

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมของการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทได้จัดการประชุมแผนธุรกิจเป็นประจำทุกปี เพื่อพิจารณากำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจ และกำหนดเป้าที่เป็นตัวเงินและเป้าหมายที่ไม่ใช่ตัวเงิน ได้แก่ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ฯลฯ และเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติเพื่อดำเนินการสื่อสารให้พนักงานถือเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน

วิสัยทัศน์

“Transformation Provider” ผู้นำในธุรกิจจัดงานมือถือและสินค้าไอทีและเทคโนโลยี การท่องเที่ยว และกีฬาที่มีการผสมผสานความล้ำสมัยของนวัตกรรมและเทคโนโลยีให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและตลาดได้ครบวงจร

พันธกิจ

- Digital Event Provider ผู้นำธุรกิจการจัดงานประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
- Biggest Digital Sport Provider ผู้นำธุรกิจการจัดงานด้านกีฬาที่นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
- Premium Marketing Provider ผู้นำธุรกิจการให้บริการด้านการตลาดในระดับพรีเมียม
- Biggest Influencer Network ผู้นำด้านเครือข่ายที่รวบรวมผู้ทรงอิทธิพลด้านไอที เทคโนโลยี และผู้เชี่ยวชาญไว้มากที่สุดในประเทศไทย
- ดำรงการเป็นบรรษัทภิบาล และรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น คู่ค้า ลูกค้า พนักงาน และสังคม

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

1. การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม ผสมผสานกับเทคโนโลยีที่ทันสมัย

บริษัทใช้นโยบายทางการตลาดที่เข้าถึงลูกค้าทุกระดับเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการ ผู้เข้าชมงาน ลูกค้าทั้งภาครัฐและภาคเอกชน กลับมาซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่บริษัทให้บริการอยู่ โดยการใช้การสื่อสารการตลาดต่าง ๆ อาทิ

- การใช้สื่อสังคมออนไลน์ Facebook, Twitter, YouTube, Line, Instagram เพื่อประชาสัมพันธ์ และแจ้งโปรโมชั่นต่าง ๆ

- การสร้างสรรค์สื่อและเนื้อหาคุณภาพ (Content Marketing) ในทุกช่องทางการนำเสนอสื่อและเนื้อหา (Content)
- การจัดส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email Direct Message: EDM) เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม และ โปรโมชัน
- การพิมพ์ใบปลิว หรือ โบวัวร์ต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์งาน
- การใช้เว็บไซต์เพื่อเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์งาน
- การร่วมมือกับสถาบันการเงินเพื่อสร้างโปรโมชัน เช่น การผ่อนชำระ 0% ให้กับช่องทางขายสินค้าของบริษัท
- การนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ประชาสัมพันธ์หรือนำไปใช้กับงานดิจิทัลเอเจนซีให้กับลูกค้า
- การใช้ทุกสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบันเพื่อประชาสัมพันธ์งานของบริษัท เช่น งานแสดงสินค้า, งานกีฬา, งานท่องเที่ยว เป็นต้น

2. การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตร

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างคู่ค้าของบริษัท ตลอดระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา บริษัทมีคู่ค้าเป็นจำนวนมากที่ให้ความร่วมมือทางธุรกิจ และให้การสนับสนุนที่ดีทั้งในด้านสินค้าและบริการที่หลากหลาย ซึ่งบริษัทได้ดำเนินธุรกิจกับพันธมิตรคู่ค้า และร่วมกันสร้างตลาดแสดงสินค้าด้านเทคโนโลยีด้วยกันมาตลอด ส่งผลประโยชน์ไปจนถึงลูกค้าร่วมปลายทางเดียวกัน ถ้าบริษัทคู่ค้ามีกำไรที่ดี ขายสินค้าได้ ก็จะกลับมาซื้อสินค้าหรือบริการจากบริษัท ซึ่งบริษัทดำเนินนโยบายซื้อตัดย์ ตรงไปตรงมา ไม่เอารัดเอาเปรียบคู่ค้า และพยายามปรับปรุงพัฒนาการบริการใหม่ๆ ให้ทันสมัย และตอบโจทย์ทั้งคู่ค้าและลูกค้าปลายทางทุกระดับชั้น

3. นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากระดับการจัดการงาน

บริษัทมีฝ่ายวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ทำหน้าที่วิจัยเพื่อหานวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่หรือที่เหมาะสมนำมาให้กับการจัดงานเพื่อยกระดับและปฏิวัติวงการจัดงาน เช่น การนำเอาเทคโนโลยี Face recognition และ Optical character recognition รวมถึง AI (Artificial Intelligence) มาประยุกต์ใช้ในงานวิ่งในเรื่องระบุตัวตนของนักวิ่งจากภาพถ่าย ตรวจสอบระยะทาง เวลาวิ่งของนักวิ่ง เป็นต้น นอกจากนี้แล้วยังมีการพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชันด้านอื่นๆ อีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นบนโทรศัพท์มือถือ หรือ แม้กระทั่ง IOT (Internet Of Thing) เช่น การรับชำระเงินออนไลน์สำหรับการจัดงาน แหบทบสำหรับทำหน้าที่ตอบปัญหา แสดงสินค้า การแจ้งโปรโมชัน

ผ่านช่องทาง FaceBook Messenger เป็นต้น ตลอดจนระบบบริหารจัดการรถราวาน และวิจัยและพัฒนาซอฟต์แวร์ด้าน IOT เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า

4. ปรับระบบการทำงานเพื่อให้มีประสิทธิภาพการทำงานมากขึ้น

บริษัทให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพทั้งภายในองค์กรและลูกค้า จึงได้นำแนวคิดการบริหารแบบ LEAN Management มาปรับใช้ภายในองค์กรเพื่อลดปัญหาและเวลาในการปฏิบัติงาน และเพิ่มเวลาการให้บริการให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพมากขึ้น

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท เอ็ม วิชั่น จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 17 มกราคม 2545 ดำเนินธุรกิจผลิตสื่อ เนื้อหา และสื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่อยี่ห้อ “WHATPHONE” ด้วยประสบการณ์ยาวนานกว่า 17 ปี ในการสร้างสรรค์งานคุณภาพในด้านสมาร์ตโฟน เทคโนโลยี และไอทีทั้งนิตยสาร และสื่ออื่น ๆ 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 แขวง
หัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

นับตั้งแต่ก่อตั้งบริษัท ในปี 2545 เป็นต้นมา บริษัทมีความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ ดัง
รายละเอียดต่อไปนี้

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 จัดตั้งบริษัทเพื่อดำเนินงานด้านการจัดพิมพ์และจำหน่ายหนังสือ และให้บริการโฆษณา เริ่มดำเนินการจัดทำนิตยสาร WHATPHONE ซึ่งเป็นนิตยสารรายเดือนที่ให้ข้อมูลโทรศัพท์มือถือ วัตถุประสงค์เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ความรู้ด้านเทคโนโลยี ฟังก์ชันการทำงานของโทรศัพท์มือถือต่างๆ 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	รายละเอียด
ปี 2552	<ul style="list-style-type: none"> - เริ่มดำเนินการจัดทำนิตยสาร The Edge ซึ่งเป็นนิตยสารรายปักษ์เพื่อเป็นสื่อกลางในการตัดสินใจเลือกซื้อ และให้ผู้ซื้อและผู้ขายโทรศัพท์มือถือได้ทราบถึงข้อมูลและข่าวสารต่างๆในแวดวงโทรศัพท์มือถือ ตลอดจนการเปรียบเทียบคุณสมบัติพื้นฐานของโทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ และราคาเปรียบเทียบ - วันที่ 29 มกราคม – 1 กุมภาพันธ์ 2552 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือ ภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2009 ครั้งที่ 5 - 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) - เริ่มดำเนินธุรกิจการรับจัดงานอบรมเชิงปฏิบัติ (Workshop Training) ให้แก่ลูกค้า
ปี 2556	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 7 - 10 กุมภาพันธ์ 2556 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2013 ครั้งที่ 14

ปี	รายละเอียด
	<ul style="list-style-type: none"> - 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 มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10,000 บาท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 10,000 บาท (มีผู้ถือหุ้นใหม่ จำนวน 2 ราย จำนวน 240 หุ้น มูลค่า 2,400,000 บาท) เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ - 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) เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทโทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน พีเจอร์โฟน แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมต่างๆ ภายใต้แบรนด์ “Samsung” ผ่านเว็บไซต์ www.s-estore.com - วันที่ 10 พฤศจิกายน 2558 เริ่มดำเนินการเว็บไซต์ภายใต้ชื่อ www.stepextra.com

ปี	รายละเอียด
ปี 2559	<ul style="list-style-type: none"> - ยุติการจัดทำนิตยสาร Smartphone Guide และนิตยสาร The Edge - จัดตั้งทีมพัฒนาแอปพลิเคชันแบบเต็มรูปแบบ เพื่อตอบสนองต่อเทรนด์การพัฒนาแอปพลิเคชันที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน - วันที่ 11 - 14 กุมภาพันธ์ 2559 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2016 ครั้งที่ 23 - วันที่ 3 เมษายน 2559 จัดงานแข่งขันกีฬาภายใต้ชื่องาน “Samsung Galaxy 10K Thailand Championship 2016” เป็นรายการวิ่งมินิมาราธอนชิงแชมป์ประเทศไทย รับรองเส้นทางการแข่งขันโดยสมาคมกีฬากรีฑาแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งเป็นการจัดการแข่งขันวิ่งชิงแชมป์ประเทศไทย ระยะทาง 10 กิโลเมตร ซึ่งด้วยสมเด็จพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และกิจกรรมเดิน-วิ่งเพื่อสุขภาพระยะทาง 5 กิโลเมตร โดยมีนักกีฬาวิ่งเข้าร่วมการแข่งขันสูงถึง 12,000 คน เป็นการจัดการแข่งขันร่วมกับพาร์ทเนอร์ที่แข็งแกร่งอย่างบริษัท ไทยซัมซุง อิเลคทรอนิกส์ จำกัด - 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"> - เชื้อสัญญาณมูลนิธิวิทยาลัยหมู่บ้านจอมบึง เพื่อร่วมกันจัดการแข่งขันวิ่งเขาประทับช้าง เทลหรือ KPTC 2017 เป็นการแข่งขันวิ่งในภูมิประเทศป่า เขา และได้มีโอกาสได้สัมผัสกับธรรมชาติอย่างใกล้ชิด บริเวณสวนพฤกษศาสตร์วรรณคดีบ้านจอมบึง ซึ่งทางบริษัทได้มีการยกระดับมาตรฐานการจัดงาน โดยมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาเป็นส่วนร่วมในการจัดงาน - 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

ปี	รายละเอียด
	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 18 - 21 พฤษภาคม 2560 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2017 Hi-End ครั้งที่ 27 - วันที่ 28 พฤษภาคม 2560 จัดงานแข่งขันกีฬาภายใต้ชื่องาน Samsung Galaxy 10K Thailand Championship 2017 เป็นรายการวิ่งมินิมาราธอนชิงแชมป์ประเทศไทย ระยะทาง 10 กิโลเมตร ที่ได้รับรองเส้นทางการแข่งโดยสมาคมกรีฑาแห่งประเทศไทย เป็นการจัดการแข่งขันร่วมกับพาร์ทเนอร์ที่แข็งแกร่งอย่างบริษัท ไทยซัมซุง อิเลคทรอนิกส์ จำกัด - วันที่ 15 มิถุนายน 2560 ได้รับรางวัลดีเด่นในการประกวดเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ “DBD e-Commerce Website Award: DEWA 2017 สำหรับเว็บไซต์ www.s-estore.com จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ - วันที่ 18 มิถุนายน 2560 ร่วมจัดงานแข่งขันกีฬาภายใต้ชื่อเขาประทับช้างเทรล (KPTC TRAIL) เป็นรายการวิ่งเทรลที่สวนพฤกษารรณคดีบ้านจอมบึง เขาประทับช้าง อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี ระยะทาง 2, 3 , 10, 21 และ 32 กิโลเมตร โดยบริษัทเป็นส่วนหนึ่งของภาคีในการจัดงานที่รับผิดชอบในการจัดหาร้านค้ามาจำหน่ายในงาน (Expo) และการจัดหาผู้สนับสนุน (Sponsor) - วันที่ 28 กันยายน - 1 ตุลาคม 2560 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2017 Showcase ครั้งที่ 28 - วันที่ 26 พฤศจิกายน 2560 จัดงานแข่งขันกีฬาภายใต้ชื่อซงโครัน เป็นรายการแข่งขันวิ่งการกุศล ณ โรงเรียนกรุงเทพคริสเตียนวิทยาลัย ระยะทาง 3 และ 10 กิโลเมตร โดยบริษัทเป็นผู้รับจ้างจัดงานวิ่งให้แก่ผู้ว่าจ้าง - วันที่ 16 ธันวาคม 2560 ร่วมจัดงานแข่งขันกีฬาภายใต้ชื่อตะนาวศรีเทรล (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"> - เชิญสัตยาณมูลนิธิวิทยาลัยหมู่บ้านจอมบึง เพื่อร่วมกันจัดการแข่งขันวิ่งเขาประทับช้างเทรลหรือ KPTC 2018 เป็นการแข่งขันวิ่งในภูมิประเทศป่า เขา และได้มีโอกาสได้สัมผัสกับธรรมชาติอย่างใกล้ชิด บริเวณสวนพฤกษศาสตร์วรรณคดีบ้านจอมบึง ซึ่งทางบริษัทได้มีการยกระดับมาตรฐานการจัดงาน โดยมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาเป็นส่วนร่วมในการจัดงาน

ปี	รายละเอียด
	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 21 มกราคม 2561 ร่วมจัดงานแข่งขันกีฬากายได้ชื่องาน “จอมบึง มาราธอน” ครั้งที่ 33 โดยเป็นความร่วมมือของมูลนิธิวิทยาลัยหมู่บ้านจอมบึงสวนพฤกษศาสตร์วรรณคดีบ้านจอมบึง มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง และกลุ่มนักวิ่งอาสาสมัครเขาประทับช้างเทรลกายได้ภาคีเครือข่ายที่ให้การสนับสนุนที่สำคัญ 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 เพื่อใช้รองรับการขยายตัวของธุรกิจและเป็นเงินทุนหมุนเวียนบริษัทได้จดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2561 - ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท ครั้งที่ 1/2561 เมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2561 มีมติอนุมัติเรื่องต่าง ๆ ที่สำคัญ ดังรายละเอียดต่อไปนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1) อนุมัติการเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้และแก้ไขจำนวนหุ้นสามัญของบริษัท โดยอนุมัติการเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จากเดิม มูลค่าหุ้นละ 10,000 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.50 บาท ซึ่งบริษัทมีทุนชำระแล้วทั้งสิ้น 65,000,000 บาท โดยภายหลังจากการเปลี่ยนมูลค่าหุ้นดังกล่าวแล้ว บริษัทมีหุ้นสามัญทั้งสิ้น 130,000,000 หุ้น 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)

ปี	รายละเอียด
	<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 บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพื่อแปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัด 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 เป็นรายการวิ่งมินิมาราธอนชิงแชมป์ประเทศไทยระยะทาง 10 กิโลเมตร ที่ได้รับรองเส้นทางการแข่งโดยสมาคมกรีฑาแห่งประเทศไทย เป็นการจัดการแข่งขันร่วมกับพาร์ทเนอร์ที่แข็งแกร่งอย่างบริษัท ไทยซัมซุง อิเลคทรอนิกส์ จำกัด - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2561 เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2561 จึงได้มีมติอนุมัติการยกเลิกการดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารรายเดือน “WHATPHONE” ของบริษัท โดยจัดพิมพ์ถึงเดือนตุลาคม 2561 - 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 ซึ่งบริษัทได้จดทะเบียนการเพิ่มทุนชำระแล้วดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 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

ปี	รายละเอียด
	<ul style="list-style-type: none"> - ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ให้บริการรถคาราวานสูงสุด 73 คัน ให้กับเทศกาลดนตรีและงานแข่งขันกีฬาต่าง ๆ นับเป็นการให้บริการรถคาราวานจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย
ปี 2562	<ul style="list-style-type: none"> - เชื้อสัญญาณมูลนิธิวิทยาลัยหมู่บ้านจอมบึง เพื่อร่วมกันจัดการแข่งขันวิ่งเขาประทับช้างเทรลหรือ KPTC 2019 เป็นการแข่งขันวิ่งในภูมิประเทศป่า เขา และได้มีโอกาสได้สัมผัสกับธรรมชาติอย่างใกล้ชิด บริเวณสวนพฤกษศาสตร์วรรณคดีบ้านจอมบึง ซึ่งทางบริษัทได้มีการยกระดับมาตรฐานการจัดงาน โดยมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาเป็นส่วนร่วมในการจัดงาน - วันที่ 20 มกราคม 2562 ร่วมจัดงานแข่งขันกีฬายาได้อีกงาน “จอมบึง มาราธอน” ครั้งที่ 34 โดยเป็นความร่วมมือของมูลนิธิวิทยาลัยหมู่บ้านจอมบึงสวนพฤกษศาสตร์วรรณคดีบ้านจอมบึง มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง และกลุ่มนักวิ่งอาสาสมัครเขาประทับช้างเทรลยาได้อีกงานที่ให้การสนับสนุนที่สำคัญ โดยบริษัทเป็นส่วนหนึ่งของภาคีในการจัดงานที่รับผิดชอบในการจัดหาร้านค้ามาจำหน่ายในงาน (Expo) และการจัดหาผู้สนับสนุน (Sponsor) - วันที่ 7 – 10 กุมภาพันธ์ 2562 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถืออีกงาน Thailand Mobile EXPO 2019 ครั้งที่ 32 - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562 ได้มีมติอนุมัติให้ลงทุนใน <ol style="list-style-type: none"> (1) บริษัท ไอคอลลมาสเตอร์ จำกัด ร้อยละ 52 ของทุนจดทะเบียน (2) บริษัท มัลติเทคโนโลยี เอ็กซ์เพิร์ต จำกัด ร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียน (3) บริษัท เอ็มอาร์ คอนเน็กซ์ จำกัด ร้อยละ 40 ของทุนจดทะเบียน - ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2562 เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2562 ได้มีมติอนุมัติการจัดสรรกำไร และการจ่ายเงินปันผลประจำปี 2561 เป็นดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> (1) จัดจัดสรรเงินกำไรสำหรับผลการดำเนินงานของบริษัทสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 เป็นทุนสำรองตามกฎหมาย (2) จัดจ่ายเงินปันผลสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 เนื่องจากผลประกอบการของบริษัทในปี 2561 มีผลประกอบการขาดทุน - วันที่ 30 พฤษภาคม – 2 มิถุนายน 2562 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถืออีกงาน Thailand Mobile EXPO 2019 ครั้งที่ 33 - วันที่ 30 พฤษภาคม – 2 มิถุนายน 2562 จัดงานมหกรรมเกมและอุปกรณ์เกมมิ่งอีกงาน Thailand GAME EXPO 2019 ครั้งแรก

ปี	รายละเอียด
	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 9 กันยายน 2562 จัดงานวิ่งภายใต้ชื่องาน CAT 10K Thailand Championship 2019 เป็นรายการวิ่งมินิมาราธอนชิงแชมป์ประเทศไทยระยะทาง 10 กิโลเมตร ที่ได้รับรองเส้นทางการแข่งโดยสมาคมกรีฑาแห่งประเทศไทย - วันที่ 3 – 6 ตุลาคม 2562 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2019 ครั้งที่ 34 - ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ให้บริการรถคาราวานสูงสุด 117 คัน ให้กับเทศกาลดนตรีงานกีฬา งานท่องเที่ยวต่าง ๆ นับเป็นการให้บริการรถคาราวานจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท เอ็ม วิชั่น จำกัด (มหาชน) มีโครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังนี้



ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมดที่ ออกจำหน่าย หุ้น (หุ้น)	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทถือ	
					จำนวนหุ้น (หุ้น)	ร้อยละ
บริษัทย่อย						
1	บริษัท ไอศอลมาสเตอร์ จำกัด เลขที่ 11/1 ซอยรามคำแหง 121 แขวง หัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร เลขทะเบียนนิติบุคคล : 0105562062908 โทร. 02-7351204	ธุรกิจให้ คำปรึกษาด้าน การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์	5	1,000,000	519,999	ร้อยละ 52
2	บริษัท มัลติเทคโนโลยี เอ็กซ์เพิร์ต จำกัด เลขที่ 11/1 ซอยรามคำแหง 121 หัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร เลขทะเบียนนิติบุคคล : 0105562075295 โทร. 02-7351204	ธุรกิจขายและ ให้บริการด้าน เทคโนโลยี สารสนเทศ	5	1,000,000	509,997	ร้อยละ 51
บริษัทร่วม						
3	บริษัท เอ็มอาร์ คอนเน็กซ์ จำกัด เลขที่ 143/3 ซอยลาดพร้าว 94 (ปัญจมิตร) แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร เลขทะเบียนนิติบุคคล : 0105562068167 โทร. 081-7338598	ธุรกิจการ ให้บริการด้าน การจัดแข่งขัน กีฬาแบบครบ วงจร	5	1,000,000	399,999	ร้อยละ 40

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้แยกตามประเภทธุรกิจของบริษัท

ประเภทรายได้	2562		2561		2560	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1. ธุรกิจการจัดแสดงงาน	261.82	78.42	166.82	37.00	151.67	53.26
2. ธุรกิจงานโฆษณาและเอเจนซี่	51.92	15.55	60.32	13.38	34.93	12.27
3. ธุรกิจพาณิชย์	18.99	5.69	223.35	49.54	97.47	34.23
รายได้จากการขายและบริการ	332.73	99.66	450.49	99.92	284.07	99.76
รายได้อื่น	1.15	0.34	0.36	0.08	0.68	0.24
รายได้รวม	333.88	100.00	450.85	100.00	284.75	100.00

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทแบ่งธุรกิจออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1. กลุ่มธุรกิจการจัดงาน (Event)

บริษัทเป็นผู้ดำเนินการจัดแสดงงานต่าง ๆ โดยการจัดแสดงงานที่เป็นงานหลัก มีดังนี้

1.1 งานแสดงสินค้าสมาร์ทโฟน / งานแสดงสินค้าอุปกรณ์เกม

บริษัทเป็นผู้ดำเนินการจัดแสดงงานสินค้าสมาร์ทโฟน อุปกรณ์ไอทีและเทคโนโลยี ภายใต้ชื่องาน “Thailand Mobile EXPO” เป็นงานเปิดตัวโทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟนของแบรนด์ต่าง ๆ รวมทั้งอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์มือถือ ซึ่งการจัดแสดงงานดังกล่าวเกิดจากแนวคิดในการเป็นสื่อกลางให้คนทั่วไปสามารถเข้าชมการเปิดตัวโทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ และรวบรวมแบรนด์โทรศัพท์มือถือชั้นนำต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน โดยงาน Thailand Mobile EXPO จะจัดขึ้นปีละ 3 ครั้ง

และในปี 2562 บริษัทเป็นผู้ดำเนินการจัดแสดงงานสินค้าอุปกรณ์เกม อุปกรณ์ไอทีและทุกอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับเกมมิ่งเป็นครั้งแรก ภายใต้ชื่องาน “Thailand Game EXPO” ซึ่งเป็นงานเปิดตัวเกมของค่ายต่าง ๆ รวมทั้งอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับเกมมิ่ง ซึ่งการจัดแสดงงานดังกล่าวเกิดจากแนวคิดในการเป็นสื่อกลางให้คนทั่วไปสามารถเข้าชมการเปิดตัวอุปกรณ์ใหม่ และรวบรวมค่ายเกมชั้นนำต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน โดยงาน Thailand Game EXPO จะจัดขึ้นปีละครั้ง

รูปแบบรายได้ : รายได้หลักมาจากการให้บริการพื้นที่หรือบูธสำหรับการทำกิจกรรมพิเศษ หรือกิจกรรมส่งเสริมการขายและจัดจำหน่ายสินค้า การขายสื่อโฆษณาภายในงาน รายได้ค่าบริการออกแก็นซ์เซอร์

1.2 บริการจัดงานเกี่ยวกับงานท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism)

อาทิ การจัดงานวิ่งมาราธอนที่กำลังได้รับความนิยมจากการให้ความสำคัญในการใส่ใจดูแลสุขภาพมากขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งการจัดงานมาราธอนของบริษัท มีทั้งงานที่บริษัทเป็นเจ้าของงานซึ่งบริหารจัดการงานวิ่งเอง ได้แก่ 10K Thailand Championship งานที่บริษัทเป็นส่วนหนึ่งของภาคีในการจัดงานวิ่ง เช่น จอมบึงมาราธอน ตะนาวศรีเทรล เขาประทับช้างเทรล โดยบริษัทรับผิดชอบในการจัดหาร้านค้ามาจำหน่ายในงาน (Expo) และการจัดหาผู้สนับสนุน (Sponsor) และงานวิ่งที่บริษัทเป็นผู้รับจ้างจัดงานให้แก่ผู้ว่าจ้าง เช่น งานชงโครัน งานเตรียมอุดมศึกษามินิมาราธอน งานอีดีเอสมิวสิครัน นอกจากนี้ บริษัทยังมีการให้บริการรถคาราวานและเต็นท์เพื่อใช้เป็นที่พักสำหรับงานวิ่งต่าง ๆ โดยให้บริการแก่ผู้สนับสนุน (Sponsor) ในการจัดงานของบริษัทเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้สนับสนุน (Sponsor) ที่เข้าร่วมงานต่าง ๆ และเปิดให้บริการแก่นักชกภายนอก

รูปแบบรายได้ : กรณีบริษัทเป็นเจ้าของงาน-รายได้หลักมาจากรายได้ค่าสนับสนุนหลักและทั่วไป รายได้จากค่าบริการพื้นที่ในการออกบูธขายสินค้า ค่าสมัครงานวิ่ง และการจำหน่ายเสื้อผ้า อุปกรณ์แต่งกายสำหรับนักวิ่ง เช่น เสื้อกีฬา หมวก และอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ เป็นต้น

กรณีบริษัทเป็นภาคี-รายได้หลักมาจากการจัดหาร้านค้ามาจำหน่ายในงาน (Expo) รายได้ค่าสนับสนุน

กรณีบริษัทเป็นผู้รับจ้างจัดงาน-รายได้หลักมาจากค่าบริการจัดงาน

1.3 บริการรถคาราวานและเต็นท์ (MV Caravan) เป็นบริการที่พักในรูปแบบรถคาราวานและเต็นท์เพื่อใช้เป็นที่พักสำหรับงานวิ่งต่าง ๆ งานเทศกาลดนตรี โดยให้บริการแก่ผู้สนับสนุน (Sponsor) ในการจัดงานของบริษัทเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้สนับสนุน (Sponsor) ที่เข้าร่วมงานต่าง ๆ และเปิดให้บริการแก่นักชกภายนอก นอกจากนี้บริษัทยังขยายการให้บริการรถคาราวานไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ สวนผลไม้ต่าง ๆ เช่น สวนละไม บ้านนากาแฟ ราชประชานุเคราะห์ Eureka Beach Café เป็นต้น

รูปแบบรายได้ : รายได้จากค่าบริการรถคาราวานและเต็นท์ นอกจากนี้ บริษัทจะมีรายได้จากการจำหน่ายพื้นที่โฆษณาบนรถคาราวาน

1.4 บริการจัดงานอื่น ๆ การให้บริการการจัดงานประชุมสัมมนา ในหลากหลายรูปแบบ อาทิ การจัดฝึกอบรม (Workshop) งานสัมมนา งานประชุมเชิงปฏิบัติการ การจัดงานนิทรรศการ การจัดกิจกรรมภายในของลูกค้านานาชาติในรูปแบบ การจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ โดยเน้นไปที่งานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน

รูปแบบรายได้ : รายได้หลักมาจากค่าบริการจัดงาน

2. ธุรกิจโฆษณาและเอเจนซี่ สื่อออนไลน์ ธุรกิจดิจิทัลเอเจนซี่ และธุรกิจผู้ทรงอิทธิพล (Influencers)

บริษัทเป็นผู้ให้บริการด้านงานโฆษณาออนไลน์ (Online) ซึ่งเป็นการให้บริการที่ต่อยอดจากธุรกิจออฟไลน์ซึ่งเป็นธุรกิจเดิมของบริษัท เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เพราะในปัจจุบันนี้ผู้บริโภคมีการใช้งานสมาร์ทโฟนและสื่อออนไลน์อย่างแพร่หลาย และบริษัทมีช่องทางออนไลน์ที่หลากหลายที่ได้รับความนิยม อาทิ เว็บไซต์ของบริษัท และ Facebook ของบริษัท มี ยอดผู้ติดตามสูงกว่าหนึ่งล้านผู้ติดตาม รวมทั้งการให้บริการงานด้านเอเจนซี่ในรูปแบบออนไลน์ โดยการเป็นตัวแทนของแบรนด์ของลูกค้าในการจัดกิจกรรมส่งเสริมด้านการตลาดบนสื่อดิจิทัลครบวงจร เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า มีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุความต้องการทางการตลาด มีการประเมินผลและวัดผล เพื่อให้งานที่ทำนั้นบรรลุตามความต้องการของลูกค้า และความต้องการทางการตลาด ตลอดจนธุรกิจการให้บริการด้านแพลตฟอร์มการจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Platform)

สำหรับสื่อออฟไลน์ (Offline) ของบริษัท ได้แก่ สื่อประเภทนิตยสารรายเดือนภายใต้ชื่อ “WHATPHONE” ที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านสมาร์ทโฟน รีวิวสมาร์ทโฟน เทคนิคการใช้งาน แนะนำอุปกรณ์ล้ำสมัย และแอปพลิเคชันใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความนิยมด้านไอที แต่เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ความนิยมของนิตยสารมีบทบาทลดน้อยลง ดังนั้นที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2561 เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2561 จึงได้มีมติอนุมัติการยกเลิกการดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารรายเดือน “WHATPHONE” ของบริษัท โดยจัดพิมพ์ถึงเดือนตุลาคม 2561

รูปแบบรายได้ : รายได้หลักมาจากการให้บริการโฆษณา ประชาสัมพันธ์

3. กลุ่มธุรกิจพาณิชย์และอื่น ๆ

บริษัทเป็นผู้จำหน่ายสินค้าโทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต อุปกรณ์เสริมต่าง ๆ เครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าไอทีและเทคโนโลยี รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า (EV Bike)

เดิมบริษัทเป็นผู้จำหน่ายสินค้าในร้านค้าออนไลน์ในแบรนด์สินค้าของผู้ผลิตภายใต้แบรนด์ “Samsung” โดยผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายได้แก่ โทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ อาทิ โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ หน้าจอคอมพิวเตอร์ เป็นต้น โดยบริษัทเป็นผู้จำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าดังกล่าวในร้านค้าออนไลน์อย่างเป็นทางการ (Online Official) ซึ่งบริษัทร่วมกับผู้ผลิตจะจัดกิจกรรมส่งเสริมด้านการตลาดบนสื่อดิจิทัลครบวงจรเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Commerce ซึ่งเป็นช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และสามารถซื้อสินค้าที่ต้องการได้ทันทีโดยการซื้อผ่านระบบออนไลน์บนเว็บไซต์ www.s-estore.com แต่เนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรง ตั้งแต่ปี 2562 บริษัทจึงลดบทบาทในร้านค้าออนไลน์

รูปแบบรายได้ : รายได้จากการขายสินค้าให้แก่บริษัทและลูกค้าทั่วไป และมีรายได้จากค่าสนับสนุนทางการตลาด (Marketing Support) โดยเป็นค่าสนับสนุนด้านการโฆษณาสินค้า Samsung ผ่านช่องทางออนไลน์

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มธุรกิจการจัดงาน อาทิ การจัดงานแสดงสินค้า งานกีฬา งานบริการรถควาน งานนิทรรศการและงานประชุมสัมมนา

1) งาน Thailand Mobile EXPO/ งาน Thailand Game EXPO

- ผู้เช่าพื้นที่จัดแสดงสินค้า ซึ่งเป็นลูกค้าทางตรงของบริษัท โดยบริษัทเน้นกลุ่มลูกค้าเจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเล่นเกม ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือของประเทศ ผู้ให้บริการอุปกรณ์การเล่นเกมส์ ตัวแทนจำหน่ายสินค้าและผู้ประกอบการร้านค้าต่าง ๆ ที่ขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์ไอทีต่าง ๆ โดยแบรนด์ชั้นนำในประเทศไทยที่เป็นผู้เช่าพื้นที่การจัดแสดงสินค้าภายในงาน อาทิ เช่น Samsung, Huawei, OPPO, VIVO, Realme, AIS, DTAC, Truemove H, Power Buy, Big C, Jaymart, Acer, Lenovo, ASUS , Banana IT , CSC , TG , IT City , Synnex, TG Fone และ iStudio by SPVI เป็นต้น
- ผู้เข้าชมงาน ซึ่งเป็นลูกค้าทางอ้อมของบริษัท ได้แก่ บุคคลทั่วไปที่สนใจในเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือและเกม และเทคโนโลยีของสินค้าที่สามารถเชื่อมต่อกับโทรศัพท์มือถือ ที่มีความต้องการซื้อสินค้า อาทิ สมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ อุปกรณ์เสริมสินค้าไอที ผู้ที่ชื่นชอบในเกดเจ็ตรุ่นใหม่ และเกม เป็นต้น สินค้าที่มีจำหน่าย ได้แก่ โทรศัพท์มือถือ หูฟัง ลำโพง ที่ใส่โทรศัพท์มือถือ สายชาร์จโทรศัพท์มือถือ สายคล้องโทรศัพท์มือถือ แบตเตอรี่สำรอง อุปกรณ์เชื่อมต่ออื่น ๆ เกดเจ็ตและอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ เป็นต้น

ทุกครั้งในการจัดงาน Thailand Mobile EXPO บริษัทได้ทำการสำรวจความพึงพอใจในการจัดการเพื่อนำกลับมาพัฒนาและปรับปรุงในการจัดการในครั้งต่อไป ทั้งนี้เพื่อการควบคุมมาตรฐานและคุณภาพในการจัดงานให้อยู่เกณฑ์ดีเยี่ยม

แบบสำรวจความพึงพอใจการจัดงาน Thailand Mobile EXPO2019

หัวข้อในการประเมิน	ความพึงพอใจ (%)
1. บรรยากาศภายในและการจัดตกแต่งมีความน่าสนใจ	85
2. ปริมาณเวลาการจัดงานมีความเหมาะสม	91
3. สินค้าที่นำมาแสดงมีความหลากหลายของสินค้า และน่าสนใจ	87
4. ความง่ายในการเดินทางมางาน	82
5. มารยาทและลักษณะการพูดจา ของเจ้าหน้าที่โดยรวม	83
6. มีเอกสารประกอบการนำเสนอ	84
7. เทคนิคการนำเสนอของเจ้าหน้าที่ประจำบูทต่าง ๆ	84
8. ท่านได้ประโยชน์จากการจัดงาน	85
9. ได้รับความรู้ข้อมูลใช้ในการตัดสินใจซื้อขายครั้งต่อไป	86
10. โอกาสเข้าร่วมงานครั้งต่อไป	91
ความพึงพอใจในการจัดงานโดยเฉลี่ย	86

2) งานกีฬาประเภทงานวิ่ง

- ผู้สนับสนุนงาน (Sponsor) เช่น เจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ บริษัทเอกชน เป็นต้น
- ลูกค้ายกกลุ่มทั่วไปที่สนใจสุขภาพและมีความสนใจในกีฬาวิ่งทุกเพศทุกวัย

3) งานบริการรถคาราวานและเต็นท์

- ผู้สนับสนุนงาน (Sponsor)
- ลูกค้ายกกลุ่มทั่วไปทั้งภาคเอกชนและรัฐบาล
- ลูกค้ายกกลุ่มท่องเที่ยว และกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักกีฬา

4) งานนิทรรศการ งานประชุมสัมมนาและ Workshop

- ลูกค้ายกกลุ่มบริษัทเอกชน ที่ต้องการจัดงานสัมมนา นิทรรศการ หรือ Workshop
- ลูกค้ายกกลุ่มรัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานราชการ ซึ่งต้องมีการกำหนดขอบเขตของงานอย่างชัดเจน ประเมินต้นทุน ศึกษาการทำ TOR ด้วยความรอบคอบ

2. ธุรกิจโฆษณาและเอเจนซี่ สื่อออนไลน์ ธุรกิจดิจิทัลเอเจนซี่ และธุรกิจผู้ทรงอิทธิพล (Influencers)1) สื่อออฟไลน์ (Offline)

บริษัทเคยทำธุรกิจด้านนิตยสาร “WHATPHONE” ซึ่งเป็นนิตยสารมือถือรายเดือนยอดขายอันดับหนึ่งของประเทศซึ่งรวมข้อมูลข่าวสารและบทความจากนักเขียนที่มีชื่อเสียงเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านสมาร์ตโฟนที่กำลังมีความนิยมอย่างสูงสุด และช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจซื้อเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้เป็น

อย่างดี อย่างไรก็ตาม เมื่อปี 2561 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2561 ซึ่งจัดให้มีการประชุมในวันที่ 17 กรกฎาคม 2561 มีมติให้ตีพิมพ์นิตยสารถึงเดือนตุลาคม 2561 เนื่องจากทิศทางของบริษัทที่จะเน้นในธุรกิจด้านสื่อออนไลน์แทน

2) สื่อออนไลน์ (Online)

เป็นช่องทางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและเนื้อหาตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและผู้บริโภคยุคใหม่ ซึ่งเป็นการต่อยอดจากธุรกิจเดิม เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น และขยายฐานลูกค้าไปเป็นวงกว้าง เพราะในปัจจุบันนี้ผู้บริโภคยุคใหม่มีการใช้งานสมาร์ทโฟน แท็บเล็ตกันอย่างแพร่หลาย ซึ่งสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่าง เช่น สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) ของบริษัทนั้นมียอดผู้ติดตามสูงถึงมากกว่า 1,000,000 บัญชีแล้ว

3) ดิจิทัลเอเจนซี (Digital agency)

เป็นตัวแทนของแบรนด์ในการบริหาร จัดกิจกรรมส่งเสริมด้านการตลาดบนสื่อดิจิทัลครบวงจรเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า มีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้บรรลุความต้องการทางการตลาด มีการประเมินผลและวัดผล เพื่อให้งานที่ทำนั้นบรรลุตามความต้องการของลูกค้า และความต้องการทางการตลาด

4) ศูนย์รวมผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer Network)

