

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมของการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทได้จัดการประชุมแผนธุรกิจเป็นประจำทุกปี เพื่อพิจารณากำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจและกำหนดเป้าที่เป็นตัวเงินและเป้าหมายที่ไม่ใช่ตัวเงิน ได้แก่ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ฯลฯ และเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติเพื่อดำเนินการสื่อสารให้พนักงานถือเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน

วิสัยทัศน์ (Vision)

ผู้นำด้านการพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อการขายประสบการณ์แนวใหม่ ทั้งที่พัก การเดินทางและกิจกรรม ที่แพลตฟอร์มอื่นในปัจจุบันให้ไม่ได้ โดยใช้ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของบริษัทที่มีมาอย่างยาวนาน

พันธกิจ (Mission)

มุ่งมั่นพัฒนา เพื่อยกระดับความเป็น “แพลตฟอร์มศูนย์รวมประสบการณ์” เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวในสภาวะ New Normal และ Social Distancing ในช่วงที่ไม่สามารถไปท่องเที่ยวต่างประเทศได้และในตลาดมีความต้องการท่องเที่ยวที่สูง โดยเราพร้อมที่จะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวท้องถิ่นเติบโตไปพร้อมกับเรา และขับเคลื่อนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวตั้งแต่ระดับชุมชนไปจนถึงระดับประเทศ ผ่านการสรรหาประสบการณ์และกิจกรรมที่ดีที่สุดในทุก ๆ ระดับ โดยนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน พร้อมกับการช่วยเหลือชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ให้ผ่านวิกฤติครั้งนี้และชนะไปได้ด้วยกัน

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

1. การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม ผสมผสานกับเทคโนโลยีที่ทันสมัย

บริษัทใช้นโยบายทางการตลาดที่เข้าถึงลูกค้าทุกระดับเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการ ผู้เข้าชมงาน ลูกค้าทั้งภาครัฐและภาคเอกชน กลับมาซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่บริษัทให้บริการอยู่ โดยการใช้การสื่อสารการตลาดต่าง ๆ อาทิ

- การใช้สื่อสังคมออนไลน์ Facebook, Twitter, YouTube, Line, Instagram, TikTok, ClubHouse เพื่อประชาสัมพันธ์ และแจ้งโปรโมชันต่าง ๆ

- การสร้างสรรค์สื่อและเนื้อหาคุณภาพ (Content Marketing) ในทุกช่องทางการนำเสนอสื่อและเนื้อหา (Content)
- การจัดส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email Direct Message: EDM) เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม และโปรโมชั่น
- การพิมพ์ใบปลิว หรือโบวัวร์ต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์งาน
- การใช้เว็บไซต์เพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์งาน
- การร่วมมือกับสถาบันการเงินเพื่อสร้างโปรโมชั่น เช่น การผ่อนชำระ 0% ให้กับช่องทางขายสินค้าของบริษัท
- การนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ประชาสัมพันธ์หรือนำไปใช้กับงานดิจิทัลเอเจนซี่ให้กับลูกค้า
- การใช้ทุกสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบันเพื่อประชาสัมพันธ์งานของบริษัท เช่น งานแสดงสินค้า, งานกีฬา, งานท่องเที่ยว เป็นต้น
- การใช้แพลตฟอร์มศูนย์รวมประสบการณ์เพื่อเป็นตลาดซื้อขายกลาง Market Place สำหรับประสบการณ์แนวใหม่ และกิจกรรมต่าง ๆ

2. การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตร

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

3. นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากระดับการจัดการงาน

บริษัทมีฝ่ายวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ทำหน้าที่วิจัยเพื่อหานวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่หรือที่เหมาะสมมาให้กับการจัดงานเพื่อยกระดับและปฏิบัติงาน การจัดงาน เช่น การนำเอาเทคโนโลยี Face recognition และ Optical character recognition รวมถึง AI (Artificial Intelligence) มาประยุกต์ใช้ในงานวิ่งในเรื่องระบุตัวตนของนักวิ่งจากภาพถ่าย ตรวจสอบระยะทาง เวลาวิ่งของนักวิ่ง เป็นต้น นอกจากนี้แล้วยังมีการพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชันด้านอื่น ๆ อีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือ หรือ แม้กระทั่ง IOT (Internet Of Thing) เช่น การรับชำระเงินออนไลน์สำหรับการจัดงาน แหบทบอสำหรับทำหน้าที่ตอบปัญหา

แสดงสินค้า การแจ้งโปรโมชั่น ผ่านช่องทาง Facebook Messenger เป็นต้น ตลอดจนระบบบริหารจัดการรถคาราวาน และวิจัยและพัฒนาซอฟต์แวร์ด้าน IOT เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า

4. ปรับระบบการทำงานเพื่อให้มีประสิทธิภาพการทำงานมากขึ้น

บริษัทให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพทั้งภายในองค์กรและลูกค้า จึงได้นำแนวคิดการบริหารแบบ LEAN Management และ Agile Development มาปรับใช้ภายในองค์กรเพื่อลดปัญหาและเวลาในการปฏิบัติงาน ลดการทำงานที่เป็นขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนและลดงานด้านเอกสารลดลง จึงทำให้สามารถมีเวลาในการพัฒนาสินค้าและการให้บริการมีคุณภาพและประสิทธิภาพมากขึ้น

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

บริษัท เอ็ม วิชั่น จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 17 มกราคม 2545 ดำเนินธุรกิจผลิตสื่อ เนื้อหา และสื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือภายใต้แบรนด์ชื่อ “WHATPHONE” ด้วยประสบการณ์ยาวนานกว่า 17 ปี ในการสร้างสรรค์งานคุณภาพในด้านสมาร์ตโฟน เทคโนโลยี และไอที ทั้งนิตยสาร 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 / วันที่เปลี่ยนแปลงทุน	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
ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ปี	รายละเอียด
ปี 2545	- วันที่ 17 มกราคม 2545 ได้จดทะเบียนก่อตั้งบริษัท ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 100 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10,000 บาท จัดตั้งบริษัทเพื่อดำเนินงานด้านการจัดพิมพ์และจำหน่ายหนังสือ และให้บริการโฆษณา - เริ่มดำเนินการจัดทำนิตยสาร WHATPHONE ซึ่งเป็นนิตยสารรายเดือนที่ให้ข้อมูลโทรศัพท์มือถือ วัตถุประสงค์เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ความรู้ด้านเทคโนโลยีฟังก์ชันการทำงานของโทรศัพท์มือถือต่าง ๆ ให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องและครบถ้วนที่สุด เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถที่จะนำสิ่งที่ทางนิตยสารได้นำเสนอไปใช้เป็นข้อมูลได้
ปี 2546	- วันที่ 27 สิงหาคม 2546 เริ่มดำเนินการเว็บไซต์ภายใต้ชื่อ “www.whatphone.net”
ปี 2550	- 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	- วันที่ 14 - 17 กุมภาพันธ์ 2551 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2008 ครั้งที่ 3 - วันที่ 2 - 5 ตุลาคม 2551 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2008 Showcase ครั้งที่ 4
ปี 2552	- เริ่มดำเนินการจัดทำนิตยสาร The Edge ซึ่งเป็นนิตยสารรายปักษ์เพื่อเป็นสื่อกลางในการตัดสินใจเลือกซื้อ และให้ผู้ซื้อและผู้ขายโทรศัพท์มือถือได้ทราบถึงข้อมูลและข่าวสาร

ปี	รายละเอียด
	<p>ต่าง ๆ ในแวดวงโทรศัพท์มือถือ ตลอดจนการเปรียบเทียบคุณสมบัติพื้นฐานของโทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ และราคาเปรียบเทียบ</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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) - เริ่มดำเนินธุรกิจการรับจัดงานอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop Training) ให้แก่ลูกค้า
ปี 2556	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 7 - 10 กุมภาพันธ์ 2556 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2013 ครั้งที่ 14 - วันที่ 23 - 26 กุมภาพันธ์ 2556 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2013 Hi-End ครั้งที่ 15 - วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2556 เริ่มดำเนินการเว็บไซต์ภายใต้ชื่อ “www.whatphoneshop.com”

ปี	รายละเอียด
	<ul style="list-style-type: none"> - 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 พีเจอรี่ โฟน แท็บเล็ต และอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ ภายใต้แบรนด์ “Samsung” ผ่านเว็บไซต์ www.s-estore.com - วันที่ 10 พฤศจิกายน 2558 เริ่มดำเนินการเว็บไซต์ภายใต้ชื่อ www.stepextra.com
ปี 2559	<ul style="list-style-type: none"> - ยุติการจัดทำนิตยสาร Smartphone Guide และนิตยสาร The Edge - จัดตั้งทีมพัฒนาแอปพลิเคชันแบบเต็มรูปแบบ เพื่อตอบสนองต่อเทรนด์การพัฒนาแอปพลิเคชันที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน - วันที่ 11 - 14 กุมภาพันธ์ 2559 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2016 ครั้งที่ 23

