

บริษัท ซีเอ็มโอ จำกัด (มหาชน)

---

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

## 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

### 1.1 วิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์

#### วิสัยทัศน์

“CMO เป็นผู้สร้างประสบการณ์ชั้นนำแห่งอาเซียน ผ่านการสื่อสารด้วยฝีมือระดับโลก”

#### วัตถุประสงค์

“CMO เป็นผู้สร้างประสบการณ์ผ่านการสื่อสารครบวงจร ด้วยความคิดสร้างสรรค์อย่างไม่มีที่สิ้นสุด”

### 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของกลุ่มบริษัท

บริษัท ซีเอ็มโอ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท ฯ”) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2534 โดยนายเสริมคุณ คุณาวงศ์ และนางสุรีย์ คุณาวงศ์ เพื่อประกอบธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงาน (Event Management) ประเภทงานบันเทิงสาธารณะ (Public Event) งานการประชุมสัมมนา (Meeting, Incentive, Convention & Exhibition: MICE) งานนิทรรศการและการแสดงสินค้า (Exhibition & Trade Show) และงานส่งเสริมการตลาดและส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Marketing & Promotion) ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1 ล้านบาท และมีพนักงานในช่วงเริ่มแรกจำนวน 4 คน ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญของกลุ่มบริษัท แสดงได้โดยสังเขป ดังต่อไปนี้

ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
พ.ศ. 2529	นายเสริมคุณ คุณาวงศ์ ได้จัดตั้งบริษัท ดิอายส์ จำกัด (หรือ “ดิอายส์”) ขึ้นเป็นบริษัทแรกในกลุ่มบริษัท เพื่อให้บริการผลิตสื่อประเภทมัลติมีเดีย และมัลติวิชั่น ในขณะนั้นนับได้ว่าดิอายส์เป็นหนึ่งในบริษัทผู้ให้บริการผลิตสื่อประเภทสื่อมัลติมีเดีย และมัลติวิชั่น ชั้นนำของประเทศไทย
พ.ศ. 2533	บริษัท พรินเซนต์ชั่น มีเดีย ซัพพลายส์ จำกัด (ในปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท พีเอ็ม เซ็นเตอร์ จำกัด หรือ “พีเอ็ม”) ได้รับการจัดตั้งขึ้น เพื่อให้บริการสนับสนุนทางด้านเครื่องมือสำหรับการแสดงและการนำเสนอแก่ดิอายส์
พ.ศ. 2534	บริษัท ซีเอ็ม ออร์กาไนเซอร์ จำกัด ได้รับการจัดตั้งขึ้น เพื่อให้บริการบริหารจัดการงาน ซึ่งนับได้ว่าในช่วงนั้น บริษัทฯ เป็นหนึ่งในผู้บุกเบิกธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานในประเทศไทย
พ.ศ. 2546	กลุ่มบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเงินทุนและการถือหุ้นครั้งใหญ่เพื่อเตรียมการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (หรือ “mai”) โดยการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จาก 8 ล้านบาท เป็น 59 ล้านบาท และ 150 ล้านบาท ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท โดยบริษัทฯ ได้เข้าไปถือหุ้นของพีเอ็มและดิอายส์ ในสัดส่วนร้อยละ 99.997 และ 99.84 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วของแต่ละบริษัทตามลำดับ ส่วน บริษัท เอส. คิวบิก จำกัด นั้นกลายเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ และบริษัทฯ ได้แปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชนในเดือนธันวาคม 2546 และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ซีเอ็ม ออร์กาไนเซอร์ จำกัด (มหาชน) (CM Organizer Public Company Limited)

ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
พ.ศ. 2547	บริษัทฯ ได้เพิ่มเงินลงทุนในบริษัท พีเอ็ม เซ็นเตอร์ จำกัด โดยบริษัทถือหุ้นของพีเอ็มในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว 135 ล้านบาท (เดิม 39.90 ล้านบาท) และได้เพิ่มเงินลงทุนในบริษัท ดิออยส์ จำกัด โดยบริษัทถือหุ้นของดิออยส์ในสัดส่วนร้อยละ 99.95 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว 15 ล้านบาท (เดิม 5 ล้านบาท)
พ.ศ. 2551	บริษัทฯ ได้ทำการขยายการลงทุนโดยการเข้าเป็นผู้ถือหุ้นใน บริษัท เอ็กซ์โป เทคโนโลยี จำกัด (หรือ “เอ็กซ์โป เทค”) ซึ่งให้บริการในการดำเนินการติดตั้งระบบสาธารณูปโภคที่เกี่ยวข้องกับการจัดอีเวนต์ โดยบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 40 และในปีบริษัทฯ ประสบความสำเร็จได้รับรางวัลรองชนะเลิศ ด้านแนวคิดสำหรับพาววิลเลียนขนาดไม่เกิน 500 ตารางเมตร จาก Bureau International des Expositions: BIE จากผลงานการสร้างศาลาไทยในงาน Expo ระดับนานาชาติในการร่วมงาน World Water Expo 2008 ณ ประเทศ สเปน โดยมีผู้ร่วมงาน 102 ประเทศทั่วโลก
พ.ศ. 2554	บริษัทฯ มีมติเปลี่ยนชื่อบริษัทใหม่ เป็น “บริษัท ซีเอ็มโอ จำกัด (มหาชน)” เพื่อรองรับการขยายธุรกิจไปยังงานประเภทอื่นๆ รวมถึงการเพิ่มแผนกงานใหม่ เพื่อรองรับการเติบโตของบริษัทฯ และการรวมเป็นประชาคมอาเซียน (AEC)
พ.ศ. 2557	ทุกบริษัทในเครือ CMO Group ได้ย้ายเข้ามารวมกันที่โครงการ Bangkok Creative Playground ซึ่งถือเป็นการเสริมสร้างศักยภาพในการทำงานของบุคลากรภายในและธุรกิจเป็นอย่างมาก รวมถึงการสร้างการรับรู้และการยอมรับต่อลูกค้าของบริษัทฯ และกิจการในเครือถึงความพร้อมในทุกๆ ด้าน
พ.ศ. 2558	บริษัทฯ ได้ทำการขยายการลงทุนโดยการลงทุนร่วมเพื่อเปิด 2 บริษัทใหม่กับธุรกิจใหม่ 1. บริษัท มิวส์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ให้บริการด้านการจัดคอนเสิร์ต 2. บริษัท ซีเอ็มโอ โซว้ คอร์ป จำกัด ประเภทธุรกิจการพัฒนาศูนย์การแสดงที่ผสมผสานเทคโนโลยี จัดโชว์ จัดแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย โดยบริษัท ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 70 และ 50 ตามลำดับ และเปิดธุรกิจ Imaginia Playland ในเดือนสิงหาคม ซึ่งเป็นกิจการสวนสนุกแนวใหม่สำหรับเด็ก
พ.ศ. 2559	บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 255,462,733 บาท โดยการจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนให้กับผู้ถือหุ้นเดิม
พ.ศ. 2560	จัดตั้งหน่วยธุรกิจ Imaginia Playland เป็น บริษัท อิมจินเนีย จำกัด ด้วยเงินลงทุน 10 ล้านบาท และตั้งเป้าหมายในการขยายสาขาไปยังกลุ่มประเทศแถบเอเชีย

ปี	พัฒนาการที่สำคัญ
พ.ศ. 2561	จัดตั้งหน่วยธุรกิจใหม่ CM Digital เพื่อให้บริการด้าน Digital Solutions และ Data Management เกี่ยวกับระบบลงทะเบียนสำหรับงานอีเว้นท์, งานประชุมสัมมนา ด้วยเทคโนโลยีที่หลากหลายรูปแบบ
พ.ศ. 2562	บริษัทฯ ดำเนินงานดูแลบริหารงานหน่วยงานที่มีอยู่ให้เติบโตต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดผลกำไรที่เพิ่มขึ้น ขณะเดียวกัน บริษัทฯ เตรียมแผนที่จะขยายงานด้านงานจัดประชุม, งานสัมมนา ตลอดจนงานประชุมวิชาการนานาชาติ รวมไปถึงธุรกิจโม้ เนื่องจากตลาดงานจัดประชุมมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น และสอดคล้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทยติดอันดับ 4 ของเอเชียด้านการประชุมนานาชาติ ทั้งนี้ ยังเป็นปีที่บริษัทฯ ได้รับงานใหญ่ระดับนานาชาติ โดยได้บริหารจัดการงานประชุมทางการแพทย์หัวใจนานาชาติด้านโรคไฟฟ้าหัวใจ (The 12th Asia Pacific Heart Rhythm Society Scientific Session (APHRS 2019) ซึ่งประเทศไทยเป็นเจ้าภาพ ในงานนี้มีแพทย์โรคหัวใจจากทั่วโลกเดินทางมาประชุมกว่า 3,500 คน ซึ่งถือได้ว่าเป็นงานประชุมแพทย์หัวใจครั้งสำคัญของประเทศไทย เป็นการแสดงให้เห็นถึงศักยภาพการจัดงานของประเทศไทย รวมถึงได้กระตุ้นอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยอีกด้วย



### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนในธุรกิจหลักคือ ธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลัก การเข้าลงทุนจะพิจารณาทั้งผลตอบแทนจากการลงทุนที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงศักยภาพของธุรกิจที่เข้าลงทุน และการส่งเสริมกับธุรกิจในปัจจุบัน บริษัทฯ มีนโยบายในการกำกับดูแลบริษัทย่อยโดยมีการส่งตัวแทน เข้าเป็นกรรมการหรือผู้บริหาร เพื่อดูแลและติดตามการบริหารงานของบริษัทย่อยให้เป็นไปตามเป้าหมายการดำเนินธุรกิจที่ได้กำหนดไว้

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท เป็นดังนี้



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 2.1 โครงสร้างรายได้

ตารางจำแนกรายได้จากการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท ระหว่างปี 2559 – 2562

ประเภทของรายได้	2559		2560		2561		2562	
	มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%
รายได้จากการให้บริการบริหารจัดการงาน	709.38	59.13%	679.85	49.91%	793.70	54.77%	731.60	54.67%
รายได้จากการให้บริการทางด้านอุปกรณ์	471.97	39.34%	637.97	46.83%	597.45	41.23%	554.84	41.46%
รายได้จากการให้บริการ ทางด้านการผลิตสื่อสำหรับนำเสนอ	18.30	1.53%	22.63	1.66%	30.82	2.13%	28.98	2.17%
รายได้จากธุรกิจสื่อการตลาด	-	-	-	-	-	-	-	-
รายได้จากธุรกิจสวนสนุก	-	-	21.79	1.60%	27.12	1.87%	22.69	1.70%
รวม	1,199.65	100%	1,362.24	100%	1,449.09	100%	1,338.10	100%

ตารางจำแนกรายได้ของบริษัทฯ ตามประเภทลูกค้า ระหว่างปี 2559 – 2562

รายได้ของบริษัท	2559		2560		2561		2562	
	มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%
บริษัท ซีเอ็มโอ จำกัด (มหาชน)								
- รายได้จากภาครัฐ	151.82	21.08%	146.06	23.29%	45.38	6.80%	87.13	14.01%
- รายได้จากภาคเอกชน	485.82	67.45%	429.50	68.50%	581.40	87.16%	483.13	77.66%
- รายได้อื่น	82.60	11.47%	51.49	8.21%	40.30	6.04%	51.83	8.33%
รวมรายได้	720.24	100%	627.05	100%	667.08	100%	622.08	100%



ตารางจำแนกโครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ ตามประเภทการให้บริการ ระหว่างปี 2559 – 2562

รายได้ของบริษัท	2559		2560		2561		2562	
	มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%
บริษัท ซีเอ็มโอ จำกัด (มหาชน)								
- รายได้จากงานส่งเสริมการตลาด และส่งเสริมการจำหน่าย	264.08	36.67%	233.23	37.19%	399.64	59.91%	187.41	30.13%
- รายได้จากงานบันเทิงสาธารณะ	63.72	8.85%	39.54	6.31%	47.51	7.12%	110.19	17.71%
- รายได้จากงานนิทรรศการและ งานแสดงสินค้า	186.69	25.92%	145.34	23.18%	106.17	15.92%	156.61	25.18%
- รายได้จากงานประชุมสัมมนา	4.96	0.69%	9.22	1.47%	0.00	0.00%	36.32	5.84%
- รายได้จากบริการบริหารจัดการงาน	24.99	3.47%	20.49	3.27%	20.37	3.05%	21.32	3.43%
- รายได้จากงานออกแบบ ตกแต่ง พิธีภัณฑ์	58.97	8.19%	124.22	19.81%	53.08	7.96%	58.40	9.39%
- รายได้จากงานสวนสนุก	34.23	4.75%	3.52	0.56%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
- รายได้อื่นๆ	82.60	11.46%	51.49	8.21%	40.31	6.04%	51.83	8.33%
รวม	720.24	100%	627.05	100%	667.08	100%	622.08	100%

## 2.2 การประกอบธุรกิจแต่ละสายผลิตภัณฑ์

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทในปัจจุบันสามารถแบ่งออกเป็น 8 กลุ่ม คือ

1. ธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการงานและการจัดแสดงนิทรรศการ (Event Management & Exhibition)
2. ธุรกิจการให้บริการอุปกรณ์ด้านระบบภาพ แสง เสียง และเทคนิคพิเศษ (Equipment Rental Service)
3. ธุรกิจการให้บริการผลิตสื่อประเภทวิดีโอ มัลติมีเดีย และอินเทอร์เน็ตที่พหุมีเดีย (Multimedia Production House)
4. ธุรกิจการให้บริการด้านการติดตั้งระบบสาธารณูปโภคที่เกี่ยวข้องกับการจัดอีเวนต์ (Utilities Service)
5. ธุรกิจการให้บริการด้านเป็นแหล่งท่องเที่ยว (Tourist Attractions)
6. ธุรกิจให้บริการด้านการจัดงานสังสรรค์แบบเฉพาะกลุ่ม (Private Lifestyle Event Service)
7. ธุรกิจให้บริการด้านการจัดงานคอนเสิร์ต ครอบคลุมถึงการจัดปาร์ตี้คอนเสิร์ต โชว์บิซทุกประเภท (Creative & Entertainment Production Agency)
8. ธุรกิจการให้บริการด้านสวนสนุกสำหรับเด็ก (Playland)

### 2.2.1 ธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการงานและการจัดแสดงนิทรรศการ (Event Management & Exhibition)

ปัจจุบันบริษัทฯ ให้บริการบริหารจัดการงานแบบครบวงจร (Turnkey Event Management) โดยขอบเขตการให้บริการบริษัทฯ จะครอบคลุมถึง

- การออกแบบสร้างสรรค์
- การวางแผนงานการสื่อสารทางการตลาดให้สอดคล้องกับแผนการตลาดของลูกค้า
- การออกแบบจัดงาน
- การให้คำปรึกษาในด้านการจัดหาและจัดเตรียมพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการจัดงานแสดงประเภทต่างๆ
- การให้คำปรึกษาเบื้องต้นทางด้านอุปกรณ์และสื่อสำหรับการจัดการแสดง

- การให้บริการรับออกแบบจัดสร้างตามแนวความคิดของลูกค้า
- การควบคุม
- การให้บริการประกอบ ติดตั้ง และตกแต่งภายในให้ลูกค้า
- และบริหารงานแสดง

ซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารและควบคุมคุณภาพของการดำเนินงานให้ได้มาตรฐาน ตามที่ลูกค้าได้กำหนดไว้ในปัจจุบันธุรกิจหลักของบริษัทฯ สามารถจำแนกได้ตามลักษณะการให้บริการได้เป็น 4 ประเภทหลัก ดังต่อไปนี้คือ

1. การจัดกิจกรรมทางการตลาดและส่งเสริมการขาย (Corporate & Marketing Event)
2. การจัดงานแสดงนิทรรศการถาวรประเภทพิพิธภัณฑ์และงานนิทรรศการชั่วคราว (Museum & Exhibition)
3. การจัดกิจกรรมประเภทงานบันเทิงสาธารณะและกิจกรรมพิเศษ (National & Public Event)
4. การจัดประชุมสัมมนา (Meeting, Incentive, Convention & Exhibition : MICE)

