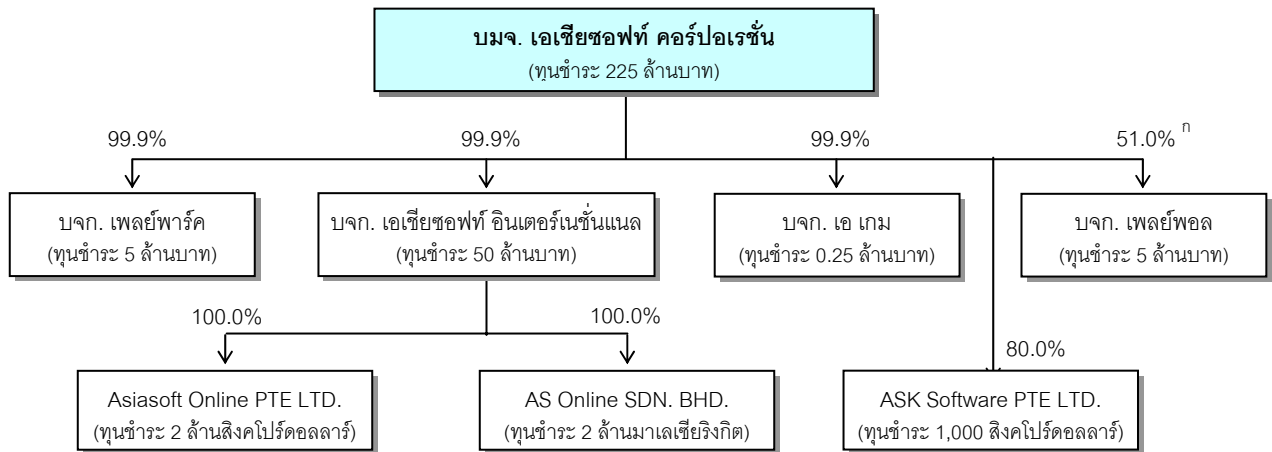


2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ประวัติความเป็นมา การเปลี่ยนแปลง และพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท เอเชียซอฟท์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ หรือ ASC”) เดิมชื่อ บริษัท พี.เอ็ม. มีเดีย (ไทยแลนด์) จำกัด ก่อตั้งเมื่อวันที่ 20 กันยายน 2544 ด้วยทุนจดทะเบียน 5.00 ล้านบาทเพื่อประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายเกมพีซี โดยมีผู้ร่วมก่อตั้ง คือ นายปวิทย์ สุนทรจิตพร นายตัน เตียว ลิม และนายเลิศชาย กันภัย ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์ในธุรกิจซอฟต์แวร์เพื่อความบันเทิงมาเป็นระยะเวลานาน

ต่อมาในปี 2546 บริษัทฯ ได้เริ่มธุรกิจการให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศไทย โดยได้เปิดตัวเกม “Ragnarok Online” ซึ่งซื้อลิขสิทธิ์มาจาก กราวิตี คอร์ปอเรชั่น ประเทศเกาหลีใต้ แล้วนำมาดัดแปลงเป็นภาษาไทยเพื่อให้บริการแก่ผู้เล่นเกมในประเทศไทย จนประสบความสำเร็จอย่างสูง ด้วยจำนวน Peak Concurrent User สูงสุดมากกว่า 110,600 ราย ซึ่งเป็นก้าวสำคัญที่ทำให้บริษัทฯ เป็นที่รู้จักในฐานะหนึ่งในผู้ให้บริการเกมออนไลน์ชั้นนำในไทย และในปี 2547 - 2548 บริษัทฯ ได้ปรับโครงสร้างบริษัทในกลุ่มที่มีผู้ถือหุ้นร่วมกัน โดยเข้าซื้อหุ้นบริษัทต่างๆ ดังกล่าวจากกลุ่มผู้ถือหุ้นหลักของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการดำเนินกิจการ รวมทั้งสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงาน ปัจจุบัน กลุ่มเอเชียซอฟท์ (กลุ่มบริษัทฯ) ประกอบด้วยบริษัทต่างๆ รวม 8 แห่ง ดังนี้