ปี	รายละเอียด
	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 3 เมษายน 2559 จัดงานแข่งขันกีฬาภายใต้ชื่องาน “Samsung Galaxy 10K Thailand Championship 2016” เป็นรายการวิ่งมินิมาราธอนชิงแชมป์ประเทศไทย รับรองเส้นทาง การแข่งโดยสมาคมกีฬากรีฑาแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งเป็นการจัดการ แข่งขันวิ่งชิงแชมป์ประเทศไทย ระยะทาง 10 กิโลเมตร ซึ่งถ้วยสมเด็จพระราชทาน สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และกิจกรรมเดิน-วิ่งเพื่อสุขภาพ ระยะทาง 5 กิโลเมตร โดยมีนักกีฬาร่วมการแข่งขันสูงถึง 12,000 คน เป็นการ จัดการแข่งขันร่วมกับพาร์ทเนอร์ที่แข็งแกร่งอย่างบริษัท 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"> - เชิญสัญญาณนิรโทษกรรมบ้านจอมบึง เพื่อร่วมกันจัดการแข่งขันวิ่งเขาประทับช้าง เทรลหรือ KPTC 2017 เป็นการแข่งขันวิ่งในภูมิประเทศป่า เขา และได้มีโอกาสได้สัมผัส กับธรรมชาติอย่างใกล้ชิด บริเวณสวนพฤกษศาสตร์วรรณคดีบ้านจอมบึง ซึ่งทางบริษัท ได้มีการยกระดับมาตรฐานการจัดงาน โดยมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาเป็นส่วนร่วม ในการจัดงาน - 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 มีมติอนุมัติการแต่งตั้ง กรรมการอิสระ และกรรมการตรวจสอบ จำนวน 4 ท่าน โดยเป็นคณะกรรมการ ตรวจสอบจำนวน 3 ท่าน และอนุมัติการแต่งตั้งกรรมการบริษัทเพิ่มเติม ส่งผลให้บริษัท มีกรรมการบริษัททั้งสิ้นจำนวน 9 ท่าน - 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 ที่ได้รับรองเส้นทางแข่งโดยสมาคมกรีฑาแห่งประเทศไทย

ปี	รายละเอียด
	<p>เป็นการจัดการแข่งขันร่วมกับพาร์ทเนอร์ที่แข็งแกร่งอย่างบริษัท ไทยซัมซุง อิเลคทรอนิกส์ จำกัด</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 จัดงานแข่งขันกีฬาภายใต้ชื่อชงโครัน 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"> - เช่นสัญญามูลนิธิวิทยาลัยหมู่บ้านจอมบึง เพื่อร่วมกันจัดการแข่งขันวิ่งเขาประทับช้างเทรลหรือ KPTC 2018 เป็นการแข่งขันวิ่งในภูมิประเทศป่าเขา และได้มีโอกาสได้สัมผัสกับธรรมชาติอย่างใกล้ชิด บริเวณสวนพฤกษศาสตร์วรรณคดีบ้านจอมบึง ซึ่งทางบริษัทได้มีการยกระดับมาตรฐานการจัดงาน โดยมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาเป็นส่วนร่วมในการจัดงาน - วันที่ 21 มกราคม 2561 ร่วมจัดงานแข่งขันกีฬาภายใต้ชื่องาน “จอมบึง มาราธอน” ครั้งที่ 33 โดยเป็นความร่วมมือของมูลนิธิวิทยาลัยหมู่บ้านจอมบึงสวนพฤกษศาสตร์วรรณคดีบ้านจอมบึง มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง และกลุ่มนักวิ่งอาสาสมัครเขาประทับช้างเทรลภายใต้ภาคีเครือข่ายที่ให้การสนับสนุนที่สำคัญ โดยบริษัทเป็นส่วนหนึ่งของ

ปี	รายละเอียด
	<p>ภาคีในการจัดงานที่รับผิดชอบในการจัดหาร้านค้ามาจำหน่ายในงาน (Expo) และการจัดหาผู้สนับสนุน (Sponsor)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 10,00,000 บาท เป็น 65,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 5,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10,000 บาท ขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมในราคาหุ้นละ 10,000 บาท ตามสัดส่วนการถือหุ้น และเรียกชำระเต็มมูลค่า เพื่อใช้รองรับการขยายตัวของธุรกิจและเป็นเงินทุนหมุนเวียน บริษัทได้จดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 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) อนุมัติการเพิ่มทุนจะทะเบียนของบริษัทจากเดิมที่มีทุนจดทะเบียน 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) 3) อนุมัติการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทจำนวน 70,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท คิดเป็นมูลค่าหุ้น 35,000,000 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering :IPO) 4) อนุมัติการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัดและเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท เอ็ม วิชั่น จำกัด (มหาชน)”

ปี	รายละเอียด
	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 9 มีนาคม 2561 บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพื่อแปรสภาพจากบริษัทจำกัด เป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนแปลงชื่อเป็น บริษัท เอ็ม วิชั่น จำกัด (มหาชน) รวมถึงได้จดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์ ส่งผลให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนจำนวน 100,000,000 บาท และมีทุนที่ออกและชำระแล้วจำนวน 65,000,000 บาท - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2561 (ครั้งแรกหลังแปรสภาพ) เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2561 มีมติอนุมัติการนำหุ้นสามัญของบริษัทจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ - วันที่ 8 เมษายน 2561 จัดงานวิ่งภายใต้ชื่องาน Samsung Galaxy 10K Thailand Championship 2018 เป็นรายการวิ่งมินิมารารอนชิงแชมป์ประเทศไทยระยะทาง 10 กิโลเมตร ที่ได้รับรองเส้นทางการแข่งขันโดยสมาคมกรีฑาแห่งประเทศไทย 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 - ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ให้บริการรถคาราวานสูงสุด 73 คัน ให้กับเทศกาลดนตรีและงานแข่งขันกีฬาต่าง ๆ นับเป็นการให้บริการรถคาราวานจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย
ปี 2562	<ul style="list-style-type: none"> - เซ็นสัญญามูลนิธิวิทยาลัยหมู่บ้านจอมบึง เพื่อร่วมกันจัดการแข่งขันวิ่งเขาประทับช้างเทรลหรือ KPTC 2019 เป็นการแข่งขันวิ่งในภูมิประเทศป่าเขา และได้มีโอกาสได้สัมผัสกับธรรมชาติอย่างใกล้ชิด บริเวณสวนพฤกษศาสตร์วรรณคดีบ้านจอมบึง ซึ่งทางบริษัทได้มีการยกระดับมาตรฐานการจัดงาน โดยมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาเป็นส่วนร่วมในการจัดงาน

ปี	รายละเอียด
	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 20 มกราคม 2562 ร่วมจัดงานแข่งขันกีฬาภายใต้ชื่องาน “จอมบึง มาราธอน” ครั้งที่ 34 โดยเป็นความร่วมมือของมูลนิธิวิทยาลัยหมู่บ้านจอมบึงสวนพฤกษศาสตร์วรรณคดีบ้านจอมบึง มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง และกลุ่มนักวิ่งอาสาสมัครเขาประทับช้างเทรลภายใต้ภาคีเครือข่ายที่ให้การสนับสนุนที่สำคัญ โดยบริษัทเป็นส่วนหนึ่งของภาคีในการจัดงานที่รับผิดชอบในการจัดหาร้านค้ามาจำหน่ายในงาน (Expo) และการจัดหาผู้สนับสนุน (Sponsor) - วันที่ 7 - 10 กุมภาพันธ์ 2562 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2019 ครั้งที่ 32 - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562 ได้มีมติอนุมัติให้ลงทุนใน <ul 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 <ul 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 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2019 ครั้งที่ 33 - วันที่ 30 พฤษภาคม - 2 มิถุนายน 2562 จัดงานมหกรรมเกมและอุปกรณ์เกมมิ่งภายใต้ชื่องาน Thailand GAME EXPO 2019 ครั้งแรก - วันที่ 9 กันยายน 2562 จัดงานวิ่งภายใต้ชื่องาน CAT 10K Thailand Championship 2019 เป็นรายการวิ่งมินิมาราธอนชิงแชมป์ประเทศไทยระยะทาง 10 กิโลเมตร ที่ได้รับรองเส้นทางแข่งโดยสมาคมกรีฑาแห่งประเทศไทย - วันที่ 3 - 6 ตุลาคม 2562 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2019 ครั้งที่ 34 - ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ให้บริการรถคาราวานสูงสุด 117 คัน ให้กับเทศกาลดนตรีงานกีฬา งานท่องเที่ยวต่าง ๆ นับเป็นการให้บริการรถคาราวานจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย

ปี	รายละเอียด
ปี 2563	<ul style="list-style-type: none"> - วันที่ 30 มกราคม - 2 กุมภาพันธ์ 2563 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2020 ครั้งที่ 35 - วันที่ 30 มกราคม – 2 กุมภาพันธ์ 2563 จัดงานมหกรรมเกมและอุปกรณ์เกมมิ่งภายใต้ชื่อ งาน Thailand GAME EXPO 2020 ครั้งที่ 2 - ร่วมจัดการแข่งขัน Ultra Trail Thailand 2020 ณ ดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ วันที่ 14-16 กุมภาพันธ์ 2563 - ร่วมบันทึกข้อตกลงจัดงานใหญ่วิ่งเทรลรายการใหญ่ระดับประเทศ Thailand by UTMB ระหว่างการกีฬาแห่งประเทศไทย และ UTMB - เปิดตัว MVP Service Express Caravan รถซ่อมมือถือระดับพรีเมียม ครบวงจร เป็นครั้งแรกในประเทศไทย รวดเร็ว ชูจุดเด่น ให้บริการพรีเมียมครบวงจร ซ่อมจอแตกเสร็จในหนึ่งวัน และสามารถให้บริการได้ทุกที่ในประเทศไทย - วันที่ 2 - 5 กรกฎาคม 2563 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2020 ครั้งที่ 36 โดยเป็นการปรับปรุงรูปแบบการจัดงานให้สอดคล้องกับมาตรการควบคุมการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ของรัฐบาล และยังมีการจัดงานแบบ Hybrid Event โดยมี Lazada และ Shopee เป็นช่องทางออนไลน์ - วันที่ 1 - 4 ตุลาคม 2563 จัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือภายใต้ชื่องาน Thailand Mobile EXPO 2020 ครั้งที่ 37 ภายใต้มาตรการควบคุมการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ของรัฐบาล และยังมีการจัดงานแบบ Hybrid Event โดยมี Lazada และ Shopee เป็นพันธมิตรช่องทางออนไลน์ - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2563 ได้มีมติอนุมัติให้ลงทุนเพิ่มในบริษัทไคคอลมาสเตอร์ จำกัด จำนวน 240,000 หุ้นราคาหุ้นละ 5 บาท รวม 1,200,000 บาท จากผู้ถือหุ้นเดิม ส่งผลให้สัดส่วนการถือหุ้นเปลี่ยนจากเดิม 52% เป็น 76% ของทุนจดทะเบียน - วันที่ 23 ธันวาคม 2563 - มกราคม 2564 ทางบริษัทได้มีการร่วมมือกับทางบริษัท โรบินฮูด เทรดดิ้ง จำกัด โดยนำรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าเข้าไปทดสอบในการวิ่งรับส่งอาหาร - ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ให้บริการรถคาราวานสูงสุด 148 คัน ให้กับเทศกาลดนตรีงานกีฬา งานท่องเที่ยวต่าง ๆ นับเป็นการให้บริการรถคาราวานจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย รถคาราวานที่ให้บริการตามสถานที่ท่องเที่ยวทั่วประเทศ จำนวนมากกว่า 20 ที่ เช่น

รายละเอียด

ภาคเหนือ

- | | |
|------------------------------|-------------|
| - เชียงคาน ริเวอร์ กรีนฮิลล์ | จ.เลย |
| - กินอัม นอนอุ่น รีสอร์ท | จ.เชียงใหม่ |
| - EMPREO | จ.เชียงใหม่ |

ภาคตะวันออก

- | | |
|---------------------|---------|
| - Hello Campers | จ.ระยอง |
| - สวนละไม | จ.ระยอง |
| - The Legato Garden | จ.ระยอง |

ภาคกลาง

- | | |
|---------------------------|-------------------|
| - ภูอิงนาคาแพแอนด์รีสอร์ท | จ.นครนายก |
| - ชักษ์ ปาร์ค | จ.อยุธยา |
| - Away Huahin | จ.ประจวบคีรีขันธ์ |
| - Villas Kaeng Khoi 2020 | จ.สระบุรี |

ภาคตะวันตก

- | | |
|----------------------------|-------------|
| - Rewild camp&cafe สวนผึ้ง | จ.ราชบุรี |
| - The Campster | จ.กาญจนบุรี |
| - บ้านนาคาแพ | จ.ราชบุรี |

ภาคอีสาน

- | | |
|------------|--------------|
| - ราชประชา | จ.นครราชสีมา |
|------------|--------------|

ภาคใต้

- | | |
|-------------------------------|-----------|
| - อุทยานแห่งชาติเขาพนมเบญจา | จ. กระบี่ |
| - The Playard Phuket (ริมเล) | จ.ภูเก็ต |
| - The Playard Phuket (สวนสน) | จ.ภูเก็ต |
| - The Playard Phuket (ชมเรือ) | จ.ภูเก็ต |

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท เอ็ม วิชั่น จำกัด (มหาชน) มีโครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังนี้



หมายเหตุ ในเดือน ธันวาคม 2563 บริษัทลงทุนเพิ่มใน บริษัท ไอดอลมาสเตอร์ จำกัด จำนวน 240,000 หุ้น จากผู้ถือหุ้นเดิม ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นจากเดิม 52% เป็น 76%

ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมดที่ ออกจำหน่าย หุ้น (หุ้น)	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทถือ	
					จำนวนหุ้น (หุ้น)	ร้อยละ
บริษัทย่อย						
1	บริษัท ไอดอลมาสเตอร์ จำกัด เลขที่ 11/1 ซอยรามคำแหง 121 แขวง หัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร เลขทะเบียนนิติบุคคล : 0105562062908 โทร. 02-7351204	ธุรกิจให้ คำปรึกษาด้าน การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์	5	1,000,000	759,999	ร้อยละ 76
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

ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	หุ้นสามัญ ทั้งหมดที่ ออกจำหน่าย หุ้น (หุ้น)	หุ้นทั้งหมดที่บริษัทถือ	
					จำนวนหุ้น (หุ้น)	ร้อยละ
บริษัทรวม						
3	บริษัท เอ็มอาร์ คอนเน็กซ์ จำกัด เลขที่ 143/3 ซอยลาดพร้าว 94 (ปทุมมิตร) 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	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1. ธุรกิจการจัดแสดงงาน	138.7	66.4%	261.8	78.4%	166.8	37.0%
2. ธุรกิจงานโฆษณาและเอเจนซี	65.6	31.4%	51.9	15.5%	60.3	13.4%
3. ธุรกิจพาณิชย์	1.8	0.8%	19.0	5.7%	223.4	49.5%
รายได้จากการขายและบริการ	206.1	98.6%	332.7	99.6%	450.5	99.9%
รายได้อื่น	2.9	1.4%	1.2	0.4%	0.4	0.1%
รายได้รวม	209.0	100.0%	333.9	100.00%	450.9	100.0%

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 ในปี 2563 ได้จัดงาน Thailand Game EXPO เป็นครั้งที่ 2 ในเดือนมกราคม 2563

รูปแบบรายได้ : รายได้หลักมาจากการให้บริการพื้นที่หรือบูธสำหรับการทำกิจกรรมพิเศษ หรือ กิจกรรมส่งเสริมการขายและจัดจำหน่ายสินค้า การขายสื่อโฆษณาภายในงาน รายได้ค่าบริการ ออกแก๊สเซอร์

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 งานอิตีเอสมิวสิครัน Haier ขอนแก่น 2020 นอกจากนี้ บริษัทยังมีการให้บริการรถคาราวานและเต็นท์เพื่อใช้เป็นที่พักสำหรับงานวิ่งต่าง ๆ โดยให้บริการแก่ผู้สนับสนุน (Sponsor) ในการจัดงานของบริษัทเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้สนับสนุน (Sponsor) ที่เข้าร่วมงานต่าง ๆ และเปิดให้บริการแก่บุคคลภายนอก

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

กรณีบริษัทเป็นภาคี-รายได้หลักมาจากการจัดหาร้านค้ามาจำหน่ายในงาน (Expo) รายได้ค่าสนับสนุน

กรณีบริษัทเป็นผู้รับจ้างจัดงาน-รายได้หลักมาจากค่าบริการจัดการงาน

1.3 บริการรถคาราวานและเต็นท์ (MV Caravan) เป็นบริการที่พักในรูปแบบรถคาราวานและเต็นท์