#### (1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

##### ก. การจัดกิจกรรมทางการตลาดและส่งเสริมการขาย (Corporate & Marketing Event )

การจัดกิจกรรมทางการตลาดและส่งเสริมการขาย เป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดประเภทหนึ่งที่สำคัญ และถูกนำมาใช้เป็นวงกว้างในธุรกิจต่างๆ ทั้งอุปโภคและบริโภค เนื่องจากเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่สามารถสร้างประสบการณ์ตรงของสินค้าให้กับผู้บริโภคได้ชัดเจน รวดเร็ว และเป็นการสื่อสารกับผู้บริโภคแบบสองทาง (two-way communication) เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว และเจาะกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ เน้นการจัดกิจกรรมทางการตลาดแบบสร้างประสบการณ์ (experiential marketing) เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ในการสร้างประสบการณ์ตรงให้กับผู้บริโภคได้เกิดการมีส่วนร่วมกับสินค้าหรือแบรนด์นั้นๆ มากกว่าการสื่อสารข้อมูลให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลแบบทางเดียว การทำการตลาดแบบสร้างประสบการณ์สามารถทำให้ผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กับสินค้าในเชิงลึก และทำให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ถึง brand value ของสินค้านั้นๆ ได้อย่างชัดเจน เป็นการจัดกิจกรรมที่หลากหลายมากกว่าการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างเดียว ซึ่งทำให้ธุรกิจสามารถเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น และตอบสนองความต้องการได้อย่างตรงและถูกต้อง ตัวอย่างการจัดกิจกรรมที่ต้องการสร้างการรับรู้ของสินค้าใหม่จะต้องมีการจัดกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ที่มากกว่าการทำ launching event สินค้า แต่จะต้องมีการคิดในแง่ที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การทำ online marketing หรือ การใช้ social media ต่าง ๆ ที่สามารถ สร้างการรับรู้และประสบการณ์ตรงในแง่มุมอื่น ๆ

นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอื่นๆ ที่ลูกค้าจัดขึ้นเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหรือตัวแทนจำหน่าย โดยอาจเป็นการจัดทำเนื่องในเทศกาลพิเศษขึ้นในรูปแบบการสัมมนาและงานบันเทิง เป็นต้น โดยส่วนใหญ่กิจกรรมทางการตลาดและส่งเสริมการขายจะเป็นงานลักษณะสั้นๆ เน้นการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมงาน และการสร้างภาพพจน์ที่ดีและความประทับใจและประสบการณ์ใหม่ต่อสินค้านั้นๆ ให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน

ผลงานการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่โดดเด่นของบริษัทฯ ในปี 2562 ที่ผ่านมา ได้แก่

- งานเปิดตัวรถอเนกประสงค์เอสยูวี รุ่นใหม่ All-New Mazda CX-8
- งานเปิดตัว HUAWEI nova 5T Smartphone
- SEPHORA CENTRAL WESTGATE STORE OPENING
- เปิดตัวผลิตภัณฑ์โฟมล้างหน้า Neutrogena Deep Clean Cushion foam

- GPX DARE TO CHALLENGE
- Samsung Air Purifier Experience Day
- ARBURG Thailand Grand Opening
- AIA PRESTIGE CLUB PRESS CONFERENCE
- EXIM THAILAND Phnom Penh Representative Office Grand Opening Ceremony
- SK-II Mega Event
- Redmi Note 8 Series Launch
- CALVIN KLEIN FLAGSHIP STORE OPENING

#### ข. การจัดงานแสดงนิทรรศการถาวรประเภทพิพิธภัณฑ์และงานนิทรรศการชั่วคราว (Museum & Exhibition)

การจัดนิทรรศการถาวรและนิทรรศการชั่วคราวนั้น เป็นการจัดประชาสัมพันธ์ทางการตลาดรูปแบบหนึ่ง โดยมีการตั้งวัตถุประสงค์ในแต่ละประเภทของงานแตกต่างกัน มุ่งเน้นการอธิบายองค์ความรู้เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ของแต่ละโครงการ บริษัทฯ มีหน้าที่สร้างกระบวนการในการสื่อสารของนิทรรศการให้ผู้ชมบรรลุถึงจุดประสงค์ที่หน่วยงานที่เป็นลูกค้าตั้งเป้าหมายไว้ เช่น การวางกลยุทธ์ในการสื่อสาร การออกแบบบริเวณพื้นที่จัดงาน การสร้างบรรยากาศด้วยแสง ภาพ เสียง และการแสดง การนำเทคนิคต่างๆ มาประกอบในการจัดแสดง เช่น Ghost Effect Hologram เป็นต้น การจัดงานนิทรรศการแบ่งได้เป็น 2 ประเภท

1. นิทรรศการเพื่อการศึกษา เป็นการกระตุ้นหรือจูงใจให้ผู้ชมได้ทราบถึงความรู้ ความก้าวหน้าในวิทยาการต่างๆ ตลอดจนเสริมสร้างทัศนคติ วิสัยทัศน์ ให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจสามารถนำวิทยานั้นไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาและในชีวิตประจำวัน

2. นิทรรศการเพื่อการค้า เป็นการจัดแสดงให้ผู้ชมได้ศึกษาหาความรู้ ในขณะเดียวกันก็มีการแนะนำผลิตภัณฑ์สิ่งของต่างๆ เพื่อต้องการโฆษณาส่งเสริมการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เป็นการหวังผลทางการค้า

สำหรับธุรกิจด้านพิพิธภัณฑ์หรือศูนย์การเรียนรู้ นั้น ถือเป็นงานนิทรรศการ ประเภทนิทรรศการถาวร บริษัทฯ ได้ดำเนินการครอบคลุม ตั้งแต่งานออกแบบเนื้อหา นิทรรศการ การออกแบบบรรยากาศภายในและภายนอกอาคาร งานก่อสร้าง งานวางแผนบำรุงรักษาและบริหารจัดการ การจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาต่างๆ โดยมีทีมงานที่ประกอบวิชาชีพโดยตรงเป็นผู้ดำเนินงานทุกขั้นตอน

ผลงานการจัดนิทรรศการถาวรประเภทพิพิธภัณฑ์ และงานนิทรรศการชั่วคราวที่สำคัญของบริษัทฯ ในปี 2562 ที่ผ่านมาได้แก่

- ศูนย์การเรียนรู้โรงไฟฟ้าขอนแก่น
- Lazada Booth @ Digital Thailand Big Bang 2019
- BBL Booth @ Thailand Smart Money 2019
- True 5G World Booth @ 0110 Thailand Techland 2019
- Bandai Namco Entertainment Booth at Thailand Game Show 2019
- Mazda Booth @ BOYD Million Ways to love
- Honda Booth @ Bangkok International Motor Show 2019

- Honda Booth @ Fast Auto Show Thailand 2019
- Abbott Booth Design @ APHRS 2019
- Kbank KBTG Booth @ Exhibition Bangkok Fintech Fair 2019
- Rama Production Booth @ Food Ingredients Asia 2019
- BBL Booth @ งานมหกรรมบ้านและคอนโด ครั้งที่ 40
- Core Plus zone @Amway Expo 2019
- HomePro Expo ครั้งที่ 30
- บูธบริษัทกรุงเทพประกันภัย @ Money Expo Khonkaen 2019

#### ค. การจัดกิจกรรมประเภทงานบันเทิงสาธารณะและกิจกรรมพิเศษ (National & Public Event)

การจัดกิจกรรมประเภทงานบันเทิงสาธารณะให้กับลูกค้า เพื่อส่งเสริมการขายในรูปแบบเฉพาะของแต่ละประเภทสินค้า ซึ่งต้องการกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวนมาก สำหรับการจัดงานให้กับลูกค้าราชการ จะเป็นการจัดงานตามนโยบายหรือแผนงานประจำปีที่กำหนดไว้แล้ว หรือเป็นกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของกระทรวงนั้นๆ เอง เป็นกิจกรรมเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าร่วมในกิจกรรมได้เป็นจำนวนมาก โดยจะเป็นการจัดงานขนาดใหญ่ มีรูปแบบงานหลากหลายรวมอยู่ด้วยกันจำนวนวันในการจัดกิจกรรมหลายวัน ซึ่งกิจกรรมประเภทนี้อาจจะเป็นได้ทั้งกิจกรรมพิเศษเฉพาะช่วงหรือเทศกาลในปีนั้นหรือกิจกรรมที่มีการจัดเป็นประจำทุกปี

นอกจากงานบันเทิงสาธารณะในรูปแบบของการรับจ้างแล้ว ยังมีกิจกรรมบันเทิงสาธารณะที่บริษัทเป็นเจ้าของแนวความคิดและรูปแบบเองโดยการพัฒนางานบันเทิงประเภทต่างๆ ที่มีศักยภาพพยายามจัดรูปแบบงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่จะเข้ามาเป็นผู้สนับสนุนการจัดงาน (Sponsor) ประสานไปกับความบันเทิงที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งการเริ่มเป็นเจ้าของงานของบริษัทนี้ ได้กระทำอย่างต่อเนื่องตามนโยบายการสร้างความมั่นคงทางรายได้ให้แก่บริษัท

ผลงานที่สำคัญของบริษัทฯ ในปี 2562 ที่ผ่านมา ได้แก่

- MEGA Countdown 2020
- การแสดงแสง สี เสียง ม่านน้ำ ชุด “แสงแห่งพระมหากษัตริย์คุณอบอูนหล้า” ในงานมหรสพสมโภช เนื่องในโอกาสมหามงคลพระราชพิธีบรมราชาภิเษก
- Chang-Major Movie on the Beach ครั้งที่ 7 ในตอน LUCKY 7
- Mega Kids World Magic Circus 2019
- MEGA Halloween 2019
- AP Thailand จัดงาน 'AP WORLD'
- ICONSIAM X-Mas Illumination



CMO PUBLIC COMPANY LIMITED

#### ง. การจัดประชุมสัมมนา (Meeting, Incentive, Convention & Exhibition: MICE)

การบริการบริหารจัดการประชุมสัมมนานั้น บริษัทฯ จะรับฟังวัตถุประสงค์ในการจัดงานของลูกค้า แล้วบริษัทฯ จะพัฒนาแนวคิดในการนำเสนอ และกลยุทธ์ในการจัดงานที่เหมาะสมให้กับลูกค้า และให้บริการแบบครบวงจร (Turnkey Event Management) โดยบริษัทฯ จะดูแลในทุกๆ ส่วนของงาน เริ่มตั้งแต่การให้การต้อนรับผู้เข้าร่วมประชุม การทำป้ายต้อนรับในบริเวณที่จะจัดงาน การออกแบบและตกแต่งห้องจัดงานสำหรับผู้เข้าร่วมประชุม การจัดงานเลี้ยงต้อนรับ การจัดหางานแสดงประเภทต่างๆ และงานเลี้ยงอำลาสำหรับผู้ร่วมงาน รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์งานประชุม

ผลงานที่สำคัญของบริษัทฯ ในปี 2562 ที่ผ่านมาได้แก่

- งานประชุมทางวิชาการการแพทย์หัวใจนานาชาติด้านโรคไฟฟ้าหัวใจ  
(The 12th Asia Pacific Heart Rhythm Society Scientific Session (APHRS 2019))
- BBL @ AEC Business Forum 2019
- AFCA Financial Summit Forum in Bangkok
- Disruptive Wealth Tech & Investment Strategy Seminar
- CAS Network Conference 2019
- Michelin PWS & MTSC Convention 2019
- TYREPLUS Convention 2019
- BOSCH Dealer Conference 2019
- ADFEST 2019
- Muang Thai Life Convention 2018
- KUBOTA CONFERENCE 2019
- MICE Standards Day 2019 และ พิธีมอบตราสัญลักษณ์มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS)

#### (2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

##### ก. นโยบายทางการตลาด

##### ➤ กลยุทธ์การตลาด

บริษัทฯ มีกลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นการให้บริการที่มีคุณภาพ และครบวงจรแก่ธุรกิจหลากหลายประเภท โดยมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญดังนี้

##### 1. การให้บริการที่เน้นคุณภาพอย่างครบวงจร

ที่ผ่านมาบริษัทฯ เน้นการให้บริการบริหารจัดการจัดงานในรูปแบบต่างๆ ให้แก่ทั้งหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน อย่างมีคุณภาพและครบวงจร โดยทีมงานของบริษัทฯ ได้ร่วมทำงานกับลูกค้าอย่างใกล้ชิดตั้งแต่เริ่มต้นเพื่อให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์และความต้องการของลูกค้าอย่างถ่องแท้ บริษัทฯ มีการกำหนดรูปแบบกิจกรรมการแสดงที่น่าสนใจการคิดรูปแบบการนำเสนอและมีความเป็นไปได้ในการจัดงาน รวมทั้งการจัดหาสถานที่ในการจัดกิจกรรม การจัดหาอุปกรณ์และทีมงานสนับสนุนการแสดง รวมทั้งการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการจัดงานของลูกค้า ทั้งนี้ บริษัทฯ จะมีการควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอนของการทำงาน เพื่อมิให้เกิดความผิดพลาดและสามารถสร้างสรรค์

งานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า บริษัทฯ จึงได้รับการยอมรับและความไว้วางใจจากลูกค้าเป็นอย่างดีว่า กิจกรรมที่บริษัทฯ จัดนั้น มีความแปลกใหม่และสามารถสื่อแนวคิดในการนำเสนองานได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

นอกจากนี้ เพื่อให้การจัดงานแสดงของลูกค้าสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น บริษัทฯ ได้เพิ่มการบริการทางด้านการประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่สื่อสาร สร้างภาพลักษณ์ และ นำเสนอข่าวสารในการจัดกิจกรรมของลูกค้า เป็นการสร้าง Value Added ให้แก่งานจัดการแสดงของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจต่อการบริการของบริษัทฯ โดยรวม และเพื่อให้บริษัทฯ มีความสามารถในการรองรับงานด้านบริหารการจัดงานได้ในทุกรูปแบบ บริษัทฯ จึงได้จัดตั้งบริษัทย่อยในเครือ CMO Group เพื่อรองรับงานภายในกลุ่มบริษัท โดยบริษัทย่อยในเครือได้ประกอบธุรกิจให้บริการครอบคลุมทั้งอุปกรณ์การจัดงานแสง สี เสียงทุกประเภท การจัดทำเทคนิคพิเศษ (Special Effect) การจัดทำวิดีโอ มัลติมีเดียเพื่อใช้ในกิจกรรมต่างๆ หรือเพื่อโฆษณา การรับจัดทำโครงสร้างเวที และให้บริการด้านระบบไฟฟ้า ระบบน้ำ ปั่นลมและการวางสายสื่อสาร จึงทำให้กลุ่มบริษัทในเครือ CMO Group สามารถให้บริการได้ครบวงจรอย่างแท้จริง

## 2. การให้บริการที่ครอบคลุมประเภทของงานที่หลากหลาย

บริษัทฯ ได้ให้บริการด้านบริหารการจัดงาน (Event Management) โดยให้บริการครอบคลุมธุรกิจทั้ง 4 ประเภท ดังนี้

1. ธุรกิจให้บริการการบริหารการจัดกิจกรรมทางการตลาด (Corporate & Marketing Event)
2. ธุรกิจให้บริการการบริหารการจัดแสดงนิทรรศการและพิพิธภัณฑ์ (Museum & Exhibition)
3. ธุรกิจให้บริการการบริหารงานบันเทิงสาธารณะและกิจกรรมพิเศษ (National & Public Event)
4. ธุรกิจให้บริการการบริหารการจัดประชุมสัมมนา (Meeting, Incentive, Convention & Exhibition: MICE)

นับได้ว่าบริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการชั้นนำในธุรกิจบริหารการจัดงานทั้ง 4 ประเภทดังกล่าว ซึ่งทำให้บริษัทมีโอกาสทางการตลาดที่ครอบคลุมในทุกประเภทของการบริหารการจัดงาน

