

บริษัท อิกดราซิล กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ประวัติความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

1.1 การจัดตั้งบริษัท

บริษัท อีคราซิล กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2552 โดยมีผู้ก่อตั้งหลักคือ นายธนัช จูวิวัฒน์ และ นายศรุต ทับลอย โดยบริษัทฯ ริเริ่มดำเนินธุรกิจจากการเป็นผู้ให้บริการตัดแต่งภาพโฆษณา ตัดแต่งภาพเคลื่อนไหว งานโฆษณาและภาพยนตร์ (Visual Effects: “VFX”) และได้ขยายขอบเขตการให้บริการไปสู่งานที่ใช้ทักษะและความสร้างสรรค์ยิ่งขึ้น ทั้งการออกแบบและจัดทำคอมพิวเตอร์กราฟิกเกี่ยวกับงานภาพยนตร์ แอนิเมชัน และเกม โดยปัจจุบัน บริษัทฯ เป็นหนึ่งในผู้นำในการให้บริการออกแบบและจัดทำคอมพิวเตอร์กราฟิกในประเทศไทย โดยมีผลงานที่มีมาตรฐานในระดับสากลมากมาย และได้รับการยอมรับจากบริษัทชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ จีน สิงคโปร์ ฮองกง และเวียดนาม เป็นต้น

1.2 วิสัยทัศน์ และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเป็นหนึ่งในผู้นำในการให้บริการออกแบบและจัดทำคอมพิวเตอร์กราฟิกเกี่ยวกับงานภาพยนตร์ แอนิเมชัน และเกม สัญชาติไทย ที่ได้ทำงานในเวทีระดับโลกตามมาตรฐานระดับสากล โดยมุ่งมั่นที่จะขยายธุรกิจไปยังกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ และสรรหาแนวทางการสร้างสรรค์ผลงานผลงานนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้เกิดชิ้นงานที่มีคุณภาพ ตลอดจนใส่ใจในรายละเอียดเพื่อให้ผลงานเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด รวมทั้งขยายการให้บริการเพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้า เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างต่อเนื่องในอนาคต ทั้งนี้บริษัทฯ เน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ของบุคลากรภายในองค์กร รวมทั้งการพัฒนาบุคลากร เพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพ สำหรับลูกค้าเป็นสำคัญ ซึ่งบริษัทฯ ได้ยึดมั่นและปฏิบัติตามเสมอมา นับตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทฯ และเป็นที่มาของการให้บริการอย่างมีคุณภาพในระดับสากลและการเติบโตของบริษัทฯ ตลอดระยะเวลากว่า 10 ปีที่ผ่านมา

1.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

- ปี 2549 - บริษัท อีคราซิล วิซวล เอฟเฟกต์ จำกัด ก่อตั้งเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2549 โดยมีผู้ก่อตั้งหลักได้แก่ นายธนัช จูวิวัฒน์ และ นายศรุต ทับลอย ด้วยทุนจดทะเบียนแรกเริ่ม 1,000,000 บาท ซึ่งประกอบกิจการให้บริการจัดทำคอมพิวเตอร์กราฟิก งานโฆษณา ภาพยนตร์ อันเป็นจุดเริ่มต้นของการทำงานด้านคอมพิวเตอร์กราฟิกของบริษัทฯ ซึ่งต่อมาผู้ก่อตั้งหลักทั้ง 2 ท่านได้จัดตั้งบริษัท อีคราซิล กรุ๊ป จำกัด ขึ้นในปี 2552 เพื่อขอรับสิทธิประโยชน์ทางภาษีรองรับการขยายตัวทางธุรกิจในอนาคตอันยาวไกล ทั้งนี้ได้จดทะเบียนเลิกบริษัท อีคราซิล วิซวล เอฟเฟกต์ จำกัด เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2560 และจดทะเบียนเสร็จการชำระบัญชีเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2561
- ปี 2552 - บริษัทฯ ก่อตั้งขึ้นในนามบริษัท อีคราซิล กรุ๊ป จำกัด โดยมีผู้ก่อตั้งหลักคือ นายธนัช จูวิวัฒน์ และ นายศรุต ทับลอย ด้วยทุนจดทะเบียนแรกเริ่ม 1,000,000 บาท เพื่อดำเนินธุรกิจออกแบบและจัดทำคอมพิวเตอร์กราฟิกเกี่ยวกับงานโฆษณา เป็นหลัก โดยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ ซอยสุวรรณหิมนิ ถนนประชาอุทิศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

- บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1,000,000 บาท เป็น 1,500,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนแก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน จำนวน 5,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท คิดเป็นเงิน 500,000 บาท ให้กับผู้ถือหุ้นเดิม ซึ่งหุ้นทั้งหมดได้ชำระมูลค่าหุ้นเต็มจำนวนแล้วเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบธุรกิจ
- ปี 2553 - ธุรกิจของบริษัทฯ มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และได้ตัดสินใจเพิ่มจำนวนบุคลากรเพื่อขยายกำลังการผลิต และย้ายสำนักงานใหญ่จากเดิมที่ ซอยสุวรรณมณี ถนนประชาอุทิศ มาที่ ย่านทาวเวอร์อินทาวน์ วังทองหลาง อำเภอบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- ปี 2557 - บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1,500,000 บาท เป็น 40,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนแก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน จำนวน 385,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท คิดเป็นเงิน 38,500,000 บาท ซึ่งหุ้นทั้งหมดได้ชำระมูลค่าหุ้นเต็มจำนวนแล้ว เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนภายในกิจการ รองรับการขายตัวของธุรกิจงานโฆษณาและภาพยนตร์
- ปี 2558 - ได้รับรางวัลผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกดีเด่น (Prime Minister's Export Award) ประจำปี 2558 ประเภทรางวัลธุรกิจบริการยอดเยี่ยม สาขาดิจิทัลคอนเทนต์และซอฟต์แวร์ ทั้งนี้รางวัลดังกล่าว กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจัดขึ้นเพื่อสนับสนุนและให้ความสำคัญแก่ผู้ส่งออกสินค้าและบริการที่มีผลงานดีเด่น มีการริเริ่มและบุกเบิกตลาดต่างประเทศภายใต้ชื่อทางการค้าของตนเอง รวมทั้งมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตนเองจนเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก
- ได้รับรางวัล Bangkok International Digital Content Award เป็นรางวัลที่มอบให้แก่ผู้ประกอบการด้านดิจิทัลคอนเทนต์ในประเทศไทย ประจำปี 2558 ซึ่งจัดโดยภาครัฐและภาคอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ จำนวน 2 สาขา ได้แก่ วิชวลเอฟเฟกโฆษณาโทรทัศน์ยอดเยี่ยม (Best VFX TV Commercial) และการออกแบบวิชวลเอฟเฟกโฆษณาโทรทัศน์ยอดเยี่ยม (Best VFX Design TV Commercial)
- ปี 2559 - วันที่ 4 พฤษภาคม 2559 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2559 ผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติให้บริษัทฯ จ่ายเงินปันผลระหว่างกาล ให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 66.47 บาทต่อหุ้นรวมเป็นเงินทั้งหมด จำนวน 26,586,000 บาท ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการจ่ายเงินปันผลดังกล่าวเรียบร้อยแล้ววันที่ 22 มิถุนายน 2559 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 2/2559 มีมติให้บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 40,000,000 บาท เป็น 50,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนแก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน จำนวน 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท คิดเป็นเงิน 10,000,000 บาท ซึ่งหุ้นทั้งหมดได้ชำระมูลค่าหุ้นเต็มจำนวนแล้ว โดยเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนภายในกิจการทั้งในเรื่องของบุคลากรและเทคโนโลยี โดยอุตสาหกรรมสื่อและโฆษณามีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการทำสื่อและโฆษณาส่วนต้องการความคิดสร้างสรรค์และความทันสมัยในการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ดังนั้น เทคโนโลยีหรือการใช้คอมพิวเตอร์กราฟฟิกและแอนิเมชัน จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างผลงานสื่อและโฆษณาที่มีคุณภาพ
- วันที่ 13 ตุลาคม 2559 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 5/2559 ผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติให้บริษัทฯ จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลเพิ่มเติม ให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 25.03 บาทต่อหุ้นรวมเป็น

- เงินทั้งหมด จำนวน 12,514,000 บาท ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการจ่ายเงินปันผลดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว
- ปี 2560
- วันที่ 18 มกราคม 2560 ที่ประชุมกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2560 มีมติอนุมัติให้บริษัทฯ จ่ายเงินปันผลระหว่างกาล ให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 27.52 บาทต่อหุ้นรวมเป็นเงินทั้งหมด จำนวน 13,760,331 บาท ซึ่งบริษัทฯ ได้จ่ายเงินปันผลดังกล่าวแล้ว
 - จากผลงานที่โดดเด่นของบริษัท ส่งผลให้กองทรัสต์ เอสเอ็มอี ไพรวเท อควิตี้ ทรัสต์ ฟินด์ โดย ธนาคารออมสิน กองที่ 1 (“กองทรัสต์ฯ”) ซึ่งก่อตั้งขึ้นเพื่อให้การสนับสนุนธุรกิจเอสเอ็มอีที่มีศักยภาพสูงและมีนวัตกรรม ทางธุรกิจ หรือสินค้า และมีศักยภาพในการเติบโตสูง ได้ลงนามในสัญญาร่วมทุน ลงวันที่ 10 มกราคม 2560 เพื่อร่วมลงทุนในบริษัทฯ โดย วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2560 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2560 มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 4,945,100 บาทจากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 50,000,000 บาท เป็น 54,945,100 บาท โดยออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 49,451 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท และส่วนเกินมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 911.10 บาท รวมเป็นจำนวนเงินรวมทั้งสิ้น 50,000,000,000 บาท ส่งผลให้หลังการเพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้ว กองทรัสต์ฯได้สัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทฯ ทั้งหมดเพิ่มเป็นร้อยละ 9 ของทุนจดทะเบียนรวม
 - ในช่วงปลายเดือนกันยายน 2560 บริษัทฯ ได้นำเกม Home Sweet Home ซึ่งเป็นเกมในระบบคอมพิวเตอร์ (Personal Computer) ที่ผลิตโดยบริษัทฯวางจำหน่ายผ่านเครือข่าย online ต่างๆ อาทิเช่น Steam โดยเกม Home Sweet Home ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และถือว่าเป็นเกมที่ผลิตโดยคนไทยกลุ่มแรกๆที่ได้รับการยอมรับจากผู้เล่นและนักวิจารณ์เกมในระดับสากล
 - เกม Home Sweet Home ของบริษัทฯได้รับรางวัลเกมไทยยอดเยี่ยมแห่งปี (Thai Game Of The Year) ประจำปี 2560 ในงาน Thailand Game Show Big Festival 2560 จัดโดยผู้เชี่ยวชาญในวงการเกมคือ บริษัท ทรูมีเดีย โซลูชั่นส์ จำกัด และบริษัท ไชวไรซ์ จำกัด
 - บริษัทฯ ปรับทิศทางในการประกอบธุรกิจโดยมุ่งเน้นการให้บริการที่หลากหลายขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากอุตสาหกรรมงานโฆษณาเพียงด้านเดียว จึงเริ่มขยายการให้บริการไปยังบริการด้านภาพยนตร์แอนิเมชันในระดับสากล (Animation Movie) รวมทั้งงานรับจ้างผลิตเกม (Game Production) ซึ่งมีการเติบโตสูง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศ
- ปี 2561
- วันที่ 17 ธันวาคม 2561 ที่ประชุมกรรมการบริษัทครั้งที่ 5/2561 มีมติอนุมัติให้บริษัทฯ จ่ายเงินปันผล ให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 35.50 บาทต่อหุ้นรวมเป็นเงินทั้งหมด จำนวน 19,505,490 บาท ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการจ่ายเงินปันผลดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว
 - บริษัทฯ ได้วางจำหน่ายที่มีความเชี่ยวชาญในการแปลงระบบเกมและมีชื่อเสียงในอุตสาหกรรม ในการแปลงระบบเกม Home Sweet Home เพื่อให้รองรับ การใช้งานในระบบของเครื่องเล่นวิดีโอเกมหลักได้แก่ Playstation 4 และ Playstation VR รวมถึง Xbox One โดยได้วางจำหน่ายแล้วในเดือนธันวาคม 2561
 - ได้รับรางวัลมาตรฐาน SME แห่งชาติ ครั้งที่ 10 จาก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) ซึ่งผู้ประกอบการที่ได้รางวัลดังกล่าวล้วนแต่เป็น SME ระดับแนวหน้าที่มีศักยภาพสูง

- ได้รับรางวัล BIDD Awards ประจำปี 2561 จำนวน 1 สาขา ได้แก่ สาขาวิช่วลเอฟเฟคโฆษณาโทรทัศน์ยอดเยี่ยม (Best VFX TV Commercial)
 - ยื่นจดทะเบียนกับกรมทรัพย์สินทางปัญญาประเทศไทยในฐานะเจ้าของลิขสิทธิ์งานสร้างสรรค์ในรูปแบบคาแรคเตอร์หรือตัวละคร ตัวการ์ตูน รวมถึงตัวละครในเกม Home Sweet Home
- ปี 2562
- วันที่ 20 มีนาคม 2562 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2562 มีมติอนุมัติให้บริษัทฯ ดำเนินการดังนี้
 - บริษัทฯ จ่ายเงินปันผล ให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 22.85 บาทต่อหุ้น รวมเป็นเงินทั้งหมดจำนวน 12,554,900 บาท
 - แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน โดยใช้ชื่อว่า บริษัท อีคราซิล กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2562 เพื่อเตรียมเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
 - เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นสามัญที่ตราไว้จากเดิมมูลค่า 100.00 บาทต่อหุ้น เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.50 บาทต่อหุ้น ซึ่งทำให้จำนวนหุ้นจดทะเบียนและจำนวนหุ้นที่ออกและชำระแล้ว เพิ่มขึ้นจำนวน 109,340,749 หุ้น เพิ่มขึ้นจากเดิม 549,451 หุ้น เป็นจำนวน 109,890,200 หุ้น โดยทุนจดทะเบียนที่ออกและเรียกชำระแล้วยังคงเดิม ซึ่งได้มีการจดทะเบียนการเปลี่ยนแปลงกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2562
 - เพิ่มทุนจดทะเบียนหุ้นสามัญ จำนวน 35,054,900 บาท ที่มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท ซึ่งทำให้ทุนจดทะเบียนเพิ่มขึ้นจากเดิมจำนวน 54,945,100 บาท เป็น 90,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนใหม่ ดังนี้
 - เสนอขายแก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ตามสัดส่วนการถือหุ้นที่ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ แต่ละรายถืออยู่ (Right offering) จำนวน 12,554,900 บาท ในราคามูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท จำนวน 25,109,800 หุ้น ซึ่งหุ้นทั้งหมดได้ชำระมูลค่าหุ้นเต็มจำนวนแล้ว
 - เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก จำนวน 22,500,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท จำนวน 45,000,000 หุ้น
 - อนุมัติการนำหุ้นของบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (“MAI”)
 - วันที่ 9 พฤศจิกายน 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 5/2562 มีมติอนุมัติให้บริษัทฯ จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 0.19 บาทต่อหุ้น รวมเป็นเงินทั้งหมดจำนวน 25,000,000 บาท
 - บริษัทฯ ได้เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 45 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.5 บาท ให้แก่ประชาชนครั้งแรก (IPO) ในวันที่ 25 -27 ธันวาคม 2562

- ปี 2563
- บริษัทฯ ได้จดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (“MAI”) เมื่อวันที่ 7 มกราคม 2563
 - มีการแพร่ระบาดของ Covid-19 ทำให้พนักงานของบริษัทฯ ต้องทำการ Work from home ในช่วงเดือนเมษายนถึงพฤษภาคม แต่อย่างไรก็ตามการแพร่ระบาดของ Covid-19 ไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทฯ
- ในเดือนธันวาคม 2563 เกิดคราฟต์ไทย เนื่องจากที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ E-Sport ได้
- โพสต์ผ่านบัญชีทวิตเตอร์ส่วนตัวว่า เกม Home Sweet Home จะเอาทำรายได้ต่างๆ ใส่เข้าไปในเกม แต่กระทรวงวัฒนธรรมห้าม เพราะอาจจะทำให้คนกลัวการร่ำรวย ประกอบกับและเหตุผลอื่นๆ ทางผู้ผลิตจึงคิดทำรายได้ใหม่เองหมด โดยนาย สรุต ทับลอย ผู้พัฒนาเกมได้ออกมาชี้แจงผ่านทวิตเตอร์ส่วนตัวว่า ก่อนหน้านี้ได้ขอความร่วมมือไปยังกระทรวงวัฒนธรรม เพื่อขอใช้ภาพประกอบที่เกี่ยวกับนาฏศิลป์ ทั้งส่วนของเครื่องดนตรีไทย และรูปแบบท่ารำต่างๆ แต่โดนปฏิเสธ เนื่องจากทางกระทรวงฯ มองว่าตัวเกมอาจจะทำร้ายศิลปะวัฒนธรรมได้ และหากทีมทำนางรำออกมาในรูปแบบผี คนจะกลัว ซึ่งตอนนั้นเหตุผลนี้ก็ทำให้เกมหยุดพัฒนาไปสักพัก ก่อนทางทีมจะตัดสินใจสร้างตัวนางรับขึ้นมาใหม่หมดเลยเพื่อแก้ปัญหา
 - YGG เป็นหุ้นที่มีผลตอบแทน IPO ดีที่สุดประจำปี 2563 โดยมีราคาปิดวันแรกที่ 5.35 บาท และมีราคาปิดตอนสิ้นปีที่ 17.79 บาท โดยมีการเปลี่ยนแปลงเป็นบวกที่ 230.84%

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

รายได้จากการประกอบกิจการของบริษัทฯ มีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2561 ถึงปี 2563 ดังแสดงในตารางด้านล่างต่อไปนี้

ตารางที่ 2-1: โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ ปี 2561 ถึงปี 2563

รายได้จากกิจการ	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
งานโฆษณาและภาพยนตร์ (VFX)	57.57	34%	53.55	27%	109.7	48.1
งานภาพยนตร์แอนิเมชัน (Animation)	57.51	34%	94.20	48%	99.9	43.8
งานผลิตและรับจ้างผลิตเกม (Game)	55.66	33%	47.93	25%	17.0	7.5
รวมรายได้	170.74	100%	195.68	100%	226.6	100%

2.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ ให้บริการจัดทำและตกแต่งงานทางด้านคอมพิวเตอร์กราฟิก โดยครอบคลุมงานตกแต่งภาพ แสง สี เสียง และภาพเคลื่อนไหว โดยบริษัทฯ จำแนกการให้บริการออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

2.2.1 งานโฆษณาและภาพยนตร์

บริษัทฯ เป็นหนึ่งในผู้นำในงานออกแบบและสร้างสรรค์งานตัดแต่งภาพเคลื่อนไหว รวมถึงเทคนิคพิเศษในประเทศไทย โดยให้บริการครอบคลุมงานภาพทางด้านโฆษณา รวมถึงงานภาพในภาพยนตร์

ขั้นตอนหลักในการจัดทำงานโฆษณาหรืองานภาพยนตร์

- งานก่อนการถ่ายทำ (Pre-Production Process)

ขั้นตอนในการทำงานในช่วงเริ่มแรก เพื่อกำหนดทิศทาง เนื้อเรื่อง รวมถึงข้อความในงานโฆษณา และงานภาพยนตร์ต่างๆ โดยรวบรวมการทำงานที่สำคัญเช่น การรวบรวมข้อมูล การออกแบบเนื้อเรื่อง การออกแบบตัวละคร การเขียนสตอรี่บอร์ด การคัดเลือกนักแสดง รวมถึงการเตรียมการอื่นๆ เพื่อการเตรียมความพร้อมก่อนการถ่ายทำจริง เป็นต้น

- งานถ่ายทำ (Production Process / Shooting)

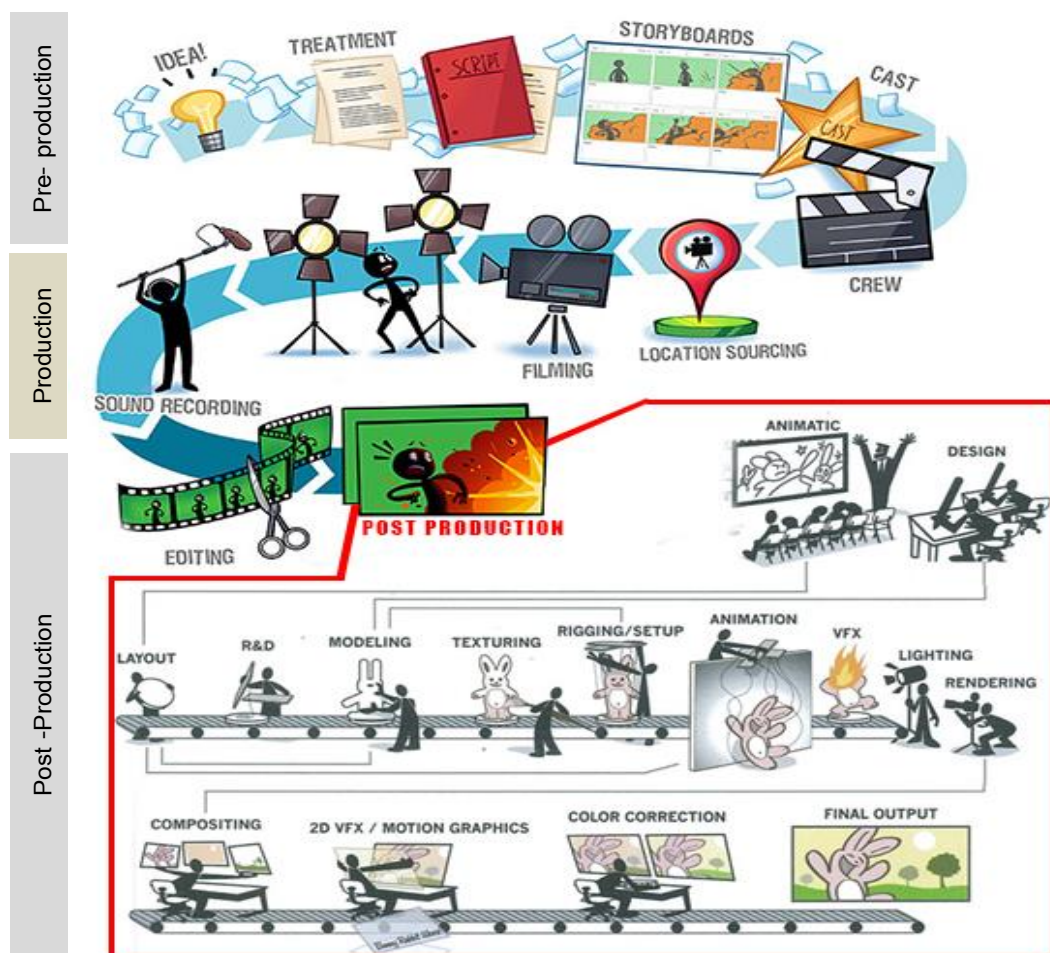
การถ่ายทำโฆษณาหรือภาพยนตร์ ตามสถานที่ต่างๆ ที่ถูกกำหนดไว้ตามบท และสตอรี่บอร์ด ซึ่งการถ่ายทำส่วนใหญ่จะดำเนินไปตามรายละเอียดที่กำหนดไว้ทั้งหมด

