

หนังสือแจ้งการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน
บริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน)



การเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นสามัญเดิมที่มีรายชื่อปรากฏในสมุดทะเบียนผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 2 มีนาคม 2559 และ
ให้รวบรวมรายชื่อตามมาตรา 225 ของพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535

โดยวิธีปิดสมุดทะเบียน ณ วันที่ 3 มีนาคม 2559

ในอัตราส่วน 3.333333 หุ้นสามัญเดิม ต่อ 1 หุ้นใหม่ (ผู้ถือหุ้นสามารถจองซื้อเกินสิทธิได้)

ระยะเวลาจองซื้อ

21 - 25 มีนาคม 2559

คำชี้แจงสำคัญที่ควรทราบ

โดยการรับหนังสือแจ้งการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ฉบับนี้ (“หนังสือแจ้งการจัดสรร”) ผู้ถือหุ้นยอมรับและตกลงกับคำชี้แจงและเงื่อนไขต่างๆตามรายละเอียดที่ระบุด้านล่างนี้

การเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้นในครั้งนี้เป็นการเสนอขายหลักทรัพย์ ในประเทศไทย ตามมาตรา 33 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) บริษัทฯ มิได้จดทะเบียนและจะไม่ดำเนินการจดทะเบียนหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ต่อหน่วยงานกำกับดูแลหลักทรัพย์ในประเทศอื่นใด หรือภายใต้ของกฎหมายประเทศอื่นใด

ห้ามมิให้ผู้ถือหุ้นเผยแพร่ ตีพิมพ์ หรือแจกจ่ายหนังสือแจ้งการจัดสรรฯ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน โดยหนังสือแจ้งการจัดสรรฯ ฉบับนี้ ไม่เป็นการเสนอขาย หรือชี้ชวนให้จองซื้อหรือซื้อหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ในประเทศอื่นใด บริษัทฯ ขอให้ผู้ถือหุ้นที่ได้รับหนังสือการจัดสรรฯ ตรวจสอบข้อจำกัดเกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์และการเสนอขายหลักทรัพย์ในประเทศซึ่งผู้ถือหุ้นมีภูมิลำเนาหรือถือสัญชาติด้วยตนเอง บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบในกรณีที่บุคคลใดๆ ผ่าฝืนข้อจำกัดดังกล่าว

สารบัญ

ส่วนที่ 1. ข้อมูลการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน.....	1-1
1. ชื่อและสถานที่ตั้งของบริษัทจดทะเบียน.....	1-1
2. วัน เดือน ปี และครั้งที่ของการประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ และการประชุมผู้ถือหุ้น ที่มีมติจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน.....	1-1
3. รายละเอียดการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน	1-1
4. วันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นเพื่อสิทธิจองซื้อ.....	1-3
5. กำหนดการจองซื้อหุ้นและรับชำระเงิน	1-3
6. วัตถุประสงค์ของการเพิ่มทุน	1-10
7. ประโยชน์ที่บริษัทฯ จะได้รับจากการเพิ่มทุน/จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน	1-10
8. ประโยชน์ที่ผู้ถือหุ้นพึงจะได้รับจากการเพิ่มทุน / จัดสรรหุ้นเพิ่มทุน.....	1-11
9. นโยบายการจ่ายเงินปันผลและสิทธิในการรับเงินปันผลของหุ้นส่วนที่เพิ่มทุน	1-11
 ส่วนที่ 2. ข้อมูลเบื้องต้นของบริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน)	2-1
1. ชื่อและสถานที่ตั้งของบริษัท.....	2-1
2. ประเภทกิจการและลักษณะการประกอบธุรกิจหลักในปัจจุบันของกลุ่มบริษัทฯ	2-1
3. ข้อมูลรายชื่อกรรมการ ผู้บริหาร และผู้ถือหุ้นรายใหญ่.....	2-23
4. ประวัติการเพิ่มทุนและประวัติจ่ายปันผลในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา.....	2-25
5. ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม	2-25
 ส่วนที่ 3. ข้อมูลทางการเงิน.....	3-1
1. งบการเงินรวม ปี 2556 – 2558.....	3-1

หนังสือแจ้งการจัดสรรและเอกสารการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน

บริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 1. ข้อมูลการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน

1. ชื่อและสถานที่ตั้งของบริษัทจดทะเบียน

ชื่อ บริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”)

สถานที่ตั้ง อาคารมาลีนนท์ทาวเวอร์ ชั้น 15 เลขที่ 3199 ถนนพระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กทม.

2. วัน เดือน ปี และครั้งที่ของการประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ และการประชุมผู้ถือหุ้น ที่มีมติจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน

การจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ในครั้งนี้ ได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 22/2558 เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2558 และที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 1/2559 เมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2559

3. รายละเอียดการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน

ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 22/2558 เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2558 ได้มีมติอนุมัติในการเพิ่มทุนแบบมอบอำนาจทั่วไป (General Mandate) ให้กับผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ และที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 1/2559 เมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2559 มีมติให้บริษัทฯ ออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแบบมอบอำนาจทั่วไป จำนวนไม่เกิน 97,200,000 บาท แบ่งเป็น 97,200,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท จัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ตามสัดส่วนการถือหุ้นในอัตรา 3.333333 หุ้นสามัญเดิมต่อ 1 หุ้นสามัญเพิ่มทุน ในราคาเสนอขายหุ้นละ 3.50 บาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 หุ้นสามัญที่ออกใหม่

ประเภทของหุ้นเพิ่มทุน	: หุ้นสามัญที่ออกใหม่
ทุนจดทะเบียนชำระแล้วเดิม (ณ วันที่ 31 มีนาคม 2558)	: 324,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 324,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท
เพิ่มทุนจดทะเบียน	: จำนวน 97,200,000 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 324,000,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียนใหม่จำนวน 421,200,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 97,200,000 หุ้น มูลค่าที่ ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท
ทุนจดทะเบียนชำระแล้วหลังจาก เพิ่มทุนในครั้งนี้	: 421,200,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 421,200,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท
(ในกรณีที่มีการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนครบทั้งจำนวนที่ออกและ เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนที่ผู้ถือหุ้นแต่ละรายถืออยู่ (Right Offering))	

- จำนวนหุ้นที่จัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม : ไม่เกิน 97,200,000 หุ้น (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท)
- ราคาเสนอขายต่อหุ้น : 3.50 บาท
- อัตราส่วนจองซื้อ : 3.333333 หุ้นสามัญเดิมต่อ 1 หุ้นสามัญใหม่
- ผู้ถือหุ้นเดิมมีสิทธิจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามสัดส่วนการถือหุ้นเดิม โดยมีอัตราส่วนการจองซื้อตามที่ระบุข้างต้น ทั้งนี้ ผู้ถือหุ้นสามารถใช้สิทธิจองซื้อเกินกว่าสิทธิของตนได้
- วิธีการจัดสรร :
1. บริษัทจะจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทจำนวน 97,200,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนจำนวนหุ้นที่ผู้ถือหุ้นแต่ละรายถืออยู่ (Rights Offering) ในอัตราส่วนการจองซื้อเท่ากับ 3.333333 หุ้นเดิมต่อ 1 หุ้นใหม่ ในราคาเสนอขายหุ้นละ 3.50 บาท หากมีเศษของหุ้นเหลือจากการคำนวณตามการจัดสรรดังกล่าว ให้ปันเศษของหุ้นนั้นทั้ง
 2. ผู้ถือหุ้นเดิมมีสิทธิจองซื้อหุ้นใหม่เกินสิทธิของตนตามอัตราที่กำหนดไว้ แต่ผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อหุ้นใหม่เกินสิทธิจะได้รับการจัดสรรหุ้นให้สำหรับจำนวนที่มีการใช้สิทธิเกินนี้ ก็ต่อเมื่อมีหุ้นเหลือจากการจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมที่ได้จองซื้อตามสิทธิครบถ้วนทั้งหมดแล้วเท่านั้น
 3. ในกรณีที่หุ้นสามัญเพิ่มทุนส่วนที่เหลือมีจำนวนน้อยกว่าจำนวนที่มีผู้ถือหุ้นเดิมจองซื้อเกินสิทธิ บริษัทจะจัดสรรหุ้นส่วนที่เหลือให้แก่ผู้ถือหุ้นที่จองซื้อเกินสิทธิแต่ละรายตามสัดส่วนการถือหุ้นสามัญเดิมของผู้ถือหุ้นที่ได้จองซื้อหุ้นเกินกว่าสิทธิของตนแต่ละราย โดยการจัดสรรหุ้นดังกล่าวให้ดำเนินการไปจนกระทั่งไม่มีหุ้นเหลือจากการจัดสรร และผู้ถือหุ้นจะต้องทำการจองซื้อและชำระส่วนที่เกินนี้พร้อมกับการจองซื้อ และชำระเงินค่าจองซื้อของหุ้นที่ตนมีสิทธิจองซื้อตามส่วน
 4. ในกรณีที่เศษของหุ้นให้ปันทั้ง และให้นำเศษของหุ้นดังกล่าวไปรวมกับหุ้นที่เหลือจากการจองซื้อที่ผู้ถือหุ้นบางรายละสิทธิหรือไม่ได้ใช้สิทธิจองซื้อหุ้นภายในเวลาที่กำหนด หรือไม่ได้ชำระเงินค่าจองหรือด้วยเหตุผลอื่นใด (รวมกันเรียกว่า "หุ้นส่วนที่เหลือ") เพื่อจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นที่ต้องการจองซื้อเกินกว่าสิทธิที่ตนมีอยู่ตามสัดส่วนการถือหุ้น

4. วันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นเพื่อสิทธิของชื่อ

บริษัทฯ ได้กำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิในการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน (Record Date) ในวันที่ 2 มีนาคม 2559 และให้รวบรวมชื่อตามมาตรา 225 ของพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) โดยวิธีปิดสมุดทะเบียนพักการโอนหุ้นในวันที่ 3 มีนาคม 2559

5. กำหนดการจองซื้อหุ้นและรับชำระเงิน

5.1 กำหนดวันจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนและการรับชำระค่าจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน

วันที่ 21 - 25 มีนาคม 2559 (5 วันทำการ) ในระหว่างเวลา 9.00 น. ถึง 15.30 น.

5.2 สถานที่รับจองซื้อหุ้นและรับชำระค่าจองซื้อ

ผู้ถือหุ้นสามารถติดต่อจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนได้ที่ตัวแทนรับจองซื้อ (แผนที่ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย 2)

บริษัทหลักทรัพย์ ไอ วิ โกลบอล จำกัด (มหาชน)

540 อาคารเมอร์คิวรี ทาวเวอร์ ชั้น 18 ถนนเพลินจิต

แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330

โทรศัพท์ 02-658-5800 ต่อ 405 514 และ 526

โทรสาร 02-254-7308 , 02-658-5799

สำหรับผู้ถือหุ้นที่ถือหุ้นในระบบไร้ใบหุ้น (Scripless) กรุณาติดต่อบริษัทหลักทรัพย์ที่ผู้ถือหุ้นมีบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์และมีหุ้นสามัญของบริษัทฯ ผากไว้ เพื่อให้บริษัทหลักทรัพย์นั้นๆ ดำเนินการรวบรวมเอกสาร และยื่นเรื่องให้แก่บริษัทหลักทรัพย์ ไอ วิ โกลบอล จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นตัวแทนรับจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน ณ สถานที่รับจองซื้อตามที่แสดงข้างต้น

ทั้งนี้ บริษัทฯ โดยตัวแทนการรับจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ จะไม่รับการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนทางไปรษณีย์และทางโทรสาร

5.3 วิธีการจองซื้อและการชำระเงินค่าจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน

ผู้ถือหุ้นที่ประสงค์จะจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน จะต้องกรอกรายละเอียดให้ถูกต้อง ครบถ้วนและชัดเจน พร้อมทั้งลงลายมือชื่อผู้จองซื้อในใบจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน โดยผู้จองซื้อหรือผู้รับมอบอำนาจยื่นเอกสารประกอบการจองซื้อและชำระเงินค่าหุ้นเต็มตามจำนวนที่จองซื้อ ณ สถานที่รับจองหุ้น โดยในการชำระเงินค่าหุ้น ให้ชำระด้วยวิธีการอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

5.3.1 กรณีชำระด้วยเช็ค หรือแคชเชียร์เช็ค หรือดราฟท์

- ติดต่อสถานที่รับจองซื้อหุ้นและรับชำระค่าหุ้นเพิ่มทุน โดยชำระด้วย เช็ค แคชเชียร์เช็ค หรือ ดราฟท์ ที่ขีดคร่อมเฉพาะส่งจ่าย "บัญชีจองซื้อหุ้นเพิ่มทุน บริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน)" ที่สามารถเรียกเก็บเงินจากสำนักหักบัญชีกรุงเทพฯ ได้ภายใน 1 วันทำการเท่านั้น โดยเช็คจะต้องลงวันที่ไม่เกิน 23 มีนาคม 2559

- จ่ายเช็ค แคชเชียร์เช็ค หรือดราฟท์ จำนวน 1 ฉบับ ต่อ 1 ใบจอง ทั้งกรณีจองซื้อตามสิทธิหรือเกินกว่าสิทธิ
- กรณารับ เลขทะเบียนผู้ถือหุ้น (ดูจากใบรับรองสิทธิการจองซื้อหุ้น) ชื่อ นามสกุล และหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ ไว้ด้านหลังเช็ค แคชเชียร์เช็ค หรือดราฟท์
- กำหนดเวลารับจองซื้อ กรณีชำระด้วยเช็ค แคชเชียร์เช็ค หรือดราฟท์
วันที่ 21 - 23 มีนาคม 2559 ในระหว่างเวลา 9.00 น. ถึง 15.30 น.

5.3.2 กรณีชำระด้วยเงินโอนเข้าบัญชี

- ฝาก/โอนเงิน เข้าบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ของบริษัทฯ
ชื่อบัญชี “บัญชีจองซื้อหุ้นเพิ่มทุน บริษัท เวฟ อินเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน)”
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา อาคารมาลีนนท์
ประเภทบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน เลขที่บัญชี 014-3-00582-5
- ฝาก/โอนเงินเพียงครั้งเดียว ต่อ 1 ใบจอง ทั้งกรณีจองซื้อตามสิทธิหรือเกินกว่าสิทธิ
- กรณารับ เลขทะเบียนผู้ถือหุ้น (ดูจากใบรับรองสิทธิการจองซื้อหุ้น) ชื่อ นามสกุล และหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ ไว้ในหลักฐานใบนำฝาก/โอนเงิน ที่ได้ชำระเงินค่าจองซื้อ
- กำหนดการรับจองซื้อกรณีชำระด้วยเงินโอน

โอนด้วยเงินสด วันที่ 21 - 25 มีนาคม 2559 ในระหว่างเวลา 9.00 น. ถึง 15.30 น.

โอนด้วยเช็ค วันที่ 21 - 23 มีนาคม 2559 ในระหว่างเวลา 9.00 น. ถึง 15.30 น.

กรณีที่ใช้เช็คในการโอนเงิน เช็كدังกล่าวต้องสามารถเรียกเก็บเงินได้ภายใน 1 วันทำการ หรือใช้ระยะเวลาเช่นเดียวกันกับกรณีการชำระเงินด้วยเช็คที่ต้องสามารถเรียกเก็บเงินได้จากสำนักหักบัญชีกรุงเทพฯ เท่านั้น

บริษัทฯ (โดยตัวแทนการรับจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ) จะไม่รับชำระค่าหุ้นสามัญเพิ่มทุนเป็นเงินสด

ทั้งนี้ จำนวนเงินที่ผู้จองซื้อชำระค่าจองซื้อหุ้นเพิ่มทุน จะต้องสุทธิตามค่าธรรมเนียมธนาคาร ค่าอากรแสตมป์ ค่าภาษีอื่นใด (ถ้ามี) โดยตัวแทนการรับจองซื้อหุ้นเพิ่มทุนจะถือว่ายอดสุทธิดังกล่าวเป็นจำนวนสุทธิที่ผู้จองซื้อชำระเพื่อการจองซื้อหุ้นเพิ่มทุน

5.4 เอกสารประกอบการจองซื้อและการชำระเงินค่าจองซื้อ

ผู้จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนจะต้องยื่นเอกสารประกอบการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนดังนี้

- 1) ใบจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มเติม (สิ่งที่ส่งมาด้วย 3) ที่กรอกรายละเอียดการจองซื้ออย่างถูกต้อง ครบถ้วน และชัดเจน ทั้งนี้ผู้ถือหุ้นสามารถยื่นใบจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มเติม 1 ใบต่อใบรับรองสิทธิการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มเติม 1 ฉบับเท่านั้น
- 2) ใบรับรองสิทธิการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มเติม (สิ่งที่ส่งมาด้วย 5) ซึ่งออกโดยบริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นนายทะเบียนของบริษัทฯ
- 3) เอกสารประกอบการแสดงตน

- บุคคลธรรมดา

สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนที่ยังไม่หมดอายุ หรือสำเนาเอกสารทางราชการอื่นหน้าที่มีเลขที่บัตรประชาชน พร้อมสำเนาทะเบียนบ้านที่มีเลขที่บัตรประจำตัวประชาชน พร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง (กรณีผู้จองซื้อ เป็นผู้เยาว์ จะต้องแนบสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ปกครอง (บิดา/มารดา) และสำเนาทะเบียนบ้านของผู้เยาว์อาศัยอยู่ พร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง) โดยลายมือชื่อนั้น จะต้องตรงกับลายมือชื่อที่ลงนามในเอกสารประกอบการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มเติมทุกฉบับ ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงชื่อสกุล ซึ่งทำให้ชื่อสกุลไม่ตรงกับชื่อผู้ถือหุ้นที่ปรากฏในสมุดทะเบียนผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 3 มีนาคม 2559 หรือในใบรับรองสิทธิการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มเติมให้แนบสำเนาเอกสารที่ออกโดยหน่วยงานราชการ เช่น ทะเบียนสมรส ใบหย่า ใบแจ้งเปลี่ยนชื่อสกุล เป็นต้น พร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง

- บุคคลธรรมดาสัญชาติต่างด้าว

สำเนาใบต่างด้าว หรือสำเนาหนังสือเดินทาง พร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง

- นิติบุคคลที่จดทะเบียนในประเทศไทย

สำเนาหนังสือรับรองที่ออกโดยกระทรวงพาณิชย์ซึ่งออกไม่เกิน 6 เดือน ก่อนวันจองซื้อ พร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง โดยผู้มีอำนาจลงนามของนิติบุคคลนั้น และประทับตราสำคัญของนิติบุคคล (ถ้ามี) พร้อมแนบสำเนาบัตรประจำตัวประชาชน สำเนาใบต่างด้าวหรือสำเนาหนังสือเดินทาง (แล้วแต่กรณี) ของผู้มีอำนาจลงนามของนิติบุคคลดังกล่าว พร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง

- นิติบุคคลที่จดทะเบียนในต่างประเทศ

สำเนาหนังสือสำคัญการจัดตั้งบริษัท หนังสือบริคณห์สนธิ และหนังสือรับรองของบริษัทที่มีอายุไม่เกิน 6 เดือน ก่อนวันจองซื้อ พร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้องโดยผู้มีอำนาจลงนามของนิติบุคคลนั้น และประทับตราสำคัญของนิติบุคคล (ถ้ามี) พร้อมแนบสำเนาบัตรประชาชน สำเนาใบต่างด้าว หรือสำเนาหนังสือเดินทาง (แล้วแต่กรณี) ของผู้มีอำนาจลงนามของนิติบุคคลดังกล่าว พร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้องสำเนาเอกสารประกอบที่ลงนามรับรองสำเนาถูกต้องแล้ว ต้องได้รับการรับรองลายมือชื่อโดยเจ้าหน้าที่ Notary Public และรับรองโดยเจ้าหน้าที่สถานทูตไทย หรือสถานกงสุลไทยในประเทศที่เอกสารดังกล่าวได้จัดทำ หรือรับรองความถูกต้อง และมีอายุไม่เกิน 6 เดือนก่อนวันจองซื้อ

ในกรณีผู้จองซื้อเลือกฝากหลักทรัพย์เข้าบัญชีบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์ (Issuer Account) สมาชิกผู้ฝากเลขที่ 600 จะต้องกรอกเอกสารแนบท้ายใบจองเพิ่มเติม (สิ่งที่ส่งมาด้วย 4) เพื่อรองรับกฎหมาย FATCA (Foreign Account Tax Compliance Act)

4) เอกสารการชำระเงินค่าจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน

ผู้ถือหุ้นสามารถเลือกวิธีการชำระเงินค่าจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน พร้อมแนบเอกสารการชำระเงิน ดังนี้

● กรณีชำระด้วยเช็ค แคชเชียร์เช็ค หรือดราฟท์

ผู้ถือหุ้นแนบบัตรเช็ค แคชเชียร์เช็ค หรือดราฟท์ให้ชัดเจนเฉพาะส่งจ่าย “บัญชีจองซื้อหุ้นเพิ่มทุน บริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน)” ที่สามารถเรียกเก็บเงินจากสำนักหักบัญชีใน กรุงเทพฯ ได้ภายใน 1 วันทำการเท่านั้น และเช็ค แคชเชียร์เช็ค หรือดราฟท์ดังกล่าว ต้องลงไม่เกิน วันที่ 23 มีนาคม 2559 ทั้งนี้ ให้เขียนชื่อ – นามสกุลของผู้จองซื้อ พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อได้ ไว้ด้านหลังเช็ค แคชเชียร์เช็ค หรือดราฟท์ด้วย

● กรณีชำระด้วยการโอนเงินเข้าบัญชี

ฝาก/โอนเงินเข้าบัญชี

“บัญชีจองซื้อหุ้นเพิ่มทุน บริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน)”

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา อาคารมาลีนนท์

ประเภทบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน เลขที่บัญชี 014-3-00582-5

และแนบบใบนำฝากชำระเงิน (pay-in slip) ของธนาคาร มาพร้อมเอกสารที่ใช้ประกอบการจองซื้อ ทั้งนี้ ให้เขียนชื่อ – นามสกุลของผู้จองซื้อ พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อได้ไว้ด้านหลังใบนำฝาก ชำระเงิน (pay-in slip) ด้วย

5) หนังสือมอบอำนาจให้กระทำการแทนพร้อมติดอากรแสตมป์ 30 บาท (ในกรณีที่มอบหมายให้ผู้รับมอบ อำนาจมากระทำการแทน) พร้อมสำเนาบัตรประชาชนที่ยังไม่หมดอายุของผู้มอบอำนาจ และผู้รับมอบ อำนาจ พร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง

5.5 การนำส่งเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ยืนยันการจองซื้อและการชำระเงิน โดยส่งเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ใบจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน ใบรับรองสิทธิ การจองซื้อหุ้น เอกสารประกอบการแสดงตน และหลักฐานการชำระเงินค่าจองซื้อ มายังสถานที่รับจองซื้อหุ้น (แผนที่ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย 2)

บริษัทหลักทรัพย์ ไอ วี โกลบอล จำกัด (มหาชน)

540 อาคารเมอริควีรี่ ทาวเวอร์ ชั้น 18 ถนนเพลินจิต

แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330

โทรศัพท์ 02-658-5800 ต่อ 405 514 และ 526

ทั้งนี้ บริษัทฯ (โดยตัวแทนการรับจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ) จะไม่รับการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนทางไปรษณีย์และทางโทรสาร หากผู้ถือหุ้นรายใดไม่จัดส่งเอกสารมาที่ตัวแทนของบริษัทฯ ภายในระยะเวลาที่กำหนด หรือไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่บริษัทฯ แจ้งไว้ **บริษัทฯ มีสิทธิที่จะถือว่าผู้ถือหุ้นรายนั้นละสิทธิในการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนดังกล่าว**

5.6 เงื่อนไขการจองซื้อ

- 1) ผลแห่งการจองซื้อหุ้นสามัญจะสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อบริษัทฯ สามารถเรียกเก็บเงินตามเช็ค หรือ แคชเชียร์เช็ค หรือ ดราฟท์ เพื่อชำระค่าจองซื้อหุ้นสามัญของผู้ถือหุ้นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว
- 2) ผู้ถือหุ้นที่ได้ทำการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนและชำระเงินค่าจองซื้อหุ้นแล้ว จะไม่มีสิทธิยกเลิกการจองซื้อ
- 3) หากผู้ถือหุ้นที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน ไม่สามารถชำระเงินค่าจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน หรือบริษัทฯ ไม่สามารถเรียกเก็บเงินค่าจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน ไม่ว่ากรณีใด ๆ ก็ตามที่มิใช่ความผิดของบริษัทฯ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน ภายในกำหนดระยะเวลาการจองซื้อและการชำระเงินค่าหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามที่บริษัทฯ กำหนดไว้ หรือผู้ถือหุ้นที่จองซื้อกรอกข้อมูลในใบจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนไม่ครบถ้วนหรือไม่ชัดเจน หรือจองซื้อด้วยวิธีการอื่นที่มีได้กำหนดไว้ใน การจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ จะถือว่าผู้ถือหุ้นละสิทธิในการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนดังกล่าว บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิในการไม่จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นรายดังกล่าว
- 4) ผู้ถือหุ้นที่มีได้ใช้สิทธิจองซื้อ หรือมิได้ใช้สิทธิภายในระยะเวลาที่กำหนด บริษัทฯ จะถือว่าท่านละสิทธิการจองซื้อหุ้นครั้งนี้

5.7 วิธีคืนเงินค่าจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน (ถ้ามี)

ในกรณีที่ต้องมีการคืนเงินค่าจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน เนื่องจากผู้ถือหุ้นไม่ได้รับการจัดสรรหุ้นหรือผู้ถือหุ้นจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนเกินกว่าสิทธิแต่ได้รับการจัดสรรไม่ครบตามความประสงค์ บริษัทฯ จะคืนเงินตามจำนวนหุ้นที่ไม่ได้รับการจัดสรรโดยไม่มีดอกเบี้ย เป็นเช็คขีดคร่อมส่งจ่ายชื่อผู้ถือหุ้น โดยบริษัทฯ จะดำเนินการจัดส่งเช็คดังกล่าวออกให้แก่ผู้ถือหุ้นทางไปรษณีย์ลงทะเบียนภายใน 7 วันทำการ นับจากวันสิ้นสุดระยะเวลาการจองซื้อหุ้น (ซึ่งตรงกับวันที่ 5 เมษายน 2559) ตามที่อยู่บนทะเบียนผู้ถือหุ้น ณ วันปิดสมุดทะเบียนพักการโอนหุ้นในวันที่ 3 มีนาคม 2559 ทั้งนี้ไม่ว่าในกรณีใดๆ หากได้มีการส่งเช็คค่าจองซื้อหุ้นคืนทางไปรษณีย์ลงทะเบียนตามที่ระบุไว้ในทะเบียนผู้ถือหุ้นโดยถูกต้องแล้ว ให้ถือว่าผู้จองซื้อได้รับเงินค่าจองซื้อคืนแล้วโดยชอบ และผู้จองซื้อจะไม่มีสิทธิเรียกร้องดอกเบี้ยหรือค่าเสียหายใดๆ อีกต่อไป และผู้จองซื้อจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าธรรมเนียมการเรียกเก็บต่างสำนักหักบัญชีหรือเช็คธนาคาร

5.8 วิธีการส่งมอบหุ้น

ผู้จองซื้อสามารถเลือกให้บริษัทฯ ดำเนินการในกรณีใดกรณีหนึ่งดังต่อไปนี้

- 5.8.1 ในกรณีที่ประสงค์จะขอรับใบหุ้นในชื่อของผู้จองซื้อ บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด (“ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์”) ในฐานะนายทะเบียนของบริษัทฯ จะส่งมอบใบหุ้นตามจำนวนหุ้นที่ได้รับการจัดสรรให้แก่ผู้ได้รับการจัดสรรทางไปรษณีย์ลงทะเบียนตามชื่อและที่อยู่ในสมุดทะเบียนผู้ถือหุ้น ภายใน 15 วันทำการนับจากวันปิดการจองซื้อหุ้น ซึ่งในกรณีนี้ผู้จองซื้อจะไม่สามารถขายหุ้นที่ได้รับการ

จัดสรรในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (“ตลาดหลักทรัพย์ฯ”) ได้จนกว่าจะได้รับใบหุ้น ซึ่งผู้จองซื้ออาจได้รับใบหุ้นภายหลังจากที่หุ้นของบริษัทฯ ได้รับอนุมัติให้เข้าทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ แล้ว

5.8.2 ในกรณีประสงค์จะฝากหุ้นไว้ในบัญชีของบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์ บริษัทฯ จะดำเนินการนำหุ้นที่ได้รับจัดสรรฝากไว้กับ “บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อผู้ฝาก” โดยศูนย์รับฝากหลักทรัพย์จะบันทึกยอดบัญชีจำนวนหุ้นตามจำนวนหุ้นที่ผู้จองซื้อได้รับการจัดสรรเข้าบัญชีของ บริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) สมาชิกเลขที่ 600 และออกหลักฐานการฝากให้แก่ผู้จองซื้อภายใน 7 วันทำการ นับจากวันปิดการจองซื้อหุ้น เมื่อผู้จองซื้อต้องการขายหุ้น ผู้จองซื้อจะต้องถอนหุ้นออกจากบัญชี 600 ดังกล่าว โดยติดต่อผ่านบริษัทหลักทรัพย์ ซึ่งอาจจะมีค่าธรรมเนียมในการดำเนินการตามที่ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์และ/หรือบริษัทหลักทรัพย์นั้น ๆ กำหนด ในกรณีนี้ ผู้จองซื้อจะสามารถขายหุ้นที่ได้รับการจัดสรรในตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้ทันทีที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ อนุญาตให้หุ้นของบริษัทฯ ทำการซื้อขายได้ในตลาดหลักทรัพย์ฯ และผู้จองซื้อได้ดำเนินการถอนหุ้นออกจากบัญชี 600 ดังกล่าวแล้ว

5.8.3 ในกรณีประสงค์จะฝากหุ้นไว้ในบัญชีของบริษัทหลักทรัพย์ซึ่งผู้จองซื้อไม่มีบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์อยู่ บริษัทฯ จะดำเนินการนำหุ้นที่ได้รับจัดสรรฝากไว้กับ “บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อผู้ฝาก” โดยศูนย์รับฝากหลักทรัพย์และบริษัทหลักทรัพย์จะบันทึกยอดบัญชีจำนวนหุ้นที่ผู้จองซื้อฝากไว้และออกหลักฐานการฝากให้แก่ผู้จองซื้อภายใน 7 วันทำการนับจากวันปิดการจองซื้อหุ้น ซึ่งในกรณีนี้ผู้จองซื้อจะสามารถขายหุ้นที่ได้รับการจัดสรรในตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้ทันทีที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ อนุญาตให้หุ้นของบริษัทฯ ทำการซื้อขายได้ในตลาดหลักทรัพย์ฯ

ในกรณีข้อ 6.8.3 นี้ชื่อของผู้จองซื้อจะต้องตรงกับชื่อเจ้าของบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ที่ผู้จองซื้อประสงค์จะฝากหุ้นไว้ในบัญชีของบริษัทหลักทรัพย์ดังกล่าว มิฉะนั้น บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิที่จะดำเนินการส่งมอบหุ้นดังกล่าว โดยออกหุ้นไว้ในชื่อ “บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อผู้ฝาก” และนำหุ้นสามัญเพิ่มทุนเข้าฝากไว้กับศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ฯ โดยนำเข้าบัญชีของบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์สมาชิกเลขที่ 600 ผู้ที่ได้รับการจัดสรรหุ้นจะสามารถขายหุ้นที่ได้รับการจัดสรรในตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้ทันทีที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ อนุญาตให้หุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ทำการซื้อขายได้ในตลาดหลักทรัพย์ฯ และผู้ที่ได้รับจัดสรรหุ้นได้ดำเนินการถอนหุ้นออกจากบัญชี 600 ดังกล่าวแล้ว

ผู้ถือหุ้นที่ใช้สิทธิในการจองซื้อจะต้องระบุรหัสบริษัทหลักทรัพย์ (ตามที่ระบุไว้ด้านหลังใบจอง) ที่ผู้ถือหุ้นมีบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์อยู่ และเลขที่บัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ที่ประสงค์จะให้โอนหุ้นที่ได้รับการจัดสรรเข้าบัญชีดังกล่าวให้ถูกต้อง หากระบุรหัสบริษัทหลักทรัพย์ หรือเลขที่บัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ไม่ถูกต้อง จะทำให้ไม่สามารถโอนหุ้นเข้าบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ได้ ซึ่งบริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบต่อการสูญหายของหุ้นหรือความล่าช้าในการติดตามหุ้นคืน

ในกรณีที่กรอกรายละเอียดดังกล่าวไม่ครบถ้วน บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิในการส่งมอบหุ้นดังกล่าว โดยออกหุ้นไว้ในชื่อ “บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อผู้ฝาก” และนำหุ้นสามัญเพิ่มทุนเข้าฝากไว้กับศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ฯ โดยนำเข้าบัญชีของบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์ สมาชิกเลขที่

600 ผู้ที่ได้รับการจัดสรรหุ้นจะสามารถขายหุ้นที่ได้รับการจัดสรรในตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้ทันทีในตลาดหลักทรัพย์ฯ อนุญาตให้หุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ทำการซื้อขายได้ในตลาดหลักทรัพย์ฯ และผู้ที่ได้รับจัดสรรหุ้นได้ดำเนินการถอนหุ้นออกจากบัญชี 600 ดังกล่าวแล้ว

ทั้งนี้ หากผู้จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนไม่ระบุเลือกกรณีใดกรณีหนึ่งในใบจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ที่จะนำหุ้นสามัญนั้นเข้าบัญชีของบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์ สมาชิกเลขที่ 600 ให้แก่ผู้จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน

5.9 การละสิทธิการจองซื้อ

ผู้ถือหุ้นที่ไม่ได้ใช้สิทธิจองหุ้นสามัญเพิ่มทุน หรือไม่ได้ชำระเงินภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ หรือเช็ค แคชเชียร์เช็ค หรือดราฟท์ที่ไม่สามารถเรียกเก็บเงินได้ตามเวลาที่กำหนด หรือกรอกข้อมูลหรือนำส่งเอกสารไม่ถูกต้องครบถ้วนภายในระยะเวลาจองซื้อ บริษัทฯ จะถือว่าท่านละสิทธิ ไม่ประสงค์ที่จะจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่เสนอขายในครั้งนี้

5.10 ข้อมูลสำคัญอื่นๆ เกี่ยวกับการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน

- 1) ในการรับจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนและชำระเงินค่าหุ้น เจ้าหน้าที่ของบริษัทฯ (โดยตัวแทนการรับจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ) จะลงลายมือชื่อผู้รับจองเพื่อออกหลักฐานการรับจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน (ส่วนท้ายของใบจองซื้อ) เพื่อเป็นหลักฐานให้แก่ผู้ถือหุ้นที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน โดยผลแห่งการจองซื้อจะสมบูรณ์ เมื่อบริษัทฯ สามารถเรียกเก็บเงินตามเช็ค แคชเชียร์เช็ค หรือดราฟท์ ได้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ภายในระยะเวลาการจองซื้อและชำระเงินค่าหุ้นเพิ่มทุนที่บริษัทฯ ได้กำหนดไว้
- 2) ผู้ถือหุ้นที่ได้ทำการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนและชำระเงินค่าจองซื้อแล้วจะไม่มีสิทธิยกเลิกการจองซื้อ
- 3) ชื่อผู้จองซื้อ และชื่อเจ้าของบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์จะต้องเป็นชื่อเดียวกัน หากเป็นเลขบัญชีที่ซื้อขายหลักทรัพย์ของบุคคลอื่น จะทำให้ไม่สามารถโอนหุ้นสามัญเพิ่มทุนเข้าบัญชีได้ ในกรณีดังกล่าว บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการส่งมอบหุ้นสามัญเพิ่มทุนดังกล่าวโดยการออกหุ้นไว้ในชื่อ “บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อผู้ฝาก” และนำหุ้นสามัญเพิ่มทุนเข้าฝากไว้กับศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ฯ โดยนำเข้าบัญชีของบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์ สมาชิกเลขที่ 600 ซึ่งอาจทำให้ผู้ถือหุ้นไม่สามารถซื้อขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่จองซื้อได้ทันทีในวันทำการแรกของการซื้อขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในตลาดหลักทรัพย์ฯ
- 4) โปรดระบุนามบริษัทหลักทรัพย์ (รหัสโบรกเกอร์) ตามที่ระบุไว้ด้านหลังใบจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่ผู้จองซื้อที่มีบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์อยู่ และเลขที่บัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ที่ประสงค์จะให้โอนหุ้นที่ได้รับการจัดสรรเข้าบัญชีดังกล่าวให้ถูกต้อง หากไม่ถูกต้อง จะทำให้ไม่สามารถโอนหุ้นสามัญเพิ่มทุนเข้าบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ได้ ซึ่งทางบริษัทฯ โดยตัวแทนการรับจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบต่อความล่าช้าในการติดตามหุ้นสามัญเพิ่มทุนคืนหรืออาจสูญหาย และในกรณีที่ผู้ถือหุ้นกรอกรายละเอียดดังกล่าวไม่ครบถ้วน บริษัทฯ โดยตัวแทนการรับจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการส่งมอบหุ้นดังกล่าว โดยการออกหุ้นไว้ในชื่อ “บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อผู้ฝาก” และนำหุ้นสามัญเพิ่มทุนเข้าฝากไว้กับ ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ฯ โดยนำเข้าบัญชี

ของบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์ สมาชิกเลขที่ 600 ซึ่งอาจจะทำให้ผู้ถือหุ้นไม่สามารถซื้อขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่จองซื้อได้ทันในวันทำการแรกของการซื้อขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในตลาดหลักทรัพย์ฯ

- 5) หากผู้ถือหุ้นที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนไม่สามารถชำระค่าจองซื้อหุ้นดังกล่าวภายในระยะเวลาที่บริษัทฯ กำหนดไว้ หรือบริษัทฯ ไม่สามารถเรียกเก็บเงินค่าจองซื้อได้ไม่ว่าในกรณีใดๆก็ตามที่มีใช้ความผิดของบริษัทฯ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วนได้ภายในระยะเวลาการจองซื้อและชำระเงินค่านั้นตามที่กำหนด หรือผู้ถือหุ้นที่จองซื้อกรอกข้อมูลในใบจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนไม่ครบถ้วนหรือไม่ชัดเจน หรือนำส่งเอกสารที่ใช้ประกอบการจองซื้อไม่ครบถ้วน บริษัทฯ มีสิทธิที่จะถือว่าผู้ถือหุ้นละสิทธิในการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนดังกล่าว
- 6) หากการละสิทธิหรือการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนไม่ครบของผู้ถือหุ้นสัญชาติไทย จะทำให้สัดส่วนการถือหุ้นสามัญของผู้ถือหุ้นต่างด้าวเกินกว่าจำนวนร้อยละ 40 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิในการไม่จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนดังกล่าวให้แก่ผู้ถือหุ้นต่างด้าวดังกล่าว โดยผู้ถือหุ้นต่างด้าวดังกล่าวอาจไม่ได้รับการจัดสรรหรือได้รับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนเพียงบางส่วนตามสัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นต่างด้าวที่เหลืออยู่ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิในการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่เหลือจากกรณีการจัดสรรดังกล่าวต่อไป
- 7) หากจำนวนหุ้นที่ผู้ถือหุ้นระบุในใบจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนมากกว่าจำนวนเงินที่บริษัทฯ ได้รับชำระ บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิที่จะถือตามจำนวนเงินที่บริษัทฯ ได้รับจากการจองซื้อหุ้นเป็นหลัก
- 8) หากจำนวนหุ้นที่ผู้ถือหุ้นระบุในใบจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนน้อยกว่าจำนวนเงินที่บริษัทฯ ได้รับชำระ บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิที่จะใช้ดุลยพินิจในการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นแต่ละรายตามที่บริษัทฯ เห็นสมควร
- 9) บริษัทฯ (โดยตัวแทนการรับจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน) ขอสงวนสิทธิในการปรับเปลี่ยนรายละเอียดวิธีการชำระเงินค่าจองซื้อหุ้น เงื่อนไขในการจองซื้อ หรือข้อมูลใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิธีการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามความเหมาะสม ในกรณีที่เกิดปัญหา อุปสรรค หรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ

6. วัตถุประสงค์ของการเพิ่มทุน

- 6.1 เพื่อชำระหนี้ที่ถึงกำหนดชำระบางส่วน
- 6.2 ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนเพื่อรองรับการดำเนินงานของบริษัทฯ

7. ประโยชน์ที่บริษัทฯ จะได้รับการเพิ่มทุน/จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน

- 7.1 เสริมสร้างโครงสร้างเงินทุน ช่วยให้อำนาจของบริษัทฯ สามารถระดมทุนได้เพิ่มมากขึ้น เพื่อใช้ประโยชน์ในการขยายการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อเพิ่มเงินทุนหมุนเวียน
- 7.2 ลดภาระค่าใช้จ่ายทางการเงิน ส่งผลต่อกำไรสุทธิของบริษัทฯ ที่ดีขึ้น
- 7.3 เพื่อให้บริษัทฯ มีเงินทุนเพียงพอต่อการรองรับการดำเนินงานของบริษัทฯ ในปัจจุบันและที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

8. ประโยชน์ที่ผู้ถือหุ้นพึงจะได้รับจากการเพิ่มทุน / จัดสรรหุ้นเพิ่มทุน

8.1 นโยบายเงินปันผล

บริษัทฯ มีนโยบายการจ่ายปันผลในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิของงบการเงินรวม หลังหักเงินสำรองต่าง ๆ ทุกประเภทที่กฎหมายและบริษัทฯ ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลให้นำปัจจัยต่าง ๆ ต่อไปนี้มาพิจารณาประกอบ เช่น ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัทฯ

8.2 หุ้นสามัญที่ออกใหม่จะมีสิทธิรับเงินปันผลจากการดำเนินงานเช่นเดียวกับผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ หากผู้ถือหุ้นดังกล่าวมีรายชื่อปรากฏอยู่ในสมุดทะเบียนผู้ถือหุ้น ณ วันปิดสมุดทะเบียน

9. นโยบายการจ่ายเงินปันผลและสิทธิในการรับเงินปันผลของหุ้นส่วนที่เพิ่มทุน

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีนโยบายจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิหลังจากหักภาษีเงินได้นิติบุคคลของแต่ละปี

สิทธิในการรับเงินปันผลของหุ้นส่วนที่เพิ่มทุน รวมถึงสิทธิในการลงคะแนนเสียงและจองซื้อหุ้นจะเทียบเท่ากับสิทธิของหุ้นสามัญเดิมทุกประการ

ส่วนที่ 2. ข้อมูลเบื้องต้นของบริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน)

1. ชื่อและสถานที่ตั้งของบริษัทฯ

ชื่อบริษัท:	บริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) (บริษัทฯ)
ชื่อย่อ:	WAVE
เลขทะเบียนบริษัทฯ:	0107536000978
สถานที่ตั้ง:	อาคารมาลีนนท์ทาวเวอร์ ชั้น 15 เลขที่ 3199 ถนนพระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กทม.
โทรศัพท์:	0-2665-6705
โทรสาร:	0-2665-6750
เว็บไซต์:	www.wave-groups.com

2. ประเภทกิจการและลักษณะการประกอบธุรกิจหลักในปัจจุบันของกลุ่มบริษัทฯ

2.1 การประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ

2.1.1 สรุปภาพรวมของธุรกิจ

บริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2536 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้ว 324,000,000 บาท (สามร้อยยี่สิบสี่ล้านบาทถ้วน) และได้เปลี่ยนชื่อจากบริษัท ซีวีดี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2552 โดยมีวัตถุประสงค์เริ่มแรกจัดตั้ง คือ การผลิตและจัดจำหน่ายวีซีดีไอเทปทั้งชนิดไม่บรรจุ Magnetic Tape หรือ V-O และ ชนิดบรรจุ Magnetic Tape หรือ V-Cassette ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจจากธุรกิจบันเทิงสู่ธุรกิจบันเทิงสู่ไลฟ์สไตล์และบันเทิง โดยมีการประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้

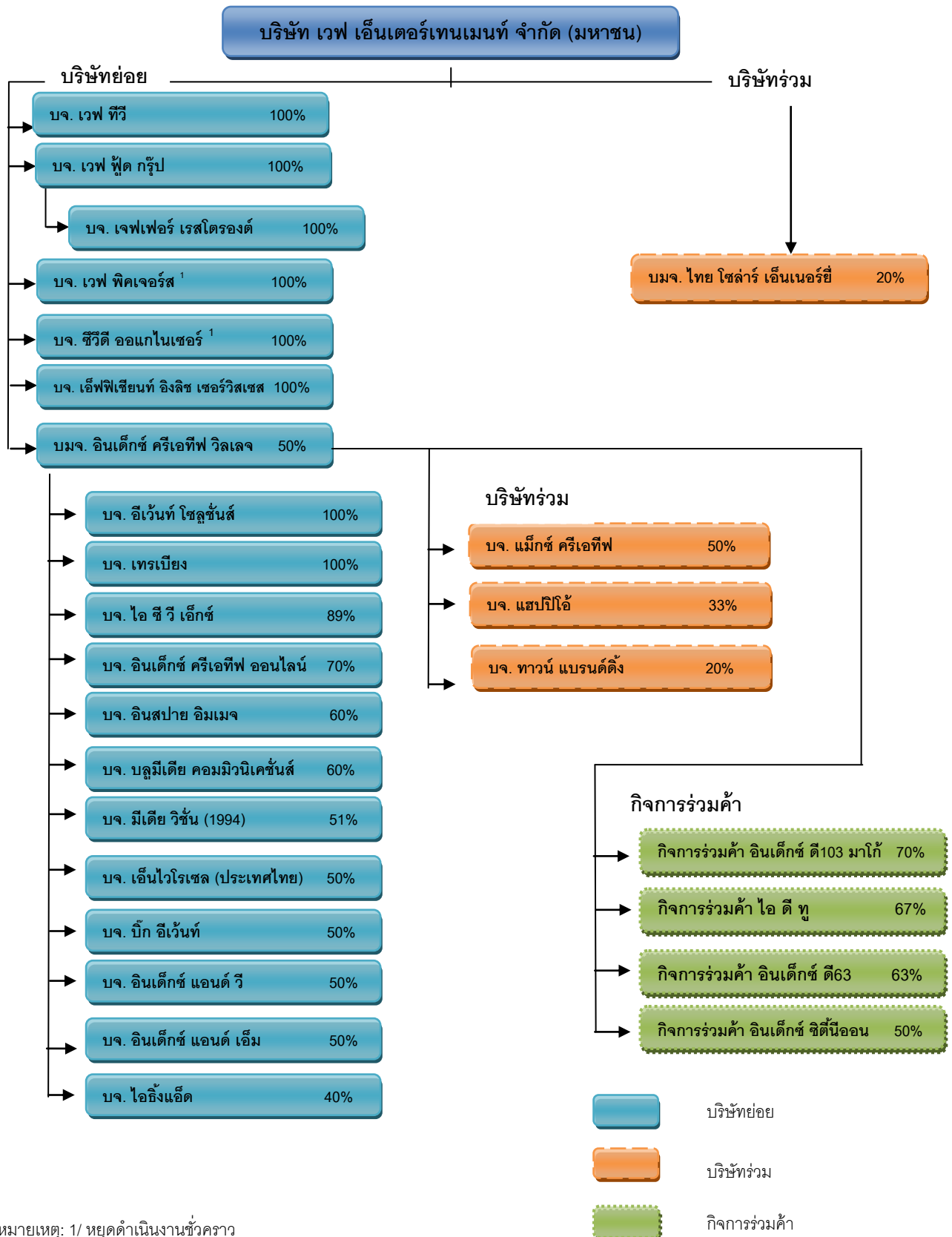
1. เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์
2. ให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมต่างๆ
3. เป็นผู้ถือลิขสิทธิ์และจัดจำหน่ายละครไทยของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
4. ให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษโรงเรียนเอกชน ภายใต้ชื่อสถาบันสอนภาษา Wall Street English (“WSE”)
5. ให้บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้ชื่อ “Jeffer Steak”

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

ปี 2545	:	บริษัทได้หยุดดำเนินการผลิตตลับวีดีโอสินค้าหลัก
ปี 2550	:	บริษัทได้ยกเลิกส่วนงานธุรกิจจัดหาและจัดจำหน่ายภาพยนตร์พร้อมลิขสิทธิ์
ปี 2553	:	บริษัทได้ขยายธุรกิจด้านบันเทิง โดยการเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์
ปี 2554	:	1. ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2554 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทลงทุนเพิ่มในบริษัท ไทย โซลาร์ เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด (TSE) ซึ่งประกอบธุรกิจผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อจำหน่ายให้ภาครัฐและเอกชนจาก 10% เป็นไม่เกิน 35% ของทุนจดทะเบียน TSE
	:	2. ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของ TSE มีมติอนุมัติให้บริษัทลงทุนใน TSE คิดเป็นสัดส่วน 25% ของทุนจดทะเบียน TSE
	:	3. บริษัทชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนใน TSE เพิ่ม 117.5 ล้านบาท รวมเป็น 149.5 ล้านบาท คิดเป็นเงินลงทุนใน TSE 10.9% ของทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้วใน TSE
ปี 2555	:	บริษัทได้ขยายธุรกิจด้านบันเทิง โดยการเป็นผู้ให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ตและกิจกรรมต่างๆ
ปี 2556	:	1. บริษัทได้ขยายธุรกิจด้านบันเทิง โดยการเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายภาพยนตร์
	:	2. เมื่อวันที่ 10 กันยายน 2556 นายประชา มาสินนที ได้ลาออกจากการเป็นกรรมการและผู้บริหารของบริษัท โดยบริษัทได้แต่งตั้งนายเมทธีว กิจโอธาน ให้ดำรงตำแหน่งแทน เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2556
	:	3. บริษัทชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนใน TSE เพิ่มอีก 104.7 ล้านบาท รวมเป็นเงินลงทุน 341.2 ล้านบาท ส่งผลให้บริษัทถือหุ้นครบ 25% ของทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้วใน TSE
ปี 2557	:	1. เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2557 บริษัทได้ขยายธุรกิจเข้าสู่ธุรกิจ Lifestyle สถาบันสอนภาษาอังกฤษ ภายใต้ชื่อ “Wall Street English” โดยการเข้าซื้อหุ้นทั้งหมดของบริษัท เอ็ฟพีซีเอ็นท์ อิงลิช เซอร์วิส เอส จำกัด (EES) ซึ่งเป็นไปตามมติที่ประชุมใหญ่สามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 21/2557 ประจำปี 2557 ในวันที่ 25 เมษายน 2557
	:	2. บริษัทได้เข้าซื้อหุ้นที่เสนอขายต่อประชาชนทั่วไป (IPO) ของ TSE จำนวนหุ้น 22 ล้านหุ้น ที่ราคา 3.90 บาทต่อหุ้น รวมเป็นเงิน 85.80 ล้านบาท คิดเป็นเงินลงทุนใน TSE 20% ของทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้วใน TSE
	:	3. เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2557 บริษัทได้ขยายธุรกิจ Lifestyle เพิ่มเติมในธุรกิจร้านอาหาร สเด็ก ภายใต้ชื่อ “Jeffer Steak” โดยการเข้าซื้อหุ้นทั้งหมดของบริษัท เจฟเฟอร์เรสโตรองต์ จำกัด ผ่านบริษัท เวฟฟู้ดกรุ๊ป จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทตามมติที่ประชุมคณะกรรมการ ครั้งที่ 7/2557 เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2557
ปี 2558	:	เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2558 บริษัทได้ขยายธุรกิจบันเทิง โดยการเข้าซื้อหุ้นจำนวน 86 ล้านหุ้น คิดเป็น 50% ของทุนออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้วของบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบธุรกิจให้บริการสร้างสรรค์และบริหารงานด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร ภายใต้ชื่อ “Index” ตามมติที่ประชุมกรรมการครั้งที่ 3/2558 เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2558

2.1.2 โครงสร้างกลุ่มธุรกิจ

บริษัทมีนโยบายแบ่งการดำเนินงานในลักษณะกลุ่มธุรกิจโดยมีโครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) ในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังนี้



หมายเหตุ: 1/ หยุดดำเนินงานชั่วคราว

2.1.3 โครงสร้างรายได้ ปี 2556-2558

(หน่วย: ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์/บริการ	ดำเนินการโดย	%การถือหุ้น ของ WAVE หรือบริษัท ย่อย	ปี2556		ปี2557		ปี2558	
			รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
รายได้								
1. ร้านอาหาร	JEFFER	100	-	-	57	9	723	33
2. สถาบันสอนภาษา	EES	100	-	-	464	70	716	33
3. กิจกรรมทางการตลาด ^{1/}	Index Group	50	-	-	-	-	546	25
4. ผลิตและจัดจำหน่ายรายการทางโทรทัศน์	WAVE TV	100	179	62	65	10	98	4
5. ให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ต ธุรกิจเพลง และบริหารศิลปิน	WAVE		57	20	42	6	84	4
6. ผลิต และจัดจำหน่ายภาพยนตร์	WAVE Pictures	100	40	14	-	-	-	-
7. รายได้อื่น	ทุกบริษัท		13	4	38	6	16	1
รวมรายได้			289	100	666	100	2,183	100

หมายเหตุ: 1/ บริษัทฯ ได้เข้าถือหุ้นจำนวน 86 ล้านหุ้น คิดเป็น 50% ของทุนออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้ว ของบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) (Index) เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2558 และเนื่องจากบริษัทฯ มีอำนาจควบคุมใน Index ส่งผลให้บริษัทฯ ต้องรับรู้รายได้ ต้นทุนและค่าใช้จ่ายเต็มจำนวนจากธุรกิจกิจกรรมทางการตลาด ในขณะที่รับรู้ส่วนแบ่งกำไรตามสัดส่วนของการลงทุนเพียง 50% ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2558 เป็นต้นมา

2.2 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

2.2.1 ธุรกิจผลิต รับจ้างผลิต และจัดจำหน่ายรายการทางโทรทัศน์

(ดำเนินงานภายใต้ บจ. เวฟ ทีวี (“บริษัทฯ”))

