

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจผลิตและให้บริการผลิตรายการโทรทัศน์ รับผิดชอบงานอีเว้นท์ และจำหน่ายหนังสือที่สืบเนื่องจากการทำรายการโทรทัศน์ โดยบริษัทมุ่งหวังที่จะสร้างสรรค์ความสนุกและความสุขที่สอดแทรกสาระ ความรู้ และคติเตือนใจให้กับผู้ชมรายการ ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมากว่า 22 ปี บริษัทได้ผลิตรายการหลากหลายประเภทเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชม อาทิ ละครดราม่า (Drama) ละครซิตคอม (Sit Com) เกมโชว์ (Game Show) วาไรตี้โชว์ (Variety Show) ทอล์กโชว์ (Talk Show) และสารคดี (Documentary) เป็นต้น โดยรายการดังกล่าวถูกถ่ายทอดผ่านสถานีชั้นนำต่างๆ อาทิ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 และสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 หรือโมเดิร์นไนน์ทีวี รวมถึงสถานีดาวเทียม และช่องทีวีดิจิทัลต่างๆ ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทได้รับรางวัลต่างๆ มากมายที่ถือเป็นเครื่องยืนยันคุณภาพการผลิตรายการของบริษัทได้เป็นอย่างดี อาทิ รางวัลเมขลา รางวัลมณีเมขลา และรางวัลโทรทัศน์ทองคำ เป็นต้น

บริษัทมีรายได้หลักจาก 1) รายได้ค่าโฆษณา ซึ่งเกิดจากธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ โดยมีกลุ่มลูกค้าหลัก 2 กลุ่ม ได้แก่ ตัวแทนบริษัทโฆษณา (Agency) และผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค และผู้ให้บริการในธุรกิจบริการต่างๆ ที่ต้องการทำประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ (Direct Customer) โดยติดต่อเข้ามายังบริษัทโดยตรง เพื่อซื้อเวลาในช่วงรายการที่บริษัทเป็นผู้ผลิต 2) รายได้จากการให้บริการ ซึ่งเกิดจากการรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์และงานอีเว้นท์ (Event) โดยมีกลุ่มลูกค้า 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มลูกค้าเจ้าของสถานี และกลุ่มลูกค้าบริษัทเอกชนที่ดำเนินธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ รวมถึงหน่วยงานราชการที่ต้องการว่าจ้างผลิตรายการ และ 3) รายได้จากการผลิตและจำหน่ายหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊ก ขายสื่อโฆษณา ทั้งนี้ บริษัทมีสตูดิโอสำหรับถ่ายทำรายการ 1 แห่ง จำนวน 2 สตูดิโอและมีแผนที่จะก่อสร้างสตูดิโอแห่งใหม่เพิ่มเติมเพื่อรองรับการขยายตัวของบริษัท ซึ่งปัจจุบันบริษัทได้ลงทุนซื้อที่ดินสำหรับเป็นที่ตั้งสตูดิโอแห่งใหม่เป็นที่เรียบร้อยแล้ว (รายละเอียดเพิ่มเติมส่วนที่ 2.2 การประกอบธุรกิจ หัวข้อที่ 6 โครงการในอนาคต)

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2557 บริษัทได้ดำเนินการจัดโครงสร้างกลุ่มเพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต และเตรียมความพร้อมในการนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยเข้าซื้อหุ้นของ บริษัท 2 บริษัทจากผู้ถือหุ้นเดิม ซึ่งเป็นบุคคลเกี่ยวข้องของบริษัท โดยภายหลังการดำเนินการดังกล่าว ทำให้บริษัทมีบริษัทย่อย 2 บริษัท ได้แก่ 1) บริษัท ศรีเอทีส มีเดีย จำกัด (CMED) ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตและรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ โดยเน้นผลิตรายการที่ซื้อลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ (International Format) โดยบริษัทเข้าถือหุ้นใน CMED คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียน CMED และ 2) บริษัท อีเอ็ม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (EM) ซึ่งดำเนินธุรกิจบริหารศิลปิน โดยบริษัทเข้าถือหุ้นใน EM คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียน EM โดยการดำเนินการดังกล่าว ถือเป็นความร่วมมือรวมธุรกิจภายใต้การควบคุมเดียวกัน บริษัทจึงได้จัดทำงบการเงินรวมเสมือนสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556 และ 2555 ซึ่งได้รับการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีของบริษัท เพื่อนำมาแสดงเปรียบเทียบ โดยถือเสมือนว่า CMED และ EM เป็นบริษัทย่อยของบริษัทมาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2555 โดยงบการเงินรวมสำหรับงวดบัญชีปี 2555 ปี 2556 และงวดบัญชีปี 2557 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2557 ได้รวมผลการดำเนินงานของ CMED และ EM สำหรับงวดบัญชีนั้นๆ ไว้แล้ว ดังนั้น เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการพิจารณาข้อมูลทางการเงินของกลุ่มบริษัท การนำเสนอข้อมูลสำหรับงวดบัญชีปี 2555 ปี 2556 จึงเป็นการนำเสนอข้อมูลจากงบการเงินรวมเสมือน ซึ่งเกิดจากการรวมธุรกิจภายใต้การควบคุมเดียวกัน และงวดบัญชีปี 2557 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2557 นำเสนอผ่านข้อมูลจากงบการเงิน

รวมภายหลังการจัดโครงสร้างกลุ่มแล้วเสร็จ ที่สะท้อนให้เห็นถึงฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของทั้งกลุ่มบริษัท ได้แก่ บริษัท CMED และ EM

2.1 โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อย

บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้จากการดำเนินธุรกิจ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) รายได้ค่าโฆษณา ซึ่งเกิดจากธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ 2) รายได้จากการให้บริการ ซึ่งเกิดจากธุรกิจให้บริการ อาทิ รับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ รับจ้างจัดงานอีเวนต์ (Event) 3) รายได้จากการบริหารศิลปิน และ 4) รายได้ผลิตและจำหน่ายหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊คโดยในปี 2555 ถึงปี 2557 มีโครงสร้างรายได้แสดงดังตาราง

ประเภทรายได้	งบการเงินรวม (ตรวจสอบ)					
	จากการรวมธุรกิจภายใต้การควบคุมเดียวกัน					
	สิ้นสุด 31 ธ.ค. 55		สิ้นสุด 31 ธ.ค. 56		สิ้นสุด 31 ธ.ค. 57	
รายได้ค่าโฆษณา	327.82	78.05%	375.51	79.10%	321.93	74.11%
รายได้จากการให้บริการ	86.08	20.49%	87.86	18.51%	107.65	24.78%
รายได้จากการบริหารศิลปิน	-	0.00%	4.59	0.97%	3.14	0.72%
รายได้จากการขายหนังสือ	0.41	0.10%	0.25	0.05%	0.12	0.03%
รวมรายได้	414.31	98.64%	468.20	98.62%	432.84	99.64%
รายได้อื่น	5.70	1.36%	6.54	1.38%	1.58	0.36%
รายได้รวม	420.01	100.00%	474.74	100.00%	434.43	100.00%

หมายเหตุ : - รายได้ค่าโฆษณา และรายได้จากการให้บริการ เกิดจากการผลิตรายการโทรทัศน์ และการรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์และการรับจ้างจัดงานอีเวนต์ (Event) หรือกิจกรรม โดยรายได้ค่าโฆษณา และรายได้จากการให้บริการรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์เกิดขึ้นในนามของบริษัทและ CMED โดยบริษัทรับงานผลิตและรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ทุกประเภท ในขณะที่ CMED เน้นรับงานผลิตและรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ที่ซื้อลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ (International Format) (รายละเอียดเพิ่มเติมหัวข้อ 2.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ และส่วนที่ 2.4 ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน หัวข้อที่ 16 การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ)

- รายได้จากการบริหารศิลปิน เป็นรายได้ที่เกิดขึ้นในนาม EM เป็นส่วนใหญ่ โดยในปี 2556 และปี 2557 บริษัทมีรายได้จากการบริหารศิลปินเท่ากับ 4.59 ล้านบาท และ 3.14 ล้านบาท ซึ่งเกิดจากศิลปินภายใต้สังกัดบริษัท และ EM ไปรับงาน ซึ่งศิลปินบางส่วนภายใต้สังกัด EM รับงานผ่านทางบริษัท

- รายได้จากการขายหนังสือ หมายถึง รายได้ที่เกิดจากการผลิตและจำหน่ายหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊ค อาทิ หนังสือกึ่งรอบกึ่งหนังสือกึ่งเดี่ยวรอบกึ่ง และหนังสือซีดีรอบกึ่ง เป็นต้น โดยรายได้ดังกล่าวเกิดขึ้นในนามบริษัท

- รายได้อื่น ประกอบด้วย รายได้ค่าเช่าและค่าบริการพื้นที่ในห้างสรรพสินค้า รายได้จากการจำหน่ายค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า ดอกเบี้ยรับ รายได้จากการจำหน่ายอุปกรณ์ประกอบฉากและอุปกรณ์สำนักงาน และรายได้จากเงินปันผลรับจากเงินลงทุนระยะยาว ทั้งนี้ ในปี 2555 ถึงปี 2556 บริษัทมีรายได้ค่าเช่าและค่าบริการพื้นที่ในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งเท่ากับ 3.17 ล้านบาท และ 2.66 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งเกิดจากการได้รับสิทธิการเช่าพื้นที่ของห้างสรรพสินค้า และนำมาปล่อยเช่าให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารรายหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นบุคคลเกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการ และผู้บริหารของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทได้ขายสิทธิการเช่าดังกล่าวให้กับผู้ประกอบการร้านค้าดังกล่าวในช่วงปลายไตรมาสที่ 3 ปี 2556 ซึ่งทำให้เกิดกำไรจากการจำหน่ายค่าเช่าจ่ายล่วงหน้าจำนวน 1.15 ล้านบาท

2.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

จากโครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยข้างต้น สามารถสรุปลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มบริษัทออกเป็น 4 ประเภทแยกตามโครงสร้างรายได้ ได้แก่ 1) รายได้ค่าโฆษณา 2) รายได้จากกรอให้บริการ 3) รายได้จากการบริหารศิลปิน และ 4) รายได้ที่เกิดจากการผลิตและจำหน่ายหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊ก ซึ่งสามารถอธิบายลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการแต่ละประเภทได้ ดังนี้

1. รายได้ค่าโฆษณา

รายได้ค่าโฆษณาเป็นรายได้ที่เกิดขึ้นในนามของบริษัทและ CMED โดยบริษัทและ CMED จะเช่าช่วงเวลาจากทางสถานีหรือช่องโทรทัศน์ต่างๆ เพื่อออกอากาศรายการที่ผลิต ซึ่งรายการที่บริษัทผลิตจะเป็นรายการที่มีลิขสิทธิ์เป็นของบริษัทเอง ในขณะที่รายการที่ CMED ผลิต จะเป็นรายการที่ CMED ซื้อลิขสิทธิ์มาจากต่างประเทศ ซึ่งรูปแบบการผลิตจะไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ยกเว้นได้รับการอนุมัติจากเจ้าของลิขสิทธิ์ โดยช่วงเวลาที่บริษัท และ CMED ซื้อจากสถานีเพื่อออกอากาศ จะมีเวลาช่วงหนึ่งที่ถูกนำมาสร้างรายได้ โดยการขายเวลาออกอากาศให้กับลูกค้าที่ต้องการโฆษณาโปรโมทสินค้าและบริการ โดยรูปแบบการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่สถานีจะมีความแตกต่างกันไปตามเงื่อนไขที่กำหนด อาทิ จ่ายค่าเช่าช่วงเวลาออกอากาศ จ่ายค่าตอบแทนโดยให้ส่วนแบ่งรายได้จากค่าโฆษณา (Revenue Sharing) หรือจ่ายค่าตอบแทนโดยแบ่งช่วงเวลาในการขายโฆษณาให้สถานีนำไปขายเอง (Time Sharing) เป็นต้น ซึ่งบริษัทจะมีรายได้ก็ต่อเมื่อรายการที่บริษัทผลิตได้ออกอากาศทางสถานีเท่านั้น ซึ่งลูกค้าจะทำการตรวจสอบการออกอากาศของรายการที่ซื้อเวลาลงโฆษณา ร่วมกับเอกสารข้อมูลที่บริษัทจัดส่งให้เป็นหลักฐานการออกอากาศ อาทิ เทปหรือซีดีบันทึกรายการ เป็นต้น ทั้งนี้ ปัจจุบันบริษัทและ CMED มีรายการที่ผลิตและออกอากาศจำนวน 5 รายการ โดยแบ่งรายการเป็น 5 ประเภท ได้แก่

- 1) เกมโชว์ (Game Show) ได้แก่ รายการโทรทัศน์ซึ่งมีรูปแบบที่น่าแซ่กซ์เรียม ซึ่งอาจเป็นนักแสดงหรือผู้ชมจากที่บ้าน มาร่วมเล่นเกมเปิดป้าย หรือทายปัญหาในทุกๆ รูปแบบ อาทิ ปัญหาในเชิงวิชาการ ปัญหาเชาว์ รวมถึงการเสี่ยงโชค เพื่อรับรางวัลและเงินรางวัลต่างๆ
- 2) คอนเทสต์โชว์ (Contest Show) ได้แก่ รายการโทรทัศน์ที่มีรูปแบบเป็นการแข่งขันประกวดความสามารถของผู้ชมที่บ้านที่เข้ามาร่วมแสดงความสามารถ ตามลักษณะการแข่งขันที่กำหนดเพื่อรับรางวัลและเงินรางวัลต่างๆ
- 3) เดตติ้งเกม (Dating Game) ได้แก่ รายการที่มีลักษณะเป็นรายการผู้ร่วมรายการทั้งฝ่ายชายและฝ่ายหญิงมีสิทธิ์ตัดสินใจที่จะออกเดทซึ่งกันและกัน
- 4) วาไรตี้โชว์ (Variety Show) หรือวาไรตี้ทอล์คโชว์ (Variety Talk Show) ได้แก่ รายการที่มีลักษณะพิธีกรหลักจะนั่งสนทนากับแซ่กซ์เรียมในประเด็นที่แตกต่างและหลากหลาย
- 5) ละครซิทคอม (Sitcom) ได้แก่ รายการที่มีลักษณะ เป็นละครตลกเบาสมองที่ตัวละครในเรื่องจะได้พบเจอกับสถานการณ์ที่ไม่คาดฝันแตกต่างกันไปในแต่ละตอน

