

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมของการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

วิสัยทัศน์

“Mobile Sport Tourism Expertise” ผู้เชี่ยวชาญด้านมือถือ กีฬา และการท่องเที่ยว

พันธกิจ

- ☐ ผู้นำในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าเทคโนโลยี อุปกรณ์สื่อสาร และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- ☐ มุ่งเน้นการนำนวัตกรรมทันสมัยมายกระดับการจัดงานแสดงสินค้า การจัดงานกีฬาและการท่องเที่ยว
- ☐ มุ่งพัฒนาการจัดงานกีฬาและการท่องเที่ยวแบบครบวงจร โดยมีเทคโนโลยีมาเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ และสร้างความแปลกใหม่ในธุรกิจ
- ☐ ผู้นำด้านการพัฒนาสื่อออนไลน์แบบเคลื่อนที่ (Out of home media : OHM)
- ☐ ดำรงการเป็นบริษัทที่มีบรรษัทภิบาล มีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น คู่ค้า ลูกค้า พนักงาน และสังคม

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ :

1. การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม ผสมผสานกับเทคโนโลยีที่ทันสมัย

บริษัทใช้นโยบายทางการตลาดที่เข้าถึงลูกค้าทุกระดับเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการ ผู้เข้าชมงานลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่านช่องทาง e-Commerce กลับมาซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ที่บริษัทให้บริการอยู่ โดยการใช้การสื่อสารการตลาดต่างๆ อาทิ

- การใช้สื่อสังคมออนไลน์ Facebook, Twitter, YouTube เพื่อประชาสัมพันธ์ และแจ้งโปรโมชั่นต่างๆ
- การสร้างสรรค์คอนเทนต์คุณภาพ (Content Marketing) ในทุกช่องทางการนำเสนอคอนเทนต์
- การจัดส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email Direct Message: EDM) เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม และโปรโมชั่น
- การพิมพ์ใบปลิว หรือโบว์ชัวร์ต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์งานจัดแสดงสินค้า
- การใช้เว็บไซต์เพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า
- การร่วมมือกับสถาบันการเงินเพื่อสร้างโปรโมชั่น เช่น การผ่อนชำระ 0% ให้กับช่องทางขายสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท
- การนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ประชาสัมพันธ์หรือนำไปใช้กับงานดิจิทัลเอเจนซีให้กับลูกค้า
- การใช้ทุกสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบันเพื่อประชาสัมพันธ์งานของบริษัท เช่น งานแสดงสินค้า, งานกีฬา, งานท่องเที่ยว เป็นต้น

2. การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตร

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างคู่ค้าของบริษัท ตลอดระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา บริษัทมีคู่ค้าเป็นจำนวนมากที่ให้ความร่วมมือทางธุรกิจและให้การสนับสนุนที่ดีทั้งในด้านสินค้าและบริการที่หลากหลาย ซึ่งบริษัทได้ดำเนินธุรกิจกับพันธมิตรคู่ค้า และร่วมกันสร้างตลาดแสดงสินค้าด้านเทคโนโลยีด้วยกันมาตลอด ส่งผลประโยชน์ไปจนถึงลูกค้าร่วมปลายทางเดียวกัน ถ้าบริษัทคู่ค้ามีกำไรที่ดี ขายสินค้าได้ ก็จะกลับมาซื้อสินค้าหรือบริการจากบริษัท ซึ่งบริษัทดำเนินนโยบายซื้อสัตย์ ตรงไปตรงมา ไม่เอารัดเอาเปรียบคู่ค้า และพยายามปรับปรุงพัฒนาการบริการใหม่ๆ ให้ทันสมัย และตอบโจทย์ทั้งคู่ค้าและลูกค้าปลายทางทุกระดับชั้น

3. นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากระดับการจัดการงาน

บริษัทมีฝ่ายวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ทำหน้าที่วิจัยเพื่อหานวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่หรือที่เหมาะสมนำมาให้กับการจัดงานเพื่อยกระดับและปฏิวัติวงการจัดงาน เช่นการเอาเทคโนโลยี BIB ในการระบุตัวตนของนักวิ่ง โดยแสดงข้อมูลของนักวิ่งเพื่อใช้ในการติดตาม ตรวจสอบระยะทาง และเวลาวิ่งของนักวิ่ง รวมถึงสามารถระบุตัวตนของนักวิ่งบนรูปถ่ายได้ การพัฒนาเว็บไซต์สำหรับการรับชำระเงินออนไลน์สำหรับการจัดงานอีเว้นท์ รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีการให้บริการลูกค้าผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เช่น การตอบปัญหา การซื้อสินค้า การตรวจสอบสถานการณ์ชำระเงิน การแจ้งโปรโมชั่น และบริการหลังการขายอื่นๆ สำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)

4. ปรับระบบการทำงานเพื่อให้มีประสิทธิภาพการทำงานมากขึ้น

บริษัทให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพทั้งภายในองค์กรและลูกค้า จึงได้นำแนวคิดการบริหารแบบ LEAN Management มาปรับใช้ภายในองค์กรเพื่อลดปัญหาและเวลาในการปฏิบัติงาน และเพิ่มเวลาการให้บริการให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพมากขึ้น

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

บริษัท เอ็ม วิชั่น จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 17 มกราคม 2545 ดำเนินธุรกิจผลิตสื่อ เนื้อหา และสื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือภายใต้ใบอนุญาตชื่อ “WHATPHONE” ด้วยประสบการณ์ยาวนานกว่า 16 ปี ในการสร้างสรรค์สื่อสิ่งพิมพ์และเนื้อหาคุณภาพในด้านสมาร์ทโฟน เทคโนโลยี และไอที ทั้งใบอนุญาต และสื่ออื่นๆ ในหลากหลายรูปแบบ อาทิเช่น สื่อออฟไลน์ และสื่อออนไลน์ งานสัมมนา งานกีฬา งานท่องเที่ยว และการจัดงานแสดงสินค้า Thailand Mobile EXPO ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการจัดงานแสดงสินค้าเทคโนโลยีและไอที (IT) ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 1,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 100 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10,000 บาท ต่อมาเมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2556 บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 10,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 1,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10,000 บาท และเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2561 บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 65,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 6,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10,000 บาท

เมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2561 บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ จากเดิมมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10,000 บาท เป็นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท รวมถึงได้เพิ่มทุนจดทะเบียนอีกจำนวน 35,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 70,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering :IPO)

และเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2561 บริษัทได้ออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 130,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เพื่อเสนอขายต่อประชาชนเป็นครั้งแรก ส่งผลให้ปัจจุบันบริษัทมีทุนจดทะเบียนและทุนที่ออกและชำระแล้วรวม 100,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 200,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.50 บาท ประวัติการเพิ่มทุนในช่วงที่ผ่านมาของบริษัท

วันที่แรกตั้ง / วันที่เปลี่ยนแปลง ทุน	ทุนจดทะเบียน	ทุนชำระแล้ว
วันที่ 17 มกราคม 2545	1,000,000 บาท	1,000,000 บาท
วันที่ 3 พฤษภาคม 2556	10,000,000 บาท	10,000,000 บาท
วันที่ 5 มีนาคม 2561	65,000,000 บาท	65,000,000 บาท
วันที่ 9 มีนาคม 2561	100,000,000 บาท	65,000,000 บาท
วันที่ 7 สิงหาคม 2561	100,000,000 บาท	100,000,000 บาท

บริษัท เอ็ม วิชั่น จำกัด (มหาชน) มีสำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 11/1 ซอยรามคำแหง 121 แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

นับตั้งแต่ก่อตั้งบริษัท ในปี 2545 เป็นต้นมา บริษัทมีความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ปี	รายละเอียด
ปี 2545	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 17 มกราคม 2545 ได้จดทะเบียนก่อตั้งบริษัท ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 100 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10,000 บาท จัดตั้งบริษัทเพื่อดำเนินงานด้านการจัดพิมพ์และจำหน่ายหนังสือและให้บริการโฆษณา - เริ่มดำเนินการจัดทำนิตยสาร WHATPHONE ซึ่งเป็นนิตยสารรายเดือนที่ให้ข้อมูลโทรศัพท์มือถือ วัตถุประสงค์เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ความรู้ด้านเทคโนโลยีฟังก์ชันการทำงานของโทรศัพท์มือถือต่างๆ ให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องและครบถ้วนที่สุด เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถที่จะนำสิ่งที่ทางนิตยสารได้นำเสนอไปใช้เป็นข้อมูลได้
ปี 2546	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 27 สิงหาคม 2546 เริ่มดำเนินการเว็บไซต์ภายใต้ชื่อ “www.whatphone.net”
ปี 2550	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 8 - 11 กุมภาพันธ์ 2550 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือ ครั้งที่ 1 ภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2007 - วันที่ 30 สิงหาคม - 2 กันยายน 2550 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือ ครั้งที่ 2 ภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO Showcase
ปี 2551	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 14 - 17 กุมภาพันธ์ 2551 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2008 ครั้งที่ 3 - วันที่ 2 - 5 ตุลาคม 2551 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2008 Showcase ครั้งที่ 4
ปี 2552	<ul style="list-style-type: none"> - เริ่มดำเนินการจัดทำนิตยสาร The Edge ซึ่งเป็นนิตยสารรายปักษ์เพื่อเป็นสื่อกลางในการตัดสินใจเลือกซื้อ และให้ผู้ซื้อและผู้ขายโทรศัพท์มือถือได้ทราบถึงข้อมูลและข่าวสารต่างๆ ในแวดวงโทรศัพท์มือถือ ตลอดจนการเปรียบเทียบคุณสมบัติพื้นฐานของโทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ และราคาเปรียบเทียบ - วันที่ 29 มกราคม - 1 กุมภาพันธ์ 2552 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือ ภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2009 ครั้งที่ 5

ปี	รายละเอียด
	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 1 - 4 ตุลาคม 2552 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2009 Showcase ครั้งที่ 6
ปี 2553	<ul style="list-style-type: none"> - เริ่มดำเนินการรายการ Whatphone TV ผ่านช่องทาง Youtube - วันที่ 1 - 4 กุมภาพันธ์ 2553 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2010 ครั้งที่ 7 - วันที่ 30 กันยายน - 3 ตุลาคม 2553 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือ ภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2010 Showcase ครั้งที่ 8
ปี 2554	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 3 - 6 กุมภาพันธ์ 2554 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2011 ครั้งที่ 9 - วันที่ 2 - 5 มิถุนายน 2554 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2011 Hi-End ครั้งที่ 10 - วันที่ 29 กันยายน - 2 ตุลาคม 2554 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือ ภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2011 Showcase ครั้งที่ 11
ปี 2555	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 26 - 29 มกราคม 2555 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2012 ครั้งที่ 12 - วันที่ 4 - 7 ตุลาคม 2555 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2012 Showcase ครั้งที่ 13 - เริ่มดำเนินการการตลาดในรูปแบบดิจิทัล (Digital Marketing) ทั้งในส่วนของ Twitter Facebook Line และ Instagram - เริ่มดำเนินการการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ (Web design & Development) - เริ่มดำเนินธุรกิจการรับจัดงานอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop Training) ให้แก่ลูกค้า
ปี 2556	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 7 - 10 กุมภาพันธ์ 2556 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2013 ครั้งที่ 14 - วันที่ 23 - 26 กุมภาพันธ์ 2556 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2013 Hi-End ครั้งที่ 15 - วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2556 เริ่มดำเนินการเว็บไซต์ภายใต้ชื่อ “www.whatphoneshop.com” - วันที่ 3 พฤษภาคม 2556 บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1,000,000 บาท เป็น 10,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 900 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้

ปี	รายละเอียด
	<p>หุ้นละ 10,000 บาท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 10,000 บาท (มีผู้ถือหุ้นใหม่ จำนวน 2 ราย จำนวน 240 หุ้น มูลค่า 2,400,000 บาท) เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 3 - 6 ตุลาคม 2556 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2013 Showcase ครั้งที่ 16
ปี 2557	<ul style="list-style-type: none"> - เริ่มดำเนินการจัดทำนิตยสาร Smartphone Guide ซึ่งเป็นนิตยสารรายปักษ์เกี่ยวกับสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต และการแนะนำการเลือกซื้อสมาร์ทโฟน - วันที่ 13 - 16 กุมภาพันธ์ 2557 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2014 ครั้งที่ 17 - วันที่ 8-11 พฤษภาคม 2557 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2014 Hi-End ครั้งที่ 18 - วันที่ 2-5 ตุลาคม 2557 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2014 Showcase ครั้งที่ 19
ปี 2558	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 12-15 กุมภาพันธ์ 2558 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2015 ครั้งที่ 20 - วันที่ 7-10 พฤษภาคม 2558 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2015 Hi-End ครั้งที่ 21 - วันที่ 1-4 ตุลาคม 2558 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2015 Showcase ครั้งที่ 22 - เริ่มดำเนินธุรกิจ e-Commerce ในส่วนของ Online Store สินค้าที่จำหน่าย อาทิ ผลิตภัณฑ์ Hand Held Phone (HHP) เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน พีเจอรี่โฟน แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมต่างๆ ภายใต้แบรนด์ “Samsung” ผ่านเว็บไซต์ www.s-estore.com - วันที่ 10 พฤศจิกายน 2558 เริ่มดำเนินการเว็บไซต์ภายใต้ชื่อ “www.stepextra.com”
ปี 2559	<ul style="list-style-type: none"> - ยุติการจัดทำนิตยสาร Smartphone Guide และนิตยสาร The Edge - วันที่ 11 - 14 กุมภาพันธ์ 2559 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2016 ครั้งที่ 23 - วันที่ 3 เมษายน 2559 จัดงานแข่งขันกีฬาภายใต้ชื่องาน “Samsung Galaxy 10K Thailand Championship 2016” เป็นรายการวิ่งมินิมาราธอนชิงแชมป์ประเทศไทย รับรองเส้นทางแข่งโดยสมาคมกีฬากรีฑาแห่งประเทศไทยในพระ

ปี	รายละเอียด
	<p>บรมราชูปถัมภ์ ซึ่งเป็นการจัดการแข่งขันวิ่งชิงแชมป์ประเทศไทย ระยะทาง 10 กิโลเมตร ซึ่งถ้วยสมเด็จพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และกิจกรรมเดิน-วิ่งเพื่อสุขภาพระยะทาง 5 กิโลเมตร โดยมีนักกีฬาวิ่งเข้าร่วมการแข่งขันสูงถึง 12,000 คน ซึ่งบริษัทเป็นเจ้าของงานและบริหารจัดการงานทั้งหมด</p> <ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 19 - 22 พฤษภาคม 2559 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2016 Hi-End ครั้งที่ 24 - วันที่ 29 กันยายน - 2 ตุลาคม 2559 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2016 Showcase ครั้งที่ 25
ปี 2560	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 9 - 12 กุมภาพันธ์ 2560 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2017 ครั้งที่ 26 - วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2560 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2560 และวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2560 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2560 มีมติอนุมัติการแต่งตั้งกรรมการอิสระ และกรรมการตรวจสอบ จำนวน 4 ท่าน โดยเป็นคณะกรรมการตรวจสอบจำนวน 3 ท่าน และอนุมัติการแต่งตั้งกรรมการบริษัทเพิ่มเติม ส่งผลให้บริษัทมีกรรมการบริษัททั้งสิ้นจำนวน 9 ท่าน - วันที่ 18 - 21 พฤษภาคม 2560 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2017 Hi-End ครั้งที่ 27 - วันที่ 28 พฤษภาคม 2560 จัดงาน Sport Event ภายใต้ชื่องาน Samsung Galaxy 10K Thailand Championship 2017 เป็นรายการวิ่งมินิมารathonชิงแชมป์ประเทศไทยระยะทาง 10 กิโลเมตร ที่ได้รับรองเส้นทางการแข่งโดยสมาคมกรีฑาแห่งประเทศไทย ซึ่งบริษัทเป็นเจ้าของงานและบริหารจัดการงานทั้งหมด - วันที่ 15 มิถุนายน 2560 ได้รับรางวัลดีเด่นในการประกวดเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ “DBD e-Commerce Website Award: DEWA 2017 สำหรับเว็บไซต์ www.s-estore.com จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ - วันที่ 18 มิถุนายน 2560 ร่วมจัดงาน Sport Event ภายใต้ชื่อเขาประทับช้างเทรล (KPTC TRAIL) เป็นรายการวิ่งเทรลที่สวนพฤกษารรณคดีบ้านจอมบึง เขาประทับช้าง อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี ระยะทาง 2, 3 , 10, 21 และ 32 กิโลเมตร โดยบริษัทเป็นส่วนหนึ่งของภาคีในการจัดงานที่รับผิดชอบในการจัดหาร้านค้ามาจำหน่ายในงาน (Expo) และการจัดหาผู้สนับสนุน (Sponsor)