เพื่อใช้เป็นที่พักสำหรับงานวิ่งต่าง ๆ งานเทศกาลดนตรี โดยให้บริการแก่ผู้สนับสนุน (Sponsor) ในการจัดงานของบริษัทเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้สนับสนุน (Sponsor) ที่เข้าร่วมงานต่าง ๆ และเปิดให้บริการแก่บุคคลภายนอก นอกจากนี้บริษัทยังขยายการให้บริการรถคาราวานไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ สวนผลไม่ต่าง ๆ งานเทศกาลดนตรี เช่น สวนละไม, บ้านนาแกแพราชประชาวิสิทธิ์, Eureka Beach, Café, Away Huahin, ยักษ์ ปาร์ค เป็นต้น

รูปแบบรายได้ : รายได้จากค่าบริการรถคาราวานและเต็นท์ นอกจากนี้ บริษัทจะมีรายได้จากการจำหน่ายพื้นที่โฆษณารอบรถคาราวาน

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

รูปแบบรายได้ : รายได้หลักมาจากค่าบริการจัดการงาน

2. **ธุรกิจโฆษณาและเอเจนซี่ สื่อออนไลน์ ธุรกิจดิจิทัลเอเจนซี่ และธุรกิจผู้ทรงอิทธิพล (Influencers)**

บริษัทเป็นผู้ให้บริการด้านงานโฆษณาออนไลน์ (Online) ซึ่งเป็นการให้บริการที่ต่อยอดจากธุรกิจออฟไลน์ซึ่งเป็นธุรกิจเดิมของบริษัท เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เพราะในปัจจุบันนี้ผู้บริโภคมีการใช้งานสมาร์ทโฟนและสื่อออนไลน์อย่างแพร่หลาย และบริษัทมีช่องทางออนไลน์ที่หลากหลายที่ได้รับความนิยม อาทิ เว็บไซต์ของบริษัท และ Facebook ของบริษัทมียอดผู้ติดตามสูงกว่าหนึ่งล้านผู้ติดตาม รวมทั้งการให้บริการงานด้านเอเจนซี่ในรูปแบบออนไลน์ โดยการเป็นตัวแทนของแบรนด์ของลูกค้าในการจัดกิจกรรมส่งเสริมด้านการตลาดบนสื่อดิจิทัลครบวงจรเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า 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 และ

อุปกรณ์เสริมต่าง ๆ รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ อาทิ โทรศัพท์ ผู้เขียน เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ หน้าจอคอมพิวเตอร์ เป็นต้น โดยบริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าดังกล่าวในร้านค้าออนไลน์อย่างเป็นทางการ (Online Official) ซึ่งบริษัทร่วมกับผู้ผลิตจะจัดกิจกรรมส่งเสริมด้านการตลาดบนสื่อดิจิทัลครบวงจรเพื่อตอบโจทยความต้องการของลูกค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Commerce ซึ่งเป็นช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และสามารถซื้อสินค้าที่ต้องการได้ทันทีโดยการซื้อผ่านระบบออนไลน์บนเว็บไซต์ www.s-estore.com แต่เนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรง ตั้งแต่ปี 2562 บริษัทจึงลดบทบาทในร้านค้าออนไลน์ลง

รูปแบบรายได้ : รายได้จากการขายสินค้าให้แก่บริษัทและลูกค้าทั่วไป และมีรายได้จากค่าสนับสนุนทางการตลาด (Marketing Support) โดยเป็นค่าสนับสนุนด้านการโฆษณาสินค้า Samsung ผ่านช่องทางออนไลน์

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มธุรกิจการจัดงาน อาทิ การจัดงานแสดงสินค้า งานกีฬา งานบริการรถควาน งานนิทรรศการและงานประชุมสัมมนา

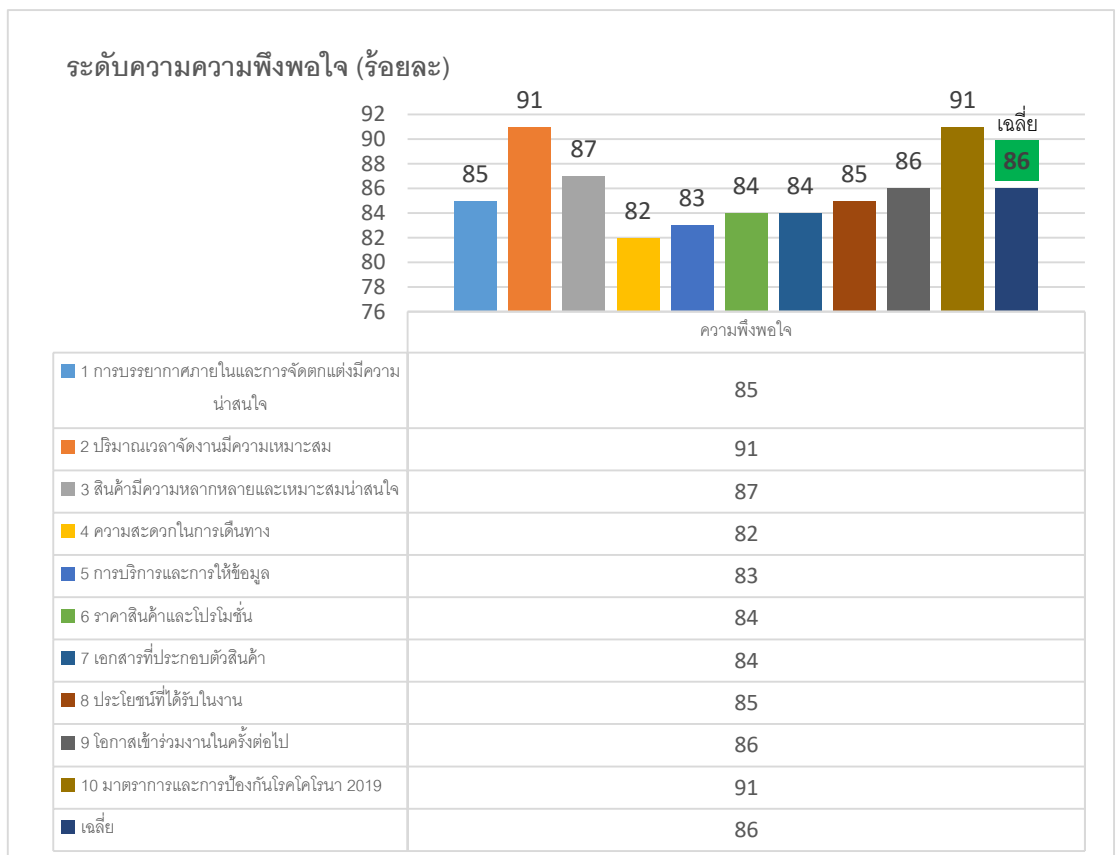
1) งาน Thailand Mobile EXPO/ งาน Thailand Game EXPO

- ผู้เข้าพื้นที่จัดแสดงสินค้า ซึ่งเป็นลูกค้าทางตรงของบริษัท โดยบริษัทเน้นกลุ่มลูกค้าเจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเล่นเกม ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือของประเทศ ผู้ให้บริการอุปกรณ์การเล่นเกมส์ ตัวแทนจำหน่ายสินค้าและผู้ประกอบการร้านค้าต่าง ๆ ที่ขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์ไอทีต่าง ๆ โดยแบรนด์ชั้นนำในประเทศไทยที่เป็นผู้เข้าพื้นที่การจัดแสดงสินค้าภายในงาน อาทิ เช่น Samsung, Huawei, OPPO, VIVO, Realme, AIS, DTAC, Truemove H, Power Buy, Jaymart, Acer, Lenovo, ASUS, Banana IT, CSC, TG, IT City, Synnex, TG Fone และ iStudio by SPVI, JIB, COM7, Remax, Focus, Ablemen, Commy, Easy, Xiaomi, Technomoblie, PA Phone, IBiz, เป็นต้น
- ผู้เข้าชมงาน ซึ่งเป็นลูกค้าทางอ้อมของบริษัท ได้แก่ บุคคลทั่วไปที่สนใจในเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือและเกม และเทคโนโลยีของสินค้าที่สามารถเชื่อมต่อกับโทรศัพท์มือถือ ที่มีความต้องการซื้อสินค้า อาทิ สมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ อุปกรณ์เสริมสินค้าไอที ผู้ที่ชื่นชอบในเกดเจ็ตรุ่นใหม่ และเกม เป็นต้น สินค้าที่มีจำหน่าย ได้แก่