ตารางแสดงรายละเอียดรายการที่ออกอากาศของบริษัทและ CMED ณ ปัจจุบัน


รายการ	ประเภทและรายละเอียดรายการ		สถานีออกอากาศ	การจ่ายค่าตอบแทน	วัน / เวลาออกอากาศ	
	ประเภทรายการ	รูปแบบรายการ				
ในนามบริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน)						
1. มาสเตอร์คีย์ เวทีแจ้เกิด (Master Key)		คอนเทนต์โชว์	การแข่งขันที่มุ่งเน้นความบันเทิงในรูปแบบการประกวดร้องเพลง	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	การแบ่งเวลาโฆษณากับทางสถานี (Time Sharing)	ทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ เวลา 10.10 - 10.35 น.
2. หลวงตามหาชน*		ละครซีทีคอม	ละครสร้างสรรค์สังคมให้ข้อคิดในการดำเนินชีวิต โดยสอดแทรกหลักคำสอนทางศาสนา	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และทีวีดิจิตอลช่อง 3 Family	การแบ่งเวลาโฆษณากับทางสถานี (Time Sharing)	<ul style="list-style-type: none"> ■ ช่อง 3 : ทุกวันเสาร์ เวลา 08.45- 09.15 น. ■ ช่อง 3 Family (33 SD) : ทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ เวลา 19.30 - 20.00 น.
3. แฟมิลี่ไฟท์ติ้ง เกมซ่าท้ายกบ้าน**		เกมโชว์	ท้าประลองความสามารถในการเล่นเกมส์ต่างๆ ระหว่างครอบครัวทายันักแสดงและผู้ชมทางบ้าน เพื่อชิงเงินรางวัล	สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5	จ่ายค่าเช่าสถานี	<ul style="list-style-type: none"> ■ ทุกวันอังคาร เวลา 20.20 - 20.50 น.
ในนามบริษัท ศรีเอทีเอส มีเดีย จำกัด (CMED)						
1. เทค มี เอาท์ (ไทยแลนด์) (Take Me Out Thailand)		เดตติ้งเกม	รายการ International Format ที่ซื้อลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ กับรูปแบบรายการสำหรับคนโสดครั้งแรกของเมืองไทย เพื่อหาคนที่ใช่สำหรับเค้าและเธอ	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	การแบ่งรายได้ค่าโฆษณากับทางสถานี (Revenue Sharing)	ทุกวันเสาร์ เวลา 14.00 – 14.45 น.

หมายเหตุ : * รายการหลวงตามหาชนที่ออกอากาศผ่านช่อง 3 Family (33 SD) เป็นการนำเทปบันทึกการมาออกอากาศซ้ำ (Re-Run) ซึ่งบริษัทมีรายได้จากการขายโฆษณาในช่วงการออกอากาศ

** รายการแฟมิลี่ไฟท์ติ้ง ออกอากาศซ้ำทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

- บริษัทและ CMED ไม่มีการลงนามสัญญาการใช้เวลากับทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เนื่องจากเป็นแนวทางปฏิบัติของทางสถานี ทั้งนี้ บริษัทและ CMED จะจัดส่งตารางแผนการออกอากาศโฆษณาในตอนนั้นๆ ของรายการให้ทางสถานี เพื่อเป็นการยืนยันแผนการออก Spot โฆษณาของลูกค้า โดยมียอดรวมของเวลาโฆษณาตามที่ตกลงกัน ทั้งนี้ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทและ CMED ไม่เคยถูกยกเลิกการผลิตรายการหรือยกเลิกการออกอากาศจากสถานีดังกล่าว

ตารางแสดงรายการโทรทัศน์ของบริษัทและ CMED ที่เคยออกอากาศในปี 2555 ถึงปี 2557

รายการ	ประเภทและรายละเอียดรายการ		สถานีออกอากาศ	วัน / เวลาออกอากาศ	
	ประเภทรายการ	รูปแบบรายการ			
ในนามบริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน)					
1. ขวัญเงินล้าน		เกมโชว์	ตอบปัญหาเชิงวิชาการและความรู้รอบตัว โดยเชิญดาราและนักแสดงร่วมรายการ เพื่อชิงเงินรางวัล	สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5	ปี 2555 ถึงเดือนสิงหาคม 2557 ออกอากาศทุกวัน อังคาร เวลา 22.30 – 23.30 น.

รายการ		ประเภทและรายละเอียดรายการ		สถานีออกอากาศ	วัน / เวลาออกอากาศ
		ประเภทรายการ	รูปแบบรายการ		
2. วูเม้นวอยซ์ : คนไหน..หัวใจเลือก (Women's Voice)		เกมโชว์	นักแสดงชาย 3 ท่าน ในฐานะตัวแทนสุภาพบุรุษ ต อ บ ค ำ ถ ำ ม จ ำ ก สถานการณ์ต่างๆ เพื่อหาผู้ชายที่ใช้สำหรับผู้หญิง	สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี	ปี 2556 ถึงเดือนมกราคม 2557 ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 16.00 – 17.00 น.
3. แฟมิลี่ ไฟท์ติ้ง เกมซ่าท้ายกบ้าน		เกมโชว์	ท้าประลองความสามารถในการเล่นเกมต่างๆ ระหว่างครอบครัวทายนักแสดงและผู้ชมทางบ้านเพื่อชิงเงินรางวัล	สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี	ปี 2557 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 16.00 – 17.00 น.
4. สาวแซ่ด Z Generation (ปัจจุบันช่วงเวลาออกอากาศ เป็นของรายการแอทไนน์ วาไรตี้ ซึ่งเกิดจาก ทางเราขอเปลี่ยนแปลงรูปแบบ)		วาไรตี้โชว์	รายการที่ให้สาระและความบันเทิงหลากหลายรูปแบบ อาทิการสัมภาษณ์แขกรับเชิญ นำเที่ยว และชิมอาหาร เป็นต้น	สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5	ปี 2555 ออกอากาศทุกวันพฤหัสบดี เวลา 23.30 – 24.00 น.
5. หน้ากากทองคำ		เกมโชว์	รายการหน้ากากทองคำเป็นรายการเกมโชว์ที่จะให้ผู้แข่งขันจากทางบ้านเปิดหน้ากากและตอบคำถามปริศนาภายใต้หน้ากากให้ถูกต้องเพื่อชิงรางวัลอย่างมากมาย	สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี	ปี 2555 ออกอากาศทุกวันพุธ เวลา 22.45 -23.35 น.
6. คู่รักต่างซั้ว		ละครซิตคอม	ละครซิตคอมเรื่องราวชีวิตคู่รักที่ต่างกันคนละซั้ว	สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี	ปี 2555 ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 13.25 – 14.25 น.
7. แสบจิวป่วนหัวใจ		ละครซิตคอม	เรื่องราวการตามความฝันของชมพู่และมิว ที่มีสองตัวป่วนมาช่วยทำให้เรื่องมันทั้งป่วนและแสบยิ่งขึ้น	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และทีวี่ดิจิตอลช่อง 3 SD	ปี 2555 ออกอากาศทุกวันจันทร์ ถึงพุธเวลา 18.00 – 18.30 น.
8. บ้านอุ่นอุ่นไอรัก		ละครซิตคอม	ละครสร้างสวรรค์สังคม เน้นส่งเสริมการสร้างความรักภายในครอบครัว	ทีวี่ดิจิตอลช่อง 3 Family	ปี 2557 Re-runช่อง 3 Family (33 SD) ทุกวันอาทิตย์ เวลา 16.00 – 17.00 น.

รายการ	ประเภทและรายละเอียดรายการ		สถานีออกอากาศ	วัน / เวลาออกอากาศ	
	ประเภทรายการ	รูปแบบรายการ			
9. แอท์ไนท์ วาไรตี้ (At Night Variety)		วาไรตี้โชว์	รายการที่ให้สาระและความบันเทิงหลากหลายรูปแบบ อาทิการสัมภาษณ์แขกรับเชิญ นำเที่ยว และชิมอาหาร เป็นต้น	สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5	ปี 2557 ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 23.30 – 24.00 น.
ในนามบริษัท ศรีเอทีเอส มีเดีย จำกัด (CMED)					
1. แดนซ์ ยั้ว เฟท ออฟ (Dance Your Fat Off)*		เกมโชว์	เกมโชว์แข่งขันเต้น พร้อมกับการแข่งขันลดน้ำหนักของผู้ร่วมแข่งขัน	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	ปี 2556, 2557 เดือนมีนาคม-พฤษภาคม ออกอากาศทุกวันทุกวันเสาร์ เวลา 17.30-19.00 น.

หมายเหตุ: * ปัจจุบัน CMED ได้เจรจาเบื้องต้นกับเจ้าของลิขสิทธิ์รายการแดนซ์ ยั้ว เฟท ออฟ เพื่อผลิตเป็นซีซั่นที่ 3 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยได้ลงนามสัญญาการให้สิทธิ์ในการเป็นผู้ผลิตในไตรมาสที่ 4 ปี 2557 เรียบร้อยแล้ว และคาดว่าจะออกอากาศในเดือนกรกฎาคม 2558 นี้

2. รายได้จากบริการ


รายได้จากการให้บริการ เกิดจากการดำเนินงานจาก 2 ส่วน ได้แก่ 1) การรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งเกิดในนามบริษัท และ CMED และ 2) การรับจ้างจัดกิจกรรม (Event) ซึ่งเกิดในนามของบริษัท

2.1 รายได้จากบริการรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์

บริษัทและ CMED มีรายได้จากการรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งลิขสิทธิ์รายการที่รับจ้างผลิตจะเป็นของผู้ว่าจ้าง โดยบริษัทรับจ้างผลิตรายการให้กับผู้ว่าจ้างทั่วไป อาทิ สถานีโทรทัศน์ บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ และหน่วยงานราชการที่ต้องการว่าจ้างผลิตรายการ โดยบริษัทและ CMED ได้รับรายได้ในรูปแบบค่าจ้างจากค่าออกแบรายการและค่าจ้างผลิตเป็นรายตอน (ไม่เกี่ยวกับการออกอากาศ) ทั้งนี้ รูปแบบของรายได้จากการรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) รับจ้างออกแบบและผลิตรายการ และ 2) รับจ้างผลิตรายการ

2.1.1 รับจ้างออกแบบและผลิตรายการ

การรับจ้างออกแบบ และ ผลิตรายการ บริษัทมีหน้าที่ออกแบบรูปแบบรายการตามคอนเซ็ป (Concept) ที่ได้รับจากลูกค้า รวมถึงผลิตรายการตามรูปแบบที่นำเสนอและได้รับการอนุมัติจากลูกค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยบริษัทจะตกลงกับลูกค้าเพื่อกำหนดจำนวนตอนที่ผลิต เพื่อกำหนดค่าจ้างผลิตที่ชัดเจน โดยปัจจุบัน บริษัทและ CMED มีรายการที่รับจ้างออกแบบและผลิตรายการจำนวนทั้งสิ้น 2 รายการ ดังนี้

รายการ	ผู้ว่าจ้าง	ประเภทและรายละเอียดรายการ		สถานีออกอากาศ	วัน/เวลาออกอากาศ	
		ประเภทรายการ	รูปแบบรายการ			
ในนามบริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน)						
1. แต่งเจียบ ดี วาไรตี้ 3 ฝ่าย		บริษัท มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด	วาไรตี้ทอล์คโชว์	สนทนาไปกับ 3 พิธีกร แต่ง เจียบ ดี 3 ศิลปินของวงการดนตรีไทยที่มาร่วมตัวครั้งแรกบนหน้าจอทีวี	PPTV ดิจิตอลทีวี ช่อง 36 ดาวเทียม ช่อง 46	ทุกวันอาทิตย์ เวลา 22.10 – 23.10 น.

รายการ	ผู้ว่าจ้าง	ประเภทและรายละเอียดรายการ		สถานีออกอากาศ	วัน/เวลาออกอากาศ	
		ประเภทรายการ	รูปแบบรายการ			
2. ทางผ่านกามเทพ*		บริษัท บางกอก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	ละคร	ละครโรแมนติกดราม่า	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	ยังไม่มีกำหนดการออกอากาศ

หมายเหตุ: *ได้เริ่มดำเนินการถ่ายทำละคร โดยกำหนดการออกอากาศขึ้นอยู่กับทางสถานีเนื่องจากเป็นรายการที่บริษัทรับจ้างผลิต

2.1.2 รับจ้างผลิตรายการ

การรับจ้างผลิตรายการ บริษัทและ CMED จะเป็นผู้ผลิตรายการตามรูปแบบและคอนเซ็ปต์รายการที่ได้รับจากลูกค้า ทั้งนี้ รายการที่บริษัทรับจ้างผลิตจะเป็นรายการที่มีรูปแบบหลากหลาย ทั้งละคร เกมโชว์ วาไรตี้ ทอล์คโชว์ ฯลฯ ในขณะที่ CMED เน้นรับจ้างผลิตรายการที่มีรูปแบบเป็น International Format หรือรายการที่ผู้ว่าจ้างเป็นผู้ซื้อลิขสิทธิ์รายการจากต่างประเทศ ซึ่งรายการในลักษณะ International Format จะมีรูปแบบและคอนเซ็ปต์ที่แน่นอน ชัดเจน และไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้หากไม่ได้รับการอนุมัติจากผู้ว่าจ้าง ซึ่งบริษัทได้รับค่าตอบแทนตามจำนวนตอนผลิตที่ตกลงกัน ทั้งนี้ ปัจจุบันบริษัทและ CMED มีรายได้จากการให้บริการในรูปแบบรับจ้างผลิตให้กับบุคคลภายนอก จำนวน 2 รายการ ดังนี้

รายการ	ผู้ว่าจ้าง	ประเภทและรายละเอียดรายการ		สถานีออกอากาศ	วัน/เวลาออกอากาศ	
		ประเภทรายการ	รูปแบบรายการ			
ในนามบริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน)						
1. Who's asking		บริษัท ทริปเปิล วี บรอดคาสท์ จำกัด	เกมโชว์	เกมตอบคำถามเพื่อชิงเงินรางวัล	ดิจิตอลไทยรัฐ	ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 16.00 – 17.00 น.
2. HIDDEN SINGER THAILAND เสียงลับ จับไมค์*		บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน)	เกมโชว์	รายการเกมสโว์ร้องเพลงรูปแบบใหม่	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 19.00 – 20.00 น.