ปี	รายละเอียด
	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 28 กันยายน - 1 ตุลาคม 2560 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่อ งาน Thailand Mobile EXPO 2017 Showcase ครั้งที่ 28 - วันที่ 26 พฤศจิกายน 2560 จัดงาน Sport Event ภายใต้ชื่อชิงโครัน เป็นรายการแข่งขันวิ่งการกุศล ณ โรงเรียนกรุงเทพคริสเตียนวิทยาลัย ระยะทาง 3 และ 10 กิโลเมตร โดยบริษัทเป็นผู้รับจ้างจัดงานวิ่งให้แก่ผู้ว่าจ้าง - วันที่ 16 ธันวาคม 2560 ร่วมจัดงาน Sport Event ภายใต้ชื่อตะนาวศรีเทรล (TANAOSRI TRAIL) เป็นรายการวิ่งเทรลบนเทือกเขาตะนาวศรี อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในพื้นที่ชายแดนไทยและพม่า ระยะทาง 3, 10, 30 และ 60 กิโลเมตร โดยบริษัทเป็นส่วนหนึ่งของภาคีในการจัดงานที่รับผิดชอบในการจัดหาร้านค้ามาจำหน่ายในงาน (Expo) และการจัดหาผู้สนับสนุน (Sponsor)
ปี 2561	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 21 มกราคม 2561 ร่วมจัดงานแข่งขันกีฬาภายใต้ชื่องาน “จอมบึงมาราธอน” โดยเป็นความร่วมมือของมูลนิธิวิทยาลัยหมู่บ้านจอมบึงสวนพฤกษศาสตร์วรรณคดีบ้านจอมบึง มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง และกลุ่มนักวิ่งอาสาสมัครเขาประทับช้างเทรลภายใต้ภาคีเครือข่ายที่ให้การสนับสนุนที่สำคัญ โดยบริษัทเป็นส่วนหนึ่งของภาคีในการจัดงานที่รับผิดชอบในการจัดหาร้านค้ามาจำหน่ายในงาน (Expo) และการจัดหาผู้สนับสนุน (Sponsor) - วันที่ 15 – 18 กุมภาพันธ์ 2561 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2018 ครั้งที่ 29 - ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2561 เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2561 ได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 54,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ในขณะนั้นเท่ากับ 10,000 บาทต่อหุ้น) เป็นเงินปันผลรวมทั้งสิ้น 54.00 ล้านบาท โดยจ่ายเงินปันผลจากกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรร และที่ประชุมผู้ถือหุ้นดังกล่าวได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท จากทุนจดทะเบียนเดิม 10,000,000 บาท เป็น 65,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 5,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10,000 บาท ขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมในราคาหุ้นละ 10,000 บาท ตามสัดส่วนการถือหุ้น และเรียกชำระเต็มมูลค่า เพื่อใช้รองรับการขยายตัวของธุรกิจและเป็นเงินทุนหมุนเวียน บริษัทได้จดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2561 - ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท ครั้งที่ 1/2561 เมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2561 มีมติอนุมัติเรื่องต่าง ๆ ที่สำคัญ ดังรายละเอียดต่อไปนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1) อนุมัติการเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้และแก้ไขจำนวนหุ้นสามัญของบริษัท

ปี	รายละเอียด
	<p>โดยอนุมัติการเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จากเดิม มูลค่าหุ้นละ 10,000 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.50 บาท ซึ่งบริษัทมีทุนชำระแล้วทั้งสิ้น 65,000,000 บาท โดยภายหลังจากการเปลี่ยนมูลค่าหุ้นดังกล่าวแล้ว บริษัทมีหุ้นสามัญทั้งสิ้น 130,000,000 หุ้น</p> <p>2) อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจากเดิมที่มีทุนจดทะเบียน 65,000,000 บาท อีกจำนวน 35,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 70,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท รวมเป็นทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 100,000,000 บาท แบ่งออกเป็น 200,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เพื่อเป็นการระดมทุนและเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทให้กับประชาชนเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering: IPO)</p> <p>3) อนุมัติการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทจำนวน 70,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท คิดเป็นมูลค่าหุ้น 35,000,000 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering :IPO)</p> <p>4) อนุมัติการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัดและเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท เอ็ม วิชั่น จำกัด (มหาชน)”</p> <ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 9 มีนาคม 2561 บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพื่อแปรสภาพจากบริษัทจำกัด เป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนแปลงชื่อเป็น บริษัท เอ็ม วิชั่น จำกัด (มหาชน) รวมถึงได้จดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์ ส่งผลให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนจำนวน 100,000,000 บาท และมีทุนที่ออกและชำระแล้วจำนวน 65,000,000 บาท - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2561 (ครั้งแรกหลังแปรสภาพ) เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2561 มีมติอนุมัติการนำหุ้นสามัญของบริษัทจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ - วันที่ 8 เมษายน 2561 จัดงานวิ่งภายใต้ชื่องาน Samsung Galaxy 10K Thailand Championship 2018 เป็นรายการวิ่งมินิมาราธอนชิงแชมป์ประเทศไทย ระยะทาง 10 กิโลเมตร ที่ได้รับรองเส้นทางการแข่งโดยสมาคมกรีฑาแห่งประเทศไทย โดยบริษัทเป็นเจ้าของงานและบริหารจัดการงานทั้งหมด - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2561 เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2561 ได้มีมติอนุมัติการยกเลิกการดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารรายเดือน “WHATPHONE” ภายในปี 2561

ปี	รายละเอียด
	<ul style="list-style-type: none">- วันที่ 24 – 27 พฤษภาคม 2561 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2018 Hi-End ครั้งที่ 30- วันที่ 31 กรกฎาคม และวันที่ 1 - 2 สิงหาคม 2561 บริษัทได้เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 70,000,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 1.90 บาท แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก ซึ่งบริษัทได้จดทะเบียนการเพิ่มทุนชำระแล้วดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2561- วันที่ 7 สิงหาคม 2561 หุ้นสามัญของบริษัทเข้าจดทะเบียนและซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เป็นครั้งแรก- วันที่ 27 – 30 กันยายน 2561 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2018 Showcase ครั้งที่ 31- เดือนธันวาคม 2561 ให้บริการรถคาราวานสูงสุด 70 คัน ให้กับเทศกาลดนตรีต่างๆ นับ เป็นการให้บริการรถคาราวานจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย

2. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

โครงสร้างรายได้แยกตามประเภทธุรกิจ

โครงสร้างรายได้	2561		2560	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1. การจัดแสดงงาน	166.82	37.00	151.67	53.26
2. งานโฆษณาและเอเจนซี	60.32	13.38	34.93	12.27
3. ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	223.35	49.54	97.47	34.23
รายได้จากการขายและบริการ	450.49	99.92	284.07	99.76
รายได้อื่น	0.36	0.08	0.68	0.24
รายได้รวม	450.85	100.00	284.75	100.00

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1. **กลุ่มธุรกิจการจัดงาน (Event Organizer)** บริษัทเป็นผู้ดำเนินการจัดแสดงงานต่างๆ โดยการจัดแสดงงานที่เป็นงานหลัก มีดังนี้

1.1 งานแสดงสินค้าสมาร์ตโฟน อุปกรณ์ไอทีและทุกอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์มือถือ ภายใต้ชื่อ งาน “Thailand Mobile EXPO” เป็นงานเปิดตัวโทรศัพท์มือถือและสมาร์ตโฟนของแบรนด์ต่างๆ รวมทั้งอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์มือถือ ซึ่งการจัดแสดงงานดังกล่าวเกิดจากแนวคิดในการเป็นสื่อกลางให้คนทั่วไปสามารถเข้าชมการเปิดตัวโทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ และรวบรวมแบรนด์โทรศัพท์มือถือชั้นนำต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน โดยงาน Thailand Mobile EXPO จะจัดขึ้นปีละ 3 ครั้ง

รูปแบบรายได้ : รายได้หลักมาจากการให้บริการพื้นที่หรือบูธสำหรับการทำกิจกรรมพิเศษ หรือกิจกรรมส่งเสริมการขายและจัดจำหน่ายสินค้า

1.2 บริการจัดงานอื่นๆ การให้บริการการจัดงานประชุมสัมมนา ในหลากหลายรูปแบบ อาทิ การจัดฝึกอบรม (Workshop) งานสัมมนา การจัดงานนิทรรศการ การจัดกิจกรรมภายในของลูกค้าหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นไปที่งานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน

รูปแบบรายได้ : รายได้หลักมาจากค่าบริการจัดการงาน

1.3 บริการจัดงานเกี่ยวกับงานท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) อาทิ การจัดงานวิ่งมาราธอนที่กำลังได้รับความนิยมจากการให้ความสำคัญในการใส่ใจดูแลสุขภาพมากขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งการจัดงานมาราธอนของบริษัท มีทั้งงานที่บริษัทเป็นเจ้าของงานซึ่งบริหารจัดการงานวิ่งเอง ได้แก่ 10K Thailand Championship งานที่บริษัทเป็นส่วนหนึ่งของภาคีในการจัดงานวิ่ง เช่น จอมบึงมาราธอน ตะนาวศรีเทรล เขาประทับช้างเทรล โดยบริษัทรับผิดชอบในการจัดหาร้านค้ามา

จำหน่ายในงาน (Expo) และการจัดหาผู้สนับสนุน (Sponsor) และงานวิ่งที่บริษัทเป็นผู้รับจ้างจัดงานให้แก่ผู้ว่าจ้าง เช่น งานชงโครัน งานเตรียมอุดมศึกษา มินิมารathon นอกจากนี้ บริษัทยังมีการให้บริการรถคาราวานและเต็นท์เพื่อใช้เป็นที่พักสำหรับงานวิ่งต่างๆ โดยให้บริการแก่ผู้สนับสนุน (Sponsor) ในการจัดงานของบริษัทเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้สนับสนุน (Sponsor) ที่เข้าร่วมงานต่าง ๆ และเปิดให้บริการแก่บุคคลภายนอก นอกจากนี้ ในการจัดงานท่องเที่ยว บริษัทจะมีรายได้จากการให้บริการรถคาราวานตามงานต่างๆ รวมทั้งมีรายได้จากการจำหน่ายพื้นที่โฆษณาบนรถคาราวาน หรืองานเทศกาลดนตรีต่างๆ นอกจากนี้ บริษัทยังขยายการให้บริการรถคาราวานไปตามสวนผลไม้ต่างๆ เช่น สวนละไม อีกด้วย

รูปแบบรายได้ : กรณีบริษัทเป็นเจ้าของงาน-รายได้หลักมาจากรายได้ค่าสนับสนุน รายได้จากการให้บริการพื้นที่ในการออกบูธขายสินค้า ค่าสมัครงานวิ่ง และการจำหน่ายเสื้อผ้า อุปกรณ์แต่งกายสำหรับนักวิ่ง เช่น เสื้อกีฬา หมวก และอุปกรณ์เสริมต่างๆ เป็นต้น
กรณีบริษัทเป็นภาคี-รายได้หลักมาจากการจัดหาร้านค้ามาจำหน่ายในงาน (Expo) รายได้ค่าสนับสนุน รายได้จากการให้บริการรถคาราวานและเต็นท์
กรณีบริษัทเป็นผู้รับจ้างจัดงาน-รายได้หลักมาจากค่าบริการจัดการงาน

2. กลุ่มธุรกิจงานโฆษณาและเอเจนซี (Media&Agency)

บริษัทเป็นผู้ให้บริการด้านงานโฆษณาออนไลน์ (Online) ซึ่งเป็นการให้บริการที่ต่อยอดจากธุรกิจออฟไลน์ซึ่งเป็นธุรกิจเดิมของบริษัท เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เพราะในปัจจุบันนี้ผู้บริโภคมีการใช้งานสมาร์ทโฟนและสื่อออนไลน์อย่างแพร่หลาย และบริษัทมีช่องทางออนไลน์ที่หลากหลายที่ได้รับความนิยม อาทิ เว็บไซต์ของบริษัท และ Facebook ของบริษัทมียอดผู้ติดตามสูงกว่าหนึ่งล้านผู้ติดตาม รวมทั้งการให้บริการงานด้านเอเจนซีในรูปแบบออนไลน์ โดยการเป็นตัวแทนของแบรนด์ของลูกค้าในการจัดกิจกรรมส่งเสริมด้านการตลาดบนสื่อดิจิทัลครบวงจรเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า มีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เพื่อให้บรรลุความต้องการทางการตลาด มีการประเมินผลและวัดผล เพื่อให้งานที่ทำนั้นบรรลุตามความต้องการของลูกค้า และความต้องการทางการตลาด

สำหรับสื่อออฟไลน์ (Offline) ของบริษัท ได้แก่ สื่อประเภทนิตยสารรายเดือนภายใต้ชื่อ “WHATPHONE” ที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านสมาร์ทโฟน รีวิวสมาร์ทโฟน เทคนิคการใช้งาน แนะนำอุปกรณ์ล้ำสมัย และแอปพลิเคชันใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความนิยมด้านไอที แต่เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ความนิยมของนิตยสารมีบทบาทลดน้อยลง ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2561 เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2561 จึงได้มีมติอนุมัติการยกเลิกการดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารรายเดือน “WHATPHONE” ภายในปี 2561

รูปแบบรายได้ : รายได้หลักมาจากการให้บริการโฆษณา ประชาสัมพันธ์

3. กลุ่มธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)

บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าในร้านค้าออนไลน์ในแบรนด์สินค้าของผู้ผลิตภายใต้แบรนด์ “Samsung” โดยผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายได้แก่ โทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมต่างๆ รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ อาทิ โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ หน้าจอคอมพิวเตอร์ เป็นต้น โดยบริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าดังกล่าวในร้านค้าออนไลน์อย่างเป็นทางการ (Online Official) ซึ่งบริษัทร่วมกับผู้ผลิตจะจัดกิจกรรมส่งเสริมด้านการตลาดบนสื่อดิจิทัลครบวงจรเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Commerce ซึ่งเป็นช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และสามารถซื้อสินค้าที่ต้องการได้ทันทีโดยการซื้อผ่านระบบออนไลน์ บนเว็บไซต์ www.s-estore.com

รูปแบบรายได้ : รายได้จากการขายสินค้าไปยังลูกค้าทั่วไปในร้านค้าออนไลน์ และมีรายได้จากค่าสนับสนุนทางการตลาด (Marketing Support) โดยเป็นค่าสนับสนุนด้านการโฆษณาสินค้า Samsung ผ่านช่องทางออนไลน์

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มธุรกิจการจัดงาน อาทิ การจัดงานแสดงสินค้า งานนิทรรศการ งานกีฬา และงานประชุมสัมมนา

1) งาน Thailand Mobile EXPO

- ผู้เข้าพื้นที่จัดแสดงสินค้า ซึ่งเป็นลูกค้าทางตรงของบริษัท โดยบริษัทเน้นกลุ่มลูกค้าเจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือของประเทศ ตัวแทนจำหน่ายสินค้าและผู้ประกอบการร้านค้าต่างๆ ที่ขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์ไอทีต่าง ๆ โดยแบรนด์ชั้นนำในประเทศไทยที่เป็นผู้เข้าพื้นที่การจัดแสดงสินค้าภายในงาน อาทิ เช่น Samsung, Huawei, OPPO, VIVO, AIS, DTAC, Truemove H, Power Buy, Jaymart, Acer, Lenovo และ ASUS เป็นต้น
- ผู้เข้าชมงาน ซึ่งเป็นลูกค้าทางอ้อมของบริษัท ได้แก่ บุคคลทั่วไปที่สนใจในเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ และเทคโนโลยีของสินค้าที่สามารถเชื่อมต่อกับโทรศัพท์มือถือ ที่มีความต้องการซื้อสินค้า อาทิ สมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ อุปกรณ์เสริม สินค้าไอที ผู้ที่ชื่นชอบในเก้ตเจ้ตรุ่นใหม่ และเกมส์ เป็นต้น สินค้าที่มีจำหน่าย ได้แก่ โทรศัพท์มือถือ หูฟังลำโพง ที่ใส่โทรศัพท์มือถือ สายชาร์จโทรศัพท์มือถือ สายคล้องโทรศัพท์มือถือ แบตเตอรี่สำรอง อุปกรณ์เชื่อมต่ออื่น ๆ Gadget และ Wearable เป็นต้น

