียกเก็บ และ ส่วนลดคืน (Rebate) ให้กับลูกค้า ซึ่งพิจารณาจากยอดซื้อโฆษณาโดยได้กำหนดอัตราที่แน่นอนในการตกลงกับลูกค้า ในด้านการส่งเสริมการขาย บริษัทมีการจำหน่ายโฆษณาแบบแพ็กเกจซึ่งจะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้นเพราะทำให้ลูกค้าที่มีงบประมาณจำกัดสามารถลงโฆษณาได้หลากหลายรูปแบบในหลายรายการซึ่งจะเพิ่มความยืดหยุ่นและตอบสนองความต้องการของลูกค้าโฆษณาได้มากยิ่งขึ้น

<u>กลยุทธ์การดำเนินงาน และการตลาดธุรกิจให้บริการ</u>

ในส่วนการให้บริการ ทีมตลาดและฝ่ายผลิตมีหน้ามีในการนำเสนอศักยภาพของบริษัทให้กับกลุ่มลูกค้า ที่ต้องการใช้บริการของบริษัทโดยมีกลยุทธ์ในการดำเนินงานและการตลาด ดังนี้

- ศึกษาความต้องการของลูกค้า

การรับจ้างให้บริการของบริษัทแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ (รับจ้างออกแบบและผลิต และรับจ้างผลิตภายใต้คอนเซ็ปลูกค้า) และรับจัดงานอีเวนท์ (Event) หรือกิจกรรมสื่อประชาสัมพันธ์และโฆษณาต่างๆ ซึ่งบริษัทจะศึกษากลุ่มเป้าหมาย และความพอใจของผู้ว่าจ้างแต่ละประเภท เพื่อตอบโจทย์การบริการ โดยแบ่งเป็น 3 ลักษณะย่อยตามการดำเนินงาน ดังนี้

- การรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งบริษัทได้รับการว่าจ้างให้ออกแบบและผลิตรายการ ซึ่งการรับจ้างงานในลักษณะนี้ บริษัทต้องทำการศึกษารูปแบบรายการที่ผู้ว่าจ้างต้องการ ไม่ว่าจะเป็นประเภทรายการ ซึ่งรวมถึงการให้ข้อเสนอแนะผู้ว่าจ้างเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตรายการ เพื่อให้สอดคล้องกับงบประมาณที่ผู้ว่าจ้างกำหนด ควบคู่ไปกับการให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการถ่ายทำเพื่อให้สอดคล้องกับคอนเซ็ปที่ออกแบบไว้
- การรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งผู้ว่าจ้างเป็นฝ่ายกำหนดคอนเซ็ปรายการมาให้ โดยการรับจ้างงานในลักษณะนี้ บริษัทมีหน้าที่ผลิตรายการให้สอดคล้องกับคอนเซ็ปรายการที่ผู้ว่าจ้างกำหนดมาให้เป็นหลัก โดยในระหว่างการผลิต บริษัทจะต้องมีการหารือกับผู้ว่าจ้างเกี่ยวกับภาพรวมรายการ ฉาก ระบบแสง และระบบเสียง รวมไปถึงการจัดหานักแสดงและพิธีกรเพื่อให้รายการที่ได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ว่าจ้าง
- การรับจ้างจัดงานอีเวนท์ และบริหารสื่อโฆษณา ในส่วนนี้บริษัท ต้องศึกษาข้อมูลของผู้ว่าจ้างว่ามีความประสงค์จะทำกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ก่อนที่บริษัทจะดำเนินการเข้าเสนอผลงานกับผู้ว่าจ้าง เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นได้ โดยในส่วนนี้ บริษัทมีหน้าที่บริหารจัดการงานตั้งแต่งานด้านประชาสัมพันธ์ ออกแบบสื่อโฆษณา ประสานงานหน่วยงานต่างๆ และจัดงาน

- คุณภาพของการดำเนินงาน

การรับจ้างผลิตรายการ ความพอใจของผู้ว่าจ้างถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพการผลิตของบริษัท ซึ่งการตรวจสอบคุณภาพงาน ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทจะมีส่วนรวมในการตรวจสอบควบคู่ ไปกับการแจ้งความคืบหน้าในการผลิตรายการให้แก่ลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวช่วยให้ลูกค้าสามารถบริหารจัดการเวลาและต้นทุนได้เป็นอย่างดี ทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจและใช้บริการของบริษัทอย่างต่อเนื่อง และด้วยคุณภาพการดำเนินงานและผลงานของบริษัทที่เป็นที่ยอมรับยาวนานกว่า 25 ปี ผ่านรายการกว่า 200 รายการโทรทัศน์ที่ออกสู่สายตาประชาชน รวมถึงรายการที่บริษัทผลิตได้รับรางวัลอย่างต่อเนื่อง ถือเป็นสิ่งตอกย้ำถึงคุณภาพ ประสิทธิภาพและความสำเร็จในการดำเนินงานสายธุรกิจบันเทิงได้เป็นอย่างดี จึงสามารถกล่าวได้ว่าความสามารถของบุคลากรและระบบบริหารการจัดการของบริษัท เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จอยู่ได้ในสายธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์จวบจนปัจจุบัน นอกจากนี้ จุดยืนของทีมผู้บริหารที่จะผลิตรายการโทรทัศน์ (คอนเทนท์) ที่มีมาตรฐานระดับสากล โดยไม่ลืมที่จะสร้างสรรค์สิ่งดีๆ ตอบแทนให้กับสังคมไปพร้อมๆ กัน ทำให้ทุกฝ่ายในบริษัท มุ่งมั่นเป็นหนึ่งเดียวในการนำเสนอผลงานที่มีคุณภาพออกสู่สาธารณะ

- การกำหนดราคา

บริษัทกำหนดราคาสำหรับการให้บริการรับจ้างผลิต โดยพิจารณาจากต้นทุนในการผลิตบวกเพิ่มกำไรส่วนหนึ่ง ทั้งนี้ส่วนใหญ่ลูกค้าจะแจ้งงบประมาณรายการให้กับบริษัททราบ บริษัทมีหน้าที่ในการพิจารณาวางรูปแบบรายการกลับไปนำเสนอซึ่งงบประมาณอาจมีการปรับเพิ่มลดให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของลูกค้า อย่างไรก็ตามบริษัทจะพิจารณามูลค่างบประมาณดังกล่าวเพื่อประเมินความสามารถในการบริหารจัดการต้นทุนการผลิตก่อนการรับงานทุกครั้ง ทั้งนี้ การกำหนดราคาดังกล่าวฝ่ายบริหารจะอ้างอิงตามราคาตลาดที่สามารถแข่งขันได้

- ภาวะอุตสาหกรรมโฆษณา

ภาพรวมการใช้จ่ายของอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในปี 2563 ที่ผ่านมา ปรับตัวลดลงประมาณร้อยละ -14.5% เมื่อเทียบกับปี 2562 โดยมีค่าใช้จ่ายรวมอยู่ที่ราว 1.04 แสนล้านบาท ลดลงจากปีที่แล้วที่ใช้งบไป 1.21 แสนล้านบาท แบ่งเป็นเม็ดเงินโฆษณาใช้ไปกับสื่อทีวีอนาล็อก 28,000 ล้านบาท ลดลงจาก ปี 2562 ใช้ไป 38,500 ล้านบาท ลดลง 27.9% สื่อที่ใช้งบเม็ดเงินโฆษณาลดลง ยังคงเป็นของ 2 สื่อหลักเดิม คือ หนังสือพิมพ์ 3,088 ล้านบาท ติดลบ 33% เช่นเดียวกับนิตยสาร 703 ล้านบาท ส่วนสื่อที่มีการใช้งบโฆษณาเพิ่มขึ้น คือ สื่ออินเทอร์เน็ต 19,610 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.3% และสื่ออินสโตร์ 663 ล้านบาท ลดลง 34.4%

(ที่มา : Mindshare/DATT) เป็นผลจากสภาพเศรษฐกิจที่ดีขึ้น

ข้อมูลจากตารางส่วนแบ่งตลาดของมูลค่าการใช้จ่ายโฆษณา แสดงให้เห็นว่าสัดส่วนของการโฆษณาผ่านโทรทัศน์ยังคงเป็นที่นิยมอันดับ 1 ที่อัตราร้อยละ 59 ของรายได้โฆษณาโดยรวม

โดยในปี 2563 ลูกค้าไม่มีข้อร้องเรียนใด ๆ

ตารางแสดงส่วนแบ่งตลาดของมูลค่าการใช้จ่ายโฆษณาในปี 2562 ถึงปี 2563
ที่มา : *Mindshare/DATT

Media	2020 Jan - Dec		2019 Jan-Dec		% Change
	Million Baht	%	Million Baht	%	2020 vs 2019
Total TV	61,329.6	58.8	68,953.1	56.6	-11.1
Analog TV/Incumbent	*28,018.7*	*26.9*	*38,850.7*	*37.3*	-27.9
Digital TV	*32,065.6*	*30.8*	*28,027.9*	*26.9*	14.4
Cable / Satellite	*1,245.3*	*1.2*	*2,074.5*	*2.0*	-40.0
Radio	*3,576.5*	3.4	*4,684.3*	3.8	-23.6
Newspaper	*3,088.8*	3.0	*4,602.5*	3.8	-32.9
Magazine	*703.8*	0.7	*1,028.3*	0.8	-31.6
Cinema	*4,312.1*	4.1	*8,757.3*	7.2	-50.8
Outdoor	*6,100.1*	5.9	*6,867.0*	5.6	-11.2
Transit	*4,850.8*	4.7	*6,456.3*	5.3	-24.9
In-store	*662.9*	0.6	*1,010.7*	0.8	-34.4
Internet (DAAT)	***19,610.0***	**18.8**	***19,551.0***	**16.0**	**0.3**
Grand Total	**104,234.6**	**100**	**121,910.5**	**100**	**-14.5**

5 *SOURCE: Nielsen Monitored Media Research, full year forecast averaging actual Jan-Nov to full year*

- สถานีโทรทัศน์

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการกิจการสถานีโทรทัศน์ที่ให้บริการแก่ผู้ชมทั่วประเทศโดยไม่คิดมูลค่า หรือฟรีทีวี (Free TV) จำนวน 20 ช่อง

โดย ณ ธันวาคม 2563 จากข้อมูลของ AGB Nielsen Media Research ระบุว่าช่อง 7 และช่อง 3 ยังคงมีส่วนแบ่งทางการตลาดด้านรายได้และด้านจำนวนผู้ชมสูงกว่าช่องอื่นๆ ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าสถานีอื่นๆ ก็มิได้หยุดนิ่ง และมีการปรับเปลี่ยนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เพื่อช่วงชิง Eye Ball คนดูให้ได้มากที่สุด โดยที่ผ่านมา สถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอและมีการเพิ่มรายการใหม่ๆ เข้าไปเสนอเพื่อเพิ่มกระแสความนิยมของผู้ชมโทรทัศน์ ดังนั้น การมีช่องทีวีดิจิตอลที่เพิ่มขึ้นมา จะทำให้การแข่งขันของสถานีโทรทัศน์คาดว่าจะมีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะด้านคุณภาพ