- งานหลังการถ่ายทำ (Post-Production Process)

การนำผลงานที่ได้ถ่ายทำไว้มาดำเนินการตัดต่อ และเรียบเรียงให้เป็นเนื้อเรื่อง โดยในขั้นตอนดังกล่าวอาจรวมถึงการใช้เทคนิคเพื่อสร้างภาพแบบวิชวลเอฟเฟค (Visual Effect : VFX) ซึ่งเป็นการสร้างภาพเหตุการณ์ที่มีลักษณะพิเศษ ภาพตัวละครจำลอง หรือภาพที่ไม่สามารถถ่ายทำได้จริงโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้งานหลังการถ่ายทำยังรวมถึง การปรับแต่งสี การแต่งแสง การใส่เสียงต่างๆ เป็นต้น

ทั้งนี้ การให้บริการของบริษัทฯ เริ่มตั้งแต่งานหลังการถ่ายทำ (Post-Production Process) ของการทำงานโฆษณาหรืองานภาพยนตร์โดยทั่วไป ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการสร้างสรรค์ภาพ ตัวละคร รวมถึงงานทางด้านคอมพิวเตอร์กราฟิกเป็นหลัก

แผนภาพแสดงถึงขั้นตอนโดยรวมในการทำงานคอมพิวเตอร์กราฟิกในงานโฆษณาหรืองานภาพยนตร์มีดังนี้



YGGDRAZIL GROUP

บริการ
ด้าน
VFX

แหล่งที่มา: บริษัทฯ และ www.rjdm.com/media/1620/film-process-website-rjdm.jpg

บริษัทฯ มีรายละเอียดขอบเขตการทำงานที่สำคัญ ดังนี้

1) การออกแบบภาพรวม (Concept Art / Design)

การออกแบบในเชิงของภาพรวมตามเนื้อหาและทิศทางที่ได้ตกลงกับทางลูกค้า

2) การสร้างรูปร่าง 3 มิติ (3D Modeling)

การนำตัวละครและวัตถุมาสร้างเป็นรูปร่างแบบ 3 มิติ (Model) ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยใส่รายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ เช่น พื้นผิว สี สัน รูปทรง รวมถึงรายละเอียดอื่นๆ ให้พร้อมสำหรับการนำ Model ไปใช้ในขั้นตอนถัดไป

3) การสร้างเครื่องมือกำหนดการเคลื่อนไหว (Rigging & Shape defrom)

ขั้นตอนการนำเอา Model มาปรับแต่งและนำโปรแกรมกำหนดการเคลื่อนไหวมาประกอบกับตัวละครที่สร้างขึ้นมา เช่น การจำลองกระดูก (Rigging) ซึ่งจะทำให้ตัวละครดังกล่าวสามารถเคลื่อนไหวตามที่กำหนดได้

4) การจำลองการเคลื่อนไหวของกล้อง ตัวละคร และวัตถุ (Layout)

ขั้นตอนการจำลองการเคลื่อนไหวที่รวมถึงการเคลื่อนไหวของตัวละคร วัตถุ รวมถึงองค์ประกอบต่างๆ โดยมุ่งเน้นภาพรวม ทิศทางการเคลื่อนที่ และระยะการเคลื่อนไหวให้สัมพันธ์กับเวลา เพื่อสร้างมุมมองที่น่าสนใจในการเล่าเรื่อง ทั้งนี้ ขั้นตอนการจำลองการเคลื่อนไหวสามารถดำเนินการไปพร้อมกับการออกแบบและสร้างรูปร่าง 3 มิติได้ โดยนำวัตถุรูปทรงพื้นฐานเช่น รูปทรงสี่เหลี่ยมหรือวงกลม มาใช้แทนตัวละคร วัตถุ และฉากได้

5) การสร้างการเคลื่อนไหว (Animation)

การนำ Model ที่มีเครื่องมือในการเคลื่อนไหว มากำหนดการเคลื่อนไหวจริงตามแบบแผนที่ได้จำลองไว้ รวมถึงปรับแต่งและแก้ไขรายละเอียดการเคลื่อนไหวปลีกย่อยที่สำคัญ เช่น สีหน้าตัวละคร ท่าทาง รวมถึงการแสดงออกทางอารมณ์ ให้มีความสมจริง เป็นไปตามรูปแบบที่กำหนดไว้ตั้งแต่ต้น

6) การสร้างเทคนิคพิเศษ (Special Effect)

ขั้นตอนในการสร้างเทคนิคพิเศษ เป็นกระบวนการในการสร้างสรรค์ภาพที่มีอยู่เดิมให้มีรายละเอียดใหม่เพิ่มเติมขึ้นมา ซึ่งไม่ได้เกิดจากการถ่ายทำจริง โดยการสร้างเทคนิคพิเศษ

7) การจำลองการเคลื่อนไหวเครื่องแต่งกาย (Cloth Simulation)

ขั้นตอนในการจำลองการเคลื่อนไหวของเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ รวมถึงส่วนประกอบอื่นๆ ที่อยู่บนพื้นผิวของตัวละคร เช่น เส้นผม และขน เป็นต้น การจำลองการเคลื่อนไหวของสิ่งดังกล่าวมีความจำเป็นเป็นอย่างมาก เนื่องจากการเคลื่อนไหวของทั้ง เสื้อผ้า รอยริ้วที่เกิดขึ้น รวมถึงการเปลี่ยนทิศทางการปลิวของเส้นผม หรือเครื่องประดับต่างๆ นับเป็นรายละเอียดที่สำคัญในการสร้างสรรค์ภาพเคลื่อนไหวให้เป็นธรรมชาติ สมจริงมากยิ่งขึ้น

8) การจัดแสงและประมวลผลออกมาเป็นภาพ (Lighting & Rendering)

ขั้นตอนหลังการได้ภาพเคลื่อนไหวที่มีรายละเอียดครบถ้วนแล้ว ซึ่งแบ่งเป็น 2 ขั้นตอนย่อย ได้แก่

- การจัดแสง (Lighting)

การนำเอาภาพเคลื่อนไหวมากำหนดทิศทางและความสว่างของแสง รวมถึงการตกกระทบของเงา แสงสะท้อน เพื่อความสมจริงของชิ้นงาน

- การประมวลผลออกมาเป็นภาพ (Rendering)

การนำภาพเคลื่อนไหวที่ได้ทำการจัดแสงแล้ว มาประมวลผลให้ออกมาเป็นไฟล์ภาพที่สมบูรณ์ โดยในบางกรณีการประมวลผลอาจมีกระบวนการในการจำแนกส่วนของภาพให้ออกมาเป็นชั้นๆ (Layer) เช่น ชั้นของแสง ชั้นของเงา ชั้นของฉาก ชั้นของตัวละคร หรือชั้นของส่วนประกอบอื่นๆ เพื่อให้สามารถนำไปปรับแต่งรายละเอียดของภาพในแต่ละชั้นได้ในกระบวนการถัดไป

9) การประกอบและตกแต่งภาพ (Compositing)

ขั้นตอนในการปรับแต่ง และตัดต่อ รายละเอียดต่างๆ ในไฟล์ภาพเคลื่อนไหว ให้มีความสมจริง รวมถึงการใส่รายละเอียดปลีกย่อยอื่นๆ ให้ชิ้นงานมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2.2.2 งานภาพยนตร์แอนิเมชัน (Animation Movie)

บริษัทฯ ให้บริการในการจัดทำงานภาพยนตร์แอนิเมชัน โดยสามารถให้บริการครอบคลุมขอบเขตการทำงานในส่วนของการผลิตแอนิเมชัน (Production Process) และงานประกอบและตกแต่งภาพ (Post Production Process / Compositing Process) ในส่วนของงานภาพยนตร์แอนิเมชันบริษัทฯ สามารถสร้างสรรคงานภาพยนตร์แอนิเมชันทั้งแบบภาพยนตร์สั้นและยาว ขึ้นอยู่กับรูปแบบการว่าจ้างจากทางลูกค้า ทั้งนี้ ขั้นตอนในการจัดทำงานภาพยนตร์แอนิเมชันมีขั้นตอนการทำงานเช่นเดียวกันกับการจัดทำงานโฆษณาและงานภาพยนตร์ปกติ ยกเว้นขั้นตอนในการถ่ายทำ (Production) ซึ่งอาจมีความแตกต่างกัน เนื่องจากในงานภาพยนตร์แอนิเมชันอาจไม่ได้นำเสนอภาพลักษณ์ของนักแสดงจริงที่ถ่ายทำ แต่จะนำเสนอภาพเคลื่อนไหวของตัวละครจำลองที่พัฒนาผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ขึ้นมาแทน

บริษัทฯ สามารถให้บริการงานผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันได้เกือบทุกขั้นตอน ซึ่งครอบคลุมทั้งงานในส่วนของการออกแบบภาพรวม (Concept Art) แต่งเรื่องราว (Story) จัดทำ Story Board งานสร้างรูปร่าง 3 มิติ (3D Modeling) การทำภาพเคลื่อนไหว (Animate) งานเทคนิคพิเศษ (Special Effect) ตลอดจนงานในส่วนอื่นๆ

ขั้นตอนหลักในการจัดทำงานแอนิเมชันและภาพยนตร์แอนิเมชัน

- งานก่อนการผลิต (Pre-Production Process)

ขั้นตอนในการทำงานเริ่มแรก ซึ่งกำหนดทิศทาง เนื้อเรื่อง รวมถึงข้อความในงานภาพยนตร์แอนิเมชัน โดยรวบรวมการทำงานที่สำคัญเช่น การรวบรวมข้อมูล การออกแบบองค์ประกอบศิลป์ การออกแบบเนื้อเรื่อง การออกแบบตัวละคร การเขียนสตอรี่บอร์ด รวมถึงการเตรียมการอื่นๆ เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการเริ่มจัดทำตัวละครและวัตถุอื่นๆ เป็นต้น

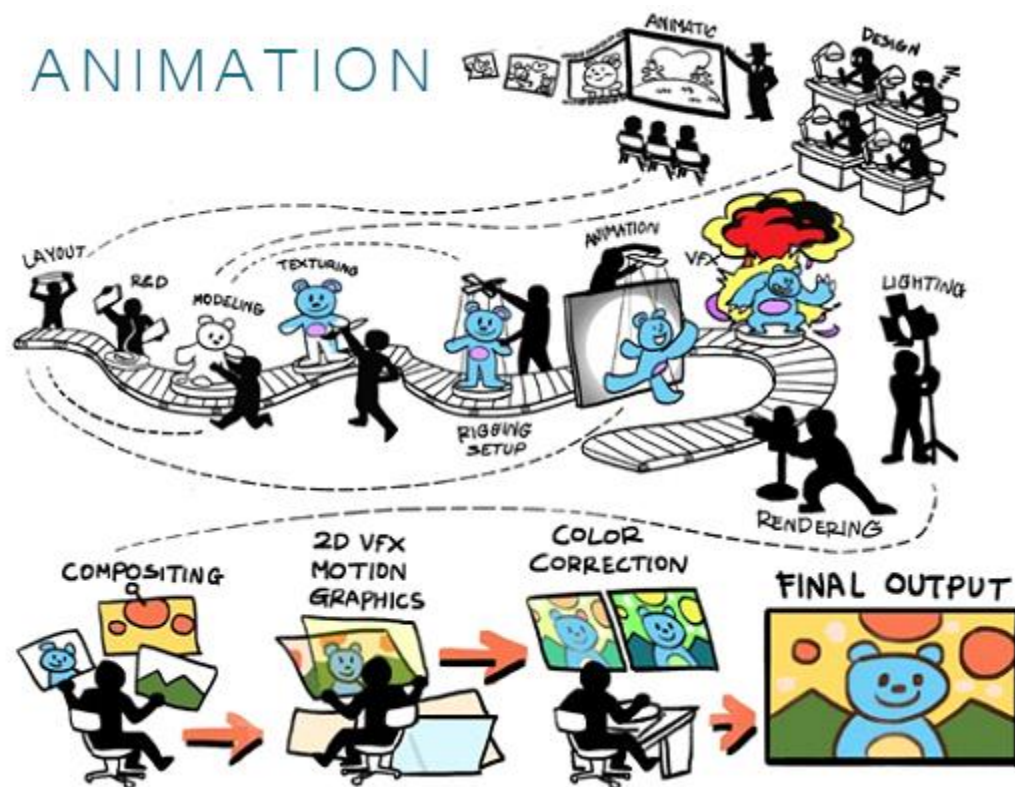
- งานผลิตแอนิเมชัน (Production Process)

ขั้นตอนในการเริ่มสร้างตัวละครแบบ 3 มิติ ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดสำคัญต่างๆ เช่น รูปร่าง องค์ประกอบ พื้นผิว สี สัน เป็นต้น นอกจากนี้ ในขั้นตอนการผลิตแอนิเมชันยังครอบคลุมการกำหนดการเคลื่อนไหวตัวละคร รวมถึงการสร้างภาพเทคนิคพิเศษ อีกด้วย

- งานประกอบและตกแต่งภาพ (Post Production Process / Compositing Process)

การนำภาพที่ผ่านการประมวลผลและจัดแสงแล้วมาประกอบ ตกแต่ง และปรับแต่งองค์ประกอบบางส่วนให้มีความสวยงาม กลมกลืน และอาจมีการใส่รายละเอียดอื่นๆ เช่น การเคลื่อนไหวของ Motion Graphic จนถึงขั้นตอนในการปรับแต่งสี เป็นต้น

แผนภาพแสดงถึงขั้นตอนโดยรวมในการทำงานแอนิเมชัน



แหล่งที่มา: บริษัทฯ



บริการด้าน
Animation

ขั้นตอนการทำงานที่สำคัญซึ่งเริ่มต้นด้วย การออกแบบภาพรวม (Concept Art / Design) ไปจนถึงกระบวนการปรับแต่งสี (Color Correction) ซึ่งมีรายละเอียดการทำงานเช่นเดียวกันกับขอบเขตการทำงานคอมพิวเตอร์กราฟิกในงานโฆษณาและภาพยนตร์ เว้นแต่ งานภาพยนตร์แอนิเมชันจะมุ่งเน้นการแสดงผลของตัวละคร อารมณ์ และกิริยาท่าทางของตัวละครเป็นหลัก เพื่อให้สามารถส่งข้อความแก่ผู้ดูได้อย่างมีประสิทธิภาพ แตกต่างกับงานโฆษณาและภาพยนตร์ซึ่งการทำงานจะมุ่งเน้นที่ความสมจริง ความเป็นธรรมชาติ และความแนบเนียนของภาพ

2.2.3 งานผลิตและรับจ้างผลิตเกม (Game & Production)

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตเกมที่มีทรัพย์สินทางปัญญาของตนเอง และรับจ้างผลิตเกม ในระบบต่างๆ เช่น เกมคอมพิวเตอร์ (Personal Computer) เกมมือถือ รวมถึงเกมในระบบสภาพแวดล้อมเสมือนจริง (Virtual reality: VR) เป็นต้น โดยส่วนมากเกมจะจำหน่ายได้สูงสุด ในช่วง 3 เดือนแรกของการวางจำหน่าย จากนั้นยอดขายจะเริ่มลดลง ทั้งนี้ หากเกมได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค ผู้ผลิตเกมแต่ละเกมก็จะเข้าสู่การสร้างความต่อเนื่องให้เกมของตนเองด้วยการสร้างภาคต่อของเกม ตลอดจนสร้างตัวละคร อาวุธ หรือชุดของตัวละครใหม่ๆ ให้ผู้เล่นได้สนุกไปกับเกม เพื่อให้กระแสความนิยมมีอยู่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้อายุของเกม (Shelf Life) ให้อยู่ในกระแสการตอบรับของผู้บริโภคเป็นระยะเวลานานยิ่งขึ้น

ในขั้นตอนในการผลิตและสร้างสรรค์เกมในปัจจุบันมีความคล้ายคลึงกับขั้นตอนในการทำภาพยนตร์แอนิเมชันเป็นอย่างมาก โดยในการผลิตเกมจะมีขั้นตอนในการวางระบบการเล่นเกมเพิ่มเติมขึ้นมา ทั้งนี้ บริษัทฯ สามารถให้บริการได้อย่างครบวงจร โดยสามารถให้บริการผลิตเกมได้ในทุกขอบเขตในกระบวนการผลิต ครอบคลุมขอบเขตที่สำคัญ ได้แก่

1) การออกแบบภาพรวมของเกม (Game Concept & Game play Design)

ขั้นตอนในการออกแบบและกำหนดภาพรวมของเกม ทั้งเนื้อเรื่อง ตัวละคร รูปแบบการเล่น รวมถึงระบบการเล่นต่างๆ ซึ่งจำแนกเป็นขั้นตอนย่อย ดังนี้

- การออกแบบเนื้อเรื่อง (Create Story)

ขั้นตอนในการแต่งเนื้อเรื่องของเกม ซึ่งกำหนดทิศทาง การเดินเรื่อง รวมถึงรูปแบบการเล่น ระยะเวลาการเล่นโดยประมาณ ตัวละครหลัก และตัวละครประกอบที่จะมีบทบาทในเนื้อเรื่อง รวมถึงฉากและสถานที่ในแต่ละช่วงเวลา

- การออกแบบงานศิลป์ (Create Art)

การนำเอาเนื้อเรื่องและส่วนประกอบต่างๆ ที่สำคัญ มาออกแบบและร่างให้เห็นเป็นภาพ ทั้งในส่วนของตัวละครต่างๆ วัตถุ ฉาก จนถึงรายละเอียดของภาพในมุมมองต่างๆ เพื่อให้มั่นใจว่างานภาพสามารถสะท้อนเนื้อเรื่องของเกมได้อย่างถูกต้อง

- การออกแบบระบบการเล่น (Programing)

การเขียนโปรแกรมและระบบการเล่นให้เป็นไปตามรูปแบบที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งรวมถึงการออกแบบและสร้างปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ในเงื่อนไขต่างๆ เพื่อเพิ่มความซับซ้อนในการเล่น

- การสร้างแบบจำลองการเล่น (Prototype / Level Concept)

การนำระบบการเล่นที่ได้ออกแบบไว้มาจัดทำเป็นแบบจำลองในด้านต่างๆ โดยในแบบจำลองดังกล่าวผู้จัดทำสามารถทดลองเล่น และทดสอบระบบเกมในแต่ละด้านได้ ซึ่งองค์ประกอบในแบบจำลองต่างๆ เช่น ตัวละคร วัตถุ และฉาก จะเป็นแบบจำลองที่ยังไม่มีรายละเอียดใดๆ

2) การสร้างรูปร่าง 3 มิติ (3D Modeling)

การสร้างตัวละครและวัตถุตามแบบที่ได้กำหนดไว้ให้เป็นรูปร่างสามมิติ มีรายละเอียดปลีกย่อยที่สำคัญ เช่น พื้นผิว สี สัน รวมถึงการใส่เครื่องมือกำหนดการเคลื่อนไหว เพื่อให้ตัวละครและวัตถุที่สร้างสามารถเคลื่อนไหวได้ตามที่กำหนด

3) การออกแบบและสร้างรูปแบบการเล่นของด่านต่างๆ (Level Design)

การนำแบบจำลองการเล่นในด่านต่างๆ มาขยายขอบเขตและสร้างระบบการเล่นในด่านต่างๆ ให้สมบูรณ์ มีรายละเอียดในการเล่นที่ครบถ้วน สามารถทดลองเล่นจริงได้

4) การประกอบภาพรวมของเกมและรายละเอียดส่วนเพิ่มที่สำคัญ (Implementation)

การนำตัวละคร วัตถุ ฉาก และพื้นหลังที่ได้จัดทำไว้ มาประกอบกับระบบเกมในแต่ละด่านให้เกิดความสวยงาม สมจริง รวมถึงการใส่เพิ่มเทคนิคพิเศษ (Special Effect) การใส่การเคลื่อนไหวของเครื่องแต่งกาย (Cloth Simulation) และการใส่เสียง และบทสนทนาลงไปในงานให้มีความสมบูรณ์

5) การทดสอบและแก้ไขข้อบกพร่อง (Bug Testing)

การทดสอบระบบการเล่นรวมถึงงานภาพในส่วนต่างๆ เพื่อหาข้อบกพร่องที่อาจเกิดขึ้น และแก้ไขข้อบกพร่องดังกล่าวให้หมดไป

6) การแปลงข้อมูลและออกจำหน่าย (Decode & Release)

การนำข้อมูลของเกมที่สมบูรณ์แล้วมาแปลงค่า (Decode) ให้เป็นระบบปฏิบัติการที่ต้องการ เพื่อเตรียมความพร้อมในการออกจำหน่ายสู่ตลาดต่อไป

บริษัทฯ ได้ผลิตเกม Home Sweet Home1 และออกจำหน่ายผ่านเครือข่ายต่างๆ มาแล้วตั้งแต่ปี 2560 ซึ่งทางบริษัทฯ เป็นผู้คิดค้นและพัฒนาเกมดังกล่าวเองมาตั้งแต่ต้น ทั้งนี้เกม Home Sweet Home1 เป็นเกมในระบบคอมพิวเตอร์ (Personal Computer) ในรูปแบบออฟไลน์ (Offline game) แนวสยองขวัญ กึ่งแอคชั่นและผจญภัย (Horror - Action – Adventure) ซึ่งนำเสนอการเล่นผ่านตัวละครในมุมมองบุคคลที่หนึ่ง (First –Person Point of view) ซึ่งผู้เล่นจะเห็นภาพผ่านมุมมองเสมือนจริง โดยผู้เล่นจะเห็นตัวละครที่บังคับเพียงแค่มือและแขนในการหยิบจับสิ่งต่างๆ เกม Home Sweet Home เป็นเกมที่ผู้เล่นจะบังคับตัวละครหลักที่หลงอยู่ในสถานที่จำลองที่มีรายละเอียดของฉากและสถานที่ที่มีความสมจริง โดยผู้เล่นจะต้องเอาตัวรอดกับสถานการณ์และสิ่งเร้นลับ รวมถึงสืบหาความจริงตามเนื้อเรื่อง โดยเกมจะใช้ระยะเวลาในการเล่นเฉลี่ยที่ 6-8 ชั่วโมง ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้เล่น

เกม Home Sweet Home 1 นับเป็นหนึ่งในเกม เต็มรูปแบบในระบบเกมคอมพิวเตอร์เกมแรกๆ ที่ถูกพัฒนาโดย บริษัทไทย โดยในปี 2561 บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงโอกาสในการจำหน่ายเกม Home Sweet Home ในระบบปฏิบัติการอื่นๆ อาทิ เกมประเภทคอนโซล บริษัทฯ จึงได้จ้างบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในการแปลงระบบเกมและมีชื่อเสียงในอุตสาหกรรม เพื่อดำเนินการแปลงเกม Home Sweet Homeให้รองรับ การใช้งานในระบบของเครื่อง Playstation 4 และ Playstation VR รวมถึง Xbox One โดยได้ออกจำหน่ายแล้วในปลายปี 2561