โทรศัพท์มือถือ หูฟัง ลำโพง ที่ใส่โทรศัพท์มือถือ สายชาร์จโทรศัพท์มือถือ สายคล้องโทรศัพท์มือถือ แบตเตอรี่สำรอง อุปกรณ์เชื่อมต่ออื่น ๆ แกดเจ็ตและอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ เป็นต้น

- การสำรวจความพึงพอใจ บริษัทให้ความสำคัญกับการสำรวจความพึงพอใจกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกส่วน ทั้งผู้ให้บริการ ลูกค้า พนักงาน คู่ค้า บริษัทเห็นว่าการสำรวจความพึงพอใจ เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาการให้บริการ บริษัทจึงได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้ให้บริการและลูกค้าทุกครั้งที่มีการจัดงาน และได้ทำการสรุปผลการสำรวจเป็นรายปี เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของบริษัทให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืน รวมถึงยังทำให้ลูกค้าของบริษัทมีความมั่นใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทโดยในปี 2563 บริษัทได้มีการสำรวจความพึงพอใจดังนี้

แบบสำรวจความพึงพอใจการจัดงาน Thailand Mobile EXPO 2020



2) งานกีฬาประเภทงานวิ่ง

- ผู้สนับสนุนงาน (Sponsor) เช่น เจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ บริษัทเอกชน เป็นต้น
- ลูกค้ายกกลุ่มทั่วไปที่สนใจสุขภาพและมีความสนใจในกีฬารunning ทุกเพศทุกวัย

3) งานบริการรถคาราวานและเต็นท์

- ผู้สนับสนุนงาน (Sponsor)
- ลูกค้ายกกลุ่มทั่วไปทั้งภาคเอกชนและรัฐบาล
- ลูกค้ายกกลุ่มท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักกีฬา

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” ซึ่งเป็นนิตยสารมือถือรายเดือน ขอฉายอันดับหนึ่งของประเทศซึ่งรวมข้อมูลข่าวสารและบทความจากนักเขียนที่มีชื่อเสียงเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านสมาร์ทโฟนที่กำลังมีความนิยมอย่างสูงสุด และช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจซื้อเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม เมื่อปี 2561 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2561 ซึ่งจัดให้มีการประชุมในวันที่ 17 กรกฎาคม 2561 มีมติให้ตีพิมพ์นิตยสารถึงเดือนตุลาคม 2561 เนื่องจากทิศทางของบริษัทที่จะเน้นในธุรกิจด้านสื่อออนไลน์แทน

2) สื่อออนไลน์ (Online)

เป็นช่องทางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและเนื้อหาตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและผู้บริโภคยุคใหม่ ซึ่งเป็นการต่อยอดจากธุรกิจเดิม เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น และขยายฐานลูกค้าไปเป็นวงกว้าง เพราะในปัจจุบันนั้นผู้บริโภคยุคใหม่มีการใช้งานสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่าง เช่น สื่อสังคมออนไลน์ทั้งหมดของบริษัทนั้นมียอดผู้ติดตามสูงถึงมากกว่า 3,000,000 บัญชีแล้ว

3) ดิจิทัลเอเจนซี่ (Digital Agency)

เป็นตัวแทนของแบรนด์ในการบริหาร จัดกิจกรรมส่งเสริมด้านการตลาดบนสื่อดิจิทัลครบวงจรเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า มีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด

ต่าง ๆ โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้บรรลุความต้องการทางการตลาด มีการประเมินผลและวัดผล เพื่อให้งานที่ทำนั้นบรรลุตามความต้องการของลูกค้า และความต้องการทางการตลาด

3. กลุ่มธุรกิจพาณิชย์และอื่น ๆ (Commerce)

นอกจากการเติบโตของสมาร์ทโฟนจะส่งผลให้ตลาดแอปพลิเคชันนั้นได้รับความนิยมและเติบโตขึ้นมากแล้วนั้น ในช่วงตั้งแต่ปี 2560 ปีที่ผ่านมาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-commerce นั้นก็ได้รับความนิยมในแบบก้าวกระโดดในประเทศไทยเป็นอย่างมาก บริษัท เล็งเห็นอัตราการเติบโตของตลาด e-commerce ในประเทศไทยจึงได้ร่วมมือกับพันธมิตรที่แข็งแกร่งที่สุดในตลาดสมาร์ทโฟนอย่าง “Samsung” ผลักดันธุรกิจ e-commerce ซึ่งเป็นช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และสามารถซื้อสินค้าที่ต้องการได้ทันที ไม่ว่าจะอยู่ไหนในประเทศไทย

อย่างไรก็ตามตั้งแต่ปี 2562 บริษัทได้มีการลดบทบาทการขายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-commerce ลงเนื่องจาก สินค้าเกี่ยวกับมือถือและเทคโนโลยีมือ รวมถึงอุปกรณ์เสริมเป็นสินค้าที่มีอายุสั้น มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้สินค้าตกทุนได้ง่าย และ มีภาวะการแข่งขันที่สูงทำให้ไม่สามารถทำกำไรได้ตามเป้าที่บริษัทคาดการณ์ไว้ บริษัทจึงทำการลดสัดส่วนการขายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ลง และมีการเริ่มขายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในส่วนใหม่ๆ อาทิ สายใยแก้วนำแสง (Fiber Optic) รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า (EV Bike) เป็นต้น

เริ่มตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี 2562 บริษัทได้ร่วมมือกับ บริษัท ดีแทค ไตรเน็ต จำกัด หรือ DTAC และ บริษัท ฟอर्थ สมาร์ท เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ FSMART โดย DTAC จะเชื่อมโยงผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า บริษัทเช่าซื้อ สถาบันการเงินและสินเชื่อ บริการเปลี่ยนถ่ายแบตเตอรี่หลายจุดทั่วกรุงเทพฯ ไปจนถึงบริการรับชำระเงินผ่านระบบบิลลิงของ DTAC และพันธมิตร ซึ่งรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าทุกคันจะเชื่อมต่อผ่านซิมการ์ดของ DTAC เพื่อส่งต่อข้อมูลเข้ากับแอปพลิเคชัน เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเช็คสถานะแบตเตอรี่ ชำระค่าเปลี่ยนถ่ายแบตเตอรี่ การแจ้งระยะทางและระบบอำนวยความสะดวกในการค้นหาเส้นทางเดินทางระบบกันขโมย การกำหนดความเร็วสูงสุด แล้วยังสามารถชำระค่าเช่าซื้อ การรับประกัน ฯลฯ ส่วนทาง FSMART จะเป็นผู้ให้บริการจุดชาร์จไฟฟ้า และเปลี่ยนแบตเตอรี่ผ่านตู้อัจฉริยะ โดยเริ่มต้น และทางบริษัทจะเป็นตัวกลางประสานงานกับผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า เพื่อเข้าสู่แพลตฟอร์มต่อไป

บริษัทได้ทำการเปิดตัวธุรกิจการจัดจำหน่ายจักรยานยนต์ไฟฟ้าโดยเป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าที่ผลิตจากต่างประเทศ ปัจจุบันบริษัทได้เปิดตัวรถจักรยานยนต์ไฟฟ้ารวม 2 ยี่ห้อ

ได้แก่ ยี่ห้อ ECOOTER รุ่น E2 และ ยี่ห้อ TAILG รุ่น D1-DRAGO โดยจุดเด่นของ
จักรยานยนต์ไฟฟ้าดังกล่าวคือการใช้พลังงานสะอาด 100%

จักรยานยนต์ไฟฟ้า



ECOOTER รุ่น E2



TAILG รุ่น D1-DRAGON

ในช่วงแรกนั้นมียุทธศาสตร์เป้าหมายอยู่กลุ่มบริษัทเอกชน กลุ่มรัฐวิสาหกิจ และ
หน่วยงานราชการ ตลอดจนลูกค้ารายบุคคล นอกจากนี้การจำหน่ายรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า
บริษัทตั้งกลุ่มเป้าหมายแบบวงกว้าง โดยจะเน้นการเสนอขายให้หน่วยงาน ภาครัฐ
ภาคเอกชน โครงการต่าง ๆ ตัวแทนจำหน่าย บริษัทโลจิสติกส์ต่าง ๆ และกลุ่มผู้บริโภคทุก
ระดับไม่ว่าจะมีรายได้สูงหรือต่ำ เนื่องจากบริษัทกำหนดราคาที่ต้องได้ อีกทั้งยังเน้นกลุ่ม
รักษ์โลก เนื่องจากรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของบริษัทใช้ไฟฟ้า 100% ซึ่งสามารถลดก๊าซเรือน
กระจก และมลพิษทางอากาศได้เมื่อเทียบกับการใช้รถจักรยานยนต์แบบน้ำมัน และมี
ช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งบริษัทจำหน่ายเองโดยตรง หรือ ผ่านตัวแทน หรือ ช่องทาง
ออนไลน์ได้เช่นกัน