เนื่องจากกระแสความนิยมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องปรับปรุงรายการอยู่เสมอ

- ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์

ในด้านของธุรกิจผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ การเกิดขึ้นของทีวีดิจิตอล ส่งผลให้เกิดช่องทางการจัดจำหน่ายที่เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการช่วยลดการพึ่งพิงต่อสถานี อย่างไรก็ตาม เมื่อตลาดโตขึ้นการเข้ามาของผู้ผลิตรายใหม่ๆ มีแนวโน้มสูงขึ้นตามไปด้วย แต่เหนือสิ่งอื่นใด ในตลาดผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ประสบการณ์ คุณภาพ และความสัมพันธ์ในด้านการดำเนินธุรกิจเป็นปัจจัยแรกๆ ที่ทางสถานีจะใช้พิจารณาในการร่วมงาน หรือให้โอกาสในการทำงานร่วมกัน ซึ่งทั้งหมดนี้ยังคงอ้างอิงอยู่บนหลักของการดำเนินธุรกิจแบบเดิมคือ การที่บริษัทจะต้องมีทีมครีเอทีฟที่แข็งแกร่ง สามารถนำเสนอผลงานที่น่าสนใจและเป็นที่ติดตามต่อทางสถานีและผู้ชมรายการได้อย่างมีคุณภาพ

- การแข่งขัน

ภาวะการแข่งขันในสายธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ นอกจากบริษัทแล้ว ยังประกอบไปด้วยบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่เป็นช่องธรรมดาที่เป็นที่รู้จักอีกมากมายแล้วนั้น ปัจจุบันยังมีบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ช่องดิจิตอลเพิ่มขึ้นอีกด้วย ซึ่งแต่ละผู้ผลิตจะมีความชำนาญในรูปแบบรายการที่แตกต่างกันออกไป ตามแต่ทีมงานครีเอทีฟของแต่ละบริษัท ที่พยายามคิดค้นออกแบบรูปแบบรายการให้มีความหลากหลายและน่าสนใจ เพื่อสร้างความแตกต่างโดยมุ่งหวังดึงดูดฐานผู้ชมรายการนั้นๆ ดังนั้นรายการต่าง ๆ ของบริษัทจะเน้นการสร้างสรรค์ ทั้งในด้านรูปแบบรายการ เนื้อหาสาระ ความบันเทิง ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งบริษัทมีทีมงานที่มีประสบการณ์และมีคุณภาพ ในการสร้างสรรค์งาน และคัดเลือกรายการให้ตรงกับความต้องการของผู้ชม มีการวางแผนการผลิตรายการ โดยบริษัทมีการควบคุมต้นทุนการผลิตและคุณภาพของรายการต่างๆ ได้เป็นอย่างดี บริษัทมีความพร้อมของสตูดิโอถ่ายทำเพิ่มมากขึ้นจากการเปิด TVT Green Park Studio จำนวน 3 สตูดิโอ รวมทั้งสิ้น 5 สตูดิโอ จึงเป็นการง่ายต่อการควบคุมต้นทุนและคุณภาพรายการ

2.3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- รายได้ค่าโฆษณา

รายได้ค่าโฆษณา เกิดจากธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทแบ่งเป็น 2 กลุ่ม

1) กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์และบริการ (Direct Customer)

ลูกค้ากลุ่มนี้ คือ ลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรง ได้แก่ บริษัทเอกชนทั่วไป หรือ เจ้าของผลิตภัณฑ์ที่มีความสนใจที่จะประชาสัมพันธ์หรือโปรโมทสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยการติดต่อประสานงานจะเป็นในรูปแบบของการประสานงานโดยตรงกับบริษัทเพื่อขอซื้อช่วงเวลาโฆษณาในรายการต่างๆ ของบริษัท ทั้งนี้ ณ สิ้นปี 2563บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากกลุ่มลูกค้าบริษัทที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรง (Direct Customer) คิดเป็นร้อยละ 85.65 ของรายได้ค่าโฆษณา

2) กลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency)

กลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) ได้แก่ บริษัทที่ดำเนินธุรกิจบริหารสื่อโฆษณาโดยได้รับการจ้างจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ (ลูกค้า) ให้ดูแลจัดการ และหาช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อโปรโมทสินค้าและบริการ โดยกลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา จะทำหน้าที่ในการช่วยวางแผน ประสานงาน และหาช่วงเวลาโฆษณาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณาจะซื้อเวลาโฆษณาจากบริษัทในรูปแบบ “package” เพื่อโปรโมทสินค้า รูปแบบ package คือ เลือกโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในหลากหลายรูปแบบ หลากหลายรายการ โดยอาศัยช่วงเวลาที่หลากหลายในการจัดทำ

แผนการโฆษณาของตนเอง ซึ่งการซื้อโฆษณาจะอยู่ในรูปของสัญญาล่วงหน้า ตั้งแต่ 1 เดือน, 3 เดือน, 6 เดือน, หรือ 1 ปี โดยทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับการจัดสรรของตัวแทนโฆษณา และงบประมาณของตัวแทนโฆษณาใน ทั้งนี้ ณ สิ้นปี 2563 บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากกลุ่มลูกค้าตัวแทนโฆษณาคิดเป็นร้อยละ 14.35 ของรายได้ค่าโฆษณา

ทั้งนี้การเก็บเงินจากลูกค้า จะเรียกชำระเงินได้ก็ต่อเมื่อบริษัทได้ทำการออกอากาศโฆษณาของลูกค้าที่เรียบร้อยแล้ว โดยทางบริษัทจะทำการส่งเอกสารยืนยันการออกอากาศ พร้อมซีดีบันทึกเทปรายการในกรณีที่เป็นการวางป้ายสินค้าในรายการให้แก่ลูกค้าพร้อมเอกสารการเรียกเก็บเงิน

ตารางสรุปสัดส่วนรายได้ค่าโฆษณาแยกตามกลุ่มลูกค้าในปี 2561 ถึงปี 2563

กลุ่มลูกค้า	งบการเงินรวม		
	2561	2562	2563
กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์และบริการ (Direct Customer)	63.80%	56.50%	85.65%
กลุ่มลูกค้าบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency)	36.20%	43.50%	14.35%
รวมรายได้ค่าโฆษณา	100.00%	100.00%	100.00%

ที่มา : ข้อมูลจากบริษัท

- รายได้จากการบริการ

กลุ่มลูกค้าในส่วนจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ คือ ผู้ที่สนใจผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งรวมถึงเจ้าของสถานี เจ้าของผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถผลิตรายการได้เนื่องจากข้อจำกัดภายใน ซึ่งการรับจ้างผลิตรายการอาจเป็นการรับจ้างในรูปแบบของการจ้างรายโปรเจ็ค (Project) อาทิ การจ้างผลิตละครหนึ่งเรื่อง การจ้างผลิตรายการเป็นรายซีซั่น เป็นต้น นอกจากนี้ ในส่วนของการจ้างจัดงานอีเว้นท์ หรือกิจกรรม กลุ่มลูกค้า ได้แก่ เจ้าของผลิตภัณฑ์ บริษัทเอกชน หน่วยงานราชการ และสถานีโทรทัศน์ ซึ่งงานในส่วนนี้เป็นงานที่ลูกค้าสามารถดำเนินการในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งนี้ เงื่อนไขการเข้ารับงานแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะหลักๆ คือ 1) งานที่เป็นส่วนของราชการ จะใช้วิธีการตามที่ส่วนราชการกำหนด อาทิ การประมูล การสอบราคา เป็นต้น และ 2) งานส่วนบริษัทเอกชน จะเป็นการเข้านำเสนอผลงานโดยตรงกับทางบริษัท หากผลงานเป็นที่ยอมรับ ทางบริษัทก็จะได้รับหน้าที่ดูแลงานนั้นๆ

ตารางสรุปสัดส่วนรายได้จากการบริการ แยกตามประเภทบริการในปี 2561 ถึงปี 2563

กลุ่มลูกค้า	งบการเงินรวม					
	สิ้นสุด 31 ธ.ค. 2561		สิ้นสุด 31 ธ.ค. 2562		สิ้นสุด 31 ธ.ค. 2563	
รับจ้างผลิต	253.81	80.16%	190.96	86.55%	144.66	93.06%
รับจ้างจัด Event / บริการอื่น	49.79	15.72%	16.31	7.39%	2.97	1.91%
ให้บริการสตูดิโอ	13.03	4.12%	13.37	6.06%	7.82	5.03%
รวมรายได้จากการให้บริการ	316.63	100.00%	220.64	100.00%	155.45	100.00%

ที่มา : ข้อมูลจากบริษัท

2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์

2.4.1 ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์

ขั้นตอนในการผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อสร้างรายได้จากการจำหน่ายช่วงเวลาส่วนหนึ่งให้กับลูกค้าที่สนใจโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า บริษัทจะต้องติดต่อไปยังสถานีเพื่อนำเสนอรายการที่น่าสนใจ โดยสถานีจะเป็นผู้พิจารณาความเหมาะสมของรายการ ก่อนจะอนุมัติและจัดหาเวลาที่เหมาะสมกับรายการดังกล่าว ซึ่งต้นทุนในการดำเนินงานในส่วนของรายได้โฆษณาประกอบด้วย ค่าเช่าสถานี ค่าลิขสิทธิ์รายการในกรณีที่เป็น International Format ค่านักแสดงและพิธีกรรายการ ค่าถ่ายทำ ค่าจ้างทีมงาน และค่าอุปกรณ์ที่ใช่ในการถ่ายทำ ทั้งนี้ ในบางครั้งบริษัทจำเป็นต้องทำการจัดจ้างบุคคลากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านจากภายนอก (Outsource) อาทิ ทีมงานช่างกล้อง ทีมงานระบบแสงและเสียง เข้ามาช่วยเสริมทีมงานของบริษัท เพื่อให้ผลงานออกมามีคุณภาพยิ่งขึ้น ซึ่งส่วนนี้ถือเป็นต้นทุนส่วนหนึ่งในการดำเนินงานของบริษัท ทั้งนี้ การดำเนินการเพื่อให้ได้เวลาสำหรับการขายโฆษณาในรายการนั้นๆ สามารถแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการสรรหาสถานีโทรทัศน์และช่วงเวลาออกอากาศ ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนการจำหน่าย