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดซื้ออุปกรณ์ Motion Capture ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ใช้ในการตรวจจับการเคลื่อนไหวของจุดสำคัญต่าง ๆ บนตัวละคร โดยที่นักแสดงจะใส่ชุดแนบเนื้อ โดยมีเซ็นเซอร์ ติดไว้ตามตำแหน่งต่างๆ โดยเน้นไว้ในจุดที่ต้องการจับการเคลื่อนไหว โดยเฉพาะข้อต่อของร่างกาย เช่น ศีรษะ ออก หัวไหล่ ข้อศอก ข้อมือ มือ สะโพก เข่า ข้อเท้า ทั้งนี้ การใช้เทคนิค Motion Capture ดังกล่าวจะส่งผลให้การเคลื่อนไหวของตัวละครในเกมมีความสมจริงมากขึ้น

นอกจากการนำเทคโนโลยี Motion Capture มาช่วยในการผลิตเกมแล้ว เทคโนโลยีดังกล่าวสามารถนำไปช่วยในการสร้างการเคลื่อนไหวของตัวละครในภาพยนตร์แอนิเมชันได้เป็นอย่างดี โดยบริษัทฯ จะสามารถผลิตงานภาพยนตร์แอนิเมชันที่มีคุณภาพและความสมจริงเพิ่มมากขึ้น

ในส่วนของการรับจ้างทำงานงานโฆษณาและภาพยนตร์ (VFX) งานภาพยนตร์แอนิเมชัน (Animation Movie) และงานผลิตและรับจ้างผลิตเกม (Game & Production) เพื่อให้งานที่บริษัทฯ รับจ้างผลิตนั้นมีคุณภาพที่ดี บริษัทฯ จะเลือกจ้างบุคคลภายนอก (Outsource) เฉพาะส่วนงานที่บริษัทฯ ไม่ได้มีทีมงานเฉพาะกับส่วนงานนั้นๆ เท่านั้น เช่น การออกแบบเสียง (Sound Effect) ต่างๆ โดยบริษัทฯ จะมีรายชื่อของบุคคลภายนอกที่เคยร่วมงานกันซึ่งสามารถไว้วางใจในความสามารถในการทำงาน รวมถึงความแน่นอนของการส่งงานได้ หรือในบางกรณีลูกค้าอาจจะมีการระบุตัวบุคคลภายนอก ได้แก่ ศิลปินที่ต้องการใช้แบบเฉพาะเจาะจง ในการกำกับเรื่องแสง สี เสียง ให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า เป็นต้น ทั้งนี้หลังจากผู้ควบคุมงานของบริษัทฯ คัดเลือกจากรายชื่อเหล่านั้นแล้วจะดำเนินการให้ฝ่ายจัดซื้อทำกระบวนการจัดจ้างต่อไป โดยบริษัทฯ มีระบบการตรวจรับมอบงานของบุคคลภายนอกเพื่อให้เป็นไปตามคุณภาพและความต้องการของลูกค้า จากนั้นส่งให้ลูกค้าพิจารณา หากมีการแก้ไขตามความเห็นของลูกค้า บริษัทฯ จะดำเนินการให้บุคคลภายนอกแก้ไข และจะตรวจสอบคุณภาพของงานให้ได้คุณภาพตามที่ตกลงกันกับผู้ว่าจ้าง โดยในปี 2562 และปี 2563 บริษัทฯ มีการจ้างงานบุคคลภายนอกประมาณร้อยละ 9.2 และร้อยละ 18 จากค่าใช้จ่ายต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน ตามลำดับ

2.3 การตลาดและการแข่งขัน

ในความเห็นของผู้บริหารของบริษัทฯ บริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพใกล้เคียงกับบริษัทฯ ในอุตสาหกรรมนี้ มีอยู่ประมาณ 5 ราย ได้แก่ บริษัท เดอะ โฟสท์ บางกอก จำกัด บริษัท เดอะมั้งค์ สตูดิโอ จำกัด บริษัท เอ็มทู แอนิเมชัน สตูดิโอ จำกัด บริษัท เซลล์ฮัท เอ็นเทอร์เทนเม้นท์ จำกัด และบริษัท แอนิเมทีด สตอรี่บอร์ด (ประเทศไทย) จำกัด โดยจากข้อมูลรายได้รวมประจำปี 2562 มีดังนี้ โดยบริษัทฯ มีรายได้ในปี 2562 จำนวน 195.68 ล้านบาท ซึ่งมีรายได้สูงที่สุดถ้าเทียบกับคู่แข่ง 5 รายนี้

ลำดับ	ชื่อบริษัท	รายได้รวมปี 2562
1.	บริษัท เอ็มทู แอนิเมชัน สตูดิโอ จำกัด	189.53 ล้านบาท
2.	บริษัท เดอะมั้งค์ สตูดิโอ จำกัด	140.68 ล้านบาท
3.	บริษัท แอนิเมทีด สตอรี่บอร์ด (ประเทศไทย) จำกัด	140.05 ล้านบาท
4.	บริษัท เซลล์ฮัท เอ็นเทอร์เทนเม้นท์ จำกัด	124.89 ล้านบาท
5.	บริษัท เดอะ โฟสท์ บางกอก จำกัด	121.13 ล้านบาท

ที่มา : BOL Corpus

2.3.1 นโยบายการตลาดที่สำคัญ

- การออกแบบและพัฒนาผลงานที่สร้างสรรค์ สวยงาม ตรงตามความต้องการของลูกค้า
- การออกแบบนับเป็นขั้นตอนแรกเริ่มที่สำคัญในการสร้างสรรค์ผลงาน และเป็นพื้นฐานของงานในภาพรวมทั้งหมด บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการติดต่อและประสานงานกับลูกค้าอย่างใกล้ชิดเพื่อให้เข้าใจลูกค้าและโจทย์ของงานอย่างครบถ้วน เพื่อนำมาออกแบบผลงานให้มีความสวยงาม มีความแตกต่าง สร้างสรรค์ และสามารถนำเสนอผลงานให้มีความโดดเด่น ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้
- ผลงานมีคุณภาพสูงและมีมาตรฐานในระดับสากล
- บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพของงาน ให้ตรงตามรายละเอียดในแบบงาน โดยบริษัทฯ จะมอบหมายให้ผู้ควบคุมงาน (Producer) เข้ามาควบคุมงานอย่างใกล้ชิด โดยมุ่งเน้นให้มาตรฐานของงานอยู่ในระดับที่สูงอยู่เสมอ จนกระทั่งการผลิตดำเนินไปจนเสร็จสิ้น ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้สร้างสรรค์ผลงานที่มีมาตรฐานระดับสากลโดยตลอด

2.3.2 นโยบายการกำหนดราคา

บริษัทฯ มีนโยบายในการกำหนดราคาในการให้บริการจาก ต้นทุนการให้บริการ บวกด้วยอัตรากำไรส่วนเพิ่ม (Profit Margin) ในอัตราที่เหมาะสม สามารถเทียบเคียงกับคู่แข่งในระดับเดียวกัน และอยู่ในระดับที่แข่งขันได้ โดยอัตรากำไรส่วนเพิ่มดังกล่าวจะพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความซับซ้อนในการดำเนินงาน ความยากง่ายในการทำงาน ความสมจริงในการผลิตผลงาน และระยะเวลาในการทำงาน เป็นต้น

บริษัทฯ มีนโยบายทางการตลาดระยะยาว ซึ่งบริษัทฯ อาจมีการพิจารณาราคา และอัตรากำไรส่วนเพิ่มในอัตราที่เหมาะสมซึ่งอาจแตกต่างกันขึ้นอยู่กับลูกค้าในแต่ละราย โดยมีจุดมุ่งหมายในการสร้างสัมพันธ์อันดี และโอกาสในการรับงานต่อเนื่องในอนาคต

2.3.3 ลักษณะลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าทุกขนาดที่เป็นผู้ผลิตงานในอุตสาหกรรมแอนิเมชัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มลูกค้าขนาดใหญ่ที่มีการผลิตงานโฆษณาและภาพยนตร์อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ซึ่งมีความต้องการในการใช้บริการคอมพิวเตอร์กราฟิกอย่างสม่ำเสมอ โดยกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทฯ สามารถจำแนกออกได้ดังนี้

- ลูกค้าจากธุรกิจงานโฆษณาและภาพยนตร์

ผู้ผลิตงานโฆษณาและภาพยนตร์ (Production House)

ในการผลิตหนังโฆษณานั้น จะมีกลุ่มผู้เกี่ยวข้องประกอบไปด้วยบริษัท 3 กลุ่มใหญ่ได้แก่ 1) ลูกค้าหรือเจ้าของสินค้า 2) ผู้คิดโฆษณาหรือภาพยนตร์ (“Agency”) 3) ผู้ผลิตโฆษณาหรือภาพยนตร์ (“Production House”) โดยกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ ได้แก่ ลูกค้าในกลุ่ม Production House ซึ่งมีหน้าที่หลักในการรับเอาแนวคิด (Idea) ของสิ่งที่ Agency และเจ้าของสินค้า ที่ต้องการสื่อสารถึงผู้บริโภค มาสร้างเป็นเรื่องราว ในรูปของงานโฆษณาหรือภาพยนตร์ต่างๆ

ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้า Production House ที่มีขนาดใหญ่และมีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะได้รับงานต่อจาก Agency ต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้บริษัทฯ จะมีโอกาสในการรับงาน คอมพิวเตอร์กราฟิกอย่างต่อเนื่อง

- **ลูกค้าจากธุรกิจงานภาพยนตร์แอนิเมชัน**

ลูกค้าในธุรกิจงานภาพยนตร์แอนิเมชันของบริษัทฯ สามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- **บริษัทผู้ผลิตงานแอนิเมชัน (Animation House)**

บริษัทที่มุ่งเน้นการผลิตงานภาพยนตร์แอนิเมชันเป็นหลัก ซึ่งรวมถึงภาพยนตร์แอนิเมชันแบบสั้นและแบบยาว โดยบริษัทฯ ดังกล่าวจะเป็นผู้ประสานงานกับผู้ประกอบการที่ต้องการงานภาพยนตร์แอนิเมชัน โดยบริษัทฯ จะได้รับสิทธิ์ในการสร้างและควบคุมงานผลิตในภาพรวม ก่อนจะกระจายงานผลิตให้กับบริษัทฯ หรือผู้ผลิตงานรายย่อยรายอื่นต่อไป

- **ผู้ประกอบการทั่วไป**

จากการที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตงานคอมพิวเตอร์กราฟิก และงานแอนิเมชันที่มีชื่อเสียงในระดับต้นๆ ของประเทศ สามารถให้บริการงานผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันได้อย่างครบวงจร ซึ่งในบางกรณี ผู้ประกอบการบางรายที่ต้องการงานภาพยนตร์แอนิเมชัน อาจมีความไว้วางใจและติดต่อว่าจ้างงานกับบริษัทฯ โดยตรงโดยไม่ผ่านการจ้างผ่านบริษัทผู้ผลิตงานแอนิเมชัน (Animation House) ต่างๆ

- **ลูกค้าจากธุรกิจผลิตและรับจ้างผลิตเกม**

บริษัทฯ ถึงแม้จะเป็นผู้ผลิตเกม แต่ไม่ได้เป็นผู้ที่จำหน่ายเกมที่พัฒนาขึ้นมาโดยตรง ทั้งนี้ ลูกค้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายเกมสามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่มหลัก ดังนี้

- 1) ลูกค้าที่เป็นผู้จ้างบริษัทฯ ในการผลิตเกม โดยลูกค้าจะเป็นผู้นำเกมไปผ่านกระบวนการจัดจำหน่ายเอง ในขณะที่บริษัทฯ จะรับค่าบริการเป็นค่าจ้างทำของเป็นรายๆ ไป
- 2) ผู้ใช้งานหรือผู้เล่นรายย่อย ซึ่งซื้อและเล่นเกมของบริษัทฯ ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น การซื้อผ่านแอปพลิเคชัน Steam หรือ ระบบ App store อื่นๆ

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ จำแนกตามประเภทกลุ่มลูกค้า ตามงบการเงินรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561-2563 รายละเอียดดังนี้

รายได้จากกิจการ	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
ลูกค้าในประเทศ	97.94	57%	63.37	32%	108.60	48%
ลูกค้าต่างประเทศ	72.80	43%	132.31	68%	117.96	52%
รวม	170.74	100%	195.68	100%	226.56	100%

ลูกค้าในประเทศ มีการเติบโตสูงในปี 2563 เกิดจากส่วนงานโฆษณาและภาพยนตร์ในประเทศไทย ที่บริษัทฯ ได้มีการขยายฐานลูกค้า

ลูกค้าต่างประเทศ ในปี 2561 ถึงปี 2563 ตามลำดับ มีสัดส่วน 43% 68% โดยลูกค้าต่างประเทศส่วนใหญ่จะว่าจ้างงานประเภทภาพยนตร์เคลื่อนไหวแอนิเมชัน เป็นหลัก ซึ่งมีมูลค่าโครงการสูงกว่าโครงการจากลูกค้าในประเทศ

2.3.4 ช่องทางการให้บริการ

บริษัทฯ สามารถจัดหางานได้จากทั้งลูกค้าเดิม และลูกค้าใหม่ได้อย่างสม่ำเสมอ โดยมีวิธีการดังต่อไปนี้

1) ความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้าเดิม

บริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการด้วยงานที่มีคุณภาพระดับสูง ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ จึงทำให้กลุ่มลูกค้าส่วนมากกลับมาใช้บริการกับบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ เป็นกลุ่มผู้ผลิตงานที่มีชื่อเสียง ส่งผลให้มีการควบคุมคุณภาพของงานจากคอมพิวเตอร์กราฟิกอย่างเข้มข้น ซึ่งบริษัทฯ สามารถส่งมอบงานที่มีคุณภาพตรงต่อความคาดหวังของลูกค้าได้

2) การเข้าร่วมงานนิทรรศการร่วมกับหน่วยงานราชการหรืองานนิทรรศการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมดิจิทัล

บริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจจัดทำและตกแต่งงานทางด้านคอมพิวเตอร์กราฟิกที่มีชื่อเสียง และได้รับโอกาสเข้าร่วมกับหน่วยงานราชการในการเข้าร่วมงานนิทรรศการต่างๆ ที่จัดขึ้นเพื่อสนับสนุนและสร้างโอกาสในการพบปะกับผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในธุรกิจดิจิทัลอยู่เป็นประจำ โดยบริษัทฯ จะได้รับโอกาสในการประชาสัมพันธ์ รวมถึงนำเสนอผลงานให้แก่ลูกค้าที่มีศักยภาพรายใหม่ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

3) การแนะนำจากกลุ่มลูกค้าเดิม

จากการที่บริษัทฯ ให้บริการลูกค้าด้วยงานออกแบบที่สวยงาม สมจริง มีคุณภาพและได้มาตรฐานเป็นระยะเวลานานกว่า 10 ปี ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ จึงมีการแนะนำบริษัทฯ ให้แก่กลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ให้เข้ามาใช้บริการกับบริษัทฯ อยู่เสมอ

4) การเสนอผลงานให้ลูกค้าคัดเลือก

บริษัทฯ จะนำเสนอแบบงาน รูปแบบ รวมถึงงบประมาณในการจัดทำให้แก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าพิจารณาและคัดเลือก โดยที่บริษัทฯ จะมีเจ้าหน้าที่การตลาดคอยรับหน้าที่ในการติดตามตารางการโฆษณา ตารางแผนการตลาด การประชาสัมพันธ์ หรือแผนการดำเนินงานของผู้ผลิตงานโฆษณาหรือผู้ผลิตภาพยนตร์เป้าหมาย เพื่อคาดการณ์ถึงโอกาสในการรับงาน

2.3.5 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยปี 63-64

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย ปี 62-63 ก่อนการระบาดของ Covid-19 มีการเติบโตต่ำกว่าโดยเติบโตเพียงแค่ 2.4% เนื่องจากภาวะการส่งออกที่ชะลอตัวจากเศรษฐกิจโลกต่อมาในปี 2563 การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยจากมาตรการล็อกดาวน์และมาตรการรับมือการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ระงับกลไกการ

เติบโตทางเศรษฐกิจและทำให้ภาคธุรกิจขาดสภาพคล่อง ทำให้การผลิตและรายได้ลดลง เกิดภาวะการว่างงานมากขึ้น การระบาดของCovid-19 ส่งผลให้การเติบโตทางเศรษฐกิจตลอดทั้งปี 63 อยู่ที่ลบ 6% เกิดภาวะการว่างงานเพิ่มขึ้นกว่า 7 แสนคน รวมถึงการเพิ่มขึ้นของหนี้ครัวเรือนที่เพิ่มขึ้นจาก 75% เป็น 84% GDP สร้างแรงกดดันให้กับเสถียรภาพทางการเงินของประเทศ นอกจากนี้ระดับหนี้สาธารณะที่เพิ่มขึ้นจากการออก พรก. กู้เงินฉุกเฉินของรัฐยังทำให้เกิดความกังวลต่อระดับหนี้สาธารณะและฐานะการคลังของไทยอีกด้วย

คาดการณ์เศรษฐกิจไทยปี 64 พื้นตัวดีขึ้น ส่งออกขยายตัว ท่องเที่ยวเริ่มกลับมาทิศทางเศรษฐกิจไทยในปี 64 นักเศรษฐศาสตร์คาดการณ์การว่าเศรษฐกิจจะฟื้นตัวที่ 3.5-4.5% โดยเป็นผลมาจากการปรับตัวดีขึ้นของการบริโภคและการลงทุนในประเทศจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในช่วงครึ่งหลังปี 63 และความสามารถในการควบคุมการระบาดในระลอกของรัฐบาลการขยายตัวของการส่งออก ตามภาวะเศรษฐกิจโลกและการขยายตัวในกลุ่มสินค้าประเภทยาเวชภัณฑ์เครื่องมือแพทย์ อุปกรณ์ยาง และกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น เครื่องปรับอากาศ คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ได้ประโยชน์จากสถานการณ์โควิดและการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานไป work from home การใช้ง่ายและการลงทุนของภาครัฐ ซึ่งจะเป็ปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนและกระตุ้นเศรษฐกิจประเทศในปีหน้า ช่วงครึ่งปีหลังของปี 64 การท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญของทิศทางเศรษฐกิจไทยจะเริ่มฟื้นตัวและสามารถเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นหลังจากที่คนในประเทศเริ่มได้รับวัคซีนเป็นวงกว้างมากขึ้น โดยคาดว่าตัวเลขนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2564 จะอยู่ที่ประมาณ 5.5 ล้านคนและการท่องเที่ยวไทยจะกลับมาฟื้นตัวอย่างเต็มที่อีกครั้งในปี 2565 ซึ่งคาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวได้มากถึง 23 ล้านคน อย่างไรก็ตามแม้ทิศทางทางเศรษฐกิจของปี 64 และ 65 จะมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นแต่การขยายตัวทางเศรษฐกิจนี้เป็นแค่การฟื้นตัว เพื่อชดเชยเศรษฐกิจที่ติดลบไปในช่วงของการระบาดเท่านั้น ซึ่งประเทศไทยจะต้องใช้เวลาจนถึง 2 ปีเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจให้สามารถกลับมาเติบโตได้ในระดับเดียวกับช่วงก่อนที่จะเกิดการระบาดของ Covid-19

แม้เศรษฐกิจในปี 64-65 จะมีแนวโน้มการฟื้นตัวที่ดีขึ้นจนคาดว่าจะกลับมาเติบโตได้เท่ากับช่วงก่อนการระบาดภายใน 2 ปี แต่หากมองย้อนกลับไปในช่วงก่อนการระบาดของ Covid-19 เศรษฐกิจของประเทศก็ค่อนข้างอ่อนแอจากปัญหาเชิงโครงสร้างทางเศรษฐกิจทั้งในแง่การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและด้านทักษะความสามารถของแรงงาน อัตราการว่างงานตามธรรมชาติที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วง 10 ที่ผ่านมาสะท้อนถึงศักยภาพการผลิตและศักยภาพของแรงงานที่ต่ำลง โดยเฉพาะความสามารถในการผลิตสินค้ามูลค่าสูงและสินค้าประเภทนวัตกรรมที่เป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่งส่งผลต่อการอัตราการเพิ่มขึ้นของค่าแรงในตลาดแรงงาน

เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทิศทางการดำเนินนโยบายรัฐบาลหลังการระบาดของCovid-19 มีดังนี้

- พัฒนาทุนมนุษย์และทักษะแรงงาน โดยการเพิ่มคุณภาพการศึกษาและทักษะฝีมือแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการ โดยเฉพาะการพัฒนาทักษะดิจิทัล
- พัฒนาเทคโนโลยีด้านการชำระเงิน ให้เป็น cashless society มากขึ้นเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน และเพิ่มศักยภาพในการออกมาตรการให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นจากฐานข้อมูลการใช้เงิน
- ลงทุนด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานใหม่ๆ ที่ก่อให้เกิดการเติบโตอย่างจริงจังเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สร้างความเชื่อมั่น และดึงดูดนักลงทุนต่างชาติให้เข้ามาลงทุนเพิ่มขึ้น

ที่มา: สรุปจากงานเสวนาออนไลน์เรื่อง ‘จับตาเศรษฐกิจไทย ปี 2564’ เศรษฐกิจไทย ปี 64 พื้นตัว 3.5% คาดใช้เวลา 2 ปีจะกลับมาเติบโตเท่าก่อน Covid-19 (brandinside.asia)

ภาพรวมเศรษฐกิจโลกปี 63-64

ตั้งแต่ช่วงปลายปี 2562 จนมาถึงกลางปี 2563 โลกประสบความไม่แน่นอนต่าง ๆ ได้แก่ การแพร่ระบาดของ Covid-19 และสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ-จีน เป็นต้น สถานการณ์เหล่านี้ส่งผลให้เศรษฐกิจผันผวน จนเศรษฐกิจระดับภูมิภาคในพื้นที่ต่าง ๆ ก็พลอยผันผวนชะลอตัวไปด้วย ทำให้เกิดอุปสรรคต่อการลงทุนทั่วโลก

รายงานของ IMF ชี้ว่าการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกจะต้องใช้เวลานานขึ้น ทั้งยังฟื้นตัวไม่ทั่วถึง และเต็มไปด้วยความไม่แน่นอน โดยจีนจะฟื้นได้ก่อน หลังจากนั้นประเทศพัฒนาแล้วจะทยอยฟื้นตัว ขณะที่ประเทศกำลังพัฒนายังจะต้องใช้เวลานานเพื่อฟื้นกลับสู่ระดับก่อน Covid-19 ระบาด ทั้งนี้เศรษฐกิจโลกจะเผชิญกับความไม่แน่นอนมากขึ้นจาก (i) การทดสอบวัคซีนต้าน Covid-19 ที่ยังไม่คืบหน้าโดยผู้ผลิตบางรายประกาศระงับการทดลองหลังจากผู้เข้าร่วมโครงการทดสอบล้มป่วยโดยไม่ทราบสาเหตุ (ii) การระบาดระลอกใหม่อาจเร่งตัวขึ้นในช่วงหน้าหนาว บางประเทศจะต้องกลับมาใช้มาตรการเข้มงวดอีกครั้ง และ (iii) มาตรการช่วยเหลือด้านการคลังเพื่อเยียวยาผลกระทบทางเศรษฐกิจอาจทยอยลดลง รวมทั้งอาจไม่เพียงพอที่จะรับมือกับปัญหาที่ยืดเยื้อ การฟื้นตัวระยะต่อไปจึงยังมีความยากลำบากยิ่งขึ้น