2) งานนิทรรศการ งานประชุมสัมมนาและ Workshop

- ลูกค้ากลุ่มบริษัทเอกชน ที่ต้องการจัดงานสัมมนา นิทรรศการ หรือ Workshop
- ลูกค้ากลุ่มรัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานราชการ ซึ่งต้องมีการกำหนดขอบเขตของงานอย่างชัดเจน ประเมินต้นทุน ศึกษาการทำ TOR ด้วยความรอบคอบ

3) งานกีฬาประเภทวิ่งมาราธอน

- ผู้สนับสนุนงาน (Sponsor) เช่น เจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น
- ลูกค้ากลุ่มทั่วไปที่สนใจสุขภาพและมีความสนใจในกีฬาวิ่งมาราธอนทุกเพศทุกวัย

2. กลุ่มธุรกิจงานโฆษณาและเอเจนซี (Media & Agency)

1) สื่อออนไลน์ (Online)

- กลุ่มผู้อ่าน ผู้ชื่นชอบและสนใจในเทคโนโลยีและสมาร์ทโฟน ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป และชื่นชอบการรับข่าวสารบนอินเทอร์เน็ต
- กลุ่มลูกค้าที่ซื้อโฆษณา ได้แก่ แบนด์สมาร์ทโฟนครึ่งนำในประเทศไทย ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ บริษัทเอเจนซีที่มาซื้อคอนเทนต์โฆษณาบนเว็บไซต์ หรือซื้อวิดีโอของเว็บไซต์หรือซื้อการโพสต์คอนเทนต์บนสื่อสังคมออนไลน์ของเว็บไซต์ (Social Media)

2) สื่อออฟไลน์ (Offline)

- กลุ่มผู้อ่าน ตั้งแต่ระดับนักเรียน นักศึกษา ผู้สนใจทางด้านเทคโนโลยีและสมาร์ทโฟนทั่วไป ที่มีอายุตั้งแต่ 15 – 50 ปี และมีรายได้ตั้งแต่ 8,000 – 100,000 บาทต่อเดือน
- กลุ่มลูกค้าที่ซื้อโฆษณา ได้แก่ แบนด์สมาร์ทโฟนครึ่งนำในประเทศไทย ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ บริษัทเอเจนซีที่มาซื้อคอนเทนต์โฆษณาภายในนิตยสาร

3) เอเจนซี (Agency)

- ลูกค้ากลุ่มบริษัทเอกชนแบรนด์ชั้นนำในประเทศ เช่น Samsung, OPPO เป็นต้น
- ลูกค้ากลุ่มบริษัททั่วไป

3. กลุ่มธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)

- ลูกค้าทั่วไปที่สนใจสินค้าแบรนด์ Samsung

2.2.2 ภาวะการแข่งขัน

เมื่อพิจารณาลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัท พบว่าสามารถแบ่งภาวะการแข่งขันออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ตลาดกลุ่มผู้จัดงาน ตลาดกลุ่มสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์ และตลาดกลุ่มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ตลาดกลุ่มผู้จัดงาน (Event)

- การจัดงานแสดงสินค้าไอทีในประเทศไทย

งานจัดแสดงสินค้าของบริษัทเป็นงานแสดงสินค้าประเภทสินค้าโทรศัพท์มือถือ ไอที และเทคโนโลยี เพื่อให้บริการกับผู้เข้าชมงาน กลุ่มผู้สนใจในเทคโนโลยี ที่มีความสนใจหรือต้องการซื้อสินค้า โดยคู่แข่งของบริษัทได้แก่ ผู้จัดแสดงสินค้าเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือและสินค้าไอทีอย่างเต็มรูปแบบ อย่างไรก็ตาม คู่แข่งในการจัดแสดงสินค้าไอทีประเภทโทรศัพท์มือถือที่เป็นคู่แข่งทางตรงของบริษัท ถือว่ามีน้อยราย และสำหรับคู่แข่งในตลาดที่มีอยู่ในปัจจุบัน คือ COMMART, POWER BUY EXPO, Power Mall Electronica, Jaymart Mobile & Camera Show และ Banana IT เป็นต้น เนื่องจากงานแสดงสินค้า Thailand Mobile EXPO ของบริษัทถือเป็นงานมหกรรมโทรศัพท์มือถือที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ โดยมีสินค้าที่เกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือที่หลากหลาย และมีการส่งเสริมการขาย ทั้งส่วนลด ของแถม ของแจก การชิงโชครางวัล รวมถึงมีการชำระเงินที่หลากหลายร่วมกับสถาบันการเงินต่าง ๆ เช่น การผ่อนชำระ 0% การเครดิตเงินคืน เป็นต้น ตลอดจนมีการนำเสนอเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์มือถือใหม่ๆ ที่โดดเด่น จึงได้รับความนิยมจากลูกค้าอย่างกว้างขวางและเป็นที่นิยมมาจนถึงปัจจุบัน

สำหรับรายชื่อผู้จัดแสดงสินค้าประเภทสินค้าไอทีที่เป็นคู่แข่งของบริษัท มีดังนี้

ชื่องาน / ผู้จัดงาน	ประเภทของงาน
COMMART บริษัท เอ อาร์ โอ พี จำกัด (มหาชน) 	งานมหกรรมสินค้าไอทีที่ดำเนินการจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก ที่ผู้บริโภคให้การยอมรับเป็นอย่างมาก รูปแบบของงานจะเป็นการแสดงสินค้าไอทีและสินค้าอิเล็กทรอนิกส์รุ่นใหม่ ๆ
POWER BUY EXPO บริษัท เซ็นทรัลรีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด  PowerBuy	เพาเวอร์บาย ผู้นำธุรกิจศูนย์รวมเครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าไอที และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ครบวงจร ได้รับความร่วมมือด้วยดีจากพันธมิตรแบรนด์ผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและสินค้าไอทีหลากหลายแบรนด์
Power Mall Electronica บริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด 	งาน Power Mall Electronica มหกรรมลดราคาสินค้าไอที และเครื่องใช้ไฟฟ้าครั้งใหญ่จาก Power Mall รวมถึงมีสินค้าที่เป็นที่นิยมอย่าง iPhone iPad MacBook Smartphone และ Tablet รวมถึง TV และเครื่องใช้ไฟฟ้าหลากหลายแบรนด์
Jaymart Mobile & Camera Show บริษัท เจ มาร์ท จำกัด (มหาชน)	งานรวมสินค้าเทคโนโลยี สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต กล้อง และอุปกรณ์เสริมใหม่ๆ

ชื่องาน / ผู้จัดงาน	ประเภทของงาน
 Banana IT ลดต๊ับแตก บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) 	งาน "บานาน่าสโตร์ ลดต๊ับแตกสินค้าไอที" เป็นงานสินค้าไอที มีทั้งสินค้าแบรนด์ Apple iPhone iPad ipod Macbook iMac และฝั่งสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก สินค้า DIY จอมอนิเตอร์ เครื่องพรีนเตอร์ รวมไปถึงสินค้า Accessories

- การจัดงานแข่งขันกีฬา (งานวิ่ง)

การจัดงานแข่งขันกีฬา (งานวิ่ง) ของบริษัทเป็นการสร้าง Sport Tourism ด้วยเทคโนโลยี โดยจุดเด่นของบริษัทคือ การจัดงานตามมาตรฐานการจัดงานวิ่งในประเทศไทยและได้รับการรับรองการแข่งขันโดยสมาคมกีฬากรีฑาแห่งประเทศไทย นอกจากนี้ บริษัทยังเน้นการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับนักวิ่ง โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในงาน (Digital Event) สำหรับคู่แข่งในการจัดงานแข่งขันกีฬาของบริษัท มีดังนี้

ชื่องาน / ผู้จัดงาน	ประเภทของงาน
บริษัท ไมซ์ แอนด์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด (MICE) 	Bangsaen21 – 21K , RunARAN, Sundown Marathon Krabi
บริษัท จ็อก แอนด์ จอย จำกัด (Jog & Joy) 	งานเดิน-วิ่งเฉลิมพระเกียรติ 12 สิงหาคม มหาราชินี ครั้งที่ 1 ถึงครั้งที่ 21, 125th Anniversary of the OAG Running & Ekiden 2018, Don Bosco Mini Marathon 2018

2. ตลาดกลุ่มสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์


- สื่อออฟไลน์

ตลาดสื่อออฟไลน์ของบริษัท ซึ่งได้แก่การจัดทำนิตยสารรายเดือน ซึ่งในปัจจุบันพบว่าหนังสือและนิตยสารประเภทนำเสนอข้อมูลข่าวสารทางด้านสมาร์ทโฟน รีวิวสมาร์ทโฟน (Review)

เคล็ดลับและเทคนิคการใช้งาน (Tips) แนะนำอุปกรณ์ใหม่ๆ ลำโพง (Gadget) แอปพลิเคชันใหม่ๆ พบว่ามีจำนวนน้อยมากในปัจจุบันตามกระแสของโลกที่นิยมด้านเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย ประกอบกับพฤติกรรมผู้อ่านที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ไทยมีผู้อ่านลดลง ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2561 เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2561 จึงได้มีมติอนุมัติการยกเลิกการดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารรายเดือน “WHATPHONE” ของบริษัทภายในสิ้นปี 2561

- สื่อออนไลน์

ตลาดสื่อออนไลน์ของบริษัท ซึ่งเป็นช่องทางหลักสำหรับการให้บริการโฆษณาของบริษัท ในปัจจุบันคู่แข่งสามารถเข้ามาในอุตสาหกรรมสื่อออนไลน์ได้โดยง่าย เพราะเป็นสื่อโฆษณาที่กำลังได้รับความนิยมตามพัฒนาการของเทคโนโลยีที่มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการให้บริการสื่อออนไลน์ของบริษัท บริษัทจะมุ่งเน้นไปเว็บไซต์ที่นำเสนอเกี่ยวกับสมาร์ทโฟนและเทคโนโลยีเป็นหลัก โดยมีสรุปเว็บไซต์โทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟนที่เป็นคู่แข่งของบริษัท ได้ดังนี้

ชื่อเว็บไซต์	รายละเอียด
www.siamphone.com 	สยามโฟน ดอท คอม เป็นเว็บไซต์เกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน แอปพลิเคชัน แท็บเล็ต ข้อมูลโทรศัพท์มือถือ สเปค โทรศัพท์มือถือ ซื้อขายโทรศัพท์มือถือ และเป็นแคตตาล็อกโทรศัพท์มือถือออนไลน์

3. ตลาดกลุ่มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)

สำหรับตลาดกลุ่มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท มีแนวโน้มเติบโตจากตลาดสมาร์ทโฟนที่ได้รับความนิยมมากขึ้น บริษัทเล็งเห็นอัตราเติบโตของตลาด E-Commerce ในประเทศไทย จึงได้ร่วมมือกับ Samsung ผลักดันธุรกิจ e-Commerce ซึ่งเป็นช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยสามารถซื้อสินค้าที่ต้องการได้ทันที สำหรับตลาดกลุ่มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันมีผู้ให้บริการจำนวนมาก ทำให้ภาพอุตสาหกรรมในตลาดมีการแข่งขันในระดับสูงมาก อย่างไรก็ตาม บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าอย่างเป็นทางการในร้านค้าออนไลน์ของแบรนด์ Samsung ในประเทศไทย ซึ่งสำหรับคู่แข่งที่จำหน่ายสินค้าบนเว็บไซต์นั้น มีทั้งผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ทั่วไป ร้านค้าออนไลน์ของผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ (Operators) และร้านค้าออนไลน์ของผู้จำหน่ายสินค้าโทรศัพท์มือถือและสินค้าไอทีทั่วไป โดยคู่แข่งที่สำคัญในตลาดกลุ่มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีรายละเอียดดังนี้

ชื่อเว็บไซต์	รายละเอียด
www.shopee.co.th	จำหน่ายเครื่องแต่งกาย โทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์เสริม คอมพิวเตอร์ แล็ปท็อป กล้องถ่ายรูป เครื่องใช้ในบ้าน อุปกรณ์กีฬา สินค้าสำหรับสุขภาพและ

ชื่อเว็บไซต์	รายละเอียด
	ความงาม ของเล่น กระเป๋า เครื่องประดับ อาหารและเครื่องดื่ม เครื่องใช้ไฟฟ้า ฯลฯ
www.lazada.co.th 	จำหน่ายสินค้าสำหรับยานยนต์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์เสริม อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม สินค้า อาหารและเครื่องดื่ม ของใช้ภายในบ้าน อุปกรณ์แต่งกาย เครื่องประดับ อุปกรณ์กีฬา ฯลฯ
www.jib.co.th 	จำหน่ายสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ หน้าจอคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์จัดเก็บข้อมูล โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์เอกสารและหมึก อุปกรณ์เน็ตเวิร์ค อุปกรณ์ต่อพ่วง ลำโพง กล้องถ่ายรูปและกล้องติดรถ โดรน และเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน
www.advice.co.th 	จำหน่ายสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์เอกสารและหมึก โน้ตบุ๊ก โปรแกรมคอมพิวเตอร์
www.bananastore.com 	จำหน่ายโทรศัพท์มือถือ โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์เสริม กล้องถ่ายรูป Gadget
www.itcityonline.com 	จำหน่ายคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เครื่องพิมพ์เอกสารและหมึก เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องใช้ภายในบ้าน กล้องถ่ายรูป โดรน อุปกรณ์กีฬา เป็นต้น

2.2.3 ภาวะอุตสาหกรรม

1. อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า (Event)

ธุรกิจจัดประชุมและการแสดงสินค้าเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยังเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอื่นๆ เช่น ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร ธุรกิจการจัดประชุมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ หรือ ไมซ์ (Meeting, Incentive Travel, Convention and Exhibition : MICE) ซึ่งประเทศไทยมีขีดความสามารถทัดเทียม

กับหลายประเทศชั้นนำในการจัดประชุมและการแสดงสินค้า อีกทั้งมีความได้เปรียบในด้านค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงมากนัก รวมทั้งสภาพอากาศและที่ตั้งที่เอื้ออำนวยในการจัดงาน รวมถึงยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย นอกจากนี้ ยังมีหน่วยงานสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เป็นหน่วยงานของภาครัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมพัฒนา และสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ให้มีศักยภาพในการแข่งขันได้ในตลาดโลก โดย สสปน. มีแผนการส่งเสริมธุรกิจนี้อย่างต่อเนื่อง และยังร่วมมือกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเข้ามาร่วมผลักดันและส่งเสริมในส่วนของการด้านการท่องเที่ยวให้กับธุรกิจนี้อีกทางหนึ่ง

สำหรับการจัดงานแสดงสินค้าในภูมิภาคเอเชียและประเทศไทยมีแนวโน้มที่สูงขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากสถานการณ์การก่อการร้ายในยุโรปที่ส่งผลทำให้ต่างชาติหันมาจัดงานในภูมิภาคที่มีความสงบมากขึ้น ประกอบกับการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่เป็นปัจจัยเสริมให้ธุรกิจนี้ของไทยมีการขยายตัวและมีอัตราการเติบโตของการค้าการลงทุนในอาเซียนมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ธุรกิจนี้จะต้องมีการพัฒนาและยกระดับการให้บริการในด้านต่างๆ อันได้แก่ การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ความร่วมมือระหว่างส่วนกลางและท้องถิ่น การประชาสัมพันธ์ระดับโลกในรูปแบบต่างๆ และระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานให้ดียิ่งขึ้น เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจนี้ในอนาคต อีกทั้งการส่งเสริมจากภาครัฐจะกระตุ้นธุรกิจเติบโตยิ่งขึ้น

2. ภาวะอุตสาหกรรมงานกีฬา (Sport Event)

เนื่องจากกระแสใส่ใจคุณภาพที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน คือ วิ่ง ปั่นจักรยาน และไตรกีฬา ทำให้คนไทยนิยมออกกำลังกายมากขึ้นจากหลายปัจจัย เช่น ลดปัญหาสุขภาพ มีวินัยในการใช้ชีวิตมากขึ้น และมีสังคมใหม่ อีกทั้งยังมีกีฬาเชิงท่องเที่ยว (Sport Vacation) ที่กระจายตัวออกไปในต่างจังหวัดมากขึ้น ดึงดูดให้คนไปท่องเที่ยวต่างจังหวัด จากข้อมูลสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่าไลฟ์สไตล์การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อมาแข่งขันกีฬาหรือเข้าร่วมกับกิจกรรมอีเวนต์สุดสัปดาห์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ การเล่นกีฬาในลักษณะ Sport Vacation นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ทั้งนักท่องเที่ยวคนไทยและต่างประเทศใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปที่มาในลักษณะ Visitor ถึงร้อยละ 50 ทำให้เกิดการใช้จ่ายที่สนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจในท้องถิ่นอีกด้วย