ขั้นตอนที่ 1 : สรรหาสถานีโทรทัศน์และช่วงเวลาออกอากาศ

ช่องทางการนำเสนอรายการออกสู่สาธารณะของธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อสร้างรายได้จากการขายช่วงเวลาสำหรับการประชาสัมพันธ์สินค้าสำหรับลูกค้าที่สนใจ คือ ช่องทางออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ ดังนั้น การได้มาซึ่งช่วงเวลาออกอากาศ บริษัทจำเป็นต้องสรรหาสถานีโทรทัศน์และช่วงเวลาออกอากาศสำหรับรายการโทรทัศน์ โดยมีขั้นตอนการสรรหาสถานีโทรทัศน์ ดังต่อไปนี้

1.1 ขั้นตอนการเตรียมงานเพื่อนำเสนอต่อสถานีโทรทัศน์

บริษัทต้องเตรียมความพร้อมในการสร้างสรรค์รูปแบบรายการที่น่าสนใจและอยู่ในกระแสนิยม ซึ่งในส่วนขั้นตอนการเตรียมงานเพื่อนำเสนอต่อทางสถานีโทรทัศน์ โดยระหว่างการพิจารณาเตรียมการเตรียมนำเสนองาน บริษัทจะหารือกับทางสถานีและลูกค้าโฆษณาเพื่อรวบรวมแนวความคิดในการพัฒนารูปแบบรายการเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ชมรายการรวมถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท ซึ่งภายหลังจากที่บริษัทออกแบบรูปแบบรายการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แนวความคิดจะถูกจัดเตรียมออกมาในรูปแบบของพรีเซนเทชั่น (Presentation) สตอรี่บอร์ด (Story Board) หรือไฟล์วีดีโอ (VDO) เพื่อนำเสนองานต่อทางสถานี โดยรูปแบบรายการโทรทัศน์สามารถแบ่งออกเป็น 6 รูปแบบหลัก ได้แก่ เกมโชว์ (Game Show), ควิซโชว์ (Quiz Show), เรียลลิตี้โชว์ (Reality Show), ซิทคอม (Sit Com), วาไรตี้ (Variety) และ ละคร (Drama)

1.2 สถานีพิจารณาเพื่ออนุมัติเวลาออกอากาศ

ภายหลังการนำเสนอรูปแบบรายการต่อสถานี สถานีจะพิจารณาความเหมาะสมของรายการผ่านประเด็นพิจารณาหลัก 4 ข้อได้แก่ 1) รูปแบบรายการ 2) เนื้อหาของรายการที่นำเสนอ 3) ความน่าสนใจของรายการ และ 4) คุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และศักยภาพของผู้ผลิตรายการ โดยทางสถานีจะพิจารณาทั้ง 4 ปัจจัยข้างต้น เพื่อหาช่วงเวลาที่เหมาะสมกับรายการที่ทางสถานีจะอนุมัติให้ใช้เวลาออกอากาศ โดย 3 ปัจจัยแรก เป็นตัวกำหนดช่วงวันและเวลาที่รายการจะถูกออกอากาศ ดังนั้นหากรายการของบริษัทมีความน่าสนใจ และมีความเป็นไปได้ที่จะสามารถดึงดูดกลุ่มผู้ชมได้มาก ทั้งหมดนี้หมายรวมถึง อัตราผลตอบแทนจากโฆษณาที่บริษัทจะได้รับก็จะยิ่งสูงขึ้นตามไปด้วย

1.3 รูปแบบการทำสัญญากับทางสถานี

ภายหลังจากที่บริษัทได้รับอนุมัติให้ผลิตรายการเพื่อออกอากาศในช่วงเวลาที่สถานีกำหนดแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการลงนามสัญญากับสถานี โดยลักษณะการทำสัญญากับทางสถานีโทรทัศน์ ปัจจุบันแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ 1) การเช่าเวลาออกอากาศจากทางสถานี 2) การแบ่งเวลาโฆษณากับทางสถานี (Time Sharing) และ 3) การแบ่งรายได้จากการโฆษณากับทางสถานี (Revenue Sharing) โดยแต่ละประเภทมีลักษณะ ดังนี้

●การเช่าเวลาออกอากาศจากทางสถานี

การเช่าเวลาออกอากาจากทางสถานี หมายถึง การซื้อเวลาจากทางสถานีเพื่อออกรายการที่บริษัทผลิต โดยบริษัทมีหน้าที่ชำระค่าเช่าเวลาให้กับสถานีตามมูลค่าที่ตกลงกัน ซึ่งนอกจากการทำสัญญาเกี่ยวกับเวลาออกอากาศ และระยะเวลาในการเช่าเวลา รวมถึงค่าเช่าเวลาระหว่างบริษัทกับทางสถานีแล้ว สถานีบางแห่งอาจกำหนดให้ระบุถึงรูปแบบการโฆษณาประกอบในรายการเพิ่มเติม อาทิ บริษัทสามารถมีแผ่นป้ายโฆษณาได้กี่แผ่นป้าย และขนาดเท่าไร VTR ที่จะใช้ออกอากาศในช่วงของรายการสามารถใช้ได้กี่ตัว เป็นต้น ทั้งหมดนี้ ขึ้นอยู่กับทางสถานีและบริษัทได้ทำการเจรจาตกลงกัน ทั้งนี้ ปัจจุบันรายการออกอากาศที่มีลักษณะสัญญาแบบนี้ได้แก่ รายการแอทไนท์ วาไรตี้

●การแบ่งเวลาโฆษณากับทางสถานี (Time Sharing)

ในส่วนของการทำสัญญาแบ่งเวลาโฆษณากับทางสถานี (Time Sharing) เป็นรูปแบบการทำสัญญาที่ทางบริษัทไม่มีภาระในการจ่ายค่าเช่าเวลาออกอากาศ แต่จะต้องแบ่งช่วงเวลาขายโฆษณาให้กับทางสถานีเป็นการตอบแทน กล่าวคือ รายการของบริษัทออกอากาศ 1 ชั่วโมง บริษัทจะได้เวลาในการขายโฆษณา 10 นาที โดย 10 นาทีนี้จะถูกแบ่งให้กับทางสถานีเพื่อไปขายโฆษณาเอง ซึ่งช่วงเวลาที่แบ่งให้ดังกล่าว ถือเป็นการชำระค่าตอบแทนในการใช้เวลาของสถานี ทั้งนี้ ช่วงเวลาในการขายโฆษณาของแต่ละรายการ จะขึ้นอยู่กับการเจรจาระหว่างบริษัทและสถานีโทรทัศน์ โดยบริษัทและสถานีจะร่วมกันกำหนดอัตราค่าโฆษณาให้เป็นอัตราเดียวกันเพื่อเสนอขายให้กับลูกค้า ทั้งนี้ ปัจจุบันรายการออกอากาศที่มีลักษณะการชำระค่าตอบแทนให้กับสถานีในรูปแบบการแบ่งเวลาโฆษณา ได้แก่ มาสเตอร์คีย์, เวทีแจ้งเกิด, หลวงตามหาชน

●การแบ่งรายได้ค่าโฆษณากับทางสถานี (Revenue Sharing)

ในส่วนของการทำสัญญาแบบการแบ่งรายได้ค่าโฆษณากับทางสถานี (Revenue Sharing) จะมีลักษณะคล้ายกับการแบ่งเวลาโฆษณากับทางสถานี (Time Sharing) แต่แตกต่างกันที่ Revenue Sharing จะเป็นการที่ทั้งบริษัทและทางสถานีโทรทัศน์ช่วยกันจำหน่ายโฆษณา โดยรายได้ที่ได้จากการขายจะถูกนำมาแบ่งตามสัดส่วนที่ได้ตกลงกันไว้ล่วงหน้า โดยบริษัทกับสถานีจะร่วมกันกำหนดอัตราค่าโฆษณาและอัตราส่วนลดที่จะให้กับผู้ซื้อเวลาโฆษณาให้เป็นอัตราเดียวกัน ทั้งนี้ ปัจจุบันรายการออกอากาศที่มีลักษณะการชำระค่าตอบแทนให้กับสถานีในรูปแบบการแบ่งรายได้ค่าโฆษณา ได้แก่ เทค มี เอาท์ ไทยแลนด์

ขั้นตอนที่ 2 : การผลิตรายการโทรทัศน์

หลังจากที่บริษัทได้รับอนุมัติช่วงเวลาออกอากาศจากทางสถานีโทรทัศน์ ขั้นตอนต่อไปคือการผลิต ซึ่งขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการเตรียมงาน (Pre-Production) ขั้นตอนการผลิตรายการ (Production) และขั้นตอนหลังการผลิตรายการ (Post-Production)

2.1 การเตรียมงาน (Pre-Production)

หลังจากที่ทางบริษัทได้รับอนุมัติเวลาออกอากาศจากทางสถานีโทรทัศน์ บริษัทจะเตรียมการผลิต และวางแผนงบประมาณการผลิตรายการ โดยการทำงานจะเป็นในลักษณะของการแบ่งทีมย่อยเพื่อควบคุมงานด้านการผลิตในแต่ละขั้นตอน

ทีมสร้างสรรค์ (Creative) จะระดมความคิดเพื่อวางประเด็นเรื่องในรายการนั้นๆ หลังจากได้โครงเรื่อง ขั้นตอนต่อไปจะเป็นการสรุปธีมของรายการในแต่ละตอนที่จะผลิต โดยวางเค้าโครงเรื่องของแต่ละเทปการผลิต จัดทำสคริปท์หรือบทในรายการ และจัดทำเป็นรูปแบบ story board เพื่อใช้ในการหารือกับฝ่ายผลิต ซึ่งนอกจากการเตรียมงานด้านการผลิตแล้ว การวางแผนงบประมาณในการผลิตรายการยังเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินงาน โดยแต่ละรายการจะมีงบประมาณที่แตกต่างกันไปตามลักษณะและขนาดของรายการ (Production's size)

ทีมฝ่ายผลิต ถึงแม้บริษัทจะมีทีมงานฝ่ายผลิตของตัวเอง แต่ในบางส่วนของการดำเนินงานบริษัทได้มีการว่าจ้างบุคลากรจากภายนอกที่มีความชำนาญเฉพาะทางเข้ามาดำเนินงาน อาทิ ระบบแสงเสียง และระบบกล้องที่ใช้ในการถ่ายทำ ทั้งนี้ เพื่อให้รายการที่ถ่ายทำได้ผลงานที่มีคุณภาพสูงสุดโดยการพิจารณาว่าจ้างดังกล่าวสามารถตอบโจทย์การถ่ายทำที่ต้องการความหลากหลาย มีคุณภาพ และทันสมัยอยู่เสมอ ทั้งนี้ บริษัทจะพิจารณาคัดสรรผู้รับจ้างจากประสบการณ์การทำงาน คุณภาพ และศักยภาพในการรับงานเป็นหลัก ทั้งนี้ ในส่วนเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตรายการ อาทิ อุปกรณ์ประกอบฉาก และเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ฝ่ายผลิตของบริษัทจะเป็นฝ่ายดำเนินการจัดเตรียมสำหรับการถ่ายทำรายการ ซึ่งอุปกรณ์ดังกล่าวทางบริษัทจะจัดเก็บอย่างเป็นสัดส่วน และมีทีมงานดูแลความเรียบร้อยและความพร้อมของอุปกรณ์ต่างๆ ก่อนนำใช้งาน