ปัจจุบันแบรนด์และบริษัทต่าง ๆ มีการหันมาใช้งานผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด หรือ Influencer หรือ KOL เป็นจำนวนมาก และมีอัตราการเติบโตของยอดเงินในอุตสาหกรรมนี้ที่สูงขึ้นทุกปี บริษัทจึงมีการ Transform สื่อออนไลน์ของบริษัท ยกกระดับให้กลายเป็นเครือข่ายของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในด้านต่าง ๆ อาทิ Influencer Network เป็นศูนย์รวม (Hub) ของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer) ในด้านต่าง ๆ โดยเน้นไปที่สายธุรกิจเทคโนโลยีที่บริษัทเชี่ยวชาญ เพื่อรองรับกับการเติบโตของตลาดที่มีการลงงบประมาณในส่วนของ Influencer เป็นจำนวนมาก

3. กลุ่มธุรกิจพาณิชย์และอื่น ๆ (Commerce)

นอกจากการเติบโตของสมาร์ทโฟนจะส่งผลให้ตลาดแอปพลิเคชันนั้นได้รับความนิยมและเติบโตขึ้นมากแล้วนั้น ในช่วงตั้งแต่ปี 2560 ปีที่ผ่านมาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-commerce นั้นก็ได้รับความนิยมในแบบก้าวกระโดดในประเทศไทยเป็นอย่างมาก บริษัทเล็งเห็นอัตราการเติบโตของตลาด e-commerce ในประเทศไทยจึงได้ร่วมมือกับพันธมิตรที่แข็งแกร่งที่สุดในตลาดสมาร์ทโฟนอย่าง “Samsung” ผลักดันธุรกิจ e-commerce

ซึ่งเป็นช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และสามารถซื้อสินค้าที่ต้องการได้ทันที ไม่ว่าจะอยู่มุมไหนในประเทศ

อย่างไรก็ตามตั้งแต่ปี 2562 บริษัทได้มีการลดบทบาทการขายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-commerce ลงเนื่องจาก สินค้าเกี่ยวกับมือถือและเทคโนโลยีมีรวมถึงอุปกรณ์เสริมเป็นสินค้าที่มีอายุสั้น มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้สินค้าตกทุนได้ง่าย และมีภาวะการแข่งขันที่สูงทำให้ไม่สามารถทำกำไรได้ตามเป้าที่บริษัทคาดการณ์ไว้ บริษัทจึงทำการลดสัดส่วนการขายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ลง และมีการเริ่มขายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในส่วนใหม่ๆ อาทิ สายใยแก้วนำแสง (Fiber Optic) รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า (EV Bike) เป็นต้น

ในช่วงแรกนั้นมีกลุ่มเป้าหมายอยู่ลูกค้ากลุ่มบริษัทเอกชน กลุ่มรัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานราชการ ตลอดจนลูกค้ารายบุคคล

2.2.2 ภาวะการแข่งขัน

เมื่อพิจารณาลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัท พบว่าสามารถแบ่งภาวะการแข่งขันออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ตลาดกลุ่มผู้จัดงาน ตลาดกลุ่มโฆษณาและเอเจนซี่ และตลาดกลุ่มพาณิชย์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ตลาดกลุ่มผู้จัดงาน (Event)

- การจัดงานแสดงสินค้าไอทีในประเทศไทย


งานจัดแสดงสินค้าของบริษัทเป็นงานแสดงสินค้าประเภทสินค้าโทรศัพท์มือถือ ไอทีและเทคโนโลยี เพื่อให้บริการกับผู้เข้าชมงาน กลุ่มผู้สนใจในเทคโนโลยี ที่มีความสนใจหรือต้องการซื้อสินค้า โดยคู่แข่งของบริษัทได้แก่ ผู้จัดแสดงสินค้าเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือและสินค้าไอทีอย่างเต็มรูปแบบ อย่างไรก็ตาม คู่แข่งในการจัดแสดงสินค้าไอทีประเภทโทรศัพท์มือถือที่เป็นคู่แข่งทางตรงของบริษัท ถือว่ามีน้อยราย และสำหรับคู่แข่งในตลาดที่มีอยู่ในปัจจุบัน คือ COM MART, POWER BUY EXPO, Power Mall Electronica, Jaymart Mobile & Camera Show และ Banana IT เป็นต้น เนื่องจากงานแสดงสินค้า Thailand Mobile EXPO ของบริษัทถือเป็นงานมหกรรมโทรศัพท์มือถือที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ โดยมีสินค้าที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์เสริมที่หลากหลาย และมีการส่งเสริมการขาย ทั้งส่วนลดของแถม 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 ที่ผู้บริโภครับการยอมรับเป็นอย่างมาก รูปแบบของงานจะเป็นการแสดงผลสินค้าไอทีและสินค้าอิเล็กทรอนิกส์รุ่นใหม่ ๆ
POWER BUY EXPO บริษัท เซ็นทรัลรีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด 	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 และเครื่องใช้ไฟฟ้า หลากหลายแบรนด์
Jaymart Mobile & Camera Show บริษัท เจ มาร์เก็ต จำกัด (มหาชน) 	งานรวมสินค้าเทคโนโลยี สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต กล้อง และอุปกรณ์เสริมใหม่ ๆ
Banana IT ลดดับแตก บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) 	งาน "บานาน่าสโตร์ ลดดับแตกสินค้าไอที" เป็นงานสินค้าไอที มีทั้งสินค้าแบรนด์ Apple iPhone iPad ipod Macbook iMac และฝั่งสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก สินค้า DIY จอมอนิเตอร์ เครื่องพรีนเตอร์ รวมไปถึงสินค้า Accessories
Thailand Gadget & Hobby Expo บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด 	งานรวมสินค้าเทคโนโลยี สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต กล้อง และอุปกรณ์เสริมใหม่ ๆ

ชื่องาน / ผู้จัดงาน	ประเภทของงาน
	
CE Fair (Consumer Electronics Fair) บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)  	งานมหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และ IT ครั้งยิ่งใหญ่ ช้อปคุ้ม จูใจ กับโปรโมชั่น ลด+รับเพิ่มสูงสุดถึง 35% ทั้งโทรทัศน์, เครื่องเสียง, เครื่องซักผ้า, เครื่องปรับอากาศ และสินค้า IT มากมาย พร้อมนวัตกรรมใหม่ๆ สุดทันสมัยที่จะทำให้คุณทิ้ง เตรียมตัวให้พร้อม แล้วมาช้อปกันในงาน CE Fair (Consumer Electronics Fair)
Jaymart mobile & gadget show บริษัท เจ มาร์เก็ต จำกัด (มหาชน) 	งานสินค้าไอที มีทั้งสินค้าแบรนด์ Apple iPhone iPad ipod Macbook iMac และฟังก์ชันโทรศัพท์ แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก สินค้า DIY จอมอนิเตอร์ เครื่องพรีนเตอร์ รวมไปถึงสินค้า Accessories
Thailand Electronica บริษัท เวิลด์ แฟร์ จำกัด 	งานเครื่องใช้ไฟฟ้า แปรณดัดงั่วเมืองไทย ในราคาลดกระหน่ำ โปรเจกต์นักจากสถาบันการเงินที่ร่วมรายการ ทั้งทีวี ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ เครื่องใช้ไฟฟ้า งานครัว และ อื่นๆ อีกมากมาย






สำหรับรายชื่อผู้จัดแสดงสินค้าประเภทเกมมิ่งที่เป็นคู่แข่งของบริษัท มีดังนี้

ชื่องาน / ผู้จัดงาน	ประเภทของงาน
Thailand Game Show บริษัท โซวไรซ์จี๊ด จำกัด 	งานมหกรรมเกมและงานเกมที่รวบรวมเหล่าบรรดาเกมทุกแพลตฟอร์ม รวมไปถึงสินค้าไอทีและอุปกรณ์การเล่นเกมนต่าง ๆ มาไว้ในงานเดียว

- การจัดงานแข่งขันกีฬา ประเภทงานวิ่ง

การจัดงานแข่งขันกีฬาประเภทงานวิ่ง ของบริษัทเป็นการสร้างงานท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) ด้วยเทคโนโลยี โดยจุดเด่นของบริษัทคือ การจัดงานตามมาตรฐานการจัดงานวิ่งในประเทศไทยและได้รับการรับรองการแข่งขันโดยสมาคมกีฬากรีฑาแห่งประเทศไทย นอกจากนี้ บริษัทยังเน้นการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับนักวิ่ง โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในงาน (Digital Event) สำหรับคู่แข่งในการจัดงานแข่งขันกีฬาของบริษัท มีดังนี้

ชื่องาน / ผู้จัดงาน	ประเภทของงาน
บริษัท ไมซ์ แอนด์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด (MICE) 	Bangsaen21 – 42K, RunARAN, Sundown Marathon Krabi, เชียงเขา
บริษัท จ็อก แอนด์ จอย จำกัด (Jog & Joy) 	งานเดิน-วิ่งเฉลิมพระเกียรติ 12 สิงหาคม มหาราชินี ครั้งที่ 1 ถึงครั้งที่ 27, 125th Anniversary of the OAG Running & Ekiden 2018, Don Bosco Mini Marathon 2018, ไทยแลนด์ อินเตอร์เนชั่นแนลฮาล์ฟ มาราธอน 2019, เมืองไทย เชียงใหม่มาราธอน 2019
AMA Events 	The Columbia Trail, The Bangkok International Triathlon, The Singha Obstacle Fun Run
Amazing Field co., ltd. 	SCBT BANGKOK MARATHON
Go to Race	International Triathlon Chiangrai 1.0

ชื่องาน / ผู้จัดงาน	ประเภทของงาน
	
Race Hunter 	The Active Trail / Khaoyai Trail marathon
Shutter Running 	So Fit So Fun Run
BEC TERO 	อีชี รันนิ่ง ออฟ เดอะ ไบรด์ส์
Move by muse 	Move Asia

2. ตลาดกลุ่มโฆษณาและเอเจนซี

- สื่อออนไลน์


ตลาดสื่อออนไลน์ของบริษัท ซึ่งได้แก่การจัดทำนิตยสารรายเดือน ซึ่งในปัจจุบันพบว่าหนังสือและนิตยสารประเภทนำเสนอข้อมูลข่าวสารทางด้านสมาร์ตโฟน รีวิวสมาร์ตโฟน (Review) เคล็ดลับและเทคนิคการใช้งาน (Tips) แนะนำอุปกรณ์ใหม่ๆ ลำโพง (Gadget) แอปพลิเคชันใหม่ๆ พบว่ามีจำนวนน้อยมากในปัจจุบันตามกระแสของโลกที่นิยมด้านเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย ประกอบกับพฤติกรรมผู้อ่านที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ไทยมีผู้อ่านลดลง ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2561 เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2561 จึงได้มีมติอนุมัติการ

ยกเลิกการดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารรายเดือน “WHATPHONE” ของบริษัท โดยจัดพิมพ์ถึงเดือนตุลาคม 2561

- สื่อออนไลน์

ตลาดสื่อออนไลน์ของบริษัท ซึ่งเป็นช่องทางหลักสำหรับการให้บริการโฆษณาของบริษัท ในปัจจุบันคู่แข่งสามารถเข้ามาในอุตสาหกรรมสื่อออนไลน์ได้โดยง่าย เพราะเป็นสื่อโฆษณาที่กำลังได้รับความนิยมตามพัฒนาการของเทคโนโลยีที่มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการให้บริการสื่อออนไลน์ของบริษัท บริษัทจะมุ่งเน้นไปเว็บไซต์ที่นำเสนอเกี่ยวกับสมาร์ทโฟนและเทคโนโลยีเป็นหลัก โดยมีสรุปเว็บไซต์โทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟนที่เป็นคู่แข่งของบริษัท ได้ดังนี้

ชื่อเว็บไซต์	รายละเอียดเกี่ยวกับเว็บไซต์
	www.siamphone.com Thailand's No. 1 Mobile phone Catalog : รวมข้อมูลโทรศัพท์มือถือทั่วโลก, ข่าวไอที, ราคามือถือ สมาร์ทโฟน แอปพลิเคชัน แท็บเล็ต, รีวิวมือถือ, ค้นหา/เปรียบเทียบรุ่น, เว็บบอร์ดมือถือ
	www.droidsans.com The Very First Android Community in Thailand มาติดตามรีวิวมือถือ อัปเดตข่าวสารต่าง ๆ และทิปส์เด็ดๆ ได้ที่นี่
	www.thaimobilecenter.com ศูนย์รวมข้อมูลมือถือให้ชมกันแบบฟรี ๆ พร้อมระบบให้คะแนนโหวตจากผู้เข้าชม และราคากลางที่อัปเดตอย่างต่อเนื่อง ตลาดซื้อขายมือถือ ชุมชนมือถือ รีวิวมือถือ คาวาน์โหลดคอนเทนต์มือถือ และอีกมากมาย
	www.iphone-droid.net : News, Reviews and More. แหล่งรวบรวมข่าวสารด้านไอที รีวิวสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต อุปกรณ์ไอที แอปพลิเคชัน และทิปส์เด็ด ๆ เพียบ

	www.flashfly.net สดขอตเว็บไซต์ข่าวสารวงการเกมมือถือที่ใหญ่ที่สุด (Mobile, Life Style, Gadget, Game)
---	---

- ดิจิตอลเอเจนซี

บริษัททำการตลาดดิจิตอลเอเจนซีของแบรนด์ในการบริหาร จัดกิจกรรม ส่งเสริมด้านการตลาดบนสื่อดิจิตอลครบวงจรเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า มีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บรรลุความต้องการทางการตลาด มีการประเมินผลและวัดผล เพื่อให้งานที่ทำนั้นบรรลุตามความต้องการของลูกค้า และความต้องการทางการตลาด โดยมีสรุป ดิจิตอลเอเจนซี ที่เป็นคู่แข่งของบริษัท ได้ดังนี้



■ ADAPTER DIGITAL CO., LTD	■ Digital Groove Co.,Ltd
■ The Leo Burnett Group Thailand Co.,Ltd.	■ EGG DIGITAL Co.,Ltd
■ BRILLIANT & MILLION CO., LTD.	■ Ewit Co.,Ltd
■ Carat (Thailand) Co.,Ltd.	■ Flexmedia Iprospect Co.,Ltd
■ Dentsu One (Thailand)	■ Grey (Thailand) Ltd.
■ Ogilvy Thailand	■ CJ Worx Thailand Co.,Ltd.
■ BBDO Bangkok	■ TBWA Thailand
■ GreynJ United Bangkok	■ Choojai & Friend Bangkok
■ Lobster & Co Bangkok	■ Rabbit Digital Group
■ Monday Bangkok	■ Y&R bangkok



3. ตลาดกลุ่มพาณิชย์และอื่นๆ (Commerce)

ตั้งแต่ปี 2562 บริษัทได้มีการลดบทบาทการขายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-commerce ลง เนื่องจากสินค้าเกี่ยวกับมือถือและเทคโนโลยีมือ รวมถึงอุปกรณ์เสริมเป็นสินค้าที่มีอายุสั้น มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้สินค้าตกทุนได้ง่าย และมีภาวะการแข่งขันที่สูงทำให้ไม่สามารถทำกำไรได้ตามเป้าที่บริษัทคาดการณ์ไว้ บริษัทจึงทำการลดสัดส่วนการขายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ลง และมีการเริ่มขายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในกลุ่มใหม่ๆ เป็นปีแรก อาทิ สายใยแก้วนำแสง (Fiber Optic) รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า (EV Bike) เป็นต้น

ประเทศไทยมีสัดส่วนการใช้รถจักรยานยนต์สูง ปัจจุบันจักรยานยนต์ไฟฟ้ามีหลายยี่ห้อ เช่น

ชื่อบริษัท	ยี่ห้อรถ
บริษัท อีลอน มอเตอร์ จำกัด	
บริษัท เดอะ สตาลเลียน จำกัด	

ชื่อบริษัท	ยี่ห้อรถ
บริษัท เจเนอร์รัล ออโต้ ซัพพลาย จำกัด	
บริษัท เดโก้ กรีน เอนเนอร์จี จำกัด	
บริษัท ต้าตุง (ประเทศไทย) จำกัด	
บริษัท โตโยตรอน มอเตอร์ จำกัด	TOYOTRON 
บริษัท พี-ไบค์ จำกัด	
บริษัท ยามาฮ่ามอเตอร์เอเชียนเซ็นเตอร์ จำกัด	ธุรกิจขายรถทั่วไป 
บริษัท สตรอม (ไทยแลนด์) จำกัด	
บริษัท ซเว็ก อีวี จำกัด	
บริษัท เอเจ แอควานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)	

2.2.3 ภาวะอุตสาหกรรม

1. อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า (Event)

ธุรกิจจัดประชุมและการแสดงสินค้าเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยังเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอื่นๆ เช่น ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร ธุรกิจการจัดประชุมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ หรือ ไมซ์ (Meeting, Incentive Travel, Convention and Exhibition : MICE) ซึ่งประเทศไทยมีขีดความสามารถทัดเทียมกับหลายประเทศชั้นนำในการจัดประชุมและการแสดงสินค้า อีกทั้งมีความได้เปรียบในด้านค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงมากนัก รวมทั้งสภาพอากาศและที่ตั้งที่เอื้ออำนวยในการจัดงาน รวมถึงยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย นอกจากนี้ ยังมีหน่วยงานสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เป็นหน่วยงานของภาครัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมพัฒนา และสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ให้มีศักยภาพในการแข่งขันได้ในตลาดโลก โดย สสปน. มีแผนการส่งเสริมธุรกิจนี้อย่างต่อเนื่อง และยังร่วมมือกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเข้าร่วมผลักดันและส่งเสริมในส่วนของด้านการท่องเที่ยวให้กับธุรกิจนี้อีกทางหนึ่ง

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

ทิศทางการตลาด ปี 2563 ตลาดต่างประเทศ ยังคงให้น้ำหนักกับตลาดเอเชียเป็นหลัก เพราะมีการเติบโตสูง โดยมีตลาดยุโรป อเมริกา และโอเชียเนียเป็นตลาดรอง พร้อมกับแสวงหาตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ ส่วนตลาดในประเทศ เน้นทำตลาดและสร้างงานในพื้นที่ที่มีศักยภาพ สร้างความเข้มแข็งเมืองที่มีศักยภาพ และพื้นที่พิเศษ เช่น เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก หรือ EEC และ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ หรือ SEZs รวมทั้งอุตสาหกรรมตามเป้าหมายรัฐบาล เช่น กลุ่ม S-curve และอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่มีศักยภาพ

โดยตลาดประชุม-อินเซนทิฟ (Meetings & Incentives) จะเน้นกลุ่มไฮเอนด์และบริษัทธุรกิจขนาดใหญ่ ตลาดประชุมนานาชาติ (Conventions) เน้นงานประชุมขนาดใหญ่ และงานที่สมาคม ICCA (International Congress and Convention Association) หรือสมาคมส่งเสริมการประชุมระหว่างประเทศรับรอง ส่วนด้านงานแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibitions) เน้นตลาดทุกกลุ่มอุตสาหกรรมทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ นอกจากนี้ สำหรับตลาดงานแสดงสินค้าในประเทศ (Domestic Exhibitions) จะเน้นทั้งการสร้างงานใหม่และพัฒนางานที่มีอยู่เดิม โดยจะเพิ่มเรื่องของการสนับสนุนด้านนวัตกรรมและข้อมูลเชิงการแข่งขันให้มากขึ้น

2. ภาวะอุตสาหกรรมงานกีฬา (Sport Event)

ปัจจุบันกระแสการออกกำลังกายด้วยการวิ่งเป็นที่นิยมของคนไทยมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สถิตินักวิ่งในไทยจากสถาบันวิจัยประชากรและสังคมมหาวิทยาลัยมหิดล พบว่าในปี 2560 มีจำนวนกว่า 15 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ที่มีอยู่ 12 ล้านคน ขณะที่นักวิ่งในไทยมีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้น ยังส่งผลให้มีการจัดกิจกรรมวิ่งมาราธอนเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ กิจกรรมการวิ่งยังพัฒนาจากการวิ่งถนน (Road Race) เป็นการวิ่งในภูมิประเทศ (การวิ่งเทรล หรือ Trail Running) เพื่อการเพลิดเพลินในบรรยากาศและเพิ่มความท้าทายแก่นักวิ่ง