หมายเหตุ: *ได้เริ่มดำเนินการถ่ายทำละคร

- รายการ Who's Asking อยู่ระหว่างการลงนามสัญญาระหว่างสถานีกับบริษัท ซึ่งคาดว่าจะได้รับสัญญาภายในเดือนเมษายน 2558 นี้

ตารางแสดงรายการโทรทัศน์ที่บริษัทและ CMED รับจ้างออกแบบและผลิต และรับจ้างผลิตรายการ ที่เคยออกอากาศในปี 2555 ถึงปี 2557

รายการ	ประเภทและรายละเอียดรายการ		สถานีออกอากาศ	วัน / เวลาออกอากาศ
	ประเภทรายการ	รูปแบบรายการ		
ในนามบริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน)				
1. ตะวันบ้านทุ่ง		ละคร	เรื่องราวความรักระหว่างนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรประจำตำบล และคุณหมอ	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ปี 2556 ออกอากาศทุกวัน ทุกวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 18.45 - 20.00 น.
2. สะใภ้ซ่าส์ แม่ย่าเฮี้ยน		ละคร	เรื่องยุ่ง ๆ ของสาวสวยจอมซ่าส์ ที่ตกกระไดพลอยโจน ถูกจับแต่งงานกับชายหนุ่มที่พบหน้าเพียงไม่กี่ครั้ง ทำให้เธอต้องมาอยู่ในบ้านสามี ร่วมกับแม่ย่าสุดเฮี้ยนที่เป็นหัวใจคอกอปปวนกวนใจไม่ให้อมรัก แถมมีแฟนเก่าเป็นก้างขวางศรีสะเก้าจะงัดวิชาอะไรมาสยบให้อยู่หมัด	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ปี 2555 ออกอากาศทุกวัน ทุกวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 18.45 - 20.00 น.
3. ท่านชายในสายหมอก		ละคร	เรื่องราวความรักระหว่างเจ้าชายและหญิงสาวธรรมดา	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ปี 2555 ออกอากาศทุกวัน พุธและพฤหัสบดี เวลา 20.30 - 22.30 น.
4. เลดีบ้านนา		ละคร	เรื่องราวความรักของสาวสวยไฮโซที่ต้องเข้าไปผัวผั้นในคดีฆาตกรรม	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ปี 2554 ออกอากาศทุกวัน จันทร์ - ศุกร์ เวลา 18.30 - 20.00 น.
5. แม่ผัวตะบันไฟ แม่ยายตะไลเพลิง		ละคร	เรื่องราวความรักซุลมุนวุ่นวายเมื่อแม่ผัว และแม่ยายต่างไม่ถูกกัน	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ปี 2554 ออกอากาศทุกวัน จันทร์ - ศุกร์ เวลา 18.30 - 20.00 น.
6. ไทยแลนด์แดนซ์นาว (Thailand Dance Now)		เกมโชว์	เกมโชว์แข่งขันเต้น	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ปี 2556 เดือน ตุลาคม - ธันวาคม ออกอากาศทุกวัน เสาร์ เวลา 17.30- 19.00 น.
7. กาละแมร์		วาไรตี้ทอล์คโชว์	วาไรตี้ทอล์คโชว์ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้คนมองออกจากตัวเอง เห็นคนรอบข้างและกล้าที่จะเริ่มต้นสร้างการเปลี่ยนแปลงให้ตัวเองและสังคม	ช่อง 3 Family หรือดิจิตอลทีวี ช่อง 33 SD ทุกวันเสาร์และวัน อาทิตย์ เวลา 19.00 - 20.00 น.

รายการ	ประเภทและรายละเอียดรายการ		สถานีออกอากาศ	วัน / เวลาออกอากาศ	
	ประเภทรายการ	รูปแบบรายการ			
8. สិងห์สนามหลวง		เกมโชว์	การแข่งขันผ่านการละเล่นแบบไทย ที่เน้นการเล่นเป็นทีม เพื่อชิงเงินรางวัล	ดิจิทัลทีวี ช่องไทยรัฐ	ทุกวันศุกร์ เวลา 22.15 – 23.15 น.
9. แสนดีเดอะซีรีส์		ละครซีทคอม	ละครสร้างสรรค์สังคม เน้นการส่งเสริม	ทรูโฟร์ยู	ทุกวันพฤหัสบดี-วันศุกร์ เวลา 20.15 - 21.25 น.
10. Dawn of Gaia ก้าวใหม่โลกธุรกิจ		รายการสารคดี	รายการธุรกิจอดนิยมาจากญี่ปุ่น นำเสนอเกี่ยวกับเส้นทางสู่ความสำเร็จของนักธุรกิจชาวญี่ปุ่นที่ประสบความสำเร็จ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ชม	ช่อง 3 Family (33 SD)	ทุกวันอาทิตย์ เวลา 23.00 – 24.00 น.

2.2 การรับจ้างจัดกิจกรรม (Event)

ในส่วนของการรับจ้างจัดกิจกรรม (Event) เกิดขึ้นในนามบริษัท ซึ่งบริษัทเสนอบริการรับจ้างจัดอีเวนท์หรือกิจกรรมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน โดยบริษัทมีหน้าที่ในการประสานงานการจัดกิจกรรม วางแผน และควบคุมการดำเนินงานภายใต้รูปแบบและคอนเซ็ปต์ที่ลูกค้ากำหนด ซึ่งรายได้จากการรับจ้างจัดกิจกรรมปัจจุบันถือเป็นรายได้เสริมของบริษัท โดยผลงานในช่วงปี 2555 ถึงปัจจุบันมีดังนี้

ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557
<ul style="list-style-type: none"> - งานบริหารสื่อ ม. ธัญบุรี - งานเทศกาลกินรอบกรุง ปี 3 - คอนเสิร์ต Do for Dad - งานจับขึ้นส่วนคนอร์ - กิจกรรม PEPERMINT ปันจักรยาน 	<ul style="list-style-type: none"> - งานบริหารสื่อ ม. ธัญบุรี - รายการพิเศษคอนเสิร์ตมาสเตอร์คีย์ - รายการพิเศษภารกิจพิชิตฝัน - งาน แต่งเพลงโปรเจกต์นี้ 	<ul style="list-style-type: none"> - งานบริหารสื่อ ม. ธัญบุรี - งานบริหารสื่อ HAFFALE - งาน OTOP - งานบริหารสื่อสำนักพัฒนาเศรษฐกิจจากภาคฐานชีวภาพ - งานบริหารสื่อ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ภาพแสดงการจัดกิจกรรมในช่วงที่ผ่านมา



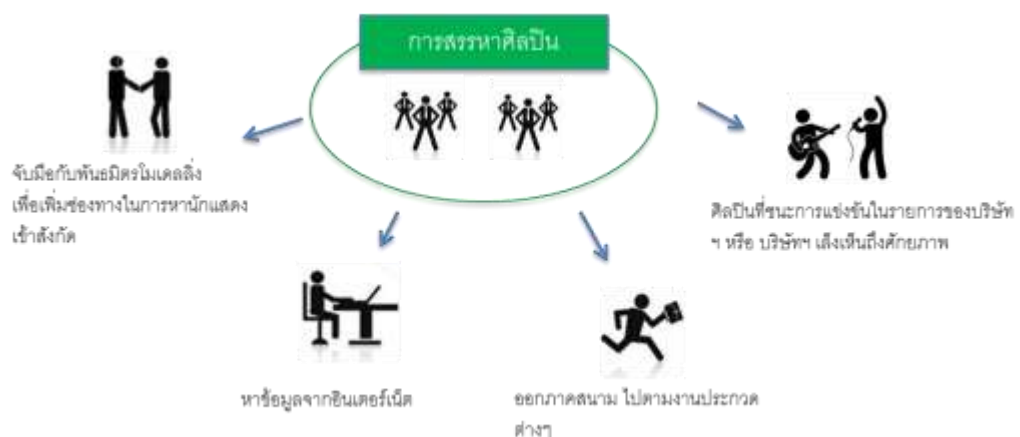


3. รายได้จากการบริหารศิลปิน

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

- **พันธมิตรโมเดลลิง :** บริษัทได้มีการติดต่อเป็นพันธมิตรกับโมเดลลิง โดยโมเดลลิงจะนำศิลปินในสังกัดมาแนะนำให้ทางบริษัท ถ้าทางบริษัทเห็นถึงศักยภาพก็จะตกลงเซ็นสัญญาเป็นนักแสดงในสังกัดของบริษัท ซึ่งทุกครั้งที่มีการจ้างงานจะมีการแบ่งส่วนแบ่งให้ทางโมเดลลิงทุกครั้งตามอัตราส่วนที่ได้ตกลงกันไว้
- **การหาศิลปินจากช่องทางอินเทอร์เน็ต:** ทางทีมสรรหาจะทำการค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยดูจากภาพลักษณะภายนอกก่อนที่จะมีการติดต่อเข้ามาทำการทดสอบหน้ากล้องและเซ็นสัญญาต่อไป
- **การออกภาคสนาม:** ทีมสรรหาจะออกไปตามสถานที่ต่างๆ ที่มีการแข่งขัน หรือประกวดความสามารถต่างๆ เพื่อไปทาบทามผู้ประกวดที่มีลักษณะตรงตามความต้องการ และนำมาทดสอบรวมถึงเซ็นสัญญาในลำดับต่อไป
- **ศิลปินจากรายการของบริษัท:** สรรหาศิลปินจากรายการโทรทัศน์ของบริษัทที่มี โดยผู้ชนะในรายการของบริษัทจะเข้าเป็นศิลปินในสังกัดของบริษัท

ภาพแสดงลักษณะการสรรหาศิลปิน



สำหรับขั้นตอนในการพัฒนาศิลปิน บริษัทและ EM ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพในการแสดงความสามารถทั้งด้านการแสดง และการขับร้อง โดยการพัฒนาศิลปินจะขึ้นอยู่กับลักษณะของสัญญาที่ทำขึ้นระหว่างบริษัทกับศิลปิน โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

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

ทั้งนี้ ปัจจุบันบริษัทและ EM มีศิลปินที่อยู่ภายใต้สังกัดของบริษัทและ EM จำนวน 19 คน และ 9 คน โดยศิลปินทุกคนล้วนมีความสามารถหลากหลาย ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ว่าจ้างได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ ศิลปินในสังกัดบริษัทและ EM จะหมดอายุสัญญาการเป็นศิลปินในสังกัดในปี 2558 จำนวน 6 คน ปี 2559 จำนวน 1 คน และตั้งแต่ปี 2560 ถึงปี 2563 จำนวน 21 คน

4. รายได้จากการขายหนังสือ

รายได้จากการขายหนังสือ คือรายได้ที่เกิดจากการผลิตและจำหน่ายหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊ก โดยเกิดขึ้นในนามบริษัทผ่านสิ่งพิมพ์ภายใต้ชื่อ “Thunder Publishing” ซึ่งในช่วงเริ่มแรกงานสิ่งพิมพ์ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อต่อยอดรายการ “สะบัดช่อ” ซึ่งเป็นรายการโทรทัศน์ของบริษัท โดยหนังสือที่ตีพิมพ์ออกมา เป็นหนังสือประเภทชวนชิมร้านอาหารกรุงเทพฯ ทั้งนี้ ปัจจุบันมีหนังสือที่ตีพิมพ์ออกจำหน่ายทั้งหมด 5 เล่ม ได้แก่

- (1) กินรอบกรุง “อร่อยง่ายจ่ายไม่แพง”
- (2) กินรอบกรุง “อร่อยง่ายจ่ายไม่แพง 2”
- (3) กินรอบกรุง “อร่อยง่ายจ่ายไม่แพง 3”
- (4) กว๋ยเตี๋ยรอบกรุง
- (5) ชีฟู้ดรอบกรุง

นอกจากหนังสือทั้ง 5 เล่มที่สืบเนื่องจากรายการโทรทัศน์ของบริษัทแล้ว บริษัทยังได้มีหนังสืออีก 3 เล่ม ที่มีลักษณะการนำเสนอเกี่ยวกับข้อคิดในการใช้ชีวิต และการแชร์เรื่องราวการใช้ชีวิต ซึ่งตีพิมพ์จำหน่ายในปัจจุบัน ได้แก่

- (1) หนังสือหลากหลายประสบการณ์ หลากความคิด กับชีวิตข้าพเจ้า
- (2) หลากเรื่องราว หลากความคิด กับชีวิตคน
- (3) ชีวิต สัจจะ ปรัชญา
- (4) เข็มไมล์ ชีวิต



โดยในอนาคต การจำหน่ายหนังสือทั้งหมดจะถูกจัดเป็นหนึ่งในกิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ของบริษัท

2.3 การตลาดและการแข่งขัน

2.3.1 นโยบายและลักษณะการตลาด

กลยุทธ์การดำเนินงาน และการตลาด - ธุรกิจผลิตรายการซึ่งก่อให้เกิดรายได้ค่าโฆษณา

- ศึกษาสภาพตลาดและความต้องการของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเมืองไทย

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

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

- คุณภาพของการดำเนินงาน

การดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใด คุณภาพของงานที่นำเสนอออกสู่สายตาของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ โดยบริษัท ทีวี ธันเดอร์ จำกัด (มหาชน) ตระหนักในเรื่องนี้เป็นอย่างดี และให้ความสำคัญกับคุณภาพเป็นลำดับแรกๆ ของการดำเนินงานในทุกภาคส่วน เพราะเหตุว่าธุรกิจสายบันเทิงถือเป็นงานศิลปะที่ต้องใส่ใจในรายละเอียด และองค์ประกอบต่างๆ ต้องอาศัยผู้ที่มีความชำนาญและประสบการณ์ในการวางแผนกระบวนการผลิต การติดตาม ควบคุม และประเมินคุณภาพของการดำเนินงานอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายการเงินที่มีหน้าที่ในการเบิกจ่ายงบประมาณรายการ อาทิ ในส่วนของรายการที่บริษัทเป็นผู้ผลิต งบประมาณจะถูกประเมินและตั้งขึ้นตามความเหมาะสม โดยทีมงานมีหน้าที่ในการบริหารงานให้อยู่ในกรอบของงบประมาณที่ได้ตั้งไว้ ฝ่ายดูแลการผลิตมีหน้าที่ในการดูแลการผลิต องค์ประกอบฉาก กล้อง แสงไฟ สถานที่ถ่ายทำ เพื่อให้ได้มาตรฐานและสามารถตอบโจทยงานนั้นๆ ได้ นอกจากนี้ หลังจากที่มีการถ่าย

ทำเสร็จสิ้นลง ก็ต้องมีทีมติดต่อที่มีความรู้ความชำนาญและประสบการณ์เข้ามาดูแลติดต่อเทปรายการ ผ่านการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการดำเนินงาน เนื่องจากทุกเทปรายการที่ออกสู่สายตาประชาชนสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความใส่ใจ และความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงานของบริษัทได้เป็นอย่างดี

- การนำเสนองานต่อสถานีและการขายโฆษณาของบริษัท

รายได้ค่าโฆษณา ซึ่งเกิดจากการผลิตรายการโทรทัศน์ของบริษัทที่ต้องผ่านความเห็นชอบจากทางสถานีต่างๆ เพื่อขอซื้อเวลาในการออกอากาศ สามารถแบ่งรูปแบบการได้มาของรายการเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) การออกแบบรูปแบบรายการทั้งหมดสำหรับนำเสนอต่อทางสถานีเพื่อซื้อเวลา และ 2) สถานีเป็นฝ่ายแจ้งประเภทรายการที่ต้องการและช่วงเวลาให้กับบริษัท ซึ่งเงื่อนไขของสัญญาแต่ละสถานีจะแตกต่างกันไป อาทิ บริษัทจ่ายเฉพาะค่าเช่าช่วงเวลาออกอากาศ หรือจ่ายค่าตอบแทนโดยให้ส่วนแบ่งรายได้จากค่าโฆษณา (Revenue Sharing) หรือจ่ายค่าตอบแทนโดยแบ่งช่วงเวลาในการขายโฆษณาให้สถานีนำไปขายเอง (Time Sharing) เป็นต้น ซึ่งบริษัทจะมีรายได้ก็ต่อเมื่อรายการที่บริษัทผลิตได้ออกอากาศทางสถานีเท่านั้น เมื่อได้เวลาจากทางสถานีแล้ว ในส่วนการขายโฆษณา บริษัทที่มีทีมขายที่มีศักยภาพในการนำเสนอผลงานของบริษัท และมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ามาอย่างยาวนาน ทั้งกลุ่มลูกค้าประเภทตัวแทนโฆษณาและกลุ่มลูกค้าประเภทเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น ซึ่งบริษัทมีรูปแบบการขายเวลาสำหรับการโฆษณาที่หลากหลาย และลูกค้าสามารถเลือกช่วงเวลาที่ต้องการให้เหมาะสมและสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการโฆษณาได้ อาทิ ซื้อเวลาโฆษณาเฉพาะช่วงเวลาของรายการใดรายการหนึ่ง ผ่านสปีดโฆษณา หรือซื้อเวลาแบบแพ็คเกจที่สามารถประชาสัมพันธ์ได้หลายรูปแบบ ในหลายรายการเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมอย่างกว้างขวาง โดยลูกค้าจะต้องเป็นผู้จัดเตรียมสล็อตโฆษณาสำหรับใช้ในการออกอากาศมาให้บริษัท ซึ่งมีกำหนดเวลาที่ชัดเจนตามที่ตกลงกัน

- การกำหนดราคาและส่งเสริมการขาย

การกำหนดราคาขายเวลาโฆษณาในแต่ละรายการ บริษัทจะพิจารณาราคาอย่างเป็นมาตรฐาน โดยอ้างอิงจากต้นทุนการผลิตรายการ ช่วงเวลาออกอากาศ และความเป็นที่นิยมของรายการ ซึ่งการกำหนดราคาดังกล่าวจะขึ้นอยู่กับ การเจรจาต่อรองลูกค้ากับบริษัทที่อ้างอิงตามราคาตลาดที่สามารถแข่งขันได้เป็นหลัก และกำหนดนโยบายการให้ส่วนลดเงินสด กรณีลูกค้าชำระเงินเร็วกว่ากำหนดเรียกเก็บ และ ส่วนลดคืน (Rebate) ให้กับลูกค้า ซึ่งพิจารณาจากยอดซื้อโฆษณาโดยได้กำหนดอัตราที่แน่นอนในการตกลงกับลูกค้า ในด้านการส่งเสริมการขาย บริษัทมีการจำหน่ายโฆษณาแบบแพ็คเกจซึ่งจะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้นเพราะทำให้ลูกค้าที่มีงบประมาณจำกัดสามารถลงโฆษณาได้หลากหลายรูปแบบในหลายรายการซึ่งจะเพิ่มความยืดหยุ่นและตอบสนองความต้องการของลูกค้าโฆษณาได้มากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์การดำเนินงาน และการตลาด – ธุรกิจให้บริการ

ในส่วนการให้บริการ ทีมตลาดและฝ่ายผลิตมีหน้าที่ในการนำเสนอศักยภาพของบริษัทให้กับกลุ่มลูกค้า ที่ต้องการใช้บริการของบริษัทโดยมีกลยุทธ์ในการดำเนินงานและการตลาด ดังนี้

- ศึกษาความต้องการของลูกค้า

การรับจ้างให้บริการของบริษัทแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ (รับจ้างออกแบบและผลิต และรับจ้างผลิตภายใต้คอนเซ็ปต์ลูกค้า) และรับจัดงานอีเวนต์ (Event) หรือกิจกรรมสื่อประชาสัมพันธ์ และโฆษณาต่างๆ ซึ่งบริษัทจะศึกษากลุ่มเป้าหมาย และความพอใจของผู้ว่าจ้างแต่ละประเภท เพื่อตอบโจทย์การบริการ โดยแบ่งเป็น 3 ลักษณะย่อยตามการดำเนินงาน ดังนี้

- การรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งบริษัทได้รับการว่าจ้างให้ออกแบบและผลิตรายการ ซึ่งการรับจ้างงานในลักษณะนี้ บริษัทต้องทำการศึกษารูปแบบรายการที่ผู้ว่าจ้างต้องการ ไม่ว่าจะประเภทรายการ ซึ่งรวมถึงการให้ข้อเสนอแนะผู้ว่าจ้างเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตรายการ เพื่อให้สอดคล้องกับงบประมาณที่ผู้ว่าจ้างกำหนด ควบคู่ไปกับการให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการถ่ายทำเพื่อให้สอดคล้องกับคอนเซ็ปต์ที่ออกแบบไว้
- การรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งผู้ว่าจ้างเป็นฝ่ายกำหนดคอนเซ็ปต์รายการมาให้ โดยการรับจ้างงานในลักษณะนี้ บริษัทมีหน้าที่ผลิตรายการให้สอดคล้องกับคอนเซ็ปต์รายการที่ผู้ว่าจ้างกำหนดมาให้เป็นหลัก โดยในระหว่างการผลิต บริษัทจะต้องมีการหารือกับผู้ว่าจ้างเกี่ยวกับภาพรวมรายการ ฉาก ระบบแสง และระบบเสียง รวมไปถึงการจัดหานักแสดงและพิธีกรเพื่อให้รายการที่ได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ว่าจ้าง
- การรับจ้างจัดงานอีเวนต์ และบริหารสื่อโฆษณา ในส่วนนี้บริษัท ต้องศึกษาข้อมูลของผู้ว่าจ้างว่ามีความประสงค์จะทำกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ก่อนที่บริษัทจะดำเนินการเข้าเสนอผลงานกับผู้ว่าจ้างเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นได้ โดยในส่วนนี้ บริษัทมีหน้าที่บริหารจัดการงานตั้งแต่งานด้านประชาสัมพันธ์ ออกแบบสื่อโฆษณา ประสานงานหน่วยงานต่างๆ และจัดงาน

- คุณภาพของการดำเนินงาน

การรับจ้างผลิตรายการ ความพอใจของผู้ว่าจ้างถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพการผลิตของบริษัท ซึ่งการตรวจสอบคุณภาพงาน ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทจะมีส่วนร่วมในการตรวจสอบควบคู่ไปกับการแจ้งความคืบหน้าในการผลิตรายการให้แก่ลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวช่วยให้ลูกค้าสามารถบริหารจัดการเวลาและต้นทุนได้เป็นอย่างดี ทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจและใช้บริการของบริษัทอย่างต่อเนื่อง และด้วยคุณภาพการดำเนินงานและผลงานของบริษัทที่เป็นที่ยอมรับยาวนานกว่า 22 ปี ผ่านรายการกว่า 200 รายการโทรทัศน์ที่ออกสู่สายตาประชาชน รวมถึงรายการที่บริษัทผลิตได้รับรางวัลอย่างต่อเนื่อง ถือเป็นสิ่งตอกย้ำถึงคุณภาพ ประสิทธิภาพและความสำเร็จในการดำเนินงานสายธุรกิจบันเทิงได้เป็นอย่างดี จึงสามารถกล่าวได้ว่าความสามารถของบุคลากรและระบบบริหารจัดการของบริษัท เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จอยู่ในสายธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์จวบจนปัจจุบัน นอกจากนี้ จุดยืนของทีมผู้บริหารที่จะผลิตรายการโทรทัศน์ (คอนเทนต์) ที่มีมาตรฐานระดับสากล โดยไม่ลืมนึกที่จะสร้างสรรค์สิ่งดีๆ ตอบแทนให้กับสังคมไปพร้อมๆ กัน ทำให้ทุกฝ่ายในบริษัท มุ่งมั่นเป็นหนึ่งเดียวในการนำเสนอผลงานที่มีคุณภาพออกสู่สาธารณะ

- **การกำหนดราคา**

บริษัทกำหนดราคาสำหรับการให้บริการรับจ้างผลิต โดยพิจารณาจากต้นทุนในการผลิตบวกเพิ่มกำไรส่วนหนึ่ง ทั้งนี้ ส่วนใหญ่ลูกค้าจะแจ้งงบประมาณรายการให้กับบริษัทฯ บริษัทมีหน้าที่ในการพิจารณาวางรูปแบบรายการกลับไปนำเสนอ ซึ่งงบประมาณอาจมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของลูกค้า อย่างไรก็ตามบริษัทจะพิจารณามูลค่างบประมาณดังกล่าวเพื่อประเมินความสามารถในการบริหารจัดการต้นทุนการผลิตก่อนการรับงานทุกครั้ง ทั้งนี้ การกำหนดราคาดังกล่าวฝ่ายบริหารจะอ้างอิงตามราคาตลาดที่สามารถแข่งขันได้

2.3.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- **รายได้ค่าโฆษณา**

รายได้ค่าโฆษณา เกิดจากธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทแบ่งเป็น 2 กลุ่ม

- 1) กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์และบริการ (Direct Customer)

ลูกค้ากลุ่มนี้ คือ ลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรง ได้แก่ บริษัทเอกชนทั่วไป หรือ เจ้าของผลิตภัณฑ์ที่มีความสนใจที่จะประชาสัมพันธ์หรือโปรโมตสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยการติดต่อประสานงานจะเป็นในรูปแบบของการประสานงานโดยตรงกับบริษัทเพื่อขอซื้อช่วงเวลาโฆษณาในรายการต่างๆ ของบริษัท ทั้งนี้ ณ สิ้นปี 2557 บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากกลุ่มลูกค้าบริษัทที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรง (Direct Customer) คิดเป็นร้อยละ 31.74 ของรายได้ค่าโฆษณา

- 2) กลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency)

กลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) ได้แก่ บริษัทที่ดำเนินธุรกิจบริหารสื่อโฆษณาโดยได้รับการจ้างจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ (ลูกค้า) ให้ดูแลจัดการ และหาช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อโปรโมตสินค้าและบริการ โดยกลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา จะทำหน้าที่ในการช่วยวางแผน ประสานงาน และหาช่วงเวลาโฆษณาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณาจะซื้อเวลาโฆษณาจากบริษัทในรูปแบบ “package” เพื่อโปรโมตสินค้า รูปแบบ package คือ เลือกโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในหลากหลายรูปแบบ หลากหลายรายการ โดยอาศัยช่วงเวลาที่หลากหลายในการจัดทำแผนการโฆษณาของตนเอง ซึ่งการซื้อโฆษณาจะอยู่ในรูปของสัญญาล่วงหน้า ตั้งแต่ 1 เดือน, 3 เดือน, 6 เดือน, หรือ 1 ปี โดยทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับการจัดสรรของตัวแทนโฆษณา และงบประมาณของตัวแทนโฆษณา ทั้งนี้ ณ สิ้นปี 2557 บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากกลุ่มลูกค้าตัวแทนโฆษณาคิดเป็นร้อยละ 68.26 ของรายได้ค่าโฆษณา