สำหรับงานวิ่งในปี 2561 เป็นการวิ่งสไตล์ City Run ที่วิ่งชมเมือง วิ่งไปตามเส้นทางที่ตัวเองและกลุ่มคนที่รักในการแข่งขันวิ่งมีความสนใจ ซึ่งจะได้รับความนิยมไปอย่างต่อเนื่องจากความสามารถของ Gadget Device ที่แม่นยำเรื่องพิกัดความสนุกในการมีสังคมออนไลน์ (Social Media) การวิ่งสนามใหญ่ที่เป็นระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศย่อมเป็นจุดหมายปลายทางของนักวิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหัวเมืองใหญ่ๆ ของทุกภาคมีเส้นทางวิ่งมาราธอนและเส้นทางวิ่งเทรลที่โดดเด่น นักวิ่งย่อมสนใจที่จะไปสัมผัสบรรยากาศหรือว่าไปซัๆ ในสถานที่ที่ตัวเองประทับใจ อย่างไรก็ตาม งานวิ่งในสนามเล็กๆ ก็ยังได้รับความนิยมเช่นกัน โดยเฉพาะงานวิ่งที่มีแนวคิดของการจัดงานที่ดีและมีพิธีการที่เฉพาะเจาะจงตามความต้องการของนักวิ่ง จะได้รับกระแสตอบรับที่ดี รวมถึงการวิ่งเองเป็นกีฬาที่สากล นักวิ่งทั่วโลกมีลักษณะ

คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ มีความเป็นนักเดินทาง ชอบค้นหา หากนักวิ่งกลุ่มดังกล่าวรับรู้และเกิดความไว้วางใจในมาตรฐานการจัดงานวิ่ง ก็จะทำให้งานวิ่งนั้น ๆ เป็นที่นิยมของนักวิ่งไปในระยะยาว

3. ภาวะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ในปี 2561 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ผลักดันนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเมืองรอง ร่วมกับกระทรวงคมนาคม เพื่อส่งเสริมให้ภาคการท่องเที่ยวเติบโตได้ตลอดทั้งปี โดยกระทรวงวัฒนธรรมและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ร่วมมือกับเอกชนทุกภาคส่วน เช่น สมาคมโรงแรม ผู้ผลิตภาพยนตร์ ตั้งคณะอนุกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบยั่งยืน เพื่อจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดึงนักท่องเที่ยวทั้งกลุ่มต่างชาติ และนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในจังหวัดต่างๆ พร้อมกับมีมาตรการดูแลโบราณสถานควบคู่ไปด้วย ซึ่งคาดว่าจะสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวไทยได้มากขึ้น สำหรับปัจจัยสนับสนุนตามมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ค่าที่พักในโรงแรม หรือโฮมสเตย์ ที่ขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้อง สามารถนำค่าใช้จ่ายดังกล่าวรวมกันไม่เกิน 15,000 บาท ไปลดหย่อนภาษีได้

นอกจากนี้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มีการส่งเสริมให้ปี 2562 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน หรือ “amazingไทยเท่” ภายใต้แนวคิด “เมืองไทย... สวยทุกที่ เท่ทุกเวลา” เพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและความพร้อมบนพื้นฐานความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของไทย เน้นประเด็น “ลด โลภ เลอะ” ร่วมกันปรับพฤติกรรมท่องเที่ยวด้วยหัวใจ ห่วงใยสิ่งแวดล้อมซึ่งจะทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปี 2562 มีแนวโน้มเติบโตขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2561

4. อุตสาหกรรมโฆษณา

บริษัท เดอะ นีลเสน คอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด รายงานข้อมูลงบการใช้โฆษณาผ่านสื่อทุกช่องทางเดือนธันวาคม 2561 โดยสรุปภาพรวมของทั้งปี 2561 พบว่าตัวเลขโดยรวมสูงกว่า 1.05 แสนล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2560 เกือบ 4 พันล้านบาท หรือคิดเป็น 3.91% โดยสื่อโทรทัศน์ยังเป็นสื่อที่มีมูลค่ามากที่สุดถึงเกือบ 6.8 หมื่นล้านบาท หรือ 64.42% มีงบมากกว่าปีก่อนกว่า 5 พันล้านบาท หรือเติบโต 8% รองลงมาคือสื่อในโรงภาพยนตร์ มูลค่า 7.3 พันล้านบาท คิดเป็น 6.93% ตามด้วยสื่อกลางแจ้งมูลค่า 6.8 พันล้านบาท หรือคิดเป็น 6.48% ของงบการใช้สื่อทั้งหมด ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตขึ้น

5. อุตสาหกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)

การเปลี่ยนผ่านของโลกไปสู่ยุคดิจิทัลที่การเชื่อมโยงผ่านอินเทอร์เน็ตส่งผลต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจให้เปลี่ยนแปลงไปสู่ e-Commerce หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยนับตั้งแต่ความนิยมโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนได้เข้ามาเป็นสื่อกลางให้ผู้คนเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) มากขึ้น กระทั่งกลายเป็นสิ่งที่มีบทบาทในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้ตลาด e-Commerce ของไทยเติบโตอย่าง

สูง โดยในระยะข้างหน้า ทั้งตลาด e-Commerce ในประเทศที่จะขยายตัวทั้งในด้านปริมาณการซื้อขาย และพื้นที่ให้บริการขนส่งที่ขยายตัวครอบคลุมทั้งประเทศมากขึ้น

รูปแบบการค้า ของ e-Commerce ในรูปแบบ B2C เป็นรูปแบบการค้าระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภคที่มีแนวโน้มเติบโตเนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคจำนวนมาก โดยความสามารถเข้าถึงตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคที่เพิ่มอย่างก้าวกระโดดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ส่งผลให้การค้าแบบออนไลน์มีขนาดตลาดใหญ่ที่เต็มไปด้วยผู้บริโภค ผู้ขาย และสินค้าเป็นจำนวนมาก ซึ่งหากนำระบบ e-Logistics มาเชื่อมต่อกับแพลตฟอร์มของ e-Commerce จะทำให้การขนส่งมีระบบที่เชื่อมกันแบบเรียลไทม์ และยังสามารถนำ Mobile Application เข้ามาใช้กับ Retail Customer ส่งผลให้ผู้รับสินค้าสามารถเข้าถึงแพลตฟอร์มและเป็นส่วนหนึ่งของระบบ e-Logistics เพื่อตอบสนอง e-Commerce ในรูปแบบที่หลากหลาย อาทิ บริการ E-Fulfillment บริการ E-Delivery และบริการ Food Delivery เป็นต้น

ในส่วนของ e-Commerce ในรูปแบบ B2B เป็นรูปแบบการค้าระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ จะมีบทบาทมากขึ้นในอนาคต เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลจะเพิ่มความสามารถในการหาคู่ค้าที่ตอบสนองความต้องการให้แก่ภาคธุรกิจได้ดีที่สุด อีกทั้งยังช่วยให้ผู้ประกอบการของไทยสามารถเข้าถึงการค้าระหว่างประเทศได้ง่ายขึ้น และมีต้นทุนที่ต่ำกว่าการค้าระหว่างประเทศแบบดั้งเดิม นำมาซึ่งประสิทธิภาพในการดำเนินการที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการรายเล็กและรายกลาง (SMEs) ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากและมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

สำหรับการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท เนื่องจากบริษัทเป็นผู้ให้บริการในประเภทต่างๆ โดยสามารถแบ่งขั้นตอนการให้บริการของบริษัทแบ่งตามประเภทธุรกิจของบริษัท แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ กลุ่มธุรกิจการจัดงาน (Event) กลุ่มธุรกิจงานโฆษณาและเอเจนซี่ (Media & Agency) และกลุ่มธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) โดยมีรายละเอียดขั้นตอนการให้บริการ ดังนี้

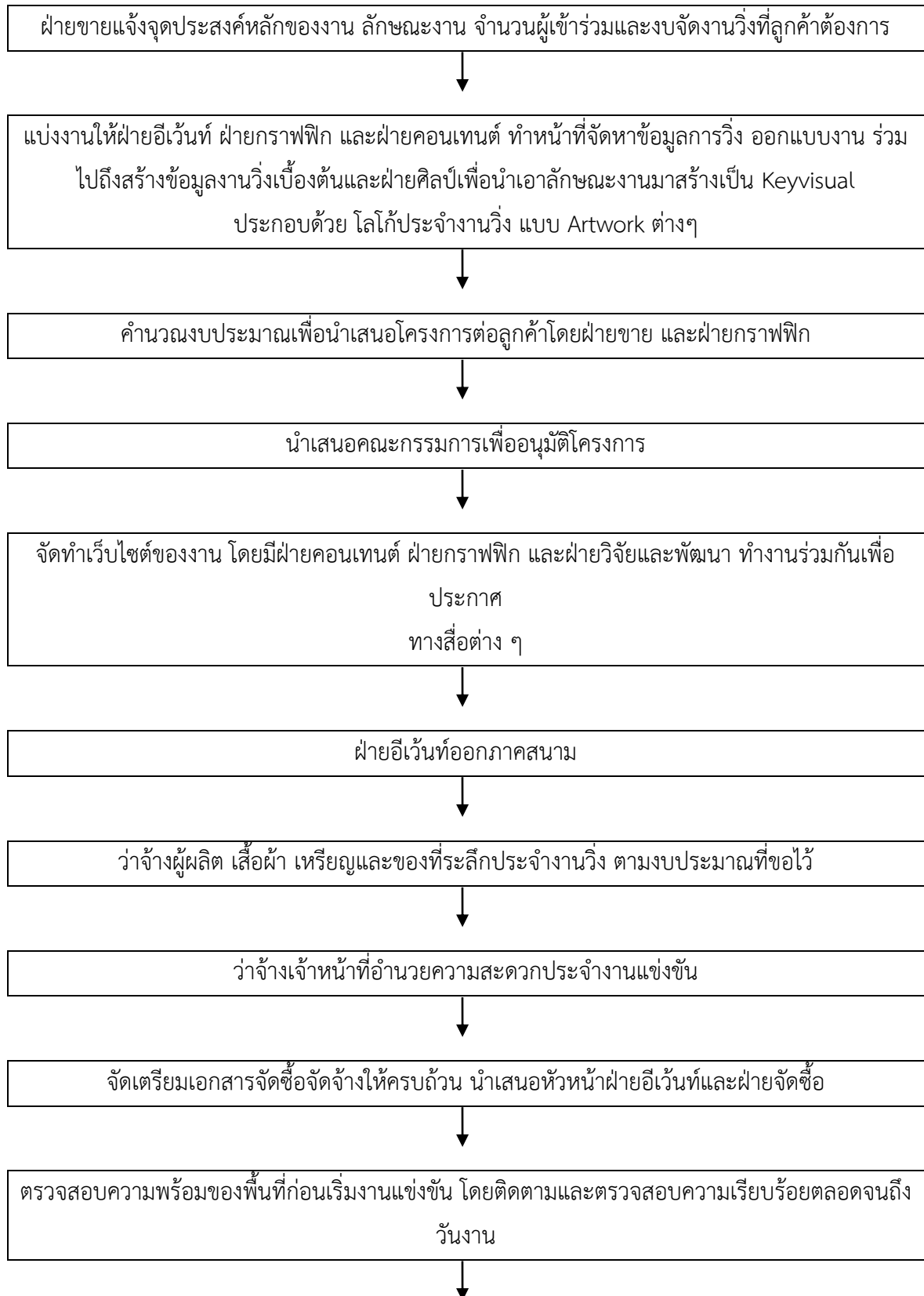
1. ขั้นตอนในการให้บริการกลุ่มธุรกิจการจัดงาน (Event)

1.1 ขั้นตอนในการให้บริการ สำหรับการจัดงาน Thailand Mobile EXPO



ขั้นตอนการเตรียมงานหลังจากการวางแผนหารีหรือร่วมกันกับผู้ที่เกี่ยวข้องทุกส่วนงานแล้ว ฝ่ายอีเว้นท์ ออกภาคสนามเพื่อติดต่อขอเช่าสถานที่ และจัดซื้ออุปกรณ์ที่ต้องใช้ในโครงการ ดำเนินงานแบ่งงานให้กับ Outsource Staff สำหรับงานที่ต้องจ้างภายนอก เช่น ช่างภาพ หรือ พนักงานชั่วคราว จัดเตรียมเอกสารการจัดซื้อจัดจ้างของแต่ละฝ่ายงานและตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้นดำเนินการตกแต่งสถานที่ และก่อนถึงวันจัดงาน บริษัทจะกำหนดให้มีการประชุมความพร้อมของส่วนงานต่าง ๆ เพื่อตรวจสอบสภาพสถานที่ให้มีความเรียบร้อยครั้งสุดท้ายก่อนเริ่มดำเนินงานจริง โดยในวันจัดงานจริง เจ้าหน้าที่ของบริษัทจะอำนวยความสะดวกให้งานดำเนินไปอย่างเรียบร้อยตามความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายงาน และเมื่อจบงาน ผู้ที่เกี่ยวข้องจะดำเนินการสรุปผลหลังจบงาน ทำสรุปงบประมาณรายรับรายจ่าย สรุปปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นภายในงาน พร้อมนำเสนอวิธีแก้ไขต่อไป รวมทั้งการจัดเตรียมเอกสารสรุปโครงการ

1.2 ขั้นตอนในการให้บริการ สำหรับการจัดงานวิ่ง (Sport Event)



เจ้าหน้าที่บริษัทคอยกำกับทีมงานอำนวยความสะดวกให้งานดำเนินเป็นไปอย่างเรียบร้อยตามแต่ละฝ่าย
งาน



จัดทำเอกสารสรุปภาพรวมโครงการ

การให้บริการสำหรับงานแข่งขันกีฬาของบริษัท สำหรับงานวิ่งที่บริษัทเป็นเจ้าของงานและเป็นผู้ดูแลและบริหารจัดการงานเอง เริ่มจากการรับงานจากฝ่ายขายโดยแจ้งจุดประสงค์หลักของงาน ลักษณะงาน จำนวนผู้เข้าร่วมและงบจัดงานวิ่งที่ Sponsor ต้องการ และแบ่งงานให้ฝ่ายคอนเทนต์ ทำหน้าที่จัดหาข้อมูลงานวิ่ง ออกแบบงาน ตั้งแต่ระยะเวลาที่ควรจัดงาน กรอบเวลาการทำงาน สักรวพื้นที่และจัดหาแบบงานที่สามารถใช้อ้างอิงประกอบ และแบ่งงานให้ฝ่ายกราฟฟิกเพื่อนำเอาลักษณะงานมาสร้างเป็น Key visual ซึ่งประกอบด้วย โลโก้ประจำงานวิ่ง แบบ Artwork ที่จะใช้บนเว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ และ Artwork ที่จะใช้ใน Social media เช่น Facebook cover และลักษณะ Banner ต่าง ๆ คำนวณงบประมาณและนำเสนอโครงการต่อลูกค้าโดยฝ่าย Sales ฝ่ายจัดหาข้อมูลและ Content และฝ่าย Artwork และนำเสนอคณะกรรมการเพื่ออนุมัติโครงการก่อนทำเรื่องเบิกใช้งบประมาณ โดยแบ่งเป็นงบสำหรับผลิตของที่ระลึก งบตกแต่งสถานที่ งบจัดจ้าง และงบจัดทำเว็บไซต์และระบบลงทะเบียนออนไลน์

การจัดทำเว็บไซต์ของงาน โดยมีฝ่ายคอนเทนต์ ฝ่ายกราฟฟิก และฝ่ายวิจัยและพัฒนาทำงานร่วมกัน ซึ่งจะมีฝ่ายจัดตกแต่งสถานที่ ออกภาคสนามเพื่อติดต่อขอเช่าพื้นที่และวัดขนาดพื้นที่ โดยบริษัทมีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญภายนอก (outsoure) ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคการจัดงานวิ่ง ซึ่งจะให้คำปรึกษาและให้บริการจัดการแข่งขัน (Race Management & Consulting Service) และว่าจ้างบริษัทภายนอกในการผลิตเสื้อผ้า เหยียดและของที่ระลึกประจำงานวิ่ง รวมถึงว่าจ้างเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกประจำงานแข่งขัน โดยแบ่งเป็นเจ้าหน้าที่ที่ทำงานในวัน Race Expo และเจ้าหน้าที่ที่ทำงานในวันแข่งจริง และว่าจ้างเจ้าหน้าที่อาสาสมัครเพื่อประจำเส้นทางวิ่ง เจ้าหน้าที่พยาบาล คนแจกน้ำและอาหาร เมื่อบริษัทรวบรวมข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างแล้วเสร็จ ก็จะนำเสนอหัวหน้าฝ่ายอีเว้นท์และฝ่ายจัดซื้อ รวมถึงการดำเนินการเอกสารสำหรับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อใช้ในการเข้าสถานที่ การขอใช้เส้นทาง ตามที่กำหนด