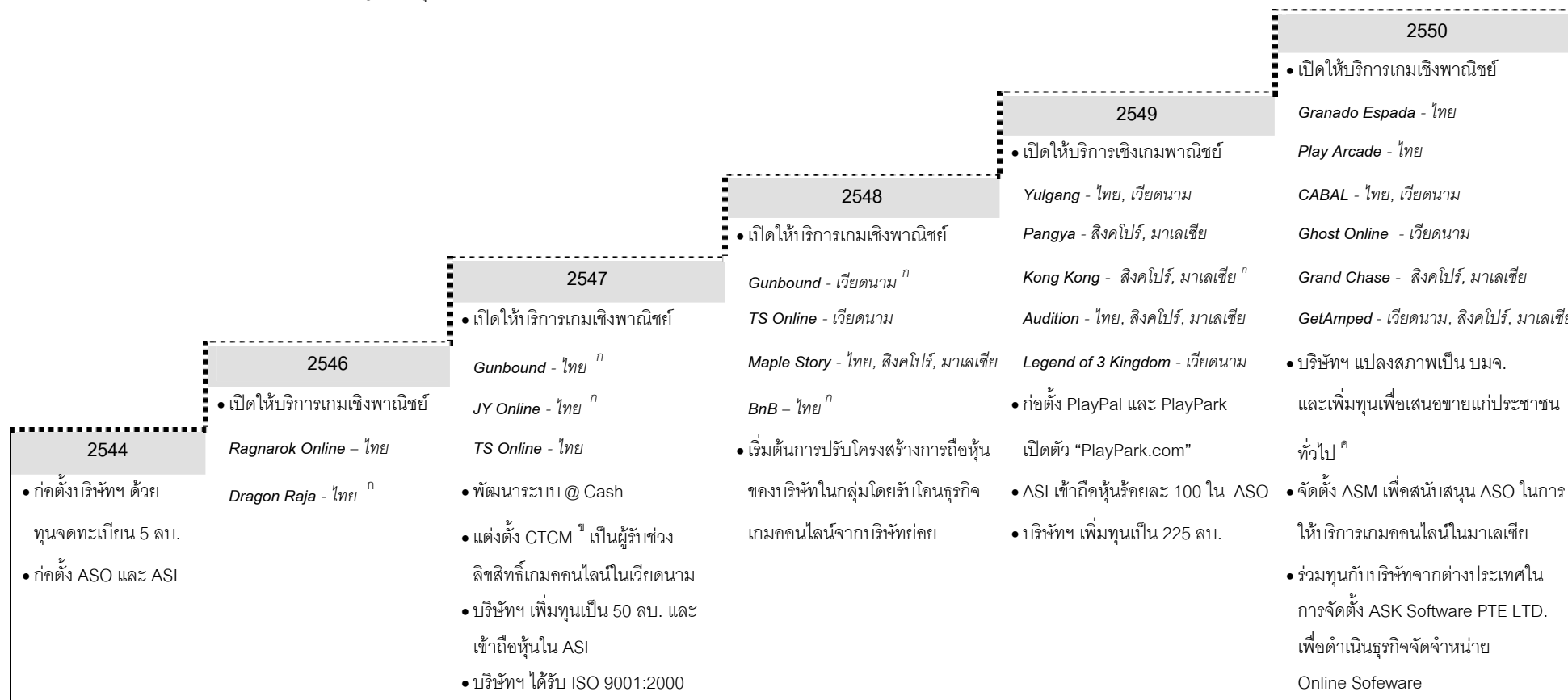
หมายเหตุ: ⁿ ผู้ถือหุ้นในส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 49.0 เป็นบุคคลภายนอก ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์

กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจหลักเกี่ยวกับการให้บริการด้านความบันเทิงออนไลน์ (Online Entertainment Group) ดังนี้

กลุ่มบริษัทฯ	ประเทศ	ประเภทธุรกิจหลัก
1. บมจ. เอเชียซอฟท์ คอร์ปอเรชั่น (“ASC”)	ไทย	ให้บริการเกมออนไลน์และจัดจำหน่ายเกมพีซี ในประเทศไทย
2. บจก. เอเชียซอฟท์ อินเทอร์เน็ตเอ็นแทเทนเมนต์ (“ASI”)	ไทย	Investment Arm
3. บจก. เพลย์พอล (“PlayPal”)	ไทย	ผู้พัฒนาเกมพีซี และเกมออนไลน์ ซึ่งได้รับบัตรส่งเสริมจาก BOI
4. บจก. เพลย์พาร์ก (“PlayPark”)	ไทย	ให้บริการเว็บไซต์ทำ (Game Portal) ที่เกี่ยวกับเกมออนไลน์ และบริการโฆษณาในเว็บไซด์ โดยปัจจุบันได้เปิดดำเนิน “www.playpark.com”
5. บจก. เอ เกม (“A Game”)	ไทย	ผู้พัฒนาเกมพีซี และเกมออนไลน์ (จัดตั้งเมื่อกุมภาพันธ์ 2551 และยังไม่มีการดำเนินงาน)
6. Asiasoft Online PTE LTD. (“ASO”)	สิงคโปร์	ให้บริการเกมออนไลน์และจัดจำหน่ายเกมพีซีในสิงคโปร์และมาเลเซีย
7. AS Online SDN. BHD. (“ASM”)	มาเลเซีย	สนับสนุน ASO ในการให้บริการเกมออนไลน์และจัดจำหน่ายบัตรเติมเงินในมาเลเซีย
8. ASK Software PTE LTD. (“ASK”)	สิงคโปร์	เป็นบริษัทร่วมทุนกับบริษัทจากต่างประเทศ เพื่อดำเนินธุรกิจจัดจำหน่าย Online Software (จัดตั้งเมื่อธันวาคม 2550 และยังไม่มีการดำเนินงาน)