ทั้งนี้การเก็บเงินจากลูกค้า จะเรียกชำระเงินได้ก็ต่อเมื่อบริษัทได้ทำการออกอากาศโฆษณาของลูกค้าที่เรียบร้อยแล้ว โดยทางบริษัทจะทำการส่งเอกสารยืนยันการออกอากาศ พร้อมซีดีบันทึกเทปรายการในกรณีที่เป็น Spot Tool ให้แก่ลูกค้าพร้อมเอกสารการเรียกเก็บเงิน

ตารางสรุปสัดส่วนรายได้ค่าโฆษณาแยกตามกลุ่มลูกค้าในปี 2555 ถึงปี 2557

กลุ่มลูกค้า	งบการเงินรวม (งบตรวจสอบ) จากการรวมธุรกิจภายใต้ การควบคุมเดียวกัน		งบการเงินรวม
	2555	2556	2557
กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์และบริการ (Direct Customer)	37.03%	28.55%	31.74%
กลุ่มลูกค้าบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency)	62.97%	71.45%	68.26%
รวมรายได้ค่าโฆษณา	100.00%	100.00%	100.00%

ที่มา : ข้อมูลจากบริษัท

• รายได้จากค่าบริการ

กลุ่มลูกค้าในส่วนจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ คือ ผู้ที่สนใจผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งรวมถึงเจ้าของสถานี เจ้าของผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถผลิตรายการได้เนื่องจากข้อจำกัดภายใน ซึ่งการรับจ้างผลิตรายการอาจเป็นการรับจ้างในรูปแบบของการจ้างรายโปรเจกต์ (Project) อาทิ การจ้างผลิตสปอตโฆษณาของน้ำพริกแม่ประนอม การจ้างผลิตละครหนึ่งเรื่อง การจ้างผลิตรายการเป็นรายซีซั่น เป็นต้น นอกจากนี้ ในส่วนของการจ้างจัดงานอีเว้นท์ หรือกิจกรรม กลุ่มลูกค้า ได้แก่ เจ้าของผลิตภัณฑ์ บริษัทเอกชน ราชการ และสถานีโทรทัศน์ อาทิ งานบริหารสื่อ OTOP จังหวัดพะเยา เป็นต้น ซึ่งงานในส่วนนี้เป็นงานที่ลูกค้าสามารถดำเนินการในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งนี้ เงื่อนไขการเข้ารับงานแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะหลักๆ คือ 1) งานที่เป็นส่วนของราชการ จะใช้วิธีการประมูลงานแข่งขันกับผู้รับจ้างรายอื่น และ 2) งานส่วนบริษัทเอกชน จะเป็นการนำเข้าเสนอผลงานโดยตรงกับทางบริษัท หากผลงานเป็นที่ยอมรับ ทางบริษัทก็จะได้รับหน้าที่ดูแลงานนั้นๆ

ตารางสรุปสัดส่วนรายได้จากการบริการ แยกตามประเภทบริการในปี 2555 ถึงปี 2557

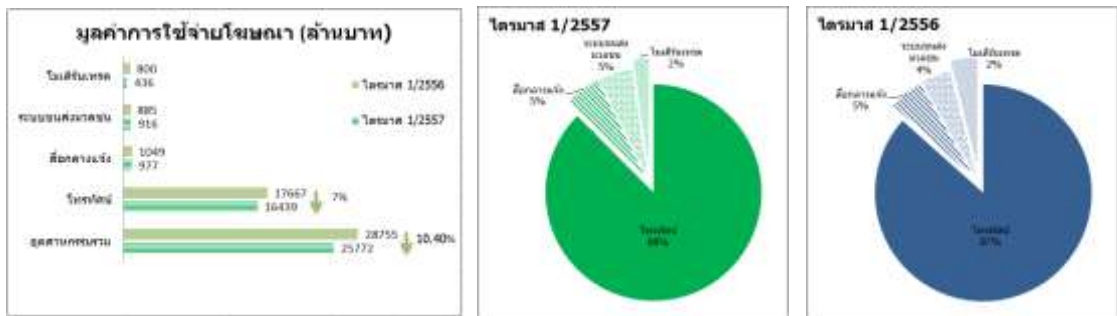
กลุ่มลูกค้า	งบการเงินรวม (ตรวจสอบ) จากการรวมธุรกิจภายใต้การควบคุมเดียวกัน					
	สิ้นสุด 31 ธ.ค. 55		สิ้นสุด 31 ธ.ค. 56		สิ้นสุด 31 ธ.ค. 57	
รับจ้างออกแบบและผลิต	58.94	68.47%	29.60	33.69%	78.95	73.34%
รับจ้างผลิตอย่างเดียว	0	0.00%	51.91	59.08%	-	0.00%
รับจ้างจัด Event	27.14	31.53%	6.35	7.23%	28.70	26.66%
รวมรายได้จากการให้บริการ	86.08	100.00%	87.86	100.00%	107.65	100.00%

ที่มา : ข้อมูลจากบริษัท

2.3.3 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน
ภาวะอุตสาหกรรมโฆษณา

ภาพรวมเศรษฐกิจในช่วงไตรมาสแรกของปีหดตัวลงร้อยละ 1.8 จากไตรมาสก่อนหน้า เป็นผลจากความไม่แน่นอนทางการเมืองภายในประเทศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในประเทศชะลอตัวลง โดยปัญหาทางการเมืองมีผลกระทบต่อบรรยากาศการใช้จ่ายใช้สอยของภาคครัวเรือนภายในประเทศ

ทั้งยังส่งผลกระทบต่อเนื่องไปสู่ภาคเอกชน โดยวัดผลได้จากการลดลงของปริมาณการนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภค ในช่วงไตรมาสที่ 1/2557 เมื่อเทียบกับช่วง ไตรมาสที่ 4/2556 ทั้งหมดนี้เป็นผลมาจากการที่ผู้บริโภคเริ่มชะลอรายจ่าย นอกจากภาคธุรกิจประเภทสินค้าอุปโภคบริโภคที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากความเชื่อมั่น ที่ลดลงของภาคครัวเรือน ธุรกิจโฆษณาก็เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ จากการรายงานตัวเลขการใช้งบในการโฆษณา ซึ่งรวบรวมโดย บริษัท เดอะเน็ลสัน (ประเทศไทย) จำกัด ระบุว่างบโฆษณาในช่วงไตรมาสแรกของปี 2557 ในส่วนของภาครวมอุตสาหกรรมโฆษณาลดลงร้อยละ 10.4 โดยสื่อโทรทัศน์ลดลงคิดเป็นร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับ ช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า ทั้งหมดนี้เป็นผลมาจากปัจจัยทางการเมืองที่ทำให้เจ้าของแบรนด์สินค้าต่างๆ ชะลอแผนการลงทุนในด้านการโฆษณาออกไป เพื่อรอดูสถานการณ์และทิศทางกำลังซื้อของภาคครัวเรือนก่อนตัดสินใจทุ่มงบประมาณในการโปรโมตสินค้าของตน ข้อมูลจากตารางส่วนแบ่งตลาดของมูลค่าการใช้จ่ายโฆษณา แสดงให้เห็นว่า สัดส่วนของการโฆษณาผ่านโทรทัศน์ ยังคงเป็นที่นิยมอันดับ 1 ที่อัตราร้อยละ 60 ของรายได้โฆษณาโดยรวม



ที่มา : บริษัท เดอะเน็ลสัน (ประเทศไทย) จำกัด

ในช่วงไตรมาสที่ 2/2557 ภาพรวมเศรษฐกิจไทยเริ่มส่งสัญญาณการฟื้นตัว ที่อัตราร้อยละ 0.9 จากไตรมาสก่อนหน้า และร้อยละ 0.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งสอดคล้องไปกับบรรยากาศทางการเมืองที่เริ่มลดความตึงเครียดลงในช่วงปลายไตรมาสที่ 2/2557 ซึ่งในไตรมาสที่ 2 ของปี 2557 นี้ ในธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ได้มีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญคือ เป็นช่วงที่เริ่มมีการแพร่ภาพทีวีระบบดิจิตอลอย่างเป็นทางการในบางพื้นที่ แต่อย่างไรก็ตาม ภาพรวมของการลงทุนโฆษณาในระบบทีวีดิจิตอลยังไม่ได้ถูกเลือกเป็นช่องทางแรกๆ เนื่องจากระบบทีวีดิจิตอลยังคงใหม่อยู่มาก และ ผู้ประกอบการยังคงระมัดระวังการใช้งบประมาณในการโฆษณาสินค้าของตนอยู่ เป็นผลให้ภาพรวมตลาดโฆษณาในไตรมาสที่ 2 ของปี 2557 ยังคงอยู่ในกรอบแคบๆ ที่มูลค่าประมาณ 27,000 ถึง 28,700 ล้านบาท โดยสรุปภาพรวมครึ่งปีแรก มูลค่าการลงทุนในโฆษณายู่ที่ประมาณ 51,700 ถึง 53,400 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ซึ่งมีมูลค่ารวม 55,601 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 4.0 ถึง 7.0 ซึ่งสาเหตุหลักๆ ของการลดลงมาจากการลงทุนด้านการโฆษณาในช่วงไตรมาสแรก (ที่มา : บริษัท เดอะเน็ลสัน (ประเทศไทย) จำกัด)



ที่มา : The Nielsen company (Thailand) ประเมินการโดย : ศูนย์วิจัยกสิวิทย์

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2557 อุตสาหกรรมโฆษณายังคงปรับตัวลงที่ร้อยละ 9.7 จากสถานการณ์ด้านภาวะเศรษฐกิจที่ยังคงไม่ฟื้นตัวเต็มที่ แต่อย่างไรก็ตาม โฆษณาทางโทรทัศน์ยังคงมีมูลค่าสูงสุดรวมทั้งสิ้น 53,574 ล้านบาท และยังเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุด โดยสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 63 ของมูลค่าอุตสาหกรรมโฆษณาโดยรวม

ตารางแสดงการคาดการณ์ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนตุลาคมปี 2556 และ ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนตุลาคมปี 2557

ประเภทสื่อ	2557		2556		ส่วนเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
สื่อโทรทัศน์ (TV)	53,574	63.10	58,081	61.77	(4,507)	(7.76)
สื่อวิทยุ (Radio)	4,572	5.38	5,201	5.53	(629)	(12.09)
สื่อหนังสือพิมพ์ (Newspaper)	10,696	12.60	12,399	13.19	(1,703)	(13.73)
สื่อนิตยสาร (Magazines)	3,909	4.60	4,682	4.98	(773)	(16.51)
สื่อภาพยนตร์ (Cinema)	3,480	4.10	4,335	4.61	(855)	(19.72)
สื่อโฆษณากลางแจ้ง (Outdoor)	3,325	3.92	3,456	3.68	(131)	(3.79)
สื่อโฆษณายานพาหนะ (Transit)	3,039	3.58	2,899	3.08	140	4.83
สื่อ ณ จุดขายสินค้า (In Store)	1,541	1.81	2,239	2.38	(698)	(31.17)
สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet)	772	0.91	732	0.78	40	5.46
รวม	84,907	100.00	94,024	100.00	(9,117)	(9.70)

ที่มา : ACNIELSEN

● สถานีโทรทัศน์

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการกิจการสถานีโทรทัศน์ที่ให้บริการแก่ผู้ชมทั่วประเทศโดยไม่คิดมูลค่า หรือฟรีทีวี (Free TV) ทั้งสิ้น 30 สถานี ได้แก่ ช่อง 3, ช่อง 5, ช่อง 7, ช่อง 9, ช่อง NBT และ ThaiPBS บวกกับทีวีดิจิทัลอีก 24 ช่อง ช่องใหม่ ได้แก่



ช่องเล็ก	ช่องยาว	ช่อง SD वाई	ช่อง HD वाई
13 ช่อง 3	16 True TV TNM	23 WORK POINT Workpoint	30 ลลน
14 ลลน	17 ทีวี 360 ทีวี	24 True TV True	31 GMM GMM
15 ทีวี 360 ทีวี	18 ทีวี 360 ทีวี	25 GMM GMM	32 ไทยรัฐ
	19 Spring News	26 ทีวี 360 ทีวี (ทีวี)	33 ช่อง 3
	20 318 (Bright TV)	27 RS RS	34 อู๋สุนัน
	21 VoiceTV	28 ช่อง 3	35 ช่อง 7
	22 Nation Nation	29 MONO MONO	36 PPTV

โดย ณ ตุลาคม 2556 จากข้อมูลของ AGB Nielsen Media Research ระบุว่าช่อง 7 และช่อง 3 มีส่วนแบ่งทางการตลาดด้านรายได้และด้านจำนวนผู้ชมสูงกว่าช่องอื่นๆ ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าสถานีอื่นๆ ก็มีได้หยุดนิ่ง และมีการปรับเปลี่ยนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เพื่อช่วงชิง Eye Ball คนดูให้ได้มากที่สุด โดยที่ผ่านมา สถานีโทรทัศน์

แต่ละแห่งมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอและมีการเพิ่มรายการใหม่ๆ เข้าไปเสนอเพื่อเพิ่มกระแสความนิยมของผู้ชมโทรทัศน์ ดังนั้น การมีช่องทีวีดิจิทัลที่เพิ่มขึ้นมา จะทำให้การแข่งขันของสถานีโทรทัศน์คาดว่าจะมีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะด้านคุณภาพ เนื่องจากกระแสความนิยมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องปรับปรุงรายการอยู่เสมอ