ก. ธุรกิจผลิต และจัดจำหน่ายรายการทางโทรทัศน์

1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์ โดยการแบ่งเวลาจากทางสถานีเพื่อออกอากาศ รายการ โทรทัศน์ และขายโฆษณา โดยมีรายได้จากการขายเวลาโฆษณา รายได้จากการโปรโมทสินค้าและบริการในรายการ โทรทัศน์ ปัจจุบัน รายการโทรทัศน์ของกลุ่มบริษัทที่แพร่ภาพทาง สถานีโทรทัศน์ มีจำนวน 1 รายการคือรายการ จุดนัดพบ ออกอากาศ ทุกวันเสาร์ เวลา 23.30 – 24.15 น. ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 โดยเริ่มออกอากาศเริ่มออกอากาศกลางเดือนมีนาคม 2555 ถึง เดือนตุลาคม 2558 มีผู้ชมเป้าหมายคือครอบครัวทั่วไป ทุกเพศทุกวัย



2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

● กลยุทธ์การแข่งขัน

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัท คือ ดำเนินธุรกิจการบันเทิง เพื่อผลิตรายการที่มีคุณภาพให้กับสถานี โทรทัศน์ช่องต่างๆ อย่างไรก็ตามกลุ่มลูกค้าของบริษัทก็คือผู้ชมรายการ ดังนั้นบริษัทจะต้องแข่งขันด้านคุณภาพของ รายการกับสถานีอื่น ๆ ในเวลาเดียวกัน

เนื่องจากรายได้ของธุรกิจนี้ มาจากรายได้จากการขายเวลาโฆษณา จึงต้องแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด ในช่วงเวลาดังกล่าวทั้งจากผู้ประกอบการรายเดิม และผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาในอนาคต บริษัทจะใช้กลยุทธ์ในการ กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และควบคุมคุณภาพของรายการ มีรายการหลากหลายประเภท นอกจากนี้จะพยายาม คัดสรรผู้ผลิตรายการให้เหมาะสมกับประเภทรายการ หรือเรื่องที่จะทำการผลิต เนื่องจากผู้ผลิตรายการแต่ละรายจะมีความ ถนัดแตกต่างกันออกไป รวมทั้งกำหนดนโยบายในการสร้างสรรค์ และพัฒนารายการโทรทัศน์ของบริษัท อยู่เสมอ อีกทั้ง ยังมีการพัฒนารายการเดิมอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านรูปแบบรายการ เนื้อหาสาระ และความบันเทิง เพื่อให้รายการของบริษัท ได้รับคามนิยมจากประชาชนโดยตลอด

นโยบายและการกำหนดราคา

บริษัทฯ มีนโยบายการกำหนดราคาอัตราค่าโฆษณา และอัตราค่าโปรโมทให้มีความเป็นธรรม และคุ้มค่าต่อลูกค้าเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว ซึ่งการกำหนดราคาจะพิจารณาจากความนิยมของแต่ละรายการ สถานี และช่วงเวลาที่จะออกอากาศ ซึ่งเป็นอัตราที่สามารถแข่งขันได้กับคู่แข่งในอุตสาหกรรม นอกจากนี้กลยุทธ์การจำหน่ายแบบ แพคเกจมีส่วนช่วยให้การกำหนดราคามีความยืดหยุ่น และสนองความต้องการของลูกค้าโฆษณาได้มากยิ่งขึ้น กล่าวคือ ลูกค้าสามารถเลือกลงโฆษณาและประชาสัมพันธ์กับบริษัทฯ ได้หลายรูปแบบในหลายรายการ โดยลูกค้าสามารถเลือกซื้อเวลาโฆษณาและเป็นผู้สนับสนุนรายการเพื่อโปรโมทสินค้าและบริการในรายการเดียว หรือการเลือกซื้อเวลาโฆษณาและ เป็นผู้สนับสนุนรายการเพื่อโปรโมทสินค้าและบริการในหลายรายการ

● ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าที่ซื้อเวลาโฆษณาและโปรโมทกับบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) คือ บริษัทที่ให้บริการวางแผนการโฆษณา และจัดสรรเวลาโฆษณา ให้กับลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่างๆ โดยลูกค้ากลุ่มนี้จะซื้อเวลาโฆษณา และ โปรโมทกับบริษัทฯ เป็นแพคเกจ (Package) คือ การเลือกโฆษณาและประชาสัมพันธ์กับบริษัทฯ ได้หลายรูปแบบในหลายรายการ โดยเป็นการซื้อล่วงหน้า และมีระยะเวลาการซื้อนาน โดยมีระยะเวลาซื้อตั้งแต่ 1 เดือน, 3 เดือน, 6 เดือน หรือ 1 ปี เพื่อจัดสรรให้แก่การโฆษณาสินค้าและบริการแต่ละรายการตามแผนโฆษณาที่วางให้กับลูกค้า ซึ่งได้แก่ บริษัทขนาดใหญ่ องค์กรของรัฐบาล และรัฐวิสาหกิจ ที่มีการวางแผนการตลาดและกำหนดงบประมาณ

การตลาดอย่างชัดเจนและมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โดยให้บริษัทตัวแทนโฆษณาเป็นผู้วางแผนโฆษณาให้

2. กลุ่มบริษัทที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือลูกค้าโดยตรง (Direct Customer) ได้แก่ บริษัทห้างร้านเอกชนทั่วไปที่สามารถกำหนดแนวทางโฆษณา และประชาสัมพันธ์ได้เองโดยติดต่อซื้อเวลาโฆษณากับบริษัทฯ โดยตรง ซึ่งส่วนมากลูกค้ากลุ่มนี้จะมีขนาดเล็กกว่ากลุ่มที่ติดต่อผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณาและมีงบประมาณในการโฆษณาน้อยกว่า

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีลูกค้าที่เป็นกลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณาจำนวนมาก รวมถึงการมีลูกค้ากลุ่มเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในธุรกิจที่หลากหลาย และไม่มีลูกค้าบุคคลภายนอกรายใดซื้อเวลาโฆษณาจากกลุ่มบริษัทในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาเกินกว่าร้อยละ 30 เมื่อเทียบจากรายได้รวม กลุ่มผู้ชมรายการเป้าหมาย

บริษัทฯ มุ่งเน้นการผลิตรายการที่ให้ผู้ชมทุกกลุ่มทุกสาขาอาชีพสามารถชมได้ และได้รับสาระและความบันเทิง โดยกลุ่มผู้ชมหลักของรายการจะเป็นตามลักษณะเฉพาะของรายการโทรทัศน์โดยรายการจุดนัดพบเป็นรายการที่เหมาะสมกับ กลุ่มผู้ชมทุกเพศทุกวัย

● การจำหน่าย และช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ มีเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายและการตลาดทำหน้าที่ในการจำหน่ายเวลาโฆษณาและการโปรโมทของ บริษัทฯ เอง โดยปกติในการจำหน่าย จะมีเจ้าหน้าที่ของผู้รับจ้างเข้าไปติดต่อกับลูกค้าโดยตรง เพื่อเสนอรูปแบบ และแพ็คเกจการโฆษณา และโปรโมทรายการโทรทัศน์ต่างๆ ของบริษัทฯ รูปแบบการจำหน่ายมีทั้งการจำหน่ายเวลาที่โฆษณา การเป็น ผู้สนับสนุนรายการโดยโปรโมทสินค้าหรือบริการ การขายแบบเป็นแพ็คเกจในรายการเดียว หรือการขายแบบเป็นแพ็คเกจในหลายรายการ โดยมีลักษณะการจำหน่ายดังนี้

1. การขายเวลาโฆษณา (Air Time) เกิดจากข้อตกลงกับทางสถานีในรูปแบบ Time Sharingซึ่งจำนวนนาที โฆษณาต่อเวลาออกอากาศถูกกำหนดโดยกรมประชาสัมพันธ์ โดยการออกอากาศ 1 ชั่วโมงสามารถขายเวลาโฆษณาได้สูงสุด 10 – 12 นาที

2. การโปรโมทสินค้า และบริการในรายการ ได้แก่ การโฆษณาในรูปแบบแผ่นป้ายรางวัล, ป้ายโฆษณา ณ แท่น (Podium) ของพิธีกร หรือผู้ร่วมรายการ หรือฉากรายการ เป็นต้น รูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีรายได้ประเภทนี้ ได้แก่รายการประเภทเกมโชว์ โดยการทำสัญญากับผู้สนับสนุนรายการจะมีระยะเวลาสัญญาเป็นรายเดือนหรือรายปี ซึ่งรายได้ในส่วนนี้ทั้งหมดเป็นของบริษัทฯ โดยไม่ต้องแบ่งให้กับทางสถานี

● สภาพการแข่งขัน

ในปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจของประเทศชะลอตัว และมีการเติบโตของช่องทีวีดิจิตอลมากขึ้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมโฆษณาได้รับผลกระทบโดยตรงจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวม แต่อย่างไรก็ตามจากข้อมูลในอดีตที่ผ่านมา พบว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดเสมอมา

เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้จำนวนมากและนำเสนอได้ทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน ประกอบกับการเข้ามาของช่องทีวีดิจิทัลที่มีแนวโน้มของส่วนแบ่งการตลาดไปในทิศทางที่ดีขึ้น

ในส่วนของสภาพการแข่งขันด้านการผลิตรายการทางโทรทัศน์ โดยเฉพาะละครโทรทัศน์ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันมากขึ้น ทั้งผู้จัดละครโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากกระแสความนิยมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องปรับปรุงรายการอยู่อย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งการปรับเปลี่ยนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของสถานีโทรทัศน์เองด้วย โดยที่ผ่านมามาสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอ และมีการเพิ่มรายการโทรทัศน์ใหม่หลายรายการเพื่อเพิ่มกระแสความนิยมของผู้ชมโทรทัศน์

3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะของรายการโทรทัศน์ในปัจจุบัน เป็นรายการโทรทัศน์ที่บริษัทฯ บริหารการผลิตเอง และเป็นรายการที่สร้างสรรค์ ผลิต และดำเนินการบริหารการจำหน่ายเวลาโฆษณาเอง โดยบุคลากรของบริษัทฯ ในสัดส่วนเวลาโฆษณาที่เป็นไปตามข้อตกลงกันกับทางสถานี (Time Sharing) ซึ่งลิขสิทธิ์ของรายการเหล่านี้จะเป็นของบริษัทฯ

ในการผลิตรายการโทรทัศน์มีต้นทุนหลักในการผลิต ได้แก่ ค่าจ้างผลิต, ค่าใช้จ่ายในการผลิต, เงินรางวัล, ค่าบทประพันธ์ และค่าพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ เป็นต้น โดยมีขั้นตอนในการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการดังนี้

3.1) จัดหาสถานีโทรทัศน์ และช่วงเวลาออกอากาศ

- วิธีการจัดหาสถานีโทรทัศน์ และช่วงเวลาออกอากาศ

บริษัทฯ จะต้องยื่นเสนอรูปแบบรายการต่อสถานีโทรทัศน์ เพื่อให้สถานีพิจารณาอนุมัติ โดยมีขั้นตอนการ อนุมัติ ดังนี้

บริษัทฯ เสนอรูปแบบรายการ → สถานีพิจารณา → ขั้นตอนการผลิต
(จ้างผลิต)

- การเสนอรูปแบบรายการต่อสถานี

ผู้รับจ้างโดยทีมงานครีเอทีฟ (Creative) จะระดมความคิดสร้างสรรค์มาเป็นคอนเซ็ปต์ (Concept) รายการ และวางเป็นรูปแบบรายการและรูปแบบการนำเสนอโดยในระหว่างกระบวนการดังกล่าว นั้นอาจมีการปรึกษารื้อกับทางสถานีโทรทัศน์หรือลูกค้าโฆษณาล่วงหน้า เพื่อวางแผนทางการผลิตรายการโทรทัศน์ หลังจากนั้นจึงเริ่มดำเนินการเลือกสถานีและช่วงเวลาออกอากาศที่เหมาะสมกับรายการ และจัดทำเป็นข้อเสนอ (Proposal) เพื่อเสนอให้ทางสถานีพิจารณา

- การพิจารณาอนุมัติของสถานี

การพิจารณาของแต่ละสถานีจะมีหลักเกณฑ์แตกต่างกันไป โดยมีหลักใหญ่ๆ ในการพิจารณา คือ รูปแบบรายการ และความสามารถในการชำระค่าเช่าเวลา ซึ่งการพิจารณารูปแบบรายการ

นั้น ทางสถานีจะพิจารณาจากความเหมาะสมของลักษณะรายการกับเวลาออกอากาศ ประสิทธิภาพของผู้จัดรายการ และสำหรับรายการเดิมที่มีการออกอากาศมาแล้ว สถานีจะพิจารณาถึงความนิยมของรายการ และ กระแสตอบรับของประชาชนและสื่อมวลชนเป็นหลัก

- ลักษณะการทำข้อตกลงกับสถานีโทรทัศน์

สถานีจะเป็นผู้กำหนดข้อตกลงของเวลาออกอากาศกับทางสถานี โดยในปัจจุบัน บริษัทฯ มีการแบ่งเวลาโฆษณากับทางสถานี (Time Sharing) สำหรับกรณี Time Sharing บริษัทฯ ไม่ต้องชำระค่าเช่าเวลากับสถานีทำให้ไม่มีต้นทุนค่าเช่าเวลา แต่บริษัทฯ ต้องแบ่งเวลาในการขายโฆษณาส่วนหนึ่งตามสัดส่วนที่ตกลงกันให้กับทางสถานีไปจัดจำหน่ายเอง ทั้งนี้บริษัทฯ และสถานีจะร่วมกันกำหนดอัตราค่าโฆษณาและส่วนลดที่จะให้กับผู้ซื้อเวลาโฆษณาให้เป็นอัตราเดียวกัน

3.2) ขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์และบันทึกเทป (กรณีบริษัทฯ ว่าจ้างให้ผู้ผลิตรายการอิสระอื่นผลิตรายการให้จะไม่ขึ้นตอนนี้)

ในปัจจุบันรายการที่บริษัทฯ ผลิตเองจะเป็นรายการละครซีทคอม “จุดนัดพบ”

3.2.1) ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-production)

ขั้นตอนการผลิตเพื่อออกอากาศในแต่ละเทป เริ่มต้นจากฝ่ายผลิต วางแผนงานและแนวความคิดในการผลิตสำหรับแต่ละเทปที่จะออกอากาศ โดยการประชุมเพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกกระตมความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวคิด (Concept) และข้อสรุปเนื้อหา สาระบบเชิง ในบทละครที่ต้องการนำเสนอ และสรุปแผนงานเพื่อส่งให้ทีมผลิตรายการวางแผนการดำเนินงาน กำหนดวันบันทึกเทป นัดหมายดารานักแสดง และกระจายงานไปยังส่วนงานต่างๆ เพื่อเตรียมงานก่อนการถ่ายทำ

นอกเหนือจากการผลิตในแต่ละเทปแล้ว ทีมงานเตรียมการผลิตของแต่ละรายการมีหน้าที่เตรียมงานและวางแผนล่วงหน้าทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเพื่อกำหนดรูปแบบหรือทิศทางการดำเนินรายการโทรทัศน์ ทั้งนี้ เพื่อรักษาความนิยมของรายการและสรรหาแนวทางนำเสนอใหม่ๆ และตรงกับความต้องการของผู้ชมรายการ กระบวนการต่างๆ ได้แก่ การค้นคว้าหาข้อมูล ข่าวสารเพื่อใช้พัฒนารายการ การสรรหาดารานักแสดง เป็นต้น

3.2.2) ขั้นตอนการถ่ายทำรายการ / บันทึกเทป (Production)

การถ่ายทำรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ จะถ่ายทำรายการล่วงหน้าประมาณ 2 - 4 สัปดาห์ ทั้งนี้ เพื่อให้ฝ่ายผลิตมีเวลาที่พอเพียงและสามารถควบคุมคุณภาพของรายการก่อนออกอากาศได้ เมื่อเสร็จสิ้นขั้นตอนเตรียมการผลิตฝ่ายผลิตจึงนัดถ่ายทำรายการที่สถานที่ต่างๆ ที่กำหนดไว้ในแผนการผลิต ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการถ่ายทำนอกสถานที่

3.2.3) ขั้นตอนภายหลังการถ่ายทำรายการ (Post- production)

กระบวนการภายหลังการถ่ายทำรายการ (Post-Production) เป็นกระบวนการตัดต่อเทปที่ได้บันทึกการถ่ายทำ รวมถึงการคัดเลือกภาพ การเพิ่มเสียง หรือเทคนิคพิเศษต่างๆ ซึ่งบริษัทฯ จะ

มีทีมงานในการตรวจสอบคุณภาพอีกครั้งก่อนส่งเทปรายการให้ทางสถานีเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมก่อนการออกอากาศล่วงหน้าประมาณ 2-3 วัน หากทางสถานีมีความเห็นว่าเนื้อหารายการมีส่วนที่ไม่เหมาะสมต่อการออกอากาศ ทางสถานีสามารถส่งกลับให้ทางบริษัทดำเนินการแก้ไขได้ทันเวลา ซึ่งที่ผ่านมาบริษัท ไม่พบปัญหาดังกล่าวเนื่องจากบริษัท มีนโยบายไม่ผลิตรายการที่เข้าข่ายต้องห้าม และเมื่อเสร็จสิ้นขั้นตอนการผลิตทั้งหมดและได้เทปรายการที่สมบูรณ์ที่พร้อมให้ทางสถานีนำออกอากาศทางโทรทัศน์ต่อไป

ข. ธุรกิจรับจ้างผลิตละครโทรทัศน์

1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจรับจ้างผลิตละครโทรทัศน์ บริษัท รับจ้างผลิตละครโทรทัศน์และออกอากาศในปี 2558 อยู่ 1 เรื่อง คือ เรื่อง “แก้วตาหวานใจ” ออกอากาศ ทุกวันศุกร์ – อาทิตย์ เวลา 20.15 - 22.30 น. ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 เริ่มออกอากาศ กุมภาพันธ์ 2558 โดยมีกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย ครอบครัวทั่วไป ทุกเพศทุกวัย