นอกจากนั้นแล้ว บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารและดูแลลูกค้า เราจึงได้เพิ่มนโยบายการบริหารลูกค้าแบบยั่งยืนขึ้น ด้วยการสร้างระบบบริหารและดูแลลูกค้าแบบระยะยาว (Long-term account management system) ระบบดังกล่าวได้เอื้อประโยชน์ให้กับทั้งบริษัทฯ และลูกค้า โดยสามารถช่วยเพิ่มความมั่นคงทางรายได้ และเพิ่มความเชื่อมั่นจากลูกค้าในความเป็นมืออาชีพของบุคลากรได้เป็นอย่างดี เนื่องจากระบบครอบคลุมวิธีการปฏิบัติการตั้งแต่ การรักษาสัมพันธ์ภาพอันดี การบริการลูกค้าด้วยบุคลากรที่เชี่ยวชาญ ตลอดจนถึงการรักษาความลับทางการตลาดของลูกค้าแต่ละรายอย่างเข้มงวด ซึ่งเป็นเรื่องที่ถือปฏิบัติสำคัญมาโดยตลอด

## 3. การพัฒนาระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพตามมาตรฐานสากล

นอกจากนโยบายในการใช้กลยุทธ์ที่เป็นการให้บริการแบบครบวงจรแล้ว การบริการทั้งหมดต้องอยู่บนมาตรฐานสากลที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป ซึ่งเป็นเรื่องที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะการจัดงานหรือกิจกรรมในแต่ละครั้งนั้น จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับบุคคลมากมาย หากการทำงานไม่เป็นตามกฎระเบียบและมาตรฐานอย่างเคร่งครัดแล้ว ก็อาจเกิดความวุ่นวายหรือความประมาทเกิดขึ้น อันจะนำไปสู่ความเสียหายหรืออันตรายในเรื่องต่างๆ ได้

ดังนั้น บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญเรื่องกฎระเบียบในการทำงานที่ถูกต้อง รอบคอบ และคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นสำคัญ อาทิ เช่น กรณีการจัดงานที่ต้องใช้โครงสร้างขนาดใหญ่ต้องมีวิศวกรรับรองแบบการก่อสร้าง การมีเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยตรวจสอบความปลอดภัยในจุดต่างๆ ระหว่างเตรียมจัดงาน การจัดให้มีประกันภัยบุคคลที่สาม เป็นต้น

#### 4. การให้ความสำคัญกับบุคลากรภายในบริษัท

บริษัทฯ ตระหนักอยู่เสมอว่าบุคลากรในทุกระดับของบริษัทฯ เป็นกลไกที่สำคัญในการที่จะทำให้บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการจัดงานเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และความร่วมมือของบุคลากรในฝ่ายต่างๆ เพื่อให้การจัดกิจกรรมประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย บริษัทฯ จึงเน้นที่การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรโดยการจัดอบรมพนักงานให้มีความรู้ในด้านการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับการออกแบบและสร้างสื่อ และการใช้เครื่องมือสำหรับการนำเสนอ รวมถึงการจัดส่งพนักงานไปดูงานทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสในการรับรู้เทคนิค หรือ ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ที่จะนำมาปรับใช้ในการสร้างสรรค์งานให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นภายในองค์กร ด้วยการจัดกิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์ของพนักงานอันจะนำไปสู่การดำเนินงานในแนวทางเดียวกัน การร่วมมือและการประสานงานเพื่อให้งานสำเร็จดังเป้าหมายที่ได้วางไว้

#### ➤ นโยบายและการกำหนดราคา

การกำหนดราคาในการให้บริการบริหารจัดการจัดงานแต่ละงานจะกำหนดจากต้นทุนการผลิต ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนในการผลิตงาน (Production Cost) ต้นทุนค่าควบคุมในการผลิตงาน (Production Control Management Fee) และ ต้นทุนค่าควบคุมและบริหารงานการแสดงในวันจัดงาน (Presentation Control Fee) และบวกกำไรส่วนเพิ่ม (Profit Margin) ในอัตราที่เหมาะสม ซึ่งจะขึ้นอยู่กับลักษณะของงานว่าต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และความแปลกใหม่มากน้อยเพียงใด รวมทั้งความยุ่งยากซับซ้อนในการผลิตงานด้วย

#### ➤ ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทฯ จะมุ่งเน้นลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ต้องการจัดงานส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเพื่อสร้างยอดขาย เพิ่มเติมจากการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ไป หรือองค์กรภาครัฐและเอกชนที่ต้องการส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีกับตัวองค์กร รวมไปถึงงานประเภทศูนย์การเรียนรู้ด้วย โดยเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือองค์กรอาจจะเป็นผู้กำหนดรูปแบบของกิจกรรมเอง แล้วว่าจ้างให้บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการ หรือขอให้บริษัทฯ เป็นผู้นำเสนอแผนการจัดกิจกรรมให้ โดยบริษัทฯ ได้จำแนกลูกค้าออกเป็น 4 กลุ่มดังต่อไปนี้

#### 1 กลุ่มรัฐวิสาหกิจและหน่วยงานของรัฐ

เนื่องจากภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรม ที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องภาครัฐจึงมีนโยบายเป็นตัวแทนในการจัดกิจกรรมเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจ หรือจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมต่างๆ อาทิ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมการจัดการประชุม เป็นต้น หน่วยงานของภาครัฐที่รับผิดชอบในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเหล่านี้ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) และหน่วยงานราชการประจำจังหวัดท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงหน่วยงานราชการต่างๆ ที่มีการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ของหน่วยงานรัฐอีกเป็นจำนวนมาก โดยการจัดกิจกรรมนั้นจะสอดคล้องกับภาระหน้าที่ที่หน่วยงานรัฐนั้นดูแลเพื่อส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

## 2 กลุ่มธุรกิจเอกชน

กลุ่มธุรกิจในภาคเอกชนโดยส่วนใหญ่จะนิยมใช้การจัดงานควบคู่ไปกับเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดอื่นๆ แต่อาจจะใช้งบประมาณและความถี่ในการจัดงานแตกต่างกันไป ขึ้นกับขนาดธุรกิจและสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมโดยธุรกิจที่ใช้บริการบริหารจัดการจัดงานบ่อยและมีงบประมาณสูง มักเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงมีการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่รวดเร็ว หรือมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี หรือการต้องการใช้บริการที่รวดเร็ว เช่น ธุรกิจโทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงและมีการแข่งขันทางด้านการตลาดสูง อุตสาหกรรมธุรกิจรถยนต์ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ธุรกิจอาหาร ธุรกิจเครื่องสำอาง และเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการชีวิตประจำวัน ซึ่งธุรกิจเหล่านี้ให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมทางการตลาด การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ยังรวมถึงธุรกิจใหม่ๆ ที่เข้ามาทำตลาดในประเทศไทย การทำกิจกรรมทางการตลาดนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในการสร้างความรับรู้กับผู้บริโภคได้โดยตรง

## 3 กลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา

บริษัทตัวแทนโฆษณาจัดเป็นลูกค้ากลุ่มที่มีความสำคัญของบริษัทฯ เนื่องจากมีบริษัทตัวแทนโฆษณาเพียงไม่กี่รายเท่านั้นที่สามารถให้บริการบริหารจัดการงาน และการจัดทำโฆษณาได้แบบครบวงจร ดังนั้น บริษัทตัวแทนโฆษณาโดยส่วนใหญ่จึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้บริการของผู้ให้บริการบริหารจัดการงาน เพื่อให้การสร้างประสบการณ์เกิดขึ้นได้อย่างสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า นอกเหนือจากการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

## 4 ลูกค้าจากกลุ่มประเทศอาเซียน

ตามที่บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจจากการเปิดประชาคมอาเซียน ที่เกิดขึ้นแล้วนั้น บริษัทฯ จึงได้กำหนดแผนงานเพื่อรองรับลูกค้าในกลุ่มนี้มาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากผลงานที่บริษัทฯ ได้มีโอกาสให้บริการลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับอาเซียนในสามรูปแบบ ได้แก่

- 1) บริษัทเอกชนไทยหรือบริษัทต่างชาติที่มีฐานอยู่ในประเทศไทยที่มีแผนการลงทุนในอาเซียน
- 2) บริษัทเอกชนต่างๆ ในประเทศภูมิภาคอาเซียน อาทิ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศ CLMV
- 3) ภาครัฐของแต่ละประเทศในภูมิภาคอาเซียน

ที่ผ่านมา บริษัทฯ มีโอกาสให้บริการบริหารจัดการงานจากทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่องด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

### 1. เข้าร่วมการเสนอผลงานให้ลูกค้าคัดเลือก

ทีมงานของบริษัทฯ จะทำการติดตามความเคลื่อนไหวทางการตลาดของลูกค้าหรือได้รับการติดต่อจากลูกค้าให้ไปเสนอผลงานทั้งจากลูกค้าภาครัฐวิสาหกิจ รัฐบาล และภาคเอกชน โดยหลังจากที่บริษัทฯ ได้รับข้อมูลจากลูกค้า บริษัทฯ จะจัดเตรียมแผนงานตามวัตถุประสงค์ในการจัดงานของลูกค้า และนำเสนองานเพื่อให้ลูกค้าคัดเลือก หากบริษัทฯ ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้ให้บริการ ฝ่ายผลิตผลงานของบริษัทฯ จะประสานงานกับลูกค้าในการดำเนินงานในขั้นต่อไป

## 2.ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

จากนโยบายทางการตลาดที่มุ่งเน้นการสร้างงานที่มีคุณภาพดี เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า บริษัทฯ จึงสามารถสร้างและรักษาสัมพันธ์ภาพอันดีกับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง ลูกค้าที่เคยได้รับบริการ จึงมีความเชื่อมั่นในคุณภาพและกลับมาใช้บริการของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการที่บริษัทฯ มุ่งเน้นลูกค้าที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง มีงบประมาณ และมีแผนการประชาสัมพันธ์ มีความต้องการทำการตลาดอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี บริษัทฯ จึงได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

## 3.การแนะนำของลูกค้าเก่า

จากประสบการณ์ที่มีกว่า 30 ปี และการให้บริการที่ได้รับการยอมรับเป็นอย่างดีจากลูกค้าทั้งในแง่ของคุณภาพ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และแนวคิดในการนำเสนอที่แปลกใหม่แต่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการจัดงานของลูกค้า จึงทำให้ลูกค้าจำนวนมากมีความมั่นใจในคุณภาพงานของบริษัทฯ และมีการแนะนำลูกค้าอื่นๆ ให้มาใช้บริการของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

### ข. ภาวะการแข่งขันในธุรกิจให้บริการบริหารจัดการจัดงาน

#### 1. ภาวะการแข่งขันและกลยุทธ์การแข่งขันในธุรกิจให้บริการบริหารจัดการจัดงาน

ภาวะการแข่งขันในธุรกิจให้บริการบริหารจัดการจัดงานนับวันจะมีมากขึ้น เนื่องจากการจัดกิจกรรมทางการตลาด ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง ว่าสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง ทำให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ตรงได้ ทำให้แทบทุกบริษัทนิยมจัดกิจกรรมทางการตลาด ทั้งในแบบเฉพาะกลุ่มและกิจกรรมสาธารณะ เพื่อหวังผลทางด้านการตลาดมากขึ้น

การเข้าสู่ธุรกิจให้บริการบริหารจัดการจัดงานเป็นเรื่องที่ไม่ยากนัก เนื่องจากใช้เงินลงทุนและบุคลากรไม่มาก ในปัจจุบันกิจการที่ดำเนินธุรกิจให้บริการบริหารจัดการจัดงานสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ บริษัทที่ดำเนินธุรกิจบริหารจัดการจัดงานเป็นธุรกิจหลักซึ่งถือว่าเป็นคู่แข่งทางตรงของบริษัทฯ และบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์และรายการบันเทิงซึ่งจะอาศัยจุดแข็งทางด้านชื่อเสียงและสื่อที่มีอยู่ในมือมาเชื่อมโยงกับธุรกิจบริหารจัดการจัดงาน และเข้ามาประมูลงานแข่งกับผู้ประกอบการโดยตรง รวมถึงเอเยนซีโฆษณาและเอเยนซีประชาสัมพันธ์ ซึ่งบางเอเยนซีมีแผนกภายในบริษัทเองซึ่งทำหน้าที่ให้บริการบริหารจัดการงานแก่บริษัทที่เป็นลูกค้าของตน ซึ่งถือบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์และเอเยนซีโฆษณาเป็นคู่แข่งทางอ้อม แต่จากการที่ตลาดการจัดงานแสดงเติบโตและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ทำให้คู่แข่งทางอ้อมให้ความสำคัญกับธุรกิจการจัดงานแสดงมากขึ้น โดยเฉพาะเอเยนซีโฆษณา หันมาแย่งตลาดการจัดงานแสดงโดยการตั้งบริษัทหรือจัดตั้งหน่วยงานในการจัดงานแสดงให้แก่ลูกค้าในคุณค่าของงานอย่างจริงจัง แต่อย่างไรก็ดีในการจัดงานแสดงจำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญในการทำงานในระดับสูง และทีมงานจำนวนมาก ทำให้ยังมีความจำเป็นในการใช้บริการจากบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญโดยตรง

ในปัจจุบันผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจให้บริการบริหารจัดการจัดงานในประเทศไทยมีอยู่เป็นจำนวนมาก แต่จะมีเพียง 5-6 รายที่เป็นบริษัทขนาดใหญ่รวมถึงบริษัทฯ ด้วย ซึ่งมีการดำเนินงานที่เป็นระบบ มีสถานะที่มั่นคง สามารถให้บริการที่มีคุณภาพจนเป็นที่ไว้วางใจของลูกค้า มีการจับกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่มทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งแต่ละกิจการก็จะมี ความเชี่ยวชาญและสายสัมพันธ์ที่ต่างกันออกไป เมื่อใช้ยอดขายที่ผ่านมาเป็นเกณฑ์ในการจำแนกขนาดของบริษัทฯ เมื่อเทียบกับคู่แข่งที่เป็นผู้ดำเนินธุรกิจให้บริการบริหารจัดการจัดงานโดยตรง ถือได้ว่าบริษัทฯ เป็นกิจการขนาดใหญ่

การที่บริษัทผู้ให้บริการบริหารจัดการงานแต่ละรายจะได้รับงานจากลูกค้าหรือไม่ ขึ้นอยู่กับความพร้อม และความมั่นคงของบริษัทในการรองรับงาน และที่สำคัญคือความสามารถในการผลิตผลงานที่มีคุณภาพ ซึ่งปัจจัยที่จะทำให้ผลงานดังกล่าวมีคุณภาพได้นั้นขึ้นอยู่กับบุคลากร โดยเฉพาะทีมงานฝ่ายครีเอทีฟและฝ่ายผลิตที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความชำนาญและประสบการณ์ การมีฝ่ายสนับสนุนการทำงานที่มีความพร้อม ความสามารถของผู้ผลิตแต่ละรายที่จะสามารถจัดสรรองค์ประกอบทุกอย่างให้สามารถผลิตผลงานตามที่ลูกค้าต้องการได้ ภายในเวลาและงบประมาณที่กำหนดรวมถึงการบริหารจัดการที่เข้มงวด

## 2. ศักยภาพในการแข่งขันของบริษัท

สำหรับบริษัทฯ ซึ่งดำเนินธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานมานานกว่า 30 ปี มีการผลิตผลงานที่มีคุณภาพ เน้นการนำเสนอกิจกรรมในรูปแบบที่แปลกใหม่โดยเน้นความคิดสร้างสรรค์ และมีการควบคุมคุณภาพของงานในทุกกระบวนการของการให้บริการ ทำให้ผลงานที่ผ่านมาของบริษัทฯ ได้รับการยอมรับเป็นอย่างดีจากลูกค้าทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่องว่าเป็นงานที่มีคุณภาพดี ซึ่งทำให้ลูกค้าเหล่านั้นเป็นจำนวนไม่น้อยใช้บริการของบริษัทฯ มาอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทฯ มีรายได้จากการให้บริการบริหารจัดการงานเติบโตมาโดยตลอดแม้ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจที่อัตราการเจริญเติบโตของ GDP มีการขยายตัวในระดับต่ำ ค่าใช้จ่ายในการจัดส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์จะติดลบก็ตามและเพื่อให้บริษัทฯ สามารถรักษาสถานภาพการเป็นบริษัทชั้นนำในธุรกิจ และเพิ่มศักยภาพในการเจริญเติบโตและความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ผู้บริหารของบริษัทฯ ได้วางตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning) ของบริษัทฯ ให้เป็นผู้ให้บริการบริหารจัดการงานแบบครบวงจร (Turnkey Event Management Services) และให้บริการครอบคลุมงานจัดแสดงทุกประเภท โดยการให้บริการที่เน้นคุณภาพเป็นหลักสำคัญ ในปัจจุบันบริษัทฯ จึงได้รับการยอมรับจากทั้งลูกค้าของบริษัทฯ และบริษัทคู่แข่งว่าเป็นหนึ่งในบริษัทชั้นนำในแต่ละประเภทธุรกิจของการให้บริการบริหารจัดการงานที่บริษัทฯ ดำเนินกิจการอยู่