2.2.2 ภาวะการแข่งขัน

เมื่อพิจารณาลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัท พบว่าสามารถแบ่งภาวะการแข่งขัน
ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ตลาดกลุ่มผู้จัดงาน ตลาดกลุ่มโฆษณาและเอเจนซี่ และตลาดกลุ่มพาณิชย์
ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ตลาดกลุ่มผู้จัดงาน (Event)

- การจัดงานแสดงสินค้าไอทีในประเทศไทย

งานจัดแสดงสินค้าของบริษัทเป็นงานแสดงสินค้าประเภทสินค้าโทรศัพท์มือถือ ไอ
ทีและเทคโนโลยี่ เพื่อให้บริการกับผู้เข้าชมงาน กลุ่มผู้สนใจในเทคโนโลยี ที่มีความ
สนใจหรือต้องการซื้อสินค้า โดยคู่แข่งของบริษัทได้แก่ ผู้จัดแสดงสินค้าเกี่ยวกับ
โทรศัพท์มือถือและสินค้าไอทีอย่างเต็มรูปแบบ อย่างไรก็ตาม คู่แข่งในการจัดแสดง


สินค้าไอทีประเภทโทรศัพท์มือถือที่เป็นคู่แข่งทางตรงของบริษัท ถือว่ามีน้อยราย และสำหรับคู่แข่งในตลาดที่มีอยู่ในปัจจุบัน คือ COMMART, POWER BUY EXPO, Power Mall Electronica, Jaymart Mobile & Camera Show และ Banana IT เป็นต้น เนื่องจากงานแสดงสินค้า Thailand Mobile EXPO ของบริษัทถือเป็นงานมหกรรมโทรศัพท์มือถือที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ โดยมีสินค้าที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์เสริมที่หลากหลาย และมีการส่งเสริมการขาย ทั้งส่วนลด ของแถม ของแจก การชิงโชครางวัล รวมถึงมีการชำระเงินที่หลากหลายร่วมกับสถาบันการเงินต่าง ๆ เช่น การผ่อนชำระ 0% การเครดิตเงินคืน เป็นต้น ตลอดจนมีการนำเสนอเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์มือถือใหม่ๆ ที่โดดเด่น จึงได้รับความนิยมจากลูกค้าอย่างกว้างขวางและเป็นที่นิยมมาจนถึงปัจจุบัน

สำหรับรายชื่อผู้จัดแสดงสินค้าประเภทสินค้าไอทีที่เป็นคู่แข่งของบริษัท มีดังนี้

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

ชื่องาน / ผู้จัดงาน	ประเภทของงาน
Banana IT ลดดับแตก บริษัท คอมเซเว่น จำกัด (มหาชน) 	งาน "บานาน่าสโตร์ ลดดับแตกสินค้าไอที" เป็นงานสินค้าไอที มีทั้งสินค้าแบรนด์ Apple iPhone iPad ipod Macbook iMac และฝั่งสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก สินค้า DIY จอมอนิเตอร์ เครื่องพรีนเตอร์ รวมไปถึงสินค้า Accessories
Thailand Gadget & Hobby Expo บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด 	งานรวมสินค้าเทคโนโลยี สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต กล้อง และอุปกรณ์เสริมใหม่ๆ
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 สุดทันสมัยที่จะทำให้คุณทั้ง เตรียมตัวให้พร้อม แล้วมาช้อปกันในงาน CE Fair (Consumer Electronics Fair)
Jaymart mobile & gadget show บริษัท เจ มาร์ท จำกัด (มหาชน) 	งานสินค้าไอที มีทั้งสินค้าแบรนด์ Apple iPhone iPad ipod Macbook iMac และฝั่งสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก สินค้า DIY จอมอนิเตอร์ เครื่องพรีนเตอร์ รวมไปถึงสินค้า Accessories
Thailand Electronica บริษัท เวลด์ แฟร์ จำกัด 	งานเครื่องใช้ไฟฟ้า แบรนด์ดังทั่วประเทศ ในราคาลดกระหน่ำ โปรเจกต์หนักจากสถาบันการเงินที่ร่วมรายการ ทั้งทีวี ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ เครื่องใช้ไฟฟ้า งานครัว และอื่นๆ อีกมากมาย


สำหรับรายชื่อผู้จัดแสดงสินค้าประเภทเกมมิ่งที่เป็นคู่แข่งของบริษัท มีดังนี้

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

- การจัดงานแข่งขันกีฬา ประเภทงานวิ่ง

การจัดงานแข่งขันกีฬาประเภทงานวิ่ง ของบริษัทเป็นการสร้างงานท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) ด้วยเทคโนโลยี โดยจุดเด่นของบริษัทคือ การจัดงานตามมาตรฐานการจัดงานวิ่งในประเทศไทยและได้รับการรับรองการแข่งขันโดยสมาคมกีฬากีฬาแห่งประเทศไทย นอกจากนี้ บริษัทยังเน้นการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับนักวิ่ง 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 ค (Jog & Joy) 	เมืองไทยเชียงใหม่มาราธอน 2020, วิ่งปลอดภัยไร้โควิด , คมชัดลึกวิ่งลอยฟ้า, Run for the Animals 2020, Run for Health Charity mini Half Marathon 2020
AMA Events 	The Columbia Trail, The Bangkok International Triathlon, The Singha Obstacle Fun Run

ชื่องาน / ผู้จัดงาน	ประเภทของงาน
<p>Amazing Field co., ltd.</p> 	SCBT BANGKOK MARATHON
<p>Go to Race</p> 	International Triathlon Chiangrai
<p>Race Hunter</p> 	The Active Trail / Khaoyai Trail marathon
<p>Shutter Running</p> 	So Fit So Fun Run
<p>BEC TERO</p> 	อีชี รันนิ่ง ออฟ เดอะ ไบรด์ส
<p>Move by muse</p> 	Move Asia

2. ตลาดกลุ่มโฆษณาและเอเจนซี

- สื่อออฟไลน์

ตลาดสื่อออฟไลน์ของบริษัท ซึ่งได้แก่การจัดทำนิตยสารรายเดือน ซึ่งในปัจจุบันพบว่าหนังสือและนิตยสารประเภทนำเสนอข้อมูลข่าวสารทางด้านสมาร์ทโฟน รีวิวสมาร์ทโฟน (Review) เคล็ดลับและเทคนิคการใช้งาน (Tips) แนะนำอุปกรณ์ใหม่ๆ ลำโพง (Gadget) แอปพลิเคชันใหม่ๆ พบว่ามีจำนวนน้อยมากในปัจจุบันตามกระแสของโลกที่นิยมด้านเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย ประกอบกับพฤติกรรมผู้อ่านที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ไทยมีผู้อ่านลดลง ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2561 เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2561 จึงได้มีมติอนุมัติการยกเลิกการดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารรายเดือน “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 แฟบเล็ค แท็บเล็ค, รีวิวมือถือ, ค้นหา/เปรียบเทียบรุ่น, เว็บบอร์ดมือถือ
	www.droidsans.com The Very First Android Community in Thailand มาติดตามรีวิวมือถือ อัปเดตข่าวสารต่าง ๆ และทริคเด็ดๆ ได้ที่นี่

ชื่อเว็บไซต์	รายละเอียดเกี่ยวกับเว็บไซต์
	www.thaimobilecenter.com ศูนย์รวมข้อมูลมือถือให้ชมกันแบบฟรี ๆ พร้อมระบบให้คะแนนโหวตจากผู้เข้าชม และราคากลางที่อัปเดตอย่างต่อเนื่อง ตลาดซื้อขายมือถือ ชุมชนมือถือ รีวิวมือถือ คาว์โน้โหลคคอนเทนต์มือถือ และอีกมากมาย
	www.iphone-droid.net : News, Reviews and More. แหล่งรวบรวมข่าวสารด้านไอที รีวิวสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต อุปกรณ์ไอที แอปพลิเคชัน และทิปส์เด็ด ๆ เพียบ
	www.flashfly.net สุดยอดเว็บไซต์ข่าวสารวงการเกมมือถือที่ใหญ่ที่สุด (Mobile, Life Style, Gadget, Game)

- ดิจิตอลเอเจนซี

บริษัททำการตลาดดิจิทัลเอเจนซีของแบรนด์ในการบริหาร จัดกิจกรรมส่งเสริมด้านการตลาดบนสื่อดิจิทัลครบวงจรเพื่อตอบสนองโจทย์ความต้องการของลูกค้า มีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้บรรลุความต้องการทางการตลาด มีการประเมินผลและวัดผล เพื่อให้งานที่ทำนั้นบรรลุตามความต้องการของลูกค้า และความต้องการทางการตลาด โดยมีสรุปดิจิทัลเอเจนซี ที่เป็นคู่แข่งของบริษัท ได้ดังนี้