2.2 การผลิตรายการ (Production)

บริษัทมีการจัดตั้งหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญในการคิดค้นเนื้อหารายการในรูปลักษณะต่าง ๆ ที่จะตอบโจทย์คนดูและสถานีโทรทัศน์ หน่วยงานนี้จะทำการ Research มองหา และคิดค้นรูปแบบรายการขึ้นมา หลังจากได้รายการที่มีคุณภาพเพียงพอแล้วนั้น รายการดังกล่าวจะถูกนำไปเสนอยัง Platform ต่าง ๆ ที่บริษัทคิดว่าเหมาะสม เมื่อได้รับการอนุมัติให้ผลิตรายการดังกล่าว ทีมงานผลิตจะเริ่มกระบวนการ Preproduction จัดเตรียมตัวนักแสดง
ฝ่ายทีมภาคสนามจะออกสำรวจสถานที่ถ่ายทำรายการ และนัดวันถ่ายทำ โดยการถ่ายทำสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ 1) การถ่ายทำในห้องสตูดิโอ และ 2) การถ่ายทำนอกสตูดิโอ

- การถ่ายทำในห้องสตูดิโอ (studio production) ทางทีมงานต้องมีการเตรียมความพร้อมของสถานที่เพื่อการถ่ายทำ โดยมีสิ่งที่ต้องเตรียมหลัก ได้แก่ จัดทำฉากตามที่ได้ออกแบบไว้ จัดแสงให้ได้บรรยากาศตามบท จัดวางตำแหน่งกล้อง รวมถึงทิศทางการเคลื่อนย้ายกล้องเพื่อเปลี่ยนมุมภาพตามจุดที่กำหนด ซักซ้อมทีมงานทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องก่อนถ่ายทำ แล้วจึงดำเนินถ่ายทำรายการตามกำหนดเวลา

- การถ่ายทำนอกสตูดิโอ สามารถแบ่งลักษณะการทำงานได้ 3 แบบ คือ

1) ENG (Electronic News Gathering) : เป็นการถ่ายทำที่ใช้กล้องเดี่ยว เหมาะกับการทำงานที่เน้นความคล่องตัว โดยการถ่ายทำลักษณะนี้จะเหมาะกับการถ่ายทำรายการข่าว และสารคดี
2) EFP (Electronic Field Product) : เป็นการถ่ายที่ใช้กล้องมากกว่า 1 ตัว ต่อสายเคเบิ้ล จากกล้องไปยังเครื่องผสมสัญญาณ เพื่อให้สามารถเลือกภาพได้หลากหลาย และต่อเนื่อง เหมาะกับรายการประเภททอล์คโชว์/ วาไรตี้โชว์

3) Moblie Unit: เป็นการถ่ายทำที่มีลักษณะคล้าย EFP และการถ่ายทำในสตูดิโอ โดยอุปกรณ์จะถูกติดตั้งและควบคุมอยู่ในรถ OB (Outside Broadcasting) เหมาะกับงานประเภทถ่ายทอดสด/ ละคร

ทั้งนี้ สิ่งสำคัญที่สุดในขั้นตอนการผลิต คือ การควบคุมการดำเนินงานให้อยู่ในกรอบเวลาและงบประมาณที่กำหนดไว้ และเหนือสิ่งอื่นใดคือคุณภาพในการถ่ายทำรายการ ที่ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน

2.3 หลังการผลิตรายการ (Post-production)

ขั้นตอนสุดท้ายก่อนจะส่งเทปบันทึกรายการไปยังสถานีเพื่อออกอากาศ ทีมผลิตรายการต้องจัดส่งเทปรายการไปยังทีมตัดต่อเพื่อดำเนินการตัดต่อ ลำดับภาพ จัดทำเสียงประกอบ เพื่อเพิ่มสีสันความน่าสนใจด้วยการใช้เอฟเฟ็คต่างๆ รวมถึงการใส่กราฟฟิค เพื่อทำให้รายการมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ซึ่งหลังจากที่ทางบริษัทได้เทปรายการที่สมบูรณ์พร้อมออกอากาศแล้ว เทปดังกล่าวจะถูกส่งต่อไปยังสถานี เพื่อพิจารณาเนื้อหาก่อนออกอากาศ หากทางสถานีมีความประสงค์ให้บริษัทแก้ไขเนื้อหาบางส่วน สถานีจะแจ้งกลับมายังบริษัทเพื่อดำเนินการปรับปรุงเนื้อหาต่อไป ในกรณีที่ทางสถานีโทรทัศน์ไม่ติดประเด็นใดๆ เทปรายการดังกล่าวจะถูกส่งต่อเพื่อเตรียมออกอากาศ ต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 : การจำหน่าย และช่องทางการจำหน่าย

ภายหลังการได้รับอนุมัติจากสถานีเกี่ยวกับการให้เช่าช่วงเวลาในการออกอากาศ นอกจากการดำเนินการผลิตแล้ว บริษัทจะดำเนินการจำหน่ายช่วงเวลาโฆษณาของรายการควบคู่กันไป โดยทีมขายมีหน้าที่ในการจำหน่ายช่วงเวลาโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าให้กับลูกค้าที่สนใจ ซึ่งวิธีการจำหน่ายแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) บริษัทส่งทีมขายเข้าไปติดต่อเจ้าของผลิตภัณฑ์/สินค้าโดยตรง 2) บริษัทติดต่อกลุ่มตัวแทนบริษัทโฆษณา (Agency) เพื่อนำเสนอรูปแบบรายการของบริษัท รวมถึงแนะนำช่วงเวลาที่รายการของบริษัทจะถูกเผยแพร่ออกอากาศ และรูปแบบแพ็กเกจโฆษณาที่ทางบริษัทได้มีการจัดทำไว้ โดยสามารถสรุปขั้นตอนในการจำหน่ายเวลาโฆษณา ดังนี้

3.1 ติดต่อกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ ได้แก่กลุ่มผู้ซื้อโฆษณาของทางบริษัทซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์และบริการ (Direct Customer)

ได้แก่ ลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรง อาทิ บริษัทเอกชนทั่วไป หรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่มีความสนใจประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการผ่านช่องทางโทรทัศน์ โดยการติดต่อจะเป็นรูปแบบของการติดต่อโดยตรงระหว่างบริษัทและลูกค้า เพื่อทำการตกลงซื้อขายเวลาโฆษณา โดยส่วนใหญ่จะซื้อเวลาโฆษณาจากบริษัทในรูปแบบ “แพ็กเกจโฆษณา” เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า

- กลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency)

กลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) ได้แก่ บริษัทที่ดำเนินธุรกิจบริหารสื่อโฆษณาโดยได้รับการว่าจ้างจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ (ลูกค้า) ให้ดูแลจัดการและหาช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้า โดยกลุ่มเอเจนซี่จะทำหน้าที่วางแผน ประสานงานและจัดหาช่วงเวลาโฆษณาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยส่วนใหญ่กลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณาจะซื้อเวลาโฆษณาจากบริษัทในรูปแบบ “แพ็กเกจโฆษณา” เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า

ทั้งนี้ รูปแบบ แพ็กเกจโฆษณา คือ การเลือกโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในหลากหลายรูปแบบ หลากหลายรายการของบริษัท โดยอาศัยช่วงเวลาที่หลากหลายของบริษัทในการจัดแผนการโฆษณาของตนเอง ซึ่งการซื้อโฆษณาจะอยู่ในรูปของ

สัญญาล่วงหน้าตั้งแต่ 1 เดือน, 3 เดือน, 6 เดือน, หรือ 1 ปี โดยทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับการจัดสรรของตัวแทนโฆษณา และงบประมาณของตัวแทนโฆษณาในแต่ละผลิตภัณฑ์

3.2 นำเสนอรูปแบบรายการ และแพ็กเกจการโฆษณา

บริษัทจะนำเสนอรูปแบบรายการต่อลูกค้ากลุ่มโฆษณาผ่านการเข้าพบเพื่อนำเสนอและการติดต่อผ่านทีมตลาดของบริษัท โดยการขายเวลาโฆษณาจะเป็นไปตาม พระราชบัญญัติ การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตราที่ 23 กำหนด คือ เวลาออกรายการ 1 ชั่วโมง สามารถขายโฆษณาได้ 10 นาที ซึ่งบริษัทมีรูปแบบการโฆษณา 2 แบบ คือ

1) การโฆษณาสินค้าและบริการ เฉพาะรูปแบบ Spot โฆษณา ในช่วงโฆษณาของรายการ
2) การโฆษณาสินค้าและบริการแบบแพคเกจ (Package) ซึ่งรวมการโฆษณาสินค้าและบริการทั้งแบบ Spot โฆษณาในช่วงโฆษณารายการ และการโฆษณาระหว่างช่วงรายการ (Media Tool) อาทิ แผ่นป้ายในรายการ แผ่นป้ายรางวัล ป้ายโฆษณา ณ แท่น (Podium) ของพิธีกร และฉากรายการ เป็นต้น ซึ่งรายได้จากการโฆษณาระหว่างช่วงรายการทั้งหมดเป็นของบริษัทโดยไม่ต้องแบ่งให้กับทางสถานี ทั้งนี้ ลูกค้าส่วนใหญ่จะเลือกแบบแพคเกจ

โดยปกติทีมการตลาดบริษัทจะทำแผนการขายโฆษณา (Year Plan) เสนอต่อลูกค้าโฆษณาในช่วงปลายปี โดยในแผนโฆษณาจะกล่าวถึงรายการและช่วงเวลาออกอากาศทั้งหมดของบริษัท เพื่อเสนอขายโฆษณาในรายการต่างๆ ของบริษัทสำหรับปีถัดไป โดยปกติลูกค้าที่ต้องการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า จะติดต่อเพื่อซื้อช่วงเวลาโฆษณาได้ตลอดทั้งปี ซึ่งลูกค้าจะแจ้งกำหนดการและแผนงานเบื้องต้นเกี่ยวกับวันที่จะออกอากาศมาให้บริษัท เมื่อได้รับใบสั่งซื้อจากลูกค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ก่อนที่รายการจะออกอากาศ ทางบริษัทจะส่งใบลำดับการโฆษณาไปให้ทางสถานีเป็นรายเทป สำหรับการออกอากาศในแต่ละตอน เพื่อเป็นการยืนยันและแจ้งให้ทราบถึงการโฆษณาในเทปรายการนั้นๆ