การตรวจสอบความพร้อมของพื้นที่ก่อนเริ่มงานแข่งขัน และคอยกำกับงานให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ และคอยตรวจสอบความเรียบร้อยตลอดจนถึงวันงาน ในวันแข่งขัน เจ้าหน้าที่ตรวจสอบภาพความเรียบร้อยครั้งสุดท้ายของงานและคอยกำกับทีมงานอำนวยความสะดวกให้งานดำเนินเป็นไปอย่างเรียบร้อย ตามแต่ละฝ่ายงาน หลังจากจบงานแข่งขันจะมีการสรุปภาพรวมโครงการและสรุปปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นภายในงาน พร้อมนำเสนอวิธีแก้ไขในครั้งต่อไป

สำหรับการจัดงานวิ่งในรูปแบบการร่วมจัดงานวิ่ง ซึ่งบริษัทเป็นหนึ่งในภาคีสำหรับการจัดงานแข่งขัน บริษัทมีหน้าที่รับผิดชอบในส่วนของการสรรหาผู้สนับสนุน (Sponsor) และการบริหารจัดการงานแสดงสินค้า (Expo) และสำหรับการจัดงานวิ่งในรูปแบบการรับจ้างจัดงาน บริษัทจะจัดงานวิ่งตามรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ

ซึ่งบริษัทมีบทบาทหน้าที่ในการสำรวจพื้นที่จัดงาน การรับสมัครการเข้าร่วมแข่งขัน การจัดงานแถลงข่าว การจัดงานแสดงสินค้า (Expo) และการแจกหมายเลขวิ่ง (BIB) นอกจากนี้บริษัทจะมีการว่าจ้าง (outsource) ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคการจัดงานวิ่ง (Route Director) ภายนอก มาทำหน้าที่ในการดูแลจัดการเชิงเทคนิค การแข่งขัน รวมถึงกติกาและมาตรฐานการจัดแข่งขันให้การจัดงานวิ่งเป็นไปอย่างราบรื่น

1.3 ขั้นตอนในการให้บริการ สำหรับการจัดงานอื่น ๆ



การให้บริการการจัดงาน (Event) ของบริษัทจะเริ่มต้นเมื่อรับงานจากทีมขาย โดยทีมขายจะแจ้งรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับงานให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการวางแผนการดำเนินงานต่าง ๆ ทั้งฝ่ายสถานที่ ฝ่ายจัดซื้อ และฝ่ายดูแลอุปกรณ์ คำนวณงบประมาณ และนำเสนอโครงการต่อลูกค้า หลังจากหารือระหว่างกัน แก่ไขร่างโครงการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า จากนั้นนำเสนอผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่ออนุมัติโครงการ และทำเรื่องเบิกงบประมาณมาเพื่อใช้ในการดำเนินงาน อาทิ งบประมาณที่และโครงสร้างส่วนตกแต่ง งบจัดซื้ออุปกรณ์ที่ใช้ในงาน งบจัดจ้างบุคลากร งบจัดทำเว็บไซต์และโฆษณาสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เพื่อนำส่งรูปแบบงานให้กับลูกค้า หลังจากมีการหารือแก่ไขร่างโครงการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า บริษัทจะนำเสนอให้ผู้มีอำนาจอนุมัติโครงการก่อนให้ฝ่ายจัดซื้อดำเนินการออกภาคสนามเพื่อติดต่อขอเช่าพื้นที่ฝ่ายจัดตกแต่งสถานที่ ดำเนินการจัดซื้ออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในโครงการ และแบ่งงานให้กับพนักงาน Outsource เพื่อเตรียมงานวันจริง จากนั้นบริษัทก็จะเข้าตรวจสอบสภาพความพร้อมของงานให้เรียบร้อยก่อนเริ่มงานจริง และจะมีเจ้าหน้าที่ของบริษัทอำนวยความสะดวกของงานให้เป็นไปอย่างเรียบร้อยในวันงาน หลังจากจบงาน บริษัทจะมีการสรุปผลงาน ภาพรวมโครงการ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นภายในงาน เพื่อนำเสนอแนวทางแก้ไขในครั้งต่อไป

2. ขั้นตอนในการให้บริการงานสิ่งพิมพ์ (Offline) และบริการงานโฆษณาออนไลน์ (Online)

รับงาน ประชุมเพื่อเตรียมพร้อมงาน

ฝ่ายขายรับงานจากลูกค้าและส่งงานไปยังฝ่ายคอนเทนต์ ในกรณีที่ เป็น Advertorial หรือเขียนรีวิวผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า หรือหากเป็นบทความอื่น ๆ ที่น่าสนใจก็จะมีการประชุมเพื่อสรุปประเด็นที่สำคัญ และรายละเอียดต่าง ๆ ที่น่าสนใจ

เริ่มต้นทำบทความ

เมื่อได้ข้อสรุปในการทำงานแล้ว ให้เริ่มทำงานโดยหาข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาที่จะทำ รวมถึงการหารูป หรือวิดีโอมาประกอบกับเนื้อหา เพื่อให้เข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น รวมไปถึงการส่งให้ฝ่ายศิลป์จัดรูปแบบให้ดูน่าสนใจ และดำเนินการให้นักเขียนของบริษัท หรือว่าจ้างนักเขียนภายนอกดำเนินการเขียนคอลัมน์/บทความ เพื่อประกอบในหนังสือ/เว็บไซต์

ตรวจสอบและแก้ไข

เมื่อบทความเสร็จเรียบร้อยแล้วส่งให้ผู้มีอำนาจตรวจงาน หากมีข้อผิดพลาด หรือมีเนื้อหาที่ยากต่อความเข้าใจ จะต้องแก้ไขเพื่อให้เสร็จทันตามระยะเวลาที่กำหนด

เผยแพร่ข้อมูล

บทความที่เสร็จเรียบร้อยแล้วจะนำไปเผยแพร่ตามสื่อต่าง ๆ ที่กำหนด

ไม่ว่าจะเป็นนิตยสาร หรือเผยแพร่สื่อออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ

ส่งรายงานสถิติต่าง ๆ

เมื่อถึงระยะเวลาการเผยแพร่ครบตามกำหนดจะนำเอาสถิติการเข้าชมต่าง ๆ ให้ลูกค้า เพื่อวิเคราะห์หาความเป็นไปได้ต่าง ๆ แล้วนำไปแก้ไข หรือเพิ่มเติม ให้งานครั้งต่อไปมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การให้บริการด้านการทำบทความ (Content) ของบริษัทจะเริ่มต้นขึ้นเมื่อฝ่ายขายรับงานจากลูกค้า และส่งงานไปยังฝ่ายคอนเทนต์ ในกรณีที่เป็นการโฆษณาหรือเขียนรีวิวผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า หรือหากเป็นบทความอื่น ๆ ที่สนใจจะมีการประชุมเพื่อสรุปประเด็นที่สำคัญและรายละเอียดต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เมื่อได้ข้อสรุปในการทำงานแล้ว จะเริ่มดำเนินงานโดยการหาข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาที่จะทำรวมถึงการหารูป หรือวีดีโอมาประกอบกับเนื้อหาเพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น รวมไปถึงการส่งงานให้ฝ่ายกราฟฟิกใช้แบบฟอร์มจัดรูปแบบให้ดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น และบริษัทจะดำเนินการให้นักเขียนของบริษัท และนักเขียนอิสระเขียนบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในนิตยสาร รวมทั้งการจ้างนักเขียนจากภายนอกเขียนบทความบางส่วนตามที่ลูกค้าต้องการ อาทิ การเขียนบทความรีวิวสมาร์ตโฟนรุ่นใหม่ที่ยังไม่มีจำหน่ายแต่ได้รับเครื่องทดลองมาก่อน เป็นต้น

เมื่อจัดทำบทความเสร็จเรียบร้อยแล้วส่งให้ผู้มีอำนาจตรวจงาน หากมีข้อผิดพลาด หรือมีเนื้อหาที่ยากต่อความเข้าใจ จะต้องดำเนินการแก้ไขเพื่อให้เสร็จทันตามระยะเวลาที่กำหนดเพื่อดำเนินการส่งให้กับโรงพิมพ์ภายนอกเพื่อดำเนินการจัดพิมพ์เล่มต่อไป เนื่องจากบริษัทไม่มีโรงพิมพ์เอง สำหรับบทความที่เสร็จเรียบร้อยแล้วจะนำไปเผยแพร่ตามสื่อต่าง ๆ ที่กำหนด ไม่ว่าจะเป็นนิตยสารหรือเผยแพร่ออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ โดยหากเป็นนิตยสารของบริษัท บริษัทจะดำเนินการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจัดจำหน่ายภายนอกเพื่อไปวางจำหน่ายยังร้านหนังสือต่าง ๆ อนึ่ง ภายหลังจากงานเสร็จสิ้นแล้ว จะมีการเก็บสถิติการจำหน่ายนิตยสารของบริษัทการเผยแพร่สื่อต่าง ๆ ของบริษัท มาสรุปผล และวิเคราะห์หาความเป็นไปได้ต่าง ๆ ซึ่งเป็นข้อมูลสำหรับการนำไปแก้ไขหรือเพิ่มเติมให้งานครั้งต่อไปให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

3. ขั้นตอนในการให้บริการงานเอเจนซี (Agency)

รับงาน ประชุมเพื่อเตรียมพร้อมงาน

ฝ่ายขายและฝ่ายการตลาดรับงานจากลูกค้า โดยสรุปความประสงค์การหาพื้นที่โฆษณา สื่อออฟไลน์ (Offline) โฆษณาบนเว็บไซต์ แบนเนอร์โฆษณาบนเว็บไซต์ คลิปวีดีโอของเว็บไซต์ หรือการซื้อโพสต์เนื้อหาบนสื่อออนไลน์ของเว็บไซต์ (Social Media) ตามความต้องการของลูกค้าทุกรูปแบบ

ติดต่อกับเจ้าของพื้นที่โฆษณาเพื่อสั่งซื้อสื่อออฟไลน์ (Offline) หรือสื่อออนไลน์ (Online)

เมื่อได้ข้อสรุปในการทำงานแล้ว ให้ติดต่อไปยังเจ้าของพื้นที่โฆษณาเพื่อจัดซื้อพื้นที่โฆษณา ซื้อสื่อออฟไลน์ (Offline) ซื้อโฆษณาบนเว็บไซต์ ซื้อแบนเนอร์โฆษณา ซื้อคลิปวิดีโอของเว็บไซต์ หรือการซื้อโพสต์เนื้อหาบนสื่อออนไลน์ของเว็บไซต์ (Social Media) ตามที่กำหนด

เผยแพร่ข้อมูล

ฝ่ายคอนเทนต์และฝ่ายการตลาดเผยแพร่บทความเนื้อหา โฆษณา ตามพื้นที่โฆษณาที่ได้สั่งซื้อ พร้อมควบคุมให้งานออกมาตรงตามความต้องการของลูกค้า และรักษาภาพลักษณ์ของแบรนด์ลูกค้า

ส่งรายงานสถิติต่าง ๆ

เมื่อถึงระยะเวลาการเผยแพร่ครบตามกำหนดจะนำเอาสถิติการเข้าชมต่าง ๆ สรุปให้ลูกค้า เพื่อวิเคราะห์ผลงาน แล้วนำไปแก้ไขหรือเพิ่มเติมให้งานครั้งต่อไปมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

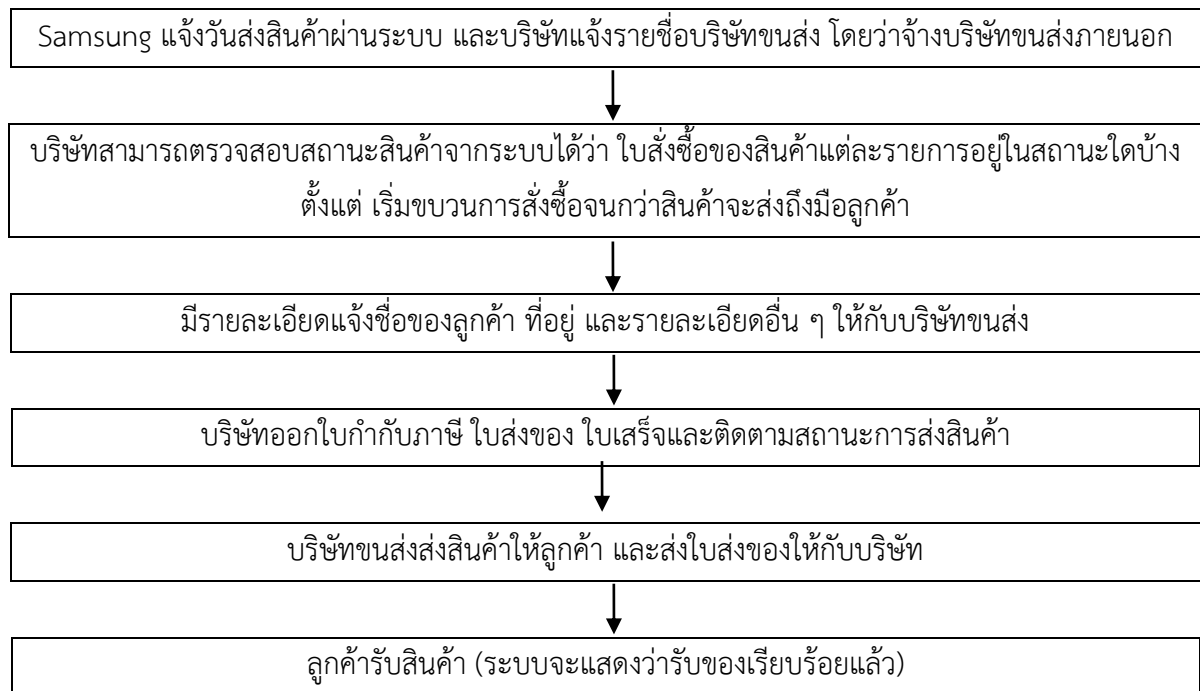
การให้บริการด้านเอเจนซี (Agency) ของบริษัทจะเริ่มต้นขึ้นเมื่อฝ่ายขายและฝ่ายการตลาดรับงานจากลูกค้าและส่งงานไปยังฝ่ายคอนเทนต์ โดยสรุปความประสงค์ในการหาพื้นที่โฆษณาทั้งสื่อออฟไลน์ (Offline) และสื่อออนไลน์ (Online) ตามความต้องการของลูกค้าทุกรูปแบบ เช่น การซื้อสื่อบนรถไฟฟ้า ซื้อโฆษณาบนเว็บไซต์ ซื้อแบนเนอร์โฆษณาบนเว็บไซต์ ซื้อคลิปวิดีโอของเว็บไซต์ หรือการซื้อโพสต์เนื้อหาบนสื่อออนไลน์ของเว็บไซต์ (Social Media) หลังจากบริษัทได้จัดหาสื่อตามความประสงค์ของลูกค้า บริษัทจะติดต่อกับเจ้าของพื้นที่โฆษณาเพื่อสั่งซื้อคอนเทนต์หรือแบนเนอร์โฆษณาเพื่อเผยแพร่ข้อมูลของลูกค้าตามพื้นที่บริษัทได้สั่งซื้อ โดยฝ่ายคอนเทนต์และฝ่ายการตลาดเผยแพร่ข้อมูลเนื้อหา โฆษณาตามพื้นที่ดังกล่าวพร้อมควบคุมให้งานออกมาตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยเมื่อถึงระยะเวลาการเผยแพร่ครบตามที่กำหนด จะนำสถิติการเข้าชมต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า เพื่อวิเคราะห์ผลงาน แล้วนำไปแก้ไขหรือเพิ่มเติมให้งานครั้งต่อไปมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

4. ขั้นตอนในการจำหน่ายสินค้ากลุ่มธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)

ลูกค้าจะทำการสั่งซื้อสินค้าผ่านหน้าเว็บไซต์ www.s-estore.com

เมื่อได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า ฝ่ายร้านค้าทำการตรวจสอบความถูกต้องของเอกสาร โดยการตรวจสอบเป็นรายวัน