## (3) การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ขั้นตอนการให้บริการบริหารจัดการงาน สามารถแบ่งออกได้เป็นขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. กระบวนการให้บริการการบริหารจัดการงานจะเริ่มต้นจากการติดต่อมายังบริษัทฯ ของลูกค้าซึ่งเป็นเจ้าของสินค้าและบริการ โดยแจ้งความประสงค์ที่จะจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จัดประชุมสัมมนาตัวแทนขาย ไม่ว่าจะเป็นสำหรับตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการของตน หรือต้องการส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนในเรื่องด้านต่างๆ บริษัทฯ จะส่งทีมงานเข้าไปรับฟังความต้องการของลูกค้า และวัตถุประสงค์ในการจัดงาน รวมถึงงบประมาณในการจัดงานจากลูกค้าตามวัน เวลา และสถานที่ที่ลูกค้ากำหนด

2. หลังจากนั้น บริษัทฯ ก็จะกลับมาวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการและวัตถุประสงค์ในการจัดงานของลูกค้าอย่างถ่องแท้ พร้อมนัดประชุมทีมงานซึ่งประกอบไปด้วยฝ่ายวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) ฝ่ายครีเอทีฟ (Creative) และฝ่ายผลิต (Production) เพื่อระดมความคิดและวางรูปแบบ แนวทาง และวิธีการนำเสนอจนตลอดจนประเมินราคาในการให้บริการในเบื้องต้น การทำงานในขั้นตอนนี้จะต้องมั่นใจได้ว่าแนวคิด และรูปแบบของงานถูกต้องตรงกับความต้องการของลูกค้า และอยู่ในวงเงินที่ลูกค้ากำหนด

3. การจัดเตรียมความพร้อมสำหรับการจัดงานทั้งในด้านอุปกรณ์และสื่อสำหรับการนำเสนอ การควบคุมการผลิตและการประชาสัมพันธ์งาน การออกแบบการบริหารและควบคุมการจัดงาน

- 3.1. การจัดเตรียมความพร้อมทางด้านอุปกรณ์และสื่อสำหรับการนำเสนอ ฝ่ายผลิตจะดำเนินการจัดเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ ที่ต้องใช้ เช่น เครื่องมือสื่อสารระหว่างทีมงาน ระบบไฟฟ้า ระบบแสง สี เสียงและเทคนิคพิเศษ และสื่อสำหรับการนำเสนอ เครื่องแต่งกายนักแสดงและพิธีกร ตลอดจนอุปกรณ์จัดฉากให้มีความเหมาะสมกับแนวคิดและรูปแบบในการจัดงาน
- 3.2. การควบคุมการผลิตและการประชาสัมพันธ์งาน ในขั้นตอนนี้บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตงานพร้อมทั้งมีการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพของงานในทุกขั้นตอนของการผลิต เพื่อให้มั่นใจได้ว่างานที่ผลิตออกมามีคุณภาพและตรงกับวัตถุประสงค์ของลูกค้า ในระหว่างการผลิตงาน บริษัทฯ จะประสานงานกับบริษัทเจ้าของงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อประชาสัมพันธ์ให้งานเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย
- 3.3. การออกแบบการบริหารและควบคุมการจัดงาน การออกแบบการบริหารและควบคุมการจัดงานจะรวมถึงการคัดเลือกและอบรบบุคลากรสำหรับการจัดงาน ซึ่งทั้งบริษัทฯ และลูกค้าจะดำเนินการร่วมกันจัดหา คัดเลือกและให้การอบรมเจ้าหน้าที่ฝ่ายสนับสนุน เช่น พนักงานต้อนรับ บริกร พนักงานตรวจตั๋ว ตลอดจนพิธีกร และนักแสดง และการจัดเตรียมและบริหารพื้นที่จัดงานซึ่งเริ่มจากการติดต่อขอสถานที่กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงศึกษาข้อจำกัดของการใช้สถานที่นั้นๆ การจัดวางตำแหน่งของอุปกรณ์ เครื่องไม้เครื่องมือต่างๆ ให้เหมาะสมกับการใช้งาน การตกแต่งเวทีและฉากให้มีความน่าสนใจและการจัดเตรียมพื้นที่ว่างสำหรับผู้เข้าร่วมงานอย่างเพียงพอ ตลอดจนการจัดพื้นที่สำหรับเส้นทางสัญจรเพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานสามารถเดินทางจากจุดชมงานจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว รวมถึงการจัดเตรียมมาตรการรักษาความปลอดภัยต่างๆ ไว้พร้อมกันด้วย

3.4. การดำเนินการจัดงานตามวันเวลา และสถานที่ที่กำหนด



## 2.2.2 ธุรกิจให้บริการอุปกรณ์ (Equipment Service)

### (1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

เป็นธุรกิจให้บริการอุปกรณ์ (Equipment Rental service) ในกลุ่มบริษัท ทั้งทางด้านออกาไนเซอร์ และ เอเจนซี เพื่อกิจกรรมการแสดงและการนำเสนออยู่ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัท พีเอ็ม เซ็นเตอร์ จำกัด (“พีเอ็ม”)

ให้บริการจัดหาและอำนวยความสะดวกการใช้อุปกรณ์ต่างๆอย่างครบวงจรในการจัดกิจกรรมการแสดง (Event Management Supply) โดยการบริการจะครอบคลุมตั้งแต่การให้คำแนะนำและคำปรึกษาเกี่ยวกับการเลือกใช้ชนิดของอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับงาน การให้บริการติดตั้งและการดำเนินงานด้านการใช้งานอุปกรณ์ ตลอดจนการประสานงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้การจัดงานบรรลุวัตถุประสงค์และตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ปัจจุบันการให้บริการแบ่งออกเป็น 4 ประเภทหลักตามประเภทของอุปกรณ์ ดังนี้

- อุปกรณ์แสดงภาพ (Image System or Visual System) เช่น LED Screen, เครื่องฉายภาพ (Projector), จอภาพ (Screen), จอพาโนรามา (Panorama Screen), ชุดควบคุมระดับมืออาชีพที่เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ (Switcher), จอพลาสมา (Plasma TV), และ เครื่องฉายสไลด์ (Xenon Slide Projector) ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้งานได้หลากหลายรูปแบบทั้งการฉายภาพแบบภาพนิ่งและแบบภาพเคลื่อนไหวหลากหลายรูปแบบ เช่น การ Mapping อาคารหรือการฉายภาพบนจอโค้ง หรือการออกแบบงานที่มีการฉายลงวัสดุรูปทรงต่างๆ เป็นต้น
- อุปกรณ์แสง (Lighting System) รองรับการใช้งานทั้งงานคอนเวนชัน (Convention Lighting), งานละคร ในโรงละครต่างๆ , งานกิจกรรมที่จัดกลางแจ้ง (Outdoor Lighting) งานคอนเสิร์ต (Concert Lighting), งานแฟชั่นโชว์ (Fashion Show), งานประกวด (Contest) รวมทั้งระบบแสงสำหรับการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition Lighting)
- อุปกรณ์เสียง (Audio System) รองรับงานประชุม, งานเปิดตัวสินค้า, งานคอนเสิร์ต (Concert) และงานแสดงแสง-เสียงต่างๆ สำหรับพื้นที่เล็กๆ ถึงพื้นที่ ที่รองรับระดับ 10,000 คนขึ้นไป
- อุปกรณ์เทคนิคพิเศษ (Special Effect) เช่น เครื่องกำเนิดแสงเลเซอร์ เพื่อฉายภาพในรูปกราฟฟิก แอนิเมชันต่างๆ การใช้แสงเลเซอร์, อุโมงค์น้ำ, จอน้ำ (Water Screen) น้ำพุรูปแบบต่างๆ อาทิ Straight, Skirt และ Circle รวมทั้ง Confetti, Paper Blower และ Flame Projector
- อุปกรณ์โครงสร้างในรูปแบบต่าง เช่นโครงสร้าง Rooftop สำหรับแขวนอุปกรณ์ Lighting หรือ Audio ในงานต่างๆ หรือโครงสร้าง Rooftop ติดแอร์ สำหรับสร้างห้อง Convention ในสถานที่กลางแจ้งได้

### (2) การตลาดและการแข่งขัน

#### ก. นโยบายและการกำหนดราคา

การกำหนดราคาการให้บริการและเช่าอุปกรณ์ขึ้นอยู่กับประเภทงานและชนิดของอุปกรณ์ เกณฑ์การตั้งราคาจะคำนวณจากราคาอุปกรณ์รวมกับต้นทุนด้านบุคลากรกับโลจิสติกส์ ทั้งนี้การกำหนดราคาอุปกรณ์ด้านแสง เสียงจะอ้างอิงจากราคาตลาดด้วย ในขณะที่บริการติดตั้งมาน้ำและน้ำพุ จะกำหนดราคาตามลักษณะงาน ตามเกณฑ์การกำหนดราคาของบริษัท ได้แก่ คุณสมบัติและเทคนิคพิเศษของอุปกรณ์ ความซับซ้อนของการติดตั้งอุปกรณ์และระยะเวลาการใช้งานของอุปกรณ์

➤ ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของธุรกิจให้บริการอุปกรณ์ประกอบไปด้วย

- บริษัทผู้ให้บริการบริหารจัดการงาน (Event Organizer)
- หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนซึ่งต้องการจัดกิจกรรมการแสดงด้วยตนเอง
- บริษัทที่เป็นผู้จัดงาน (Promoter)

ข. สถานะการแข่งขันในธุรกิจให้บริการอุปกรณ์

ปัจจุบันธุรกิจให้บริการอุปกรณ์ในประเทศไทยมีผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก จากการศึกษาความเปลี่ยนแปลงด้านการแข่งขันในตลาดแล้วผู้ประกอบการจำนวนมากยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากอุปกรณ์ที่ทันสมัยตรงกับความต้องการของลูกค้าและการให้บริการอย่างครบวงจรยังมีจำนวนน้อย

เพื่อดำรงความสามารถในการแข่งขัน กลุ่มบริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการจัดหาให้มีอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยตรงกับความต้องการของลูกค้า จึงจัดหาอุปกรณ์ใหม่ๆ เข้ามาอย่างต่อเนื่องตามความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่จัดเก็บและรักษาอุปกรณ์ให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน รวมทั้งพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และทักษะการใช้อุปกรณ์อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งความชำนาญในการบริการเป็นหนึ่งในจุดแข็งที่ทำให้สามารถรักษาสวนแบ่งในตลาดได้

(3) การจัดหาอุปกรณ์และบริการ

- |            |  |
|------------|--|
| ก. อุปกรณ์ | การจัดซื้อจัดหาอุปกรณ์ดำเนินการภายใต้ผลการสำรวจความต้องการและความนิยมของตลาด โดยทำการประเมินจากสถิติการเช่าอุปกรณ์ในแต่ละปีร่วมกับข้อมูลการเช่าอุปกรณ์เพิ่มเติม ทั้งนี้บริษัทผู้ผลิตและสินค้าจะต้องผ่านมาตรฐานการผลิตและมีคุณภาพสินค้าตามที่กำหนดมาตรฐานไว้ โดยบริษัทจะส่งทีมงานเข้าตรวจสอบโรงงานผลิตทั้งในและนอกประเทศ ก่อนสรุปการจัดซื้อสินค้า และรวมถึงเทคโนโลยีที่เป็น Innovation เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและคงความเป็นผู้นำทางด้านบริษัทแห่งเทคโนโลยี |
| ข. บุคลากร | กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญทั้งการคัดเลือกบุคลากรและการพัฒนาความสามารถของบุคลากร ซึ่งเป็นหนึ่งในแนวทางการรักษามาตรฐานงานบริการ ทั้งยังเป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพและส่งเสริมความเจริญก้าวหน้าในสายอาชีพของบุคลากรด้วย   |

(4) การดำเนินการของบริษัทเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

หนึ่งในเกณฑ์พิจารณาบริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์คือผ่านเกณฑ์มาตรฐานการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อาทิ ไม่ผลิตสารที่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อมและเป็นผลิตภัณฑ์ที่ประหยัดพลังงาน นอกจากนี้แล้วบริษัทยังพยายามเพิ่มจำนวนอุปกรณ์ดังกล่าวเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการทำธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วย



CMO PUBLIC COMPANY LIMITED

### 2.2.3 ธุรกิจให้บริการผลิตสื่อสำหรับการนำเสนอ (Presentation Media)

#### (1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท ดิอายส์ จำกัด (“ดิอายส์”) ดำเนินธุรกิจให้บริการเกี่ยวกับการผลิตสื่อวิดีโอ และมัลติมีเดียสำหรับงานพรีเมียมเทชั่น แบบครบวงจร โดยครอบคลุมตั้งแต่การให้คำแนะนำ, การออกแบบสื่อที่เหมาะสมกับงานนำเสนอแต่ละประเภท รวมถึงเลือกชนิดของอุปกรณ์ที่เหมาะสมสำหรับการนำเสนอ และการดูแลงานทางด้านการติดตั้งอุปกรณ์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายของสินค้าเกิดความเข้าใจและการรับรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าได้มากขึ้น และประชาสัมพันธ์องค์การเพื่อก่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อตัวองค์กร โดยสื่อต่างๆ ถูกนำไปใช้ทั้งในกิจกรรมหลายประเภท ทั้งงานเปิดตัวสินค้า, กิจกรรมการตลาดและการส่งเสริมการขาย, กิจกรรมบันเทิงสาธารณะ, นิทรรศการ, กิจกรรมการประชุมในระดับนานาชาติ ฯลฯ

ปัจจุบันดิอายส์ให้บริการผลิตสื่อสำหรับการนำเสนออยู่ 3 ประเภท คือ

- สื่อประเภทมัลติมีเดีย (Multimedia) เป็นเทคนิคการใช้สื่อผสมทั้งด้านภาพและเสียงที่หลากหลาย เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับสินค้าหรือบริการของลูกค้า เหมาะสำหรับการจัดแสดงในงานอีเวนต์ นิทรรศการ หรือพิพิธภัณฑ์ต่างๆ เทคนิคที่ใช้ก็มีหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น Multiscreen Video, Panorama Video, Video Mapping, Hologram, Magic Display, และ 3D Video
- สื่อประเภทวิดีโอ (Video Presentation) ดิอายส์ให้บริการผลิตวิดีโอพรีเมียมเทชั่นครบวงจร ตั้งแต่การเขียนสคริปต์ การถ่ายทำ จัดทำกราฟฟิก แอนิเมชัน จัดทำเสียงและดนตรีประกอบ ไปจนถึงการตัดต่อวิดีโอประเภทของวิดีโอที่ให้บริการมีตั้งแต่ Company Profile, Video เข้าตลาดหลักทรัพย์, Promotional Video, TV Commercial, ภาพยนตร์สั้น และวิดีโอ พรีเมียมเทชั่นอื่นๆ
- สื่อประเภทอินเทอร์แอคทีฟ (Interactive Media) เป็นสื่อที่ใช้เพื่อสร้างสีสันในงานอีเวนต์ นิทรรศการ หรือพิพิธภัณฑ์มีความน่าสนใจมากขึ้น โดยทำให้ผู้มาร่วมงานสามารถ interact กับสื่อต่างๆ ได้ เพื่อที่จะให้ได้ถึงข้อมูลของสินค้าและบริการต่างๆ หรือเพื่อความบันเทิง สื่ออินเทอร์แอคทีฟของทางดิอายส์มีหลากหลายแบบ เช่น Interactive Shadow, Multi-touch Table, Reactable, Silhouette Art Projection, Augmented Reality, Photo Booth, Movie Bike and Kinect Interactive Game โดยที่เราสามารถปรับเปลี่ยนตัดแปลงโปรแกรม ให้ตรงกับการใช้งาน และความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