- **ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์**

ในด้านของธุรกิจผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ การเกิดขึ้นของทีวีดิจิทัล ส่งผลให้เกิดช่องทางการจัดจำหน่ายที่เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการช่วยลดการพึ่งพิงต่อสถานี อย่างไรก็ตาม เมื่อตลาดโตขึ้นการเข้ามาของผู้ผลิตรายใหม่ๆ มีแนวโน้มสูงขึ้นตามไปด้วย แต่เหนือสิ่งอื่นใด ในตลาดผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ประสบการณ์ คุณภาพ และความสัมพันธ์ในด้านการดำเนินธุรกิจเป็นปัจจัยแรกๆ ที่ทางสถานีจะใช้พิจารณาในการร่วมงาน หรือให้โอกาสในการทำงานร่วมกัน ซึ่งทั้งหมดนี้ยังคงอ้างอิงอยู่บนหลักของการดำเนินธุรกิจแบบเดิมคือ การที่บริษัทจะต้องมีทีมครีเอทีฟที่แข็งแกร่ง สามารถนำเสนอผลงานที่น่าสนใจและเป็นที่ยึดติดตามต่อทางสถานีและผู้ชมรายการได้อย่างมีคุณภาพ

“จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทยชี้ว่าการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคทีวีดิจิทัลปี 2557 จะเป็นปัจจัยหลักผลักดันให้ตลาดผลิตรายการโทรทัศน์ในประเทศเติบโตและคึกคักมากขึ้น คาดว่าตลาดผลิตรายการโทรทัศน์ปี 2557 จะมีมูลค่าสูงถึง 32,690 ถึง 33,260 ล้านบาท เติบโตกว่าร้อยละ 14 ถึง 15 จากปี 2556 ที่คาดว่าจะมีมูลค่าอยู่ที่ 28,780 ล้านบาท (ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย 2557)



หลังจากที่ทาง กสทช. ได้เริ่มการแจกอุปกรณ์ทีวีดิจิทัลในไตรมาสสุดท้ายของปี 2557 เพื่อเพิ่มจำนวนการเข้าถึงของทีวีดิจิทัล ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีชื่อเสียงและมีศักยภาพจะต้องทำงานร่วมกับสถานีโทรทัศน์มากขึ้น เพื่อผลิตรายการให้เหมาะสมกับนโยบายของแต่ละสถานี

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยชี้ว่า สำหรับการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคทีวีดิจิทัลจะก่อให้เกิดแนวโน้มและโอกาสทางธุรกิจ คือ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีช่องทางผลิตรายการให้ช่องฟรีทีวีมากขึ้น การแข่งขันด้านคุณภาพของเนื้อหารายการโทรทัศน์ และนำเสนอความแตกต่างและแปลกใหม่เพื่อดึงดูดสายตาผู้ชม ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์ เช่น ให้เช่าอุปกรณ์การถ่ายทำ ให้เช่าสตูดิโอ ให้เช่าชุดนักแสดง งานเทคนิคพิเศษ และงานตัดต่อ จะได้รับอานิสงส์ใน

ภาพรวมตลาดธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ในประเทศไทย ก่อนและหลังการเข้าสู่ยุคทีวีดิจิทัล

	ยุคทีวีอนาล็อก	ยุคทีวีดิจิทัล
ผู้ผลิตรายการ	<ul style="list-style-type: none"> ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รายหลักป้อนช่องฟรีทีวีเพียงไม่กี่ราย ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รายเล็กอื่น ๆ ป้อนเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียม 	<ul style="list-style-type: none"> ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีความหลากหลาย ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รายเล็กที่ป้อนผู้เคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมเดิมและผู้ผลิตหน้าใหม่ จะมีโอกาสผลิตรายการเพื่อป้อนฟรีทีวีมากขึ้น
เนื้อหารายการ	<ul style="list-style-type: none"> ผู้ชมยังไม่มีทางเลือกในการรับชมเนื้อหารายการที่หลากหลายมากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงเวลาหลัก หรือ Prime Time ที่เน้นละครเป็นหลัก 	<ul style="list-style-type: none"> ผู้ชมมีทางเลือกในการรับชมเนื้อหารายการในช่วงเวลาหลัก หรือ Prime Time นอกเหนือจากละครมากขึ้น โดยเนื้อหารายการจะมีความหลากหลาย แปลกใหม่ และมีคุณภาพ รวมถึงสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมที่เฉพาะเจาะจงไปตามประเภทของช่องรายการในช่องฟรีทีวี
ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง	<ul style="list-style-type: none"> มีการจ้างช่วงต่อไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์ 	<ul style="list-style-type: none"> เม็ดเงินสะพัดไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์มากขึ้น

ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

การรับจ้างช่วงต่อ

นอกจากนี้ การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคทีวีดิจิทัลจะก่อให้เกิดแนวโน้มและโอกาสทางธุรกิจ ดังรายละเอียด ต่อไปนี้

1. ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีช่องทางในการผลิตรายการออกสู่ช่องฟรีทีวีมากขึ้น จากจำนวนช่องฟรีทีวีที่ในอดีตมีเพียง 6 ช่อง ทำให้มีผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รายหลักเพียงไม่กี่รายที่ผลิตรายการให้ช่องฟรีทีวีช่องต่างๆ แต่อย่างไรก็ตามภายใต้ทีวีดิจิทัลที่จะมีช่องธุรกิจมากถึง 24 ช่อง นำมาซึ่งความต้องการรายการโทรทัศน์ที่มากขึ้น ซึ่งเป็นการขยายโอกาสสำหรับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มุ่งนำเสนอผลงานผ่านช่องเคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียม จะสามารถหันมาผลิตรายการให้กับช่องฟรีทีวีได้มากขึ้น รวมถึงทีวีดิจิทัลยังเป็นช่องทางสำหรับผู้ผลิตรายการหน้าใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์แต่ยังขาดโอกาสในการนำเสนอรายการออกสู่สายตาผู้ชมสามารถนำเสนอผลงานสู่สายตาผู้ชมในวงกว้างผ่านช่องฟรีทีวีได้มากขึ้น (ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย 2557)
2. การแข่งขันด้านคุณภาพของเนื้อหารายการโทรทัศน์ และนำเสนอความแตกต่างและแปลกใหม่ เพื่อดึงดูดสายตาผู้ชม ผู้ที่ได้รับการประมูลช่องทีวีดิจิทัลย่อมต้องสร้างเรตติ้งจากผู้ชมโทรทัศน์ที่มีทางเลือกในการรับชมฟรีทีวีมากถึง 24 ช่องธุรกิจ เพื่อแข่งขันกันดึงเม็ดเงินโฆษณาผ่านโทรทัศน์ที่มีมูลค่ากว่า 70,000 ล้านบาทต่อปี สถานการณ์ดังกล่าว เป็นปัจจัยที่กำหนดให้ผู้ได้รับการประมูลช่องทีวีดิจิทัล ย่อมคัดเลือเนื้อหารายการที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการรับชมของผู้ชมโทรทัศน์ ส่งผลให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จะเป็นที่ต้องการมากขึ้นเพราะแต่ละสถานีต้องมีการพัฒนาเนื้อหารายการโทรทัศน์ให้มีคุณภาพ ควบคู่ไปกับการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์โดยนำเสนอความแตกต่างและแปลกใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างจากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รายอื่น ๆ ซึ่งจะเป็นการยกระดับภาพรวมของเนื้อหารายการโทรทัศน์ในประเทศไทยให้มีคุณภาพ หลากหลาย และตรงกับความต้องการของผู้ชมมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ทีวีดิจิทัลช่องบริการธุรกิจยัง

ก่อให้เกิดช่องทางที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จะสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมที่มีความเฉพาะเจาะจงไปตามประเภทของช่องรายการ ได้แก่ ช่องรายการเด็ก ข่าว และวาไรตี้ ทำให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สามารถผลิตเนื้อหารายการได้ตามประเภทที่ตนเองมีความถนัด และถ่ายทอดไปยังกลุ่มผู้ชมช่องรายการได้อย่างตรงกลุ่มมากยิ่งขึ้น (ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย 2557)

3. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์ เช่น ให้เช่าอุปกรณ์การถ่ายทำ ให้เช่าสตูดิโอ ให้เช่าชุดนักแสดง งานเทคนิคพิเศษ และงานตัดต่อ จะได้รับอานิสงส์ในการรับจ้างช่วงต่อ จากความต้องการรายการโทรทัศน์เพื่อป้อนสู่ช่องฟรีทีวีที่มีจำนวนมากขึ้น นำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องที่มีบทบาทในการรับจ้างช่วงต่อจากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในหลากหลายกิจกรรม เช่น ให้เช่าอุปกรณ์การถ่ายทำ ให้เช่าสตูดิโอ ให้เช่าชุดนักแสดง งานเทคนิคพิเศษ งานตัดต่อ เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็ก จึงกล่าวได้ว่าการเข้าสู่ยุคทีวีดิจิทัลของประเทศไทยไม่เพียงแต่ก่อให้เกิดกิจกรรมและสร้างเม็ดเงินสำหรับธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์เท่านั้น แต่ยังก่อให้เกิดกิจกรรมและสร้างเม็ดเงินสะพัดไปยังภาคส่วนต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็ก อันเป็นผลมาจากกิจกรรมการจ้างช่วงต่อดังกล่าวอีกด้วย (ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย)
4. อย่างไรก็ตามการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและได้รับความนิยมต้องอาศัย ทั้งความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ในการนำเสนอรายการที่แตกต่างเพื่อสร้างความนิยมจากผู้ชมโทรทัศน์ ทั้งนี้ ณ ปัจจุบัน นอกจากบริษัทแล้ว ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รายใหญ่ในอุตสาหกรรม ได้แก่ กันตนา, เจ เอส แอล, โพลีพลัส เป็นต้น โดยผู้ผลิตแต่ละรายจะมีจุดเด่นและแนวทางในการผลิตและการนำเสนอที่แตกต่างกันไป ซึ่งบริษัทที่มีจุดเด่นในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ขึ้นเองเพื่อเป็นทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท ที่ผ่านมารายการโทรทัศน์ของบริษัทมีเรตติ้งและจำนวนผู้ชมในปริมาณที่น่าพอใจโดยเฉพาะรายการด้านเกมโชว์, ละคร, ซีรีส์ ที่ให้ทั้งสาระและความบันเทิง นอกจากนี้ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันบริษัทได้มีการผลิตรายการใหม่ๆ ที่มีรูปแบบ ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดีจากทั้งผู้ชมรายการและลูกค้า

● การแข่งขัน

การแข่งขันในสายธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ นอกจากบริษัท ยังประกอบไปด้วยผู้ผลิตที่เป็นที่รู้จักอีกมากมาย อาทิ บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน), บริษัท เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย จำกัด, บริษัท ซีเนริโอ จำกัด, บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด, บริษัท โพลีพลัส พับลิชชิง จำกัด ฯลฯ ซึ่งแต่ละผู้ผลิตจะมีความชำนาญในรูปแบบรายการที่แตกต่างกันออกไป อาทิ “กันตนา” รายการที่เป็นที่รู้จักได้แก่รายการเรื่องจริงผ่านจอและละครต่างๆ โดยเน้นออกอากาศในทางสถานีกองทัพบกช่อง 7 “ซีเนริโอ” และ “บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น” มีชื่อเสียงจากการผลิตละครโทรทัศน์ ที่ออกอากาศทางสถานีกองทัพบกช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในขณะที่ “โพลีพลัส” เน้นรูปแบบรายการวาไรตี้ ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นว่าถึงแม้จะดำเนินธุรกิจอยู่ในสายงานผลิตรายการโทรทัศน์ แต่ผู้ผลิตแต่ละรายมีความชำนาญและลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกันออกไป ตามแต่ที่ทีมงานครีเอทีฟของแต่ละบริษัท ที่พยายามคิดค้นออกแบบรูปแบบรายการให้มีความหลากหลายและน่าสนใจ เพื่อสร้างความแตกต่างโดยมุ่งหวังดึงดูดฐานผู้ชมรายการนั้นๆ

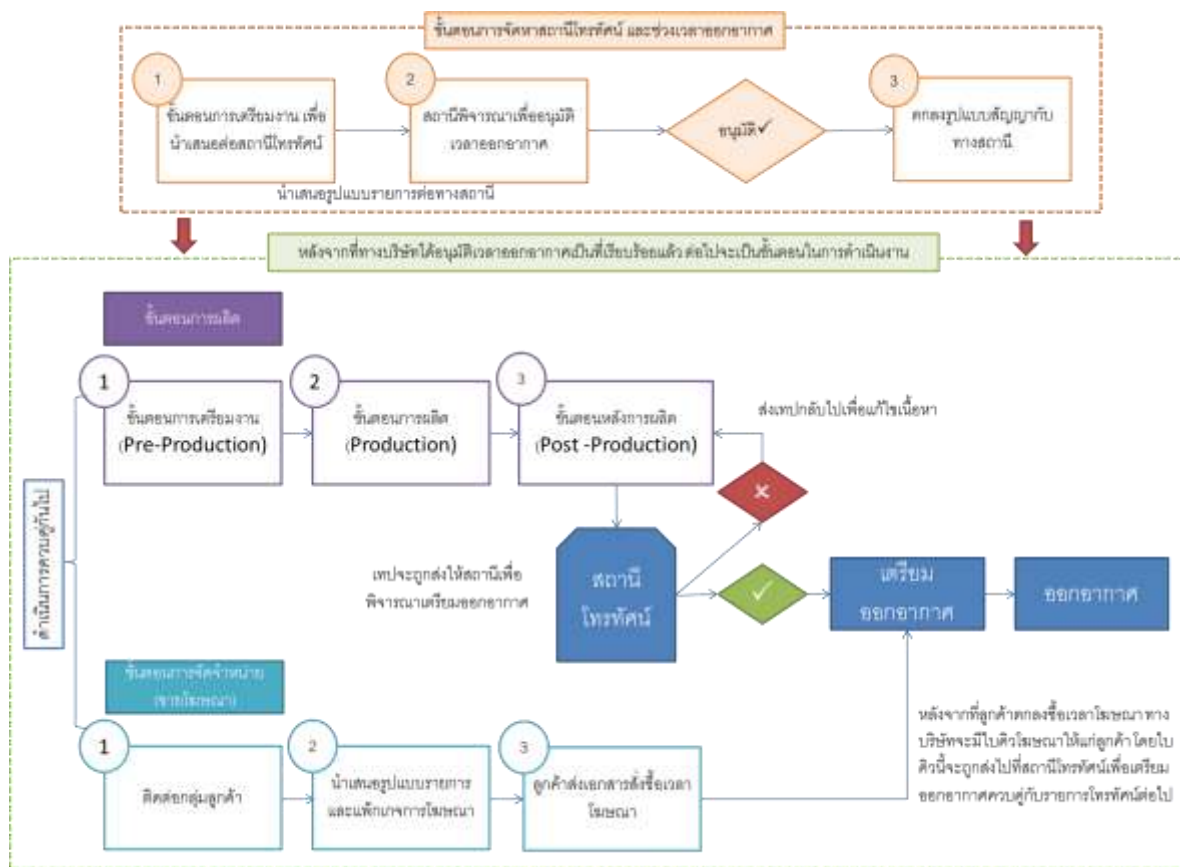
ทั้งนี้ บริษัทเน้นผลิตรายการสร้างสรรค์สังคม โดยสะท้อนออกมาในรูปแบบของผลงานที่ออกสู่สายตาประชาชน เช่น รายการหลวงตามหาชน ที่มุ่งเน้นเสริมสร้างสังคมที่ดี โดยสอดแทรกสาระธรรมในเนื้อหาของรายการ รายการมาสเตอร์คีย์ ที่เปิดโอกาสให้คนทั่วไปได้แสดงทักษะและพัฒนาความสามารถในรายการ เป็นต้น ทั้งหมดนี้สามารถสรุปได้ว่า ตลาดการแข่งขันในส่วนของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ เป็นตลาดที่ไม่สามารถระบุคู่แข่งทางตรงได้อย่างชัดเจน เนื่องจากความสำเร็จขึ้นอยู่กับการทำงานของทีมงานบริษัท และคุณภาพของผลงานที่บริษัทนำเสนอออกสู่สาธารณะชน