3.3 ลูกค้าตกลงสั่งซื้อเวลา

หลังจากที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อโฆษณากับทางบริษัท ขั้นตอนต่อไปเป็นขั้นตอนที่ลูกค้าตกลงสั่งซื้อเวลากับทางรายการ ซึ่งลูกค้าจะสั่งซื้อเวลาผ่านใบสั่งซื้อที่ระบุรายการและวันที่จะโฆษณาอย่างชัดเจน โดยหากมีการเปลี่ยนแปลงวันที่จะโฆษณาทางบริษัทและลูกค้าจะหารือร่วมกันถึงเวลาที่เหมาะสมก่อนที่จะดำเนินการออกอากาศ ทั้งนี้ บริษัทจะสรุปรายละเอียดการโฆษณาในแต่ละตอนของรายการ เพื่อส่งไปยังสถานีล่วงหน้าทุกครั้ง

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ไม่มี –

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ไม่มี –

2.4.2 ธุรกิจให้บริการผลิตรายการโทรทัศน์

ธุรกิจให้บริการผลิตรายการโทรทัศน์ของบริษัท หมายถึง การรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ และการรับจัดอีเวนท์หรือกิจกรรม ซึ่งรายได้จากการให้บริการหลักของบริษัท เกิดจากการให้บริการรับจ้างผลิตรายการ ซึ่งต้นทุนในการให้บริการ ได้แก่ ค่าจ้างผู้ดำเนินรายการ ค่าถ่ายทำ ค่าจ้างทีมงาน และค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายทำ ทั้งนี้ ในบางครั้งบริษัทจำเป็นต้องทำการ

จัดจ้างบุคคลากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านจากภายนอก (Outsource) อาทิ ทีมงานช่างกล้อง ทีมงานระบบแสงและเสียง เข้ามาช่วยเสริมทีมงานของบริษัท เพื่อให้ผลงานออกมามีคุณภาพยิ่งขึ้น ซึ่งส่วนนี้ถือเป็นต้นทุนส่วนหนึ่งในการดำเนินงานของบริษัท โดยรายได้จากธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ สามารถแบ่งการให้บริการออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ รับจ้างออกแบบและผลิตรายการโทรทัศน์ และรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

1) <u>รับจ้างออกแบบรูปแบบรายการและผลิตรายการ</u>

ลักษณะการบริการในรูปแบบนี้ มีการดำเนินงานคล้ายคลึงกับการผลิตรายการโทรทัศน์ของบริษัท โดยต่างกันที่ลิขสิทธิ์ของรายการที่ผลิตจะตกเป็นของผู้ว่าจ้าง ซึ่งมีรูปแบบการดำเนินงาน ดันนี้

1.1 ขั้นตอนการเตรียมงาน และนำเสนอผลงานต่อลูกค้า

ในขั้นตอนนี้ ผู้ว่าจ้างอาจกำหนดประเภทของรายการที่ต้องการผลิตมาให้ทางบริษัท อาทิ รายการทอลค์โชว์ บริษัทมีหน้าที่ในการออกแบบรายการประเภททอลค์โชว์มานำเสนอต่อลูกค้า โดยการทำงานจะเริ่มจากทีมครีเอทีฟของบริษัทร่วมกันระดมความคิดออกมาเป็นรูปแบบรายการนำเสนอกลับไปที่ลูกค้า โดยหลังจากที่ลูกค้าตกลงในรูปแบบของรายการที่บริษัทได้นำเสนอไป ขั้นตอนต่อไปคือการผลิตรายการ

1.2 ขั้นตอนการผลิต

ขั้นตอนการผลิตรายการ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่ 1) ขั้นตอนการเตรียมงาน (Pre-Production) 2) ขั้นตอนการผลิตรายการ (Production) และ 3) ขั้นตอนหลังการผลิตรายการ (Post-Production) เช่นเดียวกันกับขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์ของบริษัท แต่จะแตกต่างกันจากการเข้าควบคุมงานและติดตามตรวจสอบงานจากผู้ว่าจ้าง เพื่อให้รายการที่ผลิตออกมาตรงตามความต้องการของผู้ว่าจ้างภายใต้เงื่อนไขที่ตกลงร่วมกัน

1.3 การส่งมอบงาน

การส่งมอบผลงานให้ลูกค้า ถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินงานในส่วนของการรับจ้างผลิตรายการ โดยบริษัทจะส่งผลงานให้ลูกค้าตรงตามกรอบเวลาที่ได้ตกลงไว้ โดยปกติการนำส่งผลงานจะมีระยะเวลาในการส่งมอบงานล่วงหน้าระยะเวลาหนึ่งตามที่ตกลง ซึ่งที่ผ่านมาทางบริษัทไม่เคยประสบปัญหาการส่งมอบงานล่าช้า

2) <u>การรับจ้างผลิตตามรูปแบบ</u>

การให้บริการในส่วนนี้ ลูกค้าจะเป็นผู้จัดเตรียมรูปแบบรายการไว้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบฉากในรายการ รูปแบบการดำเนินรายการ หรือแม้กระทั้งสคริปท์หรือบท โดยรูปแบบการจ้างงานลักษณะนี้จะเป็นรูปแบบรายการที่ทางลูกค้าได้ทำการซื้อลิขสิทธิ์รายการมาจากต่างประเทศ (International Format) ซึ่งมีเงื่อนไขเกี่ยวกับรูปแบบที่แน่นอนชัดเจน และต้องเป็นไปในรูปแบบเดียวกันกับรายการต่างประเทศ ซึ่งรูปแบบการได้มาของการรับจ้างผลิตรายการตามรูปแบบที่ลูกค้ากำหนดนั้น ลูกค้าจะเป็นฝ่ายเข้ามาติดต่อเพื่อให้บริษัทดำเนินการผลิตให้ โดยขั้นตอนการผลิตจะมีลักษณะเดียวกันกับขั้นตอนการผลิตรายการที่เป็นรายการของบริษัท รวมถึงขั้นตอนการผลิตในกรณีการรับจ้างออกแบบและผลิตรายการ เพียงแต่จะมีจุดสำคัญที่บริษัทในฐานะผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด คือรูปแบบรายการ ลักษณะรายการ การดำเนินรายการ ฉากของรายการ รวมถึงบทพูดของพิธีกรผู้ดำเนินรายการ เพื่อให้เป็นไปตามรูปแบบรายการที่ซื้อลิขสิทธิ์มาจากต่างประเทศ (International Format) ซึ่งหากจะมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ผู้ว่าจ้างจะต้องหารือเพื่อขออนุมัติการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวกับเจ้าของลิขสิทธิ์ก่อน โดยสำหรับการส่งมอบงานให้กับลูกค้า บริษัทจะต้องส่งมอบงานให้กับลูกค้าก่อนกำหนดเวลาการออกอากาศระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งที่ผ่านมาบริษัท และCMED ยังไม่เคยส่งมอบงานล่าช้า

3) การรับจ้างผลิต และวาง Plan Media VDO Online

นับตั้งแต่ปี 2560 เป็นต้นมา บริษัทได้ขยายการรับจ้างผลิต Content เพื่อเพิ่มช่องทางการออกอากาศทางออนไลน์ให้ครอบคลุมในทุกๆ แพลตฟอร์ม อาทิ Youtube , Facebook , AIS Play , Line TV เพื่อรองรับความต้องการของผู้ชมที่ปรับเปลี่ยนไปตามกระแสหรือพฤติกรรม และเทคโนโลยี

จากการขยายการรับจ้างผลิตและเพิ่มช่องทางการออกอากาศทางออนไลน์นั้น บริษัทสามารถเพิ่ม เรตติ้งของรายการที่ผลิต และมียอดของผู้ติดตาม (Subscribers / Followers) เพิ่มขึ้นมาโดยตลอด ทั้งนี้สามารถแบ่งช่องทางการออกอากาศออนไลน์ได้ 4 ประเภทหลัก ดังนี้

■ ช่องทาง Youtube

เป็นวิดีโอแพลตฟอร์มชั้นนำของโลก ที่เปิดให้ผู้ใช้งานสามารถอัพโหลดคลิปวิดีโอ และถ่ายทอดสด (Live Streaming) เนื้อหารายการต่างๆได้ โดยบริษัทใช้ชื่อช่องของบริษัทบน Youtube ว่า “TV Thunder Official” โดยบริษัทได้นำเสนอทั้งคลิปรายการย้อนหลัง คลิปที่เอาเนื้อหามาตัดต่อใหม่ โดยบริษัทจะได้รับส่วนแบ่งรายได้จากการขายโฆษณาในวิดีโอคลิปต่างๆ ตามสัดส่วนที่ตกลงกันกับทาง Youtube

■ ช่องทาง Facebook

เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ชั้นนำของโลก โดย Page ของบริษัทบน Facebook ใช้ชื่อว่า “TV Thunder” โดยบริษัทจะนำเสนอคลิปวิดีโอ ข่าวสารประชาสัมพันธ์จากบริษัท บนหน้า feed ของ Facebook ทั้งนี้รายการที่บริษัทผลิตก็จะมี Page ของรายการบน Facebook อาทิ Take Me Out Thailand ซึ่งปัจจุบันมีผู้ติดตามจำนวนมากกว่า 7.8 ล้านคน , Master Key เวทีแจ้งเกิด , The Price Is Right , Together With Me , เสน่หาสตอรี่ เป็นต้น โดยรูปแบบรายได้ของบริษัทจาก Facebook นั้น จะมีทั้งรูปแบบการขายพื้นที่ feed ต่างๆ ให้แก่ลูกค้าโดยตรง และรูปแบบการรับส่วนแบ่งรายได้ตามอัตราที่ตกลงกันกับทาง Facebook โดยจะขึ้นอยู่กับประเภทของวิดีโอต่างๆ ทั้งนี้ Facebook Page ของบริษัท ได้รับกระแสความนิยมไม่น้อยไปกว่าช่องทางอื่นๆ

■ ช่องทาง AIS PLAY

เป็นวิดีโอแพลตฟอร์ม (Video On Demand) ที่รวบรวมคอนเทนต์วิดีโอที่มีเนื้อหาหลากหลาย มาให้ลูกค้าได้ชมสด หรือเลือกดูได้ทุกที่ ทุกเวลา ตามต้องการ บนเครือข่ายดิจิทัลที่ดีที่สุดของเอไอเอส ทั้ง Mobile และ Fixed โดยการนำคอนเทนต์ Local และ International มาให้ลูกค้าเอไอเอสได้ชมแบบเอ็กซ์คลูซีฟบน AIS PLAY เท่านั้น

โดยรูปแบบรายได้ของบริษัทจากทาง AIS PLAY นั้น จะมีทั้งรูปแบบการรับจ้างผลิตคอนเทนต์ โดยในปี 2561 บริษัทรับจ้างผลิตรายการ Take Me Out Reality , ซีรีส์เน่หา สตอรี่ ให้กับทาง AIS PLAY ซึ่งได้รับกระแสความนิยมเป็นอย่างมาก