IMF Growth Projection for 2020-2021

(%)	2019	Previous Projection		Revised Projection	
		2020F	2021F	2020F	2021F
World	2.8	-4.9	5.4	-4.4	5.2
Advanced Economies	1.7	-8.0	4.8	-5.8	3.9
US	2.2	-8.0	4.5	-4.3	3.1
Euro area	1.3	-10.2	6.0	-8.3	5.2
Japan	0.7	-5.8	2.4	-5.3	2.3
Emerging and Developing Asia	5.5	-0.8	7.4	-1.7	8.0
China	6.1	1.0	8.2	1.9	8.2
India	4.2	-4.5	6.0	-10.3	8.8
ASEAN-5	4.9	-2.0	6.2	-3.4	6.2
Indonesia	5.0	-0.3	6.1	-1.5	6.1
Thailand	2.4	-7.7	5.0	-7.1	4.0
Malaysia	4.3	-3.8	6.3	-6.0	7.8
Philippines	6.0	-3.6	6.8	-8.3	7.4

Source: IMF (October 2020)

ที่มา บทวิเคราะห์เศรษฐกิจประจำสัปดาห์ | 20 ตุลาคม 2563 (krungsri.com)

2.3.5.1 ภาวะอุตสาหกรรมโฆษณาในประเทศ

บริษัท เอเจนซีโฆษณาชื่อดัง “มายด์แชร์” ได้เปิดเผยเม็ดเงินโฆษณา ปี 2563 อยู่ที่ 104,234.6 ล้านบาท คิดลบ 14.5% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยสัดส่วนใหญ่คิดลบ ยกเว้น ‘สื่อดิจิทัล’ ที่เติบโต ส่วนปี 2564 คาดการณ์มีเม็ดเงินโฆษณา 107,400 ล้านบาท โต 3% โดยเป็นการคาดการณ์ในกรณีที่สามารถควบคุมการแพร่ระบาดของ Covid-19 รอบใหม่ได้ในช่วง ม.ค.-ก.พ. 2564 แต่หากควบคุมไม่ได้ยังมีจำนวนเคสเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ตลาดโฆษณาอาจติดลบ

แนวโน้มภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2564 ว่า คาดว่าอุตสาหกรรมโฆษณาจะกลับมาบวก 3% หรือประมาณ 107,400 ล้านบาท จากปัจจัยบวกในเรื่องของวัคซีน Covid-19 ที่คาดว่าจะเข้ามาในประเทศไทยในช่วงเดือนมีนาคม-พฤษภาคมนี้ ประกอบกับความพร้อมของภาครัฐกิจต่าง ๆ ในการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ จากปี 2563 ที่ผ่านมา ที่อุตสาหกรรมโฆษณาในภาพรวมมีมูลค่ารวมอยู่ที่ 104,234.5 ล้านบาท คิดลบ 14.5% หรือประมาณ 17,676 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2562

โดยคาดว่าสื่อที่จะมีการเติบโตต่อเนื่องหลัก ๆ จะเป็นสื่อทีวี และสื่อดิจิทัล หลังจากปีที่ผ่านมา สื่อทีวีดิจิทัลเติบโต 14.4% และสื่อดิจิทัลบวก 0.3% โดยมีปัจจัยเอื้อมาจากการล็อกดาวน์ และการทำงานที่บ้าน หรือ work from home ซึ่งในปีนี้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จากการระบาดของ Covid-19 ระลอกใหม่ ทำให้ผู้ประกอบการหรือภาคธุรกิจหันมาจับสื่ออินโฮมหรือสื่อในบ้านมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะรายการข่าวในช่องทีวีต่าง ๆ ซึ่งมีแนวโน้มผู้รับชมสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคหันมาติดตามสถานการณ์ข่าวสารมากยิ่งขึ้น ขณะที่สื่อดิจิทัลหรือออนไลน์ เป็นสื่อที่เข้าถึงคนได้ทุกที่ ทุกเวลา และคาดว่าปีนี้สื่อดิจิทัลจะทำเม็ดเงินได้กว่า 21,000 ล้านบาท หรือบวก 7.1%

ที่ผ่านมาแม้ธุรกิจหลายประเภทจะใช้จ่ายในสื่อโฆษณาน้อยลง จากมาตรการประหยัดค่าใช้จ่าย แต่ธุรกิจกลุ่มสุขภาพและสุขภาพยังเป็นกลุ่มที่มีการใช้โฆษณาอย่างต่อเนื่อง อาทิ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดภายในบ้าน วิตามินและอาหารเสริมต่าง ๆ ซึ่งได้ปรับตัวสูงขึ้น 7.4-14.9% จากผลกระทบเชิงบวก Covid-19 และกระแสการดูแลสุขภาพมาแรง นอกจากนี้ อีคอมเมิร์ซจะเป็นอีกเทรนด์ที่จะเติบโตได้ดีในปีนี้อีกจากกระแสไวรัลมอลล์ รวมไปถึงการเติบโตของอินเทอร์เน็ตที่เข้าถึง หรือซื้อ-ขายได้ทุกที่ ทุกเวลา

Reds across on offline media..Digital being able to hold off

Media	2020 Jan - Dec		2019 Jan-Dec		% Change 2020 vs 2019
	Million Baht	%	Million Baht	%	
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

2021 Forecast will be dependent to which scenarios happens. This is the cautious optimistic view

Media	2021 Forecast		2020		% Change 2021 vs 2020
	Million Baht	%	Million Baht	%	
Total TV	63,600.0	59.2	61,329.6	58.8	3.7
Analog TV/Incumbent	28,500.0	26.5	28,018.7	26.1	1.7
Digital TV	34,000.0	31.7	32,065.6	29.9	6.0
Cable / Satellite	1,100.0	1.0	1,245.3	1.2	-11.7
Radio	3,300.0	3.1	3,576.5	3.4	-7.7
Newspaper	2,800.0	2.6	3,088.8	3.0	-9.3
Magazine	600.0	0.6	703.8	0.7	-14.7
Cinema	4,000.0	3.7	4,312.1	4.1	-7.2
Outdoor	6,400.0	6.0	6,100.1	5.9	4.9
Transit	5,000.0	4.7	4,850.8	4.7	3.1
In-store	700.0	0.7	662.9	0.6	5.6
Internet (DAAT)	21,000.0	19.6	19,610.0	18.8	7.1
Grand Total	107,400.0	100	104,234.6	100	3.0

*Excluded sections = CD's/VDO & Musical, Classified, House ad, Internet

16 SOURCE: Nielsen Monitored Media Research.

MINDSHARE

ที่มา สรุปรายการสื่อมวลชน ‘โฆษณา’ ปี 63 เป็นอย่างไร และคาดการณ์ทิศทางในปี 64 ยังมีหวังหรือไม่ (marketingoops.com)
 คุตโฆษณาคุณวักชิน โควิดหนุณตลาดพื้น (prachachat.net)

2.3.5.2 ภาพอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ในประเทศไทย

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ร่วมกับ สถาบันไอเอ็มซี ชีปี 2563 อุตสาหกรรมบริการดิจิทัลมีอัตราการเติบโตสูงที่สุด ปัจจัยหนุนหลักจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 ที่ทำให้คนไทยยอมรับปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเร็วขึ้น เร่งให้ไทยก้าวสู่เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล

ประมาณการมูลค่าตลาดดิจิทัลไทย ปี 2563-2565

– อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์และบริการซอฟต์แวร์ ปี 2563 จะมีมูลค่ารวมอยู่ที่ 133,199 ล้านบาท หดตัวเฉลี่ย 1.2% โดยมีสาเหตุมาจากวิกฤต Covid-19 แม้จะมีการนำซอฟต์แวร์บางด้านมาประยุกต์ใช้ เนื่องจากการทำงานแบบรีโมท อาทิจากการประชุมผ่านระบบออนไลน์ CRM และ Document แต่ซอฟต์แวร์ดังกล่าวส่วนใหญ่มาจากต่างประเทศ จึงไม่มีข้อมูลแสดงรายได้ในประเทศ

– อุตสาหกรรมฮาร์ดแวร์และอุปกรณ์อัจฉริยะ คาดว่าจะมีมูลค่า 268,989 ล้านบาท เติบโตลดลง 10.1% โดยได้รับผลกระทบจาก Covid-19 เช่นกัน ส่งผลให้มีการนำเข้าฮาร์ดแวร์ลดลงอย่างมาก แต่คาดว่าทั้งสองอุตสาหกรรมจะกลับมาขยายตัวตามปกติ โดยเฉพาะสินค้ากลุ่ม IoT ที่จะขยายตัวเด่นกว่ากลุ่มอื่นในปี 2564-2565 ปัจจัยบวกที่จะช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมฮาร์ดแวร์และสมาร์ตทีวีไทย คือการเข้ามาของ AI ทำให้เกิดระบบอัตโนมัติมากขึ้น ยังมีการลงทุน 4G ต่อเนื่องก่อนการประมูล 5G ซึ่งรองรับความต้องการใช้งานของผู้บริโภค และภาครัฐที่ลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล ขณะที่ปัจจัยลบคือการขาดผลิตภัณฑ์ที่กระตุ้นความต้องการซื้อ การผันผวนของค่าเงิน ปัญหาเศรษฐกิจ และสงครามการค้าระหว่างจีนและสหรัฐฯ

– อุตสาหกรรมบริการดิจิทัล ปี 2563 จะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 20.5% ซึ่งเป็นสัดส่วนสูงที่สุดในทุกกลุ่ม อุตสาหกรรมที่ทำรายการสำรวจ โดยมีมูลค่ารวมอยู่ที่ 204,240 ล้านบาท คาดว่าได้รับแรงหนุนจากวิกฤตการณ์การแพร่

ระบาดของ Covid-19 ที่ทำให้สังคมปรับตัวสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเร็วขึ้น และมีการใช้บริการดิจิทัลมากขึ้น โดยประเมินว่ามูลค่าตลาดดังกล่าวจะขยายตัวสูงกว่า 258,470 ล้านบาทในปี 2565

– อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ จะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 10.1% ในปี 2563 คิดเป็นมูลค่ารวม 34,229 ล้านบาท เนื่องจากตลาดเกมและบีกาต้ามีอัตราการขยายตัวสอดคล้องกับตลาดโลก ขณะที่ตลาดแอนิเมชันเติบโตลดลง จาก Covid-19 ทำให้ยอดขายเครื่องเล่นลดลง และมูลค่าค่าแรกเธอร์ลดลง ผลจากสตูดิโอออนไลน์ที่เริ่มถึงจุดอิ่มตัว

– อุตสาหกรรมบีกาต้า ปี 2563 คาดว่าจะมีอัตราการเติบโตสูงรองลงมาจากอุตสาหกรรมบริการดิจิทัล โดยเติบโต 13.2% และมูลค่าตลาดจะขยับสู่ 16,871 ล้านบาทในปี 2564 จากแรงหนุนที่ทุกภาคส่วนเล็งเห็นประโยชน์จากการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบกับการมีทางเลือกให้ใช้บริการแบบเช่าใช้ ซึ่งง่ายต่อการตัดสินใจลงทุน มูลค่ารวมอุตสาหกรรมจะเพิ่มขึ้นเป็น 18,558 ล้านบาทในปี 2565 เนื่องจากสถานการณ์ความผันผวนทางเศรษฐกิจและการระบาดของ Covid-19 จะกลับเข้าสู่ภาวะปกติ

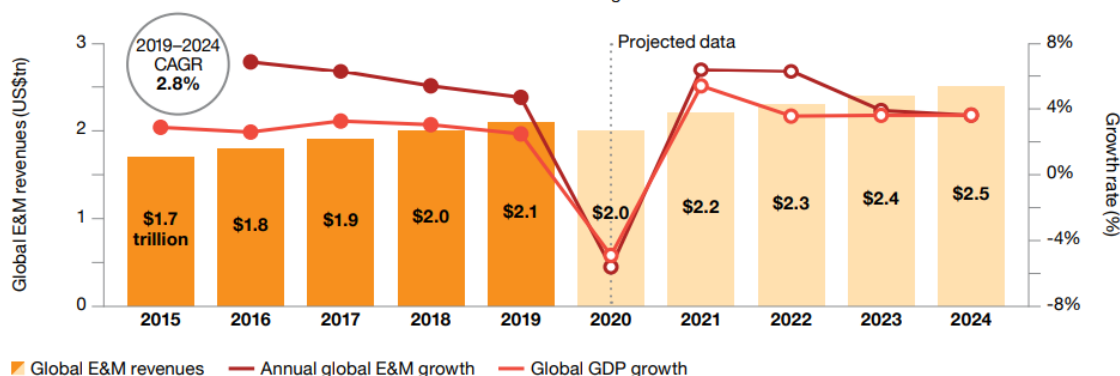
อุตสาหกรรมดิจิทัลได้สร้างงานในหลายอาชีพทั้งแรงงานด้านไอทีและพนักงานทั่วไป โดยเฉพาะงานทางด้านอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลที่เริ่มมีจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยพบว่าปี 62 จำนวนบุคลากรบริการดิจิทัลเพิ่มขึ้น 455% เป็น 71,054 ราย อันมีผลจากการเติบโตของบริการด้านธุรกรรม (e-Transaction) ที่อาจมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นพนักงานประจำเข้าสู่ระบบมากขึ้น จากเดิมที่เป็นการ Outsource

ที่มา ‘คิปป้า’ เผยผลสำรวจอุตสาหกรรมดิจิทัล ปี 2563 โควิดหนุนตลาด - ข่าวสด (khaosod.co.th)

2.3.5.3 ภาวะอุตสาหกรรมบันเทิงและสื่อโลก

Powering ahead

Global E&M revenues recover from a 2020 decline and resume their historic growth trend.



Note: 2019 is the latest available data. 2020-2024 values are forecasts.

Source: PwC Global Entertainment & Media Outlook 2020-2024 (www.pwc.com/outlook), Omdia, World Bank, IMF

รายงาน Global Entertainment & Media Outlook 2020-2024 ของ PwC เผยให้เห็นว่า โควิด-19 ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทั้งยังก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในอุตสาหกรรมบันเทิงและสื่อท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจโลกถดถอยในปี 2563 คาดว่าอุตสาหกรรมบันเทิงและสื่อ จะมีรายได้ลดลง 5.6% จากปี 2562 หรือกว่า 120,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (3.7 ล้านล้านบาท) ซึ่งต่ำกว่าตอนที่เกิดภาวะเศรษฐกิจโลกถดถอยในปี 2552 โดยในปีนั้นการใช้จ่ายในอุตสาหกรรมบันเทิงและสื่อทั่วโลกลดลงเพียง 3.0% แต่คาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมบันเทิงและสื่อ จะกลับมาเติบโตยิ่งกว่าเดิมหลังผ่านพ้นความท้าทายในปี 2563 โดยคาดว่าในปี 2564 การใช้จ่ายในอุตสาหกรรมบันเทิงและสื่อจะเติบโต 6.4%

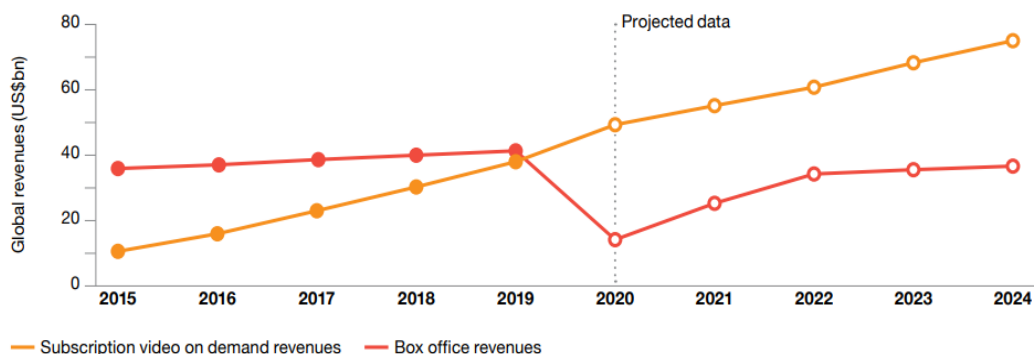
ส่วนในระยะเวลา 5 ปีระหว่างปี 2562-2567 คาดว่ารายได้รวมของอุตสาหกรรมบันเทิงและสื่อ จะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีแบบทบต้น (CAGR) ที่ระดับ 2.8%

โรคระบาดทำให้อุตสาหกรรมบันเทิงและสื่อได้รับผลกระทบไม่เท่ากัน โดยที่กระทบหนักสุดคือ ธุรกิจที่ต้องปิดตัวเพราะ Covid-19 เช่น การจัดอีเวนต์ ไม่ว่าจะเป็นการแสดงดนตรีสด การฉายภาพยนตร์ หรือการจัดแสดงสินค้า ซึ่งคาดว่าเม็ดเงินโฆษณาจะลดลงราว 13.4% ขณะเดียวกัน การเปลี่ยนผ่านของธุรกิจหนังสือพิมพ์จากสื่อสิ่งพิมพ์ ไปสู่สื่อดิจิทัลก็เกิดเร็วขึ้นกว่าเดิมหลายปี ส่งผลให้รายได้ของสื่อสิ่งพิมพ์ลดลง ผลที่ตามมาคือ อุตสาหกรรมบันเทิงและสื่อมีการพลิกโฉมเร็วกว่าที่คาดการณ์ไว้อย่างมาก

เช่น ธุรกิจโรงภาพยนตร์ เทียบกับ บริการรับชมแบบเรียกเก็บค่าสมาชิก (SVOD) โดยในปี 2558 ธุรกิจโรงภาพยนตร์มีรายได้สูงกว่า SVOD ถึงสามเท่า แต่คาดว่า SVOD จะมีรายได้แซงหน้าโรงภาพยนตร์ในปี 2563 และจะมีรายได้มากกว่าโรงภาพยนตร์ถึง 2 เท่าภายในปี 2567

Surging demand for on-demand

Subscription video on demand revenues double box office revenues by 2024.



Note: 2019 is the latest available data. 2020–2024 values are forecasts.

Source: PwC Global Entertainment & Media Outlook 2020–2024 (www.pwc.com/outlook), Omdia

ที่มา Global Entertainment and media outlook 2020 – 2024, PwC

ธุรกิจให้บริการคอนเทนต์ออนไลน์ (OTT) ทั่วโลกจะมีรายได้เพิ่มขึ้นถึง 26.0% ในปี 2563 และคาดว่าจะโตเกือบ 2 เท่าจาก 46,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (1.4 ล้านล้านบาท) ในปี 2562 สู่ระดับ 86,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (2.7 ล้านล้านบาท) ในปี 2567

ดังนั้น การเปิดตัวบริการสตรีม Disney+ เมื่อปลายปี 2562 จึงถูกเวลาที่สุด จากตอนแรกทีคาดว่าจะมีผู้สมัครสมาชิกราว 60-90 ล้านรายภายในปี 2567 กลายเป็นว่า Disney+ มีผู้สมัครสมาชิกสูงถึง 60.5 ล้านรายตั้งแต่ต้นเดือนสิงหาคม 2563 เมื่อมีธุรกิจที่ได้รับประโยชน์ ก็ต้องมีธุรกิจที่ได้รับผลกระทบเช่นกัน โรงภาพยนตร์หลายแห่งต้องปิดตัวลง และการฉายภาพยนตร์ฟอร์มยักษ์หลายเรื่องต้องเลื่อนออกไป

ซึ่งคาดการณ์ว่ารายได้ของธุรกิจโรงภาพยนตร์ทั่วโลกจะร่วงลงเกือบ 66% ในปีนี้ และอาจยังไม่สามารถฟื้นตัวได้ โดยคาดว่าจะรายได้ของโรงภาพยนตร์ในปี 2567 จะต่ำกว่ารายได้ในปี 2562

ส่วนอีกหนึ่งธุรกิจที่ได้รับผลกระทบหนักคือ ธุรกิจหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ซึ่งทรุดตัวลงอย่างรวดเร็วในปี 2563 ด้วยรายได้รวมที่คาดว่าจะร่วงลงกว่า 14% นอกจากนี้ยังมีอีกหลายภาคส่วนที่ต้องคืนร่นกลับมาเติบโตอีกครั้ง เช่น ธุรกิจโฆษณาทั่วโลกที่คาดว่าจะหดตัวลง 13.4% ในปี 2563 สู่ระดับ 559,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (17.5 ล้านล้านบาท) และไม่น่าจะฟื้นตัวกลับมาสู่ระดับเดียวกับปี 2562 ได้จนกว่าจะถึงปี 2565

อย่างไรก็ตาม มีธุรกิจบางส่วนที่สวนทางตลาดสื่อ “ดั้งเดิม” บางส่วนสามารถอยู่รอดแม้ได้รับผลกระทบจาก Covid-19 และการก้าวสู่ความเป็นดิจิทัลที่เกิดขึ้น โดยหนังสือมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างแข็งแกร่งในช่วงล็อกดาวน์ และคาดว่าจะมีรายได้เพิ่มขึ้นราว 1.4% ต่อปีในช่วงปี 2562-2567 สู่ระดับ 64,700 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (2 ล้านล้านบาท) นอกจากนี้ เทคโนโลยียังมีบทบาทสำคัญ โดยการใช้สมาร์ตโฟนและลำโพงอัจฉริยะที่เพิ่มมากขึ้นได้ช่วยกระตุ้นยอดขายฮาร์ดแวร์ ซึ่งผู้บริโภคสามารถรับฟังได้ในระหว่างเดินทาง

ธุรกิจจัดอีเวนต์สด เป็นอีกหนึ่งภาคส่วนที่ต้องมองหาช่องทางปรับตัวในโลกดิจิทัลเนื่องจากสถานที่จัดคอนเสิร์ต ศูนย์แสดงสินค้า และสนามกีฬาต่างปิดให้บริการเป็นส่วนใหญ่ในปี

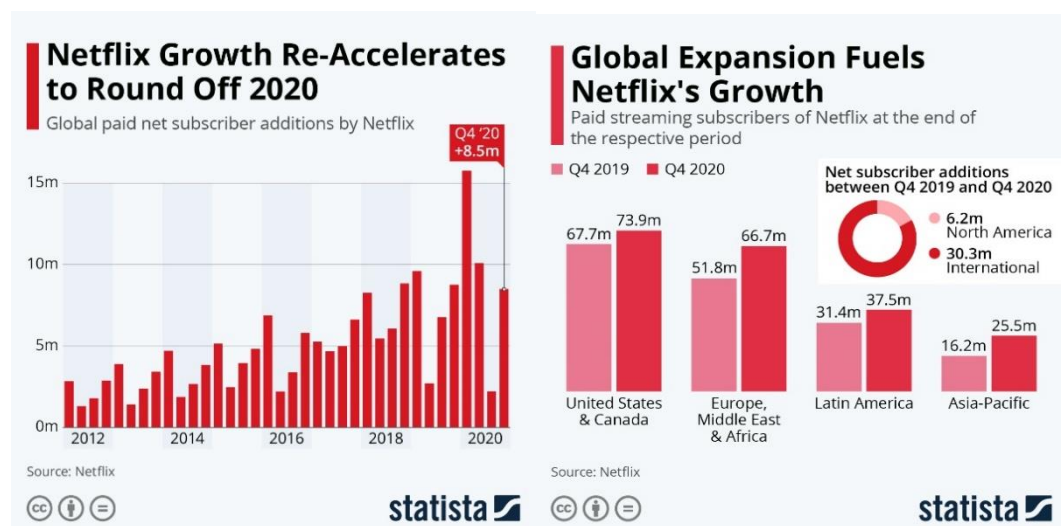
อีเวนต์สดบางส่วนจึงหันมาใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการเข้าถึงผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น เทศกาลดนตรี Wireless Festival ในกรุงลอนดอนของอังกฤษ ได้จับมือกับบริษัทเทคโนโลยี MelodyVR ในช่วงกลางปี 2563 เพื่อไลฟ์สดการแสดงออนไลน์ของศิลปินหลายคน เช่น Cardi B, Travis Scott และ Migos โดยมีผู้ชมกว่า 130,000 คน จาก 34 ประเทศ ที่มา: อุตสาหกรรมบันเทิงและสื่อ กำลังเจอความท้าทาย (marketthink.co)