สำหรับการให้บริการเกมออนไลน์ในเวียดนาม กลุ่มบริษัทฯ ได้แต่งตั้งให้ CONG TY TNHH CHAU A MEM (“CTCM”) ซึ่งเป็นผู้ร่วมทุนชาวเวียดนามที่เป็นบุคคลภายนอก เป็นผู้รับช่วงลิขสิทธิ์การให้บริการเกม (Sub-Licensee) ภายใต้ชื่อการค้า “Asiasoft” ตั้งแต่วันที่ 2547 เนื่องจากในเวลานั้นกลุ่มบริษัทฯ ไม่สามารถเข้าถึงเงินทุนในเวียดนามได้ อันเป็นผลมาจากข้อจำกัดด้านการลงทุนโดยชาวต่างชาติ อีกทั้ง กลุ่มบริษัทฯ ยังไม่มีความชำนาญในตลาดเกมในเวียดนาม จึงได้ทดลองตลาดโดยการให้ลิขสิทธิ์ช่วงแก่ CTCM ทั้งนี้ ภายหลังการเปิดเสรีทางการค้าเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2550 กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนโดยตรงในธุรกิจเกมออนไลน์ในเวียดนามภายในปี 2551

ประวัติการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของกลุ่มบริษัทฯ



หมายเหตุ :

^ก ปัจจุบันได้ปิดการให้บริการแล้ว

^ข CTCM เป็นบริษัทในเวียดนามที่รับช่วงลิขสิทธิ์การให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศเวียดนามจากกลุ่มบริษัทฯ ภายใต้ชื่อการค้า “AsiaSoft”

^ค บริษัทฯ เปลี่ยนมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จาก 100.00 บาทเป็น 1.00 บาท และเพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 91.00 ล้านบาท จากทุนจดทะเบียน 255.00 ล้านบาท รวมเป็น 316.00 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 316.00 ล้านหุ้น โดยหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 16.00 ล้านหุ้น เพื่อรองรับการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ จำนวน 16.00 ล้านหน่วยที่จะเสนอขายให้แก่กรรมการและพนักงานในวันที่ 16 พฤษภาคม 2551 และหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 75.00 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท เพื่อเสนอขายแก่ประชาชนทั่วไปในครั้งนี้

2.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

ลักษณะการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

กลุ่มบริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการด้านความบันเทิงออนไลน์ (Online Entertainment Service) ที่เกี่ยวกับเกมออนไลน์ (Online Game) ขึ้นมาในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่มีส่วนแบ่งการตลาดตามรายได้จากการให้บริการเกมออนไลน์ในปี 2549 เป็นอันดับ 1 ในไทยและสิงคโปร์ และเป็นอันดับ 2 ในมาเลเซียและเวียดนาม (ที่มา: IDC) โดยกลุ่มบริษัทฯ ได้เปิดให้บริการเกมออนไลน์ครั้งแรกในไทย เมื่อปี 2546 ด้วยเกม "Ragnarok Online" ซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูงด้วยจำนวน Peak Concurrent User สูงสุดมากกว่า 110,600 ราย จนกระทั่งปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ได้ให้บริการเกมออนไลน์มาแล้วทั้งสิ้น 16 เกม และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 มีเกมออนไลน์ที่เปิดให้บริการรวม 12 เกม ใน 4 ประเทศ คือ ไทย (7 เกม) สิงคโปร์ (5 เกม) มาเลเซีย (5 เกม) และเวียดนาม (6 เกม) โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา การให้บริการเกมออนไลน์ถือเป็นธุรกิจหลักที่สร้างรายได้ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ในสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 75.0 ของรายได้ทั้งหมด