และสำหรับงานวิ่งในปี 2563 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) เป็นกระแสของโลก เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อเล่นกีฬา โดยมีแรงจูงใจจากความสนใจในชนิดของกีฬาและสถานที่เล่นกีฬา (เช่น การวิ่งมาราธอนที่งานโตเกียวมาราธอน หรือการวิ่งเทรลหรือวิ่งไปในภูมิประเทศที่ ภูเขาไฟฟูจิ – Ultra Trail Mt. Fuji เป็นต้น) ซึ่งกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬานี้สามารถสร้างรายได้ให้กับการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี กอปรกับกีฬาการวิ่งเป็นกีฬาที่มวลชนมีส่วนร่วม (Mass Participation) การจัดการแข่งขันที่สามารถมีนักกีฬาจำนวนมากเข้าร่วมสถานที่ที่สามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ด้วย ยังสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจและสังคมได้ทวิคูณ และสืบเนื่องจากนโยบายของนายกรัฐมนตรีให้พิจารณาจัดการแข่งขันการวิ่งตามภูมิประเทศ (การวิ่งเทรล หรือ Trail Running) เพื่อส่งเสริมการออกกำลังกาย และส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดจนพัฒนาสนามฝึกซ้อมในพื้นที่อุทยานแห่งชาติให้เข้าถึงได้ และให้อำนวยความสะดวกในการพัฒนาเป็นงานระดับชาติ โดยเล็งเห็นว่าในอนาคตหากพัฒนาเป็นงานท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) ในระดับสากลจะสามารถเป็นแหล่งรายได้ของประเทศ จากการดึงดูดนักกีฬาจากต่างประเทศให้เข้าร่วมการแข่งขัน

3. ภาวะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ในปี 2562 รัฐบาลยังคงมีความไว้วางใจให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้ถึงท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง โดยให้น้ำหนักไปยังเรื่องการลดความเหลื่อมล้ำอย่างจริงจัง พร้อมกับกำหนดเป้าหมายชัดเจนให้ผลักดันการกระจายรายได้สู่จังหวัดท่องเที่ยวรอง ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่มุ่งให้ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ควบคู่กับการพัฒนาประเทศ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยปรับแผนการตลาดให้น้ำหนักไปยังเรื่องการลดความเหลื่อมล้ำอย่างจริงจัง ผลักดันการกระจายรายได้สู่จังหวัดท่องเที่ยวรอง ให้เดินทางได้ทุกฤดูกาล เพิ่มเป้าหมายจากรายได้ทางการท่องเที่ยวให้เติบโต ยุทธศาสตร์ชาติ คือ กรอบพัฒนาประเทศระยะยาว เพื่อให้ประเทศบรรลุวิสัยทัศน์ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ โดยครอบคลุมตั้งแต่ปี 2561-2580 ในส่วนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป้าหมายที่กำหนดไว้ คือ การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับโลก หรือ เป็นแม่เหล็กการท่องเที่ยวระดับโลก โดยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น

- การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยว ผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น
- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทยยกระดับมาตรฐานธุรกิจบริการด้านการส่งเสริมสุขภาพ
- การเสริมความงามสู่ตลาดระดับสูง
- การท่องเที่ยวทางน้ำ
- การท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค เพื่อขยายการท่องเที่ยวของไทย และภูมิภาคไปพร้อมกัน ซึ่งนับเป็นมูลค่ามากมายที่จะสามารถพัฒนาชุมชนให้น้ำท่องเที่ยว เน้นพัฒนาระดับท้องถิ่น

นอกจากนี้ ในปี 2563 จะเน้นการสร้างให้ไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพของโลก หวังสร้างรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน โดยจะผลักดันให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ที่เติบโตอย่างมีคุณภาพ บนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้ สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมาย ที่จะให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ปลอดภัย สมดุล และยั่งยืน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 1 ใน 5 ของโลก และให้จำนวนนักท่องเที่ยว 1 ใน 10 ของโลก สนับสนุนให้การท่องเที่ยวเติบโตอย่างยั่งยืน มีความสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และที่สำคัญจะต้องสร้างคนไทยมีจิตสำนึกรักประเทศ และเป็นเจ้าบ้านที่ดี สำหรับรายได้จากการท่องเที่ยว พบว่า มากกว่า 3 ใน 5 ของรายได้ จาก

นักท่องเที่ยวเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ คาดทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปี 2563 มีแนวโน้มเติบโตมากกว่า 10% ขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2562

4. อุตสาหกรรมโฆษณา

สำหรับภาพรวมของเม็ดเงินโฆษณาปี 2562 นั้น อารอน ริกปี กรรมการผู้จัดการ ธุรกิจมีเดีย นีลเส็น ประเทศไทย เผยแนวโน้มการเติบโตของเม็ดเงินโฆษณาในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเริ่มฟื้นตัวขึ้นจากปี 2559-2560 โดยเม็ดเงินโฆษณาของปี 2561 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 6% และเมื่อเทียบกับปี 2561 และ 2562 นั้นจะเห็นได้ว่ามูลค่าของปี 2562 เพิ่มขึ้น 2% อยู่ที่ 91,034 ล้านบาท ซึ่งปี 2561 ทำได้ 89,988 ล้านบาท ถือเป็นสัญญาณที่ดี ที่เม็ดเงินโฆษณารวมจะกลับมาใกล้เคียงกับช่วงปี 2557-2558 ที่มีเม็ดเงินในอุตสาหกรรมอยู่ที่ประมาณ 1 แสน 2 หมื่นล้านบาท โดยสื่อที่เติบโตได้ดีคือสื่อดิจิทัลและสื่อออนไลน์ ขณะที่สื่อทีวียังคงเป็นสื่อที่มีสัดส่วนของการใช้เม็ดเงินโฆษณาสูงสุดอยู่ที่ 57%

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เปลี่ยนแปลงสำคัญในปี 2562 คือ 7 ช่องทีวีดิจิทัลปิดตัวลงส่งผลกระทบต่อเม็ดเงินโฆษณาทีวี นีลเส็นกล่าวว่า 7 ช่องทีวีดิจิทัล ได้แก่ ช่อง 3 Family (ช่อง 13), ช่อง MCOT Family (ช่อง 14), ช่อง Spring News (ช่อง 19), ช่อง Bright TV (ช่อง 20), ช่อง Voice TV (ช่อง 21), ช่อง NOW (ช่อง 26), และช่อง 3SD (ช่อง 28) ได้คืนใบอนุญาตและหยุดออกอากาศในช่วงเดือนสิงหาคมถึงกันยายนปี 2562

คาดว่าภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณานปี 2563 หากประเมินสถานการณ์เศรษฐกิจตอนนี้ถือว่าเท่ากับหรือใกล้เคียงกับปี 2562 และการโฆษณาหันไปใช้งบฯกับสื่อออนไลน์มากขึ้นขณะที่ราคาโฆษณาสื่อออนไลน์ก็ไม่สูงเมื่อเทียบกับทีวี ถ้าออนไลน์ดึงงบฯจากสื่อทีวีมาสัก 10% หรือประมาณ 5,000-6,000 ล้านบาท และสามารถทำให้สื่อออนไลน์เติบโตได้อย่างแน่นอน

5. อุตสาหกรรมพาณิชย์และอื่นๆ (Trading)

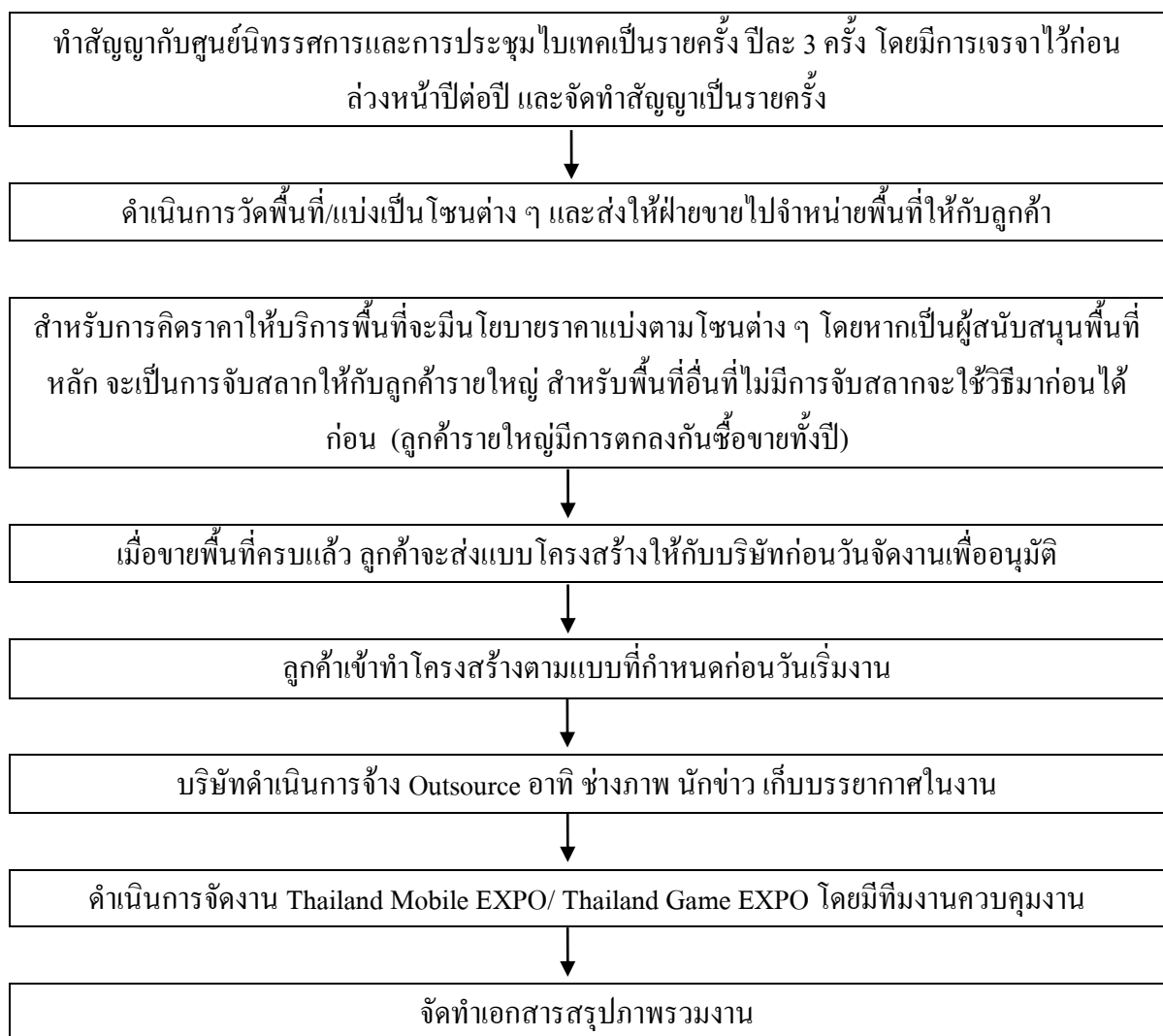
ความนิยมจักรยานยนต์ไฟฟ้า (EV Bike) ปี 2562-2563 มีแนวโน้มการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากตลาดมีปัจจัยลบหลายอย่างมากระทบ เช่น การปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิตที่คิดจากการปล่อยไอเสีย เป็นต้น ซึ่งทำให้ต้นทุนมอเตอร์ไซค์ต่อคันสูงขึ้น ประกอบกับภาครัฐมีการสนับสนุนการใช้พลังงานทางเลือก จึงเกิดแนวโน้มการใช้ยานพาหนะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นเรื่อย ๆ และมีแนวโน้มจะได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในอนาคต โดยเฉพาะรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า (EV Bike) ที่จะช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ประหยัดค่าใช้จ่าย มีความปลอดภัย และที่สำคัญมีค่าบำรุงรักษาที่ไม่สูงมาก

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

สำหรับการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท เนื่องจากบริษัทเป็นผู้ให้บริการในประเภทต่าง ๆ โดยสามารถแบ่งขั้นตอนการให้บริการของบริษัทแบ่งตามประเภทธุรกิจของบริษัท แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ กลุ่มธุรกิจการจัดงาน (Event) กลุ่มธุรกิจงานโฆษณาและเอเจนซี่ (Media & Agency) และกลุ่มธุรกิจพาณิชย์และอื่นๆ (Commerce) โดยมีรายละเอียดขั้นตอนการให้บริการ ดังนี้

1. ขั้นตอนในการให้บริการกลุ่มธุรกิจการจัดงาน (Event)

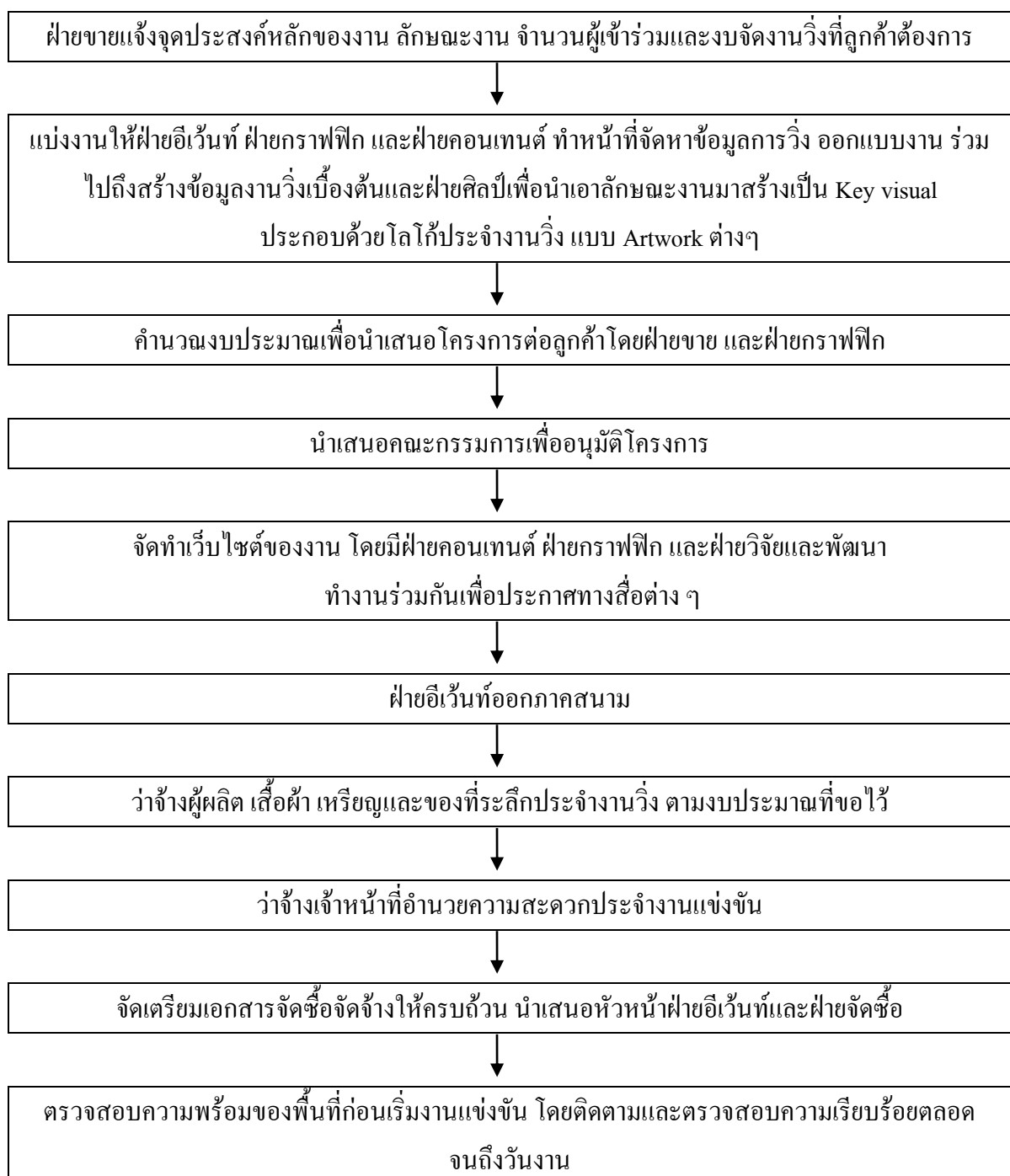
1.1 ขั้นตอนในการให้บริการ สำหรับการจัดงาน Thailand Mobile EXPO/ Thailand Game EXPO

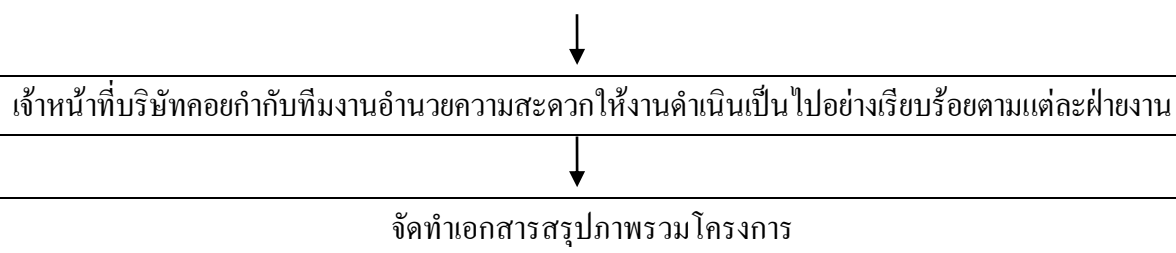


ขั้นตอนการเตรียมงานหลังจากการวางแผนหารือร่วมกันกับผู้ที่เกี่ยวข้องทุกส่วนงานแล้ว ฝ่ายอีเวนต์ออกภาคสนามเพื่อติดต่อขอเช่าสถานที่ และจัดซื้ออุปกรณ์ที่ต้องใช้ในโครงการ ดำเนินงานแบ่งงานให้กับพนักงานชั่วคราวภายนอก (Outsource) สำหรับงานที่ต้องจ้างภายนอก เช่น ช่างภาพ หรือ พนักงานชั่วคราว จัดเตรียมเอกสารการจัดซื้อจัดจ้างของแต่ละฝ่ายงานและตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้นดำเนินการตกแต่งสถานที่ และก่อนถึงวันจัดงาน

บริษัทจะกำหนดให้มีการประชุมความพร้อมของส่วนงานต่างๆ เพื่อตรวจสอบสภาพสถานที่ให้มีความเรียบร้อยครั้งสุดท้ายก่อนเริ่มดำเนินวันงานจริง โดยในวันจัดงานจริง เจ้าหน้าที่ของบริษัทจะอำนวยความสะดวกให้งานดำเนินไปอย่างเรียบร้อยตามความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายงาน และเมื่อจบงาน ผู้ที่เกี่ยวข้องจะดำเนินการสรุปผลหลังจบงาน ทำสรุปงบประมาณ รายรับรายจ่าย สรุปปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นภายในงานพร้อมนำเสนอวิธีแก้ไขต่อไป รวมทั้งการจัดเตรียมเอกสารสรุปโครงการ

1.2 ขั้นตอนในการให้บริการ สำหรับการจัดงานวิ่ง (Sport Event)