2.3.5.4 ภาวะอุตสาหกรรมแอนิเมชันโลก

ภาพยนตร์ที่ทำรายได้สูงสุดห้าอันดับแรกของปี 2019 มีสิ่งหนึ่งที่เหมือนกันคือพวกเขาทั้งหมดพึ่งพาเอฟเฟกต์ภาพและแอนิเมชัน 3 มิติเป็นอย่างมาก ภาพยนตร์ห้าอันดับแรก - เวนเจอร์ส: Endgame, The Lion King, Toy Story 4, Captain Marvel, Frozen II ล้วนใช้ความล้ำสมัยของสิ่งที่ยกถ่ายด้วยคอมพิวเตอร์

ในอดีตที่ผ่านมาผู้จัดหาซีรีส์อนิเมชันหลัก ได้แก่ การ์ตูนเน็ตเวิร์ค, ฟ็อกซ์และ Comedy Central พัฒนา IP ที่มีอยู่และนำไปฉายในโรงภาพยนตร์ ต่อมาเกิดการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และเมื่อเกิดวิกฤต Covid-19 ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างรวดเร็วจากการรับชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์มาเป็นรับชมที่บ้านแทน ดังนั้นผู้ให้บริการสตรีมมิ่งเช่น Netflix และ Amazon จึงมีการสร้างซีรีส์มากขึ้นกว่าเดิมเพื่อเพิ่มและรักษฐานผู้บริโภค โดยมีคู่แข่งใหม่มาอย่างต่อเนื่องเช่น Hulu, TBS, Apple, Disney +, HBO Max และ Quibi ซึ่งเปิดให้บริการสตรีมมิ่งเช่นเดียวกัน

การเติบโตของ Netflix ในช่วงโควิด-19



ปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้ความต้องการในงานแอนิเมชันมีเพิ่มมากขึ้น ทั้งจากการนำไปประกอบสื่อโฆษณา ภาพยนตร์ต่างๆ จนถึงการผลิตเกม ซึ่งล้วนแต่มีงานแอนิเมชันเป็นส่วนประกอบสำคัญทั้งสิ้น

จากข้อมูลของ Expertmarketresearch.com อุตสาหกรรมแอนิเมชันทั่วโลกในปี 2020 มีมูลค่ากว่า 16.8 พันล้านดอลลาร์ ทั้งนี้ ปัจจัยหลักที่ขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมแอนิเมชันเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วได้แก่ เทคโนโลยีในการผลิตงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นอย่างก้าวกระโดด ส่งผลให้งานแอนิเมชันมีความสมจริง และสามารถนำไปใช้ประกอบกับงานภาพเคลื่อนไหวอื่นๆ ได้โดยง่าย

ในส่วนของภาพยนตร์แอนิเมชัน ความต้องการในภาพยนตร์แอนิเมชันในปัจจุบัน มีความเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตเป็นอย่างมาก โดยในอดีตภาพยนตร์แอนิเมชันมักมีฐานผู้ชมเป็นเยาวชนอายุต่ำกว่า 10 ปี ซึ่งแตกต่างจากปัจจุบัน ซึ่งงานภาพยนตร์แอนิเมชัน มักมีฐานผู้ชมครอบคลุมทุกวัย ทั้งผู้ชมที่เป็นวัยรุ่น วัยทำงาน และสมาชิกทุกคนในครอบครัว เนื่องจาก งานภาพยนตร์แอนิเมชันในปัจจุบันมักมีความสมจริงสูง และสามารถผลิตงานที่มีความซับซ้อนได้ในหลายรูปแบบ ซึ่งสามารถออกแบบงานให้เหมาะสมกับผู้ชมในทุกเพศทุกวัยได้

ที่มา: 3D Animation Industry Size, Share, Price, Growth, Report 2021-2026 (expertmarketresearch.com)

ภาวะอุตสาหกรรมเกม

• ภาวะอุตสาหกรรมเกมในประเทศไทย

บริษัทจัดอยู่ในกลุ่มผู้ผลิตงานเกมโดยมีทรัพย์สินทางปัญญาของตนเอง และผู้รับจ้างผลิตงานเกมซึ่งมีเพียงกลุ่มผู้ผลิตในประเทศไทยเพียงส่วนน้อยที่มีความสามารถดังกล่าว โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่เน้นการให้บริการเป็นผู้จำหน่าย นำเข้า และตัวแทนจำหน่ายเกมจากต่างประเทศ ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงประมาณร้อยละ 96 ซึ่งเกมส่วนใหญ่ที่อยู่ในตลาดไทยล้วนแต่เป็นเกมที่ได้รับการนำเข้ามาจากต่างประเทศทั้งสิ้น

โดยอุตสาหกรรมเกมในประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมาโดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ในปี 2558-2562 อยู่ที่ประมาณร้อยละ 12.6 โดยในปี 2562 มูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมเกมคาดว่าจะอยู่ที่ 22,885 ล้านบาท เติบโตจากปีก่อนหน้าประมาณ 1,958 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.4 เมื่อพูดถึงจำนวนผู้เล่นเกมก็เติบโตเช่นกัน ปัจจุบันประชากรไทยทั้งหมด 69.3 ล้านคน มีจำนวน คนเล่นเกมอยู่ที่ 27.8 ล้านคน (คิดเป็น 41% ของประชากรทั้งหมด) โดยในปี 2020 AIS E-Sports ได้คาดการณ์ว่ามูลค่าตลาดเกมในไทยจะเติบโตไปแตะ 2.7 หมื่นล้านบาทซึ่งเติบโต 15.8% เมื่อเทียบกับปี 2019 ซึ่งสามารถแบ่งสัดส่วนออกเป็น

- เกมบนมือถือและแท็บเล็ต 71%
- เกมบนพีซี 22%
- เกมบนเครื่องเล่นวีดิโอเกม 7%

หากจำแนกมูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมเกมตามประเภท จะพบว่าเกมจากโทรศัพท์มือถือมีส่วนสูงที่สุดที่ร้อยละ 71 ของมูลค่าอุตสาหกรรม ซึ่งสะท้อนถึงค่านิยมของประชาชนในประเทศไทยที่ชอบเล่นเกมจากอุปกรณ์มือถือเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลสัดส่วนประเภทเกมของโลกที่เกมจากโทรศัพท์มือถือมีมูลค่ามากกว่าครึ่งหนึ่ง รองลงมาได้แก่ เกมคอนโซล และ PC โดยการที่อุตสาหกรรมเกมในไทยเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้น มาจาก 4 ปัจจัยหลัก

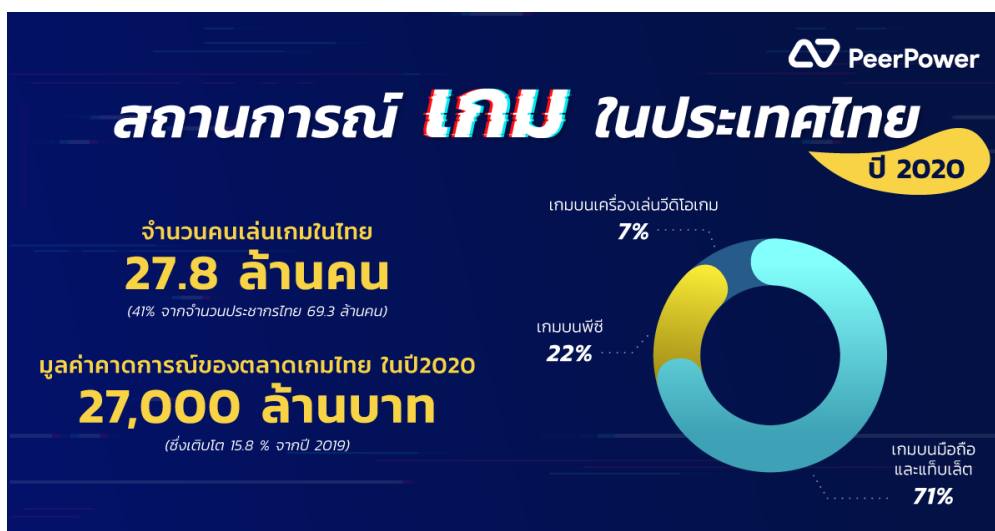
1. การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตนั้นง่ายขึ้นมาก สมัยก่อน เราจะต้องใช้ โมเด็ม (Modem) ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเข้ากับสายโทรศัพท์ และส่งต่อสัญญาณ ผ่านสายแลน (LAN) เพื่อเชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์ อีกทั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตในยุคนั้นก็ไม่มีเสถียรใดใด คัดภาพมาที่ปัจจุบัน เรามีสัญญาณอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย ที่ทำให้เข้าถึงได้ง่ายขึ้น และมีสัญญาณที่แรง เร็วมากขึ้น ทั้งสัญญาณ 4G และ Wi-Fi ทำให้ทุกวันนี้เราท่องโลกอินเทอร์เน็ต และเล่นเกมออนไลน์ได้ทุกที่
2. การพัฒนาของสมาร์ทโฟน (Smartphone) ปัจจุบัน มีหลาย ๆ แปรณณ์ ผลิตสมาร์ทโฟน มาหลากหลายรุ่น หลายสเปก และราคาที่เข้าถึงง่ายขึ้น ทำให้ยอดผู้เล่นเกมผ่านมือถือ (mobile gaming) มีมากขึ้นเช่นกัน ยืนยันจากรายงานของ Newzoo ที่พบว่าตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (South East Asia :SEA) นั้น รายได้ 2 ใน 3 ของอุตสาหกรรมเกม มาจาก ตลาดเกมมือถือ (Mobile Game)
3. อีสปอร์ต (eSports) ถูกยอมรับอย่างกว้างขวางมากขึ้น เนื่องจากอีสปอร์ตเป็น กีฬาที่ต่อยอดมาจาก เกมออนไลน์ และสามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ ของคนในยุคนี้ได้อย่างดี โดยวงการอีสปอร์ตของไทย มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในแง่ผู้เล่นเกมที่แออัดอยู่ในทุกแพลตฟอร์ม และมูลค่าตลาด โดยรายงานจาก

PWC ได้ระบุว่า ไทย ติดอันดับ 5 ประเทศแรกที่มีการรับชมไลฟ์สดการเล่นเกมนบนเฟชบุ๊กมากที่สุด แสดงให้เห็นถึงกระแสนิยม และการตอบรับที่ดีต่อกีฬาอีสปอร์ต

- สนับสนุนจากรัฐบาลที่มีมาอย่างต่อเนื่อง โดยได้มีการจดทะเบียน และจัดตั้งสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทย (Thailand e-Sports Federation หรือ TESF) ในช่วงเดือน ธันวาคม 2017 ซึ่งได้รับการเห็นชอบ และการลงนามอย่างเป็นทางการ จากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา เป็นจุดเปลี่ยนของอุตสาหกรรมเกมไทย จากการเล่นเกมที่ถูกมองว่าเป็นเรื่องไร้สาระสู่หนึ่งกีฬาในการแข่งขันซีเกมส์ ระดับมืออาชีพ

การเติบโตของวงการเกม ก็ยังช่วยเปิดโอกาสให้ธุรกิจต่างอุตสาหกรรม ให้ได้รับโอกาสในการเติบโตด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะในแง่การตลาดด้วยฐานผู้เล่นที่ใหญ่ขึ้นทำให้แบรนด์ต่าง ๆ ต้องจับตามองไม่การตลาด เข้ามาช่วยดึงดูดผู้คนทั้งในรูปแบบคอนเท้นท์ สื่อโฆษณา งานอีเว้นท์ รวมถึง การโปรโมทกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับเกม ทำให้ส่งผลต่อธุรกิจใกล้เคียง ได้โตขึ้นด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภท Event organizer โดยเฉพาะ บริษัท Organizer ด้านเกม Marketing agency ซึ่งในไทยตอนนี้ ก็มีบริษัท ที่ช่วยดูแล การทำการตลาดให้ธุรกิจเกม อย่างครบวงจร (Gaming Agency) อย่าง Shin-A เป็นต้น

และนอกจากช่วยผลักดันอุตสาหกรรมอื่นแล้ว การเติบโตของวงการเกม ก็ยังช่วยสร้างอาชีพใหม่มากมาย เช่น eSports Coach, Game caster และ Live streamer ที่ปัจจุบันตัวเลขผู้รับชม และผู้ที่สนใจมาทำอาชีพด้านนี้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง



ที่มา อุตสาหกรรม "เกมไทย" 2020 - PeerPower

- **ภาวะอุตสาหกรรมเกมในต่างประเทศ**

ช่วงเวลาที่ Covid-19 ระบาด ในขณะที่ธุรกิจส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบอย่างหนัก เพราะมาตรการปิดเมือง (Lockdown) ที่ทำให้คนต้องกักตัว และใช้เวลาอยู่บ้านมากขึ้น กลับเป็นโอกาสของธุรกิจเกมได้เติบโต อย่างกรณีของเกม Animal Crossing ที่คนหันมาเล่นในช่วง Covid-19 จนทำให้ยอดขายเครื่องเล่นเกม Nintendo Switch สูงขึ้น รวมถึงราคา

ขายบนตลาดออนไลน์ที่ขึ้นเป็นเท่าตัว จาก 10,000 บาท พุ่งไป 22,000 บาท หรือแม้กระทั่งอุปกรณ์เสริมอย่าง Ring Fit Adventure ที่ขายดิบขายดีจนขาดตลาดเช่นกัน

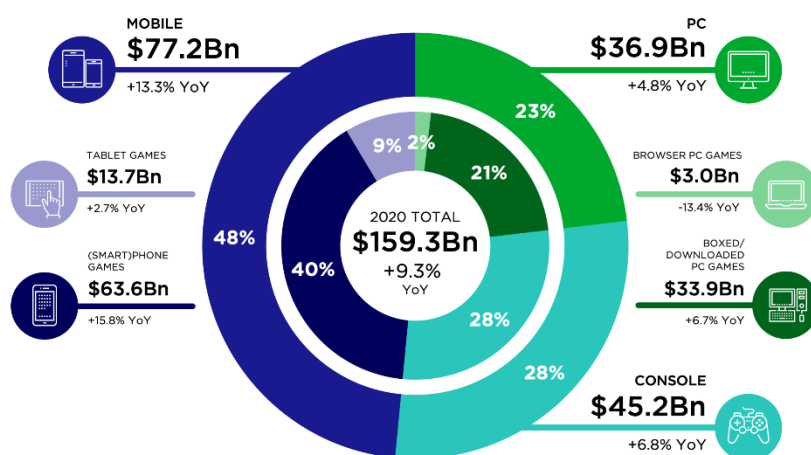
ทางด้านเกมมือถือก็มียอดขายขึ้น โหลดสูงขึ้น ประมาณ 20% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ข้อมูลจาก App Annie) ซึ่งยอดขายโหลดเกมมือถือทั่วโลกสูงถึง 1.3 หมื่นล้านครั้งเลยทีเดียว หรือแม้กระทั่ง ยอดชมเกมสตรีมมิ่งจากสถิติของแอป Twitch แอปสตรีมมิ่งชื่อดัง ที่มียอดผู้ชมเพิ่มขึ้นเป็น 2.8 ล้านคนในปีนี้ (จาก 1.1 ล้านคน ในช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว) อย่างไรก็ตาม ถ้าพูดถึงผลกระทบในเชิงลบ ที่กระทบต่อธุรกิจเกม ก็มีเช่นกัน เพราะการเกิดโรคระบาดดังกล่าว ก็ทำให้ งาน Event และการแข่งขัน eSports ถูกยกเลิก หรือเลื่อนออกไป เพื่อความปลอดภัยของสุขภาพทุกคน

จากรายงานของ Newzoo ได้รายงานอุตสาหกรรมเกมไว้ว่าในปี 2020 ตลาดเกมทั่วโลกสามารถสร้างรายได้สูงถึง 159 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยตลาดที่ครองส่วนแบ่งสูงสุดคือ Asia-Pac ซึ่งครองส่วนแบ่ง 84.3 พันล้านเหรียญสหรัฐ เติบโต YoY ที่ 17.5% โดยประเทศที่มีผู้บริโภคใช้จ่ายมากที่สุดคือประเทศจีน โดยมีจำนวน 44 พันล้านเหรียญสหรัฐ และประเทศสหรัฐอเมริกาโดยมีจำนวน 41 พันล้านเหรียญสหรัฐ นอกจากนี้แพลตฟอร์มที่เติบโตมากที่สุดคือมือถือ แบ่งเป็นเกมที่เล่นผ่านโทรศัพท์มือถือทั้งในส่วนของสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต โดยครองสัดส่วนสูงสุดที่ร้อยละ 48 ของมูลค่ารวมในตลาดเกมทั่วโลก คิดเป็นมูลค่าประมาณ 77.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่รองลงมาได้แก่ เกมคอนโซล มีสัดส่วนที่ร้อยละ 28 ของมูลค่าตลาด หรือคิดเป็นมูลค่า 45.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และลำดับสุดท้ายได้แก่ เกมคอมพิวเตอร์ (PC) มีสัดส่วนที่ร้อยละ 23 ของมูลค่าตลาด หรือคิดเป็นมูลค่า 36.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ



2020 Global Games Market

Per Device & Segment With Year-on-Year Growth Rates



\$77.2Bn

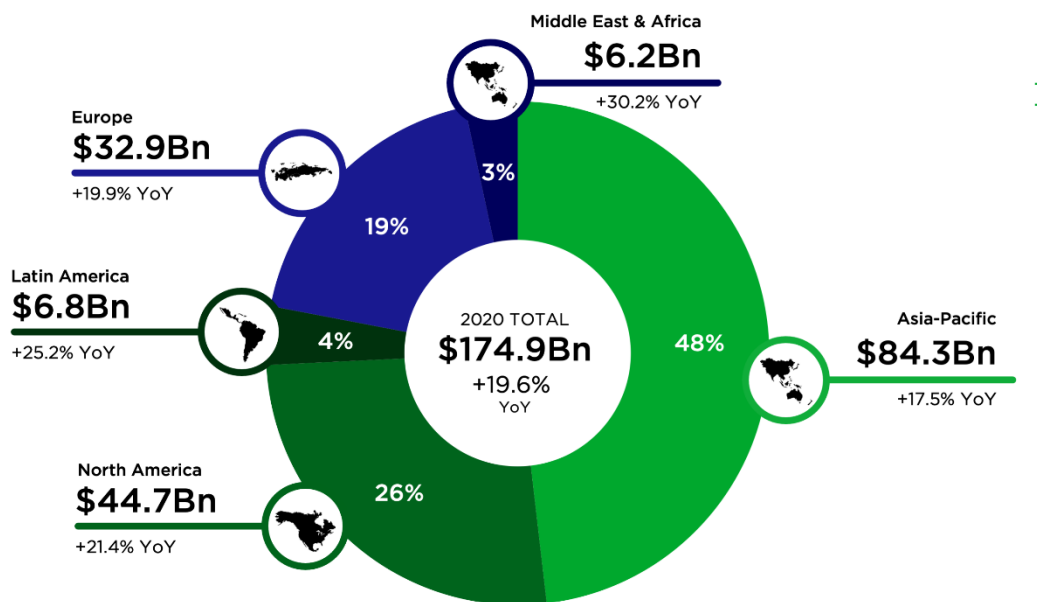
Mobile game revenues in 2020 will account for 48% of the global market

Source: ©Newzoo | 2020 Global Games Market Report | April Update
newzoo.com/globalgamesreport



2020 Global Games Market

Per Region With Year-on-Year Growth Rates



Source: ©Newzoo | 2020 Global Games Market Report | October Update
newzoo.com/globalgamesreport

ที่มา: Global game market report : Newzoo

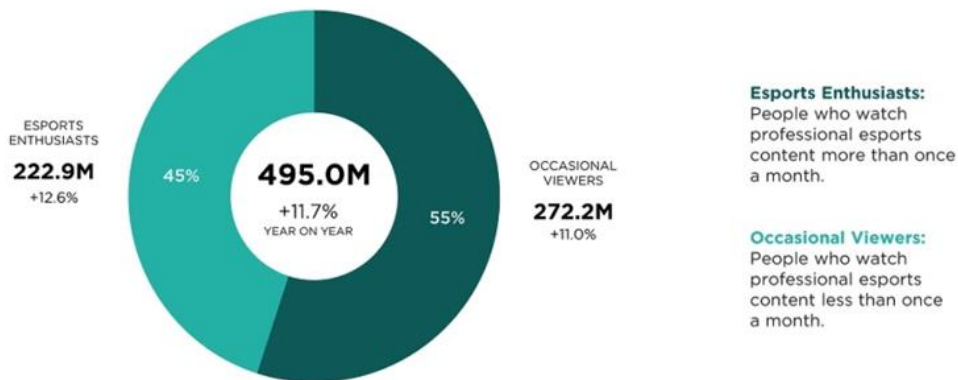
โดยมีอุตสาหกรรมที่น่าจับตามองอีกอุตสาหกรรมคือ Esports ซึ่งนับเป็นกีฬาชนิดหนึ่งที่มีความนิยมน้อยกว่าในเร็ววันนี้ และได้รับปัจจัยสนับสนุนอย่างมากจากเทคโนโลยีการเล่นเกมที่พัฒนาขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีการเชื่อมต่อของอินเทอร์เน็ต ระบบในการถ่ายทอดสด รวมถึงตัวของเกมที่สามารถแสดงผลได้อย่างสมจริงและสวยงาม มูลค่าอุตสาหกรรม Esports ในปี 2020 มีมูลค่าโดยรวมอยู่ที่ 1.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตต่อปีที่ร้อยละ 15.7 (YoY)

อุตสาหกรรม Esports มีปัจจัยในการเติบโตขับเคลื่อนโดยผู้ชมและผู้ติดตาม ซึ่งสนใจและรับชมถ่ายทอดสดผ่านช่องทางต่างๆ เช่น Youtube แอปพลิเคชัน Twitch รวมถึงช่องทางอื่นๆ โดยในปี 2020 มีผู้ชม Esports ทั่วโลกประมาณ 495 ล้านคน คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่ร้อยละ 11.7 (YoY) โดยแบ่งเป็นผู้ติดตามประจำกว่า 223 ล้านคนและผู้ชมทั่วไป 272 ล้านคน ทั้งนี้ ด้วยจำนวนผู้ชมจำนวนมาก ส่งผลให้การแข่งขัน Esports ในแต่ละทัวร์นาเมนต์ของเกมที่มีความนิยม จะมีจำนวนเงินรางวัลรวมเพิ่มสูงขึ้นเทียบเท่ากับงานทัวร์นาเมนต์ชั้นนำของกีฬาอื่นๆ อาทิ การแข่งขันเกม The International (งานแข่งขันเกม Dota 2 ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี) จัดโดยบริษัท Valve Corporation บริษัทพัฒนาเกมชั้นนำจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งงานแข่งขันเกมดังกล่าวมีเงินรางวัลรวมกว่า 25 ล้านดอลลาร์สหรัฐ



2020 GLOBAL ESPORTS AUDIENCE

INCLUDING YEAR-ON-YEAR GROWTH



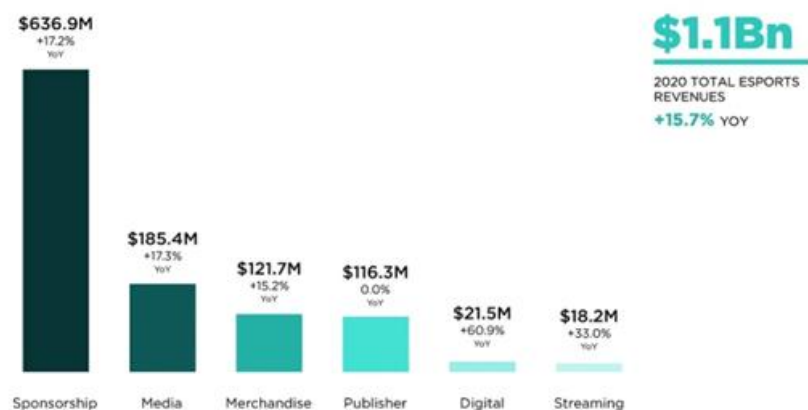
Due to rounding, Esports Enthusiasts and Occasional Viewers do not add up to the total audience.