การให้บริการเกมออนไลน์ในแต่ละประเทศยกเว้นเวียดนาม จะดำเนินการผ่านบริษัทที่จัดตั้งขึ้นในประเทศนั้นๆ ซึ่งแต่ละบริษัท จะมีระบบ Server เป็นของตนเองเพื่อให้บริการแก่ผู้เล่นเกมในแต่ละประเทศและสามารถรองรับผู้เล่นเกมจำนวนมากพร้อมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในไทยจะดำเนินการผ่านบริษัทฯ ส่วนในสิงคโปร์และมาเลเซียจะดำเนินการผ่านบริษัทย่อย ASO และ ASM (ปัจจุบัน ASO เป็นผู้ให้บริการระบบ Server สำหรับผู้เล่นเกมทั้งในสิงคโปร์และมาเลเซีย และ ASM กำลังอยู่ในขั้นตอนจัดเตรียมระบบ Server เพื่อให้บริการแก่ผู้เล่นเกมในมาเลเซีย) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 ระบบ Server ในไทย (บริษัทฯ) และสิงคโปร์และมาเลเซีย (ASO) สามารถรองรับ Peak Concurrent User ได้ถึง 357,800 ราย และ 106,000 ราย โดยมีอัตราการใช้งานที่ร้อยละ 46.8 และ 38.8 ของความสามารถในการรองรับทั้งหมด ตามลำดับ สำหรับในเวียดนามนั้น กลุ่มบริษัทฯ ได้ให้สิทธิบัตรแก่ CTCM ในการให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศดังกล่าว โดยกลุ่มบริษัทฯ จะทำหน้าที่เป็นผู้ให้คำปรึกษาด้านระบบ การตลาด และได้รับผลตอบแทนในรูปส่วนแบ่งรายได้เท่านั้น ซึ่งภายหลังจากเวียดนามได้เปิดเสรีทางการค้ากับต่างชาติเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2550 กลุ่มบริษัทฯ จึงมีแผนเข้าลงทุนโดยตรงในธุรกิจเกมออนไลน์ในประเทศเวียดนาม เพื่อช่วยเพิ่มโอกาสการเติบโตของกลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต

กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการให้บริการเกมออนไลน์ โดยเรียกเก็บค่าบริการจากการจำหน่ายบัตรเติมเงินล่วงหน้า @Cash (Prepaid Card) ให้แก่ผู้เล่นเกม เพื่อใช้เติมเวลา แลกคะแนน หรือใช้เป็นเงินเสมือนจริงสำหรับซื้อ Item ในเกม ซึ่งบัตรเติมเงินล่วงหน้า @Cash จะมี 2 ประเภท คือ 1) บัตรพลาสติก (Plastic @Cash Card) ซึ่งจะจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ และร้านสะดวกซื้อ ที่มีจุดขายอยู่ทั่วประเทศประมาณ 18,000 แห่งในไทย 750 แห่งในสิงคโปร์ และ 250 แห่งในมาเลเซีย ตามลำดับ และ 2) บัตรอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic @Cash Card) ซึ่งจะจำหน่ายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่หลากหลาย เช่น e-pay ผ่านเครื่องจำหน่าย (Terminal) โทรศัพท์มือถือ และระบบชำระเงินออนไลน์ @Shop และ @Cash Online ของกลุ่มบริษัทฯ ด้วยวิธีการชำระเงินสด โอนเงิน หรือบัตรเครดิต (แล้วแต่กรณี) ทั้งนี้ บัตรเติมเงินล่วงหน้า @Cash จะสามารถนำมาใช้กับเกมออนไลน์ทุกเกมของกลุ่มบริษัทฯ เฉพาะที่ให้บริการในประเทศนั้นๆ และยังสามารถใช้เล่นเกมออนไลน์ของบริษัทอื่นที่เข้าร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับกลุ่มบริษัทฯ นอกจากนี้ เพื่อสนับสนุนการให้บริการเกมออนไลน์ กลุ่มบริษัทฯ ได้จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลเกมออนไลน์เพื่อตอบปัญหาและข้อสงสัยในด้านเทคนิคและวิธีการเล่นผ่านทางโทรศัพท์ (Call Center) และทางอีเมล (Email) ตลอด 24 ชั่วโมง รวมทั้ง ผ่านทาง Counter Service "@Club" อีกด้วย

ในช่วงที่ผ่านมา จำนวน Registered User ของกลุ่มบริษัทฯ ได้เติบโตในอัตราก้าวกระโดด โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 มีจำนวนมากกว่า 8.20 ล้านคน ซึ่งมากกว่าร้อยละ 80.0 เป็นจำนวนฐานลูกค้าในประเทศไทย และหากพิจารณาด้านรายได้เฉลี่ย/ ผู้เล่นเกม/ เดือน (Average Revenue per User หรือ ARPU) พบว่าในปี 2549 และ 2550 กลุ่มบริษัทฯ มี ARPU เฉลี่ยเท่ากับ 505.89 บาท และ 591.10 บาท ตามลำดับ และหากพิจารณา ARPU แยกในแต่ละประเทศ จะพบว่า ARPU ของผู้เล่นเกมในสิงคโปร์จะสูงกว่า ARPU ของผู้เล่นเกมในไทย เนื่องจากมีอัตราค่าบริการที่สูงกว่า อีกทั้ง ประชากรสิงคโปร์ยังมีกำลังซื้อสูงกว่าไทย (รายละเอียดการคำนวณ ARPU ในส่วนที่ 2 ข้อ 12.2.2 ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของกลุ่มบริษัทฯ ในแต่ละสายธุรกิจ)

โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 กลุ่มบริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์เกมออนไลน์ในการให้บริการรวมทั้งสิ้น 18 เกม และเปิดให้บริการเกมออนไลน์แล้วรวม 12 เกม ใน 4 ประเทศ ดังนี้