ในปี 2558 บริษัท อยู่ระหว่างการผลิตละครโทรทัศน์ที่รับจ้างผลิต 2 เรื่อง คือ เรื่อง “บ่วงอธิฐาน” เป็นเรื่องราวศัลยากรซึ่งตกทอดมาจากนครที่สาปสูญ คือที่มาของความรักและความอาฆาตแค้นที่ถูกกลบฝังมาเนิ่นนาน (แนวลึกลับ ย้อนภพชาติ) ออกอากาศในช่วงเวลา 20.15 - 22.30 น. ทางสถานีโทรทัศน์ ไทยทีวีสี ช่อง 3 และ เรื่อง “บัลลังก์ดอกไม้” ซึ่งเป็นเรื่องราวของพินัยกรรมประหลาด ที่ได้อิสรณ์ผู้พันผู้หญิงกระโดดกระเดก และผู้ชายยโสเอาแต่ใจ เข้าด้วยกันอย่างไม่มีทางเลือก แม้จะเริ่มต้นด้วยความขัดแย้ง ทว่าความรักบังเกิดขึ้นกลางใจ พายุร้ายจึงกลายเป็นสายลมอบอุ่นที่โอบอุ้มดอกไม้ให้เบ่งบานงดงามออกอากาศในช่วงเวลา 20.15 - 22.30 น. ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 โดยทั้งสองเรื่องคาดว่าจะออกอากาศในปี 2559 นี้



2) การตลาดและภาพการณ์แข่งขัน

● กลยุทธ์การแข่งขัน

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ คือ ดำเนินธุรกิจการบันเทิง เพื่อผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ ให้กับสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ อย่างไรก็ตามกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ ก็คือ ผู้ชมรายการ ดังนั้นบริษัทฯ จะต้องแข่งขันด้านคุณภาพของรายการกับผู้จัดรายอื่นๆ

● กลุ่มผู้ชมรายการเป้าหมาย

บริษัทฯ มุ่งเน้นการผลิตละครโทรทัศน์ที่ให้ผู้คนทุกกลุ่มทุกสาขาอาชีพสามารถชมได้ และได้รับสาระและความบันเทิง โดยกลุ่มผู้ชมหลักจะเป็นตามลักษณะเฉพาะของแต่ละประเภทละครโทรทัศน์ กล่าวคือ “แก้วตาหวานใจ” กลุ่มผู้ชมเป้าหมายสำหรับครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย

● สภาพการแข่งขัน

ในปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจของประเทศชะลอตัว ส่งผลให้อุตสาหกรรมโฆษณาได้รับผลกระทบโดยตรงจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวม อย่างไรก็ตามจากข้อมูลในอดีตที่ผ่านมา พบว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดเสมอมา เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้จำนวนมากและนำเสนอได้ทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน

ในส่วนของการแข่งขันด้านการผลิตรายการทางโทรทัศน์ โดยเฉพาะละครโทรทัศน์ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันมากขึ้น ทั้งผู้จัดละครโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากกระแสความนิยมของ ผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องปรับปรุงคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งการปรับเปลี่ยนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของสถานีโทรทัศน์เองด้วย โดยที่ผ่านมาสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอ และมีการเพิ่มรายการโทรทัศน์ใหม่หลายรายการเพื่อเพิ่มกระแสความนิยมของผู้ชมโทรทัศน์

3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจรับจ้างผลิตละครโทรทัศน์ ดำเนินงานโดย บจ.เวฟ ทีวี บริษัทฯ มีนโยบายในการผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ โดยจะเป็นละครแนวใดขึ้นอยู่กับสภาวะตลาด บทภาพยนตร์และการพิจารณาของสถานีโทรทัศน์ผู้ว่าจ้าง ซึ่งจะมีการทำสัญญาว่าจ้างผลิตละครโทรทัศน์เป็นรายเรื่อง เมื่อผลิตเสร็จก็จะส่งมอบทางสถานีเพื่อออกอากาศต่อไป

ขั้นตอนการผลิตละครโทรทัศน์จะมีความคล้ายคลึงกับการผลิตรายการโทรทัศน์ที่กล่าวข้างต้นโดยสรุป ดังนี้

1. ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-production)
2. ขั้นตอนการถ่ายทำรายการ / บันทึกเทป (Production)
3. ขั้นตอนภายหลังการถ่ายทำรายการ (Post- production)

2.2.2 ธุรกิจให้บริการจัดแสดงคอนเสิร์ตและการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

ดำเนินงานภายใต้ บมจ. เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ (หน่วยธุรกิจ i-Wave)



1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรม

ได้แก่ การจัดงานกิจกรรมพิเศษ การจัดงานแถลงข่าว การจัดแสดงดนตรีสด การแสดงคอนเสิร์ตของศิลปิน โดยเริ่มตั้งแต่การวางแผนแนวความคิดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย สรรหา คัดสรร ศิลปินไทย ศิลปินต่างประเทศ คอนเทนต์งานแสดงต่างๆ ไปจนถึงการจัดการด้านเตรียมงาน การประชาสัมพันธ์ การฝึกซ้อม ออกแบบตกแต่งสถานที่การแสดง และการจัดจำหน่ายบัตร

ในปี 2558 กลุ่มบริษัทมีการจัดแสดงคอนเสิร์ตทั้งสิ้น 3 คอนเสิร์ต 4 รอบการแสดง ได้แก่ The Palace and Friend (Restage) 1 รอบการแสดง Nuvo Love Story 2 รอบการแสดง และ Yesterday Once More 1 รอบการแสดง

2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

การแข่งขันของธุรกิจมีแนวโน้มที่จะรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการผลิตงานที่มีคุณภาพ มีแนวคิดสร้างสรรค์ และมีความคล่องตัวในการปรับกลยุทธ์ได้ทันทั่วที่จะสามารถที่จะครองส่วนแบ่งตลาดได้มั่นคงกว่า

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัท คือ ดำเนินธุรกิจการบันเทิง เพื่อนำเสนอความบันเทิงให้กับกลุ่มผู้บริโภคซึ่งในปีที่ผ่านมาภาวะการแข่งขันที่สูง ทั้งในเรื่องผู้จัดคอนเสิร์ต การจัดหาศิลปิน การสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับศิลปินและการจองพื้นที่แสดงคอนเสิร์ต ซึ่งเป็นส่วนสำคัญหลักในงานแสดงคอนเสิร์ต และส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการบริหารและการผลิตอย่างไรก็ตาม บริษัทได้ตระหนักถึงภาวะการแข่งขันดังกล่าว จึงได้กำหนดเป้าหมายเพื่อจะครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดในธุรกิจดังกล่าวให้เพิ่มมากขึ้น โดยการเพิ่มปริมาณงานแสดงคอนเสิร์ตที่มีคุณภาพให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น

• กลยุทธ์ในการแข่งขัน

- ผลิตผลงานที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มบริษัท เน้นการผลิตคอนเสิร์ตที่มีคุณภาพ และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่เป็นครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัยหรือกลุ่มคนทำงานทั้งชายและหญิงอายุ 20 ปีขึ้นไป ซึ่งมีศักยภาพในการซื้อสินค้าและบริการ และด้วยคุณภาพของทีมงานและศิลปิน ผลงานจึงได้รับการตอบรับและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

- **ผลิตผลงานที่มีคุณภาพและมีรูปแบบที่โดดเด่น**

เนื่องจากธุรกิจปัจจุบันมีการแข่งขันค่อนข้างสูงการเลือกซื้อโฆษณาของลูกค้าจะพิจารณาศิลปินที่ได้รับความนิยมและมีคุณภาพเป็นสำคัญ ดังนั้นกลุ่มธุรกิจได้ตระหนักและให้ความสำคัญในการผลิตผลงานที่มีคุณภาพโดยมุ่งเน้นการให้ความบันเทิงที่คุ้มค่า คุ่มค่า และเป็นงานที่น่าประทับใจสำหรับผู้ชม

- **ทีมงานและบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ**

ทีมงานและบุคลากรของบริษัท และทีมผู้ผลิตเป็นมืออาชีพที่มีประสบการณ์ในวงการอย่างต่อเนื่องและยาวนานมีผลงานและภาพพจน์ที่ดีเสมอมา ซึ่งเป็นส่วนสำคัญหนึ่ง ในองค์ประกอบการทำงานที่มีคุณภาพและสร้างความสำเร็จในผลงานจนได้รับความไว้วางใจและความมั่นใจของผู้ชมที่ติดตามงานของบริษัท

- **มีนโยบายด้านการตลาดที่ยืดหยุ่นและสร้างสรรค์**

ด้านราคากลุ่มธุรกิจได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในด้านราคาแบบเหมารวม (Package) โดยมี package ในราคาที่คุ้มค่าให้ลูกค้าเลือกได้ เพื่อให้สอดคล้องตามงบประมาณของลูกค้า นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจยังมีการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่มีการเซ็นสัญญาในระยะยาวเพื่อความต่อเนื่องในการบริหารงบประมาณของลูกค้า

- **มีนโยบายการมีหุ้นส่วนการดำเนินการ**

กลุ่มธุรกิจได้เปิดโอกาสในการมีหุ้นส่วนเพื่อร่วมดำเนินการในการจัดงาน รวมทั้งมีส่วนร่วมในการจัดการด้านรายได้ของการจัดงานและการใช้สิทธิประโยชน์ด้านภาพลักษณ์ของตราสินค้าอีกด้วย

● **ลักษณะของลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

บริษัทมุ่งเน้นการผลิตคอนเสิร์ตและการจัดกิจกรรม โดยมีกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่มใหญ่ คือ

- กลุ่มผู้สนับสนุน (Sponsor) และ
- กลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ผู้สนับสนุน (Sponsor) เช่น บริษัท ห้างร้าน หน่วยงานราชการ และสำหรับครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัย หรือกลุ่มคนทำงานทั้งชายและหญิงอายุ 20 ปีขึ้นไป

3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

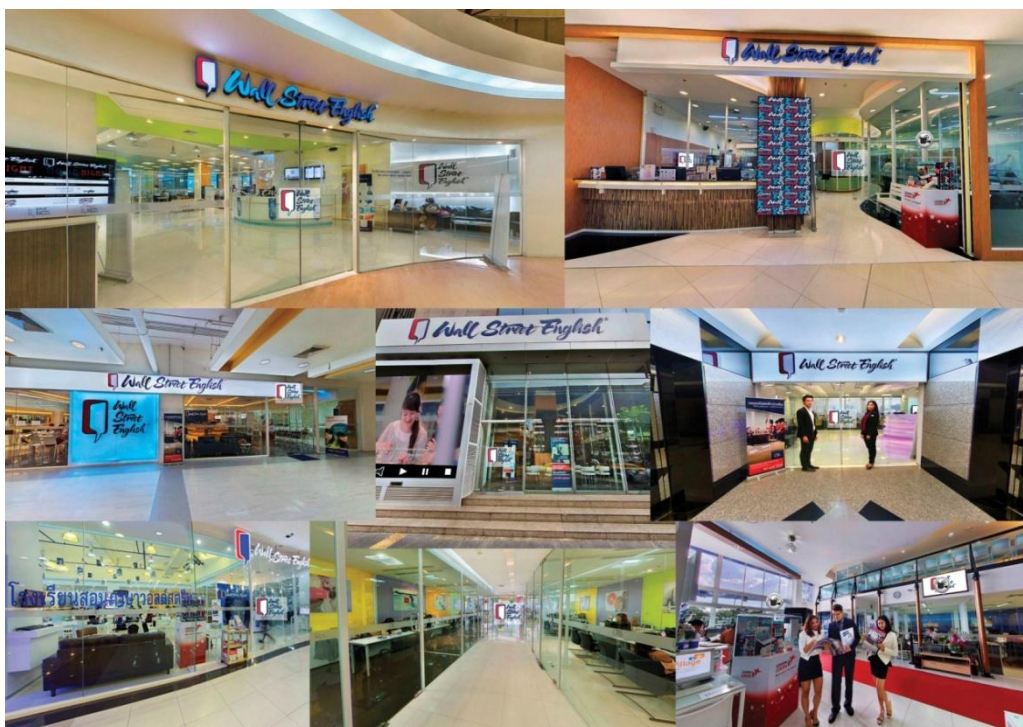
องค์ประกอบสำคัญในการผลิตคอนเสิร์ต คือ

- ศิลปินและบุคลากร
- ต้นทุนการผลิต

ในส่วนของต้นทุนการผลิตของกลุ่มบริษัท ค่าใช้จ่ายหลักคือ ค่าเช่าสถานที่ ค่าจ้าง ค่าตัวศิลปิน ซึ่งทางกลุ่มบริษัทได้ทำสัญญาอย่างถูกต้อง ได้แก่ ค่าตัวศิลปิน ค่าจ้าง ค่าลิขสิทธิ์เพลง

2.2.3 ธุรกิจให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษโรงเรียนเอกชน ภายใต้ชื่อสถาบันสอนภาษา Wall Street English (“WSE”)

ดำเนินงานภายใต้ บจ. เอ็ฟพีซีเอ็นท์ อิงลิช เซอร์วิสเซส (“บริษัทฯ”)



1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ เป็นบริษัทผู้ดำเนินกิจการและให้บริการด้านการสอนภาษาอังกฤษสำหรับผู้ใหญ่ (Adult Learner) อายุตั้งแต่ 17 ปี ขึ้นไป โดยเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ.2547 ภายใต้ชื่อว่า สถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช (Wall Street English) ซึ่งผลิตภัณฑ์และรูปแบบการให้บริการดังกล่าวเป็นการดำเนินการภายใต้ลิขสิทธิ์ของบริษัท Pearson Education Limited ซึ่งเป็นบริษัทผู้ประกอบกิจการและจดทะเบียนในประเทศอังกฤษ และเป็นผู้นำทางธุรกิจด้านการศึกษารายใหญ่ที่สุดของโลก

ในระดับของสากล สถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช (Wall Street English) เป็นสถาบันสอนภาษาอังกฤษที่มีประสบการณ์มากกว่า 43 ปี และมีสาขามากกว่า 450 แห่ง ในจำนวน 28 ประเทศทั่วโลก มีนักเรียนไม่ต่ำกว่า 4 ล้านคน สำหรับประเทศไทย บริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการเพียงรายเดียวที่ได้รับลิขสิทธิ์จาก บริษัท Pearson Education Limited เพื่อให้ประกอบกิจการในอาณาเขตของประเทศไทย ซึ่งบริษัทฯ ได้เปิดดำเนินการกิจการในประเทศไทยมากกว่า 10 ปีเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 มีนักเรียนผ่านการเรียนที่สำเร็จและจบหลักสูตรแล้วทั้งสิ้นกว่า 45,000 คน และจำนวนนักเรียนในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 11,000 คน ปัจจุบันบริษัทฯ มีสาขาเปิดให้บริการในกรุงเทพฯ และปริมณฑลจำนวน 8 สาขา และอีกจำนวน 1 สาขาในส่วนภูมิภาคที่จังหวัดเชียงใหม่ คือ สาขาเซ็นทรัล เฟสติวัล เชียงใหม่ ทำให้บริษัทฯ มีจำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 9 สาขา

นอกจากนี้ ในช่วงต้นปี พ.ศ. 2559 บริษัทฯ ได้มีแผนงานการขยายธุรกิจไปสู่ส่วนปริมณฑลเพิ่มอีกจำนวน 1 สาขา คือ สาขาเซ็นทรัล เวสต์เกต โดยรวมจะทำให้บริษัทฯ มีจำนวนสาขารวมทั้งสิ้น 10

สาขาหลักสูตรของสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิชเป็นหลักสูตรมาตรฐานที่ใช้เหมือนกันในทุกประเทศทั่วโลก โดยหลักสูตรดังกล่าวได้รับการออกแบบให้เหมาะสมกับผู้เรียนที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองหรือเป็นภาษาต่างชาติ โดยเนื้อหาหลักสูตรจะแบ่งออกเป็นระดับต่างๆ มีจำนวนทั้งหมด 20 ระดับ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และพัฒนาไปตาม พื้นฐานความรู้ของผู้เรียนแต่ละคน ลักษณะของระบบการเรียนการสอนของสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิชมีความเป็นเอกลักษณ์ กล่าวคือ วิธีการเรียนเป็นแบบผสมผสาน (Blended Method) ทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ภาษาอังกฤษได้อย่างรวดเร็วและเป็นธรรมชาติ อีกทั้งยังทำให้ผู้เรียนสามารถพูดภาษาอังกฤษได้อย่างมั่นใจ

นอกจากนี้ เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าที่ต้องการการดูแลเป็นพิเศษทางบริษัท ฯ จึงจัดให้มีหลักสูตรพิเศษ (VIP Course) สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเรียนภาษาอังกฤษให้ได้ผลสัมฤทธิ์โดยเร็วที่สุด โดยผ่านกระบวนการเรียนแบบหนึ่งต่อหนึ่งกับอาจารย์ชาวต่างชาติ ทั้งนี้ เพื่อให้การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเป็นไปได้อย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

2) การตลาดและการแข่งขัน

● กลยุทธ์การแข่งขัน

การให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากคู่แข่งธุรกิจรายใหม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ค่อนข้างง่าย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้วางเป้าหมายในการเป็นผู้นำของธุรกิจโรงเรียนเอกชน ให้บริการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษ โดยการจับตามูลค่าที่มีประสิทธิภาพและความสามารถตรงตามคุณสมบัติที่กำหนด มีสถานที่ตั้งในทำเลที่ดีและเหมาะสม การสร้างทีมขายให้แข็งแกร่งและมีคุณภาพ การจัดแคมเปญให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าและปรับเปลี่ยนให้ทันต่อเหตุการณ์อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังทำการตลาดที่น่าสนใจ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แบรนด์สินค้า และเป็นการกระตุ้นยอดขายอีกด้วย

● กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช มีตั้งแต่กลุ่มนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย นิสิตนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา และประชาชนทั่วไปที่มีความสนใจในการพัฒนาภาษาอังกฤษ

● การจำหน่าย และช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้วยชื่อเสียงของสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช ที่สะสมมามากกว่า 10 ปีในประเทศไทย และการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ทางสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิชในปัจจุบันมีการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโดยการขยายสาขาไปสู่ภูมิภาคที่จังหวัดเชียงใหม่ 1 สาขาในปี พ.ศ. 2557 อนึ่ง สำหรับเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลทางสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช มีการเปิดและขยายสาขาอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเพื่อรองรับการขยายตัวของเขตเมือง จนทำให้ในเขตดังกล่าวข้างต้นมีจำนวนสาขารวมกันทั้งหมดถึง 8 สาขา ตั้งอยู่ในทำเลที่ประชากรสามารถเข้าถึงได้ง่าย เพื่อรองรับการกระจายตัวของประชากรที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