©Newzoo | 2020 Global Esports Market Report
newzoo.com/esportsreport



2020 ESPORTS REVENUE STREAMS | GLOBAL

INCLUDING YEAR-ON-YEAR GROWTH



Newzoo's esports revenue figures always exclude revenues from betting, fantasy leagues, and similar cash-payout concepts, as well as revenues generated within games.
©Newzoo | 2020 Global Esports Market Report

ที่มา: Global game market report : Newzoo

แนวโน้มอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ปัจจุบัน ธุรกิจจัดทำคอมพิวเตอร์กราฟิกมีการแข่งขันในระดับสูง มีจำนวนผู้ผลิตงานจำนวนมาก ตั้งแต่ผู้ประกอบการรายใหญ่ ไปจนถึงผู้ผลิตงานรายย่อย ถึงแม้ว่าผู้ผลิตงานคอมพิวเตอร์กราฟิกจะมีจำนวนมาก แต่คู่แข่งทางตรงของบริษัทฯ มีเพียงผู้ประกอบการรายใหญ่ เช่น บริษัท เดอะมั้งค์ สตูดิโอ จำกัด บริษัท เดอะ โพสท์ บางกอก จำกัด บริษัท เอ็มทู แอนิเมชั่น สตูดิโอ จำกัด เป็นต้น ซึ่งเป็นผู้ประกอบการจำนวนน้อยราย เนื่องจากผู้ให้บริการรายใหญ่มักมีข้อได้เปรียบเนื่องจากมีความพร้อมทางด้านบุคลากรและเทคโนโลยี ส่งผลให้สามารถสร้างสรรค์และส่งมอบงานที่มีมาตรฐานสูงได้ดี

ทั้งนี้บริษัทฯ มีนโยบายในการผลิตและสร้างสรรงานที่ชัดเจน โดยมุ่งเน้นผลงานที่มีคุณภาพและมาตรฐานระดับสูง ในราคาที่เหมาะสม อีกทั้งยังสามารถรองรับงานตั้งแต่ขนาดใหญ่จนถึงขนาดเล็กได้จำนวนมากในระยะเวลาเดียวกัน และสามารถส่งมอบงานที่มีคุณภาพตามสัญญาและความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้บริษัทฯ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ตัวอย่างผลงานภายในอดีตรวมถึงชื่อเสียงที่สะสมมาของบริษัทฯ นับเป็นข้อได้เปรียบสำคัญในการแข่งขันในกลุ่มธุรกิจจัดทำคอมพิวเตอร์กราฟิก เนื่องจากงานคอมพิวเตอร์กราฟิก เป็นงานเฉพาะทางซึ่งอาจมีความจำเป็นในการพึ่งพาความสามารถเฉพาะบุคคล รวมถึงความสามารถทางด้านศิลป์ เป็นอย่างมาก ซึ่งผู้ว่าจ้างอาจใช้ผลงานที่ผ่านมาของบริษัทฯ เป็นหนึ่งในข้อพิจารณาเลือกใช้งานบริษัทฯ ในการสร้างสรรงานให้กับผู้ว่าจ้าง

2.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจให้บริการออกแบบและจัดทำคอมพิวเตอร์กราฟิก สร้างสรรค์งานภาพต่างๆ ในภาพยนตร์แอนิเมชันรวมถึงการผลิตเกม ซึ่งการประกอบธุรกิจทั้งหมดของบริษัทฯ ประกอบไปด้วยปัจจัยสำคัญ 2 ปัจจัย ได้แก่ การพึ่งพิงความสามารถของบุคลากร และการใช้งานเทคโนโลยีในการผลิตงานคอมพิวเตอร์กราฟิก

การจัดหาบุคลากรที่มีความสามารถ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการคัดเลือกบุคลากร โดยพิจารณาจากความสามารถเป็นสำคัญ โดย บริษัทฯ มีบุคลากรรวมกว่า 200 คน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับของบุคลากรที่มีความสามารถรองลงมา รวมถึงบุคลากรรุ่นใหม่ ซึ่งอาจเป็นกำลังสำคัญให้แก่บริษัทฯ ได้ในอนาคต โดยผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ เล็งเห็นถึงช่องทางการติดต่อกับบุคลากรดังกล่าว จึงได้สร้างความสัมพันธ์อันดีกับสถาบันทางการศึกษาที่มีชื่อเสียง รวมถึงออกไปเป็นวิทยากรในโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการงานทางด้านคอมพิวเตอร์กราฟิก เพื่อสร้างชื่อเสียงให้แก่บริษัทฯ ในการดึงดูดบุคลากรรุ่นใหม่เข้าในอนาคต

การจัดหาเทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่เหมาะสม

บริษัทฯ มีการติดตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอยู่เสมอ โดยบริษัทฯ มีนโยบายในการลงทุนและจัดหาเทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่เหมาะสม ซึ่งจะคัดเลือกผู้ผลิตและผู้จำหน่าย โดยคำนึงถึงคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า ความน่าเชื่อถือ การบริการ การจัดส่ง ราคาสินค้า และการให้ระยะเวลาการชำระเงิน (Credit Term) อีกทั้งการเปรียบเทียบราคากับ Supplier รายอื่นๆ ก่อนทำการอนุมัติสั่งซื้อสินค้าอยู่เสมอเพื่อให้ได้อุปกรณ์ที่มีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม

2.6 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2562 บริษัทฯ มีงานที่อยู่ระหว่างดำเนินการและยังไม่ได้ส่งมอบและยังไม่ได้รับรู้รายได้จำนวน 41 ล้านบาท และ 46 ล้านบาท ตามลำดับ ประกอบไปด้วยงานจากธุรกิจงานงานโฆษณาและภาพยนตร์ (VFX) จำนวน 12 โครงการ (2562: 6 งาน) งานภาพยนตร์แอนิเมชัน 4 งาน (2562: 3 งาน) และงานเกม และอินโนเวชัน 2 งาน (2562: 3 งาน) ซึ่งบริษัทฯ มีกำหนดการในการส่งมอบงานจนถึง ไตรมาส 2 ปี 2564

หมายเหตุ : ตามธุรกิจปกติ งานโฆษณาและภาพยนตร์ (VFX) ส่วนใหญ่จะเป็นงานระยะสั้น และมูลค่างาน VFX ที่ยังไม่ส่งมอบมีมูลค่าน้อย ขณะที่งานภาพยนตร์แอนิเมชัน (Animation) เป็นงานระยะยาว ซึ่งงานที่ยังไม่ส่งมอบมีมูลค่าสูง ขณะที่งานผลิตและรับจ้างผลิตเกม (Game) ส่วนใหญ่จะมีระยะเวลาและมูลค่าปานกลาง

3. ปัจจัยความเสี่ยง

การดำเนินธุรกิจรวมถึงผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้จากปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ที่รายงานในเอกสารนี้ อนึ่ง ปัจจัยความเสี่ยงต่อไปนี้อาจมิได้เป็นปัจจัยความเสี่ยงทั้งหมดที่มีอยู่ หากแต่เป็นปัจจัยความเสี่ยงที่บริษัทฯ ได้ประเมินไว้ตามสถานการณ์และข้อมูลที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน ดังนั้น อาจยังคงมีปัจจัยความเสี่ยงอื่นๆ ที่บริษัทฯ มีทราบในขณะนี้ ซึ่งอาจเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ หรือราคาหุ้นของบริษัทฯ ในอนาคต

3.1 ความเสี่ยงด้านบุคลากร

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงกลุ่มผู้บริหารระดับสูง

บริษัทฯ มีการพึ่งพิงกลุ่มผู้บริหารระดับสูงที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นายธนัช จิววัฒน์ ซึ่งดำรงตำแหน่งประธานกรรมการบริหาร และนายศรุต ทับลอย ซึ่งดำรงตำแหน่งกรรมการบริหาร ฝ่ายปฏิบัติการและทั้ง 2 ท่านเป็นผู้ก่อตั้งของบริษัทฯ โดยผู้บริหารระดับสูงดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตและการขยายตัวทางธุรกิจของบริษัทฯ โดยเป็นผู้รับผิดชอบในการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เป็นผู้ควบคุมการทำงานให้มีคุณภาพมาตรฐานระดับสากลและตรงตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ผู้บริหารระดับสูงดังกล่าวยังเป็นผู้กำหนดทิศทางในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ส่งผลให้ความสำเร็จทางธุรกิจของบริษัทฯ ในอนาคตจึงขึ้นอยู่กับความสามารถของบริษัทฯ ในการรักษากลุ่มผู้บริหารระดับสูงดังกล่าวให้อยู่กับบริษัทฯ ได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การสูญเสียผู้บริหารระดับสูงดังกล่าวคนใดคนหนึ่งโดยมิสามารถหาผู้บริหารที่เหมาะสมมาทดแทนได้ อาจส่งผลกระทบในทางลบต่อธุรกิจ ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการพึ่งพิงผู้บริหารหลักทั้ง 2 ท่าน ที่อาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคคลใดบุคคลหนึ่งมากเกินไป บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดโครงสร้างองค์กรใหม่ให้มีการกระจายอำนาจ ไม่พึ่งพิงการตัดสินใจของผู้บริหารหลักทั้ง 2 ท่าน โดยจะมีคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหา คณะกรรมการบริหาร และทีมผู้บริหาร เข้ามามีส่วนรวมในการบริหารจัดการบริษัทฯ และตัดสินใจเรื่องต่างๆ ตามอำนาจหน้าที่ที่กำหนดไว้ เพื่อเป็นการลดการพึ่งพิงผู้บริหารหลักทั้ง 2 รายดังกล่าว ในส่วนของการรับผิดชอบในด้านของการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริษัทฯ มีทีมการตลาด ที่เป็นที่รู้จักและมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน จากการไปเข้าร่วมงานแสดงผลงานของบริษัทฯ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้ลูกค้าที่สนใจผลงานของบริษัทฯ สามารถติดต่อผ่านทีมการตลาด ซึ่งจะช่วยลดภาระการติดต่อประสานงานผ่านผู้บริหารทั้ง 2 ท่าน อันเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ การพัฒนาบุคลากร และลดการพึ่งพิงผู้บริหารด้วย

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน

บริษัทฯ มีการพึ่งพิงบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ มีฝีมือ มีประสบการณ์เฉพาะด้าน รวมถึงมีความเข้าใจในด้านเทคโนโลยีบางประเภท เช่น นักออกแบบ ผู้ทำแอนิเมชัน นักตัดต่อ และผู้ทำคอมพิวเตอร์กราฟิกต่างๆ ซึ่งบุคลากรดังกล่าวเป็นปัจจัยหลักในการสร้างความสามารถในการแข่งขันและสร้างผลงานที่มีคุณภาพให้แก่บริษัทฯ ทั้งนี้ การที่จะรักษามาตรฐานของผลงานให้อยู่ในระดับสากลรวมถึงข้อได้เปรียบในการแข่งขันได้ ขึ้นอยู่กับการสรรหาและการอบรมบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ ให้มาทำงานกับบริษัทฯ รวมถึงการรักษาและกระตุ้นให้บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเดิมให้ทำงานกับบริษัทฯ ได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ เนื่องจากงานให้บริการส่วนใหญ่ของบริษัทฯ เป็นงานที่มีข้อจำกัดทางด้านเวลาและเป็นการดำเนินงานลักษณะส่งมอบงานเป็นรายโครงการ (Project-based) ดังนั้น การขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง อาจทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถบรรลุข้อผูกพันตามสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า หรืออาจส่งผลให้ไม่สามารถส่งมอบงานที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ ดังนั้น การขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญดังกล่าวข้างต้น อาจส่งผลกระทบในทางลบต่อธุรกิจ ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้านและความเสี่ยงจากการสูญเสียบุคลากรเหล่านี้ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขัน บริษัทฯ จึงได้มีการปรับโครงสร้างองค์กรใหม่เพื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับการขยายตัวทางธุรกิจในระยะยาว โดยเพิ่มกำลังคนจาก 50 คน ในปี 2559 เป็นประมาณ 200 คน ในปีปัจจุบันเพื่อรองรับธุรกิจ VFX และการขยายตัวไปยังธุรกิจใหม่ในส่วนของบริษัทฯ แอนิเมชันและเกม รวมถึงได้มีการจัดตั้งแผนกทรัพยากรบุคคล เพื่อทำหน้าที่สรรหาและพัฒนาทักษะของบุคลากร ฝึกฝนและอบรมบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นการรักษาดูแลค่าตอบแทนและสวัสดิการของพนักงานในบริษัทฯ ให้มีความเหมาะสม จูงใจ และเทียบเคียงได้กับอุตสาหกรรม นอกจากนี้ เนื่องจากผู้ก่อตั้งของบริษัทฯ ได้แก่ นายธนัช จูวิวัฒน์ และ นายศรุต ทับลอย ล้วนเป็นผู้ที่มีประสบการณ์และชื่อเสียงในวงการคอมพิวเตอร์กราฟิกและแอนิเมชันในเมืองไทยมาอย่างยาวนาน เป็นที่รู้จักแก่บุคลากรในอุตสาหกรรมเป็นอย่างดี ประกอบกับผลงานที่มีชื่อเสียงที่ผ่านมาของบริษัทฯ ส่งผลให้บริษัทฯ มีความน่าเชื่อถือ และสามารถดึงดูดบุคลากรใหม่ๆ ที่มีความเชี่ยวชาญ ให้ต้องการเข้าร่วมงานในบริษัทฯ ได้

ความเสี่ยงจากการว่าจ้างบุคลากรจากภายนอก (Sub-Contracts)

แม้ว่าบริษัทฯ มีทีมงานคอมพิวเตอร์กราฟิกและทีมแอนิเมชันเป็นของบริษัทฯ เอง อย่างไรก็ตาม เนื่องจากปริมาณงานในแต่ละปีที่เพิ่มขึ้นจำนวนมาก และอาจต้องใช้ความเชี่ยวชาญในการทำงานเฉพาะด้านที่แตกต่างกัน เช่น งานด้านการถ่ายทำ (Shooting) หรือ งานพื้นฐานด้านต่างๆ ที่บริษัทฯ สามารถว่าจ้างบุคลากรจากภายนอกในการดำเนินการแทนได้ บริษัทฯ จึงอาจว่าจ้างบุคลากรจากภายนอกเพื่อมอบหมายงานที่ไม่มีความซับซ้อน ให้ดำเนินการแทน หรือกรณีที่ถือว่าจ้างทีมงานผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกที่ลูกค้าของบริษัทฯ ต้องการให้เข้าร่วมทำงานด้วย ทั้งนี้ การว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก อาจก่อให้เกิดปัจจัยความเสี่ยง จากการส่งมอบงานช้า หรือส่งมอบงานที่ไม่ได้มาตรฐานหรือไม่ตรงตามความต้องการที่บริษัทฯ จะต้องนำมาปรับปรุงหรือดำเนินงานต่อ ซึ่งอาจส่งผลกระทบให้การทำงานต่อจากผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกเกิดการหยุดชะงัก เป็นเหตุให้บริษัทฯ ส่งมอบงานให้แก่ลูกค้าไม่ทันเวลา หรือมีต้นทุนในการปรับปรุงและแก้ไขเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม ก่อนการว่าจ้างบุคลากรจากภายนอก บริษัทฯ มีขั้นตอนการคัดเลือกบุคลากรหรือทีมงานที่เหมาะสมต่อการทำงาน และมีการตรวจสอบคุณภาพการทำงานของบุคลากรจากภายนอกที่บริษัทฯ ได้มอบหมายงานให้ โดยละเอียดทุกขั้นตอน จึงทำให้งานมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และส่งมอบตรงเวลา โดยบริษัทฯ มีระบบการตรวจรับมอบงานของบุคลากรภายนอก เพื่อให้เป็นไปตามคุณภาพและความต้องการของลูกค้า จากนั้นส่งให้ลูกค้าพิจารณา หากมีการ

แก้ไขตามความเห็นของลูกค้า บริษัทฯ จะดำเนินการให้บุคคลภายนอกแก้ไข และจะตรวจสอบคุณภาพของงานให้ได้คุณภาพตามที่ตกลงกันกับผู้จ้าง

3.2 ความเสี่ยงด้านการประกอบธุรกิจ

ความเสี่ยงจากรายได้ค่าบริการตามสัญญาที่ยังไม่ได้ออกใบแจ้งหนี้

ตามปกติของธุรกิจ บริษัทฯ จะเริ่มทำงานเมื่อลูกค้าว่าจ้างงาน และจะออกใบแจ้งหนี้เมื่อส่งมอบงาน หรือ ตามระยะเวลาที่กำหนดในเอกสารการว่าจ้าง ขณะที่บริษัทฯ มีการบันทึกบัญชีเพื่อรับรู้รายได้ของงานดังกล่าวในงบการเงินตามสัดส่วนของต้นทุนที่เกิดขึ้น กับประมาณการต้นทุนทั้งหมด (Cost to Cost Method) ซึ่งประเมินโดยหัวหน้างานที่มีประสบการณ์ในการทำงานกับบริษัทฯ มานานกว่า 3 ปี ดังนั้น งานที่บริษัทฯ ได้เริ่มดำเนินการไปแล้วจะได้รับการประเมิน และรับรู้รายได้จากการให้บริการดังกล่าวตามสัดส่วนของต้นทุนที่เกิดขึ้นกับประมาณการต้นทุนทั้งหมดในงบกำไรขาดทุนตามนโยบายบัญชีในการรับรู้รายได้ พร้อมกับการบันทึกสินทรัพย์ตามสัญญาที่ยังไม่ได้ออกใบแจ้งหนี้ในงบแสดงฐานะการเงิน จนกว่าบริษัทฯ จะดำเนินการออกใบแจ้งหนี้เพื่อเรียกเก็บเงินจากลูกค้าตามงวดที่ระบุในเอกสารการจ้างงาน พร้อมกับการดำเนินการกลับรายการสินทรัพย์ตามสัญญาที่ยังไม่ได้ออกใบแจ้งหนี้เป็นลูกหนี้การค้าในงบแสดงฐานะการเงิน โดยบริษัทฯ มีสินทรัพย์ตามสัญญาที่ยังไม่ได้ออกใบแจ้งหนี้สุทธิจำนวน 56.47 ล้านบาทและจำนวน 56.06 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.7 และ 28.7 ของรายได้ทั้งหมดในปี 2563 และใน ปี 2562 ตามลำดับ ดังนั้นบริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงในกรณีที่ลูกค้าดังกล่าวอาจไม่ชำระเงิน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตามบริษัทฯ มีการพิจารณาความน่าเชื่อถือของลูกค้า ประกอบการตัดสินใจในการรับงาน โดยจะตรวจสอบข้อมูลของลูกค้ารายใหม่ทุกราย และสำหรับลูกค้ารายเก่า บริษัทฯ จะทำการสอบทานทุกปี โดยจะเลือกลูกค้าที่ไม่ได้มีการทำธุรกรรมกับบริษัทฯ นานเกินกว่า 2 ปี มาทำการสอบทาน โดยทำการตรวจสอบเอกสารสำคัญและข้อมูลต่างๆ ของลูกค้า เช่น หนังสือรับรอง งบการเงิน หรือประวัติการทำงาน รวมถึงการตรวจสอบหลักฐานแวดล้อม เช่น ข่าวต่างๆ จากสื่อออนไลน์ เป็นต้น อีกทั้ง บริษัทฯ ยังมิโนบายในการติดตามการชำระเงินของลูกค้าอย่างใกล้ชิด

ความเสี่ยงจากการบริหารสภาพคล่อง

โครงการมีมูลค่าสูง ซึ่งมีการกำหนดระยะเวลาการส่งงาน และการชำระเงินที่ชัดเจน โดยการชำระเงินจะแบ่งเป็นหลายงวด อีกทั้งบางโครงการอาจมีการชำระเงินภายหลังการส่งมอบงานเรียบร้อยแล้ว รวมทั้งลูกค้าของบริษัทฯ อาจมีขั้นตอนในการตรวจรับงานและการจัดทำเอกสารหลายขั้นตอน ซึ่งอาจทำให้การรับงานและการชำระเงินไม่เป็นไปตามแผน ทำให้บริษัทฯ มีลูกหนี้ค้างและสินทรัพย์ตามสัญญาเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ในช่วงที่บริษัทฯ ยังไม่ได้รับการชำระเงินจากลูกค้า บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการบริหารสภาพคล่องที่จะต้องจัดหาแหล่งเงินทุนเพิ่มเติมให้เพียงพอต่อการประกอบธุรกิจ โดยในปี 2563 และใน ปี 2562 บริษัทฯ มีลูกหนี้ค้างและสินทรัพย์ตามสัญญา จำนวน 72.48 ล้านบาทและจำนวน 97.07 ล้านบาท โดยบริษัทฯ มีนโยบายตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญแล้วจำนวน 22.6 ล้านบาทในงบแสดงฐานะทางการเงินแล้วตามมาตรฐานรายงานทางการเงิน TFRS 9

นอกจากนี้บริษัทฯ มีนโยบายในการกำหนดรอบการชำระเงินเป็นงวดๆ เพื่อเสริมสภาพคล่อง รวมทั้งดำเนินการหารือกับลูกค้าเกี่ยวกับรายละเอียดการทำงานการส่งงาน และระยะเวลาชำระเงินให้ชัดเจน เพื่อให้การดำเนินการส่งงานและเก็บเงินเป็นไปอย่างรวดเร็ว อีกทั้งหากบริษัทฯ พบว่าลูกหนี้รายใดมีปัญหาการชำระเงินหรือมีข้อค้างชำระสะสมค้างนาน เกินกว่า 120 วัน บริษัทฯ จะติดตามทวงถามเป็นระยะๆ และอาจชะลอการทำงานขึ้นดังกล่าวไว้จนกว่าลูกค้าจะชำระเงินที่สะสมค้างไว้ก่อน