การให้บริการเกมออนไลน์	ประเภทเกม ^ก	รูปแบบการคิดค่าบริการ ^ข	เดือน/ ปี/ ที่เปิดให้บริการเชิงพาณิชย์		
			ไทย	สิงคโปร์ & มาเลเซีย	เวียดนาม ^ค
1. Ragnarok Online	MMORPG	Hybrid Sale	03/2546	-	-
2. TS Online	MMORPG	Air Time Sale	10/2547	-	10/2548
3. Maple Story	Casual	Item Sale	10/2548	06/2548	-
4. Yulgang	MMORPG	Item Sale	03/2549	-	11/2549
5. Pangya	Casual	Item Sale	-	05/2549	-
6. Legend of 3 Kingdom	MMORPG	Item Sale	-	-	11/2549
7. GetAmped	Casual	Item Sale	-	08/2550	06/2550
8. Audition	Casual	Item Sale	08/2549	09/2549	-
9. Granado Espada	MMORPG	Item Sale	03/2550	-	-
10. Cabal	MMORPG	Item Sale	08/2550	-	12/2550
11. Ghost Online	MMORPG	Item Sale	-	-	09/2550
12. Grand Chase	Casual	Item Sale	-	12/2550	-

หมายเหตุ : ^ก MMORPG เป็นเกมที่สามารถรองรับผู้เล่นได้พร้อมกันเป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้เล่นสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับโลกของเกมได้พร้อมกันผ่านระบบเครื่องแม่ข่าย / Casual Game คือ เป็นเกมตัวการตูนน่ารักสีสันสดใสที่ผู้เล่นไม่ต้องใช้เวลาและทักษะในการเล่นมากนัก

^ข Air Time Sale คือ การคิดค่าบริการเกมตามระยะเวลาการเล่น, Item Sale = การคิดค่าบริการเกมจากการขาย Item ในเกม, Hybrid Sale คือ การคิดค่าบริการรวมทั้ง 2 รูปแบบ

^ค ดำเนินการโดย CTCM ซึ่งเป็นผู้รับช่วงลิขสิทธิ์การให้บริการเกมออนไลน์ของกลุ่มบริษัทฯ ในเวียดนาม

นอกเหนือจากธุรกิจให้บริการเกมออนไลน์ข้างต้นแล้ว กลุ่มบริษัทฯ ยังดำเนินธุรกิจตัวแทนจำหน่ายเกมออนไลน์และเกมพีซี ซึ่งได้รับลิขสิทธิ์การจัดจำหน่ายจากเจ้าของ/ ผู้จัดจำหน่ายลิขสิทธิ์ชั้นนำจากต่างประเทศ เช่น Blizzard Entertainment, Vivendi, Valve Corporation โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 กลุ่มบริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์จัดจำหน่ายเกมออนไลน์รวม 3 เกม ได้แก่ World of WarCraft, SilkRoad และ Gunbound และเกมพีซีมากกว่า 10 เกม ได้แก่ Counter Strike, Half Life, Diablo และ WarCraft เป็นต้น

กลุ่มบริษัทฯ ยังมีรายได้ค่าสมาชิก @Café ที่เรียกเก็บจากร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ในประเทศไทย สำหรับการให้สิทธิในการให้บริการเกมออนไลน์และเกมพีซี ที่กลุ่มบริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์แก่ลูกค้าภายในร้านของตนเอง โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ที่เป็นสมาชิก @Café มีจำนวนมากกว่า 13,300 แห่งทั่วประเทศไทย (ปัจจุบัน การดำเนินธุรกิจในระบบสมาชิก @Café มีเฉพาะประเทศไทยเท่านั้น) นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังดำเนินธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การให้บริการเว็บไซต์ทำ (Game Portal) www.playpark.com และการพัฒนาเกมออนไลน์ "Play Arcade" ซึ่งเป็นเกมประเภท Casual Game ที่พัฒนาโดยคนไทย โดยปัจจุบันได้เปิดให้บริการแล้วรวม 12 เกม

2.3 โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ

รายได้หลักของกลุ่มบริษัทฯ แบ่งตามประเภทธุรกิจ สามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเภทหลักดังนี้

ประเภทรายได้อ้างอิงตามงบรวม (ล้านบาท)	2548		2549		2550	
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%
1. รายได้จากการให้บริการเกมออนไลน์ ^ก	673.52	78.5	817.11	77.3	1,166.72	74.8
2. รายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายเกมพีซี และเกมออนไลน์ ^ข	173.86	20.3	210.77	19.9	334.62	21.5
3. รายได้อื่น ^ค	10.16	1.2	29.50	2.8	57.21	3.7
รวม	857.54	100.0	1,057.38	100.0	1,558.55	100.0