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ไม่มี –

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ไม่มี –

2.4.3 ธุรกิจบริหารศิลปิน

ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจบริหารศิลปิน เกิดขึ้นในนามบริษัทและ EM โดยบริษัทและ EM จะมีรายได้จากส่วนแบ่งรายได้จากการรับงานของศิลปินในสังกัด ซึ่งบริษัทและ EM มีหน้าที่ดูแล และจัดหางานให้กับศิลปิน ผ่านทีมงานที่มีความรู้ความชำนาญ โดยเน้นการดูแลเอาใจใส่เพื่อให้เกิดความผูกพันและแรงจูงใจที่จะอยู่ทำงานภายใต้สังกัดของบริษัทและ EM ทั้งนี้ บริษัทมีทีมงานซึ่งทำหน้าที่สรรหาศิลปิน โดยช่องทางการสรรหาศิลปิน มีอยู่ 4 ช่องทางหลัก ได้แก่

• พันธมิตรโมเดลลิ่ง : บริษัทได้มีการติดต่อเป็นพันธมิตรกับโมเดลลิ่ง โดยโมเดลลิ่งจะนำศิลปินในสังกัดแนะนำให้ทางบริษัท ถ้าทางบริษัทเห็นถึงศักยภาพก็จะตกลงเซ็นสัญญาเป็นนักแสดงในสังกัดของบริษัท ซึ่งทุกครั้งที่มีการจ้างงานจะมีการแบ่งส่วนแบ่งให้ทางโมเดลลิ่งทุกครั้งตามอัตราส่วนที่ได้ตกลงกันไว้

• การหาศิลปินจากช่องทางอินเตอร์เน็ต : ทางทีมสรรหาจะทำการค้นหาข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต โดยดูจากภาพลักษณ์ภายนอกก่อนที่จะมีการติดต่อเข้ามาทำการทดสอบหน้ากล้อง และเซ็นสัญญาต่อไป

• การออกภาคสนาม : ทีมสรรหาจะออกไปตามสถานที่ต่างๆ ที่มีการแข่งขัน หรือประกวดความสามารถต่างๆ เพื่อไปทาบทามผู้ประกวดที่มีลักษณะตรงตามความต้องการ และนำมาทดสอบ รวมถึงเซ็นสัญญาในลำดับต่อไป

• ศิลปินจากรายการของบริษัท : สรรหาศิลปินจากรายการโทรทัศน์ของบริษัทที่มี โดยผู้ชนะในรายการของบริษัทจะเข้าเป็นศิลปินในสังกัดของบริษัท

สำหรับขั้นตอนในการพัฒนาศิลปิน บริษัทและ EM ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพในการแสดงความสามารถทั้งด้านการแสดง และการขับร้อง โดยการพัฒนาศิลปินจะขึ้นอยู่กับลักษณะของสัญญาที่ทำขึ้นระหว่างบริษัทกับศิลปิน โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. สัญญานักแสดงฝึกหัด : มีอายุสัญญาประมาณ 1 ปี โดยศิลปินจะได้เข้าอบรมคอร์สการแสดงในระดับพื้นฐาน โดยศิลปินฝึกหัดที่สามารถพัฒนาฝีมือจนมีศักยภาพพอที่จะเป็นจุดขายได้ อาจได้รับการเลื่อนขั้นจากศิลปินฝึกหัด เป็นศิลปินในสังกัดบริษัทในอนาคต
2. สัญญาศิลปินในสังกัด : ศิลปินที่ลงนามสัญญากับบริษัทในประเภทนี้ ถือเป็นศิลปินที่มีความพร้อมที่จะรับงานได้ในทันที โดยศิลปินจะได้เข้าอบรมคอร์สการแสดงในระดับที่สูงขึ้นให้ ซึ่งสัญญาศิลปินในสังกัดจะมีอายุ 3 - 5 ปี

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ไม่มี –

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ไม่มี –

2.4.4 ธุรกิจสิ่งพิมพ์

บริษัทยังได้มีหนังสืออีก 5 เล่ม ที่มีลักษณะการนำเสนอเกี่ยวกับข้อคิดในการใช้ชีวิต และการแชร์เรื่องราวการใช้ชีวิต ได้แก่

(1) หนังสือหลากประสบการณ์ หลากความคิด กับชีวิตข้าพเจ้า
(2) หลากเรื่องราว หลากความคิด กับชีวิตคน

(3) ชีวิต สัจจะ ปรัชญา

(4) เข็มไมล์ชีวิต

(5) หากโลกนี้ไม่มีเวลาเหมือนนาฬิกาไม่มีเข็ม

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ไม่มี

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ไม่มี

3 ปัจจัยความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยง การควบคุมความเสี่ยงอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดโครงสร้างและนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อวัตถุประสงค์หลักในการป้องกันและบริหารความเสี่ยง รวมถึงกำหนดแนวปฏิบัติที่สอดคล้องตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

การบริหารความเสี่ยงเป็นกระบวนการสำคัญที่บริษัท และบริษัทย่อยให้ความสำคัญในการจัดการ เพื่อให้องค์กรเติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้การบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจอยู่ภายใต้การบริหารของผู้บริหารในทุกระดับชั้น

ดังนั้นคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ได้ติดตามแผนงานบริหารความเสี่ยงในระดับองค์กร เพื่อให้มีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถควบคุมให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ตามนโยบายบริหารความเสี่ยงของบริษัท และมีการทบทวนนโยบายอย่างสม่ำเสมอ

บริษัทฯ มีการปรับตัวในด้านการดำเนินธุรกิจและการบริหารจัดการด้านการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องจากปีก่อนหน้า ด้วยการประเมินความเสี่ยงที่ครอบคลุมทุกกระบวนงานหลักของกิจการ และนำผลการประเมิน Risk-Control Matrix มาจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงทั้งในระดับองค์กร (Entity-Level) และในระดับกระบวนงานหลัก (Process-Level) ที่ครอบคลุมทุกกระบวนงานอย่างมีระบบ มีการจัดเก็บข้อมูลเหตุการณ์เสี่ยงที่เกิดจริงระหว่างปี (Loss Data) เพื่อปรับแผนการจัดการความเสี่ยงให้ทันท่วงที และมีรายงานการติดตามผลดำเนินงานจริงเทียบกับแผนและตัวชี้วัดความเสี่ยงรายไตรมาส ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่าจะเพียงพอและเหมาะสมในการตอบโต้กับปัจจัยเสี่ยงที่ยังคงมีแนวโน้มรุนแรงขึ้นทั้งความเสี่ยงจากภาวะอุตสาหกรรมโดยรวม และความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัทโดยตรง

ในการกำกับความเสี่ยงในภาพรวม (Risk Oversight) ได้แยกบทบาทในการกำกับดูแลความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่ในการกำกับอย่างอิสระจากฝ่ายจัดการ ในการพิจารณาและติดตามสถานะความเสี่ยง (Risk Exposure) และประเด็นความเสี่ยงสำคัญ (Portfolio Views of Risk) ที่ดำเนินการโดยฝ่ายจัดการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ภายใต้เกณฑ์ความเสี่ยงที่ยอมรับได้

ทั้งนี้ ในปี 2563 สภาวะเศรษฐกิจโลกและประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า (COVID-19) รัฐบาลจึงบังคับใช้มาตรการที่เข้มข้นเพื่อควบคุมการแพร่ระบาด และประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักร โดยมีการปิดเมือง หรือ ล็อคดาวน์ ห้ามชุมนุม ห้ามทำกิจกรรมที่มีการรวมตัวกันของคนจำนวนมาก ส่งผลให้เศรษฐกิจหยุดชะงัก ซึ่งจากมาตรการดังกล่าวทำให้บริษัทฯ ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก การถ่ายทำ

รายการและละครไม่สามารถถ่ายทำได้ งานอีเว้นท์ถูกยกเลิกหรือถูกเลื่อนออกไปโดยไม่มีกำหนด รายได้จากค่าโฆษณาลดลง เนื่องจากอุตสาหกรรมโฆษณาหดตัวลง เอเจนซี่ต่าง ๆ ไม่สามารถแพลนสื่อโฆษณา ลูกค้าต่างหยุดใช้เม็ดเงินโฆษณา

อย่างไรก็ดี บริษัทฯได้จัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Planning : BCP) สำหรับสถานการณ์ COVID-19 เพื่อบรรเทาผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจให้ได้มากที่สุด โดยมีการนำเทปรายการ/ละครมาออกอากาศซ้ำ (Re-run) การลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายดำเนินงาน การออกมาตรการเพื่อป้องกันการระบาดของ COVID-19 ในองค์กร มาตรการทำงานจากบ้าน (Work From Home) การเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) กำหนดให้พนักงานสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา ติดตั้งจุดคัดกรอง จัดให้มีเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ กำหนดเวลาทำความสะอาดอย่างชัดเจน ตลอดจนเฝ้าระวังและติดตามผลกระทบอย่างระมัดระวัง เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้และเพื่อให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

ปัจจัยความเสี่ยงสำคัญที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ มีดังนี้

3.1 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

จากวิสัยทัศน์ขององค์กรที่ต้องการเป็นผู้นำในการผลิตคอนเทนท์และสื่อบันเทิงที่ตอบสนองผู้บริโภคได้ตรงความต้องการ ครอบคลุมทุกช่องทางทั้งในประเทศและระดับสากล บริษัทฯมีความเสี่ยงสำคัญ ทั้งจากภาวะอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเจริญเติบโตลดลง และการประกอบธุรกิจที่เต็มไปด้วยความท้าทายและเป็นโอกาสของบริษัทฯ ที่จะต้องใช้ช่วงเวลาต่อจากนี้ในการเตรียมความพร้อมและรับมือในการพัฒนาปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์เพื่อให้เป็นกิจการที่มีความพร้อมต่อการพัฒนากลยุทธ์ในเชิงรุกและปรับเปลี่ยนนโยบายเชิงรับให้สอดรับและเปิดประตูเข้าถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ควบคู่กับการสร้างความสมดุลระหว่างธุรกิจในตลาดออนแอร์และตลาดออนไลน์ เพื่อให้การใช้ทรัพยากรและขีดความสามารถให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนปรับเปลี่ยนด้านโครงสร้างภายในกิจการให้สามารถรองรับกับเทคโนโลยี จนทำให้เกิดการหลอมรวมระหว่างธุรกิจในตลาดเดิมกับตลาดใหม่