#### (2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

##### ก. นโยบายและการกำหนดราคา

ดิอายส์ มีนโยบายในการกำหนดราคาการให้บริการผลิตสื่อสำหรับการนำเสนอที่เป็นมาตรฐาน และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ โดยกำหนดระดับราคาจากต้นทุนของการผลิตสื่อแต่ละประเภท บวกกำไรหรือผลตอบแทนในระดับที่เหมาะสม

##### ➤ ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- บริษัทผู้ให้บริการบริหารจัดการงาน (Event Organizer) และเอเจนซีโฆษณา ซึ่งไม่มีหน่วยงานภายในของตนเองทำหน้าที่จัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอ
- หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนซึ่งต้องการจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงานของตนและจำเป็นต้องใช้สื่อสำหรับการนำเสนอ

## ข. สถานะการแข่งขันในธุรกิจให้บริการผลิตสื่อสำหรับการนำเสนอ

หากพิจารณาธุรกิจผู้ให้บริการจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอในประเทศไทย จะพบว่าผู้ประกอบการอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่จะมีความชำนาญในการจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนออยู่เพียงประเภทเดียว หรือสองประเภทเท่านั้น มีผู้ประกอบการเพียงไม่กี่รายซึ่งรวมถึงดิอายเป็นด้วย ที่สามารถให้บริการจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอได้แบบครบวงจร มีการเจาะกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม มีการดำเนินกิจการที่เป็นระบบ และได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางจากคนในวงการ

เพื่อดำรงความสามารถในการแข่งขัน ดิ�ายสได้ให้ความสำคัญในการจัดให้มีบริการจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอแบบครบวงจรทั้งสื่อประเภทวิดีโอ สื่อประเภทมัลติมีเดีย สื่อประเภทคอมพิวเตอร์กราฟฟิก และสื่อประเภทมัลติมีเดีย ซึ่งตรงกับความต้องการของลูกค้า และทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ในราคาที่เหมาะสมนอกจากนี้ ดิ�ายสยังจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานของบริษัทอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เข้าใจและตามทันเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างเร็ว ด้วยการให้บริการที่เน้นคุณภาพความคิดสร้างสรรค์และแนวคิดในการนำเสนอที่แปลกใหม่ แต่ตรงกับวัตถุประสงค์ของลูกค้า พร้อมกับคิดราคาในการให้บริการในอัตราที่แข่งขันได้ ที่ผ่านมามีดิ�ายสจึงได้รับการยอมรับจากทั้งลูกค้าของบริษัทฯ เอง และบริษัทคู่แข่งว่าเป็นหนึ่งในบริษัทผู้ให้บริการจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอชั้นนำบริษัทหนึ่งในวงการ

นโยบายทางการตลาด : ดิ�ายสยังคงยึดหลักการให้บริการที่ดีเลิศแก่ลูกค้า และผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เพื่อคงความเป็นผู้นำในตลาดนี้ พร้อมทั้งยังมีการพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบแปลกใหม่ ที่แสดงถึงเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทั้งยังสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ทั้งยังให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ผลงานของบริษัท ทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้บริษัทเป็นที่รู้จักแก่กลุ่มลูกค้ามากขึ้น

### (3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ก. อุปกรณ์ ดิ�ายสมีนโยบายในการจัดหาเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอ เช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟฟิก อุปกรณ์สำหรับการถ่ายทำวิดีโอ และอุปกรณ์สำหรับการถ่ายภาพที่มีคุณภาพดีและตรงกับความต้องการใช้งาน โดย ดิ�ายสจะมีการสั่งซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ที่จำเป็นจากทั้งแหล่งภายในประเทศและนอกประเทศ

ข. บุคลากร เนื่องจากบุคลากรเป็นส่วนที่สำคัญอย่างหนึ่งในการประกอบธุรกิจให้บริการจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอ ดิ�ายส จึงมีนโยบายให้การฝึกอบรมพนักงานให้มีทักษะและความชำนาญในการใช้อุปกรณ์ และเครื่องมือ รวมถึงโปรแกรมซอฟต์แวร์ต่างๆ ที่ใช้ในการปฏิบัติงานอื่นๆ ขึ้นไป



CMO PUBLIC COMPANY LIMITED

#### (4) การดำเนินการของบริษัทเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

อาคารสำนักงานประหยัดพลังงานโดยอาศัยได้คำนึงถึงการประหยัดพลังงาน เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยอาคารสำนักงานใหญ่ของดิออยส์ถูกออกแบบให้เป็นกระจกใสล้อมรอบเป็นส่วนใหญ่ เพื่อให้แสงสว่างส่องถึงได้มาก ลดการใช้ไฟฟ้า และติดตั้งไฟเซ็นเซอร์เปิดปิดเองโดยอัตโนมัติตามทางเดินเมื่อมีคนเดินผ่าน รวมถึงนโยบายการปิดอุปกรณ์ไฟฟ้าในกรณีที่ไม่ใช้งาน และมีนโยบายการใช้เคล็ดสลับเปลี่ยนโดยการลดการใช้กระดาษ นำกระดาษมาใช้ซ้ำ และลดการปิ่นท์เอกสารที่ไม่จำเป็น ลดการใช้ DVD เพื่อส่งมอบงาน โดยการส่งผ่านช่องทาง online

#### 2.2.4 ธุรกิจการให้บริการระบบสาธารณูปโภค (Utility Service)

##### (1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

ประกอบธุรกิจให้บริการระบบสาธารณูปโภค (Utility Service) อยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท เอ็กซ์โปซิชั่น เทคโนโลยี จำกัด (หรือ “เอ็กซ์โป เทค”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 40 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วของบริษัทดังกล่าว เอ็กซ์โป เทค เป็นผู้ให้บริการระบบสาธารณูปโภค อาทิเช่น บริการต่อระบบไฟฟ้า ระบบท่อน้ำ ระบบท่อลม และระบบการเดินสายส่งสัญญาณต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับการจัดงานอีเวนต์ นอกจากนี้ เอ็กซ์โป เทคยังเป็นผู้ให้บริการด้านระบบสาธารณูปโภคทุกประเภทอย่างเป็นทางการในส่วนของอาคารชาเลนเจอร์ เมืองทองธานี ด้วย

##### (2) การตลาดและภาวะแข่งขัน

###### ก. นโยบายและการกำหนดราคา

เอ็กซ์โป เทค มีนโยบายในการกำหนดราคาการให้บริการระบบสาธารณูปโภค (Utility Service) ที่เป็นมาตรฐาน และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ โดยกำหนดระดับราคาจากต้นทุนของการให้บริการแต่ละประเภท บวกกำไรหรือผลผลตอบแทนในระดับที่เหมาะสม

##### ➤ ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนซึ่งต้องการจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงานของตน ที่มาจัดงานในอาคารชาเลนเจอร์ เมืองทองธานี
- บริษัทผู้ให้บริการบริหารจัดการจัดงาน (Event Organizer) ซึ่งไม่มีหน่วยงานภายใน หรือบริษัทย่อยที่ไม่ชำนาญในงานระบบสาธารณูปโภค

##### ข. สภาพภาวะการแข่งขันในธุรกิจการดำเนินการให้บริการระบบสาธารณูปโภค

หากพิจารณาธุรกิจผู้ให้บริการงานระบบสาธารณูปโภคสำหรับการงานประเภทส่งเสริมการขาย หรืองาน EVENT ต่างๆ ในประเทศไทย จะพบว่าผู้ประกอบการอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่จะมีความชำนาญในการให้บริการงานระบบอยู่เพียงประเภทเดียว หรือสองประเภทเท่านั้น มีผู้ประกอบการเพียงไม่กี่ราย ที่สามารถให้บริการงานระบบสาธารณูปโภคได้แบบครบวงจร โดยเฉพาะการเป็นผู้ให้บริการอย่างเป็นทางการเพียงรายเดียวสำหรับผู้จัดงานในอาคารชาเลนเจอร์ เมืองทองธานี ทำให้ เอ็กซ์โป เทค มีความได้เปรียบในเรื่องของการติดต่อกับลูกค้าอื่นๆ และสร้างการรับรู้ในเรื่องของการให้บริการอย่างมืออาชีพกับลูกค้าด้วย

### (3) การจัดหาอุปกรณ์และบริการ

- ก. อุปกรณ์ บริษัทมีนโยบายในการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ตรงกับความต้องการของลูกค้าและได้รับมาตรฐาน มอก. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับทางลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยวัสดุที่นำมาให้บริการมีทั้งสั่งซื้อโดยตรงจากบริษัทผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าในประเทศ รวมทั้งมีการสั่งซื้อจากตัวแทนที่นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศด้วย โดยบริษัทมีนโยบายใช้ผลิตภัณฑ์ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ลดอัตราการใช้พลังงาน เช่น หลอดประหยัดไฟ
- ข. บุคลากร ด้วยลักษณะของธุรกิจบริการ บุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจ และด้วยสถานการณ์ที่กำลังจะก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้ต้องมีการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพในระดับสากล ทั้งด้านวิศวกรรมและทางด้านการให้บริการให้เป็นสากลมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะการติดต่อสื่อสารที่จำเป็นจะต้องมีความสามารถ และมีทักษะใช้ภาษาได้ดี บริษัทจึงมีนโยบายการเพิ่มพูนประสิทธิภาพให้กับพนักงานโดยการจัดฝึกอบรมให้พนักงานมีทักษะทั้งทางวิศวกรรมและทางด้านภาษาให้มีทักษะและความชำนาญมากขึ้น

### (4) การดำเนินการของบริษัทเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ปัจจุบันบริษัทเอ็กซ์โปซิชั่น เทคโนโลยี ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จึงเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED ทั้งหมดซึ่งหลอดไฟ LED แทบจะไม่ปล่อยความร้อนออกมาทำให้อาคารลดการสูญเสียพลังงานไฟฟ้าในส่วนเครื่องปรับอากาศ แอร์ทำงานน้อยลง ทำให้ช่วยประหยัดพลังงานไฟฟ้าในทางอ้อม หลอดฟลูออเรสเซนต์จะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเนื่องจากภายในบรรจุไอของปรอท ขณะที่หลอดไฟ LED ไม่มีผลกระทบต่อหรือมีแต่น้อยมากและอายุการใช้งานที่ยาวนานมากๆ ถึง 50,000-100,000 ชั่วโมง และกินไฟฟ้าเพียง 0.5-1 วัตต์ เท่านั้น

#### 2.2.5 ธุรกิจการให้บริการด้าน Tourist Attractions

##### ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท ซีเอ็มโอ โชว์ คอร์ป จำกัด ( CMO Show Corp.) ดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์โชว์โดยนำเอาศิลปะ และวัฒนธรรม มาผสมผสานกับศิลปะการแสดงและเทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่ เพื่อรังสรรค์ Creative Cultural Products เพื่อประเทศไทย เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลกอยากจะมาเยือน

#### 2.2.6 การจัดงานสังสรรค์แบบเฉพาะกลุ่ม (Private Lifestyle Event Service)

##### (1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท โมเมนตัม เอส จำกัด ให้บริการการจัดงานแบบเป็นส่วนตัวและในรูปแบบของบริษัท อย่างครบวงจร โดยครอบคลุมตั้งแต่การให้คำแนะนำ เสนอแนวความคิด และคอนเซ็ปของงาน รวมถึงออกแบบ จัดหาอุปกรณ์และควบคุมการผลิตทุกองค์ประกอบ ติดตั้ง ตกแต่ง ดูแลความเรียบร้อยของทุกส่วนภายในงาน ให้ออกมาอย่างทันสมัยและไม่เหมือนใคร ภายใต้บุคลากรมืออาชีพที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในวงการแฟชั่นของประเทศไทย

## (2) การตลาดและการแข่งขัน

ตลาดการจัดงานของประเทศไทยปัจจุบันนี้มีทั้งในรูปแบบบริษัท และทำอย่างอิสระ ซึ่งยังไม่มีบริษัทใดที่เน้นการจัดงานแบบส่วนตัวอย่าง บริษัท โมเมนต์ เอส จำกัด ดังนั้นเราจึงไม่มีคู่แข่งโดยตรงที่ทำงานในลักษณะเดียวกัน จะมีเพียงแต่คู่แข่งโดยอ้อมเช่น บริษัทจัดงาน หรือ Wedding planner อื่นๆ เช่น Wedding is me, Rainforest, Kaidang Design, Phka, Box wedding และ บริษัท ดิโอ จำกัด และยังมีกลุ่มฟรีแลนซ์ที่รับจัดงานโดยไม่ผ่านรูปแบบบริษัทเพิ่มขึ้นอีกมากมายอย่างต่อเนื่อง จึงสรุปได้ว่าการแข่งขันสูงเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งโดยอ้อมในแง่ของการจัดงานอีเว้นท์ภายในตลาดของประเทศไทย

### ก. นโยบายทางการตลาด

บริษัท โมเมนต์ เอส จำกัด จะมุ่งเน้นในส่วนของการจัดงานแบบส่วนตัวให้มากขึ้น โดยจะเน้นจัดงานแต่งงานเป็นหลักสืบเนื่องมาจากการหาข้อมูล พบว่าในตลาดการจัดงานแต่งงานของประเทศไทยในแต่ละปีมีบ่าวสาวแต่งงานมากถึง 3 แสนคน และมีมูลค่ารายได้กว่า 30,000 ล้านบาท

### ข. ภาวะการแข่งขันในธุรกิจ

หากเทียบระดับราคาของอุปกรณ์เช่าของบริษัท โมเมนต์ เอส จำกัด กับบริษัทอื่นที่ให้เช่าอุปกรณ์นั้น พบว่าเรามีราคาสูงกว่ามาก เนื่องจากอุปกรณ์ที่เราใช้ในแต่ละครั้ง ล้วนเป็นการผลิตขึ้นใหม่ จึงมีต้นทุนในการผลิตสูงกว่าบริษัทอื่นที่มีการใช้ซ้ำ ดังนั้น เราจึงจะมีนโยบายที่จะนำผลผลิตหรืออุปกรณ์เดิม กลับมาซ่อมแซม ดัดแปลงและนำกลับมาใช้อีกครั้งเพื่อเป็นการลดต้นทุน

## (3) การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

มีการจัดหาซัพพลายเออร์ใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์ลูกค้า และราคาต้นทุนไม่สูงมากภายใต้กรอบ ของการควบคุม คุณภาพที่ได้มาตรฐาน เช่น ซับโครสร้าง ดอกไม้ หรือพ Catering โรงพิมพ์การ์ด ฯลฯ รวมถึงการหาทีมงานที่ช่วยซัพพอร์ตงานเฉพาะทางมาช่วยสร้างสรรค์งานได้ อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

## (4) การดำเนินการของบริษัท เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากทางบริษัทโมเมนต์เอส เป็นบริษัทที่อีเว้นท์ที่เน้นคุณภาพของความครีเอทีฟ และการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นหลักจึงมีการนำเสนอให้ลูกค้าปรับเปลี่ยนเรื่องการปิ่นการ์ดเชิญต่างๆ เป็นรูปแบบของ E-Card แทน เพื่อเป็นการเพิ่ม Value ให้กับงานและลดการใช้วัตถุดิบสิ้นเปลืองต่างๆ และการส่งงาน ส่งข้อมูลต่างๆ ให้ผ่านระบบอีเมลทั้งหมด เพื่อลดการใช้ ทรัพยากรสิ้นเปลืองทั้งกระดาษ แผ่น DVD และค่าแอมสเซนเจอร์ต่างๆ



CMO PUBLIC COMPANY LIMITED

## 2.2.7 ธุรกิจให้บริการด้านการจัดงานคอนเสิร์ต ครอบคลุมถึงการจัดปาร์ตี้คอนเสิร์ต โชว์บิซทุกประเภท (Creative & Entertainment Production Agency)

มิวส์ คอร์ปอเรชั่น คือ นักผลิตปรากฏการณ์ ที่มุ่งมั่นประดิษฐ์งานเอนเตอร์เทนเมนต์ ด้วยความสนุก มีสไตล์ และพลังสร้างสรรค์ "PLAYING WITH PHENOMENA" ที่ให้บริการบริหารจัดการงานอีเวนต์ งานแสดงคอนเสิร์ตแบบครบวงจร (Turnkey Event Management) ขอบเขตการให้บริการได้แก่