หมายเหตุ : ^ก ไม่รวมรายได้จากเกมออนไลน์ที่ให้บริการโดย CTCM ซึ่งรับช่วงลิขสิทธิ์การให้บริการเกมออนไลน์ในเวียดนามจากกลุ่มบริษัทฯ

^ข รวมรายได้ค่าสมาชิก @Café ที่ได้ให้สิทธิแก่ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ในการให้บริการเกมที่เป็นลิขสิทธิ์ของกลุ่มบริษัทฯ

^ค รวมรายได้ค่าลิขสิทธิ์ช่วงการบริการเกมออนไลน์ในเวียดนามที่ให้แก่ CTCM

หากพิจารณารายได้ของกลุ่มบริษัทฯ ตามภูมิศาสตร์ สามารถแบ่งรายได้ออกเป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

รายได้แยกตามภูมิศาสตร์อ้างอิงตามงบรวม (ล้านบาท)	2548		2549		2550	
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%
1. รายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานในประเทศไทย ^ก	857.54	100.0	701.68	66.4	929.53	59.6
2. รายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานในต่างประเทศ ^ข	-	-	355.70	33.6	629.02	40.4
รวม	857.54	100.0	1,057.38	100.0	1,558.55	100.0

หมายเหตุ : ^ก รวมรายได้จากการดำเนินงานของบริษัทฯ 4 แห่งที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย ได้แก่ บริษัทฯ ASI PlayPark และ PlayPal รวมถึงรายได้ค่าลิขสิทธิ์ช่วงการบริการเกมออนไลน์ในเวียดนามที่ให้แก่ CTCM

^ข รวมรายได้จากการดำเนินงานของ ASO และ ASM

2.4 จุดเด่นในการประกอบธุรกิจ

2.4.1 กลุ่มบริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการเกมออนไลน์ชั้นนำในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Leading Regional Online Game Operator)

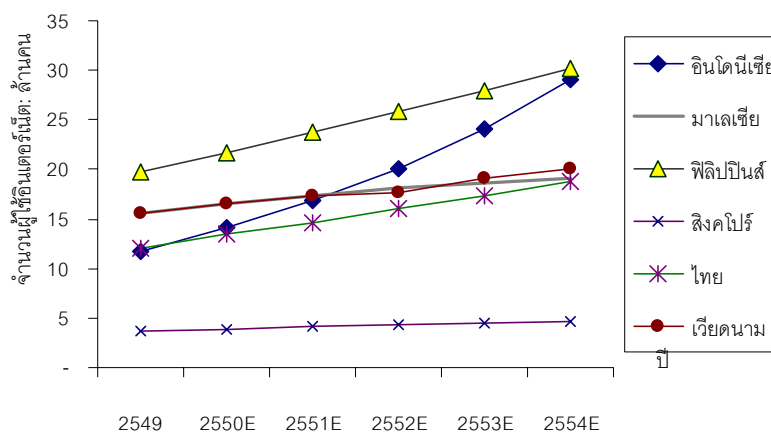
ตามรายงานของ IDC กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดอ้างอิงตามรายได้จากการให้บริการเกมออนไลน์ในปี 2549 เป็นอันดับ 1 ในไทยและสิงคโปร์ และเป็นอันดับ 2 ในมาเลเซียและเวียดนาม โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 มีเกมออนไลน์ที่เปิดให้บริการรวม 12 เกมใน 4 ประเทศ และมีฐานผู้เล่นเกม Registered User รวมมากกว่า 8.20 ล้านราย และด้วยสถานะความเป็นผู้นำในภูมิภาค กลุ่มบริษัทฯ เชื่อว่าจะส่งผลให้มีข้อได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจดังนี้

- ด้วยฐานผู้เล่นเกมขนาดใหญ่จะสนับสนุนให้การเปิดตัวเกมใหม่ประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว
- ด้วยฐานผู้เล่นเกมขนาดใหญ่ และความหลากหลายของเกมของกลุ่มบริษัทฯ ให้บริการในปัจจุบัน จะช่วยดึงดูดผู้เล่นเกมรายอื่นให้เข้าไปร่วมเล่นเกมมากยิ่งขึ้น
- มีส่วนช่วยให้ผู้ผลิต/ จัดจำหน่ายเกมออนไลน์สนใจที่จะให้ลิขสิทธิ์เกมใหม่ๆ แก่กลุ่มบริษัทฯ มากกว่าคู่แข่งรายอื่น เนื่องจากเชื่อว่าการดำเนินงานและการตลาดที่อาศัยฐานลูกค้าเดิมขนาดใหญ่จะเพิ่มโอกาสความสำเร็จในการเปิดให้บริการเกมใหม่

2.4.2 ลักษณะของธุรกิจเกมออนไลน์ที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง

ธุรกิจเกมออนไลน์โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีศักยภาพในการเติบโตจากปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ได้แก่ อัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับความบันเทิงอื่น จำนวนร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ที่เพิ่มขึ้น การลดปัญหาละเมิดลิขสิทธิ์ และความนิยมใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่เพิ่มขึ้น โดย IDC ได้ประมาณการจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของภูมิภาคจากจำนวน 78.45 ล้านคน ในปี 2549 เป็น 121.99 ล้านคนในปี 2554 คิดเป็นอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ที่ร้อยละ 9.2 ต่อปี

จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของแต่ละประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สำหรับปี 2549 - 2554

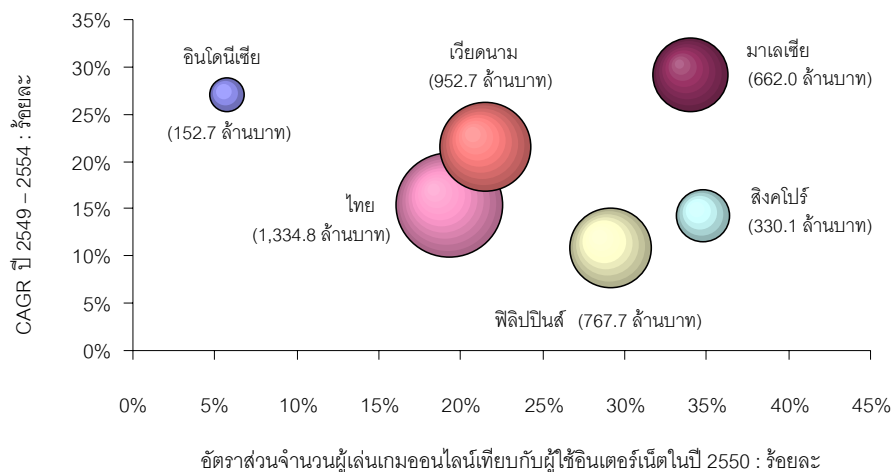


ที่มา: IDC, ASEAN Online Gaming 2007 – 2011 Forecast and Analysis

2.4.3 กลยุทธ์การกระจายการลงทุนในตลาดเกมออนไลน์ที่มีศักยภาพ

กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินกลยุทธ์การลงทุนในหลายประเทศที่มีศักยภาพในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อลดความเสี่ยงของการลงทุนในตลาดใดตลาดหนึ่ง โดยปัจจุบันได้ให้บริการเกมออนไลน์ใน 4 ประเทศ คือ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย และเวียดนาม (ผ่านการให้ลิขสิทธิ์ช่วงแก่ CTCM) และจากรายงานของ IDC ในปี 2550 ตลาดเกมออนไลน์ของภูมิภาคนี้รวม 6 ประเทศได้แก่ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม จะมีมูลค่าประมาณ 4,200.00 ล้านบาท โดยมีอัตราส่วนจำนวนผู้เล่นเกมออนไลน์เทียบกับจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (ดังแสดงตามแผนภูมิข้างล่าง) ยังอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่นที่มีตลาดเกมออนไลน์ที่พัฒนาแล้ว เช่น เกาหลีใต้ (ร้อยละ 48.9) และจีน (ร้อยละ 26.8) ซึ่งแสดงถึงโอกาสและศักยภาพในการเติบโตของตลาดเกมออนไลน์ในภูมิภาคนี้ ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ จึงได้เน้นการกระจายการดำเนินธุรกิจไปยังตลาดที่มีศักยภาพเพื่อสร้างการเติบโตของรายได้ประกอบกับการดำเนินนโยบายการบริหารงานในระดับภูมิภาค เช่น การจัดซื้อลิขสิทธิ์เกมสำหรับให้บริการในหลายประเทศ การใช้ทรัพยากรร่วมกันในการดำเนินงาน เป็นต้น จะทำให้เกิดความประหยัดของขนาด (Economy of Scale) ช่วยลดต้นทุน และส่งเสริมผลประโยชน์ของกลุ่มบริษัทฯ ให้ดียิ่งขึ้น

มูลค่าตลาดเกมออนไลน์ในปี 2550 ของประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้



ที่มา: IDC, ASEAN Online Gaming 2007 – 2011 Forecast and Analysis คำนวณที่อัตราแลกเปลี่ยน 34.00 บาท/ ดอลลาร์สหรัฐ

2.4.4 ธุรกิจการให้บริการเกมออนไลน์ที่สามารถสร้างกระแสเงินสดได้อย่างต่อเนื่อง

กลุ่มบริษัทฯ จะเก็บค่าบริการเกมออนไลน์ผ่านการขายบัตรเติมเงินล่วงหน้า @Cash ซึ่งช่วยลดปัญหาด้านหนี้เสีย และส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานที่สม่ำเสมอและต่อเนื่อง ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ ได้ตระหนักถึงข้อจำกัดของเกมออนไลน์ที่มีช่วงระยะเวลาที่อยู่ในความนิยมของผู้เล่นเกมโดยเฉลี่ย 2 - 4 ปี จึงได้มุ่งเน้นด้านการบริหารการเปิดตัวเกมออนไลน์ใหม่ทดแทนเกมเดิมที่ได้รับความนิยมลดน้อยลงทั้งในระดับประเทศและภูมิภาค เพื่อรักษาระดับกระแสเงินสดให้ต่อเนื่อง