3.1.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของภาวะอุตสาหกรรม

การออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของอุตสาหกรรมกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยครั้งสำคัญ ทำให้มีช่องรายการที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ภาคพื้นดินใน ระบบดิจิตอล ปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 26 ช่องรายการ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่เน้นซื้อเนื้อหารายการจากผู้อื่นเพื่อนำมาออกอากาศ และอีกส่วนหนึ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่เน้นผลิตเนื้อหารายการด้วยตนเอง และให้ความสำคัญกับการซื้อเนื้อหารายการจากต่างประเทศมาออกอากาศ

อย่างไรก็ตาม สภาวะที่ผู้ประกอบการช่องรายการโทรทัศน์ดิจิตอลประสบปัญหาภาวะขาดทุนในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ส่วนหนึ่งรัฐบาลได้มีมาตรการสำคัญที่จะช่วยแบ่งเบาภาระต้นทุนของผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิตอล รวมทั้งผ่อนผันการชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ในส่วนที่เหลือ และเงินสนับสนุนค่าใช้จ่ายการส่งสัญญาณโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไปผ่านดาวเทียม ได้มีส่วนช่วยเยียวยาผู้ประกอบการภาคเอกชน ทั้งต้นทุนใบอนุญาตและต้นทุนการเช่าโครงข่ายดาวเทียมที่ลดลง ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเปลี่ยนผ่านและปรับตัวในอุตสาหกรรม ได้ง่ายและดีขึ้นกว่าเดิม ตลอดจนลดความเสี่ยงในการยุติการให้บริการและคืนใบอนุญาตฯ เหมือนในอดีต ซึ่งการที่ต้นทุนประกอบกิจการลดลง ผู้ประกอบการจะมีเม็ดเงินลงทุนในช่องรายการมากขึ้น

บริษัทฯตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงได้ติดตามสถานการณ์ของแนวโน้มของผู้ประกอบการช่องรายการโทรทัศน์ดิจิตอลเหล่านี้ และเฝ้าระวังอยู่ตลอดเวลา หากมีข้อบ่งชี้ที่ผิดปกติ จะได้ดำเนินการแก้ได้ทันท่วงที

3.1.2 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของภาวะอุตสาหกรรมธุรกิจโฆษณา และการขยายตัวของสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ

แม้ว่าในรอบปีที่ผ่านมา สื่อโทรทัศน์จะยังคงเป็นสื่อที่มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อสินค้าและบริการ ทำให้มูลค่าการโฆษณาในสื่อโทรทัศน์ยังคงมีสัดส่วนที่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อโฆษณาอื่นๆ เนื่องจากสื่อโทรทัศน์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง ทุกเพศ ทุกวัย ทุกชนชั้น โดยไม่มีข้อจำกัดทางเทคโนโลยีที่ต้องมีอุปกรณ์การสื่อสารและอินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงข้อมูล และสามารถสร้างการรับรู้ในตัวสินค้าไปยังผู้บริโภค ทั่วประเทศได้อย่างรวดเร็ว แต่งบประมาณในการลงทุนโฆษณาของเจ้าของสินค้ามีความระมัดระวังรอบคอบขึ้น ตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวน ไม่แน่นอน ขณะที่ทางเลือกรายการในการโฆษณาก็มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งสภาวะที่ผู้ประกอบการช่องรายการบางรายเริ่มประสบปัญหาขาดทุนและไม่สามารถหาเงินจากรายได้โฆษณาได้เพียงพอ ก็มีผลต่อการดำรงอยู่ของผู้ประกอบการ

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว และเพื่อเป็นการลดผลกระทบจากความเสี่ยงข้างต้น บริษัทได้กำหนดแผนการดำเนินงานรวมถึงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ให้สอดคล้องกับนโยบายและวิสัยทัศน์ของบริษัทซึ่งมุ่งเน้น 1) สร้างการพัฒนาคุณภาพและความน่าสนใจของรายการเพื่อตอบโจทย์การแข่งขัน 2) รักษาและเพิ่มฐานผู้ชมรายการเพื่อให้เกิดความมั่นคงในฐานรายได้ของบริษัท โดยการตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าทางตรงคือลูกค้าโฆษณาและลูกค้าทางอ้อมคือกลุ่มผู้ชมรายการ 3) ขยายช่องทางการดำเนินธุรกิจโดยเพิ่มสัดส่วนการดำเนินธุรกิจรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ นอกจากนี้ ยังมีส่วนของธุรกิจบริหารศิลปินที่มีแผนจะพัฒนาต่อไปในอนาคต 4) การศึกษาเพื่อมองหาโอกาสในการผลิตคอนเท้นท์บันเทิงในสื่ออื่นๆ อาทิ สื่อออนไลน์ ทั้งนี้ บริษัทเชื่อว่าการคงไว้ซึ่งการผสมผสานการดำเนินธุรกิจจะช่วยลดความเสี่ยงดังกล่าวได้ระดับหนึ่ง

3.1.3 ความเสี่ยงจากการเข้าสู่ธุรกิจออนไลน์

แนวโน้มของอัตราเข้าถึงและปริมาณใช้งานอินเทอร์เน็ต Broadband ที่เพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่องทุกปีรวมถึงเทคโนโลยีโครงข่าย3G และ 4G รวมทั้งเตรียมไปสู่ 5G ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่พัฒนาความเร็วได้สูงขึ้น สามารถครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ เป็นวงกว้างมากขึ้น ทำให้การใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์ Smart Devices ต่างๆ มีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เทคโนโลยีดิจิตอล ได้เข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลเปลี่ยนแปลงให้ผู้ประกอบธุรกิจต่างต้องปรับตัวให้สอดรับกับเทคโนโลยีดิจิตอลที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดเจนนั้น คืออุตสาหกรรมโทรทัศน์ สื่อ หรือมีเดีย โดยการเปลี่ยนแปลงที่ถูกกล่าวถึงอย่างกว้างขวางในช่วง 1 - 2 ปีที่ผ่านมา คือการให้บริการ Over the Top หรือ OTT

เพื่อเตรียมการป้องกันและลดผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าวบริษัทฯ ได้ติดตามสถานการณ์ของแนวโน้มของธุรกิจออนไลน์อย่างใกล้ชิด และเพิ่มสัดส่วนรายได้ของธุรกิจในส่วนของออนไลน์ รวมทั้งเตรียมพัฒนาธุรกิจรองรับเทคโนโลยี 5 G เพื่อเชื่อมโยงและบูรณาการกับธุรกิจเดิม

3.1.4 ความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการรายใหม่

การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดดและความสามารถในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่มีเครือข่ายครอบคลุมมากขึ้น ทำให้ขอบเขตการให้บริการในธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมมีผู้ผลิตเนื้อหารายการเพียงไม่กี่รายและจำกัดอยู่ในวง

แคบๆ เปลี่ยนเป็นมีผู้ผลิตเนื้อหารายการที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากมาย ขยายไปเป็นวงกว้าง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้สภาพการแข่งขันทางธุรกิจรุนแรงขึ้น และผู้ว่าจ้าง สถานีและเอเยนซี่โฆษณามีทางเลือกมากขึ้น

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว และเพื่อเป็นการลดผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทได้พยายามปรับปรุงรูปแบบรายการให้มีคุณภาพน่าสนใจ เพื่อรักษาฐานผู้ชม การให้ความสำคัญกับการพัฒนา ปรับเปลี่ยน รูปแบบรายการให้สอดคล้องกับสภาวะนั้นๆ การสรรหารายการใหม่ๆ การพัฒนาธุรกิจไปสู่การรับงานที่ผู้ว่างจ้างเป็นธุรกิจต่างประเทศ เพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางในการหารายได้ให้แก่บริษัท

บริษัทได้เตรียมพัฒนาข้อมูลความเสี่ยงประกอบการตัดสินใจเตรียมขยายธุรกิจสู่ตลาดต่างประเทศ ในการทำฐานข้อมูลด้านสิทธิประโยชน์ ข้อจำกัดทางกฎหมาย การชำระเงิน รูปแบบสัญญา เพื่อลดความเสี่ยงในการเปิดรับงานที่ผู้ว่าจ้างที่เป็นธุรกิจต่างประเทศ

3.2 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operational Risk)

ความก้าวหน้าและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดดได้ทำให้เศรษฐกิจโลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก เช่นเดียวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คน ส่งผลกระทบต่อรูปแบบความเสี่ยงของบริษัท ทำให้ต้องเพิ่มความพยายามปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การบริหารองค์กรให้ทันต่อโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ

ดังนั้น สภาวะที่เทคโนโลยีที่เปลี่ยนโลก (Disruptive Technology) ทั้งการพัฒนาปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ที่ชาญฉลาด และเรียนรู้แบบมนุษย์ หรือการเชื่อมโยงการสื่อสารระหว่างอุปกรณ์กับอุปกรณ์ในรูปแบบ Internet of things (IoTs) รวมถึงการประมวลผลบนเครือข่ายคลาวด์คอมพิวติ้ง การบริหารจัดการ Big Data

ปัจจัยเสี่ยงเหล่านี้ผลักดันบริษัทปรับตัวสู่การเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจที่ต่างไปจากเดิม ได้แก่ และการสร้างเนื้อหาคอนเทนท์หรือสื่อในรูปแบบใหม่แทนสื่อรูปแบบเดิม การหลอมรวมด้านเทคโนโลยีสู่ธุรกิจใหม่ ทั้งหมดล้วนมาจากความเสี่ยงของเปลี่ยนแปลงหรือความเสี่ยงเกิดใหม่ (Emerging or New Risk)

3.2.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

ปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ในรอบปีที่ผ่านมาคือ “เทคโนโลยี” ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “บริการภาพและเสียงผ่านอินเทอร์เน็ต (Over the Top: OTT)” เช่น การรับชม YouTube ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต หรือการรับชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดจากผู้ให้บริการ Netflix ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบนคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ ผ่านทางอุปกรณ์ที่เชื่อมต่อกับโทรทัศน์ (TV BOX) ตลอดจนการใช้อุปกรณ์พกพาเพื่อรับชมรายการโทรทัศน์มีแนวโน้มการรับชมเพิ่มมากขึ้น ในขณะเดียวกัน การรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านอุปกรณ์ประจำที่หรือหน้าจอโทรทัศน์ (TV Screen) มีแนวโน้มที่ลดลงอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

ปัจจัยเสี่ยงในส่วนนี้ถือเป็นโอกาสและความท้าท้ายใหม่ของบริษัทฯ ซึ่งในระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา บริษัทได้พัฒนาเนื้อหารายการให้เหมาะสมกับแพลตฟอร์มดังกล่าว เพื่อสร้างให้เกิดรายได้เพิ่มเติมจากส่วนนี้

3.2.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลัก

ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ เป็นกลุ่มที่บุกเบิกและพัฒนาบริษัทฯ เป็นบุคลากรหลักในกลุ่มเดิมมาตลอด เนื่องจากธุรกิจของบริษัทฯ เป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยประสบการณ์ ทักษะ ความน่าเชื่อถือ การเป็นที่รู้จักของวงการและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