ความเสี่ยงจากความไม่สม่ำเสมอของรายได้

เนื่องจากธุรกิจหลักของบริษัทฯ คือ ธุรกิจให้บริการออกแบบและจัดทำคอมพิวเตอร์กราฟิก เกี่ยวกับโฆษณา งานภาพยนตร์แอนิเมชัน และเกม รายได้จากธุรกิจดังกล่าวจึงขึ้นอยู่กับแผนการโฆษณาและผลิตผลงานดังกล่าวข้างต้น รวมทั้งความสามารถในการรับงานของบริษัทฯ ดังนั้น บริษัทฯจึงมีความเสี่ยงจากความไม่สม่ำเสมอของรายได้หากกลุ่มลูกค้าปัจจุบันไม่มีแผนการผลิตผลงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการชะลอการว่าจ้างงานหรือการที่ลูกค้าขอยกเลิกงาน อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

บริษัทฯมีแผนในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว โดยการขยายฐานการให้บริการไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ เช่น กลุ่มลูกค้าในประเทศฮ่องกง สิงคโปร์ เวียดนาม เป็นต้น เพื่อช่วยให้บริษัทฯมีกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย และมีรายได้ที่สม่ำเสมอมากขึ้น นอกจากนี้ จากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการทำธุรกิจของบริษัทฯ และความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทฯและลูกค้าปัจจุบัน บริษัทฯจึงมั่นใจว่าจะได้รับงานจากลูกค้าปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

ในปี 2563 บริษัทฯมีรายได้จากการให้บริการให้กับลูกค้ารายใหญ่จำนวน 3 ราย ซึ่งคิดเป็นอัตราร้อยละ 54 จากยอดขายได้รวม (พ.ศ. 2562 : มีจำนวน 3 ราย อัตราร้อยละ 50 จากยอดขายได้รวม)

บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่นี้ ซึ่งหากลูกค้าดังกล่าวไม่มีแผนการว่าจ้างบริษัทฯ เพื่อผลิตผลงานอย่างต่อเนื่องในอนาคตหรือปฏิเสธไม่รับงานที่ดำเนินการไปแล้วของบริษัทฯ หรือมีการชำระเงินค่าให้บริการล่าช้า อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

ความเสี่ยงจากการดำเนินงานในโครงการที่มีระยะเวลายาวขึ้นและลูกค้าอาจไม่ชำระเงินตามข้อตกลงการจ้างงาน

เดิมบริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการในงานปรับแต่งภาพเคลื่อนไหว รวมถึงเทคนิคพิเศษ ในงานโฆษณาและภาพยนตร์เป็นหลัก ซึ่งงานประเภทดังกล่าวส่วนมากจะใช้ระยะเวลาในการทำงานไม่เกิน 3 เดือน อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้ให้บริการจัดทำงานภาพยนตร์แอนิเมชัน รวมถึงการสร้างสคริปต์เกมมากขึ้น ซึ่งงานดังกล่าวจะใช้ระยะเวลาในการทำงานที่เพิ่มขึ้น โดยในบางโครงการอาจใช้ระยะเวลาในการทำงานมากกว่า 1 ปี ซึ่งบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการเรียกเก็บค่าบริการที่มีเงื่อนไขในการเรียกชำระยาวนานขึ้น รวมทั้งบริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงจากการที่ไม่สามารถเก็บเงินจากลูกค้าได้ตรงเวลาหรือลูกค้าไม่ชำระเงินตามข้อตกลงในบางงวดหรือทั้งหมด ประกอบกับบริษัทฯ อยู่ในช่วงสะสมประสบการณ์ในการทำงาน โครงการระยะยาว ซึ่งอาจส่งผลให้บริษัทฯ ไม่สามารถควบคุมคุณภาพและต้นทุนระหว่างการทำงาน และอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงจากการออกใบแจ้งหนี้เงินที่มีเงื่อนไขการชำระเงินที่ยาวขึ้น บริษัทฯ จึงมีนโยบายในการกำหนดรอบการชำระเงินเป็นงวดๆ เพื่อลดความเสี่ยงจากการผิดชำระหนี้ของลูกค้า และทำการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าอย่างใกล้ชิดเพื่อความต่อเนื่องในการทำงาน รักษาการทำงานให้ไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้ผลงานที่ออกมามีคุณภาพและตรงตามความต้องการของลูกค้า

บริษัทฯ มีประสบการณ์การทำงานในงานปรับแต่งภาพเคลื่อนไหว รวมถึงเทคนิคพิเศษมาอย่างยาวนาน มีบุคลากรที่มีความสามารถซึ่งพร้อมที่จะสร้างสรรค์งานที่มีความยากและซับซ้อนขึ้น โดยปัจจุบันบริษัทฯ ได้รับงานภาพยนตร์แอนิเมชันระยะสั้น มาอย่างหลากหลายและสามารถส่งมอบงานดังกล่าวได้อย่างราบรื่น นอกจากนี้ ในช่วง

เวลาเดียวกัน บริษัทฯ ยังมีโอกาสในการให้บริการผลิตเกมสักระยะยาวซึ่งใช้เวลาในการผลิตกว่า 1 ปี ซึ่งบริษัทฯ สามารถผลิตผลงานที่มีคุณภาพและส่งมอบงานได้อย่างราบรื่น บริษัทฯ เชื่อว่าผู้บริหารระดับสูง รวมถึงบุคลากรของบริษัทฯ มีศักยภาพและความพร้อมในการรับงานที่มีความหลากหลายและใช้เวลาในการทำงานนานขึ้นได้ และสามารถควบคุมทั้งคุณภาพของชิ้นงาน และต้นทุนในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความเสี่ยงจากการที่ลูกค้าต่างประเทศอาจไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงจากการจ้างงาน

บริษัทฯ มีนโยบายในการรับจ้างงาน โดยมีเอกสารสัญญาจ้างงาน หรือเอกสารอื่นๆทดแทนสัญญาจ้างงาน เช่น ใบสั่งซื้อ (Purchase Order) จากทางลูกค้า หรือ ใบเสนอราคามาตรฐาน (Standard Quotation) ที่ผ่านการตรวจสอบและร่างโดยที่ปรึกษากฎหมาย ซึ่งระบุเงื่อนไขสำคัญในการรับจ้างงานอย่างเป็นมาตรฐาน อย่างไรก็ตาม ในการรับจ้างงานจากลูกค้าต่างประเทศบางราย ที่มีขนาดรายการไม่สูงนัก บริษัทฯ อาจไม่ได้ว่าจ้างที่ปรึกษากฎหมายที่มีความเชี่ยวชาญในกฎหมายต่างประเทศ มาทำการตรวจสอบและให้ความเห็นเกี่ยวกับเอกสารจ้างงานดังกล่าว โดยบริษัทฯ ได้มอบหมายให้ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ ดำเนินการตรวจสอบเอกสารการจ้างงานดังกล่าวตามความเหมาะสม ทั้งนี้ ในกรณีที่เอกสารจ้างงานดังกล่าวมีความไม่สมบูรณ์ หรือมีช่องโหว่ทางกฎหมายในแต่ละประเทศ บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงที่ลูกค้าต่างประเทศอาจไม่ทำตามข้อตกลงในการจ้างงาน ส่งผลให้ บริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบในทางลบต่อกระแสเงินสดฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้

บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น จึงมีนโยบายในการจัดทำสัญญามาตรฐาน เพื่อใช้กับโครงการที่มีมูลค่าสูงกว่า 5 ล้านบาทขึ้นไป รวมถึงใบเสนอราคามาตรฐานสำหรับลูกค้าต่างประเทศ ซึ่งผ่านการร่างและตรวจสอบจากที่ปรึกษากฎหมายแล้ว โดยบริษัทฯ จะดำเนินการเจรจาในการใช้เอกสารดังกล่าวในการจ้างงานก่อน ทั้งนี้ในการทำสัญญาจริงอาจจะขึ้นอยู่กับการเจรจาของลูกค้าแต่ละราย ที่ใช้ในการระบุเงื่อนไขการจ้างงาน อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ จะดำเนินการตรวจสอบเอกสารการจ้างงานความเหมาะสมและรัดกุม เพื่อรักษาผลประโยชน์ของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีนโยบายในการพิจารณาความน่าเชื่อถือของลูกค้าต่างประเทศ ประกอบการตัดสินใจในการรับงาน โดยทำการตรวจสอบเอกสารหรือข้อมูลสำคัญของลูกค้า เช่น หนังสือจัดตั้งบริษัท ประวัติการทำงาน รวมถึงชื่อเสียงในวงการอุตสาหกรรม เป็นต้น

ความเสี่ยงจากการที่บริษัทฯ มีแผนธุรกิจที่จะรับงานจากลูกค้าต่างประเทศ ซึ่งการพิสูจน์ความมีตัวตน ความน่าเชื่อถือ และสถานะทางการเงินของลูกค้าต่างประเทศอาจมีข้อมูลจำกัด

บริษัทฯ มีแผนธุรกิจที่จะรับงานจากลูกค้าต่างประเทศ ซึ่งการพิสูจน์ความมีตัวตน ความน่าเชื่อถือ และสถานะทางการเงินของลูกค้าต่างประเทศอาจมีข้อมูลจำกัด ทำให้บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงที่ลูกค้าอาจไม่สามารถชำระค่าจ้างค่าบริการให้กับบริษัทฯ ได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญกับการพิสูจน์ความมีตัวตน ความน่าเชื่อถือ และสถานะทางการเงินของลูกค้าต่างประเทศ โดยจะมีการจัดทำข้อมูลของลูกค้าแต่ละราย (KYC) โดยจะรวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ทั้งในรูปแบบเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะวิเคราะห์ความมีตัวตนของลูกค้าจากเอกสารหลักฐานเบื้องต้นที่น่าเชื่อถือที่สำคัญ เช่น เอกสารการจัดตั้งบริษัท เอกสารที่ระบุรายชื่อกรรมการ รายชื่อผู้ถือหุ้น สำเนาบัตรประชาชน สำเนา passport นามบัตรของผู้ที่ติดต่อกับงาน งบการเงิน เป็นต้น โดยบริษัทฯ จะขอข้อมูลดังกล่าวจากลูกค้า รวมทั้งการค้นหาข้อมูลจากสื่อสาธารณะ เช่น การค้นหาข้อมูลผ่านทางกูเกิล หรือเว็บไซต์ของลูกค้าที่ว่าจ้างบริษัทฯ รวมทั้งสอบถามข้อมูลแวดล้อมจากนายหน้า (Agency) ต่างๆ ที่บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ เพื่อตรวจสอบแนวทางการทำงาน และ ประวัติการชำระเงินกับคู่ค้ารายอื่นๆ เป็นต้น เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุด และจัดเก็บเอกสาร KYC ให้เป็นระบบ เป็นต้น เพื่อประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นก่อนการรับงานจากลูกค้า

ความเสี่ยงจากการประเมินต้นทุนงานต่ำเกินไป หรือจากต้นทุนงานสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ (Cost Overrun)

บริษัทฯ ให้บริการแก่ลูกค้าเป็นรายโครงการ โดยมีการกำหนดราคาในการให้บริการในอัตราคงที่ของแต่ละโครงการ ดังนั้น บริษัทฯ ต้องมีการประเมินต้นทุนงานให้ถูกต้องก่อนที่จะเสนอราคาแก่ลูกค้า เพื่อให้บริษัทฯ ได้รับอัตรากำไรตามที่ได้คาดการณ์ไว้หลังโครงการแล้วเสร็จ โดยในการประเมินต้นทุนงานดังกล่าว บริษัทฯ มีการประมาณการต้นทุนการทำงาน ซึ่งมีการพิจารณาถึงชั่วโมงการทำงานของบุคลากร รวมถึงต้นทุนการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ ต้นทุนโปรแกรมต่างๆ และต้นทุนอื่นที่อาจเกิดขึ้นจากการทำงาน บริษัทฯ อาจไม่สามารถประมาณต้นทุนงานให้ถูกต้องแม่นยำได้ เนื่องจากลูกค้าอาจขอแก้ไข ปรับรูปแบบ อาจทำให้ต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ (Cost Overrun)

ดังนั้นการที่บริษัทฯ มีต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ จะทำให้อัตรากำไรของโครงการลดลง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการหารือและประสานงานกับลูกค้าเกี่ยวกับผลงานที่ต้องการอย่างใกล้ชิด เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น รวมทั้งจัดทำประมาณการต้นทุนการทำงานที่ละเอียด มีการพิจารณาค่าเผื่อของต้นทุนก่อนการเสนอราคาแก่ลูกค้า และมีระบบการบริหารจัดการต้นทุนโดยหัวหน้าโครงการจะมีการประเมินต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงระหว่างการทำงานเป็นระยะ ซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถลดความเสี่ยงจากการที่มีต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ได้

ความเสี่ยงจากการที่บริษัทฯ ประกอบธุรกิจอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง

โดยทั่วไปแล้วธุรกิจหลักของบริษัทฯ ทั้งธุรกิจรับจ้างทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิคในงานโฆษณาและภาพยนตร์ งานผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันล้วนแต่เป็นธุรกิจที่ได้รับการว่าจ้างจากลูกค้าเป็นรายโครงการ โดยบริษัทฯ อาจต้องเข้าร่วมเสนอราคางานร่วมกับบริษัทคู่แข่งอยู่เป็นประจำ บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับการว่าจ้างจากลูกค้าไม่ว่าจะเป็นลูกค้ารายเดิมและลูกค้ารายใหม่ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากแบบงานที่เสนอไปไม่เป็นที่พอใจของลูกค้า หรือการแข่งขันทางด้านราคาจากบริษัทคู่แข่ง เป็นต้น การที่บริษัทฯ ไม่ได้รับการว่าจ้างจากลูกค้าบ่อยครั้ง อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เชื่อว่าบริษัทฯ มีทีมงานและบุคลากรที่มีประสบการณ์และความสามารถ สามารถสร้างสรรค์ผลงานได้ตรงตามแบบและสนองความต้องการของลูกค้าได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และส่งมอบงานที่มีคุณภาพและมาตรฐานให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการมุ่งเน้นการให้บริการที่มีความเป็นกันเองและยืดหยุ่น บริษัทฯ จึงมีความมั่นใจว่า บริษัทฯ มีข้อได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน สามารถทำการแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมได้

ความเสี่ยงจากการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ของผลิตภัณฑ์เกม

ปัจจุบันปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจเกมทั่วโลก ซึ่งผู้พัฒนาและจำหน่ายเกมในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น เกมคอมพิวเตอร์ เกมคอนโซล เกมพกพา หรือเกมในรูปแบบอื่นๆ ล้วนประสบปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์จากการลักลอบนำแผ่นเกมที่ถูกเพิ่มจำนวนขึ้น(Copy)ไปจำหน่ายในราคาที่ถูก หรือการลักลอบใช้งานโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายด้วยการถอดรหัสเกม(Crack) ซึ่งทำให้ผู้พัฒนาเกม ซึ่งเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ต้องเสียโอกาสจากการดำเนินธุรกิจได้ โดยผู้พัฒนาเกมจะทำการปรับปรุง (Update) เกมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การคัดลอกไม่สามารถตามผลงานได้ทัน อีกทั้งยังเป็นการสร้างรายได้ต่อเนื่องให้กับธุรกิจอีกด้วย

ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทฯ มีการให้บริการแก่ลูกค้าต่างประเทศที่ใช้บริการของบริษัทฯ ไม่ว่าจะเป็นงาน รับจ้างทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิกในงานโฆษณาและภาพยนตร์ งานผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน รวมถึงงานผลิตและรับจ้างผลิตเกมส์ โดยในปี 2563 และในปี 2562 บริษัทฯ มีรายได้ในสกุลเงินต่างประเทศร้อยละ 47 และ 68 ของรายได้จากการให้บริการรวมตามลำดับ โดยรายได้ดังกล่าว ส่วนใหญ่เป็นสกุลเงินเหรียญสหรัฐฯ ทั้งนี้ ในปี 2563 และใน ปี 2562 บริษัทฯ มีขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนจำนวน 1.5 ล้านบาท และ 2.6 ล้านบาท ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว โดยการกำหนดราคาในการให้บริการแก่ลูกค้าต่างประเทศนั้น บริษัทฯ ได้รวมความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนไว้ในการคำนวณอัตรากำไรส่วนเพิ่ม (profit margin) ในระดับหนึ่งไว้ด้วย ปัจจุบัน บริษัทฯ มิได้ใช้ตราสารอนุพันธ์ทางการเงินเพื่อป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว แต่อาจพิจารณาใช้ตราสารดังกล่าวตามความเหมาะสมในอนาคต

ความเสี่ยงจากการที่บริษัทฯ อาจไม่สามารถ หรืออาจเลือกที่จะไม่จ่ายเงินปันผล

ความสามารถของบริษัทฯ ในการจ่ายเงินปันผลสำหรับหุ้นของบริษัทฯ นั้น ขึ้นอยู่กับผลประกอบการทางการเงินในอนาคตของบริษัทฯ ซึ่งผลประกอบการทางการเงินดังกล่าวก็ขึ้นอยู่กับความสำเร็จในการดำเนินการตามแผนธุรกิจของ บริษัทฯ ตลอดจนปัจจัยทางการเงิน ปัจจัยด้านการแข่งขัน ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกฎระเบียบ รวมถึงลดจนปัจจัยทางเทคนิค และปัจจัยด้านอื่นๆ รวมถึงสภาพเศรษฐกิจโดยทั่วไป ซึ่งหลายปัจจัยดังกล่าวอาจอยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทฯ ได้ นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทอาจมีข้อเสนอแนะที่จะให้ลดหรืองดการจ่ายเงินปันผลสำหรับรอบระยะเวลาใดระยะเวลาหนึ่งก็ได้ เพื่อให้เป็นไปตามแผนการเติบโตทางธุรกิจของบริษัทฯ ในอนาคต

ประกอบกับ ตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด หากบริษัทฯ มียอดขาดทุนสะสม บริษัทฯ จะไม่สามารถจ่ายเงินปันผลได้ แม้ว่าในปีนั้นบริษัทฯ จะมีกำไรสุทธิก็ตาม อีกทั้งในปีที่บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ บริษัทฯ ยังมีหน้าที่ตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด และตามข้อบังคับของบริษัทฯ ที่ต้องจัดสรรกำไรสุทธิประจำปีส่วนหนึ่งนั้นไว้เป็นทุนสำรองไม่น้อยกว่าร้อยละห้าของกำไรสุทธิประจำปีหักด้วยยอดเงินขาดทุนสะสมยกมา จนกว่าทุนสำรองนี้จะมีจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละสิบของทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ ดังนั้น หากบริษัทฯ ไม่สามารถทำกำไรได้เพียงพอ หรือหากบริษัทฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าเหมาะสม บริษัทฯ อาจจะไม่จ่ายเงินปันผลในอนาคต

ความเสี่ยงจากกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายและบริหารจัดการกลุ่มบริษัทฯ

ภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแก่ประชาชนทั่วไปในครั้งนี กลุ่มนายธนัช จูวิวัฒน์ และนายสรุต ทับลอย ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ จะถือหุ้นในสัดส่วนรวมกันมากกว่าร้อยละ 50.0 ของทุนชำระแล้ว จึงทำให้สามารถควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญในการประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ยกเว้นมติพิเศษที่กฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับคะแนนเสียง 3 ใน 4 ของจำนวนหุ้นที่เข้าประชุมและมีสิทธิออกเสียง ดังนั้น อาจทำให้ผู้ถือหุ้นรายอื่นไม่สามารถรวบรวมคะแนนเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจและสัญญาต่างๆ

4.1 ส่วนปรับปรุงอาคาร อุปกรณ์ และซอฟต์แวร์

วันที่ 31 ธันวาคม 2563 สำนักงานของบริษัทฯ อยู่ในรูปของสัญญาเช่าที่ดินพร้อมอาคาร โดยสินทรัพย์หลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่างๆที่ใช้ในการผลิตงาน เป็นจำนวน 75.72 ล้านบาท มีรายละเอียดแสดงดังตารางดังนี้

ประเภทสินทรัพย์	มูลค่าทางบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาวะผูกพัน
ส่วนปรับปรุงอาคารเช่าที่ใช้เป็นอาคารสำนักงาน	13.3	อยู่ภายใต้สัญญาเช่า *	ไม่มี
อุปกรณ์สำนักงาน	1.8	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
คอมพิวเตอร์	49.4	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	11.22	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวม	75.72		

หมายเหตุ : * รายละเอียดตามหัวข้อ 5.3 สัญญาที่สำคัญของบริษัทฯ

4.2 บัตรส่งเสริมการลงทุน

บริษัทฯ ได้รับการส่งเสริมการลงทุนในกิจการ ซอฟต์แวร์ ประเภท ENTERPRISE SOFTWARE และ DIGITAL CONTENT จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ตามบัตรส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 60-0048-1-01-2-0 วันที่ 18 มกราคม 2560 ให้ได้รับสิทธิ และประโยชน์โดยสรุปดังนี้

- ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้รับจากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมกำหนดเวลา 7 ปีนับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการนั้น ซึ่งสิทธิประโยชน์ทางภาษีเงินได้นิติบุคคลดังกล่าวจะหมดลงตั้งแต่วันที่ 16 พฤษภาคม 2566
- ในกรณีที่บริษัทฯ ขาดทุนในระหว่างระยะเวลาที่ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลดังกล่าว บริษัทฯ จะได้รับอนุญาตให้นำผลขาดทุนประจำปีที่เกิดขึ้นไปหักออกจากกำไรสุทธิที่เกิดขึ้นภายหลังระยะเวลาที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลในระยะเวลาไม่เกิน 5 ปีนับแต่พ้นกำหนดเวลาที่ได้รับการส่งเสริม ทั้งนี้ สามารถเลือกหักจากกำไรสุทธิของปีใดปีหนึ่ง หรือหลายปีก็ได้
- ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมเพื่อเสียภาษีเงินได้ตลอดระยะเวลาที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล

หมายเหตุ : โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 2.4.16 ข้อ 16.7.3 การหมดสิทธิประโยชน์ทางภาษีเงินได้นิติบุคคลจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนตั้งแต่วันที่ 16 พ.ค. 2566