เปิดใบสั่งซื้อ (Purchase Order) ไปยังบริษัทผู้ขาย



การจำหน่ายสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ของบริษัทจะเริ่มต้นจากการรับคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าผ่านระบบเว็บไซต์ www.s-estore.com โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายร้านค้า ยืนยันคำสั่งซื้อ และมีเจ้าหน้าที่บัญชีตรวจสอบเอกสารใบยืนยันคำสั่งซื้อ ที่ระบุรายละเอียด ได้แก่ ชื่อ-ที่อยู่ จำนวนสินค้า รุ่น สี จำนวนเงินที่ชำระในใบยืนยันคำสั่งซื้อ หลังจากนั้นทำการเปิดเอกสารใบกำกับภาษีและใบเสร็จรับเงิน โดยบริษัทจะรับชำระเงินผ่านช่องทางบัตรเครดิตหรือรับชำระเงินจากบริษัทขนส่งในรูปแบบการชำระเงินเป็นเงินสดปลายทาง (Cash on Delivery: COD) อย่างไรก็ตาม ในกรณีมีการคืนสินค้าเจ้าหน้าที่ฝ่ายร้านค้าจะนำสินค้าที่ได้รับคืนจากลูกค้ามาตรวจสอบ และส่งให้ผู้มีอำนาจอนุมัติตามอำนาจการดำเนินงานต่อไป

สำหรับการจำหน่ายสินค้า e-Commerce ของบริษัทนั้น สามารถแบ่งสินค้าได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) สินค้าประเภทอุปกรณ์สื่อสาร และ 2) สินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านและสินค้าไอที ซึ่งการกำหนดระดับสินค้าคงคลังขั้นต่ำ (Safety Stock) จะกำหนดเป็น 2 ประเภท คือ

1. สินค้าประเภทอุปกรณ์สื่อสาร เช่น โทรศัพท์มือถือ Tablet อุปกรณ์สวมใส่ อุปกรณ์เสริม ซึ่งสินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าที่มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงตามเทคโนโลยี โดยบริษัทมีการจัดเก็บสินค้าคงคลังในจำนวนที่ให้เพียงพอต่อการขาย เนื่องจากสินค้าโทรศัพท์มือถือ Tablet จะมีการเปลี่ยนแปลงความต้องการค่อนข้างเร็ว สำหรับอุปกรณ์เสริมของโทรศัพท์จะกำหนดในระดับที่สูงขึ้นกว่าโทรศัพท์มือถือเพราะมีความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีไม่มากนัก
2. สินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านและสินค้าไอที เป็นสินค้าที่บริษัทจะไม่จัดเก็บสินค้า แต่จะดำเนินการส่งคำสั่งซื้อไปยังบริษัทผู้ผลิตต่อเมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์แล้วเท่านั้น

บริษัทดำเนินการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.s-estore.com เป็นหลัก อีกทั้งยังจำหน่ายผ่าน www.lazada.co.th ด้วย ซึ่งการจำหน่ายสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัทเป็นการจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ Samsung เป็นส่วนใหญ่ โดยบริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายในช่องทางออนไลน์อย่างเป็นทางการของ Samsung ในประเทศไทย

บริษัทมีนโยบายการรับประกันสินค้า โดยให้ลูกค้าสามารถทำการเปลี่ยนคืนสินค้าได้ก็ตามที่ชำรุด หรือยังไม่ได้เปิดใช้งานภายในระยะเวลา 7 วัน นับจากวันที่ได้รับสินค้า สินค้าที่จะทำการส่งคืนจะต้องอยู่ในสภาพเดิมเหมือนกับตอนที่ได้รับสินค้า ทางบริษัทจะทำการเปลี่ยนคืนสินค้าภายใต้เงื่อนไข ดังนี้

- สินค้ามีสภาพชำรุด เสียหาย และไม่สามารถใช้งานได้ตามปกติ
- สินค้าส่งผิดรุ่น ผิดสี หรือขนาด
- สินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ของสินค้าเกิดการชำรุดเสียหาย

หากสินค้าที่ได้รับตรงตามเงื่อนไขข้างต้น บริษัทยินดีที่จะรับสินค้าและเปลี่ยนสินค้าให้ลูกค้าตามที่อยู่ที่ได้รับไว้ในเอกสารคำสั่งซื้อโดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ

2.4 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

2.5 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากการจัดงาน Thailand Mobile EXPO และความต่อเนื่องของรายได้

บริษัทมีรายได้หลักจากการจัดงานแสดงสินค้า “Thailand Mobile EXPO” ซึ่งจัดขึ้นทุกปี ปีละ 3 ครั้งในเดือนกุมภาพันธ์ พฤษภาคม และกันยายน/ตุลาคม ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ โดยบริษัทมีรายได้จากการจัดงานดังกล่าวในปี 2559 – ปี 2561 เท่ากับ 93.30 ล้านบาท 108.39 ล้านบาท และ 119.09 ล้านบาท หรือคิดเป็น ร้อยละ 48.76 ร้อยละ 38.07 และร้อยละ 26.41 ของรายได้รวมของบริษัท ตามลำดับ ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากการจัดงานดังกล่าวได้ ซึ่งหากเกิดเหตุการณ์ในอนาคตที่ทำให้บริษัทไม่สามารถดำเนินการจัดงานได้ หรือความถี่การจัดงานลดลง หรืองานได้รับความนิยมลดลง ทำให้ผู้สนใจเข้าร่วมงานน้อยลงจนงานไม่ได้รับการตอบรับที่ดีก็จะส่งผลให้ลูกค้าของบริษัทที่ซื้อพื้นที่แสดงสินค้ากับบริษัทอาจลดการเข้าร่วมงานได้ในอนาคต หรือหากลูกค้ารายสำคัญของบริษัท เช่น เจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือรายใหญ่ ไม่เข้าพื้นที่ต่อในงานดังกล่าว หรือหากมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดงานหรือสถานที่จัดงาน หรือมีเหตุการณ์อื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อทางลบต่อการจัดงาน บริษัทก็อาจได้รับผลกระทบทำให้รายได้ของบริษัทลดลง และส่งผลกระทบต่อการทำงานโดยรวมของบริษัทได้

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทพยายามรักษารูปแบบการจัดงานให้เป็นที่นิยมและเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ทำให้งาน Thailand Mobile EXPO ที่บริษัทจัดขึ้นในแต่ละครั้งมีความน่าสนใจ มีความแตกต่างและมีความหลากหลายอยู่ตลอดเวลา ตลอดจนการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทและผู้เข้าร่วมแสดงสินค้าเพื่อให้สามารถตอบโจทยความต้องการของทั้งผู้เข้าร่วมแสดงสินค้าและผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคต บริษัทได้จัดงาน Thailand Mobile EXPO มาต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2550 จนถึงปัจจุบันเป็นเวลา 11 ปีต่อเนื่อง รวมการจัดงานทั้งสิ้น 31 ครั้ง ประกอบกับผู้เข้าพื้นที่ในงาน Thailand Mobile EXPO เป็นเจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือชั้นนำในประเทศ และผู้จัดจำหน่ายรวมถึงผู้ประกอบการสินค้าเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์ไอทีได้เข้าร่วมงานกับบริษัทอย่างต่อเนื่องในระยะยาว อีกทั้งในปัจจุบัน บริษัทยังมีนโยบายการเพิ่มรายได้จากการให้บริการงานประเภทอื่นๆ โดยเน้นการจัดงาน Event ด้านอื่น ๆ ให้มีความหลากหลายมากขึ้น อาทิ การจัดงานด้านกีฬาประเภทงานวิ่งมาราธอน และการจัดให้บริการรถคาราวานเพื่อสนับสนุนการให้บริการงาน Event ของบริษัทอีกทางหนึ่ง ทำให้ลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากงาน Thailand Mobile EXPO ลดน้อยลง

3.2 ความเสี่ยงจากการต่อสัญญาเช่าพื้นที่ และการย้ายสถานที่จัดงานแสดงสินค้า Thailand Mobile EXPO

เนื่องจากบริษัทเป็นผู้จัดงานแสดงสินค้า “Thailand Mobile EXPO” การจัดงานดังกล่าวบริษัทจึงต้องให้ความสำคัญกับสถานที่จัดงาน โดยสถานที่จัดงานที่เหมาะสมถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการช่วยให้งานแสดงสินค้าประสบความสำเร็จ โดยงานแสดงสินค้า Thailand Mobile EXPO จัดขึ้นที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กรุงเทพมหานคร มาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2550 จนถึงปัจจุบัน นับเป็นเวลากว่า 11 ปี เนื่องจากเป็นทำเลที่เหมาะสม ตั้งอยู่กลางใจเมือง เดินทางสะดวกด้วยรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) มีพื้นที่ในการจัดงานกว้างขวาง ซึ่งบริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการไม่สามารถเช่าพื้นที่ดังกล่าวได้ในอนาคต หรือมีความเสี่ยงจากการเช่าพื้นที่ได้น้อยลง ไม่เพียงพอต่อความต้องการ โดยบริษัททำการตกลงเกี่ยวกับแผนการจัดงาน Thailand Mobile EXPO ตลอดทั้งปี และมีการกำหนดตารางวันจัดงานล่วงหน้าอย่างชัดเจน แต่มีการจัดทำสัญญาเช่าพื้นที่กับศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์เป็นรายครั้งตามงานที่จัด โดยมีการจัดทำสัญญาล่วงหน้าก่อนการจัดงานแต่ละครั้งประมาณ 2 - 6 เดือน ทั้งนี้ จากประสบการณ์การจัดงานที่ผ่านมา ทำให้บริษัทมีความเชี่ยวชาญและชำนาญ อีกทั้งยังมีประวัติการจัดงาน (Track record) แบบมืออาชีพมายาวนาน และไม่เคยประสบปัญหาการเช่าพื้นที่ในศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ บริษัทจึงมั่นใจว่าบริษัทจะสามารถเช่าพื้นที่กับศูนย์ประชุมแห่งนี้ในการจัดงานแสดงสินค้าได้ต่อไปในอนาคต

อย่างไรก็ดี บริษัทได้รับแจ้งจากศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์เกี่ยวกับการปิดปรับปรุงพื้นที่ในช่วงปลายปี 2561 ทำให้บริษัทไม่สามารถจัดงานแสดงสินค้า Thailand Mobile Expo ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ได้เป็นระยะเวลาประมาณ 4 ปี บริษัทจึงมีความจำเป็นต้องย้ายสถานที่จัดงานแสดงสินค้านี้ดังกล่าวตั้งแต่ปี 2562 เป็นต้นไป ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงที่ต้องจัดหาสถานที่เช่าพื้นที่แห่งใหม่สำหรับการจัดงานแสดงสินค้า Thailand Mobile Expo ในปี 2562 เป็นต้นไป หรือ หากย้ายไปสถานที่แห่งใหม่ก็อาจจัดงานได้ไม่ประสบความสำเร็จหรือได้รับการตอบรับที่ดีเช่นเดิมซึ่งอาจส่งผลกระทบทำให้บริษัทมีรายได้ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทได้ติดต่อกับผู้ให้เช่าพื้นที่รายใหม่ คือ ไบเทค บางนา เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางของผู้เช่าพื้นที่และผู้เข้าชมงาน มีรถไฟฟ้าบีทีเอสใกล้เคียงกับสถานที่จัดงานทำให้ผู้บริโภคนั้นเดินทางได้โดยสะดวก มีพื้นที่กว้างขวาง และตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ทั้งนี้ บริษัทได้แจ้งเรื่องการย้ายสถานที่จัดงานกับลูกค้ารายสำคัญๆ โดยส่วนใหญ่แล้ว และได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้าเช่นเดิม และจัดทำสัญญาให้บริการพื้นที่กับผู้ให้เช่าต่อไป บริษัทมีความมั่นใจว่าการพิจารณาจัดหาสถานที่จัดงานใหม่นี้ จะไม่ส่งผลกระทบที่สำคัญที่ทำให้บริษัทจะไม่สามารถจัดงานได้ตามที่กำหนดไว้ เนื่องจากบริษัทมีการหารือกับผู้ให้เช่ารายใหม่อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

3.3 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้และการจัดหาสินค้าจากบริษัท ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์ จำกัด (Samsung)

บริษัทมีการประกอบธุรกิจ 3 ส่วนงานหลัก ได้แก่ กลุ่มธุรกิจการจัดแสดงงาน (Event Organizer) กลุ่มธุรกิจงานโฆษณาและเอเจนซี (Media and Agency) และกลุ่มธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจเป็นงานที่เกี่ยวข้องอยู่ในอุตสาหกรรมโทรศัพท์มือถือและสินค้าไอทีเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการพึ่งพิงรายได้จากลูกค้ารายใหญ่รายหนึ่ง ซึ่งเป็นเจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือรายใหญ่ของประเทศ คือ บริษัท ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์ จำกัด (Samsung) เนื่องจากในงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือ Thailand Mobile EXPO ของบริษัท มี Samsung เป็นลูกค้าที่เข้าพื้นที่การจัดแสดงงานมากที่สุด นอกจากนี้ บริษัทยังได้รับการสนับสนุนจาก Samsung ในการจัดงานแข่งขันวิ่งบางรายการ ได้แก่ งาน Samsung Galaxy 10K Thailand Championship รวมถึงมีการพึ่งพิงการซื้อสินค้าในกลุ่มธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ซึ่งบริษัทจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ Samsung เพียงแบรนด์เดียว ผ่านช่องทางออนไลน์ บนเว็บไซต์ www.s-estore.com ทำให้บริษัทต้องสั่งซื้อสินค้าจาก Samsung แต่เพียงผู้เดียวในการดำเนินงานด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ดังนั้น บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้และการจัดหาสินค้าเพื่อจำหน่ายในส่วนงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทดังกล่าวมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง น่าเชื่อถือ มีส่วนแบ่งการตลาดด้านโทรศัพท์มือถืออยู่ในอันดับ 1 ใน 3 ของตลาดโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย อีกทั้งบริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีในการดำเนินธุรกิจร่วมกับลูกค้ารายดังกล่าวอย่างต่อเนื่องนานกว่า 10 ปี ทำให้บริษัทมีความมั่นใจว่าจะดำเนินธุรกิจกับลูกค้ารายดังกล่าวได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต นอกจากนี้ บริษัทยังคงรักษาระดับความสัมพันธ์กับลูกค้ารายอื่น เช่น การเสนอโครงการใหม่ที่เน้นด้านนวัตกรรมให้แก่ลูกค้ารายอื่นเพื่อลดระดับการพึ่งพิงรายได้และเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

3.4 ความเสี่ยงจากการแข่งขันและคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น

ธุรกิจของบริษัทประกอบธุรกิจหลากหลายประเภท แต่ส่วนใหญ่จะอ้างอิงกับกลุ่มอุตสาหกรรมโทรศัพท์มือถือและเทคโนโลยีเป็นหลัก ซึ่งอุตสาหกรรมดังกล่าวยังมีแนวโน้มการเติบโต เนื่องจากเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเป็นดิจิทัลมากขึ้นในปัจจุบัน ทำให้สินค้าเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องได้รับความนิยมและให้ความสำคัญมากขึ้น จึงมีผู้ประกอบการและผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีและไอทีที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันของผู้ประกอบการเริ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจกลุ่มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ซึ่งปัจจุบันมีผู้ให้บริการจำนวนมาก เนื่องจากไม่มีข้อจำกัดในการเข้ามาในอุตสาหกรรม ทำให้ตลาด E-Commerce มีการแข่งขันในระดับสูงมาก

ในส่วนธุรกิจสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ ปัจจุบันมีการเปิดเว็บไซต์เป็นจำนวนมาก เนื่องจากสามารถทำได้ง่ายและมีการแข่งขันสูงมาก

สำหรับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า ซึ่งเป็นประเภทการให้บริการหลักของบริษัท อาจมีผู้ให้บริการบางรายที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันจัดงานแสดงโทรศัพท์มือถือได้ เนื่องจากทำได้ไม่ยากนัก แต่บริษัทเป็นผู้นำการจัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือขนาดใหญ่ระดับประเทศที่ผู้บริโภคให้การตอบรับจากการจัดงานเป็นอย่างดีเรื่อยมา บริษัทจัดงานระดับประเทศดังกล่าวติดต่อกันมา 11 ปี อย่างต่อเนื่องแล้วรวมการจัดงานทั้งสิ้น 31 ครั้ง ทำให้บริษัทมีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญ ชำนาญในการจัดงาน และเป็นศูนย์กลางให้เจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือมาพบกับผู้บริโภคโดยตรง