การให้บริการสำหรับงานแข่งขันกีฬาของบริษัท สำหรับงานวิ่งที่บริษัทเป็นเจ้าของงานและเป็นผู้ดูแลและบริหารจัดการงานเอง เริ่มจากการรับงานจากฝ่ายขายโดยแจ้งจุดประสงค์หลักของงาน ลักษณะงาน จำนวนผู้เข้าร่วมและงบจัดงานวิ่งที่ Sponsor ต้องการ และแบ่งงานให้ฝ่ายคอนเทนต์ ทำหน้าที่จัดหาข้อมูลงานวิ่ง ออกแบบงาน ตั้งแต่ระยะเวลาที่ควรจัดงาน กรอบเวลาการทำงาน สำรวจพื้นที่และจัดหาแบบงานที่สามารถใช้อ้างอิงประกอบ และแบ่งงานให้ฝ่ายกราฟฟิกเพื่อนำเอาลักษณะงานมาสร้างเป็น Key visual ซึ่งประกอบด้วย โลโก้ประจำงานวิ่ง แบบ Artwork ที่จะใช้บนเว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ และ Artwork ที่จะใช้ใน Social media เช่น Facebook cover และลักษณะ Banner ต่าง ๆ คำนวณงบประมาณและนำเสนอโครงการต่อลูกค้าโดยฝ่ายขายจัดหาข้อมูลร่วมกับฝ่ายคอนเทนต์และฝ่ายกราฟฟิก สำหรับนำเสนอคณะกรรมการเพื่ออนุมัติโครงการก่อนทำเรื่องเบิกใช้งบประมาณ โดยแบ่งเป็นงบสำหรับผลิตของที่ระลึก งบตกแต่งสถานที่ งบจัดจ้าง และงบจัดทำเว็บไซต์และระบบลงทะเบียนออนไลน์

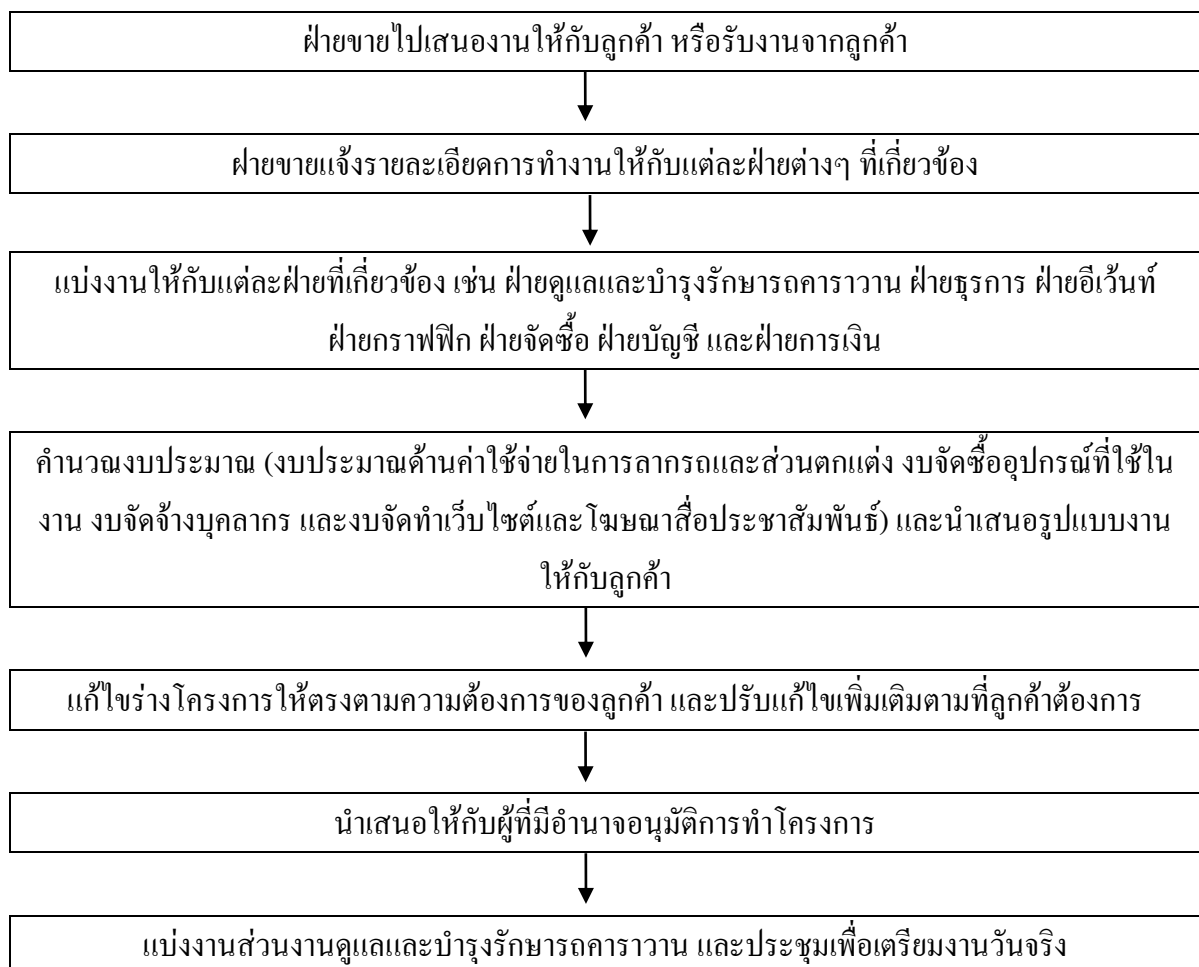
การจัดทำเว็บไซต์ของงาน โดยมีฝ่ายคอนเทนต์ ฝ่ายกราฟฟิก และฝ่ายวิจัยและพัฒนาทำงานร่วมกัน ซึ่งจะมีฝ่ายจัดตกแต่งสถานที่ ออกภาคสนามเพื่อติดต่อขอเช่าพื้นที่และวัดขนาดพื้นที่ โดยบริษัทมีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญภายนอก (outsourc) ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคการจัดงานวิ่ง ซึ่งจะให้คำปรึกษาและให้บริการจัดการแข่งขัน (Race Management & Consulting Service) และว่าจ้างบริษัทภายนอกในการผลิตเสื้อผ้า เหยี่ยูและของที่ระลึกประจำงานวิ่ง รวมถึงว่าจ้างเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกประจำวันแข่งขัน โดยแบ่งเป็นเจ้าหน้าที่ที่ทำงานในวัน Race Expo และเจ้าหน้าที่ที่ทำงานในวันแข่งจริง และว่าจ้างเจ้าหน้าที่อาสาสมัครเพื่อประจำเส้นทางวิ่ง เจ้าหน้าที่พยาบาล คนแจกน้ำและอาหาร เมื่อบริษัทรวบรวมข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างแล้วเสร็จ ก็จะนำเสนอหัวหน้าฝ่ายอีเว้นท์และฝ่ายจัดซื้อ รวมถึงการดำเนินการเอกสารสำหรับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อใช้ในการเช่าสถานที่ การขอใช้เส้นทาง ตามที่กำหนด

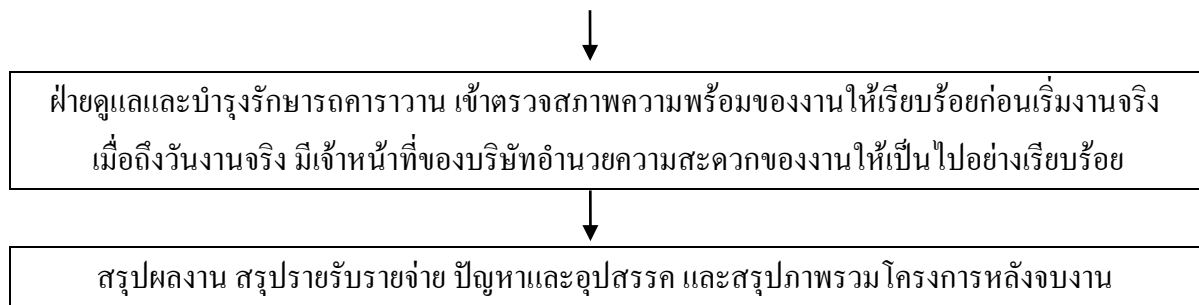
การตรวจสอบความพร้อมของพื้นที่ก่อนเริ่มงานแข่งขัน และคอยกำกับงานให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้และคอยตรวจสอบความเรียบร้อยตลอดจนถึงวันงาน ในวันแข่งขัน เจ้าหน้าที่ตรวจสอบสภาพความพร้อมครั้งสุดท้ายของงานและคอยกำกับทีมงานอำนวยความสะดวกให้งานดำเนินเป็นไปอย่างเรียบร้อย ตามแต่ละฝ่ายงาน หลังจากจบงานแข่งขันจะมีการสรุป

ภาพรวมโครงการและสรุปปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นภายในงาน พร้อมนำเสนอวิธีแก้ไขในครั้งต่อไป

สำหรับการจัดงานวิ่งในรูปแบบการร่วมจัดงานวิ่ง ซึ่งบริษัทเป็นหนึ่งในภาคีสำหรับการจัดงานแข่งขัน บริษัทมีหน้าที่รับผิดชอบในส่วนของการสรรหาผู้สนับสนุน (Sponsor) และการบริหารจัดการงานแสดงสินค้า (Expo) และสำหรับการจัดงานวิ่งในรูปแบบการรับจ้างจัดงาน บริษัทจะจัดงานวิ่งตามรูปแบบที่ถูกค่าต้องการ ซึ่งบริษัทมีบทบาทหน้าที่ในการสำรวจพื้นที่จัดงาน การรับสมัครการเข้าร่วมแข่งขัน การจัดงานแถลงข่าว การจัดงานแสดงสินค้า (Expo) และการแจกหมายเลขวิ่ง (BIB) นอกจากนี้บริษัทจะมีการว่าจ้าง (outsource) ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคการจัดงานวิ่ง (Route Director) ภายนอก มาทำหน้าที่ในการดูแลจัดการเชิงเทคนิคการแข่งขัน รวมถึงกติกาและมาตรฐานการจัดแข่งขันให้การจัดงานวิ่งเป็นไปอย่างราบรื่น

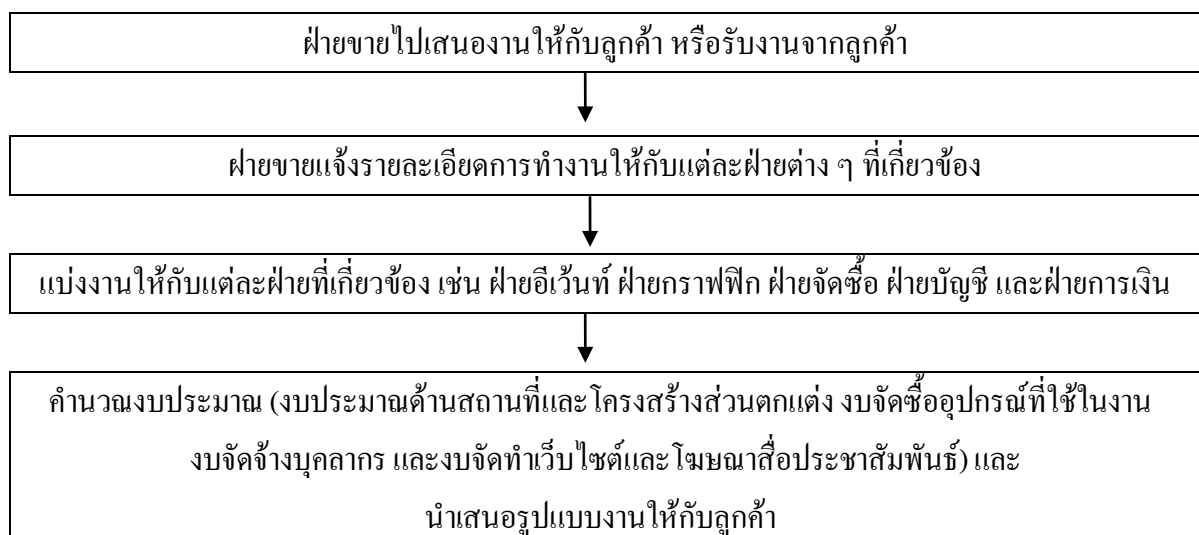
1.3 ขั้นตอนในการให้บริการรถคาราวานและเต็นท์

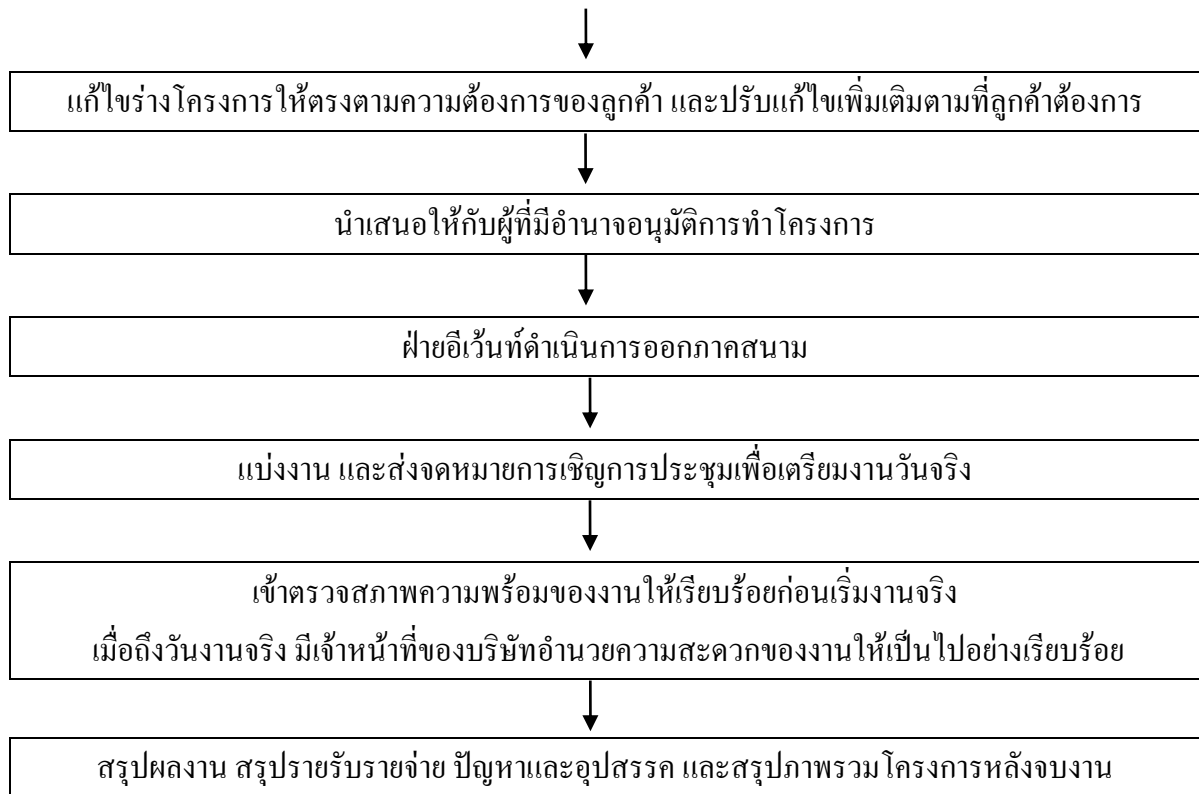




การให้บริการรถคาราวานและเต็นท์ (MV Caravan) ของบริษัทจะเริ่มขึ้นเมื่อรับงานจากทีมขาย โดยทีมขายจะแจ้งรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับงานให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการวางแผนการดำเนินงานต่าง ๆ ทั้งฝ่ายดูแลและบำรุงรักษารถคาราวาน ฝ่ายธุรการ ฝ่ายอีเว้นท์ ฝ่ายกราฟฟิก ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายบัญชี และฝ่ายการเงิน คำนวณงบประมาณ และนำเสนอโครงการต่อลูกค้า หลังจากหารือระหว่างกันแก้ไขร่างโครงการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า จากนั้นนำเสนอผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่ออนุมัติโครงการ และทำเรื่องเบิกงบประมาณมาเพื่อใช้ในการดำเนินงาน อาทิ ค่าใช้จ่ายในการลากรถและส่วนตกแต่ง งบประมาณอุปกรณ์ที่ใช้ในงาน งบประมาณจ้างบุคลากร งบประมาณจัดทำเว็บไซต์และโฆษณาสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เพื่อนำส่งรูปแบบงานให้กับลูกค้า หลังจากมีการหารือแก้ไขร่างโครงการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า บริษัทจะนำเสนอให้ผู้มีอำนาจอนุมัติโครงการ ฝ่ายจัดซื้อขอซื้ออุปกรณ์ตกแต่งสถานที่ดำเนินการจัดซื้ออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในโครงการ และแบ่งงานให้กับพนักงานชั่วคราวภายนอก (Outsource) เพื่อเตรียมงานวันจริง จากนั้นบริษัทก็จะเข้าตรวจสอบสภาพความพร้อมของงานให้เรียบร้อยก่อนเริ่มงานจริง และจะมีเจ้าหน้าที่ของบริษัทอำนวยความสะดวกของงานให้เป็นอย่างดีเรียบร้อยในวันงาน หลังจากจบงาน บริษัทจะมีการสรุปผลงาน ภาพรวมโครงการ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นภายในงาน เพื่อนำเสนอแนวทางแก้ไขในครั้งต่อไป

1.4 ขั้นตอนในการให้บริการ สำหรับการจัดงานอื่นๆ





การให้บริการการจัดงาน (Event) ของบริษัทจะเริ่มขึ้นเมื่อรับงานจากทีมขาย โดยทีมขายจะแจ้งรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับงานให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการวางแผนการดำเนินงานต่าง ๆ ทั้งฝ่ายสถานที่ ฝ่ายจัดซื้อ และฝ่ายดูแลอุปกรณ์ คำนวณงบประมาณ และนำเสนอโครงการต่อลูกค้า หลังจากหารือระหว่างกันแก้ไขร่างโครงการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า จากนั้นนำเสนอผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่ออนุมัติโครงการ และทำเรื่องเบิกงบประมาณมาเพื่อใช้ในการดำเนินงาน อาทิ งบประมาณที่และโครงสร้างส่วนตกแต่ง งบจัดซื้ออุปกรณ์ที่ใช้ในงาน งบจัดจ้างบุคลากร งบจัดทำเว็บไซต์และโฆษณาสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เพื่อนำส่งรูปแบบงานให้กับลูกค้า หลังจากมีการหารือแก้ไขร่างโครงการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า บริษัทจะนำเสนอให้ผู้ที่มีอำนาจอนุมัติโครงการก่อนให้ฝ่ายจัดซื้อดำเนินการออกภาคสนามเพื่อติดต่อขอเช่าพื้นที่ฝ่ายจัดตกแต่งสถานที่ดำเนินการจัดซื้ออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในโครงการ และแบ่งงานให้กับพนักงานชั่วคราวภายนอก (Outsource) เพื่อเตรียมงานวันจริง จากนั้นบริษัทก็จะเข้าตรวจสอบสภาพความพร้อมของงานให้เรียบร้อยก่อนเริ่มงานจริง และจะมีเจ้าหน้าที่ของบริษัทอำนวยความสะดวกของงานให้เป็นไปอย่างเรียบร้อยในวันงาน หลังจากจบงาน บริษัทจะมีการสรุปผลงานภาพรวมโครงการ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นภายในงาน เพื่อนำเสนอแนวทางแก้ไขในครั้งต่อไป

2. ขั้นตอนในการให้บริการธุรกิจสื่อ ธุรกิจดิจิทัลเอเจนซี และธุรกิจผู้ทรงอิทธิพล (Influencers)