บริษัทตระหนักและให้ความสำคัญถึงผลกระทบเป็นอย่างยิ่ง คณะกรรมการบริษัทจึงได้มีการวางแผนการสืบทอดตำแหน่ง โดยจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงและผู้บริหารในตำแหน่งที่สำคัญ และพัฒนาแผนสืบทอดตำแหน่งอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเพิ่มสัดส่วนของผู้บริหารที่เป็นคนรุ่นใหม่ มอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบให้ตามความเหมาะสม เพื่อธำรงรักษาองค์ความรู้และทักษะในการแก้ไขปัญหาไว้ในองค์กร ให้เกิดการส่งและถ่ายทอดระหว่างรุ่นต่อไป

3.2.3 ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีอำนาจกำหนดนโยบายการบริหาร

บริษัทมีกลุ่มครอบครัววรรณภิญโญ เป็นกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ ดังนั้น บริษัท และ/หรือผู้ถือหุ้นรายย่อยจึงอาจมีความเสี่ยงจากการที่กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการบริหารงานไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง เนื่องจากการถือหุ้นรวมกันเกินกว่ากึ่งหนึ่ง ยกเว้นการกระทำใดก็ตามที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นมากกว่า 3 ใน 4 ของทุนจดทะเบียนที่ออกชำระแล้ว

อย่างไรก็ตาม บริษัทมีคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งเป็นกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน จากจำนวนกรรมการทั้งหมด 8 ท่าน ซึ่งกรรมการตรวจสอบทุกท่านล้วนแต่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถเป็นที่รู้จักและยอมรับในสังคม โดยกรรมการตรวจสอบของบริษัทมีหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการของบริษัท ซึ่งเป็นไปตามประกาศตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เรื่อง คุณสมบัติและขอบเขตการดำเนินงานของคณะกรรมการตรวจสอบ พ.ศ. 2551 และมีคุณสมบัติเป็นกรรมการอิสระที่มีคุณสมบัติตามข้อ 16 ของประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ.28/2551 ซึ่งถือเป็นการช่วยเสริมประสิทธิภาพและสร้างการตรวจสอบและถ่วงดุลที่ดี รวมถึงสร้างความโปร่งใสในการบริหารจัดการของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทยังได้ว่าจ้างบริษัท ตรวจสอบภายในธรรมนิติ จำกัด เพื่อเข้าทำหน้าที่เป็นหน่วยงานตรวจสอบภายในที่มีความเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการและขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ นอกจากนี้ คณะกรรมการของบริษัทยังคำนึงถึงการให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้วยการปฏิบัติตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างเคร่งครัด และสม่ำเสมอ ดังนั้น บริษัทจึงมั่นใจว่าผู้ถือหุ้น รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัท จะได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม และเท่าเทียมกัน

3.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

3.3.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

การที่บริษัทฯ มีรายจ่ายเป็นเงินตราต่างประเทศ โดยในปี 2561 บริษัทได้จ่ายค่าลิขสิทธิ์และค่าอุปกรณ์การถ่ายทำเป็นเงินตราต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 4.70 จากต้นทุนค่าผลิตทั้งสิ้น

การที่ต้องนำเข้าลิขสิทธิ์คอนเทนต์จากเจ้าของลิขสิทธิ์ในต่างประเทศ ซึ่งบริษัทฯ ต้องชำระเงินค่าลิขสิทธิ์เป็นสกุลเงินต่างประเทศ คือ สกุลเงินดอลล่าร์สหรัฐ และสกุลยูโร ทำให้บริษัทตระหนักถึงภาระความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนและเฝ้าระวังอย่างใกล้ชิด

3.3.2 ความเสี่ยงจากการผิดนัดชำระหนี้ของลูกหนี้

บริษัทกำหนดนโยบายป้องกันความเสี่ยงจากการผิดนัดชำระหนี้ของลูกหนี้ โดยติดตามหนี้สินอย่างใกล้ชิด ทำให้สามารถเก็บหนี้ส่วนใหญ่ได้ตามกำหนดชำระ กรณีมีการผิดนัดชำระหนี้เกิดขึ้น จะมีการประสานงานอย่างต่อเนื่องระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อแก้ไขปัญหาการผิดนัดชำหระหนี้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ (Compliance Risk)

3.4.1 ความเสี่ยงจากการละเมิดลิขสิทธิ์

ในการดำเนินการผลิตรายการของบริษัท ฯ มีความเสี่ยงกับการขอลิขสิทธิ์ เช่น ลิขสิทธิ์เพลง ซึ่งอาจจะมีปัญหาของความไม่ชัดเจนของเจ้าของลิขสิทธิ์มีผู้แสดงตัวเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์หลายคน มีคดีความฟ้องร้องกันเองระหว่างผู้ที่อ้างตัวเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ทำให้ไม่อาจจะใช้เพลงนั้นในการดำเนินรายการได้ และมีภาระรายจ่ายอัตราค่าลิขสิทธิ์เพลงตามความเหมาะสม หรืออาจจะเกิดค่าปรับหากการดำเนินงานในส่วนนี้ไม่ถูกต้อง

ในการดำเนินการส่วนนี้ บริษัทฯ มีกลไกการขึ้นทะเบียนเพลงที่ได้รับลิขสิทธิ์เป็นฐานข้อมูลกลาง มีการระมัดระวังในการสืบหาเจ้าของลิขสิทธิ์ที่แท้จริง และมีการใช้ที่ปรึกษากฎหมายมาดูแลเรื่องนี้โดยเฉพาะ

4 สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยประกอบด้วยที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์ ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีสินทรัพย์ถาวร รายละเอียดดังนี้

ที่ดิน

รายละเอียด/ที่ตั้ง	ผู้ถือกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี ณ สิ้นปี 2563 (บาท)	ภาระผูกพัน
ที่ดินโฉนดเลขที่ 16992 และ 16993 ตั้งอยู่ที่ แขวงวังทองหลาง เขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร รวมเนื้อที่ 0-1-37.9 ไร่	บริษัท	159,972,198.50	ติดภาระจำนองเป็นหลักประกันแก่สถาบันการเงินแห่งหนึ่ง แบ่งเป็นวงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน 20 ล้านบาท และวงเงิน OD 17 ล้านบาท
ที่ดินโฉนดเลขที่ 33980 และ 33981 ตั้งอยู่ที่ แขวงวังทองหลาง เขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร รวมเนื้อที่ 0-2-80 ไร่	บริษัท		
ที่ดินโฉนดเลขที่ 34117, 34118, 34127 และ 34128 ตั้งอยู่ที่ แขวงวังทองหลาง เขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร รวมเนื้อที่ 0-2-70 ไร่	บริษัท		
ที่ดินโฉนดเลขที่ 34137 และ 34138 ตั้งอยู่ที่ แขวงวังทองหลาง เขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร รวมเนื้อที่ 0-2-80 ไร่	บริษัท		- ไม่มี -
ที่ดินโฉนดเลขที่ 33978 และ 33979 ตั้งอยู่ที่ แขวงวังทองหลาง เขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร รวมเนื้อที่ 0-2-70 ไร่	บริษัท		- ไม่มี -

ที่ดินโฉนดเลขที่ 3758, 3759, 16628, 16688, 16689, 16690, และ 16691 ตั้งอยู่ที่ แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง จังหวัดกรุงเทพมหานคร รวมเนื้อที่ 8 – 1 -76.3 ไร่	บริษัท		- ไม่มี -

อาคาร สำนักงาน

รายละเอียด/ที่ตั้ง	ผู้ถือกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี ณ สิ้นปี 2563 (บาท)	ภาระผูกพัน
อาคารสำนักงานเลขที่ 1213/309-310 เลขที่ 429 และเลขที่ 527/12ซอยลาดพร้าว 94 (ปัญจมิตร) ถนนศรีวรา แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร	บริษัท	215,889,346,58	ติดภาระจำนองเป็นหลักประกันแก่สถาบันการเงินแห่งหนึ่ง แบ่งเป็นวงเงินตั๋วสัญญาใช้เงิน 20 ล้านบาท และวงเงิน OD 17 ล้านบาท

เครื่องมือ อุปกรณ์ และสินทรัพย์ถาวรอื่น

รายการ	ผู้ถือกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี ณ สิ้นปี 2563 (บาท)
ส่วนปรับปรุงที่ดินและอาคาร	บริษัท	7,644,696.03
ยานพาหนะ	บริษัท และ CMED	59,997.01
อุปกรณ์สำนักงาน	บริษัท CMED และ BB	1,972,618.24
เครื่องตกแต่งและติดตั้ง	บริษัท และ BB	607,969.10
เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตรายการโทรทัศน์	บริษัท และ BB	412,601.20
คอมพิวเตอร์	บริษัท CMED และ BB	670,019.88
รวม		11,367,901.46

4.2 สินทรัพย์สิทธิการใช้

บริษัทมีรายการสินทรัพย์สิทธิการใช้สุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เท่ากับ 9,548,491.27 บาท โดยรายการสินทรัพย์สิทธิการใช้ ได้แก่ รถยนต์ตามสัญญาเช่า

4.3 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

บริษัทมีรายการสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เท่ากับ 2,458,596.93 บาท โดยรายการสินทรัพย์ไม่มีตัวตนได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์

5 ข้อพิพาททางกฎหมาย

ไม่มี

6 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	:	บริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	1213/309 – 310 ซอยลาดพร้าว 94 (ปัญจมิตร) ถนนศรีวรา แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310
ประเภทธุรกิจ	:	ธุรกิจด้านบันเทิงและสื่อ
เลขทะเบียนบริษัท	:	บมจ. 0107557000446
โทรศัพท์	:	0 2559 0022
โทรสาร	:	0 2559 3609
โฮมเพจบริษัท	:	http://www.tvthunder.co.th
ทุนจดทะเบียน	:	250,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 1,000,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.25 บาท เรียกชำระเต็มมูลค่าแล้วจำนวน 800,030,075 หุ้น มูลค่ารวม 200,007,518.75 บาท

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

นายทะเบียนหุ้นสามัญ	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ +66 2009 9000 โทรสาร +66 2009 9991 SET Contact center : +66 2009 9999 Website : http://www.set.or.th/tsd
ผู้สอบบัญชี	:	นางสุวิมล กฤตยาเกียรณ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 2982 บริษัท สอบบัญชี ดี ไอ เอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เลขที่ 316/32 ซอยสุขุมวิท 22 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ +66 2259 5300 โทรสาร +66 2260 1553
ที่ปรึกษากฎหมาย	:	บริษัท ที่ปรึกษากฎหมาย ซีเอ็มที จำกัด เลขที่ 75 ซอยพึ่งมี 11 ถนนสุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260 โทรศัพท์ +668 1836 7236