- การออกแบบสร้างสรรค์
- การวางแผนงานการสื่อสารทางการตลาดให้สอดคล้องกับแผนการตลาดของลูกค้า
- การวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนโครงการ
- การออกแบบชิ้นงาน
- การให้คำปรึกษาในด้านการจัดหาและจัดเตรียมพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการจัดงานแสดงประเภทต่างๆ
- การให้คำปรึกษาเบื้องต้นทางด้านอุปกรณ์และสื่อสำหรับการจัดการแสดง
- การให้บริการรับออกแบบจัดสร้างตามแนวความคิดของลูกค้า
- การควบคุมการผลิต
- การให้บริการประกอบ ติดตั้ง และตกแต่งภายในให้ลูกค้า
- และบริหารงานแสดง
- จัดหาผู้สนับสนุนโครงการ

### (1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

ลักษณะการให้บริการของบริษัทมี 3 ประเภทหลัก ได้แก่

- Creative & Entertainment Production Agency: บริษัทเป็นผู้ริเริ่มสร้างสรรค์โปรเจกต์ใหม่ขึ้นมาในลักษณะ "Promoter" และทำการหาผู้สนับสนุนโครงการ
- Tailor-made Corporate Entertainment: รับจ้างสร้างปรากฏการณ์
- New Experience for Branding: ต่อยอดแบรนด์ให้แข็งแกร่งและแตกต่าง

### (2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

#### ก. นโยบายทางการตลาด

1. เน้นการนำเสนอด้วยแนวคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างผ่านรูปแบบการสร้างงานที่มีเอกลักษณ์เฉพาะให้แก่ลูกค้าแต่ละราย (Tailor-made) เนื่องจากปัจจุบันการแข่งขันในด้านการสื่อสารตลาดไปเป็นอย่างรุนแรงและมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ทางบริษัทจึงมุ่งเน้นการสร้างสรรคงานที่เป็นเอกลักษณ์ให้ลูกค้ารวมถึงตอบโจทย์ในด้านเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยการนำเอารูปแบบการจัดงาน และเทคนิคใหม่ๆ มานำเสนอ
2. การให้บริการโดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication) ทำให้สามารถรองรับบริการลูกค้าได้แบบ one stop service ไม่ว่าจะเป็นงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ งานวางแผนสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และงานสื่อสารแบบออนไลน์ เป็นต้น เพื่อสร้างความต่อเนื่องและการสื่อสารกับ

กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทางบริษัทสามารถให้คำปรึกษาและรับผิดชอบตั้งแต่ขั้นตอนการทำ Concept Exploration, Strategic Planning, Production, และ Operation & Management จนถึงการทำ Monitoring & Evaluation ให้กับทางลูกค้า

3. การบริหารเพื่อสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Relationship Management) และเน้นการดูแลลูกค้าแบบระยะยาว ซึ่งกลยุทธ์นี้จะทำให้ทางลูกค้ามีความเชื่อมั่นและเกิดการจ้างงานในระยะยาว เน้นการดูแลลูกค้าโดยทีมงานที่เชี่ยวชาญที่พร้อมให้บริการได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว รวมถึงสามารถให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาที่ดีให้แก่ลูกค้าได้

#### ข. ภาวะการแข่งขัน

หากพิจารณาธุรกิจให้บริการด้านการจัดงานคอนเสิร์ต ส่วนใหญ่

##### (3) การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ขั้นตอนในการให้บริการลูกค้าในแต่ละโครงการมีรายละเอียดดังนี้

- การรับ brief โจทย์และความต้องการของลูกค้า
- Brainstorming การระดมสมองเพื่อเป็นแนวทางในการนำเสนอ
- Proposal presentation การนำเสนอรายละเอียดงาน
- Production เมื่อสิ่งที่นำเสนอผ่านการอนุมัติจากทางลูกค้า จะเริ่มการลงรายละเอียดการเตรียมงานทั้งหมด
- Set Up การทำการก่อสร้าง ณ สถานที่จัดงานจริงพร้อมมีการซ้อมใหญ่เพื่อเตรียมความพร้อมเรียบร้อยทั้งหมด
- Show Day การแสดงจริง
- Evaluation หลังจากจบงานจะมีการประเมินผลงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางไว้หรือไม่ พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางการปรับปรุง เพื่อเป็นประโยชน์ต่องานในอนาคต
- Customer Relationship Management ทำการดูแลและติดต่อลูกค้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งนำเสนอแนวคิดและเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่คาดว่าจะประโยชน์ให้กับทางลูกค้า

บริษัทได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับ บุคลากร ซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดของบริษัท ในการขับเคลื่อนให้บริษัทประสบความสำเร็จและผลิตงานที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้า ทางบริษัท มีนโยบายคัดเลือกบุคลากรที่มีทัศนคติและคุณสมบัติที่ตรงกับวิสัยทัศน์ขององค์กร นอกจากนี้ยังมีฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจในลักษณะงานและระบบการทำงานของ บริษัท รวมไปถึงการเน้นพาพนักงานไปดูงานนอกสถานที่เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ



CMO PUBLIC COMPANY LIMITED

#### (4) การดำเนินการของบริษัทเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

1. นโยบายการประหยัดพลังงาน ทางมิวส์มีนโยบายให้พนักงานทุกคน ร่วมใจกันประหยัดไฟฟ้า และน้ำประปาในบริษัทฯ
2. นโยบายการรีไซเคิลวัสดุสิ้นเปลือง ลดจำนวนการใช้กระดาษและเอกสารในบริษัท เน้นการใช้ซ้ำ (Re Use) ของกระดาษสิ้นเปลือง ลดการปริ้นท์เอกสารที่ไม่จำเป็น เน้นการส่งเอกสารทางอีเมลหรือช่องทางออนไลน์อื่นๆ

#### 2.2.8 ธุรกิจการให้บริการด้านสวนสนุกสำหรับเด็ก (Playland)

##### (1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

IMAGINIA ดำเนินธุรกิจการให้บริการด้านสวนสนุกสำหรับเด็กและครอบครัว โดยเน้นเรื่องพัฒนาการด้านการใช้จินตนาการและความคิดสร้างสรรค์เป็นรากฐาน และเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านต่างๆทั้งร่างกาย สมอง และจิตใจของเด็กๆ พร้อมทั้งเป็นสถานที่ที่สามารถใช้เวลาได้สำหรับทุกคนในครอบครัว สวนสนุกมีบริเวณ 1400 ตารางเมตรในการแบ่งโซนการเล่นทั้งหมดออกมาเป็น 21 โซน รวมถึงส่วนอำนวยความสะดวกเช่น คาเฟ่ ห้องน้ำ จุดเปลี่ยนผ้าอ้อม และห้องปฐมพยาบาลเบื้องต้น

นอกจากพื้นที่เล่นแล้ว ปัจจุบันสวนสนุกอิมจินเนียมีบริการและกิจกรรมพิเศษที่แบ่งเป็นประเภทต่างๆได้ดังนี้:

- 1) กิจกรรมประเภทอีเว้นท์ (Event) : กิจกรรมอีเว้นท์เป็นงานกึ่งนิทรรศการที่จะมีธีมเฉพาะที่จะจัดขึ้นเป็นระยะเวลา 2 เดือน
- 2) กิจกรรมเสริมพิเศษ (Special Workshop): กิจกรรมที่สอดคล้องกับเทศกาลหรือวันสำคัญต่างๆ เช่น art and craft workshop และ cooking workshop เพื่อเพิ่มความหลากหลายภายในสวนสนุก
- 3) กิจกรรมพัฒนาการเรียนรู้จากการเล่น (Play series): กิจกรรมต่อเนื่องสำหรับผู้ปกครองที่ต้องการให้เด็กๆ เปิดประสบการณ์และทดลองทำกิจกรรมต่างๆในหลากหลายทักษะในหลักสูตรที่ออกแบบโดยเฉพาะ นำโดยวิทยากร
- 4) บริการทัศนศึกษา (School Field Trip): ให้บริการพื้นที่สำหรับเด็กตั้งแต่วัยอนุบาลถึงประถมต้น
- 5) บริการรับจัดงานสังสรรค์: ครอบครัววันสำคัญต่างๆของเด็กและบุคคลในครอบครัว อาทิเช่น งานวันเกิด งานจบพิธีการศึกษา งานเฉลิมฉลองเนื่องในเทศกาลต่างๆ
- 6) บริการสำหรับลูกค้าในรูปแบบ corporate: จัดกิจกรรมในประเภท CRM หรืองานเลี้ยงขอบคุณลูกค้าสำหรับลูกค้าในกลุ่มcorporateให้มีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้นๆ

##### (2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

###### ก. นโยบายทางการตลาด

อิมจินเนีย มุ่งเน้นในการสร้างสวนสนุกสำหรับเด็กอายุ 1-12 ปี โดยเน้นชูจุดเด่นในเรื่อง สวนสนุกปลูกจินตนาการ ที่ช่วยส่งเสริมพัฒนาการเด็กอย่างสมดุล 4 ด้าน ทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ความรู้สึก กระบวนการคิด และความคิดสร้างสรรค์ ผ่านการนำเสนอการเรียนรู้จากการเล่น ผ่านกิจกรรมศิลปะ ดนตรี วรรณกรรม ธรรมชาติ และการเล่นแบบคิดวิเคราะห์ ในรูปแบบที่ผสมผสานดิจิทัลอินเทอร์แอคทีฟ (digital interactive) ที่เปิดจินตนาการของเด็กๆตั้งแต่อายุ 1 - 12 ปี พร้อมปลูกจินตนาการของทุกคนในครอบครัวไปพร้อมๆกัน

ทางอิมจินเนียยังเน้นการจัดกิจกรรมในรูปแบบงานประเภทอีเว้นท์ (Event) ซึ่งเป็นงานกึ่งนิทรรศการที่จะมีธีมงานเฉพาะที่จะจัดขึ้นเป็นระยะเวลา 2 เดือน โดยเน้นจัดกิจกรรมดังกล่าวในทุกไตรมาส โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อสร้างสีสันและ

ทำให้เกิดความหลากหลายให้กับผู้ใช้บริการประจำ และเป็นการสร้างเนื้อหาใหม่ๆ สำหรับการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้ใช้บริการใหม่ อีกทั้งยังเป็นการเน้นจุดเด่นของสวนสนุกให้มีความแตกต่างจากสวนสนุกอื่นๆ นอกจากนี้ทางอิมเจินียังมีการเพิ่มการจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Workshop) ในเทศกาลต่างๆ โดยกิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ช่วยให้เด็กได้สนุกเพลิดเพลินและช่วยให้เด็กได้เรียนรู้ในด้านต่างๆ ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็งของทางอิมเจินีย่ออีกจุดหนึ่งซึ่งสามารถช่วยให้อิมเจินียแข่งขันกับคู่แข่งได้

#### ➤ ลูกค้ายุทธศาสตร์เป้าหมาย

- ลูกค้ายุทธศาสตร์คนไทย โดยเน้นการเพิ่มจำนวนลูกค้าในกลุ่มนี้เป็นหลัก ผ่านการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างๆ
- ลูกค้ายุทธศาสตร์ชาวต่างชาติที่มีถิ่นพำนักในประเทศไทย โดยเน้นกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการซ้ำ และเน้นสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้าและบริการอย่างอิมเจินีย
- ลูกค้ายุทธศาสตร์นักท่องเที่ยว โดยเน้นการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ และเสนอสิทธิพิเศษเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ

#### ข. ภาวะการแข่งขันในธุรกิจให้บริการด้านสวนสนุกสำหรับเด็ก

ภาวะการแข่งขันในธุรกิจด้านเกี่ยวกับเด็กทั้งหมด ทั้งผลิตภัณฑ์และบริการด้านสวนสนุกและศูนย์การเรียนรู้สำหรับเด็ก มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในวงกว้าง ได้มีการเพิ่มผู้ประกอบการทั้งเล็กและใหญ่อย่างต่อเนื่องมากกว่า 10 รายภายในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา มีรูปแบบธุรกิจใหม่ซึ่งผสมผสานคาเฟ่และสถานที่เล่นสำหรับเด็กเล็กเข้าด้วยกัน ทำให้มีส่วแบ่งในตลาดเพิ่มสูงขึ้น เพื่อดำรงความสามารถในการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมและบริการที่ใกล้เคียงกัน อิมเจินียังมุ่งมั่นในการพัฒนาเกมส์ กิจกรรม และเนื้อหาใหม่ๆ ในลักษณะเวิร์คช็อปหรือการสอนเชิงการเล่นอย่างสร้างสรรค์ในรูปแบบแปลกใหม่ และน่าสนใจสำหรับเด็ก เพื่อดึงดูดกลุ่มครอบครัวซึ่งให้ความสำคัญในการเล่นเชิงการเรียนรู้อย่างมากในปัจจุบัน ให้เป็นประสบการณ์ที่ได้ทั้งความรู้และความสนุก ซึ่งส่วนประกอบทั้งสองด้านนั้นคือความต้องการหลักของกลุ่มลูกค้าในประเภทธุรกิจบริการเกี่ยวกับเด็ก พร้อมทั้งขยายการรับรู้ในสื่อประเภทออนไลน์ไปยังลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ

#### (3) การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

1. ผลิตภัณฑ์ อิมเจินียมีการปรับปรุงและเพิ่มเติมเครื่องเล่นและบริการใหม่ๆ เพื่อตอบสนองของลูกค้ายุทธศาสตร์ (สามกลุ่มหลักคือคนไทย, ชาวต่างชาติที่พำนักอาศัยอยู่ในประเทศไทยและนักท่องเที่ยว)
2. บุคลากร ทางอิมเจินียมีการอบรมและเพิ่มทักษะ ความรู้ประเภทต่างๆ หลายด้าน ดังนี้
  - บุคลิกภาพ มีการอบรมการแต่งหน้า 2 ครั้งต่อปี
  - บริการ มีการทดสอบเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่ถูกต้องต่อลูกค้ารวมถึงมารยาทการบริการที่เหมาะสมอย่างสม่ำเสมอ และเข้าอบรมจิตวิทยาเด็กเพื่อเข้าใจถึงบริการเชิงลึกและช่วยเสริมการบริการสำหรับลูกค้าต่างชาติ ที่มีภาษาเป็นปัจจัยท้าทาย
  - ความปลอดภัย เจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้า (supervisor) ทั้งหมดได้รับการอบรมเชิงลึกในด้าน

## การปฐมพยาบาลเบื้องต้น

- เทคโนโลยี เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานได้รับการอบรมในการแก้ไขปัญหาเครื่องและเกมต่างๆ

## (4) การดำเนินการของบริษัทเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

อเมจิเนียให้ความสำคัญในเรื่องใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

## ภายในองค์กร

- มีการตรวจนับและควบคุมจำนวนวัตถุดิบสำหรับงานศิลปะต่างๆ และอาหาร เพื่อกำหนดปริมาณที่เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า และเพื่อจำนวนอัตราการสูญเสียวัตถุดิบอย่างไม่เกิดประโยชน์ เช่น วัตถุดิบเกี่ยวกับอาหารหมดอายุ เป็นต้น
- มาตรการการลดขยะ โดยเฉพาะขยะประเภทกระดาษ การเน้นให้ใช้กระดาษทั้ง 2 ด้าน การใช้กระดาษรีไซเคิล
- มีมาตรการส่งเสริมการแปรรูปขยะให้เกิดประโยชน์ เช่น การนำขยะมาทำกิจกรรมทางศิลปะ สร้างเป็นของตกแต่ง
- มาตรการการประหยัดพลังงานในสำนักงาน เช่น การปิดเครื่องปรับอากาศ และการปิดจอคอมพิวเตอร์ในเวลาพักกลางวัน

## สำหรับสวนสนุก

- รณรงค์ปลูกฝังเด็กๆ เรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น การนำเอาถังขยะที่สามารถแยกขยะประเภทต่างๆ เพื่อปลูกฝังพฤติกรรมสำหรับเด็ก มีป้ายรณรงค์ภายในจุดใช้วัสดุสิ้นเปลืองเช่น สบู่เหลว น้ำ กระดาษชำระ เป็นต้น
  - จัดกิจกรรมพิเศษในธีมรีไซเคิลตลอดทั้งปี 2020 ภายใต้ชื่อ “Let’s save the world” Project โดยแบ่งเป็น 3 ช่วง
1. Collecting ตั้งกล่องและทำกิจกรรมเกมช่วยเก็บขวดพลาสติก
  2. Creating นำเอาภาชนะและขวดพลาสติกที่ได้รับบริจาคมาทำเป็นของใช้และ/หรือของเล่น
  3. Giving นำเอาผลงานของน้องๆ ไปบริจาคยังองค์กรเกี่ยวกับเด็ก