รับงาน ประชุมเพื่อเตรียมพร้อมงาน

ฝ่ายขายรับและฝ่ายการตลาดงานจากลูกค้าโดยสรุปความประสงค์การหาพื้นที่โฆษณา สื่อออฟไลน์ (Offline) หรือสื่อออนไลน์ (Online) เมื่อได้ข้อสรุปในการทำงานแล้ว ให้ติดต่อไปยังเจ้าของพื้นที่โฆษณา เพื่อจัดซื้อ สื่อออนไลน์ (Online) โฆษณานบนเว็บไซต์ แบนเนอร์โฆษณานบนเว็บไซต์ คลิปวิดีโอของเว็บไซต์ หรือการซื้อโพสต์เนื้อหาบนสื่อออนไลน์ของเว็บไซต์ (Social Media) Advertorial หรือเขียนรีวิวผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ หรือผู้ทรงอิทธิพล (Influencers) ตามความต้องการของลูกค้าทุกรูปแบบ

ติดต่อกับเจ้าของพื้นที่โฆษณาเพื่อสั่งซื้อสื่อออฟไลน์ (Offline) หรือสื่อออนไลน์ (Online) ผู้ทรงอิทธิพล (Influencers)

เมื่อได้ข้อสรุปในการทำงานแล้ว ให้เริ่มทำงานโดยหาข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาที่จะทำ รวมถึงการหารูป หรือ วิดีโอมาประกอบกับเนื้อหา เพื่อให้เข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น รวมไปถึงการส่งให้ฝ่ายกราฟฟิก/คอนเทนต์ จัดรูปแบบให้น่าสนใจ และดำเนินการให้นักเขียนของบริษัท หรือว่าจ้างนักเขียนภายนอกดำเนินการ เขียนคอลัมน์/บทความ เพื่อประกอบในหนังสือ/เว็บไซต์ หรือให้ติดต่อไปยังเจ้าของพื้นที่โฆษณา เพื่อจัดซื้อพื้นที่โฆษณา สื่อออฟไลน์ (Offline) สื่อโฆษณานบนเว็บไซต์ สื่อแบนเนอร์โฆษณา สื่อคลิปวิดีโอของเว็บไซต์ หรือการซื้อโพสต์เนื้อหาบนสื่อออนไลน์ของเว็บไซต์ (Social Media) ตามที่กำหนด หรือ ติดต่อผู้ทรงอิทธิพล (Influencers)

ตรวจสอบและแก้ไข

เมื่องานเสร็จเรียบร้อยแล้วส่งให้ผู้มีอำนาจตรวจงาน หากมีข้อผิดพลาด หรือมีเนื้อหาที่ขัดต่อความเข้าใจ จะต้องแก้ไขเพื่อให้เสร็จทันตามระยะเวลาที่กำหนด

เผยแพร่ข้อมูล

ฝ่ายคอนเทนต์และฝ่ายการตลาดเผยแพร่บทความเนื้อหา โฆษณา ตามพื้นที่โฆษณาที่ได้สั่งซื้อ พร้อมควบคุมให้งานออกมาตรงตามความต้องการของลูกค้า และรักษาภาพลักษณ์ของแบรนด์ลูกค้า

ส่งรายงานสถิติต่าง ๆ

เมื่อถึงระยะเวลาการเผยแพร่ครบตามกำหนดจะนำเอาสถิติการเข้าชมต่าง ๆ ให้ลูกค้า เพื่อวิเคราะห์หา ความเป็นไปได้ต่าง ๆ แล้วนำไปแก้ไข หรือเพิ่มเติม ให้งานครั้งต่อไปมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

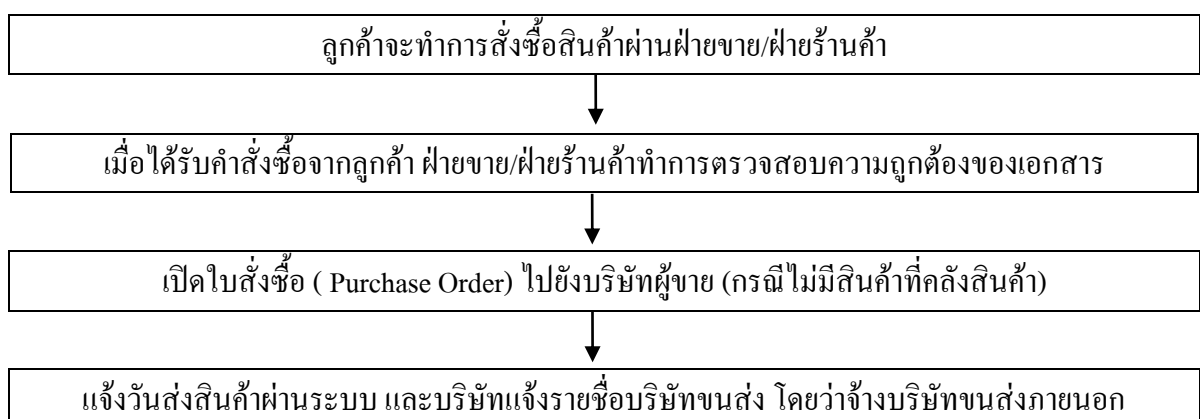
การให้บริการด้านการทำบทความ (Content) ของบริษัทจะเริ่มต้นขึ้นเมื่อฝ่ายขายรับงานจาก ลูกค้าและส่งงานไปยังฝ่ายคอนเทนต์ ในกรณีที่เป็งานโฆษณาหรือเขียนรีวิวผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้ ตรงกับความต้องการของลูกค้า หรือหากเป็นบทความอื่น ๆ ที่สนใจจะมีการประชุมเพื่อสรุปประเด็นที่

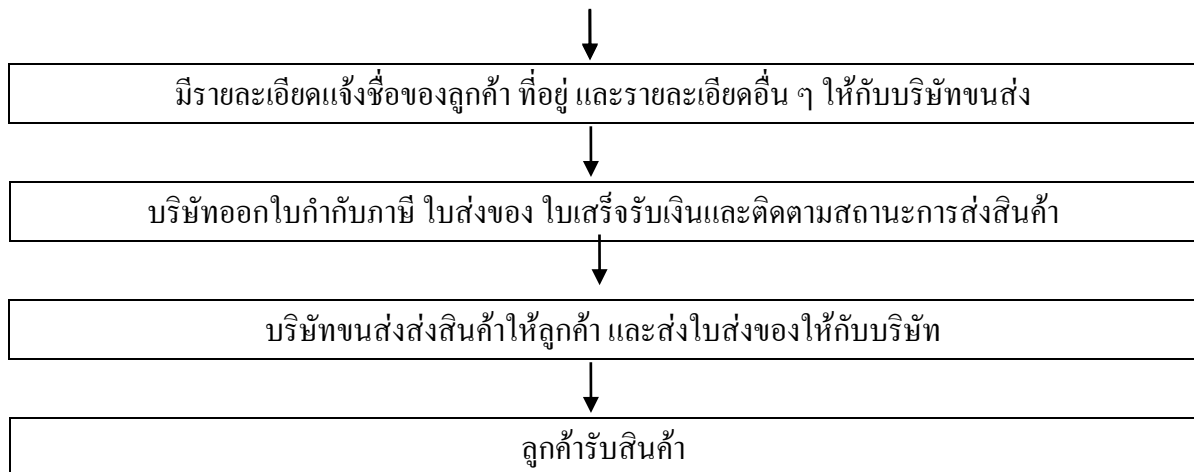
สำคัญและรายละเอียดต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เมื่อได้ข้อสรุปในการทำงานแล้ว จะเริ่มดำเนินงานโดยการหาข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาที่จะทำรวมถึงการหารูป หรือวิธีดีโอมาประกอบกับเนื้อหาเพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น รวมไปถึงการส่งงานให้ฝ่ายกราฟฟิกใช้แบบฟอร์มจัดรูปแบบให้ดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น และบริษัทจะดำเนินการให้นักเขียนของบริษัทและนักเขียนอิสระเขียนบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการจ้างนักเขียนจากภายนอกเขียนบทความบางส่วนตามที่ลูกค้าต้องการ อาทิ การเขียนบทความรีวิวสมาร์ตโฟนรุ่นใหม่ที่ยังไม่มีจำหน่ายแต่ได้รับเครื่องทดลองมาก่อน เป็นต้น

เมื่อจัดทำบทความเสร็จเรียบร้อยแล้วส่งให้ผู้มีอำนาจตรวจงาน หากมีข้อผิดพลาด หรือมีเนื้อหาที่ขัดต่อความเข้าใจ จะต้องดำเนินการแก้ไขเพื่อให้เสร็จทันตามระยะเวลาที่กำหนด สำหรับบทความที่เสร็จเรียบร้อยแล้วจะนำไปเผยแพร่ตามสื่อต่าง ๆ ที่กำหนด ไม่ว่าจะเป็นนิตยสารหรือเผยแพร่ออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ อนึ่ง ภายหลังจากงานเสร็จสิ้นแล้ว จะมีการเก็บสถิติการเผยแพร่สื่อต่าง ๆ ของบริษัท มาสรุปผล และวิเคราะห์หาความเป็นไปได้ต่าง ๆ ซึ่งเป็นข้อมูลสำหรับการนำไปแก้ไขหรือเพิ่มเติมให้งานครั้งต่อไปให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

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

3. ขั้นตอนในการจำหน่ายสินค้ากลุ่มธุรกิจพาณิชย์และอื่น ๆ (Commerce)





การจำหน่ายสินค้าพาณิชย์และอื่นๆ (Commerce) ของบริษัทจะเริ่มต้นจากการรับคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าผ่านฝ่ายขาย/ฝ่ายร้านค้า โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย/ฝ่ายร้านค้า ยืนยันคำสั่งซื้อ และมีเจ้าหน้าที่บัญชีตรวจสอบเอกสารใบยืนยันคำสั่งซื้อ ที่ระบุรายละเอียด ได้แก่ ชื่อ-ที่อยู่ จำนวนสินค้า รุ่น สี จำนวนเงินที่ชำระในใบยืนยันคำสั่งซื้อ หลังจากนั้นทำการเปิดเอกสารใบกำกับภาษีและใบเสร็จรับเงิน โดยบริษัทจะรับชำระเงินตามเครดิตเทอมที่ให้แกลูกค้า อย่างไรก็ตาม ในกรณีมีการคืนสินค้าเจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย/ฝ่ายร้านค้าจะนำสินค้าที่ได้รับคืนจากลูกค้ามาตรวจสอบ และส่งให้ผู้มีอำนาจอนุมัติตามอำนาจการดำเนินงานต่อไป

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 ตั้งแต่ปี 2550 เป็นต้นมา จนกระทั่งปี 2562 ได้ย้ายสถานที่จัดงานมาที่ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค เนื่องจากศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ปิดปรับปรุงพื้นที่ โดยบริษัทมีรายได้จากการจัดงาน Thailand Mobile EXPO และ Thailand Game EXPO ในปี 2560 – ปี 2562 เท่ากับ 108.39 ล้านบาท 119.09 ล้านบาท และ 117.82 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 38.07 ร้อยละ 26.41 และร้อยละ 35.29 ของรายได้รวมของบริษัทตามลำดับ ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากการจัดงานดังกล่าวได้ ซึ่งหากเกิดเหตุการณ์ในอนาคตที่ทำให้บริษัทไม่สามารถดำเนินการจัดงานได้ หรือความถี่ของการจัดงานลดลง หรืองานได้รับความนิยมน้อยลง ทำให้ผู้สนใจเข้าร่วมงานน้อยลงจนงานไม่ได้รับการตอบรับที่ดีก็จะส่งผลให้ลูกค้าของบริษัทที่ซื้อพื้นที่แสดงสินค้ากับบริษัทอาจลดการเข้าร่วมงานได้ในอนาคต หรือหากลูกค้ารายสำคัญของบริษัท เช่น เจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือรายใหญ่ ไม่เช่าพื้นที่ต่อในงานดังกล่าว หรือหากมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดงานหรือสถานที่จัดงาน หรือมีเหตุการณ์อื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อทางลบต่อการจัดงาน บริษัทก็อาจได้รับผลกระทบทำให้รายได้ของบริษัทลดลง และส่งผลกระทบต่อภาระดำเนินงานโดยรวมของบริษัทได้

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทพยายามรักษารูปแบบการจัดงานให้เป็นที่ยอมรับและเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ทำให้งาน Thailand Mobile EXPO ที่บริษัทจัดขึ้นในแต่ละครั้งมีความน่าสนใจ มีความแตกต่าง และมีความหลากหลายอยู่ตลอดเวลา ตลอดจนการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทและผู้เข้าร่วมแสดงสินค้าเพื่อให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของทั้งผู้เข้าร่วมแสดงสินค้าและผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคต บริษัทได้จัดงาน Thailand Mobile EXPO มาต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2550 จนถึงปัจจุบันเป็นเวลา 12 ปีต่อเนื่อง รวมการจัดงานทั้งสิ้น 34 ครั้ง ประกอบกับผู้เช่าพื้นที่ในงาน Thailand Mobile EXPO เป็นเจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือชั้นนำในประเทศ และผู้จัดจำหน่ายรวมถึงผู้ประกอบการสินค้าเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์ไอทีได้เข้าร่วมงานกับบริษัทอย่างต่อเนื่องในระยะยาว อีกทั้งในปัจจุบัน บริษัทยังมีนโยบายการเพิ่มรายได้จากการให้บริการงานประเภทอื่น ๆ โดยเน้นการจัดงานด้านอื่น ๆ เช่น Thailand Game EXPO งานมหกรรมเกมและอุปกรณ์เกมมิ่งที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ ตอบรับกระแสอีสปอร์ตในบ้านเราที่ยังคงแรงอยู่ในขณะนี้ และยังมีงาน Idol EXPO มหกรรมงานรวมไอดอลไทยมากที่สุดในวงการ งานจัดแสดงรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า EV EXPO และการจัดแสดงรถบ้าน

MV Caravan ซึ่งทุก ๆ งานนั้นมีผลตอบรับที่ดีทำให้ลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากงาน Thailand Mobile EXPO ลดน้อยลง

3.2 ความเสี่ยงจากการต่อสัญญาเช่าพื้นที่ จัดงานแสดงสินค้า Thailand Mobile EXPO

เนื่องจากบริษัทเป็นผู้จัดงานแสดงสินค้า Thailand Mobile EXPO การจัดงานดังกล่าวบริษัทจึงต้องให้ความสำคัญกับสถานที่จัดงาน โดยสถานที่จัดงานที่เหมาะสมถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการช่วยให้งานแสดงสินค้าประสบความสำเร็จ โดยงานแสดงสินค้า Thailand Mobile EXPO ปัจจุบันได้ย้ายมาจัดที่ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทคตั้งแต่ปี 2562 จนถึงปัจจุบัน เนื่องจากศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ได้ปิดปรับปรุงพื้นที่ และบริษัทเล็งเห็นว่าศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทคเป็นทำเลที่เหมาะสม พื้นที่กว้างขวาง เดินทางสะดวกด้วยรถไฟฟ้า BTS ซึ่งบริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการไม่สามารถเช่าพื้นที่ดังกล่าวได้ในอนาคต หรือมีความเสี่ยงจากการเช่าพื้นที่ได้น้อยลง ไม่เพียงพอต่อความต้องการ โดยบริษัททำการตกลงเกี่ยวกับแผนการจัดงาน Thailand Mobile EXPO ตลอดทั้งปี และมีการกำหนดตารางวันจัดงานล่วงหน้าอย่างชัดเจน แต่มีการจัดทำสัญญาเช่าพื้นที่กับศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทคเป็นรายครั้งตามงานที่จัด โดยมีการจัดทำสัญญาล่วงหน้าก่อนการจัดงานแต่ละครั้งประมาณ 2 - 6 เดือน ทั้งนี้จากประสบการณ์การจัดงานที่ผ่านมา ทำให้บริษัทมีความเชี่ยวชาญและชำนาญ อีกทั้งยังมีประวัติการจัดงาน (Track record) แบบมีอาชีพมาช้านาน และไม่เคยประสบปัญหาการเช่าพื้นที่ทั้งสถานที่การจัดงานก่อนหน้านี้ หรือสถานที่ปัจจุบัน บริษัทจึงมั่นใจว่าบริษัทจะสามารถเช่าพื้นที่กับศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทคได้ต่อไปในอนาคต

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทเป็นคู่ค้าที่ดีกับเจ้าของสถานที่มาโดยตลอด จึงทำให้บริษัทมีความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าวค่อนข้างน้อย

3.3 ความเสี่ยงจากการแข่งขันและคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น

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

ในส่วนธุรกิจสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ ปัจจุบันมีการเปิดเว็บไซต์เป็นจำนวนมาก เนื่องจากสามารถทำได้ง่ายและมีการแข่งขันสูงมาก

สำหรับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า ซึ่งเป็นประเภทการให้บริการหลักของบริษัท อาจมีผู้ให้บริการบางรายที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันจัดงานแสดงโทรศัพท์มือถือได้ เนื่องจากทำได้ไม่ยากนัก แต่บริษัทเป็นผู้นำการจัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือขนาดใหญ่ระดับประเทศที่ผู้บริโภคให้การตอบรับจากการจัดงานเป็นอย่างดีเรื่อยมา บริษัทจัดงานระดับประเทศดังกล่าวติดต่อกันมาตั้งแต่ปี 2550 อย่างต่อเนื่องแล้วรวมการจัดงานทั้งสิ้น 34 ครั้ง ทำให้บริษัทมีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญ ชำนาญในการจัดงาน และเป็นศูนย์กลางให้เจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการ โทรศัพท์มือถือมาพบกับผู้บริโภคโดยตรง

แผนการบริหารความเสี่ยง : การที่บริษัทอยู่ในธุรกิจเกี่ยวกับสื่อและไอที 17 ปี ทำให้มีความเข้าใจภาวะอุตสาหกรรมและแนวโน้มตลาดโทรศัพท์มือถือและสินค้าไอทีเป็นอย่างดี บริษัทจึงมีความสามารถในการติดตามภาวะการแข่งขันได้ทันต่อเหตุการณ์ โดยการเจาะจงสินค้าไอทีประเภทสมาร์ตโฟน โดยเฉพาะ และสำหรับธุรกิจพาณิชย์ (Commerce) บริษัทได้มีการปรับตัวตามภาวะอุตสาหกรรมโดยลดบทบาทช่องทางขายออนไลน์ และหาสินค้าใหม่มาทดแทน เพื่อจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและสภาพตลาดปัจจุบัน

นอกจากนี้ ในด้านธุรกิจสื่อดิจิทัล เว็บไซต์ที่นำเสนอข่าวสารด้านโทรศัพท์มือถือที่เปิดบริการอยู่และอยู่ได้นานอย่างต่อเนื่องมีจำนวนไม่มาก เนื่องจากผู้ประกอบการต้องมีความพร้อมในการสร้างฐานข้อมูล การให้ข่าวสารที่รวดเร็วตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป การมีเนื้อหาที่ทันสมัย น่าติดตามและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง จากประสบการณ์ในการสร้างสรรค์สื่อโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อด้านโทรศัพท์มือถือที่ยาวนานกว่า 17 ปี บริษัทจึงมีความพร้อมในด้านเนื้อหาและความน่าเชื่อถือ โดยบริษัทสามารถนำเนื้อหาและฐานข้อมูลที่มีมาพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการผ่านสื่อดิจิทัล ถึงแม้ว่าได้จากธุรกิจสื่อดิจิทัลในปัจจุบันยังมีสัดส่วนไม่มากนัก แต่มีแนวโน้มการเติบโตสูงจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ในส่วนของการจัดงานแสดงสินค้า บริษัทมีการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่เน้นความหลากหลายของสินค้าภายในงาน การเลือกสถานที่จัดงานที่อยู่กลางใจเมือง ที่มีพื้นที่กว้างขวาง เดินทางสะดวก มีการจัดกิจกรรมและการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด ให้ของแถม จักรรางวัลชิงโชค ประมูลสินค้าราคาถูก มีพนักงานขายคอยให้คำแนะนำการเลือกซื้อสินค้าไอที มีการนำเสนอนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ของสินค้าต่าง ๆ ในงาน รวมทั้ง มีการประชาสัมพันธ์ในวงกว้างที่ครอบคลุมทุกสื่อ ได้แก่ Website, Facebook, Twitter, YouTube, Line, Instagram ของบริษัท ประกอบกับความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ

ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ และผู้จำหน่ายสินค้าต่าง ๆ ทำให้งานแสดงสินค้าของบริษัทยังสามารถรักษาความนิยมทั้งจากผู้เข้าชมงานและผู้เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าและบริการในงานได้เป็นอย่างดี

3.4 ความเสี่ยงจากสินค้าล้าสมัยและความเสี่ยงจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคและเทคโนโลยี

ปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่าโทรศัพท์มือถือเป็นสินค้าอันดับหนึ่งที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่จำเป็นต้องมีในการใช้ชีวิตประจำวัน เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลและข่าวสารได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ทำให้เกิดการแข่งขันของโทรศัพท์มือถือโดยเฉพาะสมาร์ทโฟนมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น จะเห็นได้จากการเปิดตัวสินค้าใหม่ ๆ ตลอดเวลาเพียงในระยะเวลาห่างกันไม่นานของสมาร์ทโฟนแต่ละรุ่น ซึ่งทำให้สมาร์ทโฟนรุ่นเก่า ๆ มีแนวโน้มความต้องการลดน้อยลง จากการมีนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาแทนที่อย่างรวดเร็ว อาจส่งผลกระทบต่อดำเนินงานของบริษัทได้ เนื่องจากบริษัทเป็นผู้จำหน่ายสินค้าประเภทสมาร์ทโฟนและสินค้าด้านเทคโนโลยี ทำให้บริษัทต้องสต็อกสินค้าในส่วนโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต อุปกรณ์สวมใส่ และอุปกรณ์เสริมไว้เพื่อจำหน่าย บริษัทจึงมีความเสี่ยงเรื่องสินค้าที่จัดเก็บไว้ในสต็อกสินค้าอาจล้าสมัยได้หรือไม่สามารถจำหน่ายได้ในเวลาอันสั้น เมื่อมีสินค้ารุ่นใหม่ ๆ เข้ามาแทนที่

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทมีนโยบายการสต็อกสินค้าให้มีความเหมาะสมต่อการจำหน่าย โดยคำนึงถึงสถิติการจำหน่ายที่ผ่านมา และซื้อสินค้าเมื่อลูกค้าทำการสั่งซื้อ ทำให้ลดความเสี่ยงจากสินค้าล้าสมัยได้ อันเนื่องจากสินค้าประเภทอุปกรณ์สื่อสาร ไอทีและเทคโนโลยี มีกระแสนิยมเปลี่ยนแปลงค่อนข้างเร็ว

สำหรับนโยบายการขายสินค้าคงคลังล้าสมัย บริษัทจะจัดรายการส่งเสริมการขายในสินค้าที่มีอายุมากกว่า 1 ปี ในการกำหนดส่วนลดก็จะแตกต่างกันซึ่งขึ้นอยู่กับราคาตลาดของสินค้าในขณะนั้น อย่างไรก็ตาม ก็ดีบริษัทมีค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยค่อนข้างน้อย

3.5 ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโฆษณา

ในภาวะที่เศรษฐกิจชะลอตัวจะส่งผลกระทบต่อการเติบโตอุตสาหกรรมโฆษณาค่อนข้างมาก เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะพิจารณาลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาลง ในปัจจุบันภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณามีแนวโน้มลดลงจากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังไม่ฟื้นตัวกลับเข้าสู่ภาวะปกติ ส่งผลให้ยอดจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ อยู่ในภาวะที่จำหน่ายได้ยากขึ้น รวมถึงภาครัฐกิจและภาครัฐบาลที่ยังชะลอการใช้งบผ่านสื่อ เนื่องจากยอดขายสินค้าที่คาดการณ์ไว้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย โดยสื่อที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดได้แก่ สื่อนิตยสาร สื่อทีวี วิชยู และสื่อหนังสือพิมพ์ อย่างไรก็ตาม สื่อที่มีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องยังเป็นสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อในอาคาร ที่คาดว่าจะยังสามารถเติบโตได้ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทมีการให้บริการที่หลากหลาย โดยเน้นการเป็นผู้ให้บริการสื่อผ่านสื่อออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ตซึ่งบริษัทมีทักษะและความชำนาญเป็นอย่างดี อีกทั้งการจัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือและไอทีระดับประเทศของบริษัท นับเป็นสื่อโฆษณาที่ดีให้กับผู้ประกอบการโทรศัพท์มือถือที่เข้าร่วมงาน จากการดำเนินธุรกิจที่มีการกระจายความเสี่ยงโดยการให้บริการหลากหลายประเภทตามที่กล่าวข้างต้น ทำให้บริษัทสามารถรับมือหรือปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตามภาวะเศรษฐกิจได้อย่างดี

3.6 ความเสี่ยงจากการละเมิดลิขสิทธิ์ และพรบ.คอมพิวเตอร์

เนื่องจากบริษัทประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งสื่อออฟไลน์ และสื่อออนไลน์ รวมทั้งเทคโนโลยี และมีการจัดทำบทความ การใช้รูปภาพประกอบที่อาจมีลิขสิทธิ์ในการเผยแพร่หรือมีความเสี่ยงจากการตัดต่อหรือการประกอบธุรกิจที่ต้องอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่งผลทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการที่อาจถูกฟ้องร้องซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินกิจการของบริษัทได้

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทมีข้อกำหนดให้บุคคลที่เกี่ยวข้องจะต้องดำเนินงานด้วยความระมัดระวังเกี่ยวกับเรื่องลิขสิทธิ์และการเผยแพร่ข้อมูลและมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งกำหนดให้ทีมงานที่บริษัท หรือนักเขียนอิสระที่บริษัทจัดจ้างให้ความสำคัญในเรื่องนี้ตลอดจนการใช้ภาพสาธารณะหรือใช้รูปภาพประกอบจากการถ่ายภาพจากสินค้าทดลองจริงของบริษัทก็ต้องตรวจสอบลิขสิทธิ์อย่างรัดกุมก่อนใช้งาน เพื่อเป็นการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์เป็นระยะ ๆ โดยที่ผ่านมา บริษัทไม่เคยถูกดำเนินคดีฟ้องร้องในความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์แต่อย่างใด

3.7 ความเสี่ยงด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์

เนื่องจากข้อมูล เป็นสิ่งที่มีค่าในดำเนินธุรกิจของบริษัท อย่างไรก็ตาม อาจมีภัยคุกคามจากภายนอกจากอินเทอร์เน็ตที่ไม่ประสงค์ ดังนั้นบริษัทอาจได้รับผลกระทบจากการคุกคามจากภายนอกจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทได้

แผนการบริหารความเสี่ยง บริษัทได้บริหารความเสี่ยงด้านการคุกคามข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตด้วยการติดตั้งระบบป้องกัน Anti-Virus End User Protection และ Firewall ที่มีการต่อ MA กับ Subscription ให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยของข้อมูล

3.8 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

บริษัทดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) โดยเป็นผู้จำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท คือ www.s-estore.com ดังนั้น บริษัทต้องปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการประกอบธุรกิจของบริษัทนั้นต้องดำเนินงานตามกฎหมายการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 และประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ 44 พ.ศ.2560 เรื่องการแสดงราคาและรายละเอียดเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์ 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 และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ รวมถึงติดตามกฎระเบียบต่าง ๆ ที่อาจบังคับใช้ในอนาคต เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง โดยที่ผ่านมามีบริษัทไม่เคยถูกฟ้องร้องเรื่องดังกล่าวแต่อย่างใด

3.9 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยจากเงินกู้ยืมสถาบันการเงิน

เนื่องจากในปัจจุบัน บริษัทมีการใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันการเงิน จำนวน 4 แห่ง เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนและเป็นแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งบริษัทมีการใช้วงเงินสินเชื่อเพิ่มขึ้นจากการขยายธุรกิจ เช่น การจัดหาสินทรัพย์เพื่อใช้ในการจัดซื้อรถคาราวาน เป็นต้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีภาระหนี้เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน คิดเป็นจำนวนเงิน 20.90 ล้านบาท

เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน และหนี้สินตามสัญญาเช่าทางการเงิน คิดเป็นจำนวนเงิน 46.89 ล้านบาท โดยมีภาระหนี้แบ่งเป็นหนี้สินระยะสั้นจำนวน 16.14 ล้านบาท และหนี้สินระยะยาวจำนวน 30.75 ล้านบาท ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยแตกต่างกันไปแต่ละประเภทของวงเงินสินเชื่อที่ได้รับทั้งอัตราดอกเบี้ยแบบคงที่และอัตราดอกเบี้ยแบบลอยตัว ซึ่งส่งผลให้บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่เปลี่ยนแปลงไป

แผนการบริหารความเสี่ยง : หากพิจารณาต้นทุนทางการเงินสำหรับปี 2562 บริษัทมีสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับรายได้รวม กล่าวคือ ต้นทุนทางการเงินมีมูลค่า 2.28 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.68 ของรายได้รวม สำหรับสัดส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 เท่ากับ 1.2 เท่า ซึ่งอยู่ในระดับใกล้เคียงในอุตสาหกรรมเดียวกัน

3.10 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรหลักในการบริหารงาน

ปัจจุบัน บริษัทบริหารงานหลักโดยกลุ่มผู้บริหารหลัก ได้แก่ นายโอภาส เจริญพันธุ์ นายธีรวัฒน์ สุวรรณพิณิจ นายธราธร ขวงบัณฑิต และนางสาวประพิมพรณ เลิศสิริสิน ซึ่งเป็นกรรมการ กรรมการบริหาร ผู้บริหารหลักของบริษัท และผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท โดยทั้ง 4 ท่านเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัท สัดส่วนรวมกัน ณ วันที่ 31 มกราคม 2563 ร้อยละ 39.51 ของทุนชำระแล้วของบริษัท (ณ วันที่ 31 มกราคม 2562 : ร้อยละ 53.18 ของทุนชำระแล้ว) โดยผู้บริหารหลักทั้ง 4 ท่านเป็นผู้มีความรู้ มีประสบการณ์ในธุรกิจเป็นเวลานาน เป็นผู้มีความวิสัยทัศน์และมีหน้าที่โดยตรงในการกำหนดนโยบาย ทิศทางและการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท และมีความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้ารายใหญ่ บริษัทจึงอาจมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงกลุ่มผู้บริหารหลัก ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารหลักของบริษัทอาจจะส่งผลกระทบต่อสายงานการบริหารได้ ดังนั้น หากมีการเปลี่ยนแปลงกรรมการและ/หรือผู้บริหารกลุ่มดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทได้ในอนาคต

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทเริ่มใช้แนวทางการบริหารงานอย่างมืออาชีพมากขึ้นเพื่อการดำเนินงานทั้งในปัจจุบันและในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพ มีการมอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบในการทำงานให้แก่ผู้บริหารท่านอื่น ๆ และพนักงานแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจน รวมทั้งมีการจัดโครงสร้างองค์กร และการจัดลำดับขั้นอำนาจอนุมัติในการดำเนินงานของบริษัท เพื่อให้มีการกระจายอำนาจการบริหาร การมีการถ่วงดุลอำนาจ การจัดให้มีโครงสร้างการบริหารที่แบ่งตามความรู้ความสามารถของบุคลากรแต่ละตำแหน่งอย่างชัดเจนและเหมาะสม โดยบริษัทได้มีการกำหนดแผนการสืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning) ซึ่งอนุมัติในการประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2561 เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2561 เพื่อให้การสืบทอดตำแหน่งสำคัญๆ ของฝ่ายบริหารสอดคล้องกับพันธกิจ วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจขององค์กร และเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ ทำให้การดำเนิน ธุรกิจของ

องค์กรมี ผู้ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ได้ โดยมีการกำหนดการสรรหาผู้สืบทอดตำแหน่ง การกำหนดคุณสมบัติผู้สืบทอดที่ชัดเจน สำหรับตำแหน่งงานที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ (Key position) โดยต้องมีมุมมองในการบริหารที่สอดคล้องกับการบริหารงานหลักขององค์กร เพื่อให้การสืบทอดตำแหน่งและการทดแทนบุคลากรเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจในภาพรวม ตลอดจนรองรับการเติบโตในอนาคตของบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว อีกทั้งบริษัทยังได้มีนโยบายด้านการสรรหา พัฒนา และรักษามูลค่าของบริษัทยังคงจากทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สำคัญที่จะทำให้องค์กรสามารถพัฒนาไปได้อย่างต่อเนื่อง มั่นคง และยั่งยืน รวมถึงทำให้บริษัทมีศักยภาพในการแข่งขัน ทั้งนี้ บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการสร้างและพัฒนาบุคลากรจากภายในด้วยการจัดฝึกอบรม การฝึกทักษะ การปฏิบัติงานจริง การพัฒนาความรู้และพัฒนาบุคลากรให้แก่พนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเปิดโอกาสให้พนักงานได้พัฒนาและใช้ศักยภาพของตนเองอย่างเต็มขีดความสามารถให้มีโอกาสเติบโตก้าวหน้าในสายอาชีพด้วย ตลอดจนการให้ค่าตอบแทนและสวัสดิการแก่พนักงาน เพื่อดึงดูดและรักษามูลค่าของพนักงานที่มีคุณภาพให้ทำงานกับบริษัทอย่างต่อเนื่องในระยะยาว ซึ่งจะลดความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้บริหารหลักในการบริหารงานได้

3.11 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)

เนื่องจากธุรกิจหลักของบริษัทเป็นธุรกิจที่เน้นงานที่ใช้เทคโนโลยีต่างๆ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินธุรกิจ เช่น ธุรกิจการจัดงาน (Event) ธุรกิจงานโฆษณาสื่อออนไลน์ (Online) และธุรกิจพาณิชย์ (Commerce) ซึ่งต้องพึ่งพิงบุคลากรที่มีความรู้ มีความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) รวมทั้งจะต้องมีความเข้าใจในภาวะตลาดและแนวโน้มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเป็นอย่างดี เพื่อจัดทำเนื้อหา ข่าวสาร ข้อมูลสำหรับสื่อต่าง ๆ ของบริษัท เช่น นิตยสาร สื่อดิจิทัลและสื่ออื่นๆ หรือดิจิทัลเอเจนซีของบริษัท รวมถึงการจัดแสดงสินค้า ซึ่งบุคคลเหล่านี้ถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซึ่งลักษณะงานของพนักงานในสายงานนี้เป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่งอาจทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการขาดแคลนพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถในด้านไอที หรือสายงานด้านดิจิทัลเอเจนซี (Digital Agency) ซึ่งการขาดแคลนบุคลากรอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทได้

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรบุคคลเป็นอย่างดี จึงได้ดำเนินการพัฒนา อบรม ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม รวมถึงมีโครงสร้างค่าตอบแทนและสวัสดิการต่างๆ ให้เทียบเคียงกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในธุรกิจเดียวกัน ตลอดจนการสรรหาพนักงานในตำแหน่ง

ต่างๆ ให้เพียงพอ และไม่มีการพึ่งพิงบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะ เพื่อสามารถทำงานทดแทนกันได้และลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรได้อีกทางหนึ่ง

3.12 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

บริษัทมีการประกอบธุรกิจ 3 ส่วนงานหลัก ได้แก่ กลุ่มธุรกิจการจัดแสดงงาน (Event Organizer) กลุ่มธุรกิจงานโฆษณาและเอเจนซี (Media and Agency) และกลุ่มธุรกิจพาณิชย์ (Commerce) ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจเป็นงานที่เกี่ยวข้องอยู่ในอุตสาหกรรมโทรศัพท์มือถือและสินค้าไอทีเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม ปฏิเสธไม่ได้ว่าบริษัทจะต้องมีการพึ่งพิงรายได้หลักจากกลุ่มบริษัทในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม ซึ่งถ้าหากยกเลิกสัญญา ก็จะมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ดำเนินธุรกิจร่วมกันกับบริษัทลูกค้ารายใหญ่มายาวต่อเนื่องเป็นระยะเวลามากกว่า 10 ปี และได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์อันดีของบริษัทและบริษัทลูกค้าทั้งรายใหญ่และรายย่อย

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทยังคงรักษาระดับความสัมพันธ์กับลูกค้าทั้งรายใหญ่ และรายย่อยเป็นอย่างดี มีความสัมพันธ์ต่อกันอย่างต่อเนื่อง โดยมีการเสนอโครงการใหม่ที่เน้นด้านนวัตกรรมให้แก่ลูกค้าทุกรายเพื่อลดระดับการพึ่งพิงรายได้และเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

3.13 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจ

ธุรกิจของบริษัทประกอบธุรกิจหลากหลายประเภท แต่ส่วนใหญ่จะอ้างอิงกับกลุ่มอุตสาหกรรมโทรศัพท์มือถือและเทคโนโลยีเป็นหลัก ซึ่งอุตสาหกรรมดังกล่าวยังมีแนวโน้มการเติบโต เนื่องจากเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเป็นดิจิทัลมากขึ้นในปัจจุบัน

ในส่วนธุรกิจสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ ปัจจุบันมีการเปิดเว็บไซต์เป็นจำนวนมาก เนื่องจากสามารถทำได้ง่ายและมีการแข่งขันสูงมาก

สำหรับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า ซึ่งเป็นประเภทการให้บริการหลักของบริษัท อาจมีผู้ให้บริการบางรายที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันจัดงานแสดงโทรศัพท์มือถือได้ เนื่องจากทำได้ไม่ยากนัก แต่บริษัทเป็นผู้นำการจัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือขนาดใหญ่ระดับประเทศที่ผู้บริโภคให้การตอบรับจากการจัดงานเป็นอย่างดีเรื่อยมา บริษัทจัดงานระดับประเทศดังกล่าวติดต่อกันมามากกว่า 10 ปี อย่างต่อเนื่องแล้วรวมการจัดงานทั้งสิ้น 34 ครั้ง ทำให้บริษัทมีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญ ชำนาญในการจัดงาน และเป็นศูนย์กลางให้เจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือมาพบกับผู้บริโภคโดยตรง

แผนการบริหารความเสี่ยง : การที่บริษัทอยู่ในธุรกิจเกี่ยวกับสื่อและไอทีมากกว่า 17 ปี ทำให้มีความเข้าใจภาวะอุตสาหกรรมและแนวโน้มตลาดโทรศัพท์มือถือและสินค้าไอทีเป็นอย่างดี บริษัทจึงมีความสามารถในการติดตามภาวะการแข่งขันได้ทันต่อเหตุการณ์ โดยการเจาะจงสินค้าไอทีประเภทสมาร์ตโฟนโดยเฉพาะ