2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์

2.4.1 ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์

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

ภาพแสดงขั้นตอนการจัดหา



ขั้นตอนที่ 1 : สรรหาสถานีโทรทัศน์และช่วงเวลาออกอากาศ

ช่องทางการนำเสนอรายการออกสู่สาธารณะของธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อสร้างรายได้จากการขายช่วงเวลาสำหรับการประชาสัมพันธ์สินค้าสำหรับลูกค้าที่สนใจ คือ ช่องทางออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ ดังนั้น การได้มาซึ่งช่วงเวลาออกอากาศ บริษัทจำเป็นต้องสรรหาสถานีโทรทัศน์และช่วงเวลาออกอากาศสำหรับรายการโทรทัศน์ โดยมีขั้นตอนการสรรหาสถานีโทรทัศน์ ดังต่อไปนี้



1.1. ขั้นตอนการเตรียมงานเพื่อนำเสนอต่อสถานีโทรทัศน์

บริษัทต้องเตรียมความพร้อมในการสร้างสรรค์รูปแบบรายการที่น่าสนใจและอยู่ในกระแสนิยมซึ่งในส่วนขั้นตอนการเตรียมงานเพื่อนำเสนอต่อทางสถานีโทรทัศน์ โดยระหว่างการศึกษาเตรียมการเตรียมนำเสนองาน บริษัทจะหารือกับทางสถานีและลูกค้าโฆษณาเพื่อรวบรวมแนวความคิดในการพัฒนารูปแบบรายการเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ชมรายการ รวมถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท ซึ่งภายหลังจากที่บริษัทออกแบบรูปแบบรายการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แนวความคิดจะถูกจัดเตรียมออกมาในรูปแบบของพรีเซนเทชั่น (Presentation) สด

รีบอร์ด (Story Board) หรือไฟล์วิดีโอ (VDO) เพื่อนำเสนองานต่อทางสถานี โดยรูปแบบรายการโทรทัศน์สามารถแบ่งออกเป็น 6 รูปแบบหลัก ได้แก่ เกมโชว์ (Game Show), คิวโชว์ (Quiz Show), เรียลลิตีโชว์ (Reality Show), ซิทคอม (Sit Com), วาไรตี้ (Variety) และ ละคร (Drama)

1.2. สถานีพิจารณาเพื่ออนุมัติเวลาออกอากาศ

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

1.3 รูปแบบการทำสัญญากับทางสถานี

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

- การเช่าเวลาออกอากาศจากทางสถานี

การเช่าเวลาออกอากาศจากทางสถานี หมายถึง การซื้อเวลาจากทางสถานีเพื่อออกกรายการที่บริษัทผลิต โดยบริษัทมีหน้าที่ชำระค่าเช่าเวลาให้กับสถานีตามมูลค่าที่ตกลงกัน ซึ่งนอกจากการทำสัญญาเกี่ยวกับเวลาออกอากาศ และระยะเวลาในการเช่าเวลา รวมถึงค่าเช่าเวลาระหว่างบริษัทกับทางสถานีแล้ว สถานีบางแห่งอาจกำหนดให้ระบุถึงรูปแบบการโฆษณาประกอบในรายการเพิ่มเติม อาทิ บริษัทสามารถมีแผ่นป้ายโฆษณาได้กี่แผ่นป้าย และขนาดเท่าไร VTR ที่จะใช้ออกอากาศในช่วงของรายการสามารถใช้ได้กี่ตัว เป็นต้น ทั้งหมดนี้ ขึ้นอยู่กับทางสถานีและบริษัทได้ทำการเจรจาตกลงกัน ทั้งนี้ ปัจจุบันรายการออกอากาศที่มีลักษณะสัญญาแบบนี้ได้แก่ รายการแอท์ไนท์ วาไรตี้

- การแบ่งเวลาโฆษณากับทางสถานี (Time Sharing)

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

- การแบ่งรายได้ค่าโฆษณากับทางสถานี (Revenue Sharing)

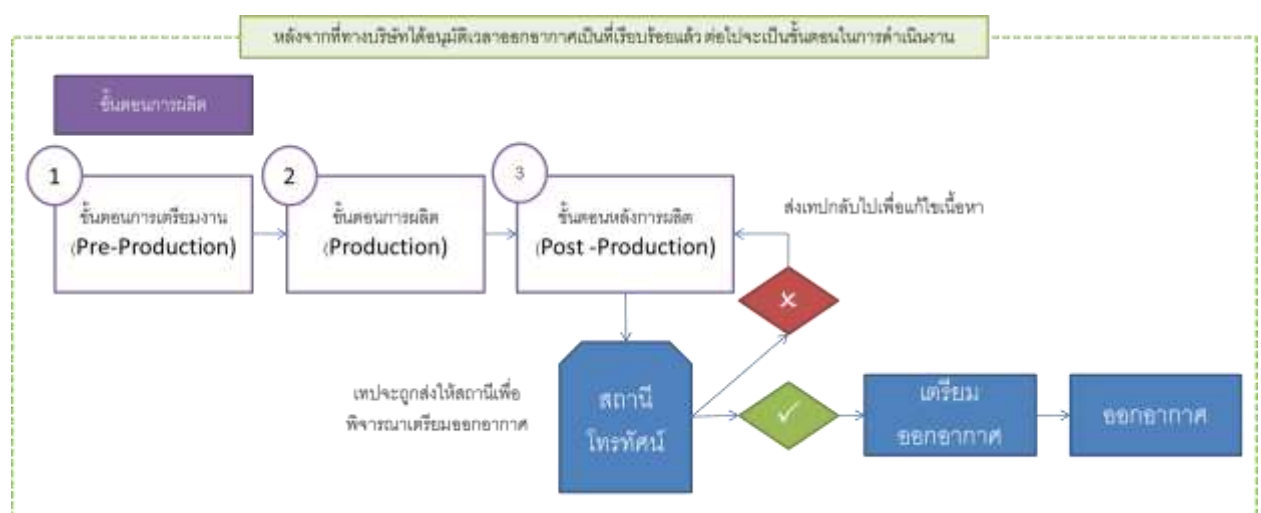
ในส่วนของการทำสัญญาแบบการแบ่งรายได้ค่าโฆษณากับทางสถานี (Revenue Sharing) จะมีลักษณะคล้ายกับการแบ่งเวลาโฆษณากับทางสถานี (Time Sharing) แต่แตกต่างกันที่ Revenue Sharing จะเป็นการที่ทั้งบริษัทและทางสถานีโทรทัศน์ช่วยกันจำหน่ายโฆษณา โดยรายได้ที่ได้จากการขายจะถูกนำมาแบ่งตามสัดส่วนที่ได้ตกลงกันไว้ล่วงหน้า โดยบริษัทกับสถานีจะร่วมกันกำหนดอัตราค่าโฆษณาและอัตราส่วนลดที่จะใ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

ขั้นตอนที่ 2 : การผลิตรายการโทรทัศน์

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

1) การเตรียมงาน (Pre-Production)

หลังจากที่ทางบริษัทได้รับอนุมัติเวลาออกอากาศจากทางสถานีโทรทัศน์ บริษัทจะเตรียมการผลิต และวางแผนงบประมาณการผลิตรายการ โดยการทำงานจะเป็นในลักษณะของการแบ่งทีมย่อยเพื่อควบคุมงานด้านการผลิตในแต่ละขั้นตอน



ทีมสร้างสรรค์ (Creative) จะระดมความคิดเพื่อวางประเด็นเรื่องในรายการนั้นๆ หลังจากได้โครงเรื่อง ขั้นตอนต่อไปจะเป็นการสรุปธีมของรายการในแต่ละตอนที่ผลิต โดยวางเค้าโครงเรื่องของแต่ละเทปการผลิต จัดทำสคริปต์หรือบทในรายการ และจัดทำเป็นรูปแบบ story board เพื่อใช้ในการหารือกับฝ่ายผลิต ซึ่งนอกจาก

การเตรียมงานด้านการผลิตแล้ว การวางแผนงบประมาณในการผลิตรายการยังเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินงาน โดยแต่ละรายการจะมีงบประมาณที่แตกต่างกันไปตามลักษณะและขนาดของรายการ (Production's size)

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

2) การผลิตรายการ (Production)

ทีมงานฝ่ายผลิตหลังจากได้เค้าโครงการดำเนินงานจากทีมสร้างสรรค์ (Creative) และกำหนดตัวนักแสดงเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ฝ่ายทีมภาคสนามจะออกสำรวจสถานที่ถ่ายทำรายการ และนัดวันถ่ายทำ โดยการถ่ายทำสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ 1) การถ่ายทำในห้องสตูดิโอ และ 2) การถ่ายทำนอกสตูดิโอ

- การถ่ายทำในห้องสตูดิโอ (studio production) ทางทีมงานต้องมีการเตรียมความพร้อมของสถานที่เพื่อการถ่ายทำ โดยมีสิ่งที่จะต้องเตรียมหลัก ได้แก่ จัดทำฉากตามที่ได้ออกแบบไว้ จัดแสงให้ได้บรรยากาศตามบท จัดวางตำแหน่งกล้องรวมถึงทิศทาง การเคลื่อนย้ายกล้องเพื่อเปลี่ยนมุมมองตามจุดที่กำหนด ซักซ้อมทีมงานทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องก่อนถ่ายทำ แล้วจึงดำเนินถ่ายทำรายการตามกำหนดเวลา
- การถ่ายทำนอกสตูดิโอ สามารถแบ่งลักษณะการทำงานได้ 3 แบบ คือ
 - ENG (Electronic News Gathering) : เป็นการถ่ายทำที่ใช้กล้องเดี่ยว เหมาะกับการทำงานที่เน้นความคล่องตัว โดยการถ่ายทำลักษณะนี้จะเหมาะกับการถ่ายทำรายการข่าว และสารคดี
 - EFP (Electronic Field Product) : เป็นการถ่ายทำที่ใช้กล้องมากกว่า 1 ตัว ต่อสายเคเบิล จากกล้องไปยังเครื่องผสมสัญญาณ เพื่อให้สามารถเลือกภาพได้หลากหลาย และต่อเนื่อง เหมาะกับรายการประเภททอล์คโชว์/ วาไรตี้โชว์
 - Mobile Unit: เป็นการถ่ายทำที่มีลักษณะคล้าย EFP และการถ่ายทำในสตูดิโอ โดยอุปกรณ์จะถูกติดตั้งและควบคุมอยู่ในรถ OB (Outside Broadcasting) เหมาะกับงานประเภทถ่ายทอดสด/ ละคร

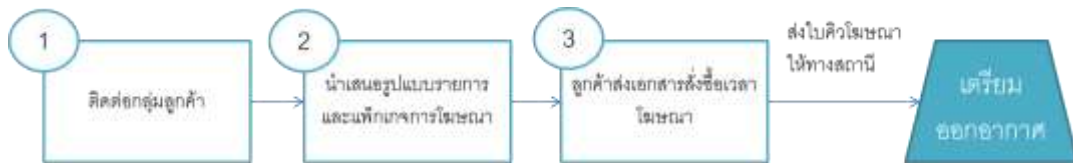
ทั้งนี้ สิ่งสำคัญที่สุดในขั้นตอนการผลิต คือ การควบคุมการดำเนินงานให้อยู่ในกรอบเวลาและงบประมาณที่กำหนดไว้ และเหนือสิ่งอื่นใดคือคุณภาพในการถ่ายทำรายการ ที่ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน

3) หลังการผลิตรายการ (Post-production)