CMO PUBLIC COMPANY LIMITED

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัท ซีเอ็มโอ จำกัด (มหาชน) ได้ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยง จึงได้นำระบบการบริหารความเสี่ยงมาใช้ภายในองค์กร โดยอ้างอิงกรอบงานการบริหารความเสี่ยงตามแนว COSO (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากล บริษัทฯ ได้จัดให้มีการประชุมเรื่องความเสี่ยงระหว่างหน่วยธุรกิจอย่างใกล้ชิด เพื่อเตรียมพร้อมรับมือและหาวิธีป้องกันความเสี่ยงต่างๆ ทั้งนี้บริษัทได้วิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย แบ่งออกได้เป็น 6 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

#### 3.1 ความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงแผนการจัดกิจกรรมทางการตลาดของลูกค้า

ปัจจุบันการจัดกิจกรรมทางการตลาด ถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากในการที่จะเข้าถึงผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องตรงกับสินค้าหรือบริการที่มี บริษัทจำนวนมากหันมาให้ความสนใจการจัดกิจกรรมทางการตลาดมากขึ้น ควบคู่ไปกับการโฆษณาซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาดแบบดั้งเดิม ด้วยเหตุผลดังกล่าวการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าจึงถือเป็นความเสี่ยงอันดับต้นๆ ของบริษัทในการทำธุรกิจให้บริการบริหารจัดการจัดงาน เช่น การเปลี่ยนแปลงนโยบายทางด้านการตลาดของบริษัท การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ การเปลี่ยนกลุ่มลูกค้า การเปลี่ยนแปลงงบประมาณในการทำการตลาด และรวมไปถึงการเลื่อนระยะเวลาของการจัดทำกิจกรรมออกไป เป็นต้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อแผนการทำงานที่กำหนดไว้แล้ว รวมถึงการรับรู้รายได้และผลประโยชน์ของบริษัทฯ และบริษัทในเครือด้วย

แม้ว่าบริษัทฯ จะมีนโยบายในการรักษฐานลูกค้าเพื่อต่อยอดการทำงานเพิ่มขึ้นในปีถัดไปในลูกค้าทุกราย โดยพยายามนำเสนอผลงานให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และต่อยอดผลงานที่ประสบความสำเร็จของลูกค้าเพื่อรักษาระดับความสัมพันธ์และสร้างโอกาสในการได้งานในอนาคตอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามการมีฐานลูกค้าในอุตสาหกรรมเดียว ก็ถือเป็นความเสี่ยงอีกรูปแบบหนึ่งหากกลุ่มอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งอยู่ในช่วงเศรษฐกิจถดถอยได้เช่นกัน

จากปัจจัยความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ เชื่อว่าการดำเนินกิจการมายาวนานอย่างต่อเนื่องกว่า 30 ปี ทำให้มีฐานลูกค้าทั้งจากภาครัฐและเอกชนดำเนินธุรกิจที่หลากหลายประเภทอุตสาหกรรม ซึ่งแต่ละประเภทอุตสาหกรรมจะมีช่วงเวลาในการจัดงานต่างกัน ถือเป็นการกระจายความเสี่ยงในด้านของช่วงเวลาการจัดงานได้ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีนโยบายในการหาลูกค้ารายใหม่ๆ ในประเภทธุรกิจอุตสาหกรรมที่หลากหลายเพิ่มขึ้น เพื่อลดผลกระทบในกรณีลูกค้ารายเดิมงดการจัดกิจกรรมทางการตลาด อีกทั้งยังมีหน่วยงานดูแลและให้บริการลูกค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อน้อมรับทุกความเห็นและทำความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์การใช้งานงบประมาณของลูกค้าอย่างแท้จริง และเพื่อประเมินประสิทธิภาพของงานที่ให้บริการแก่ลูกค้าเพื่อให้งานมีคุณภาพมากและเกิดความพอใจสูงสุด เป็นการต่อยอดธุรกิจต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง

#### 3.2 ความเสี่ยงอันเนื่องมาจากความไม่แน่นอนของภาวะทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และการเปลี่ยนแปลงนโยบายของภาครัฐ

ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะทางเศรษฐกิจกับสภาวะทางการเมืองในปัจจุบันนี้ ถือว่ามีความเกี่ยวข้องกันค่อนข้างมาก ธุรกิจการให้บริการสร้างสรรค์และจัดงานอีเวนต์ เป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศอย่างมาก การใช้จ่ายใช้สอยของภาคประชาชนและการอุดหนุน

ธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจของเจ้าของผลิตภัณฑ์และบริการในการเลือกใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ ซึ่งรวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดหรืองานอีเว้นท์ที่เป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายประเภทหนึ่ง

เมื่อสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีกลุ่มเป้าหมายคือประชาชน ซึ่งในสังคมไทยนั้น ประชาชนมีความตื่นตัวและสนใจต่อสถานการณ์ทางการเมือง ดังนั้นการดำเนินธุรกิจจึงได้รับผลกระทบโดยตรงจากภาวะความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นความมั่นคงทางการเมือง การชุมนุมประท้วงของกลุ่มต่างๆ นโยบายทางเศรษฐกิจต่างๆ ล้วนส่งผลให้เกิดการพิจารณาเปลี่ยนแปลงนโยบายการตลาด และใช้งบประมาณในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ รวมถึงงบประมาณของการจัดกิจกรรมอีเว้นท์ด้วยเช่นกัน ไม่นับรวมไปถึงนโยบายโครงการต่างๆ ที่ได้รับการก่อตั้งและสนับสนุนโดยตรงจากทางภาครัฐและร่วมส่งเสริมสนับสนุนโดยภาคเอกชน เช่น โครงการขนาดใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานโครงการประชาสัมพันธ์ประเทศเพื่อการท่องเที่ยว โครงการจัดการประชุมนานาชาติ ที่มีความอ่อนไหวค่อนข้างมากกับสถานการณ์บ้านเมืองและเศรษฐกิจ ก็อาจมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในช่วงเวลานั้นๆ เช่นกัน

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ เตรียมความพร้อมในกรณีนี้อยู่เสมอ โดยการพยายามจัดสรรส่วนการสร้างสรรค์ได้ไม่ให้พึ่งพาลูกค้าเพียงด้านใดด้านหนึ่งไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน หากแต่พยายามกระจายไปยังลูกค้าหลายๆ รายและทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ มิได้จำกัดการรับงานอยู่เพียงแต่ในเมืองหลวง ไม่พึ่งพิงลูกค้ารายใดรายหนึ่งหรืออุตสาหกรรมประเภทใดโดยเฉพาะ และกระจายการสร้างรายได้ไปตามภาวะการณ์ของตลาด ทั้งในช่วงที่ผ่านมา ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการประชุมระดับนานาชาติจำนวนมาก ซึ่งบริษัทฯ ได้รับโอกาสให้จัดงานประชุมระดับนานาชาติในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ จึงศึกษาถึงความเป็นไปได้และเริ่มสรรหาบุคลากรเข้ามาบริหารหน่วยธุรกิจใหม่เพื่อต่อยอดธุรกิจประเภทการจัดประชุมระดับนานาชาติเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งหน่วยธุรกิจ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีนโยบายรักษาสมาคมของลูกค้าที่จะก่อให้เกิดรายได้อย่างเสมอภาคและอย่างรอบคอบมากที่สุด รวมถึงการวางแผนนโยบายที่จะสร้างงานที่เป็นรายได้ประจำของบริษัทฯ นอกเหนือจากการรับจ้างจัดงานให้กับลูกค้าเพียงอย่างเดียว การขยายตลาดไปยังประเทศเพื่อนบ้านในแถบ CLMV และกลุ่มประเทศใน ASEAN ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยเพื่อลดความเสี่ยงจากการแข่งขันกันเองภายในประเทศโดยใช้ข้อได้เปรียบจากความพร้อมในทุกๆ ด้านของกลุ่มบริษัทฯ ทั้งนี้บริษัทฯ ได้มีการวิเคราะห์และศึกษาอย่างละเอียดรอบคอบก่อนตัดสินใจลงทุน

### 3.3 ความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบันมีความก้าวหน้ามาก เทรนด์หรือความนิยมในหมู่ผู้บริโภคในโลกตะวันตกสามารถรับรู้แพร่หลายเข้ามาถึงโลกตะวันออกได้ในเวลาอันสั้น ด้วยเทคโนโลยีต่างๆ ที่ทันสมัยมากขึ้น และเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วแทบจะตลอดเวลา ดังนั้น การทำงานเพื่อตอบสนองความต้องการและเพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับกลุ่มลูกค้าในธุรกิจการตลาดนั้นจึงไม่สามารถใช้รูปแบบเดิมไปได้ตลอด การจัดกิจกรรมการตลาดให้กับลูกค้า บริษัทฯ ก็มีการพัฒนารูปแบบการจัดงานให้มีความทันสมัย แปลกใหม่ หรืออยู่ในกระแสความนิยม รวมถึงการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการจัดงานเช่นกัน

บริษัทฯ ได้พัฒนาและส่งเสริมการสร้างคุณภาพของงานอีเว้นท์ให้ก้าวไกลมากยิ่งขึ้น ด้วยการเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ที่สอดคล้องกับงานอีเว้นท์ มีทีมงานดูแลลูกค้าและให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด พร้อมสร้างงานอีเว้นท์ที่มีคุณภาพในมุมมองใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของบริษัทลูกค้าอยู่เสมอ เช่น การหาเครื่องมือทางการตลาดใหม่ๆ หรือสร้างความร่วมมือกับเจ้าของเทคโนโลยีนั้นๆ เพื่อร่วมกันทำงานและเกิดการถ่ายทอดความรู้ที่ช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้กับหน่วยธุรกิจของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

จากการที่บริษัทฯ ปรับตัวเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในด้านเทคโนโลยี บริษัทฯ จึงได้จัดตั้งหน่วยธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี เพื่อการออกแบบ พัฒนาและนำเอาเทคโนโลยีที่มีอยู่ในปัจจุบัน มาให้บริการงานในด้านต่างๆ ที่

เกี่ยวข้องกับงานอีเว้นท์ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกในการจัดงาน เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าว่าได้รับงานบริการที่มีประสิทธิภาพและทันสมัยตลอดเวลา

### 3.4 ความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการปรับตัวของลูกค้า การปรับตัวเข้าสู่ตลาดอีเว้นท์ของผู้ประกอบการรายใหม่

ปัจจุบันผู้ประกอบการทั้งที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของลูกค้าอยู่ก่อนแล้ว เช่น บริษัทโฆษณาเอเจนซี บริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ และรายการทีวีต่างๆ รวมถึงผู้ประกอบการที่ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจลูกค้า เช่น บริษัทให้บริการด้านประชาสัมพันธ์ เริ่มปรับตัวเข้ามาสร้างมูลค่าในตลาดธุรกิจบริการจัดงานอีเว้นท์ เนื่องจากมูลค่าทางการตลาดของธุรกิจบริการจัดงานอีเว้นท์สูงขึ้นมากในแต่ละปี โดยบริษัทเหล่านั้นใช้จุดเด่นของความแข็งแกร่งเดิมของธุรกิจผนวกรวมเข้ากับธุรกิจการจัดงานอีเว้นท์

การเติบโตของกิจการเหล่านี้ส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจในกลุ่มอีเว้นท์ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามบริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการจัดงานอีเว้นท์ในประเภทต่างๆ เป็นเรื่องประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเฉพาะ แม้กิจการเหล่านี้จะสร้างแผนกอีเว้นท์เพื่อมาดูแลและจัดงานเอง โดยส่วนใหญ่จะเพื่อประโยชน์ในด้านการประหยัดต้นทุน แต่ในด้านของความเชี่ยวชาญของบุคลากรยังคงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าและจัดงานอีเว้นท์ที่มีมาตรฐานทัดเทียมกับบริษัทที่ทำงานด้านนี้โดยตรงได้

นอกจากนี้ ตลาดอีเว้นท์ยังมีความเคลื่อนไหวของผู้ประกอบการหรือลูกค้าในอดีตที่สั่งสมประสบการณ์และเรียนรู้จากงานอีเว้นท์ที่บริษัทฯ หรือบริษัทที่ทำงานด้านอีเว้นท์อื่นๆ จัดงานให้มาก่อน เกิดการปรับตัว เรียนรู้และจัดงานอีเว้นท์เองโดยไม่ต้องอาศัยบริษัทบริหารการจัดงาน (Event Management) ที่ทำด้านนี้โดยตรง ดังนั้น อุตสาหกรรมอีเว้นท์ในปัจจุบันจึงไม่เพียงแต่มีคู่แข่งและมีการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นมากเท่านั้น แต่ยังต้องปรับตัวและรักษาคุณภาพให้ดียิ่งๆ ขึ้นไป พร้อมกันนั้นยังต้องสร้างการยอมรับจากความสำเร็จของงานจากลูกค้า และพยายามพัฒนาศักยภาพทั้งในด้านการบริการ เทคโนโลยี หรือรูปแบบการนำเสนอ อย่างต่อเนื่องอยู่เสมอ

### 3.5 ความเสี่ยงอันเนื่องมาจากภัยธรรมชาติ

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติมีความผันผวนและคาดเดาได้ยากมากขึ้น ซึ่งอาจเกิดขึ้นบ่อยครั้งและหลายครั้งมีความรุนแรงมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา บางครั้งอาจมีผลกระทบกับการทำงานหรือการจัดกิจกรรมทางการตลาดได้ จนอาจทำให้ต้องเลื่อนการจัดงานออกไปหรืองดการจัดงานในบางพื้นที่ที่มีความเสี่ยง

สำหรับความเสี่ยงในเรื่องนี้บริษัทฯ ให้ความสำคัญและมีการติดตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากภัยธรรมชาติต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการจัดงานของลูกค้า โดยเฉพาะบริเวณพื้นที่ที่บริษัทฯ จะต้องเข้าไปจัดงาน เพื่อประเมินสถานการณ์และหาทางป้องกันหรือการหลีกเลี่ยงอันตรายที่อาจเกิดขึ้นได้ในทุกสถานการณ์ ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยในการจัดงาน รวมถึงความปลอดภัยของผู้ที่จะเข้าร่วมงานด้วย

นอกจากการประเมินความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้แล้ว บริษัทฯ ยังมีการป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในขั้นตอนการติดตั้งงานและขณะทำงานดำเนินอยู่ด้วยเช่นกัน โดยการทำประกันภัยในการจัดงานและประกันภัยที่อาจเกิดกับผู้เข้าร่วมงาน สำหรับงานที่มีผู้เข้าชมเป็นจำนวนมากหรืองานที่บริษัทฯ เห็นสมควร เพื่อให้ลูกค้าและผู้เข้าร่วมงานได้รับความมั่นใจเพิ่มขึ้นอีกระดับหนึ่งด้วย นอกจากนี้ในส่วนของการดำเนินงานของกิจการเองได้มีการวางแผนการจัดการรับมือกับภัยธรรมชาติ เช่น การบริหารงานด้าน IT Infrastructure เป็นการป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลในระบบคอมพิวเตอร์จากภัยพิบัติต่างๆ เพื่อรักษาข้อมูลหลักของกิจการให้สามารถดำเนินการต่อไปได้หากประสบภัยธรรมชาติต่างๆ