- **สภาพการแข่งขัน**

ภาพรวมของตลาดสถาบันสอนภาษาอังกฤษในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่จำเป็นต้องนำไปใช้ในการติดต่อสื่อสารและเชื่อมโยงกันทั่วโลก และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการรวมตัวกันเป็นหนึ่งเดียวภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี พ.ศ. 2558 ทำให้ตลาดมีการตื่นตัวในการพัฒนาภาษาอังกฤษอย่างกว้างขวาง

สถาบันวอลล์สตรีทอิงลิชซึ่งได้เปิดดำเนินการมาเป็นระยะเวลามากกว่า 10 ปีและมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับหลักสูตรของสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช เป็นที่รู้จักและยอมรับกันโดยทั่วไปว่ามีความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ อีกทั้งยังเป็นหลักสูตรที่ผ่านการรับรองของ CEFR (Common European Framework of Reference) จากมหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ประเทศอังกฤษ จึงส่งผลให้สถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช มีศักยภาพในการแข่งขันได้เป็นอย่างดี

3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

หลักสูตรการเรียนการสอนและรูปแบบการให้บริการของสถาบันวอลล์สตรีทอิงลิช เป็นการดำเนินกิจการภายใต้ลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นหลักสูตรที่ได้ถูกพัฒนาและกำหนดโดยเจ้าของลิขสิทธิ์ โดยแต่ละสาขาที่มีในปัจจุบันสามารถรองรับและให้บริการแก่นักเรียนได้ถึง 1,500 - 2,000 คนต่อสาขา สำหรับบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการการเรียนการสอนเป็นบุคลากรที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามข้อกำหนดของกระทรวงศึกษาธิการ

2.2.4 ธุรกิจให้บริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้ชื่อร้านอาหารเสต็ก “Jeffer Steak & Seafood” ดำเนินงานภายใต้ บจ.เจฟเฟอร์ เรสโตรองต์ (“บริษัทฯ”)



1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท เจฟเฟอร์เรสโตรองต์ จำกัด ภายใต้เครื่องหมายการค้า “Jeffer” เป็นร้านสเต็กที่มีความหลากหลายของเมนูให้เลือกสรร อาทิเช่น สเต็กเนื้อ หมู ไก่ ปลา ซีฟู้ดส์ ซุป และสลัดต่างๆ เพื่อสร้างความแตกต่างและจุดขายให้กับบริษัท ลูกค้าสามารถเลือกจับคู่เมนูต่างๆ ได้เองทุกรายการขึ้นอยู่กับความชอบ นอกเหนือจากนั้นร้านเจฟเฟอร์ ยังมีเครื่องเคียงต่างๆ ให้ลูกค้าได้เลือกทานคู่กับอาหารจานหลักอีกด้วย นอกจากนี้อาหารจานหลักแล้ว เจฟเฟอร์ ยังมีเมนูของหวาน ไอศกรีม และ เครื่องดื่มให้เลือกอีกหลายหลายชนิด

เจฟเฟอร์ เป็นร้านอาหารที่เน้นบรรยากาศภายในร้านดูสบายๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกได้ถึงความเป็นกันเอง และเหมาะกับทุกโอกาสไม่ว่าจะเป็นการสังสรรค์ พบปะพูดคุยในกลุ่มเพื่อน หรือ กลุ่มคนทำงานที่มีเวลาน้อย โดยเฉพาะช่วงพักกลางวัน ที่ต้องการเวลาการรับประทานในร้านอย่างรวดเร็ว บริษัทก็พร้อมด้วยบริการที่รวดเร็วของทางร้าน

อาหารทุกเมนูที่เจฟเฟอร์จะต้องปรุงสดใหม่ทุกวัน เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้รับความคุ้มค่าทั้งจากคุณค่าของอาหาร รสชาติ และราคาที่สมเหตุสมผล

ปัจจุบัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัท เจฟเฟอร์เรสโตรองต์ จำกัด มียอดขายภาพรวมเติบโต 7 % จากปี 2557 โดยมีจำนวนสาขาทั้งหมด 79 สาขา กระจายอยู่ทั่วประเทศ โดยแบ่งเป็น เขตกรุงเทพ 38 สาขา และต่างจังหวัด 41 สาขา ซึ่งกระจายอยู่ตามศูนย์การค้าชั้นนำ ทั้งในกรุงเทพและหัวเมืองหลักในเขตต่างจังหวัด เน้นตามแหล่งธุรกิจ โรงเรียน และชุมชน เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าถึงร้านอาหารเจฟเฟอร์ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

● กลยุทธ์การแข่งขัน

- การบริหารต้นทุน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบ สร้างอำนาจการต่อรองกับผู้จัดจำหน่าย ทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารต้นทุนการจัดซื้อและต้นทุนวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมจัดเสิร์ฟลูกค้า 4,000,000 คนต่อปี ได้อย่างต่อเนื่อง

- การสร้างแบรนด์

ปัจจุบันแบรนด์เจฟเฟอร์เป็นที่รู้จักและนิยมอย่างกว้างขวางทั้งในกลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงาน โดยบริษัทฯ ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ทั้งในด้านความเหมาะสมของราคา รสชาติอาหาร ความแตกต่างและความหลากหลายของอาหารการตกแต่งร้าน และการให้บริการเป็นต้น ซึ่งเป็นบทพิสูจน์ถึงความแข็งแกร่งและเป็นที่จดจำในตราสัญลักษณ์ “เจฟเฟอร์” ได้เป็นอย่างดี โดยบริษัทฯ ได้วางแผนการตลาดทั้งสื่อโฆษณาและการตลาดผ่านช่องทางอื่น เช่น social media เพื่อให้แบรนด์เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้นและเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าให้กับบริษัทฯ

- การกำหนดราคา

บริษัทฯ มีนโยบายการกำหนดราคาสินค้าโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก เพื่อให้ผู้บริโภคทุกกลุ่มทุกวัย และทุกสาขาอาชีพได้มีโอกาสทานสเต็กที่มีคุณภาพ ในร้านที่สะดวกสบาย ในราคาที่ย่อมเยา คุ้มค่า สมเหตุสมผล

- การขยายสาขา

บริษัทฯ มีนโยบายการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องตลอดมา โดยคำนึงถึงเรื่องการลงทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนในแต่ละสาขา พิจารณาจากทำเลที่ตั้งที่ดีและเหมาะสม ความหนาแน่นของประชากร และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นสำคัญ ทั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อครอบคลุมส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้น

- การจัดโปรโมชั่น

ความคุ้มค่าจะกลายมาเป็นปัจจัยสำคัญที่ลูกค้าให้น้ำหนักในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร โดยที่ผ่านมามีบริษัทฯ เลื่อนราคาเมนูอาหารที่มีความหลากหลาย ในราคาที่คุ้มค่าเหมาะสม เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าใหม่ ๆ ให้กว้างขึ้น และกระตุ้นลูกค้าเก่าให้เข้ามาใช้บริการซ้ำควบคู่กัน

● กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ เจฟเฟอร์ มีความหลากหลาย โดยจะเน้นกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ระดับกลางถึง สูง ได้แก่กลุ่มวัยรุ่น นักเรียนนักศึกษา จนถึงวัยทำงาน ที่มีสไตล์เป็นของตัวเอง และชื่นชอบการรับประทานอาหารประเภทสเต็ก ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของเมนูอาหาร และความคุ้มค่ากับราคาปัจจุบันแบรนด์เจฟเฟอร์เป็นที่รู้จักและนิยมอย่างกว้างขวางสำหรับกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น เนื่องจากเมนูอาหารของเจฟเฟอร์ ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างตรงจุด ทั้งรสชาติอาหาร และความคุ้มค่าที่ได้รับ

● การจำหน่าย และช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจุบัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีจำนวนสาขาที่มากถึง 79 สาขาทั่วประเทศ โดยกระจายอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วกรุงเทพฯ และหัวเมืองใหญ่ ตามต่างจังหวัด รวมถึงแหล่งธุรกิจ ชุมชน และศูนย์การศึกษาต่างๆ

โดยบริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์ ในการขยายสาขาเพิ่มทั้งในเขตกรุงเทพฯและต่างจังหวัดอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากที่สุด โดยมีแผนการขยายสาขาเพิ่มอีกอย่างน้อย 6 สาขาในปี 2559

● สภาพการแข่งขัน

อุตสาหกรรมร้านอาหารมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สืบเนื่องมาจากค่านิยมของผู้บริโภค ซึ่งสะท้อนการเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตของคนไทยที่เน้นความสะดวกสบายยิ่งขึ้น นิยมรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น และมีการขยายตัวของชุมชนเมืองออกไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีผลให้ปัจจุบันมีร้านอาหารเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค ซึ่งมีทั้งกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารจากต่างประเทศ กลุ่มร้านอาหารที่ดำเนินกิจการในประเทศทั้งขนาดกลางและขนาดย่อม จึงทำให้ภาวะการแข่งขันของธุรกิจอาหารในประเทศไทยค่อนข้างสูง

ธุรกิจร้านอาหาร เป็นธุรกิจที่วัดด้วยเรื่องของการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เนื่องจากภาวะสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ความเร่งรีบทำให้ไม่มีเวลาในการประกอบอาหารที่บ้าน ความต้องการเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อผ่อนคลายความเครียด การแสวงหาความสุขสนุกสนานในครอบครัวหรือในกลุ่มเพื่อนฝูง นอกจากนี้บรรดาผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหารต่างก็ต้องเร่งปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรม

ผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจในคุณค่าของอาหารที่รับประทานมากขึ้น และยังเน้นประหยัดค่าใช้จ่าย กล่าวคือผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารจะหันมาเน้นเมนูอาหารที่หลากหลายและราคาประหยัดกว่าเมื่อเทียบกับการทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน บริษัทเองได้เน้นความหลากหลายของเมนู ความรวดเร็วของการให้บริการ การตั้งราคาอาหารที่สมเหตุสมผล การขยายสาขาเพิ่มโดยให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้ง ที่ต้องเป็นแหล่งชุมชนหรือศูนย์กลางธุรกิจ และการสร้างการจดจำแบรนด์ “เวฟเฟออร์” ผ่านสื่อต่างๆ

3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ผู้บริหารสาขาจะตรวจนับสินค้าคงเหลือทุกวันเพื่อทราบจำนวนสินค้าที่ต้องการใช้และทำการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบภายในของบริษัทฯ เข้ามาที่ส่วนกลาง โดยสินค้าทุกชนิดจะถูกจัดส่งโดยรถห้องเย็นที่ได้มาตรฐานเพื่อรักษาคุณภาพสินค้าส่งตรงถึงสาขาทั้งกรุงเทพฯและต่างจังหวัด โดยบริษัทฯ คำนึงถึงคุณภาพของสินค้าและการบริหารต้นทุนจากการขนส่งเป็นสำคัญ สำหรับสินค้าที่อายุการใช้งานสั้น เช่น ผักสด บริษัทฯ จะให้ Supplier ส่งตรงที่สาขา เพื่อความสะดวกรวดเร็ว และสดใหม่ของสินค้า

ในการสั่งซื้อสินค้า บริษัทฯ มี Supplier 2-3 ราย สำหรับสินค้าแต่ละประเภท เพื่อกระจายความเสี่ยงทั้งในแง่ของราคา วัตถุดิบที่อาจจะขาดแคลนในบางช่วง สินค้าบางรายการบริษัทฯ ใช้นโยบายการทำสัญญาจองสินค้าในปริมาณมากเพื่อควบคุมต้นทุนสินค้า และสามารถต่อรองเรื่องของราคาสินค้าได้ โดยเฉพาะสินค้านำเข้าบางรายการซึ่งมีปัจจัยของค่าเงินเข้ามาเกี่ยวข้อง

บริษัทฯ มีขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า ตรวจสอบ ควบคุมสินค้าและวัตถุดิบทุกขั้นตอน โดยมีผู้รับผิดชอบดูแลตามกระบวนการและขั้นตอนของบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าทุกชนิดที่บริษัทฯ สั่งเข้ามานั้นถูกต้องตรงตามความต้องการทั้งปริมาณและคุณภาพ

2.2.5 ธุรกิจให้บริการสร้างสรรค์และบริหารงานด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร

ดำเนินงานภายใต้ บมจ. อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ (“บริษัทฯ”)



1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) คือ กลุ่มธุรกิจที่ดำเนินงานโดยใช้ศักยภาพในด้านของความคิดสร้างสรรค์ โดยให้บริการด้านการสื่อสารการตลาดอย่างครบวงจร ซึ่งนับได้ว่า อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ เป็นบริษัท ครีเอทีฟ อีเว้นท์ อันดับ 1 ของประเทศไทย และเป็นบริษัทอีเว้นท์ของคนไทย บริษัทเดียวที่ติดอันดับ 7 ของโลก จัดอันดับโดยนิตยสาร Special Events Magazine ประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้บริษัทฯ ไม่ได้เป็นเพียงแค่บริษัทที่มีความแข็งแกร่งในการจัดอีเว้นท์เพียงอย่างเดียว แต่ยังดำเนินธุรกิจภายใต้ความคิดสร้างสรรค์ที่หลากหลาย ตลอดระยะเวลากว่า 25 ปี บริษัทฯ สร้างสรรค์ผลงานมากมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะกับการสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย โดยการจัดอาคารศาลาไทย ในงาน The World Exposition 2010 ณ นครเซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน ที่ทำให้อาคารศาลาไทยได้รับการจัดอันดับว่าเป็นประเทศยอดเยี่ยม ติด 1 – 10 จากจำนวนกว่า 230 อาคารจากประเทศทั่วโลก และมี ผู้เข้าชมถึง 8 ล้านคน ซึ่งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อประเทศไทย รวมถึงการสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย ในงาน International Exposition 2012 ณ เมืองยอซู สาธารณรัฐเกาหลี จนกลายเป็นพาวิลเลียนยอดเยี่ยมจากทั่วโลก จนได้รับรางวัลในระดับโลกมากมาย

นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังได้เปิดสาขาอยู่ในประเทศสาธารณรัฐสหภาพเมียนมา ด้วยมองเห็นโอกาสและช่องทางในการทำธุรกิจตั้งแต่ปี 2011 ทั้งนี้เพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้า ที่ต้องการขยายธุรกิจไปยังอาเซียน โดยบริษัทฯ สามารถเชื่อมโยงการบริหารงาน ในเครือข่ายทั้งในและต่างประเทศ ด้วยรูปแบบการทำงานที่ผ่านมา จะดำเนินธุรกิจแบบ Co-Creation คือ การนำเอาจุดแข็ง ประสิทธิภาพ Know-How และความเชี่ยวชาญที่แตกต่างระหว่างบริษัทฯ และคู่ค้าทางธุรกิจมาผนวกกัน จึงทำให้เพิ่มศักยภาพในการสร้างสรรค์งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในปัจจุบัน บริษัทฯ ตอกย้ำการเป็นผู้นำและศูนย์กลางด้านความคิดสร้างสรรค์ 'Hub of Creativity' ในภูมิภาคอาเซียน ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในทุกมิติ ด้วยสโลแกนที่ว่า 'Never Stop Creating' โดยแบ่งการดำเนินงานออกเป็น 4 กลุ่มธุรกิจหลัก คือ

(1) **กลุ่มธุรกิจ Creative Solutions** งานบริการด้านการตลาดภายใต้ความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

- งานด้านอีเว้นท์ (Event Creator)

ให้บริการด้านวางแผน วางกลยุทธ์ การบริหารจัดการงานอีเว้นท์

- งานด้านผลิตรายการทีวี (TV Production)

ผลิตและสร้างสรรค์รายการทีวีด้วยไอเดียที่แปลกใหม่ ไม่เหมือนใคร

- งานด้านดิจิทัล ออนไลน์ (Digital Online)

ให้คำปรึกษา และจัดทำแผนการตลาดในโลกออนไลน์ รวมถึงแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์

- งานด้านอินสโตร์ มีเดีย (In-store Media)

ผลิตและสร้างสรรค์สื่อสำหรับอินสโตร์ ทั้งสื่อทั่วไป และสื่อนวัตกรรมพิเศษ

- งานด้านการสื่อสาร โฆษณา ประชาสัมพันธ์ (Communications)
การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร โฆษณาประชาสัมพันธ์ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- งานด้านเอ็กซ์ฮิบิชั่น และนิทรรศการถาวร (Museum & Exhibition)
การวางแผนกลยุทธ์ และบริหารจัดการงานด้านเอ็กซ์ฮิบิชั่น และนิทรรศการถาวร

(2) กลุ่มธุรกิจ Marketing Services งานบริการส่งเสริมด้านการตลาด ประกอบด้วย

- งานด้านการวิจัย (Research Consulting)
ที่ปรึกษางานวิจัยในแง่มุมต่างๆ รวมทั้งงานด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค
- งานด้านการบริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ (Marketing Consulting)
การศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ และการทำตลาด รวมถึงวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์ให้กับองค์กรและงานในโปรเจกพิเศษ
- งานด้านธุรกิจให้บริการให้เช่าอุปกรณ์ (Equipment Supply)
การให้บริการด้านแสง สี เสียง อุปกรณ์เครื่องเล่น การจัดแสดงทั้งในและต่างประเทศ ประกอบงานด้านกิจกรรมการตลาด
- งานด้านการพิมพ์ การออกแบบตกแต่ง (Printing and Decoration)
การให้บริการด้านงานพิมพ์ทุกประเภท รวมถึงการออกแบบตกแต่ง ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร สำนักงาน เป็นต้น
- งานด้านการจัดเลี้ยง งานสังสรรค์ ปาร์ตี้ งานแต่งงาน ในรูปแบบที่แตกต่าง
- งานด้านการผลิตวิดีโอ วีรชั่นเทชั่น คอมพิวเตอร์กราฟิก 3Dแอนิเมชั่น รวมถึงห้องตัดต่อห้องสตูดิโอ

(3) กลุ่มธุรกิจการดำเนินงานในภูมิภาค (ASEAN Wings)