ขั้นตอนสุดท้ายก่อนจะส่งเทปบันทึกรายการไปยังสถานีเพื่อออกอากาศ ทีมผลิตรายการต้องจัดส่งเทปรายการไปยังทีมตัดต่อเพื่อดำเนินการตัดต่อ ลำดับภาพ จัดทำเสียงประกอบ เพื่อเพิ่มสีสันความน่าสนใจด้วยการใช้เอฟเฟ็คต่างๆ รวมถึงการใส่กราฟฟิก เพื่อให้รายการมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ซึ่งหลังจากที่ทางบริษัทได้เทปรายการที่สมบูรณ์พร้อมออกอากาศแล้ว เทปดังกล่าวจะถูกส่งต่อไปยังสถานี เพื่อพิจารณาเนื้อหาออกอากาศ หากทางสถานีมีความประสงค์ให้บริษัทแก้ไขเนื้อหาบางส่วน สถานีจะแจ้งกลับมายังบริษัทเพื่อดำเนินการปรับปรุงเนื้อหาต่อไป ในกรณีที่ทางสถานีโทรทัศน์ไม่ติดประเด็นใดๆ เทปรายการดังกล่าวจะถูกส่งต่อเพื่อเตรียมออกอากาศต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 : การจำหน่าย และช่องทางการจำหน่าย

ภายหลังการได้รับอนุมัติจากสถานีเกี่ยวกับกรให้เข้าช่วงเวลาในการออกอากาศ นอกจากการดำเนินการผลิตแล้ว บริษัทจะดำเนินการจำหน่ายช่วงเวลาโฆษณาของรายการควบคู่กันไป โดยทีมขายมีหน้าที่ในการจำหน่ายช่วงเวลาโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าให้กับลูกค้าที่สนใจ ซึ่งวิธีการจำหน่ายแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) บริษัทส่งทีมขายเข้าไปติดต่อเจ้าของผลิตภัณฑ์/สินค้าโดยตรง 2) บริษัทติดต่อกลุ่มตัวแทนบริษัทโฆษณา (Agency) เพื่อนำเสนอรูปแบบรายการของบริษัท รวมถึงแนะนำช่วงเวลาที่ยุทธศาสตร์ของบริษัทจะถูกเผยแพร่ออกอากาศ และรูปแบบแพ็คเกจโฆษณาที่ทางบริษัทได้มีการจัดทำไว้ โดยสามารถสรุปขั้นตอนในการจำหน่ายเวลาโฆษณา ดังนี้



1.1 ติดต่อกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ ได้แก่กลุ่มผู้ซื้อโฆษณาของทางบริษัทซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์และบริการ (Direct Customer)

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

- กลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency)

กลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) ได้แก่ บริษัทที่ดำเนินธุรกิจบริหารสื่อโฆษณาโดยได้รับการว่าจ้างจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ (ลูกค้า) ให้ดูแลจัดการและหาช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้า โดยกลุ่มเอเจนซีจะทำหน้าที่วางแผน ประสานงาน และจัดหาช่วงเวลาโฆษณาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยส่วนใหญ่กลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณาจะซื้อเวลาโฆษณาจากบริษัทในรูปแบบ “แพ็คเกจโฆษณา” เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า

ทั้งนี้ รูปแบบ แพ็คเกจโฆษณา คือ การเลือกโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในหลากหลายรูปแบบหลากหลายรายการของบริษัท โดยอาศัยช่วงเวลาที่หลากหลายของบริษัทในการจัดแผนการโฆษณาของตนเอง ซึ่งการ

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

1.2 นำเสนอรูปแบบรายการ และแพ็คเกจการโฆษณา

บริษัทจะนำเสนอรูปแบบรายการต่อลูกค้ากลุ่มโฆษณาผ่านการเข้าพบเพื่อนำเสนอและการติดต่อผ่านทีมตลาดของบริษัท โดยการขายเวลาโฆษณาจะเป็นไปตาม พระราชบัญญัติ การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. ๒๕๕๑ มาตราที่ 23 กำหนด คือ เวลาออกรายการ 1 ชั่วโมง สามารถขายโฆษณาได้ 10 นาที ซึ่งบริษัทมีรูปแบบการโฆษณา 2 แบบ คือ

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

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

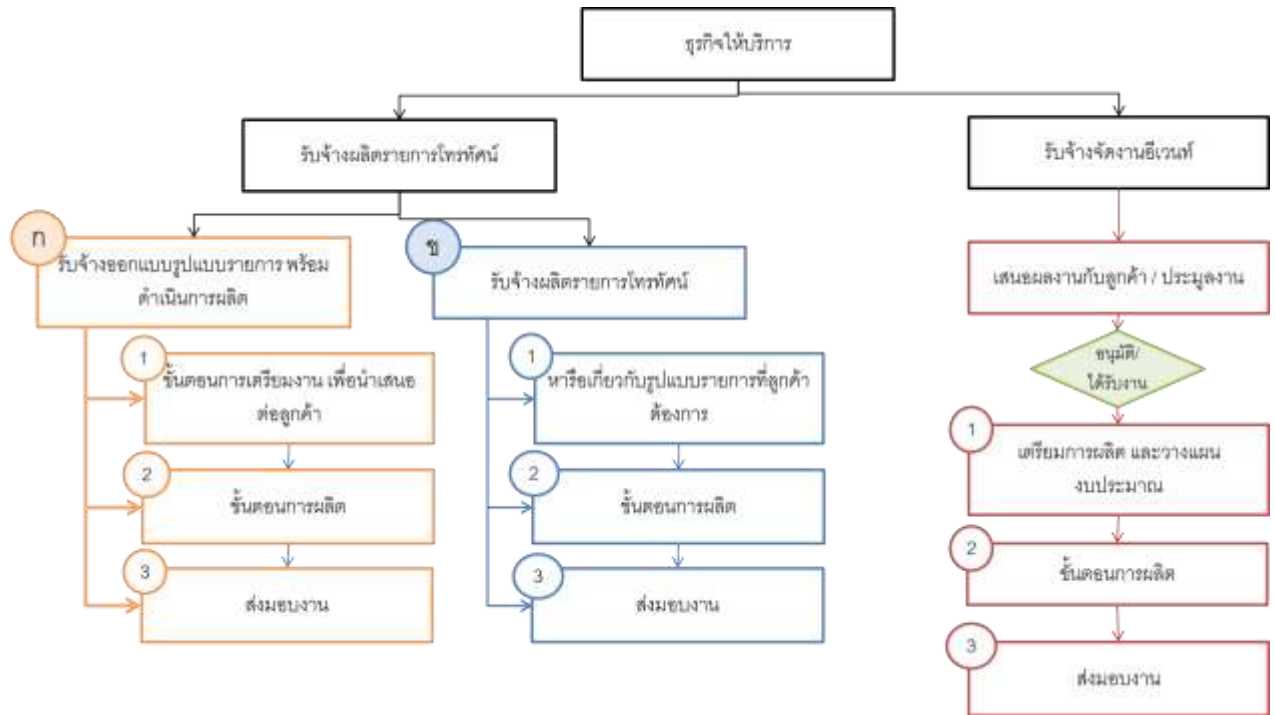
1.3 ลูกค้าตกลงสั่งซื้อเวลา

หลังจากที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อโฆษณากับทางบริษัท ขั้นตอนต่อไปเป็นขั้นตอนที่ลูกค้าตกลงสั่งซื้อเวลากับทางรายการ ซึ่งลูกค้าจะสั่งซื้อเวลาผ่านใบสั่งซื้อที่ระบุรายการและวันที่จะโฆษณาอย่างชัดเจน โดยหากมีการเปลี่ยนแปลงวันที่จะโฆษณา ทางบริษัทและลูกค้าจะหารือร่วมกันถึงเวลาที่เหมาะสมก่อนที่จะดำเนินการออกอากาศ ทั้งนี้ บริษัทจะสรุปรายละเอียดการโฆษณาในแต่ละตอนของรายการ เพื่อส่งไปยังสถานีล่วงหน้าทุกครั้ง

2.4.2 ธุรกิจให้บริการผลิตรายการโทรทัศน์

ธุรกิจให้บริการผลิตรายการโทรทัศน์ของบริษัท หมายถึง การรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ และการรับจัดอีเวนท์หรือกิจกรรม ซึ่งรายได้จากการให้บริการหลักของบริษัท เกิดจากการให้บริการรับจ้างผลิตรายการ ซึ่งต้นทุนในการให้บริการ ได้แก่ ค่าจ้างผู้ดำเนินรายการ ค่าถ่ายทำ ค่าจ้างทีมงาน และค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายทำ ทั้งนี้ ในบางครั้งบริษัทจำเป็นต้องทำการจัดจ้างบุคคลากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านจากภายนอก (Outsource) อาทิ ทีมงานช่างกล้อง ทีมงานระบบแสงและเสียง เข้ามาช่วยเสริมทีมงานของบริษัท เพื่อให้ผลงานออกมามีคุณภาพยิ่งขึ้น ซึ่งส่วนนี้ถือเป็น

ต้นทุนส่วนหนึ่งในการดำเนินงานของบริษัท โดยรายได้จากรูทกิจผลิตรายการโทรทัศน์ สามารถแบ่งการให้บริการออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ รับจ้างออกแบบและผลิตรายการโทรทัศน์ และรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้



1) **รับจ้างออกแบบรูปแบบรายการและผลิตรายการ**

ลักษณะการบริการในรูปแบบนี้ มีการดำเนินงานคล้ายคลึงกับการผลิตรายการโทรทัศน์ของบริษัท โดยต่างกันที่ลิขสิทธิ์ของรายการที่ผลิตจะตกเป็นของผู้ว่าจ้าง ซึ่งมีรูปแบบการดำเนินงาน ดังนี้

1.1) **ขั้นตอนการเตรียมงาน และนำเสนอผลงานต่อลูกค้า**

ในขั้นตอนนี้ ผู้ว่าจ้างอาจกำหนดประเภทของรายการที่ต้องการผลิตมาให้ทางบริษัท อาทิ รายการทอล์คโชว์ บริษัทมีหน้าที่ในการออกแบบรายการประเภททอล์คโชว์มานำเสนอต่อลูกค้า โดยการทำงานจะเริ่มจากทีมครีเอทีฟของบริษัทร่วมกันระดมความคิดออกมาเป็นรูปแบบรายการนำเสนอกลับไปลูกค้า โดยหลังจากที่ลูกค้าตกลงในรูปแบบของรายการที่บริษัทได้นำเสนอไป ขั้นตอนต่อไปคือการผลิตรายการ

1.2) **ขั้นตอนการผลิต**

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

1.3) **การส่งมอบงาน**

การส่งมอบผลงานให้ลูกค้า ถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินงานในส่วนของการรับจ้างผลิตรายการ โดยบริษัทจะส่งผลงานให้ลูกค้าตรงตามกรอบเวลาที่ได้ตกลงไว้ โดยปกติการนำส่งผลงานจะมีระยะเวลาในการส่งมอบงานล่วงหน้าระยะเวลาหนึ่งตามที่ตกลง ซึ่งที่ผ่านมาทางบริษัทไม่เคยประสบปัญหาการส่งมอบงานล่าช้า



2) การรับจ้างผลิตตามรูปแบบ

การให้บริการในส่วนนี้ ลูกค้าจะเป็นผู้จัดเตรียมรูปแบบรายการไว้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบฉากในรายการ รูปแบบการดำเนินรายการ หรือแม้กระทั่งสคริปท์หรือบท โดยรูปแบบการจ้างงานลักษณะนี้จะเป็นรูปแบบรายการที่ทางลูกค้าได้ทำการซื้อลิขสิทธิ์รายการมาจากต่างประเทศ (International Format) ซึ่งมีเงื่อนไขเกี่ยวกับรูปแบบที่แน่นอน ชัดเจน และต้องเป็นไปในรูปแบบเดียวกันกับรายการต่างประเทศ ซึ่งรูปแบบการได้มาของการรับจ้างผลิตรายการตามรูปแบบที่ลูกค้ากำหนดนั้น ลูกค้าจะเป็นฝ่ายเข้ามาติดต่อเพื่อให้บริษัทดำเนินการผลิตให้ โดยขั้นตอนการผลิตจะมีลักษณะเดียวกันกับขั้นตอนการผลิตรายการที่เป็นรายการของบริษัท รวมถึงขั้นตอนการผลิตในกรณีการรับจ้างออกแบบและผลิตรายการ เพียงแต่จะมีจุดสำคัญที่บริษัทในฐานะผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดคือรูปแบบรายการ ลักษณะรายการ การดำเนินรายการ ฉากของรายการ รวมถึงบทพูดของพิธีกรผู้ดำเนินรายการ เพื่อให้เป็นไปตามรูปแบบรายการที่ซื้อลิขสิทธิ์มาจากต่างประเทศ (International Format) ซึ่งหากจะมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ผู้ว่าจ้างจะต้องหารือเพื่อขออนุมัติการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวกับเจ้าของลิขสิทธิ์ก่อน โดยสำหรับการส่งมอบงานให้กับลูกค้า บริษัทจะต้องส่งมอบงานให้กับลูกค้าก่อนกำหนดเวลาการออกอากาศระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งที่ผ่านมาบริษัท และ CMED ยังไม่เคยส่งมอบงานล่าช้า



2.5 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทและบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจผลิตคอนเทนต์ประเภทสร้างสรรค์สังคม และ สิ่งแวดล้อม ซึ่งสะท้อนและสอดแทรกในผลงานที่ทางบริษัทได้ผลิตและออกอากาศ อาทิ ละครซีทคอมพลวงตามหาชน ที่เน้นปลูกฝังสิ่งดีๆ ให้แก่สังคม และ กิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม “ดาราไทยหัวใจริยสุ” ที่มุ่งหวังให้คนไทยหันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อมด้วยการลดการใช้ทรัพยากรที่สิ้นเปลือง ทั้งหมดนี้เป็นส่วนหนึ่งของความใส่ใจ และมุ่งมั่นที่จะเสริมสร้าง ปลูกฝัง และนำพาสิ่งดีๆ ให้แก่ผู้ชมในทุกเพศทุกวัย ตามสโลแกนของบริษัท “กรีน เอ็นเตอร์เทนเมนต์ (Green Entertainment) สังคมดี อารมณ์ดี” โดยบริษัทไม่เคยถูกร้องเรียนใดๆ และการดำเนินธุรกิจของบริษัท ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

2.6 ข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

-ไม่มี -