นอกจากนี้ ในด้านธุรกิจสื่อดิจิทัล เว็บไซต์ที่นำเสนอข่าวสารด้านโทรศัพท์มือถือที่เปิดบริการอยู่และอยู่ได้นานอย่างต่อเนื่องมีจำนวนไม่มาก เนื่องจากผู้ประกอบการต้องมีความพร้อมในการสร้างฐานข้อมูล การให้ข่าวสารที่รวดเร็วตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป การมีเนื้อหาที่ทันสมัย น่าติดตามและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง จากประสบการณ์ในการสร้างสรรค์สื่อโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อด้านโทรศัพท์มือถือที่ยาวนานกว่า 17 ปี บริษัทจึงมีความพร้อมในด้านเนื้อหาและความน่าเชื่อถือ โดยบริษัทสามารถนำเนื้อหาและฐานข้อมูลที่มีมาพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการผ่านสื่อดิจิทัล ถึงแม้รายได้จากธุรกิจสื่อดิจิทัลในปัจจุบันยังมีสัดส่วนไม่มากนัก แต่มีแนวโน้มการเติบโตสูงจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ในส่วนของการจัดงานแสดงสินค้า บริษัทมีการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่เน้นความหลากหลายของสินค้าภายในงาน การเลือกสถานที่จัดงานที่อยู่กลางใจเมือง ที่มีพื้นที่กว้างขวาง เดินทางสะดวก มีการจัดกิจกรรมและการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด ให้ของแถม จักรรางวัลชิงโชค ประมูลสินค้าราคาถูก มีพนักงานขายคอยให้คำแนะนำการเลือกซื้อสินค้าไอที มีการนำเสนอนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ของสินค้าต่าง ๆ ในงาน รวมทั้ง มีการประชาสัมพันธ์ในวงกว้างที่ครอบคลุมทุกสื่อ ได้แก่ Website , Facebook , YouTube , Line , Instagram และ Twitter ของบริษัท ประกอบกับความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ และผู้จัดจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ ทำให้งานแสดงสินค้าของบริษัทยังสามารถรักษาความนิยมทั้งจากผู้เข้าชมงานและผู้เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าและบริการในงานได้เป็นอย่างดี

3.14 ความเสี่ยงจากความเสี่ยงสภาพของรถคาราวาน

เนื่องจากบริษัทดำเนินธุรกิจให้เช่ารถคาราวาน ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการให้บริการรถคาราวานจะเกิดขึ้นจากการเสื่อมสภาพของตัวรถ และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในตัวรถคาราวาน สภาพอากาศของแต่ละสถานที่ ที่รถคาราวานไปติดตั้ง อุบัติเหตุระหว่างการลากรถคาราวานไปแต่ละพื้นที่

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทได้เล็งเห็นถึงความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าว จึงได้กำหนดมาตรการในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว โดยมีระบบการควบคุมรถคาราวานที่มีประสิทธิภาพ สามารถรายงานความเคลื่อนไหวของตัวรถในแต่ละสัปดาห์ และมีการบำรุงรักษาตัวรถคาราวานอย่างสม่ำเสมอเพื่อช่วยลดปัญหาการเสื่อมสภาพของตัวรถ มีการเข้าไปตรวจรถคาราวานในแต่ละพื้นที่เป็นประจำ และทางบริษัทได้มีการทำประกันภัยของรถคาราวานรวมถึงพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (พรบ.) ด้วย

ทำให้บริษัทสามารถควบคุมความเสี่ยงจากความเสี่ยงสภาพและการเกิดอุบัติเหตุของรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าให้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่น้อยได้

3.15 ความเสี่ยงจากสถานการณ์ที่ควบคุมไม่ได้

เหตุการณ์ทางธรรมชาติ รวมไปถึงการเกิดโรคระบาดเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมและคาดเดาได้ อาจส่งผลให้ภาคธุรกิจของบริษัทได้รับผลกระทบและเกิดการชะลอตัว เช่น การเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ และรวมถึงสภาพอากาศฝุ่น PM2.5

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทได้มีการเรียกประชุมและจัดการแก้ไขทันที พร้อมกับการขอการสนับสนุนจากเจ้าของสถานที่จัดงาน คือ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค เกี่ยวกับมาตรการเฝ้าระวังและป้องกันการระบาดเป็นอย่างดี มีการติดตั้งเครื่องเทอร์โมสแกน และเครื่องอินฟราเรดเทอร์โมมิเตอร์ มีการตั้งจุดบริการเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ ในบริเวณรอบการจัดงาน ทำให้พาร์ทเนอร์และบริษัทลูกค้า รวมไปถึงผู้บริโภคร่วมเข้าชมงานมั่นใจ พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์มาตรการป้องกันดังกล่าวผ่านช่องทางออนไลน์ และช่องทางอื่น ๆ ตั้งแต่ก่อนวันจัดงาน นอกจากนี้บริษัทยังได้มีการวางกลยุทธ์การรับมือความเสี่ยงของสถานการณ์ดังกล่าวที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคตไว้แล้ว

3.16 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐ

ธุรกิจใหม่ของบริษัท เป็นธุรกิจการให้บริการแพลตฟอร์มรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า (EV Bike) แบบครบวงจร ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีทิศทางการเติบโตที่ดี ตั้งอยู่ในเทรนด์รักษ์โลก ที่เกิดจากการตื่นตัวทางสิ่งแวดล้อมโลก ได้รับการตอบรับจากทุกภาคส่วน ซึ่งเป็นแนวโน้มในปี 2563 เพราะพลังงานไฟฟ้านั้นเป็นพลังงานสะอาด ดีต่อโลก และไม่ก่อให้เกิดมลพิษ และเนื่องจากเป็นสิ่งใหม่ในประเทศ จึงต้องได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลด้านการประกาศนโยบายของรัฐเกี่ยวกับการใช้งานรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าภายในประเทศ ดังนั้น หากรัฐบาลมีการผลักดันนโยบายรถยนต์และรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าอย่างจริงจัง จะส่งผลกระทบทางบวกต่อโอกาสทางการดำเนินธุรกิจของบริษัท

แผนการบริหารความเสี่ยง : ความเสี่ยงทางธุรกิจพาณิชย์ (Commerce) รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า (EV Bike) อาจมีคู่แข่งต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์ ต้นทุนที่ต่ำกว่า ตลอดจนมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยกว่า และอาจจะต้องมีการลงทุนการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่สูง เพื่อต้องการการเติบโตของการทำธุรกิจหรือการรับรู้ของผู้ซื้อที่มากขึ้น

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1. สินทรัพย์ถาวร

ตารางแสดงทรัพย์สินถาวรของบริษัทที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่สำคัญ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 และ 2561 สรุปได้ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2562	มูลค่าสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2561	การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน
1. ที่ดิน	โฉนดเลขที่ 111455 เลขที่ดิน 4079 หน้าสำรวจ 13075 ตำบลหัวหมาก (หัวหมากใต้) อำเภอบางกะปิ จังหวัด กรุงเทพมหานคร เนื้อที่ดิน 2 งาน	บริษัท	ติดภาระจำนองเป็น หลักประกันวงเงินสินเชื่อที่มีกับสถาบันการเงิน รวมวงเงินจำนองเท่ากับ 24.8 ล้านบาท (31 ธันวาคม 2561 : 25.9 ล้านบาท)	8.0	8.0	ใช้เป็นสำนักงานใหญ่ของบริษัท
	โฉนดเลขที่ 111456 เลขที่ดิน 4080 หน้าสำรวจ 13076 ตำบลหัวหมาก (หัวหมากใต้) อำเภอบางกะปิ จังหวัด กรุงเทพมหานคร เนื้อที่ดิน 2 งาน	บริษัท				ใช้เป็นสำนักงานใหญ่ของบริษัท
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคารที่ตั้งอยู่บนที่ดินตามข้อที่ 1.		บริษัท		16.9	17.9	เพื่อใช้ในการดำเนินกิจการ
3. อุปกรณ์ในการจัดแสดงงาน		บริษัท	ไม่มี	16.8	2.4	เพื่อใช้ในการดำเนินกิจการ
4. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน		บริษัท	ไม่มี	3.9	4.3	เพื่อใช้ในการดำเนินกิจการ
5. ยานพาหนะและส่วนควบ		บริษัท	ไม่มี	5.0	7.4	เพื่อใช้ในการดำเนินกิจการ
		อยู่ภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน	ติดภาระผูกพันภายใต้สัญญาเช่าทางการเงินกับสถาบันการเงิน	53.5	33.7	เพื่อใช้ในการดำเนินกิจการ
รวม				93.4	73.7	

4.2. สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ตารางแสดงทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนของบริษัทที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่สำคัญ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 และ 2561 สรุปได้ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่		ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
	31 ธันวาคม 2562	31 ธันวาคม 2561		
โปรแกรมระหว่างพัฒนาสำหรับรถไฟฟ้า (Electric Vehicle)	3.1	0.6	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
โปรแกรมการอ่านเลข BIB สำหรับการจัดงานวิ่ง (E-Horus)	0.5	1.0	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
โปรแกรมการรับชำระเงินออนไลน์ (E-Ticket)	1.2	2.2	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
โปรแกรมเซทบอทสำหรับตอบคำถาม	-	0.6	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
โปรแกรมคอมพิวเตอร์อื่น ๆ	0.7	0.7	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวม	5.5	5.1		


4.3. เครื่องหมายการค้า

บริษัทดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ 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


เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทบริการ	ระยะเวลาคุ้มครอง
M VISION		บริษัท	1. การตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 2. จัดพิมพ์สื่อโฆษณา 3. วางแผนจัดการและจัดงานแสดงสินค้า	- บริษัทรอกำสั่งและรอเปลี่ยนสถานะเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เชื่อกสถานะเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 (ทางบริษัทได้ยื่นคำขอเลขที่ 1047591 22 มิถุนายน 2559) - ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ยังรอกำสั่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้า
THAILAND MOBILE EXPO		บริษัท	1. ดำเนินและจัดการทางด้านแสดงสินค้า	- บริษัทรอกำสั่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เชื่อกสถานะวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 (ทางบริษัทได้ยื่นคำขอเลขที่ 1047593 เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2559) - ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ยังรอกำสั่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้า
		บริษัท	1. ให้เช่าพื้นที่เพื่อขายสินค้า	- บริษัทรอกำสั่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เชื่อกสถานะวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 (ทางบริษัทได้ยื่นคำขอเลขที่ 1047592 เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2559) - ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ยังรอกำสั่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้า
EV EXPO		บริษัท	1. ดำเนินและจัดการทางด้านแสดงสินค้า	บริษัทได้รับหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเครื่องหมายบริการ จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ออกให้ ณ วันที่ 19 กรกฎาคม 2562 ทะเบียนเลขที่

เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทบริการ	ระยะเวลาคุ้มครอง
			2. ให้เช่าพื้นที่เพื่อขายสินค้า	191111724 (คำขอเลขที่ 180105522 จดทะเบียน ณ วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2561) บริษัทได้รับหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ออกให้ ณ วันที่ 19 กรกฎาคม 2562 ทะเบียนเลขที่ 191111725 (คำขอเลขที่ 180105523 จดทะเบียน ณ วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2561)
STEP EXTRA		บริษัท	1. บทความรายงาน ข้อมูลเกี่ยวกับกีฬา	- บริษัทขอคำสิทธิบัตรเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เชื่อกสถานะวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 (ทาง บริษัท ได้ยื่น คำขอ เลขที่ 180108541 เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2561) - ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ยังรอคำสั่ง อุทธรณ์เครื่องหมายการค้า
			1. ให้เช่าพื้นที่โฆษณา	- บริษัทขอคำสิทธิบัตรเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เชื่อกสถานะวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 (ทาง บริษัท ได้ยื่น คำขอ เลขที่ 180108542 เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2561) - ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ยังรอคำสั่ง อุทธรณ์เครื่องหมายการค้า

เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทบริการ	ระยะเวลาคุ้มครอง
			1. ให้เข้าถึงเว็บไซต์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต 2. ให้ผู้ใช้หลายรายเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต	บริษัทได้รับหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ณ วันที่ 20 มีนาคม 2561 ทะเบียนเลขที่ 201102335 คำขอเลขที่ 180108543 มีอายุ 10 ปี เอกสารฉบับนี้ออกให้ ณ วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2563
			1. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับกีฬา 2. ธุรกิจบันเทิงในด้านการแข่งขันกีฬา	- บริษัทขอคำส่งอนุมัติเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เชื่อกสถานะวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 (ทาง บริษัท ได้ยื่น คำขอ เลขที่ 180108544 เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2561) - ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ยังรอคำส่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้า
			1. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ	บริษัทได้รับหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ณ วันที่ 20 มีนาคม 2561 ทะเบียนเลขที่ 201102336 คำขอเลขที่ 180108545 มีอายุ 10 ปี เอกสารฉบับนี้ออกให้ ณ วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2563
WHATPHONE			1. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารโทรคมนาคม	- บริษัทขอคำส่งอนุมัติเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เชื่อกสถานะวันที่ 1 กรกฎาคม 2562 (ทาง บริษัท ได้ยื่น คำขอ เลขที่ 180108546 เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2561)

เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทบริการ	ระยะเวลาคุ้มครอง
				- ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ยังรอคำสั่ง อุทธรณ์เครื่องหมายการค้า

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

ชื่อหนังสือ	ภาพเครื่องหมาย สิ่งพิมพ์	กรรมสิทธิ์	ประเภทสินค้า	เลขทะเบียน ISBN
WHATPHONE		บริษัท	1. เพื่อเผยแพร่ ข่าวสารด้าน โทรศัพท์มือถือ เทคโนโลยี บทความ สารคดี โฆษณา และแจ้ง ความ	เลขทะเบียน ISBN: 9 778601 426000

4.4. เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทที่เกี่ยวข้อง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม รวมจำนวน 3 บริษัท
อย่างไรก็ตาม ในการพิจารณาการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม รวมทั้งโครงการลงทุนแต่ละโครงการ
นั้น บริษัทจะให้ความสำคัญกับการพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องและเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนิน
ธุรกิจของบริษัทเป็นสำคัญ โดยคำนึงถึงผลตอบแทนจากการลงทุน ความเสี่ยงและสภาพคล่องทางการเงิน
ของบริษัทอย่างรอบคอบ ซึ่งการลงทุนดังกล่าวจะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริษัทและที่
ประชุมผู้ถือหุ้นตามขอบเขตอำนาจอนุมัติที่กำหนดไว้ และต้องดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดและ
ประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุนและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงกฎหมาย
กฎระเบียบ หรือประกาศคำสั่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยบริษัทจะควบคุมผ่านการส่งกรรมการและ/หรือ
ผู้บริหารของบริษัทเข้าไปเป็นกรรมการ เพื่อควบคุมทิศทางและนโยบายการบริหารงานให้สอดคล้องกับ
การดำเนินธุรกิจของบริษัท

โดยเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2562 มติอนุมัติการลงทุน
ในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมแห่งใหม่ รวมจำนวน 3 บริษัท มีรายละเอียดดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	มูลค่าเงินลงทุน	สัดส่วนการถือหุ้น	วันที่จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท
บริษัทย่อย						
1	บริษัท ไอคอลลมาสเตอร์ จำกัด เลขที่ 11/1 ซอยรามคำแหง 121 แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร เลขทะเบียนนิติบุคคล : 0105562062908 โทร. 02-7351204	ธุรกิจให้ คำปรึกษาด้าน การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์	5.00 ล้านบาท	2.60 ล้านบาท	ร้อยละ 52	2 เมษายน 2562
2	บริษัท มัลติเทคโนโลยี เอ็กซ์เพิร์ต จำกัด เลขที่ 11/1 ซอยรามคำแหง 121 แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร เลขทะเบียนนิติบุคคล : 0105562075295 โทร. 02-7351204	ธุรกิจขายและ ให้บริการด้าน เทคโนโลยี สารสนเทศ	5.00 ล้านบาท	2.55 ล้านบาท	ร้อยละ 51	24 เมษายน 2562
บริษัทร่วม						
1	บริษัท เอ็มอาร์ คอนเน็กซ์ จำกัด เลขที่ 143/3 ซอยลาดพร้าว 94 (ปัญจมิตร) แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร เลขทะเบียนนิติบุคคล : 0105562068167 โทร. 081-7338598	ธุรกิจการ ให้บริการด้าน การจัดแข่งขัน กีฬาแบบครบ วงจร	5.00 ล้านบาท	2.00 ล้านบาท	ร้อยละ 40	10 เมษายน 2562

4.5. ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินที่มีการประเมินราคา และราคาประเมิน

ในระหว่างปี 2562 บริษัทและบริษัทย่อย ไม่มีการประเมินทรัพย์สินใด ๆ

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

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

ทนายความของบริษัทมีความเห็นว่าบริษัทมิได้เป็นฝ่ายผิดข้อตกลงร่วมกันข้างต้นและฝ่ายบริหารของบริษัทเห็นว่าบริษัทจะชนะคดีและจะไม่มีผลเสียหายที่เป็นสาระสำคัญต่อบริษัท บริษัทจึงไม่ได้ตั้งสำรองสำหรับความเสียหายจากคดีความดังกล่าวไว้ในบัญชี

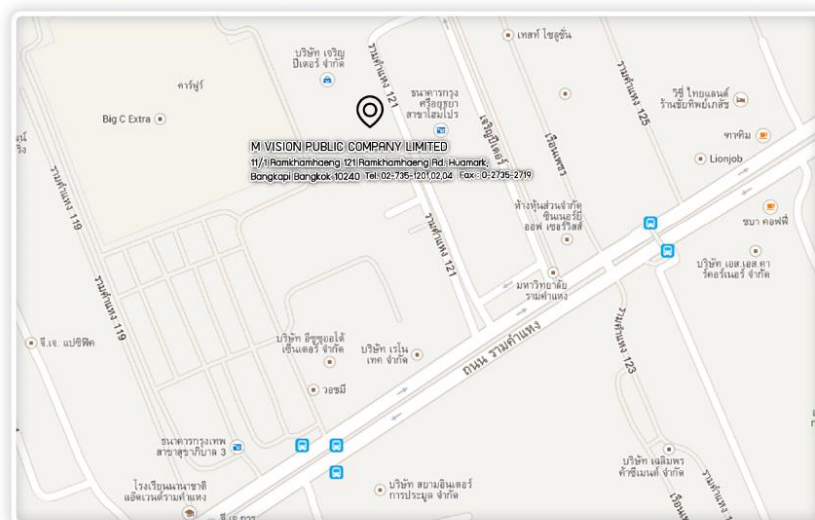
6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลทั่วไป

บริษัทที่ออกหลักทรัพย์ :	บริษัท เอ็ม วิชั่น จำกัด (มหาชน)
เลขทะเบียนบริษัท :	0107561000021
ชื่อย่อหลักทรัพย์ :	MVP
ประเภทธุรกิจ :	ประกอบธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าเทคโนโลยี อุปกรณ์สื่อสาร อุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การจัดงานแข่งขันกีฬา ท่องเที่ยว งานสัมมนา และอื่นๆ ตลอดจนการผลิตและจำหน่ายสื่อในรูปแบบต่างๆ ทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ อีกทั้งการประกอบธุรกิจพาณิชย์
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 :	200,000,000 บาท (สองร้อยล้านบาท)
ทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว :	200,000,000 บาท (สองร้อยล้านบาท)
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 :
- 1) นายประดิษฐ์ รอดลอยทุกข์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขที่ 218 หรือ
 - 2) นางสาวนงราม เล้าหาวรีดิolk ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4334 หรือ
 - 3) นางพรทิพย์ เลิศทงนศักดิ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 7633 หรือ
 - 4) นางสาวชมภารณ์ รอดลอยทุกข์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 9211

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 วิลาสักคานนท์

E-Mail : ir@mvisioncorp.com