4.3 สัญญาที่สำคัญของบริษัทฯ

4.3.1 สัญญาเช่าสินทรัพย์

บริษัทฯ มีสัญญาเช่าเช่า/เช่าช่วงที่ดินพร้อมอาคาร รวมถึงสัญญาเช่า/เช่าช่วงอุปกรณ์ และทรัพย์สินที่สำคัญ ดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สินที่เช่า	อายุสัญญา	ค่าเช่า	เงื่อนไขการต่ออายุ
บริษัท พี.เอส.เจเนเนอเรชั่น จำกัด (ผู้ให้เช่า)	ที่ดินจำนวน 1 แปลง อาคาร 5 ชั้น พร้อมอุปกรณ์จำนวน 1 หลัง เลขที่ 348 ซอยลาดพร้าว 94 (ปัญจมิตร) แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ	3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2561 ถึง วันที่ 30 กันยายน 2564	110,000 บาท ต่อเดือน	ผู้เช่าสามารถต่ออายุได้คราวละ 3 ปี และคู่สัญญาตกลงปรับอัตราค่าเช่าเพิ่มร้อยละ 10
บริษัท รัตน แมเนจเม้นท์ จำกัด (ผู้ให้เช่าช่วง)	เช่าช่วงที่ดินจำนวน 1 แปลง อาคาร 5 ชั้น พร้อมอุปกรณ์จำนวน 1 หลัง เลขที่ 346 ซอยลาดพร้าว 94 (ปัญจมิตร) แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ	3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2561 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2564	132,000 บาท ต่อเดือน	ผู้เช่าช่วงสามารถต่ออายุได้คราวละ 3 ปี และคู่สัญญาตกลงปรับอัตราค่าเช่าเพิ่มร้อยละ 10

4.3.2 สัญญาสินเชื่อกับสถาบันทางการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯมีภาระหนี้คงค้างจำนวน 2.97 ล้านบาท โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การอ้างอิง	วงเงินบาท	วัตถุประสงค์	มูลค่าตามบัญชี		อัตราดอกเบี้ยร้อยละ	กำหนดผ่อนชำระคืนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ย
			พ.ศ. 2563 บาท	พ.ศ. 2562 บาท		
วงเงินที่ 1	5,000,000	ทั่วไป	-	1,685,632	ปีที่ 1 : 5 ต่อปี ปีที่ 2 - 5 : MLR ต่อปี	จำนวน 60 งวด (ทุกงวดราย 1 เดือน)
วงเงินที่ 2	12,000,000	เพื่อซื้ออุปกรณ์และโปรแกรมคอมพิวเตอร์	-	7,428,679	MLR ต่อปี	จำนวน 84 งวด (ทุกงวดราย 1 เดือน)
วงเงินที่ 3	5,000,000	ทั่วไป	2,796,910	3,518,894	ปีที่ 1 - 3 : 3 ต่อปี ปีที่ 4 - 7 : MLR ต่อปี	จำนวน 84 งวด (ทุกงวดราย 1 เดือน)
วงเงินที่ 4	15,000,000	เพื่อซื้ออุปกรณ์และโปรแกรมคอมพิวเตอร์	-	12,238,625	4 ต่อปี	จำนวน 84 งวด (ทุกงวดราย 1 เดือน)
			2,796,910	24,871,830		

วงเงินที่ 1 - กู้เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2559 บริษัทค้ำประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) เป็นผู้ค้ำประกันตามที่ผู้ให้กู้กำหนด บริษัทเป็นผู้ชำระค่าธรรมเนียมการค้ำประกันเงินกู้ กรรมการของบริษัทค้ำประกันวงเงินกู้เต็มจำนวน ในระหว่างปีบริษัทได้ยกเลิกวงเงินกู้ และได้จ่ายชำระคืนเงินกู้เต็มจำนวน

วงเงินที่ 2 - กู้เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559 บริษัทค้ำประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) ค้ำประกันในวงเงินรวมไม่น้อยกว่า 8.5 ล้านบาท กรรมการของบริษัทค้ำประกันวงเงินกู้เต็มจำนวน นอกจากนี้ หลักประกันเงินกู้คือเงินฝากธนาคารจำนวน 3.5 ล้านบาทที่มีกับธนาคารผู้ให้กู้ ในระหว่างปีบริษัทได้ยกเลิกวงเงินกู้ และได้จ่ายชำระคืนเงินกู้เต็มจำนวน

วงเงินที่ 3 - กู้เมื่อวันที่ 6 ธันวาคม พ.ศ. 2560 บริษัทค้ำประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) ค้ำประกันวงเงินกู้บริษัทเป็นผู้ชำระค่าธรรมเนียมการค้ำประกันเงินกู้ และกรรมการของบริษัทค้ำประกันวงเงินกู้เต็มจำนวน นอกจากนี้ในปีที่ 1 - 3 รัฐบาลจะชดเชยรายได้ดอกเบี้ยให้อัตราร้อยละ 2 ต่อปี

วงเงินที่ 4 - กู้เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน พ.ศ. 2561 บริษัทค้ำประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) ค้ำประกันในวงเงินรวมไม่น้อยกว่า 6.4 ล้านบาท กรรมการของบริษัทค้ำประกันวงเงินกู้เต็มจำนวน นอกจากนี้ หลักประกันเงินกู้คือเงินฝากธนาคารจำนวน 8.6 ล้านบาทที่มีกับธนาคารผู้ให้กู้ ในระหว่างปีบริษัทได้ยกเลิกวงเงินกู้ และได้จ่ายชำระคืนเงินกู้เต็มจำนวน

4.4 การประกันภัย

บริษัทฯ ได้ทำประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน สำหรับทรัพย์สิน โดยมีจำนวนเงินเอาประกันภัยรวมทั้งสิ้น 67.67 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้สัญญา	บริษัท ไทยพานิชประกันภัย จำกัด (มหาชน)
ผู้เอาประกันภัย	บริษัท อีคราซิล กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
ผู้รับผลประโยชน์	บริษัท อีคราซิล กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
ระยะเวลาเอาประกัน กรมธรรม์ที่ 1	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 20 มีนาคม 2563 ถึงวันที่ 20 มีนาคม 2564
จำนวนเงินเอาประกัน รวม	67.67 ล้านบาท
รายละเอียดทรัพย์สินที่ เอาประกันภัย	เฟอร์นิเจอร์ สิ่งตกแต่งติดตั้งเครื่องใช้ต่าง ๆ ส่วนตกแต่งปรับปรุง รวมถึงเครื่องมือ เครื่องใช้สำนักงาน และอุปกรณ์สำนักงาน เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องคอมพิวเตอร์รวม อุปกรณ์
สถานที่ตั้งสินทรัพย์	310, 346 และ 348 ซอยลาดพร้าว 94 (ปัญจมิตร) แขวงพลับพลา เขตวัง ทองหลาง กรุงเทพฯ
ความคุ้มครอง	คุ้มครองความสูญเสีย หรือเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัย อันเนื่องมาจากไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยลมพายุ ภัยจากยานพาหนะ ภัยจากควัน ภัยจากอากาศยาน ภัยน้ำท่วม ภัย เนื่องจากน้ำ ภัยแผ่นดินไหว หรือคลื่นใต้น้ำ หรือสึนามิ ภัยระเบิด ภัยจากการนัดหยุด

	งาน การจลาจล หรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย ภัยคุกคาม รวมถึงอุบัติเหตุสาหัสปัจจัยภายนอก และเกิดขึ้นอย่างฉับพลัน โดยไม่ได้คาดคิดมาก่อน ซึ่งไม่ได้ระบุไว้เป็นข้อยกเว้นของกรรมธรรม์ ทั้งนี้ อยู่ภายใต้เงื่อนไขข้อตกลงคุ้มครอง และข้อยกเว้นของกรรมธรรม์ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน
--	---

4.5 สัญญาการให้บริการ

- สัญญาว่าจ้างการให้บริการ : บริษัทฯ ได้ทำสัญญาการให้บริการแก่บุคคลภายนอก โดยสัญญาส่วนใหญ่จะมีการระบุเนื้อมหาดังต่อไปนี้

คู่สัญญา	ผู้ว่าจ้างบริการ (ผู้ซื้อ) และ บริษัทฯ (ผู้ขาย)
ลักษณะของสัญญา	ว่าจ้างบริการ เพื่อให้ได้ผลงานตามที่ผู้ซื้อต้องการ
ราคาซื้อขาย	ราคาซื้อขายกำหนดตามที่ตกลงกัน โดยอาจจะอยู่ในรูปสกุลเงินบาท หรือ เงินสกุลต่างประเทศ เช่น สกุลเงินดอลลาร์ เป็นต้น โดยผู้ซื้อจะชำระเงินค่าตอบแทนให้แก่ผู้ขายตามระยะเวลาที่ตกลงกัน
ระยะเวลาของสัญญา	สัญญามีอายุตามที่ตกลงกัน โดยมีอายุประมาณ 1-2 ปี
สาระสำคัญของสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> - ข้อตกลงการซื้อขาย ประกอบด้วย รายละเอียดความต้องการในผลงานที่ผู้ซื้อต้องการ - การส่งมอบสินค้าเป็นไปตามเงื่อนไขที่ตกลง เช่น ระยะเวลาที่ส่งมอบ รายละเอียดของงานที่ส่งมอบ - กรณีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งประสงค์จะเลิกสัญญา จะต้องแจ้งให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน ทั้งนี้ บริษัทฯ มีสิทธิได้รับชำระค่าตอบแทนและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการให้บริการก่อนวันที่มีผลเป็นการเลิกสัญญา - บริษัทฯ ตกลงที่จะไม่เปิดเผยข้อมูลอันเป็นความลับของผู้ซื้อแก่บุคคลภายนอก หากไม่ได้รับการอนุญาต เว้นแต่จะเปิดเผยแก่ เจ้าหน้าที่ของรัฐบาล สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ผู้สอบบัญชี หรือที่ปรึกษาอื่นใดที่มีความจำเป็น - ทรัพย์สินทางปัญญา เช่น ลิขสิทธิ์ บทประพันธ์ บทนำ บทภาพยนตร์ ตัวละครสองมิติ ตัวละครสามมิติ ภาพพื้นหลัง เสียง ภาพยนตร์ เป็นต้น เป็นของลูกค้า หรือ บริษัทฯ ตามที่ตกลงกัน

- สัญญาให้สิทธิจำหน่ายสินค้า : บริษัทฯ ได้ทำสัญญาให้สิทธิจำหน่ายสินค้าผ่านระบบของคู่สัญญา ซึ่งเป็นบุคคลภายนอก โดยสัญญาส่วนใหญ่จะมีการระบุเนื้อมหาดังต่อไปนี้

คู่สัญญา	บริษัทฯ และ ผู้ให้บริการ
ลักษณะของสัญญา	ให้สิทธิคู่สัญญาในการใช้และจำหน่ายเกม Home Sweet Home 1 ของบริษัทฯ ผ่านระบบของคู่สัญญา
ค่าตอบแทน	ส่วนแบ่งรายได้ตามที่ตกลงกัน โดยบริษัทฯ จะได้รับค่าตอบแทนประมาณร้อยละ 70 ของรายได้สุทธิ โดยจะอยู่ในรูปสกุลเงินสกุลต่างประเทศ เช่น สกุลเงินดอลลาร์ เป็นต้น โดยผู้ให้บริการจะชำระเงินค่าตอบแทนให้แก่ผู้ขายตามเงื่อนไขและระยะเวลาที่ตกลงกัน
ระยะเวลาของสัญญา	สัญญามีอายุตามที่ตกลงกัน โดยสามารถต่ออายุได้ตามที่กำหนดในสัญญา
สาระสำคัญของสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> - คู่สัญญาแต่ละฝ่ายมีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้โดยบอกกล่าวให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบเป็นลายลักษณ์อักษร เมื่อคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งผิดคำรับรองข้อกำหนดหรือเงื่อนไขในสาระสำคัญและไม่สามารถแก้ไขเหตุดังกล่าวได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด - บริษัทจะไม่เปิดเผยข้อมูลอันเป็นความลับ เว้นแต่เป็นไปตามที่กำหนดในสัญญา เช่น เป็นการเปิดเผยข้อมูลตามกฎหมาย หรือให้แก่พนักงาน เป็นต้น - สิทธิ กรรมสิทธิ์ ผลประโยชน์ทั้งหมด และเครื่องหมายบริษัทฯ เป็นของ บริษัทฯ สำหรับสิทธิ กรรมสิทธิ์ผลประโยชน์ และเครื่องหมายทั้งหมดของคู่สัญญา เป็นของคู่สัญญา

- สัญญาให้สิทธิเปลี่ยนแปลงและจำหน่ายสินค้า : บริษัทฯ ได้ทำสัญญาให้สิทธิเปลี่ยนแปลงและจำหน่ายสินค้าผ่านระบบของคู่สัญญา ซึ่งเป็นบุคคลภายนอก โดยมีการระบุเนื้อหาเบื้องต้นดังต่อไปนี้

คู่สัญญา	บริษัทฯ (“ผู้พัฒนา”) และ ผู้ให้บริการ (“ผู้ผลิต”)
ลักษณะของสัญญา	ให้สิทธิในการดัดแปลงผลิตภัณฑ์เกมส์ Home Sweet Home 1 เพื่อสามารถใช้กับระบบเกมส์อื่นๆ เช่น PlayStation Xbox และ Switch รวมทั้งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในช่องทางการจำหน่ายที่ผู้ผลิตกำหนด
ค่าตอบแทน	<ul style="list-style-type: none"> - ส่วนแบ่งรายได้ตามที่ตกลงกัน โดยบริษัทฯ ได้รับค่าตอบแทนประมาณร้อยละ 35-55 ของรายได้สุทธิหลังหักค่าใช้จ่ายตามที่กำหนด โดยจะอยู่ในรูปสกุลเงินสกุลต่างประเทศ เช่น สกุลเงินดอลลาร์ เป็นต้น โดยผู้ผลิตจะชำระเงินค่าตอบแทนให้แก่ผู้ขายตามเงื่อนไขและระยะเวลาที่ตกลงกัน - ผู้ผลิตอาจหักลบค่าสิทธิจากเงินประกันขั้นต่ำ และ ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถใช้กับระบบเกมส์อื่นๆ ประมาณ 165,000 เหรียญสหรัฐ ซึ่งผู้ผลิตได้หักค่าค่าใช้จ่ายดังกล่าวแล้ว
ระยะเวลาของสัญญา	5 ปี นับแต่วันที่วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัดแปลงครั้งแรก เว้นแต่จะได้มีการขยายระยะเวลาออกไป

สาระสำคัญของสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ผลิตได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียวทั่วโลก ในการดำเนินการดัดแปลงผลิตภัณฑ์เกมส์ Home Sweet Home 1 เพื่อสามารถใช้กับระบบเกมส์อื่นๆ เช่น PlayStation Xbox และ Switch รวมทั้งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในช่องทางการจำหน่ายที่กำหนด รวมทั้งจำหน่ายเพลงประกอบผลิตภัณฑ์ (Soundtrack) - ผู้พัฒนาเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ รวมถึงเครื่องหมายการค้าและลิขสิทธิ์ในชื่อ ตัวละคร ศิลปะ และดนตรี - ผู้ผลิตเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในรหัสโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ผู้ผลิตได้พัฒนาขึ้น
-------------------	--

4.6 ทรัพย์สินทางปัญญา

ปัจจุบันบริษัทฯ เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ประเภทงานศิลปกรรม ซึ่งยื่นจดทะเบียนกับกรมทรัพย์สินทางปัญญาประเทศไทย ดังนี้

ผู้สร้างสรรค์	กรรมสิทธิ์	รายละเอียด	ปีที่บริษัทฯ ได้สร้างสรรค์ผลงาน	วันที่รับคำขอ	เลขคำขอ
บริษัทฯ	บริษัทฯ	งานสร้างสรรค์ในรูปแบบคาแรคเตอร์หรือตัวละคร ตัวการ์ตูน รวมถึงตัวละครในเกม Home Sweet Home	2559	3 เมษายน 2561	364779-364794
		งานสร้างสรรค์ในรูปแบบคาแรคเตอร์หรือตัวละคร ตัวการ์ตูน Dragon Knight Cross	2558	3 พฤศจิกายน 2558	332254
		งานสร้างสรรค์ในรูปแบบคาแรคเตอร์หรือตัวละคร ตัวการ์ตูน Bangruck	2553	19 ตุลาคม 2553	245169

ทั้งนี้ ลิขสิทธิ์ตามรายการข้างต้นมีอายุ 50 ปีนับแต่ที่บริษัทฯ ได้สร้างสรรค์ขึ้น แต่ถ้าได้มีการโฆษณางานนั้นในระหว่างระยะเวลาดังกล่าว ลิขสิทธิ์จะมีอายุ 50 ปี นับแต่ได้มีการโฆษณาเป็นครั้งแรก

4.7 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

บริษัทฯ จะลงทุนในบริษัทที่มีวัตถุประสงค์ในการประกอบธุรกิจเช่นเดียวกับธุรกิจหลักของบริษัทฯ หรือกิจการที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน หรือกิจการที่สนับสนุนกิจการของบริษัทฯ อันจะทำให้บริษัทฯ มีผลประโยชน์หรือผลกำไรเพิ่มมากขึ้น หรือลงทุนในธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ (Synergy) ให้กับบริษัทฯ โดยสามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัทฯ ให้มีความครบวงจรมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ทั้งนี้ คณะกรรมการอาจพิจารณาลงทุนในธุรกิจอื่นนอกเหนือจากธุรกิจหลักหรือธุรกิจอื่นของบริษัทฯ หากคณะกรรมการเห็นว่าธุรกิจดังกล่าวเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพและการลงทุนดังกล่าวเป็นประโยชน์แก่บริษัทฯ และผู้ถือหุ้นโดยรวม ทั้งนี้ บริษัทฯ จะต้องมีการกำกับ

ดูแลที่จะทำให้บริษัทฯ สามารถควบคุมดูแลการจัดการและรับผิดชอบการดำเนินงานของบริษัทย่อยให้เสมือนเป็นหน่วยงานหนึ่งของบริษัทฯ โดยต้องเป็นไปตามนโยบายของบริษัทฯ รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประกาศ ข้อบังคับและหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้ เพื่อรักษาผลประโยชน์เงินลงทุนของบริษัทฯ ในบริษัทย่อย และบริษัทร่วมดังกล่าว รวมทั้งจะต้องดำเนินการให้บริษัทย่อยและบริษัทร่วมมีระบบความคุมภายใน ระบบบริหารความเสี่ยง และระบบป้องกันการทุจริต รวมถึงกำหนดมาตรการในการติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพและรัดกุมเพียงพอที่ทำให้มั่นใจได้ว่า การดำเนินการต่างๆ ของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมจะเป็นไปตามแผนงาน นโยบายและข้อบังคับของบริษัทฯ รวมถึงกฎหมายและประกาศเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียน รวมถึงประกาศ ข้อบังคับและหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้อย่างแท้จริง และติดตามให้บริษัทย่อย และ/หรือบริษัทร่วมเปิดเผยข้อมูลการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สินที่มีนัยสำคัญ และ/หรือ รายการที่มีนัยสำคัญอื่นใดต่อบริษัทย่อย และดำเนินการต่างๆ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลและการบริหารจัดการบริษัทย่อยและบริษัทร่วมตามที่กำหนดไว้ในนโยบายและข้อบังคับของบริษัทอย่างครบถ้วนและถูกต้อง รวมถึงมีช่องทางให้กรรมการและผู้บริหารของบริษัทฯ สามารถได้รับข้อมูลของบริษัทย่อยในการติดตามดูแลผลการดำเนินงานและฐานะการเงิน การทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สินที่มีนัยสำคัญ และรายการที่มีนัยสำคัญอื่นใดต่อบริษัทย่อยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ในการกำกับดูแลบริษัทย่อย และบริษัทร่วม คณะกรรมการบริษัทจะพิจารณาแต่งตั้งกรรมการหรือผู้บริหารที่มีคุณสมบัติและประสบการณ์ที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจเพื่อเป็นตัวแทนในการบริหารกิจการของบริษัทย่อย และบริษัทร่วมนั้นๆ ตามสัดส่วนการถือหุ้นในแต่ละบริษัท เพื่อกำหนดนโยบายที่สำคัญและควบคุมการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วมดังกล่าว ทั้งนี้ กรรมการหรือผู้บริหารซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัทฯ จะต้องทำหน้าที่ในการกำกับดูแลบริษัทย่อย และ/หรือบริษัทร่วม ให้บริหารจัดการ หรือดำเนินงาน ต่างๆ ตามนโยบายที่บริษัทฯ กำหนด รวมถึงจะต้องใช้ดุลยพินิจตามมติของที่ประชุมคณะกรรมการ และ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ที่อนุมัติในเรื่องที่สำคัญของบริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วม อีกทั้งต้องกำกับดูแลให้บริษัทย่อย และ/หรือบริษัทร่วม มีการเปิดเผยข้อมูลโดยใช้หลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลและการทำรายการดังกล่าวข้างต้นในลักษณะเดียวกับหลักเกณฑ์ของบริษัทฯ รวมถึงการกำกับดูแลให้บริษัทย่อย มีการจัดทำงบการเงินที่ครบถ้วน ถูกต้อง และสามารถตรวจสอบได้และจัดทำแล้วเสร็จตามกำหนดเวลา ตลอดจนติดตามถึงผลประโยชน์และการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าว และนำเสนอผลการวิเคราะห์รวมถึงแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการบริษัทย่อย หรือบริษัทร่วมนั้นๆ เพื่อใช้ประกอบการพิจารณากำหนดนโยบาย หรือปรับปรุงส่งเสริมให้ธุรกิจของบริษัทย่อย และ/หรือบริษัทร่วม มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทฯ และเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุดที่อาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ เกินกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่นๆ

6.1 ข้อมูลทั่วไป

6.1.1 บริษัท อีคราซิล กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ชื่อบริษัท	บริษัท อีคราซิล กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
ชื่อบริษัท (ภาษาอังกฤษ)	YGGDRAZIL GROUP PUBLIC COMPANY LIMITED
ประเภทธุรกิจ	ออกแบบและจัดทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิคเกี่ยวกับงานโฆษณา เพลง ภาพยนตร์ และเกม
เลขทะเบียนบริษัท	0107562000076
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	348 ซอยลาดพร้าว 94 (ปทุมมิตร) แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310
โทรศัพท์	02-934-4364
โทรสาร	02-934-4560
Homepage	http://www.ygg-cg.com
นักลงทุนสัมพันธ์	นายพงศกร บุญวรเมธี

6.1.2 นายทะเบียนหลักทรัพย์

ชื่อบริษัท	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์	02-229-2800
โทรสาร	02-359-1259

6.1.3 ผู้สอบบัญชี

ชื่อบริษัท	บริษัท ไพร์ชวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอพีเอส จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	179/74-80 อาคารบางกอกซิตี้ ทาวเวอร์ ชั้น 15 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์	02-844-1000
โทรสาร	02-286-5050

6.1.4 ผู้ตรวจสอบภายใน

ชื่อบริษัท	บริษัท พีแอนด์แอล อินเทอร์เน็ต ออดิท จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	73/290-294 เดอะฟิฟท์ อเวนิว อาคารบี ชั้น 2 ถนนกรุงเทพ-นนทบุรี ตำบล บางเขน อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์	02-526-6100

6.1.5 ที่ปรึกษากฎหมาย

ชื่อบริษัท	บริษัท ชรินทร์ แอนด์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	ชั้นที่ 16 ห้องเลขที่ 1609-1610 อาคารปาร์กเวนเซอร์ อีโกเพล็กซ์ 57 ถนนวิฑู แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน
โทรศัพท์	02-108-2344
โทรสาร	02-108-2303

6.1.6 ที่ปรึกษาทางการเงิน

ชื่อบริษัท	บริษัทหลักทรัพย์ หยวนต้า (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 127 อาคารเกษร ทาวเวอร์ ชั้น 14 ถนนราชดำริ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์	02-009-8888
โทรสาร	02-009-8889