แผนการบริหารความเสี่ยง : การที่บริษัทอยู่ในธุรกิจเกี่ยวกับสื่อและไอทีมากกว่า 16 ปี ทำให้มีความเข้าใจภาวะอุตสาหกรรมและแนวโน้มตลาดโทรศัพท์มือถือและสินค้าไอทีเป็นอย่างดี บริษัทจึงมีความสามารถในการติดตามภาวะการแข่งขันได้ทันต่อเหตุการณ์ โดยการเจาะจงสินค้าไอทีประเภทสมาร์ทโฟนโดยเฉพาะ และสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(E-Commerce) บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าดังกล่าวภายใต้แบรนด์ Samsung ผ่านช่องทางออนไลน์อย่างเป็นทางการจาก Samsung ในประเทศไทย ทำให้บริษัทสามารถทำการส่งเสริมทางการตลาด เช่น การจัดรายการส่งเสริมการขายร่วมกับเจ้าของแบรนด์ได้โดยตรง

นอกจากนี้ ในด้านธุรกิจสื่อดิจิทัล เว็บไซต์ที่นำเสนอข่าวสารด้านโทรศัพท์มือถือที่เปิดบริการอยู่และอยู่ได้นานอย่างต่อเนื่องมีจำนวนไม่มาก เนื่องจากผู้ประกอบการต้องมีความพร้อมในการสร้างฐานข้อมูล การให้ข่าวสารที่รวดเร็วตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป การมีเนื้อหาที่ทันสมัย น่าติดตามและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง จากประสบการณ์ในการสร้างสรรค์สื่อโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อด้านโทรศัพท์มือถือที่ยาวนานกว่า 16 ปี บริษัทจึงมีความพร้อมในด้านเนื้อหาและความน่าเชื่อถือ โดยบริษัทสามารถนำเนื้อหาและฐานข้อมูลที่มีมาพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการผ่านสื่อดิจิทัล ถึงแม้รายได้จากธุรกิจสื่อดิจิทัลในปัจจุบันยังมีสัดส่วนไม่มากนัก แต่มีแนวโน้มการเติบโตสูงจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ในส่วนของการจัดงานแสดงสินค้า บริษัทมีการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่เน้นความหลากหลายของสินค้าภายในงาน การเลือกสถานที่จัดงานที่อยู่กลางใจเมือง ที่มีพื้นที่กว้างขวาง เดินทางสะดวก มีการจัดกิจกรรมและการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด ให้ของแถม จักรรางวัลชิงโชค ประมูลสินค้าน่าสนใจ มีพนักงานขายคอยให้คำแนะนำการเลือกซื้อสินค้าไอที มีการนำเสนอนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ของสินค้าต่างๆ ในงาน รวมทั้ง มีการประชาสัมพันธ์ในวงกว้างที่ครอบคลุมทุกสื่อ ได้แก่ Website Facebook และ Twitter ของบริษัท ประกอบกับความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ และผู้จัดจำหน่ายสินค้าต่างๆ ทำให้งานแสดงสินค้าของบริษัทยังสามารถรักษาความนิยมทั้งจากผู้เข้าชมงานและผู้เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าและบริการในงานได้เป็นอย่างดี

3.5 ความเสี่ยงจากสินค้าล้าสมัยและความเสี่ยงจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคและเทคโนโลยี

ปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่าโทรศัพท์มือถือเป็นสินค้าอันดับหนึ่งของผู้บริโภคส่วนใหญ่จำเป็นต้องมีในการใช้ชีวิตประจำวัน เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลและข่าวสารได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ทำให้เกิดการแข่งขันของโทรศัพท์มือถือโดยเฉพาะสมาร์ทโฟนมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น จะเห็นได้จากการเปิดตัวสินค้าใหม่ ๆ ตลอดเวลาเพียงในระยะเวลาห่างกันไม่นานของสมาร์ทโฟนแต่ละรุ่น ซึ่งทำให้สมาร์ทโฟนรุ่นเก่า ๆ มีแนวโน้มความต้องการลดน้อยลง จากการมีนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาแทนที่อย่างรวดเร็ว อาจส่งผลกระทบต่อภาระดำเนินงานของบริษัทได้ เนื่องจากบริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทสมาร์ทโฟนและสินค้าด้านเทคโนโลยีผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้บริษัทต้องสต็อกสินค้าในส่วนโทรศัพท์มือถือ Tablet อุปกรณ์สวมใส่ และอุปกรณ์เสริมไว้เพื่อจำหน่าย บริษัทจึงมีความเสี่ยงเรื่องสินค้าที่จัดเก็บไว้ในสต็อกสินค้าอาจล้าสมัยได้หรือไม่สามารถจำหน่ายได้ในเวลาอันสั้น เมื่อมีสินค้ารุ่นใหม่ ๆ เข้ามาแทนที่

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทมีนโยบายการสต็อกสินค้าให้มีความเหมาะสมต่อการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์โดยคำนึงถึงสถิติการจำหน่ายที่ผ่านมา ทำให้ลดความเสี่ยงจากสินค้าล้าสมัยได้ อันเนื่องจากสินค้าประเภทอุปกรณ์สื่อสารและไอทีมีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างเร็ว จะเห็นได้ว่าระหว่างปี 2560 และปี 2561 บริษัทมีมูลค่าของสินค้าคงคลังในส่วน e-Commerce เท่ากับ 3.27 ล้านบาท และ 3.18 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 3.90 และร้อยละ 1.08 เมื่อเทียบกับต้นทุนขายสินค้า e-Commerce ตามลำดับ

สำหรับนโยบายการขายสินค้าคงคลังล้าสมัย บริษัทจะจัดรายการส่งเสริมการขายในสินค้าที่มีอายุมากกว่า 1 ปี ในการกำหนดส่วนลดก็จะแตกต่างกันซึ่งขึ้นอยู่กับราคาตลาดของสินค้าในขณะนั้น อย่างไรก็ตาม บริษัทมีค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยค่อนข้างน้อย เท่ากับ 0.08 ล้านบาท และ 1.31 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราร้อยละ 0.44 และร้อยละ 0.10 เมื่อเทียบกับต้นทุนขายสินค้า e-Commerce ในปี 2560 และปี 2561 ตามลำดับ สำหรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านและสินค้าไอที บริษัทไม่มีการจัดเก็บสินค้าดังกล่าว จึงทำให้บริษัทลดความเสี่ยงจากการสินค้าล้าสมัยได้

อย่างไรก็ตามพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะเป็นผลดีต่อบริษัทในเรื่องการจัดงานแสดงสินค้า Thailand Mobile EXPO ที่จัดขึ้นทุกปี ปีละ 3 ครั้ง ทำให้เจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้จำหน่ายสินค้าโทรศัพท์มือถือ และสินค้าด้านเทคโนโลยีได้นำเสนอสินค้าที่มีนวัตกรรมใหม่ๆ ให้กับผู้บริโภคและผู้สนใจได้อย่างสม่ำเสมอ และยังสามารถนำเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงมาลงในงานนิทรรศการของบริษัทได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งจะทำให้บริษัทมีสินค้า หรือเนื้อหาด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ตลอดเวลา ดังจะเห็นได้จากรูปแบบการจัดงาน Thailand Mobile EXPO ที่มีการปรับเปลี่ยนไปตามเทรนด์ของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ส่งผลให้บริษัทมั่นใจได้ว่าแม้จะมีนวัตกรรมใหม่ ๆ ออกมา บริษัทก็ยังจะสามารถพัฒนาและสร้างรูปแบบงานต่าง ๆ ให้เข้าถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในช่วงเวลานั้นได้เป็นอย่างดี

3.6 ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโฆษณา

ในภาวะที่เศรษฐกิจชะลอตัวจะส่งผลกระทบต่อการเติบโตอุตสาหกรรมโฆษณาค่อนข้างมาก เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะพิจารณาลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาลง ในปัจจุบันภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณามีแนวโน้มลดลงจากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังไม่ฟื้นตัวกลับเข้าสู่ภาวะปกติ ส่งผลให้ยอดขายสินค้าต่าง ๆ อยู่ในภาวะที่จำหน่ายได้ยากขึ้น รวมถึงภาครัฐกิจและภาครัฐบาลที่ยังชะลอการใช้งบประมาณ เนื่องจากยอดขายสินค้าที่คาดการณ์ไว้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย โดยสื่อที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดได้แก่ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อหนังสือพิมพ์ อย่างไรก็ตาม สื่อที่มีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องยังเป็นสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อในอาคาร ที่คาดว่าจะยังสามารถเติบโตได้ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทมีการให้บริการที่หลากหลาย โดยเน้นการเป็นผู้ให้บริการสื่อผ่านสื่อออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ตซึ่งบริษัทมีทักษะและความชำนาญเป็นอย่างดี อีกทั้งการจัดงานแสดงสินค้า โทรศัพท์มือถือและไอทีระดับประเทศของบริษัท นับเป็นสื่อโฆษณาที่ดีให้กับผู้ประกอบการโทรศัพท์มือถือที่เข้าร่วมงาน จากการดำเนินธุรกิจที่มีการกระจายความเสี่ยงโดยการให้บริการหลากหลายประเภทตามที่กล่าวข้างต้น ทำให้บริษัทสามารถรับมือหรือปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตามภาวะเศรษฐกิจได้อย่างดี

3.7 ความเสี่ยงจากการละเมิดลิขสิทธิ์ และพบบ.คอมพิวเตอร์

เนื่องจากบริษัทประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งสื่อออนไลน์ และสื่อออนไลน์ รวมทั้งเทคโนโลยี และมีการจัดทำบทความ การใช้รูปภาพประกอบที่อาจมีลิขสิทธิ์ในการเผยแพร่หรือมีความเสี่ยงจากการติดต่อ หรือการประกอบธุรกิจที่ต้องอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่งผลทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการที่อาจถูกฟ้องร้องซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจการของบริษัทได้

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทมีข้อกำหนดให้บุคคลที่เกี่ยวข้องจะต้องดำเนินงานด้วยความระมัดระวังเกี่ยวกับเรื่องลิขสิทธิ์และการเผยแพร่ข้อมูลและมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งกำหนดให้ทีมงานที่บริษัท หรือนักเขียนอิสระที่บริษัทจ้าง ให้ความสำคัญในเรื่องนี้ตลอดจนการใช้ภาพสาธารณะหรือใช้รูปภาพประกอบจากการถ่ายภาพจากสินค้าทดลองจริงของบริษัทก็ต้องตรวจสอบลิขสิทธิ์อย่างรัดกุมก่อนใช้งาน เพื่อเป็นการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์เป็นระยะๆ โดยที่ผ่านมา บริษัทไม่เคยถูกดำเนินคดีฟ้องร้องในความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์แต่อย่างใด

3.8 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

บริษัทดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) โดยเป็นผู้จำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท คือ www.s-estore.com ดังนั้น บริษัทต้องปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการ

ประกอบธุรกิจของบริษัทนั้นต้องดำเนินงานตามกฎหมายการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 และประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ 44 พ.ศ.2560 เรื่อง การแสดงราคาและรายละเอียดเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์ ซึ่งตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ได้กำหนดหลักการสำคัญเรื่องคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค 5 ประการ ได้แก่ (1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ถูกต้อง (2) สิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าและบริการ (3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าและบริการ (4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา (5) สิทธิที่จะได้รับการชดเชยความเสียหาย รวมทั้งการจำหน่ายสินค้าจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ในการโฆษณาซึ่งจะต้องไม่ใช่ข้อความ (รวมถึงภาพของสินค้า) ที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ซึ่งเป็นกฎหมายที่สำคัญที่บริษัทจะต้องปฏิบัติตามเพื่อให้เป็นไปตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัท บริษัทจึงมีความเสี่ยงที่อาจถูกฟ้องร้องจากผู้บริโภคหากบริษัทไม่ดำเนินธุรกิจภายใต้กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องในการจำหน่ายสินค้าออนไลน์สำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ บริษัทยังต้องติดตามการออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจออนไลน์ในอนาคต เช่น การแก้ไขประมวลรัษฎากร ที่อาจจะเรียกเก็บภาษีจากธุรกิจออนไลน์หรือจากผู้ประกอบการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (e-Business) ในอนาคต เป็นต้น

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติตามกฎระเบียบ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว บริษัทจึงได้กำหนดให้พนักงานที่เกี่ยวข้องศึกษาข้อกฎหมาย และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องต่างๆ รวมถึงติดตามกฎระเบียบต่างๆ ที่อาจบังคับใช้ในอนาคต เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง โดยที่ผ่านมา บริษัทไม่เคยถูกฟ้องร้องเรื่องดังกล่าวแต่อย่างใด

3.9 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยจากเงินกู้ยืมสถาบันการเงิน

เนื่องจากในปัจจุบัน บริษัทมีการใช้บริการสินเชื่อจากจากสถาบันการเงิน จำนวน 2 แห่ง เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนและเป็นแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งบริษัทมีการใช้วงเงินสินเชื่อเพิ่มขึ้นจากการขยายธุรกิจ เช่น การจัดหาสินทรัพย์เพื่อใช้ในการจัดซื้อรถคาราวาน เป็นต้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีภาระหนี้ เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน และหนี้สินตามสัญญาเช่าทางการเงิน คิดเป็นจำนวนเงิน 40.94 ล้านบาท โดยมีภาระหนี้แบ่งเป็นหนี้สินระยะสั้นจำนวน 16.13 ล้านบาท และหนี้สินระยะยาวจำนวน 24.81 ล้านบาท ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยแตกต่างกันไปแต่ละประเภทของวงเงินสินเชื่อที่ได้รับทั้งอัตราดอกเบี้ยแบบคงที่และอัตราดอกเบี้ยแบบลอยตัว ซึ่งส่งผลให้บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่เปลี่ยนแปลงไป

แผนการบริหารความเสี่ยง : หากพิจารณาต้นทุนทางการเงินสำหรับปี 2561 มีสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับรายได้รวม กล่าวคือ ต้นทุนทางการเงินมีมูลค่า 2.43 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.54 ของรายได้รวม

สำหรับสัดส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 เท่ากับ 1.38 เท่า ซึ่งอยู่ในระดับใกล้เคียงในอุตสาหกรรมเดียวกัน

3.10 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรหลักในการบริหารงาน

ปัจจุบัน บริษัทบริหารงานหลักโดยกลุ่มผู้บริหารหลัก ได้แก่ นายโอภาส เฉิดพันธ์ นายธีรวัฒน์ สุวรรณพินิจ นายธรรธร ยวงบัณฑิต และนางสาวประพิมพ์พรณ เลิศสิริสิน ซึ่งเป็นกรรมการ กรรมการบริหาร ผู้บริหารหลักของบริษัท และผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท โดยทั้ง 4 ท่าน เป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทสัดส่วนรวมกันร้อยละ 53.18 ของทุนชำระแล้วของบริษัท ณ วันที่ 31 มกราคม 2562 โดยผู้บริหารหลักทั้ง 4 ท่าน เป็นผู้มีความรู้ มีประสบการณ์ในธุรกิจเป็นเวลานาน เป็นผู้มีความซื่อสัตย์และมีหน้าที่โดยตรงในการกำหนดนโยบาย ทิศทางและการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท และมีความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้ารายใหญ่ บริษัทจึงอาจมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงกลุ่มผู้บริหารหลัก ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารหลักของบริษัทอาจจะส่งผลกระทบต่อสายงานการบริหารได้ ดังนั้น หากมีการเปลี่ยนแปลงกรรมการและ/หรือผู้บริหารกลุ่มดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทได้ในอนาคต