2.4.5 ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายและเข้าถึงกลุ่มผู้เล่นเกมอย่างทั่วถึง

กลุ่มบริษัทฯ จัดจำหน่ายบัตรเติมเงินล่วงหน้า @Cash ในรูปแบบบัตรพลาสติก (Plastic @Cash Card) ผ่านตัวแทนจำหน่ายซึ่งมีจุดขายอยู่ทั่วประเทศ ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 มีจำนวนประมาณ 18,000 แห่งในไทย 750 แห่งในสิงคโปร์ และ 250 แห่งในมาเลเซีย ตามลำดับ ซึ่งไม่นับรวมการขายบัตรในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic @Cash Card) ผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ที่ผู้เล่นเกมสามารถเข้าไปซื้อบัตรเติมเงินล่วงหน้า @Cash ได้ทุกวันตลอดเวลา นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังสามารถกระจาย Client Program ซึ่งเป็นโปรแกรมเกมที่คุณเล่นเกมออนไลน์จะต้องติดตั้งก่อนการเล่น เกม ผ่านทางช่องทางจัดจำหน่ายเดียวกันอีกด้วย ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ เชื่อว่าการมีเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ จะสร้างความสะดวกสบายให้แก่ผู้เล่นเกมในการเข้าถึงบริการเกมออนไลน์ได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งทำให้ได้เปรียบคู่แข่งในการรักษารฐานผู้เล่นเกมเดิมและเพิ่มฐานผู้เล่นเกมใหม่มากขึ้น

2.4.6 ระบบ Server สำหรับการให้บริการเกมออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 ระบบ Server ของบริษัทฯ (สำหรับให้บริการในไทย) และ ASO (สำหรับให้บริการในสิงคโปร์และมาเลเซีย) สามารถรองรับ Peak Concurrent User ได้ถึง 357,800 ราย และ 106,000 ราย โดยมีอัตราการใช้งานเพียงร้อยละ 46.8 และ 38.8 ของความสามารถในการรองรับทั้งหมด ตามลำดับ ซึ่งยังสามารถรองรับจำนวนผู้เล่นเกมได้อีกมากในอนาคต และเพื่อรักษาคุณภาพในการให้บริการทั้งในด้านความเร็วและเสถียรภาพ กลุ่มบริษัทฯ จึงได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพของระบบ Server อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ระบบ Server ที่มีประสิทธิภาพยังช่วยให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถลดต้นทุนการดำเนินงานได้

2.4.7 ผู้บริหารของกลุ่มบริษัทเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในธุรกิจเกมออนไลน์

ผู้บริหารของกลุ่มบริษัทฯ เป็นผู้บุกเบิกธุรกิจให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศไทย รวมทั้งได้ร่วมกันบริหารงานจนประสบความสำเร็จทั้งในด้านรายได้และผลประกอบการ อีกทั้ง ยังสามารถขยายการดำเนินงานไปยังต่างประเทศจนประสบความสำเร็จ และเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยผลักดันให้กลุ่มบริษัทฯ เป็นหนึ่งในผู้นำด้านธุรกิจเกมออนไลน์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ดังเช่นในปัจจุบัน

2.5 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

นอกเหนือจากการรักษาความเป็นผู้นำในธุรกิจให้บริการด้านความบันเทิงออนไลน์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้แล้ว กลุ่มบริษัทฯ มีเป้าหมายหลักในการดำเนินธุรกิจดังนี้

- เพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ โดยวิธีการเพิ่มความสามารถในการทำกำไร
- ขยายการดำเนินงานไปยังธุรกิจออนไลน์ประเภทอื่นๆ เช่น Software Application เป็นต้น
- ขยายธุรกิจให้บริการเกมออนไลน์ไปยังตลาดในประเทศอื่นที่มีศักยภาพทั่วทั้งภูมิภาค
- รักษาและเสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านการให้บริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย คุณภาพของระบบเครื่องแม่ข่าย บริการหลังการขาย และกิจกรรมทางการตลาดในระดับภูมิภาค
- พัฒนาบุคลากรและองค์กรเพื่อประสิทธิภาพสูงสุดด้วยหลักธรรมาภิบาลที่ดี

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ กำลังดำเนินการจัดกลุ่มของเกมนออนไลน์ (Online Game Segmentation) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการแก่ผู้เล่นเกมทุกกลุ่มและทุกระดับอายุ และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวข้างต้น กลุ่มบริษัทฯ จะทบทวนกลยุทธ์ในการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