งานด้านการตลาดเชิงสร้างสรรค์ในภูมิภาคอาเซียน กับการขยายธุรกิจออกสู่กลุ่มประเทศในภูมิภาคอาเซียน อาทิ ประเทศสาธารณรัฐสหภาพเมียนมา ประเทศเวียดนาม รวมถึงประเทศในแผนยุทธศาสตร์ เช่น ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย ด้วย 5 ยุทธศาสตร์ 5 เครื่องมือหลัก คือ งานด้านอีเว้นท์มาร์เก็ตติ้ง (Event Marketing) งานด้านการจัดเฟสทีฟ อีเว้นท์ (Festive Event) งานด้านการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านงานวิจัย (Consumer Insight: Research) การสร้างช่องทางในการสื่อสารแบบผสมผสาน (Integrated Media Platform) การจัดงานแฟร์ และเอ็กซ์ฮิบิชั่นทุกรูปแบบ (Professional Exhibition Organizer) เพื่อรองรับตลาดภาคธุรกิจสู่ธุรกิจในรูปแบบการตลาดผสมผสานความคิดสร้างสรรค์แบบครบวงจร (Creative Marketing Solutions)

(4) กลุ่มธุรกิจด้านงานไลฟ์สไตล์ (Lifestyle Experience) คือ กลุ่มธุรกิจที่สร้างประสบการณ์ใหม่ และตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคทั้งในด้านบันเทิง และในชีวิตประจำวัน ประกอบด้วย

- ด้านคอนเสิร์ตทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Domestic & International Concert)
- ด้านโชว์บิซ (Showbiz) งานด้านละครเวที ผลงานเทคนิคทันสมัย
- ด้านไลฟ์ เฟสติวัล (Live Festival) งานแสดงกิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาล
- ด้านนิทรรศการในรูปแบบโรดโชว์ (Traveling Exhibition) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2) การตลาดและภาวะแข่งขัน

● สภาพการตลาด

เนื่องด้วยภาพรวมงานด้านการตลาดในปี 2558 อยู่ในภาวะทรงตัว ซึ่งธุรกิจอีเว้นท์ก็เช่นเดียวกัน อีเว้นท์เป็นธุรกิจที่มีความผันผวนมากในสภาวะต่างๆ ทั้งในเรื่องของการเมือง เศรษฐกิจ หรือภัยธรรมชาติ มูลค่าตลาดของธุรกิจอีเว้นท์โดยรวมอยู่ที่ 1.23 หมื่นล้านบาท ซึ่งอยู่ในภาวะทรงตัว จากปี 2557 ด้วยปัจจัยเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองไทยยังมีความผันผวน ทั้งนี้เชื่อว่าในปีหน้า ทั้งในเรื่องของนโยบาย และโครงการของทางภาครัฐต่างๆ จะส่งผลให้ภาพรวมของภาคเอกชน และองค์กรต่างๆ เดินหน้าใช้งบประมาณจัดกิจกรรมทางการตลาด เพื่อกระตุ้นยอดขายมากขึ้น แต่จะเป็นการเน้นหนักในเรื่องของการลด แลก แจก แถมเป็นหลัก ในส่วนของภาพรวมของธุรกิจอีเว้นท์ปี 2559 เชื่อว่ามีแนวโน้มในทิศทางที่ดีขึ้น เนื่องจากปัจจัยที่เข้ามาหนุนหลังของปี 2558 จากภาครัฐที่มีนโยบาย และโครงการต่างๆ อย่างโครงการด้านรถไฟฟ้าใต้ดิน รวมถึงโครงการใหญ่ๆ ที่ภาครัฐเร่งประมูลไปแล้วเสร็จภายในสิ้นปี 2558 นี้ จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่กระตุ้นระบบการไหลเวียนของเม็ดเงินในเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี ส่งผลด้านกำลังการซื้อ (Purchasing Power) ของผู้บริโภคให้มีมากขึ้น ด้านนักการตลาดหลังจากที่ชะลอการใช้งบประมาณด้านการตลาดมาในช่วงปี 2558 เริ่มวางแผนใช้งบประมาณในปี 2559

● กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

จากการที่บริษัทฯ ให้บริการทางธุรกิจสร้างสรรค์ที่หลากหลาย ทำให้สามารถตอบสนอง และครอบคลุมงานด้านการตลาดในทุกมิติ รวมถึงช่วยเชื่อมโยงลูกค้าทั้งจากประเทศไทยและต่างประเทศเข้าสู่ตลาดอาเซียน ดึงเม็ดเงินกลับสู่ประเทศไทย ทำให้มีลูกค้าทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งประเทศไทยและต่างประเทศ รวมถึงแบรนด์ระดับโลกอีกด้วย โดยสัดส่วนของลูกค้าจะแบ่งเป็นภาครัฐ 20 % และภาคเอกชน 80%

● การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ ได้สร้างสรรค์และทำงานด้วยรากฐานของ Creative Business ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนองค์ประกอบที่สำคัญ โดยโฟกัสหัวใจหลักของความสำเร็จจากปัจจัยสำคัญ อย่างการคิดค้นสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความแตกต่างกับธุรกิจรายอื่น โดยเฉพาะหัวใจสำคัญในเรื่องการใช้งานวิจัยมาช่วยตอบโจทย์งานให้มีความแม่นยำยิ่งขึ้น เพราะบริษัทฯ ไม่ใช่บริษัทครีเอทีฟ ที่ใช้จินตนาการเป็นตัวตั้ง ไม่ใช่ศิลปินที่มีลายมือเป็นของตัวเอง ทุกอย่างที่เราจินตนาการและสร้างสรรค์ขึ้น มาจากความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าแต่ละราย และนำมา

แปลงสู่ไอเดียในรูปแบบของบริษัทฯ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 อย่าง คือ Content ของลูกค้า ผสมกับ Inside, Creative และ Innovation เมื่อนำมาผสมผสานกันก็จะเกิดสิ่งใหม่และแตกต่างจากที่หลายๆ คนเคยทำ ผ่านช่องทางหลากหลายทั้งออฟไลน์และออนไลน์ ตามโจทย์ของลูกค้าและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของบริษัทฯ เพื่อที่จะสามารถส่งสาร และสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้อย่างแม่นยำ และมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยรักษารฐานลูกค้าในประเทศ และนำไปสู่การเปิดโอกาสขยายตลาดใหม่ๆ ได้มากขึ้นอีกด้วย

- **สภาพการแข่งขัน**

จากสภาพการณ์แข่งขันในตลาดอีเว้นท์ และกลุ่มตลาด Creative Business ถือว่ามีผู้แข่งขันเป็นจำนวนมาก เนื่องด้วยเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ที่เชื้อต่อการเกิดใหม่ของธุรกิจที่สามารถเข้าถึง และตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้อย่างรวดเร็ว รวมถึง Know-how ที่สามารถเรียนรู้ และง่ายต่อการทำความเข้าใจ นำไปปรับใช้กับองค์กรของตัวเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ เห็นถึงผลลัพธ์ที่ออกมาในรูปแบบของผลตอบแทน ที่มีแนวโน้มและทิศทางที่เป็นบวก กล่าวคือ มีโอกาสทางธุรกิจที่เติบโตขึ้นเรื่อยๆ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่เปิดโอกาสให้ผู้เล่นหลายรายหันมาจับธุรกิจ และกระโดดเข้ามาในพื้นที่ตลาดนี้เป็นจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตามผู้เล่นส่วนใหญ่จะเป็นผู้เล่นขนาดเล็ก ไปจนถึงขนาดกลาง รวมถึงมีลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการทางธุรกิจที่โฟกัสอย่างใดอย่างหนึ่งเฉพาะทาง ซึ่งไม่ได้ครอบคลุมและครบวงจรของกลุ่ม Creative Business อย่างแท้จริง เรียกว่าเป็นธุรกิจที่ดำเนินการเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งเมื่อเทียบกับผู้เล่นที่เป็นลักษณะองค์กรใหญ่และให้บริการทางธุรกิจที่ครบวงจรนั้น ถือว่ามีจำนวนน้อยราย และเป็นความท้าทายค่อนข้างสูงที่ผู้เล่นหน้าใหม่จะแจ้งเกิดได้ เนื่องจากความแข็งแกร่งของผู้เล่นรายเดิมที่มีโครงสร้างของธุรกิจที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอย่างครบวงจร รวมถึงชื่อเสียง ประสบการณ์ และความไว้วางใจจากลูกค้าที่มีมายาวนาน จึงทำให้ต้องมีการแข่งขันสูงที่จะสามารถเข้ามาช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้เล่นรายเดิมได้ เช่นเดียวกับบริษัทฯ ซึ่งตัวชี้วัดความสำเร็จนั้น ไม่ได้มาจากการยอดขายเพียงอย่างเดียว บริษัทฯ ได้รับรางวัลในระดับโลกมากมาย และมีโอกาสได้ไปแสดงศักยภาพและผลงานในต่างประเทศ ได้วัดฝีมือกับประเทศต่างๆ ว่าเครื่องมือของคนไทยอยู่ตรงจุดไหนของโลก นับว่าเป็นความภูมิใจในฐานะคนไทย เพราะมันคือศักดิ์ศรีของประเทศไทย และเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จ (Key Success) ที่สำคัญ ที่ทุกไอเดียที่ได้คิดนั้นประสบความสำเร็จ และได้ทำออกมาเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่บริษัทฯ ให้น้ำหนักและให้ความสำคัญมาโดยตลอด

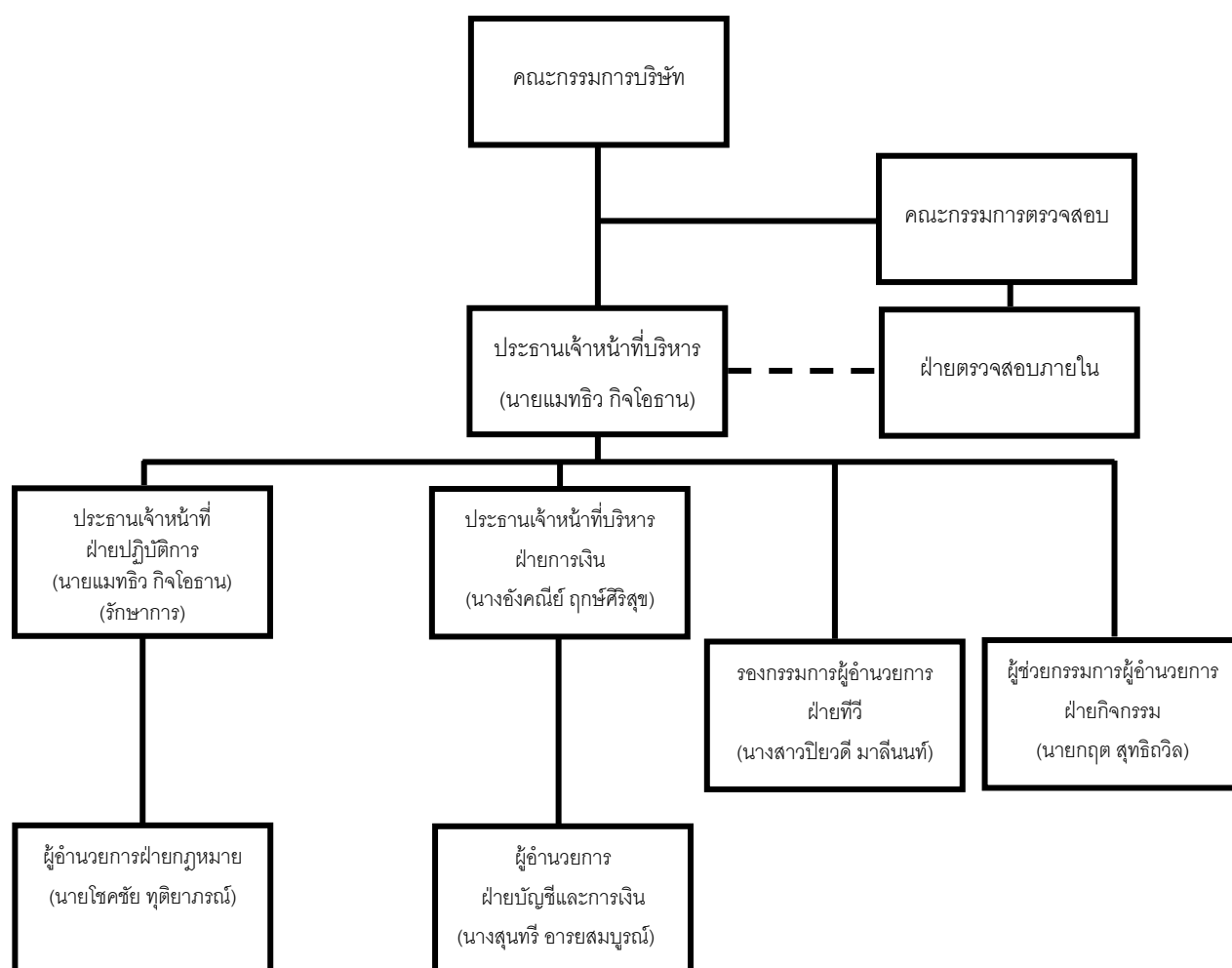
3) **การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริหาร**

บริษัทฯ มีความพร้อมในเรื่องของกำลังคนที่มีความเชี่ยวชาญและในเรื่องของการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยมีฝ่าย Innovation Research & Development เพื่อตอบสนองงานด้านอีเว้นท์และงานด้านสื่อสารการตลาด ทำให้งานของ บริษัทฯ มีความแตกต่างและสามารถสร้างงานในรูปแบบใหม่ได้เสมอ ในขณะเดียวกันมีการขยายสาขา ไปยังประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียน อาทิ ประเทศสาธารณรัฐสหภาพเมียนมา ประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย เพื่อครอบคลุมความ

ต้องการของลูกค้าที่ต้องการขยายธุรกิจไปยังอาเซียน โดยสามารถเชื่อมโยงการบริหารงานในเครือข่าย ทั้งในและต่างประเทศได้อีกด้วย ซึ่งรูปแบบการทำงานที่ผ่านมาจะดำเนินธุรกิจแบบ Co-Creation คือ การนำเอาจุดแข็ง ประสบการณ์ Know-How และความเชี่ยวชาญที่แตกต่างระหว่างบริษัท และคู่ค้า ทางธุรกิจมาผนวกกัน จึงทำให้เพิ่มศักยภาพในการสร้างสรรคงานได้ดีและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทฯ มีหลักการทำงานและมีวิธีคิดในรูปแบบของ Event Marketing จะไม่ใช่ Event Management เพราะอีเว้นท์ ไม่ใช่แค่แสง สี เสียง หรือเวที ไม่ใช่แค่ Organizer จัดงาน แต่เป็นการสร้างกลยุทธ์และ เข้าใจ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากกว่าการเป็นแค่ผู้จัดงาน ประกอบกับตลอดระยะเวลา 25 ปี บริษัทฯ ได้วางรากฐานในสองด้าน คือ การสร้าง Networking ทั่วทั้งภูมิภาคเอเชีย ไปจนถึงแถบตะวันออกกลาง และการสร้าง Infrastructure ซึ่งการสร้าง Infrastructure หมายถึงรวมถึงการสร้างบุคลากรด้วย Infrastructure ของบริษัทฯ ไม่ได้จบอยู่ที่การขยายธุรกิจออกไป แต่บริษัทฯ เตรียมพร้อมเรื่องคนด้วยซึ่ง เป็นการวางรากฐานให้กับบริษัทฯ และสิ่งเหล่านี้ในอนาคตจะทำให้บริษัทฯ มีความมั่นคง โดยมองเห็น อนาคตของบริษัทฯ ที่จะเติบโตต่อไปถึง 50-60 ปี และจะก้าวสู่การเป็นบริษัทข้ามชาติในที่สุด

3. ข้อมูลรายชื่อกรรมการ ผู้บริหาร และผู้ถือหุ้นรายใหญ่

3.1 โครงสร้างองค์กร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558



3.2 คณะกรรมการบริษัทฯ

ณ วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2559 คณะกรรมการของบริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย คณะกรรมการทั้งหมด 11 คน มีรายนามดังต่อไปนี้

รายชื่อ	ตำแหน่ง
1. นาย แมทธิว กิจไธราน	ประธานกรรมการบริษัท ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร
2. นาย ประเสริฐ ภัทรดิลก	กรรมการอิสระ ประธานกรรมการตรวจสอบ
3. นาย สมศักดิ์ พยับเดชาชัย	กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ
4. ม.ล. นลินี หัสตินทร	กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ
5. นาย ชัยประนิน วิสุทธิผล	กรรมการอิสระ
6. นาย ฟิลิป โอลิเวอร์ เพียซ	กรรมการอิสระ
7. น.ส. แคทลีน มาลีนนท์	กรรมการ
8. น.ส. ปิยวดี มาลีนนท์	กรรมการ
9. นาย ธีร์ สีสัมพรโรจน์	กรรมการ
10. น.ส. มานิดา ชินเมอร์แมน	กรรมการ
11. น.ส. เทเรซีแอนน์ มาลีนนท์	กรรมการ

3.3 คณะผู้บริหาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีผู้บริหารจำนวน 6 ท่าน ดังนี้

รายชื่อ	ตำแหน่ง
1. นายแมทธิว กิจไธราน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและ รักษาการประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ
2. นางอังคณีย์ ฤกษ์ศิริสุข	ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน
3. นางสาวปิยวดี มาลีนนท์	รองกรรมการผู้อำนวยการฝ่ายทีวี
4. นายภฤต สุทธิธวิล	ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการฝ่ายกิจกรรม
5. นางสุนทรี อารยสมบุญ	ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน
6. นายโชคชัย ทุตติยาภรณ์	ผู้อำนวยการฝ่ายกฎหมาย

3.4 ผู้ถือหุ้นรายใหญ่

รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 10 อันดับแรก ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2558 มีดังนี้

รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น (หุ้น)	ร้อยละของหุ้นทั้งหมด
1. กลุ่มครอบครัวมาลินนท์	129,685,580	40.03
1.1 น.ส.แคทลีน มาลินนท์	71,435,580	22.05
1.2 บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน)	58,250,000	17.98
2. นายวีระศักดิ์ บุญวรเมธี	22,947,000	7.08
3. นายพินัย จินาพันธุ์	14,930,000	4.61
4. น.ส.ณัฐวรรณ ปิยะมหาโชติ	12,598,000	3.89
5. น.ส.อรยาพร กาญจนจारी	12,000,000	3.70
6. นางสุวิมล หลีสุวรรณ	9,842,000	3.04
7. นายเจียรเวช จินาพันธุ์	7,510,000	2.32
8. นายสินโชค พิroyทัยสกุล	6,217,000	1.92
9. นายพรประเสริฐ กาญจนจारी	5,891,000	1.82
10. น.ส.นฤพร กาญจนจारी	5,850,000	1.81
ผู้ถือหุ้นรายอื่นๆ	96,529,420	29.79
รวม	324,000,000	100.00

4. ประวัติการเพิ่มทุนและประวัติจ่ายปันผลในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา

4.1 ประวัติการเพิ่มทุนของบริษัทฯ ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา

บริษัทฯ ไม่มีการเพิ่มทุน ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

4.2 เงินปันผล

บริษัทฯ มิได้ประกาศจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้น ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีนโยบายที่จะจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิหลังจากหักภาษีเงินได้นิติบุคคลของแต่ละปี

5. ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

5.1 บริษัทย่อย

5.1.1 บริษัท เวฟ ทีวี จำกัด (WAVE TV)

ลักษณะการประกอบธุรกิจของ WAVE TV เป็นดังนี้

- 1) ผลิตและจัดจำหน่ายรายการทางโทรทัศน์
- 2) ขายเวลาโฆษณารายการทางโทรทัศน์

5.1.2 บริษัท เวฟ พิคเจอร์ส จำกัด (WAVE Pictures)

ลักษณะการประกอบธุรกิจของ WAVE Pictures เป็นดังนี้

- 1) ผลิตและจัดจำหน่ายภาพยนตร์

5.1.3 บริษัท เวฟ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด

(เปลี่ยนชื่อจากบริษัท เวฟ ทีวี แอนด์ มิววี่ สตูดิโอส์ จำกัด เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2557)

บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างทางธุรกิจโดยการเปลี่ยนชื่อบริษัท และเปลี่ยนวัตถุประสงค์ของบริษัทเป็นการลงทุน เพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการ

5.1.4 บริษัท ซีวีดี ออแกไนเซอร์ จำกัด (CVD Organizer)

ปัจจุบันหยุดดำเนินงานชั่วคราว

5.1.5 บริษัท เอ็ฟพีเซียนท์ อิงลิช เซอร์วิส เซส จำกัด (EES)

ลักษณะการประกอบธุรกิจของ EES เป็นดังนี้

- 1) โรงเรียนเอกชน สถาบันสอนภาษา รับทำการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาภาษาอังกฤษ

5.1.6 บริษัท เจฟเฟอร์ เรสโตรองต์ จำกัด (JEFFER) (ถือหุ้นโดยบริษัท เวฟ ฟู้ด กรุ๊ป จำกัด)

ลักษณะการประกอบธุรกิจของ JEFFER เป็นดังนี้

- 1) จัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบ รวมทั้งอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต เพื่อธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม
- 2) ประกอบกิจการร้านอาหาร จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม

5.1.7 บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) (“Index”)

- 1) กลุ่มธุรกิจ Creative Solutions งานบริการด้านความคิดสร้างสรรค์
- 2) กลุ่มธุรกิจ Marketing Services งานบริการส่งเสริมด้านการตลาด
- 3) กลุ่มธุรกิจการดำเนินงานในภูมิภาค (ASEAN Wings)
- 4) กลุ่มธุรกิจ Lifestyle Experience

5.2 บริษัทร่วม

5.2.1 บริษัท ไทย โซลาร์ เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด (มหาชน) (TSE)

ลักษณะการประกอบธุรกิจของ TSE เป็นการทำธุรกิจผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อจำหน่ายให้ภาครัฐและเอกชน

ส่วนที่ 3. ข้อมูลทางการเงิน

1. งบการเงินรวม ปี 2556 – 2558

1.1 งบแสดงฐานะทางการเงินรวม

สินทรัพย์	31 ธันวาคม		31 ธันวาคม		31 ธันวาคม	
	พ.ศ. 2558		พ.ศ. 2557		พ.ศ. 2556	
	บาท	%	บาท	%	บาท	%
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	159,520,297	4.0	151,235,392	5.7	82,836,562	15.7
เงินลงทุนชั่วคราว	19,329,446	0.5	17,529,946	0.7	10,403,723	2.0
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	424,589,255	10.7	73,549,507	2.8	66,055,821	12.5
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	3,333,150	0.1	-	0.0	-	0.0
สินค้าคงเหลือ	29,103,659	0.7	27,011,517	1.0	36,828	0.0
รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และคอนเสิร์ตระหว่างผลิต	35,236,919	0.9	34,764,806	1.3	2,692,024	0.5
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	101,685,800	2.6	57,612,129	2.2	15,828,147	3.0
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	772,798,526	19.4	361,703,297	13.5	177,853,105	33.7
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
เงินฝากธนาคารที่ติดภาระค้ำประกัน	1,684,000	0.04	831,000	0.03	-	-
เงินลงทุนในบริษัทย่อย	-	-	-	-	-	-
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	831,484,731	20.9	697,850,213	26.1	313,415,180	59.3
เงินลงทุนในการร่วมค้า	15,540,411	0.4	-	0.0	-	0.0
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	680,548,920	17.1	154,930,087	5.8	12,503,606	2.4
ค่าความนิยม	1,295,536,051	32.5	1,134,673,772	42.5	-	-
สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน	205,228,753	5.2	226,024,685	8.5	-	-
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า	3,815,723	0.1	4,510,044	0.2	5,895,466	1.1
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอตัดบัญชี	17,575,902	0.4	9,107,158	0.3	7,600,000	1.4
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	159,216,614	4.0	80,378,409	3.0	10,953,564	2.1
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	3,210,631,105	80.6	2,308,305,368	86.5	350,367,816	66.3
รวมสินทรัพย์	3,983,429,631	100	2,670,008,665	100.0	528,220,921	100.0

หนี้สิน	31 ธันวาคม พ.ศ. 2558		31 ธันวาคม พ.ศ. 2557		31 ธันวาคม พ.ศ. 2556	
	บาท	%	บาท	%	บาท	%
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
เงินเบิกเกินบัญชีธนาคาร	41,210,084	1.0	-	-	-	-
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	70,000,000	1.8	-	-	-	-
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	230,120,704	5.8	77,582,565	3.9	30,973,826	47.1
รายได้รับล่วงหน้า	255,764,407	6.4	256,546,436	12.9	-	-
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	125,133,077	3.1	57,110,797	2.9	3,309,386	5.0
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	14,500,000	0.4	-	-	-	-
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน						
ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	10,822,650	0.3	2,366,527	0.1	1,534,027	2.3
ส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	584,557,367	14.7	126,607,358	6.4	-	-
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	10,340,008	0.3	1,398,609	0.1	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	64,988,338	1.6	35,141,817	1.8	7,181,009	10.9
รวมหนี้สินหมุนเวียน	1,407,436,635	35.3	556,754,109	28.0	42,998,248	65.3
หนี้สินไม่หมุนเวียน						
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน	28,536,923	0.7	6,963,645	0.4	6,833,379	10.4
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	1,049,662,500	26.4	1,146,581,818	57.7	-	-
ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	48,859,622	1.2	6,049,061	0.3	3,307,613	5.0
เจ้าหนี้เงินลงทุนระยะยาว	223,052,900	5.6	223,052,900	11.2	-	-
หนี้สินภาษีเงินได้รอตัดบัญชี	29,429,393	0.7	30,444,200	1.5	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	15,945,159	0.4	17,330,047	0.9	12,667,241	19.2
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	1,395,486,497	35.0	1,430,421,671	72.0	22,808,233	34.7
รวมหนี้สิน	2,802,923,132	70.4	1,987,175,780	100.0	65,806,481	100

ส่วนของผู้ถือหุ้น	31 ธันวาคม พ.ศ. 2558		31 ธันวาคม พ.ศ. 2557		31 ธันวาคม พ.ศ. 2556	
	บาท	%	บาท	%	บาท	%
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนเรือนหุ้น						
ทุนจดทะเบียน						
หุ้นสามัญจำนวน 421,200,000 หุ้น						
มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท						
(พ.ศ. 2557 : 324,000,000 หุ้น หุ้นละ 1 บาท)	421,200,000	10.6	324,000,000	12.1	324,000,000	61.3
ทุนที่ออกและชำระแล้ว						
หุ้นสามัญจำนวน 324,000,000 หุ้น						
มูลค่าที่ได้รับชำระแล้วหุ้นละ 1 บาท	324,000,000	8.1	324,000,000	12.1	324,000,000	61.3
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	72,564,680	1.8	370,773,735	13.9	370,773,735	70.2
ส่วนลดจากการเพิ่มสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อย	(1,063,239)	(0.0)	(1,063,239)	(0.04)	(1,063,239)	(0.2)
กำไรสะสม						
จัดสรรแล้ว - สรรองตามกฎหมาย	-		16,726,352	0.6	16,726,352	3.2
กำไร(ขาดทุน)สะสม	323,647,897	8.1	(27,603,947)	(1.0)	(248,022,408)	(47.0)
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	4,897,205	0.1	-	-	-	-
รวมส่วนของบริษัทใหญ่	724,046,543	18.2	682,832,901	25.6	462,414,440	87.5
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	456,459,956	11.5	(16)	-	-	-
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,180,506,499	29.6	682,832,885	25.6	462,414,440	87.5
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	3,983,429,631	100.0	2,670,008,665	100.0	528,220,921	100.0

1.2 งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม

	31 ธันวาคม พ.ศ. 2558		31 ธันวาคม พ.ศ. 2557		31 ธันวาคม พ.ศ. 2556	
	บาท	%	บาท	%	บาท	%
รายได้						
รายได้จากการขาย	723,197,801	33.3	57,517,751	9.1	1,726,701	0.6
รายได้จากการให้บริการ	1,445,625,161	66.7	576,742,468	90.9	281,965,435	99.4
รวมรายได้	2,168,822,962	100.0	634,260,219	100.0	283,692,136	100.0
ต้นทุน						
ต้นทุนขาย	(280,065,367)	(2.9)	(24,639,824)	(3.9)	(986,362)	(0.3)
ต้นทุนการให้บริการ	(1,019,661,117)	(47.0)	(424,389,352)	(66.9)	(199,818,502)	(70.4)
รวมต้นทุน	(1,299,726,484)	(59.9)	(449,029,176)	(70.8)	(200,804,864)	(70.8)
กำไรขั้นต้น	869,096,478	40.1	185,231,043	29.2	82,887,272	29.2
รายได้อื่น	13,654,762	0.6	32,032,519	5.1	5,551,209	2.0
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(453,244,843)	(20.9)	(78,314,321)	(12.3)	(30,433,227)	(10.7)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(398,986,359)	(18.4)	(189,636,748)	(29.9)	(45,387,511)	(16.0)
กำไรจากการลดสัดส่วนในบริษัทร่วม	-	-	144,358,053	22.8	-	-
ต้นทุนทางการเงิน	(76,282,306)	(3.5)	(27,734,217)	(4.4)	-	-
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม และการร่วมค้า	105,676,720	4.9	154,276,980	24.3	(3,905,412)	(1.4)
กำไร(ขาดทุน)ก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	59,914,452	2.8	220,213,309	34.7	8,712,331	3.1
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(14,763,134)	(0.7)	(110,535)	(0.02)	(960,000)	(0.3)
กำไร(ขาดทุน)สำหรับปี	45,151,318	2.1	220,102,774	34.7	7,752,331	2.7

	31 ธันวาคม พ.ศ. 2558		31 ธันวาคม พ.ศ. 2557		31 ธันวาคม พ.ศ. 2556	
	บาท	%	บาท	%	บาท	%
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น						
รายการที่จะไม่จัดประเภทรายการใหม่เป็นกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง						
การวัดมูลค่าใหม่ของการระงับผูกพันผลประโยชน์						
หลังจากออกจากงาน	(25,646)	(0.0)	315,687	0.0	-	-
รายการที่จะจัดประเภทรายการใหม่เป็นกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง						
ส่วนแบ่งกำไรเบ็ดเสร็จอื่น						
จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	4,897,205	0.2	-	-	-	-
กำไร(ขาดทุน)เบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	50,022,877	2.3	220,418,461	34.8	7,752,331	2.7
การแบ่งปันกำไร(ขาดทุน)						
ส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	36,342,083	1.7	220,102,774	34.7	7,752,331	2.7
ส่วนที่เป็นของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	8,809,235	0.4	-	-	-	-
	45,151,318	2.1	220,102,774	34.7	7,752,331	2.7
การแบ่งปันกำไร(ขาดทุน) เบ็ดเสร็จรวม						
ส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	41,213,642	1.9	220,418,461	34.8	7,752,331	2.7
ส่วนที่เป็นของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	8,809,235	0.4	-	-	-	-
	50,022,877	2.3	220,418,461	34.8	7,752,331	2.7
กำไร(ขาดทุน)ต่อหุ้น						
กำไร(ขาดทุน)ต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน	0.11		0.68		0.24	

1.3 งบกระแสเงินสดรวม

	31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 บาท	31 ธันวาคม พ.ศ. 2557 บาท	31 ธันวาคม พ.ศ. 2556 บาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน			
กำไร(ขาดทุน)ก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	59,914,452	220,213,309	8,712,331
รายการปรับปรุง			
ค่าเสื่อมราคา	133,134,252	29,897,902	893,227
ค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	26,550,786	13,746,509	-
ดอกเบี้ยรับ	(1,324,945)	(3,054,024)	(4,558,390)
เงินปันผลรับ	-	(230,500)	(263,000)
ขาดทุนที่ยังไม่เกิดขึ้นจากเงินลงทุนชั่วคราว	1,200,500	821,554	2,232,500
(กลับรายการ)ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	(15,550,209)	2,275,899	-
ค่าเผื่อสินค้าล้าสมัย(กลับรายการ)	2,539,418	19,235	123,961
(กำไร)ขาดทุนจากการจำหน่ายที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	(2,964,357)	88,484	-
ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	261,641	369,244	-
ประมาณการภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	6,930,584	2,921,787	(4,660,037)
ต้นทุนทางการเงิน	76,282,306	27,734,217	-
กำไรจากการลดสัดส่วนในบริษัทร่วม	-	(144,358,053)	-
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและการร่วมค้า	(105,676,720)	(154,276,980)	3,905,412
	181,297,708	(3,831,417)	6,386,004
การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน			
- ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	45,085,247	48,077,399	(43,562,990)
- สินค้าคงเหลือ	176,042	(6,260,878)	(12,812)
- รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และคอนเสิร์ตระหว่างผลิต	(472,113)	(32,072,782)	47,976,756
- สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	11,766,934	(19,591,271)	3,131,119
- เงินฝากธนาคารที่ติดภาระค้ำประกัน	(853,000)	10,000,000	-
- ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า	694,321	1,385,422	13,845,422
- สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	18,195,522	(5,500,099)	219,229
- เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	35,476,567	29,338,835	10,986,319
- รายได้รับล่วงหน้า	(35,079,237)	22,939,080	(10,030,215)
- ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	20,298,978	19,067,824	1,924,738
- หนี้สินหมุนเวียนอื่น	(8,525,463)	2,492,073	4,858,150
- ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	(267,687)	(337,320)	(1,282,929)
- หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	(1,427,988)	4,662,806	-
กระแสเงินสดได้มาจาก(ใช้ไปใน)กิจกรรมดำเนินงาน	266,365,831	70,369,672	21,978,791
ดอกเบี้ยจ่าย	(76,991,384)	(26,426,683)	-
จ่ายภาษีเงินได้	(30,922,589)	(4,413,573)	(5,186,857)
เงินสดสุทธิได้มาจาก(ใช้ไปใน)กิจกรรมดำเนินงาน	158,451,858	39,529,416	16,791,934

	31 ธันวาคม พ.ศ. 2558	31 ธันวาคม พ.ศ. 2557	31 ธันวาคม พ.ศ. 2556
	บาท	บาท	บาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน			
ดอกเบี้ยรับ	1,235,069	3,113,804	5,732,043
เงินปันผลรับ	-	230,500	263,000
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อเงินลงทุนชั่วคราว	(35,000,000)	(56,000,000)	-
เงินสดรับจากการขายเงินลงทุนชั่วคราว	32,000,000	48,052,223	116,688,398
เงินสดรับคืนจากเงินให้กู้ยืมระยะสั้น			
แก้อกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	16,626,088	-	-
เงินสดให้กู้ยืมระยะสั้น			
แก้อกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	(3,333,150)	-	-
เงินสดจ่ายสำหรับเงินลงทุนในบริษัทร่วม	-	(85,800,000)	(104,735,000)
เงินสดจ่ายสำหรับเงินลงทุนในบริษัทย่อย	(357,250,336)	(1,144,755,063)	-
เงินสดรับจากการขายที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	29,156,182	11,700	-
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	(223,612,021)	(6,290,479)	(2,371,216)
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(2,142,548)	(830,885)	-
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(542,320,716)	(1,242,268,200)	15,577,225
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน			
เงินเบิกเกินบัญชีธนาคาร	5,513,226	-	-
เงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	70,000,000	-	-
เงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	3,500,000	-	-
เงินสดจ่ายคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจากกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	-	-	-
เงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	933,272,772	1,335,215,980	-
เงินสดจ่ายคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	(572,242,081)	(62,026,804)	-
เงินปันผลจ่าย	(41,610,765)	(16)	-
จ่ายคืนหนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน	(6,279,389)	(2,367,234)	-
เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมจัดหาเงิน	392,153,763	1,270,821,926	-
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น(ลดลง)สุทธิ	8,284,905	68,083,142	32,369,159
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นปี	151,235,392	83,152,249	50,467,403
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดสิ้นปี	159,520,297	151,235,391	82,836,562
รายการที่ไม่ใช่เงินสด			
รายการที่ไม่ใช่เงินสดที่มีสาระสำคัญสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม มีดังนี้			
เงินปันผลค้างรับ	-	-	-
การซื้ออุปกรณ์โดยสัญญาเช่าการเงิน	-	3,330,000	7,509,503
การซื้อเงินลงทุนในบริษัทย่อยซึ่งยังไม่ได้ชำระเงิน	-	223,052,900	-