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทเริ่มใช้แนวทางการบริหารงานอย่างมืออาชีพมากขึ้นเพื่อดำเนินงานทั้งในปัจจุบันและในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพ มีการมอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบในการทำงานให้แก่ผู้บริหารท่านอื่น ๆ และพนักงานแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจน รวมทั้งมีการจัดโครงสร้างองค์กร และการจัดลำดับชั้นอำนาจอนุมัติในการดำเนินงานของบริษัท เพื่อให้มีการกระจายอำนาจการบริหาร การมีกล่วงดุลอำนาจ การจัดให้มีโครงสร้างการบริหารที่แบ่งตามความรู้ความสามารถของบุคลากรแต่ละตำแหน่งอย่างชัดเจนและเหมาะสม โดยบริษัทได้มีการกำหนดแผนการสืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning) ซึ่งอนุมัติในการประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2561 เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2561 เพื่อให้การสืบทอดตำแหน่งสำคัญๆ ของฝ่ายบริหารสอดคล้องกับพันธกิจ วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจขององค์กร และเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ ทำให้การดำเนินธุรกิจขององค์กรมีผู้ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ได้ โดยมีการกำหนดการสรรหาผู้สืบทอดตำแหน่ง การกำหนดคุณสมบัติผู้สืบทอดที่ชัดเจน สำหรับตำแหน่งงานที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ (Key position) โดยต้องมีมุมมองในการบริหารที่สอดคล้องกับการบริหารงานหลักขององค์กร เพื่อให้การสืบทอดตำแหน่งและการทดแทนบุคลากรเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินธุรกิจในภาพรวม ตลอดจนรองรับการเติบโตในอนาคตของบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว อีกทั้งบริษัทยังได้มีนโยบายด้านการสรรหา พัฒนา และรักษามูลค่าของบุคลากรของบริษัทเนื่องจากทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สำคัญที่จะทำให้องค์กรสามารถพัฒนาไปได้อย่างต่อเนื่อง มั่นคง และยั่งยืน รวมถึงทำให้บริษัทมีศักยภาพในการแข่งขัน ทั้งนี้ บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการสร้างและพัฒนาบุคลากรจากภายในด้วยการจัดฝึกอบรม การฝึกทักษะการปฏิบัติงานจริง การพัฒนาความรู้และพัฒนาบุคลากรให้แก่พนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเปิดโอกาสให้พนักงานได้พัฒนาและใช้ศักยภาพของตนเองอย่างเต็มขีดความสามารถให้มีโอกาสเติบโต

ก้าวหน้าในสายอาชีพด้วย ตลอดจนการให้ค่าตอบแทนและสวัสดิการแก่พนักงาน เพื่อดึงดูดและรักษาพนักงานที่มีคุณภาพให้ทำงานกับบริษัทอย่างต่อเนื่องในระยะยาว ซึ่งจะลดความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้บริหารหลักในการบริหารงานได้

3.11 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)

เนื่องจากธุรกิจหลักของบริษัทเป็นธุรกิจที่เน้นงานที่ใช้เทคโนโลยีต่างๆ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินธุรกิจ เช่น ธุรกิจงานโฆษณาสื่อออนไลน์ (Online) และธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ซึ่งต้องพึ่งพิงบุคลากรที่มีความรู้ มีความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) รวมทั้งจะต้องมีความเข้าใจในภาวะตลาดและแนวโน้มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเป็นอย่างดี เพื่อจัดทำเนื้อหา ข่าวสาร ข้อมูลสำหรับสื่อต่างๆ ของบริษัทเช่น นิตยสาร สื่อดิจิทัลและสื่ออื่นๆ หรือดิจิทัลเอเจนซีของบริษัท รวมถึงการจัดแสดงสินค้า ซึ่งบุคคลเหล่านี้ ถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซึ่งลักษณะงานของพนักงานในสายงานนี้เป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่งอาจทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการขาดแคลนพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถในด้านไอที หรือสายงานด้านดิจิทัลเอเจนซี (Digital Agency) ซึ่งการขาดแคลนบุคลากรอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทได้

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรบุคคลเป็นอย่างดี จึงได้ดำเนินการพัฒนา อบรม ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม รวมถึงมีโครงสร้างค่าตอบแทนและสวัสดิการต่างๆ ให้เทียบเคียงกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในธุรกิจเดียวกัน ตลอดจนการสรรหาพนักงานในตำแหน่งต่างๆ ให้เพียงพอ และไม่มีการพึ่งพิงบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะ เพื่อสามารถทำงานทดแทนกันได้และลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรได้อีกทางหนึ่ง

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ตารางแสดงทรัพย์สินถาวรของบริษัทที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561

หน่วย : ล้านบาท

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ ณ 31 ธ.ค. 61	การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน
1. ที่ดิน	โฉนดเลขที่ 111455 เลขที่ดิน 4079 หน้าสำรวจ 13075 ตำบลหัวหมาก (หัวหมากใต้) อำเภอบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื้อที่ดิน 2 งาน	บริษัท	ติดภาระจำนองเป็น หลักประกันวงเงินสินเชื่อ ที่มีกับสถาบันการเงิน รวม วงเงินจำนองเท่ากับ 25.9 ล้านบาท	8.0	ใช้เป็นสำนักงานใหญ่ ของบริษัท
	โฉนดเลขที่ 111456 เลขที่ดิน 4080 หน้าสำรวจ 13076 ตำบลหัวหมาก (หัวหมากใต้) อำเภอบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื้อที่ดิน 2 งาน	บริษัท			ใช้เป็นสำนักงานใหญ่ ของบริษัท
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคารที่ตั้งอยู่บนที่ดินตาม ข้อที่ 1.		บริษัท		17.9	เพื่อใช้ในการดำเนิน กิจการ
3. อุปกรณ์ในการจัดแสดงงาน		บริษัท	ไม่มี	2.4	เพื่อใช้ในการดำเนิน กิจการ
4. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน		บริษัท	ไม่มี	4.3	เพื่อใช้ในการดำเนิน กิจการ
5. ยานพาหนะและส่วนควบ		บริษัท	ไม่มี	7.4	เพื่อใช้ในการดำเนิน กิจการ
		อยู่ภายใต้ สัญญาเช่า ทางการเงิน	ติดภาระผูกพันภายใต้ สัญญาเช่าทางการเงินกับ สถาบันการเงิน	33.7	เพื่อใช้ในการดำเนิน กิจการ
รวม				73.7	

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีรายการสินทรัพย์ไม่มีตัวตน มีมูลค่าตามบัญชีรวม 5.1 ล้านบาท ประกอบด้วย โปรแกรมระหว่างพัฒนาสำหรับรถไฟฟ้า (Electric Vehicle) 0.6 ล้านบาท โปรแกรมสำเร็จรูป

การอ่านเลข BIB สำหรับการจัดงานวิ่ง (E-Horus) มีมูลค่าสุทธิเท่ากับ 1.0 ล้านบาท โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการรับชำระเงินออนไลน์ (E-Ticket) มีมูลค่าสุทธิเท่ากับ 2.2 ล้านบาท โปรแกรมสำเร็จรูป Chatbot มีมูลค่าสุทธิเท่ากับ 0.6 ล้านบาท และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ มีมูลค่าสุทธิเท่ากับ 0.7 ล้านบาท

4.3 เครื่องหมายการค้า


บริษัทอยู่ระหว่างการดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ได้แก่ “M VISION” “THAILAND MOBILE EXPO” “EV EXPO” และ “STEP EXTRA” โดยมีรายละเอียดของเครื่องหมายการค้า ดังต่อไปนี้

เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทบริการ	ระยะเวลาคุ้มครอง
M VISION		บริษัท	1.การตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 2. จัดพิมพ์สื่อโฆษณา 3.วางแผนจัดการและจัดงานแสดงสินค้า	บริษัทได้รับหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ณ วันที่ 14 กันยายน 2560 ทะเบียนเลขที่ 191191407 คำขอเลขที่ 170132447 มีอายุ 10 ปี เอกสารฉบับนี้ออกให้ ณ วันที่ 24 มกราคม 2562
M VISION		บริษัท	1.การตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 2. จัดพิมพ์สื่อโฆษณา 3.วางแผนจัดการและจัดงานแสดงสินค้า	บริษัทขอคำสั่งและรอปเปลี่ยนสถานะเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เชื่อกสถานะเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 (ทางบริษัทได้ยื่นคำขอเลขที่ 1047591 22 มิถุนายน 2559)
THAILAND MOBILE EXPO		บริษัท	1.ดำเนินและจัดการทางด้านแสดงสินค้า	บริษัทขอคำสั่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เชื่อกสถานะวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 (ทางบริษัทได้ยื่นคำขอเลขที่ 1047593 เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2559)

เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทบริการ	ระยะเวลาคุ้มครอง
		บริษัท	1. ให้เช่าพื้นที่เพื่อขายสินค้า	บริษัทรอคำสั่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เช็คสถานะวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 (ทางบริษัทได้ยื่นคำขอเลขที่ 1047592 เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2559)
EV EXPO		บริษัท	1. ให้เช่าพื้นที่เพื่อขายสินค้า	บริษัทรอคำสั่งอนุมัติเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เช็คสถานะวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 (ทางบริษัทได้ยื่นคำขอเลขที่ 180105522 เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2561)
STEP EXTRA		บริษัท	1. บทความรายงานข้อมูลเกี่ยวกับกีฬา	บริษัทรอคำสั่งอนุมัติเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เช็คสถานะวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 (ทางบริษัทได้ยื่นคำขอเลขที่ 180108541 เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2561)
			1. ให้เข้าถึงเว็บไซต์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต 2. ให้ผู้ใช้หลายรายเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต	บริษัทรอคำสั่งอนุมัติเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เช็คสถานะวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 (ทางบริษัทได้ยื่นคำขอเลขที่ 180108543 เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2561)
			1. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ	บริษัทรอคำสั่งอนุมัติเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา

เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทบริการ	ระยะเวลาคุ้มครอง
				เช็คสถานะวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 (ทางบริษัทได้ยื่นคำขอเลขที่ 180108545 เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2561)

บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนสิ่งพิมพ์ตามพระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ. 2484 กับหอสมุดแห่งชาติ ได้แก่ “WHATPHONE” โดยมีรายละเอียดของการแจ้งจดทะเบียนสิ่งพิมพ์ ดังต่อไปนี้

ชื่อหนังสือ	ภาพเครื่องหมายสิ่งพิมพ์	กรรมสิทธิ์	ประเภทสินค้า	เลขทะเบียน ISBN
WHATPHONE		บริษัท	1. เพื่อเผยแพร่ข่าวสารด้านโทรศัพท์มือถือ เทคโนโลยี บทความ สารคดี โฆษณา และแจ้งความ	เลขทะเบียน ISBN: 9 778601 426000

4.4 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทที่เกี่ยวข้อง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทไม่มีการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม อย่างไรก็ตาม ในการพิจารณาการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมรวมทั้งโครงการลงทุนแต่ละโครงการนั้น บริษัทจะให้ความสำคัญกับการพิจารณาการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องและเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นสำคัญ โดยคำนึงถึงผลตอบแทนจากการลงทุน ความเสี่ยงและสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทอย่างรอบคอบ ซึ่งการลงทุนดังกล่าวจะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริษัทและที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามขอบเขตอำนาจอนุมัติที่กำหนดไว้ และต้องดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดและประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุนและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงกฎหมายกฎระเบียบ หรือประกาศคำสั่งต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยบริษัทจะควบคุมผ่านการส่งกรรมการและ/หรือผู้บริหารของบริษัทเข้าไปเป็นกรรมการ เพื่อควบคุมทิศทางและนโยบายการบริหารงานให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท

อย่างไรก็ดี เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2562 มติอนุมัติการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมแห่งใหม่ รวมจำนวน 3 บริษัท มีรายละเอียดดังนี้

ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	มูลค่าเงินลงทุน	สัดส่วน การถือหุ้น
1. ธุรกิจให้คำปรึกษาด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์	5.00 ล้านบาท	2.60 ล้านบาท	ร้อยละ 52
2. ธุรกิจขายและให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	5.00 ล้านบาท	2.55 ล้านบาท	ร้อยละ 51
3. ธุรกิจการให้บริการด้านการจัดแข่งขันกีฬาแบบครบวงจร	5.00 ล้านบาท	2.00 ล้านบาท	ร้อยละ 40

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ในเดือนกันยายน 2561 บริษัทคู่กรณีกล่าวหาว่าบริษัทไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงร่วมกันที่ลงนามในเดือนสิงหาคม 2561 โดยขอเรียกค่าเสียหายจำนวน 9.2 ล้านบาท ต่อมาเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2561 ทางบริษัทได้ยื่นคำให้การต่อสู้คดีและฟ้องแย้งเรียกค่าเสียหายจากการผิดสัญญา กับบริษัทคู่กรณี เป็นจำนวนเงิน 106.3 ล้านบาทรวมดอกเบี้ย ปัจจุบันคดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลแพ่ง

ทนายความของบริษัทมีความเห็นว่าบริษัทมิได้เป็นฝ่ายผิดข้อตกลงร่วมกันข้างต้นและฝ่ายบริหารของบริษัทเห็นว่าบริษัทจะชนะคดีและจะไม่มีผลเสียหายที่เป็นสาระสำคัญต่อบริษัท บริษัทจึงไม่ได้ตั้งสำรองสำหรับความเสียหายจากคดีความดังกล่าวไว้ในบัญชี

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

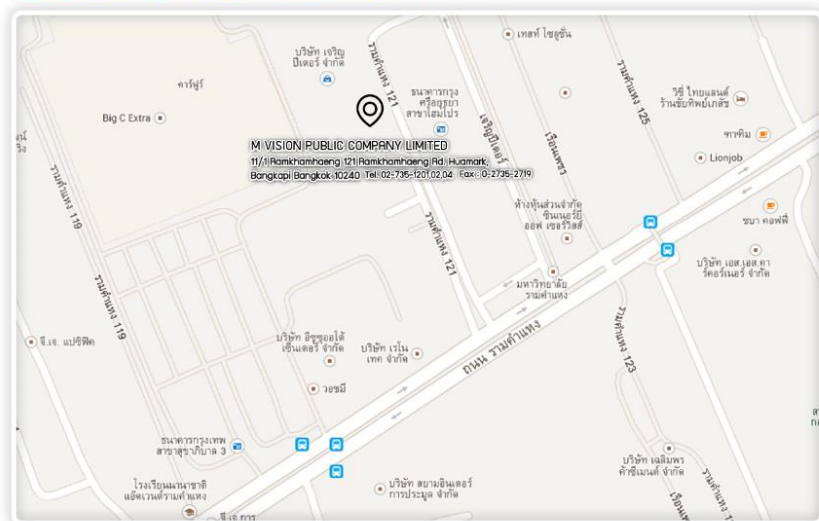
ข้อมูลทั่วไป

บริษัทที่ออกหลักทรัพย์ :	บริษัท เอ็ม วิชั่น จำกัด (มหาชน)
เลขทะเบียนบริษัท :	0107561000021
ชื่อย่อหลักทรัพย์ :	MVP
ประเภทธุรกิจ :	ประกอบธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าเทคโนโลยี อุปกรณ์สื่อสาร อุปกรณ์ ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การจัดงานแข่งขันกีฬา ท่องเที่ยว งานสัมมนา และอื่นๆ ตลอดจนการผลิตและจำหน่ายสื่อในรูปแบบต่างๆ ทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ อีกทั้งการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ :	เลขที่ 11/1 ซอยรามคำแหง 121 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240
โทรศัพท์ :	(66) 2-735-1201 , (66) 2-735-1202, (66) 2-735-1204
โทรสาร :	(66) 2-735-2719
เว็บไซต์ (URL) :	http://www.mvisioncorp.com
ทุนจดทะเบียน :	100,000,000 บาท (หนึ่งร้อยล้านบาท)
ทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว :	100,000,000 บาท (หนึ่งร้อยล้านบาท)
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ต่อหุ้น :	0.50 บาท (ห้าสิบบatangค์)
แผนที่ตั้งบริษัท	

บริษัท เอ็ม วิชั่น จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 11/1 ซอยรามคำแหง 121 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

เบอร์ติดต่อ 02-735-1201-2 ,4 FAX 02-735-2719



บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์หุ้นสามัญ : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด (TSD)
อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ชั้น 1 Tower B (ข้างสถานทูตจีน)
เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง
กรุงเทพมหานคร
10400
โทรศัพท์ : (66) 2-009-9000
โทรสาร : (66) 2-009-9991
TSD Call center : (66) 2-009-9999

ผู้สอบบัญชี : คุณประดิษฐ์ รอดลอยทุกข์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขที่ 218
บริษัท เอเอสที มาสเตอร์ จำกัด
เลขที่ 790/12 อาคารทองหล่อทาวเวอร์ ซอยทองหล่อ 18
ถนนสุขุมวิท 55 แขวงคลองตัน เขตวัฒนา
กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์ : (66) 2-714-8842
โทรสาร : (66) 2-185-0225

นักลงทุนสัมพันธ์

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายบัญชีและการเงิน, เลขานุการบริษัท : นางสาวอัปสร วิชาศักดิ์ดำนนท์
E-Mail : ir@mvisioncorp.com