### 3.6 ความเสี่ยงจากการที่มีผู้ถือหุ้นใหญ่ถือหุ้นมากกว่า 25%

บริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่ถือหุ้นอยู่เกินกว่าร้อยละ 25 คือกลุ่มคุณาวงค์ ซึ่งอาจถือเป็นผู้มีอำนาจในการควบคุมเสี่ยงในการลงมติในการประชุมผู้ถือหุ้นในวาระต่างๆ ได้ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการถ่วงดุล อำนาจ จึงได้จัดทำโครงสร้างการจัดการให้ประกอบด้วยคณะกรรมการตรวจสอบ โดยเป็นการแต่งตั้งบุคคลภายนอกที่มีความอิสระ จำนวน 3 ท่าน เพื่อทำหน้าที่สอบทานการบริหารงานและมีการถ่วงดุลอำนาจในฐานะตัวแทนของผู้ถือหุ้นรายย่อย รวมทั้งช่วยกลั่นกรองเรื่องสำคัญต่างๆ เช่น ความสมเหตุสมผลในการทำรายการระหว่างกันก่อนการนำเสนอต่อ ที่ประชุมผู้ถือหุ้น และมีการกำหนดมาตรการและแนวทางในการ ทำรายการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นใหญ่ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม รวมถึงบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและเป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้น ทุกฝ่ายโดยเท่าเทียมกัน



CMO PUBLIC COMPANY LIMITED

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 สินทรัพย์ถาวรหลักของบริษัทฯและบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

สินทรัพย์หลักของบริษัทฯและบริษัทย่อยที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ได้แก่ ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ดำเนินงาน มีรายละเอียดดังนี้

##### (ก) ที่ดิน

ที่ตั้ง	ขนาด	ประเภทการถือครอง	วัตถุประสงค์การถือครอง	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
เลขที่ดิน 785 ตำบล ธงชัยเหนือ อำเภอปัก ธงชัย จังหวัด นครราชสีมา	199 ตารางวา	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์	ที่ดินว่างเปล่าไม่ได้ ประกอบธุรกิจ	0.39	ไม่ติดภาระค้ำประกันใดๆ
เลขที่ดิน 5341 ตำบลคลองกุ่ม บึงกุ่ม กรุงเทพฯ ฉ.208599	4 ไร่ 2 ตารางวา	พีเอ็มเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	ที่ตั้งของอาคารสำนักงาน พีเอ็มในปัจจุบัน	64.08	ติดภาระค้ำประกันวงเงินเบิกเกินบัญชีของบริษัทและ เงินกู้ระยะสั้น,เงินกู้ยืมระยะยาว, วงเงินหนังสือค้ำประกัน ธนาคารของบริษัทฯ บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และบริษัทใหญ่ และวงเงินค้ำขายลของบริษัทยักษ์กับสถาบันการเงิน ในประเทศแห่งหนึ่ง
เลขที่ดิน 11 ตำบลคลองกุ่ม บึงกุ่ม กรุงเทพฯ ฉ.41035	7 ไร่ 3 งาน 73 ตารางวา	พีเอ็มเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	ที่ตั้งของคลังสินค้า ชั่วคราวของบริษัทใน ปัจจุบัน	123.78	ติดภาระค้ำประกันวงเงินเบิกเกินบัญชีของบริษัทและ เงินกู้ระยะสั้น,เงินกู้ยืมระยะยาว, วงเงินหนังสือค้ำประกัน ธนาคารของบริษัทฯ บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และบริษัทใหญ่ และวงเงินค้ำขายลของบริษัทยักษ์กับสถาบันการเงิน ในประเทศแห่งหนึ่ง
เลขที่ดิน 5185 ตำบลคลองกุ่ม บึงกุ่ม กรุงเทพฯ ฉ.214426	100 ตารางวา	พีเอ็มเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	เป็นทางเข้าออกของ คลังสินค้าชั่วคราวของ บริษัทในปัจจุบัน	4.00	ติดภาระค้ำประกันวงเงินเบิกเกินบัญชีของบริษัทและ เงินกู้ระยะสั้น,เงินกู้ยืมระยะยาว, วงเงินหนังสือค้ำประกัน ธนาคารของบริษัทฯ บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และบริษัทใหญ่ และวงเงินค้ำขายลของบริษัทยักษ์กับสถาบันการเงิน ในประเทศแห่งหนึ่ง
เลขที่ดิน 348 ตำบลคลองกุ่ม บึงกุ่ม กรุงเทพฯ ฉ.14705	200 ตารางวา	พีเอ็มเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	เป็นทางเข้าออกของ คลังสินค้าชั่วคราวของ บริษัทในปัจจุบัน	8.00	ติดภาระค้ำประกันวงเงินเบิกเกินบัญชีของบริษัทและ เงินกู้ระยะสั้น,เงินกู้ยืมระยะยาว, วงเงินหนังสือค้ำประกัน ธนาคารของบริษัทฯ บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และบริษัทใหญ่ และวงเงินค้ำขายลของบริษัทยักษ์กับสถาบันการเงิน ในประเทศแห่งหนึ่ง
เลขที่ดิน 2658,1748,1749 ตำบลคันนายาว บางกะปิ กรุงเทพฯ	347 ตารางวา	เอ็กซ์โพลิตชันเทคโนโลยีเป็น เจ้าของกรรมสิทธิ์	เพื่อก่อสร้างสำนักงาน	11.10	ไม่ติดภาระค้ำประกันใดๆ

## (ข) อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร

ลักษณะทรัพย์สิน	ที่ตั้ง	ประเภทการถือครอง	วัตถุประสงค์การถือครอง	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
อาคารและส่วน ปรับปรุงอาคาร	เลขที่ 4/18-19 ตำบลคลองกุ่ม บางกะปิ กรุงเทพฯ	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์	ที่ตั้งของอาคารสำนักงาน ปัจจุบัน	53.89	ติดภาระค้ำประกันวงเงินเบิกเกินบัญชีของบริษัท, วงเงิน หนังสือค้ำประกันธนาคารของบริษัท และเงินกู้ยืมระยะสั้น เงินกู้ยืมระยะยาวของบริษัทฯ และบริษัทย่อย
อาคาร ส่วนปรับปรุง อาคาร และสตูดิโอ	เลขที่ 4/22 ตำบล คลองกุ่ม บางกะปิ กรุงเทพฯ	พีเอ็มเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	คลังสินค้า	127.28	ติดภาระค้ำประกันวงเงินเบิกเกินบัญชีของบริษัทและ เงินกู้ระยะสั้น,เงินกู้ยืมระยะยาว, วงเงินหนังสือค้ำประกัน ธนาคารของบริษัทฯ บริษัทที่เกี่ยวข้องกันและบริษัทใหญ่ และวงเงินตัวขายลดของบริษัทใหญ่กับสถาบันการเงิน ในประเทศแห่งหนึ่ง
อาคาร ส่วนปรับปรุง อาคาร และสตูดิโอ	เลขที่ 4/27 ตำบล คลองกุ่ม บางกะปิ กรุงเทพฯ	ดิอายเป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์	ที่ตั้งของอาคารสำนักงาน ปัจจุบัน	30.83	ติดภาระค้ำประกันวงเงินเบิกเกินบัญชี เงินกู้ยืมระยะสั้น และเงินกู้ยืมระยะยาว ของบริษัทฯ บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน และบริษัทใหญ่

## (ค) อุปกรณ์ดำเนินงาน

ลักษณะทรัพย์สิน	ประเภทการถือครอง	วัตถุประสงค์การถือครอง	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
อุปกรณ์ดำเนินงาน	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์	ใช้ในการดำเนินงานธุรกิจ	5.12	ไม่ติดภาระค้ำประกันใดๆ
อุปกรณ์ดำเนินงาน	พีเอ็มเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	ใช้ในการดำเนินงานธุรกิจ	57.24	ไม่ติดภาระค้ำประกันใดๆ
อุปกรณ์ดำเนินงาน	ดิอายเป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์	ใช้ในการดำเนินงานธุรกิจ	1.32	ไม่ติดภาระค้ำประกันใดๆ
อุปกรณ์ดำเนินงาน	เอ็กซ์โปซิชั่นเทคโนโลยี เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	ใช้ในการดำเนินงานธุรกิจ	0.90	ไม่ติดภาระค้ำประกันใดๆ
อุปกรณ์ดำเนินงาน	ซีเอ็มโอ เป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์	ใช้ในการดำเนินงานธุรกิจ	0.66	ไม่ติดภาระค้ำประกันใดๆ



CMO PUBLIC COMPANY LIMITED

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัท ซีเอ็มโอ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุด ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ ตามงบการเงินสำหรับรอบระยะเวลาบัญชี สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 จำนวน 1 คดี มีรายละเอียดดังนี้

1) คดีแพ่งหมายเลขดำที่ พ 1453/2560 ระหว่าง บริษัทผู้รับเหมาแห่งหนึ่ง โจทก์ กับ บริษัท ซีเอ็มโอ จำกัด (มหาชน) จำเลยที่ 1 บริษัท ซีเอ็มโอ โซว คอร์ป จำกัด จำเลยที่ 2

คดีนี้ เมื่อปี 2560 อยู่ระหว่างการสืบพยาน ต่อมาในวันที่ 2 สิงหาคม 2561 ศาลได้กรุณามีคำพิพากษาให้ยกฟ้องโจทก์สำหรับจำเลยที่ 1

ต่อมาเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2561 โจทก์ได้ยื่นต่อศาลอุทธรณ์เพื่อให้จำเลยที่ 1 ร่วมรับผิดชอบในมูลหนี้ที่ฟ้องร้องด้วย รายละเอียดปรากฏเป็นคดีหมายเลขแดงที่ พ.3803/2561 ในกรณีนี้ ฝ่ายบริหารและฝ่ายกฎหมายของบริษัทฯ เชื่อมั่นว่าท้ายที่สุดแล้วบริษัทฯ จะไม่ได้รับความเสียหายจากผลของคดีความดังกล่าว ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงไม่ได้บันทึกประมาณการหนี้สินจากคดีความดังกล่าว

ทั้งนี้ ศาลได้มีคำสั่งให้นัดฟังคำพิพากษาศาลอุทธรณ์ในวันที่ 22 มกราคม 2563 ซึ่งต่อมาปรากฏว่าศาลอุทธรณ์ยังจัดทำคำพิพากษาไม่แล้วเสร็จ จึงเลื่อนนัดฟังคำพิพากษาเป็นวันที่ 25 มิถุนายน 2563



CMO PUBLIC COMPANY LIMITED

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### 6.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ชื่อบริษัท	: บริษัท ซีเอ็มโอ จำกัด (มหาชน)
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: ประกอบธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานบันเทิงสาธารณะ งานนิทรรศการ และแสดงสินค้า การจัดประชุมสัมมนา และการจัดกิจกรรมทางการตลาดและส่งเสริมการขาย
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 4/18-19 ซอยนวลจันทร์ 56 แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107546000458
ทุนจดทะเบียน	: 255,462,733 บาท
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	: 255,462,733 บาท
ประเภท	: หุ้นสามัญ
Homepage	: <a href="http://www.cmo-group.com">http://www.cmo-group.com</a>
โทรศัพท์	: 0-2088-3888
โทรสาร	: 0-2088-3857

### 6.2 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อย

ชื่อบริษัท	: บริษัท พีเอ็ม เซ็นเตอร์ จำกัด
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: ประกอบธุรกิจด้านให้บริการเช่าอุปกรณ์เพื่อการจัดงานกิจกรรมต่างๆ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 4/22 ซอยนวลจันทร์ 56 แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105533044751
ทุนจดทะเบียน	: 165,000,000 บาท
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	: 165,000,000 บาท
ประเภท	: หุ้นสามัญ
Homepage	: <a href="http://www.pmcenter.co.th">http://www.pmcenter.co.th</a>
โทรศัพท์	: 0-2091-9888
โทรสาร	: 0-2091-9801-2

**ชื่อบริษัท** : บริษัท ดิอายส์ จำกัด  
**ลักษณะการประกอบธุรกิจ** : ประกอบธุรกิจให้บริการด้านการผลิตสื่อเพื่อการนำเสนอ  
**ที่ตั้งสำนักงานใหญ่** : 4/27 ซอยนวลจันทร์ 56 แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230  
**เลขทะเบียนบริษัท** : 0105529020606  
**ทุนจดทะเบียน** : 15,000,000 บาท  
**ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว** : 15,000,000 บาท  
**ประเภท** : หุ้นสามัญ  
**Homepage** : <http://www.theeyes.co.th>  
**โทรศัพท์** : 0-2944-5683

**ชื่อบริษัท** : บริษัท เอ็กซ์โปซิชั่น เทคโนโลยี จำกัด  
**ลักษณะการประกอบธุรกิจ** : ประกอบธุรกิจให้บริการด้านงานระบบสารสนเทศที่เกี่ยวกับการจัดงาน  
**ที่ตั้งสำนักงานใหญ่** : 252 ซอยอยู่เจริญ 29 ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง  
**เลขทะเบียนบริษัท** : 0105542010406  
**ทุนจดทะเบียน** : 5,000,000 บาท  
**ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว** : 2,000,000 บาท  
**ประเภท** : หุ้นสามัญ  
**Homepage** : <http://www.expotech.co.th>  
**โทรศัพท์** : 0-2691-6318-20  
**โทรสาร** : 0-2276-3940

**ชื่อบริษัท** : บริษัท โมเมนตัม เอส จำกัด  
**ลักษณะการประกอบธุรกิจ** : ประกอบธุรกิจให้บริการจัดงานเลี้ยงแบบส่วนตัว  
**ที่ตั้งสำนักงานใหญ่** : 4/18-19 ซอยนวลจันทร์ 56 แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230  
**เลขทะเบียนบริษัท** : 0105557121900  
**ทุนจดทะเบียน** : 2,000,000 บาท  
**ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว** : 2,000,000 บาท  
**ประเภท** : หุ้นสามัญ  
**Homepage** : <http://www.momentum-s.com>  
**โทรศัพท์** : 0-2381-5929

ชื่อบริษัท	: บริษัท มิวส์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: ประกอบธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต งานแสง สี เสียง มัลติมีเดียทุกชนิด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 4/27 ซอยนวลจันทร์ 56 แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105558021461
ทุนจดทะเบียน	: 7,500,000 บาท
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	: 7,500,000 บาท
ประเภท	: หุ้นสามัญ
Homepage	: <a href="http://www.musecorporation.com">http://www.musecorporation.com</a>
โทรศัพท์	: 0-2944-5688
ชื่อบริษัท	: บริษัท อิมจินีเย จำกัด
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: ประกอบธุรกิจให้บริการสวนสนุกสำหรับเด็กและครอบครัว
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 4/18-19 ซอยนวลจันทร์ 56 แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105560013535
ทุนจดทะเบียน	: 20,000,000 บาท
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	: 20,000,000 บาท
ประเภท	: หุ้นสามัญ
Homepage	: <a href="http://www.imaginiaplayland.com">http://www.imaginiaplayland.com</a>
โทรศัพท์	: 0-2664-8337-8
ชื่อบริษัท	: บริษัท ซีเอ็มโอ โฮว์คอร์ป จำกัด
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: ประกอบธุรกิจการพัฒนาศูนย์การแสดงที่ผสมผสานเทคโนโลยี จัดโชว์ จัดแสดง ศิลปวัฒนธรรมไทย และอื่นๆ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 99/6-9 อาคารศูนย์การค้าโชว์ ดีซี ถนนริมคลองบางกะปิ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105558151695
ทุนจดทะเบียน	: 140,000,000 บาท
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	: 140,000,000 บาท
ประเภท	: หุ้นสามัญ
Homepage	: <a href="http://www.himmapanavatar.com">http://www.himmapanavatar.com</a>
โทรศัพท์	: 0-2944-5683
โทรสาร	: 0-2944-5684

### 6.3 ข้อมูลนายทะเบียนหลักทรัพย์

นายทะเบียนหลักทรัพย์	: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: ให้บริการรับฝากหลักทรัพย์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 93 ชั้น 14 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
Homepage	: <a href="http://www.tsd.com">http://www.tsd.com</a>
โทรศัพท์	: 0-2009-9000
โทรสาร	: 0-2009-6662

### 6.4 ข้อมูลผู้สอบบัญชี

ชื่อบริษัท	: บริษัท เอเอ็นเอส ออดิท จำกัด
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: ผู้ตรวจสอบบัญชีรับอนุญาต
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 100/72 ชั้น 22 อาคารเลขที่ 100/2 อาคารว่องวานิช ดิเกบี ถนนพระราม 9 เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10320
Homepage	: <a href="http://www.ans.com">http://www.ans.com</a>
โทรศัพท์	: 0-2645-0107-9
โทรสาร	: 0-2645-0110