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



3. ตลาดกลุ่มพาณิชย์และอื่นๆ (Commerce)

ตั้งแต่ปี 2562 บริษัท ได้มีการลดบทบาทการขายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-commerce ลง เนื่องจากสินค้าเกี่ยวกับมือถือและเทคโนโลยีมี รวมถึงอุปกรณ์เสริมเป็นสินค้าที่มีอายุสั้น มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้สินค้าคงคลังได้ง่าย และมีภาวะการแข่งขันที่สูงทำให้ไม่สามารถทำกำไรได้ตามเป้าที่บริษัทคาดการณ์ไว้ บริษัทจึงทำการลดสัดส่วนการขายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ลง และมีการเริ่มขายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในกลุ่มใหม่ๆ เป็นปีแรก อาทิ สายใยแก้วนำแสง (Fiber Optic) รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า (EV Bike) เป็นต้น

สถานะตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า (EV Bike) ประเทศไทยเป็นเมืองของผู้ใช้จักรยานยนต์มาตั้งแต่อดีต และมีจำนวนเพิ่มขึ้นมาตลอด เห็นได้จากยอดการจดทะเบียนจักรยานยนต์ใหม่ที่กรมขนส่งทางบกที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 1 แสนคัน และด้วยจำนวนรถที่มากขึ้น ราคาน้ำมันขายปลีกที่ยังไม่ลดราคาลง รถติดมากขึ้นและที่จอดรถมีจำกัด ประกอบกับประเทศไทยหันมาคำนึงถึงเรื่อง การปล่อยควันพิษ เรื่องฝุ่น PM 2.5 ทำให้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าเป็นที่สนใจมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อัตราการเติบโตของ Food Delivery ในไทยนั้นสูงขึ้นกว่า 150% ในช่วงต้นปี 2563 และยังโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้คนเริ่มคุ้นชินกับความสะดวกในการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันเหล่านี้และการใช้ชีวิต

แบบ New Normal ทำให้ตอบโจทย์ของการจับจักรยานยนต์ไฟฟ้าที่ประหยัดค่าใช้จ่ายแทนการเติมน้ำมัน 80-90% ในแต่ละวัน ประกอบการบำรุงรักษาที่น้อยมาก ปัจจุบันจักรยานยนต์ไฟฟ้ามีหลายยี่ห้อ เช่น

ชื่อบริษัท	ยี่ห้อรถ
บริษัท อีลอน มอเตอร์ จำกัด	
บริษัท เดอะ สตาลิออน จำกัด	
บริษัท เจเนอร์รัล ออโต้ ซัพพลาย จำกัด	
บริษัท เดโก้ กรีน เอนเนอร์จี จำกัด	
บริษัท ต้าตุง (ประเทศไทย) จำกัด	
บริษัท โตโยตรอน มอเตอร์ จำกัด	
บริษัท พี-ไบค์ จำกัด	
บริษัท ยามาฮามอเตอร์เอเชียนเซ็นเตอร์ จำกัด	
บริษัท สตروม (ไทยแลนด์) จำกัด	
บริษัท ซเว็ก อีวี จำกัด	

ชื่อบริษัท	ยี่ห้อรถ
บริษัท เอเจ แอดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)	
บริษัท อีทราน (ไทยแลนด์) จำกัด	
บริษัท ชาริช โฮลดิ้ง จำกัด	
บริษัท เอดิสัน มอเตอร์ จำกัด	
บริษัท โทมัส ดีไซน์ จำกัด	
บริษัท เอช เซม มอเตอร์ จำกัด	

2.2.3 ภาวะอุตสาหกรรม

1. อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า (Event)

สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เป็นหน่วยงานของภาครัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมพัฒนา และสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ให้มีศักยภาพในการแข่งขันได้ในตลาดโลก โดย สสปน. ตั้งเป้าหมายอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้านานาชาติในปี 2564 จะเติบโตขึ้น 3.5% คาดการณ์รายได้เข้าประเทศ 23,000 ล้านบาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผลของประสิทธิภาพของวัคซีนป้องกันโควิด หากใช้ได้ผลจริง ๆ ก็เชื่อว่าในไตรมาสสอง ปี 2564 จะสามารถเปิดน่านฟ้าได้ ซึ่งคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาอีกจำนวนมาก เพราะปัจจุบันนี้มีกลุ่มของนัก

ธุรกิจที่เป็นชาวต่างชาติขอเข้ามาสู่ในประเทศไทย เพื่อจะทำธุรกิจเพิ่มเติมอยู่ประมาณ เกือบ 200 กลุ่ม (ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ)

ในปี 2563 ท่ามกลางสถานการณ์วิกฤติโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ส่งผลกระทบต่อธุรกิจไมซ์ไทยและธุรกิจการเดินทางทั่วโลก สสพ. ตระหนักถึงความสำคัญของการช่วยเหลือผู้ประกอบการไมซ์เป็นอันดับหนึ่ง โดยธุรกิจไมซ์ได้รับผลกระทบหนักจากการปิดตัวของสถานประกอบการ บริษัทจัดงาน รวมถึงการเลิกจ้างงานบุคลากรที่อยู่ในสถานประกอบการไมซ์ โดย สสพ. มีแนวทางในการส่งเสริมธุรกิจไมซ์ในช่วงวิกฤติโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ดังนี้

- การใส่ใจพื้นฐานด้านสาธารณสุขและความปลอดภัย (Public Health and Safety Concern) ส่งผลต่อการส่งเสริมมาตรฐานการจัดงานอย่างปลอดภัย และการสนับสนุนใช้มาตรการความปลอดภัยในสถานประกอบการทั่วประเทศ
- สสพ. เร่งดำเนินการมาตรการเร่งด่วนเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนและช่วยส่งเสริมผู้ประกอบการไมซ์ โดยดำเนินการหลัก คือ การเพิ่มมาตรฐานสร้างความพร้อมให้กับสถานที่จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ โดยจัดทำมาตรการคัดกรองและป้องกันไวรัสโคโรนา (COVID-19) โดยสนับสนุนการนำแนวปฏิบัติเพื่อควบคุมและป้องกันไวรัสโคโรนา (COVID-19) ของกระทรวงสาธารณสุข มาเป็นแนวปฏิบัติในสถานที่จัดงานและสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ ทั้งผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน อาทิ การจัดให้มีการตรวจวัดอุณหภูมิ การตรวจประวัติของคนที่เข้าร่วมงาน ตั้งจุดล้างมือ การเว้นระยะห่างทางสังคม เป็นต้น
- ก้าวเข้าสู่ระบบดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ (Digital Transformation) ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการไมซ์ไทยใช้เทคโนโลยีเพื่อการจัดงานทุกประเภท
- สสพ. เร่งดำเนินการมาตรการเร่งด่วนเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนและช่วยส่งเสริมผู้ประกอบการไมซ์ โดยดำเนินการหลัก คือ การเพิ่มมาตรฐานสร้างความพร้อมให้กับสถานที่จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ โดยเน้นการส่งเสริมมาตรฐานความปลอดภัย และการส่งเสริมการจัดงานโดยใช้เทคโนโลยีออนไลน์

2. ภาวะอุตสาหกรรมงานกีฬา (Sport Event)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่เกิดขึ้นในปี 2563 นั้น ทำให้สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสุขภาพ หรือ สสส. ได้ร่วมกับ การกีฬาแห่งประเทศไทย หรือ กกท. ได้ร่วมกันหารือและเปิดตัวมาตรฐานในการจัดงานในรูปแบบ New Normal โดยรักษาระยะห่าง 1 คนต่อ 4 ตารางเมตร ซึ่งข้อกำหนดนี้จะทำให้คนร่วมงานวิ่งลดจำนวนลง ปกติงานวิ่งจะมีไม่ต่ำกว่า

3,000 คนต่อรายการ สวมหน้ากากก่อนและหลังวิ่ง การปล่อยตัวจุดสตาร์ทปล่อยเป็นกลุ่ม อาจใช้เวลามากขึ้น แต่เพื่อความปลอดภัย จัดพื้นที่บริการน้ำดื่มให้นักวิ่ง หลังนักวิ่งเข้าเส้นชัยมีวิธีลดแออัด รวมถึงกิจกรรมบันเทิงและนันทนาการในงานวิ่งน้อยลง เพื่อให้ใช้เวลาอยู่ในงานน้อยที่สุด แนวทางทำขึ้นเป็นสิ่งที่ผู้จัดงานวิ่งต้องรู้ และนำมาตราการไปใช้จัดกิจกรรมวิ่งแบบ New Normal (ที่มา: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ)

3. ภาวะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

จำนวนและรายได้สะสมของ นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยตั้งแต่เดือนมกราคม – พฤศจิกายน 2563 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศสะสมจำนวน 78.32 ล้านคนต่อครั้ง หดตัวร้อยละ 19.17 มีรายได้สะสมจากการท่องเที่ยว 0.43 ล้านล้านบาท หดตัวร้อยละ 56.33 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา จากการที่ภาครัฐได้อนุญาตให้มีการผ่อนปรน กิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม ส่งผลให้การท่องเที่ยวภายในประเทศปรับตัวดีขึ้นในเชิง จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (ก.ย.-พ.ย.) หดตัวน้อยลงอยู่ในช่วง ร้อยละ 20 – 35 ขณะที่ ในเชิงรายได้หดตัวน้อยลงอยู่ในช่วง ร้อยละ 40-50 แสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวภายในประเทศฟื้นตัว ชัดเจนมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การขยายตัวยังคงต่ำกว่าช่วงก่อนการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ทั้งนี้ จังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี และเชียงใหม่ตามลำดับ สำหรับแนวโน้มการท่องเที่ยวในเดือน ธันวาคม 2563 คาดว่าจะปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง โดยมีวันหยุดราชการพิเศษต่อเนื่อง 4 วัน ประกอบกับมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยว (โครงการเราเที่ยวด้วยกัน/กำลังใจ) ซึ่งยังเหลือสิทธิอีกจำนวนมาก และขยายระยะเวลาไปจนถึง 31 มกราคม 2564 ขณะเดียวกันมาตรการบรรเทาค่าใช้จ่าย (โครงการ คนละครึ่ง) ปัจจุบันมีร้านค้าลงทะเบียนคนละครึ่ง 8.5 แสนร้าน ผู้ใช้สิทธิ 9.49 ล้านคน กระตุ้น ให้เกิดการใช้จ่าย 2.8 หมื่นล้านบาท ค่าใช้จ่ายสูงสุดมาจาก กรุงเทพมหานคร สงขลา นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ตามลำดับ (ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

จากรายงานของ สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) พบว่า เศรษฐกิจไทยในรวมทั้งปี 2563 เศรษฐกิจไทยลดลงร้อยละ 6.1 เทียบกับการขยายตัวร้อยละ 2.3 ในปี 2562 โดยมูลค่าการส่งออกสินค้า การอุปโภคบริโภคภาคเอกชน และการลงทุนรวมลดลงร้อยละ 6.6 ร้อยละ 1.0 และร้อยละ 4.8 ตามลำดับ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ -0.8 และดุลบัญชีเดินสะพัดเกินดุลร้อยละ 3.3 ของ GDP แนวโน้ม

เศรษฐกิจไทยปี 2564 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 2.5 – 3.5 โดยมีปัจจัยสนับสนุน สำคัญ ประกอบด้วย (1) แนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลก (2) แรงขับเคลื่อนจากการใช้จ่ายภาครัฐ (3) การกลับมาขยายตัวของอุปสงค์ภาคเอกชน ในประเทศ และ (4) การปรับตัวตามฐานการขยายตัวที่ต่ำผิดปกติในปี 2563 ทั้งนี้ คาดว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าในรูปดอลลาร์ สหรัฐจะขยายตัวร้อยละ 5.8 การอุปโภคบริโภคภาคเอกชน และการลงทุนรวมขยายตัวร้อยละ 2.0 และร้อยละ 5.7 ตามลำดับ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยอยู่ในช่วงร้อยละ 1.0 – 2.0 และบัญชีเดินสะพัดเกินดุลร้อยละ 2.3 ของ GDP ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเศรษฐกิจไทยได้ผ่านจุดต่ำสุดแล้ว และกำลังฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเป็นผลมาจากทางไทยสามารถควบคุมการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ภาคธุรกิจ บริการ สถานประกอบการและร้านค้าต่าง ๆ สามารถกลับมาให้บริการได้ตามปกติภายใต้ มาตรฐานการป้องกันทางสาธารณสุข รวมถึง มาตรการที่ทางภาครัฐได้ออกมาช่วยกระตุ้นกำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศ ภาพรวมเศรษฐกิจไทยทั้งปี 2563 สภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจไทยจะหดตัวร้อยละ 6 และคาดว่าในปี 2564 เศรษฐกิจไทยจะเติบโต ประมาณร้อยละ 3.5-4.5 จากการฟื้นตัวของ เศรษฐกิจโลก ที่เริ่มเห็นสัญญาณบวกของ การบริโภคจากภาคเอกชน การเบิกจ่ายและ มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล และขณะที่ ภาคการท่องเที่ยวฟื้นตัวจากตลาดนักท่องเที่ยวในประเทศ สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ยังต้องติดตามสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) อย่างใกล้ชิด และผลจากประสิทธิภาพ การใช้วัคซีนกับประชาชนในบางประเทศ เช่น สหราชอาณาจักร เป็นต้น ซึ่งหากผลของวัคซีน มีประสิทธิภาพ น่าจะส่งผลดีต่อทิศทางการท่องเที่ยวในปี 2564 (ที่มา: สภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

4. อุตสาหกรรมโฆษณา

PwC ประเทศไทย คาดปี 2564 รายได้อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงไทยโต 6.3% เติบโต 5.5 แสนล้านบาท พ้นธงสื่อภาพยนตร์-เพลง วิทยุ และพ็อดคาสต์-ธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้าน พลิกโตสูงสุด เน้นจับตาวิดีโอเกมและอีสปอร์ต โตก้าวกระโดดแตะ 3.5 หมื่นล้าน ภายในปี 2567

กลุ่มอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงโดย บริษัท PwC ประเทศไทยเปิดเผยว่า จากการสำรวจข้อมูลด้านรายได้และคาดการณ์ทิศทางการเติบโตของ 14 กลุ่มอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงใน 53 ประเทศทั่วโลกพบว่า รายได้รวมของกลุ่มอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของไทยปี 2564 จะอยู่ที่ 547,640 ล้านบาท หรือเติบโตราว 6.3% จากปี 2563 ที่คาดว่าจะอยู่

ที่ 515,243 ล้านบาท และคาดว่าจะรายได้ของอุตสาหกรรมนี้ในประเทศไทยจะสูงกว่า 6 แสนล้านบาท ภายในปี 2567

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ในปี 2563 ได้ส่งผลกระทบต่อภาพรวมของเศรษฐกิจไทย โดยรายได้ของกลุ่มอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงไทยปี 2563 เติบโตลดลง 2%

ทั้งนี้ การใช้จ่ายของ 3 อันดับสื่อและบันเทิงของไทยที่คาดว่าจะมีอัตราการเติบโตสูงที่สุดในปี 2564 ได้แก่

- 1.ธุรกิจภาพยนตร์ (เติบโต 54% จากปีก่อนมาที่ 7,604 ล้านบาท)
- 2.ธุรกิจเพลง วิทยุ และพ็อดคาสท์ (เติบโต 27% จากปีก่อนมาที่ 12,280 ล้านบาท)
- 3.ธุรกิจสื่อโฆษณาออนไลน์ (เติบโต 25% จากปีก่อนมาที่ 12,944 ล้านบาท)

นอกจากนี้ ตลาดวิดีโอเกมและอีสปอร์ตของไทยมีแนวโน้มการเติบโตที่โดดเด่น โดยจะมีมูลค่าการใช้จ่ายแตะ 35,387 ล้านบาท ภายในปี 2567 เพิ่มขึ้นจากปี 64 ที่คาดว่าจะอยู่ที่ 29,749 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีในช่วง 5 ปี (2562-2567 CAGR) ที่ 7.2% ซึ่งนับเป็นตลาดที่เติบโตสูงสุดเป็นอันดับที่ 6 ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รองจากปากีสถาน อินเดีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์ ตามลำดับ

5. อุตสาหกรรมพาณิชย์และอื่นๆ (Trading)

ศูนย์วิจัยอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ สถาบันยานยนต์ ได้จัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการใช้งาน และการผลิตรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศ โดยบทสรุปพบว่า รถจักรยานยนต์ไฟฟ้ามีข้อดีในเรื่องลดมลพิษทางอากาศและประหยัดต้นทุนการใช้งาน แต่การทำให้ผู้บริโภคเข้าใจและยอมรับเทคโนโลยีใหม่ในประเทศไทยถือเป็นเรื่องท้าทายที่ภาครัฐและผู้ประกอบการต้องร่วมกันดำเนินการ

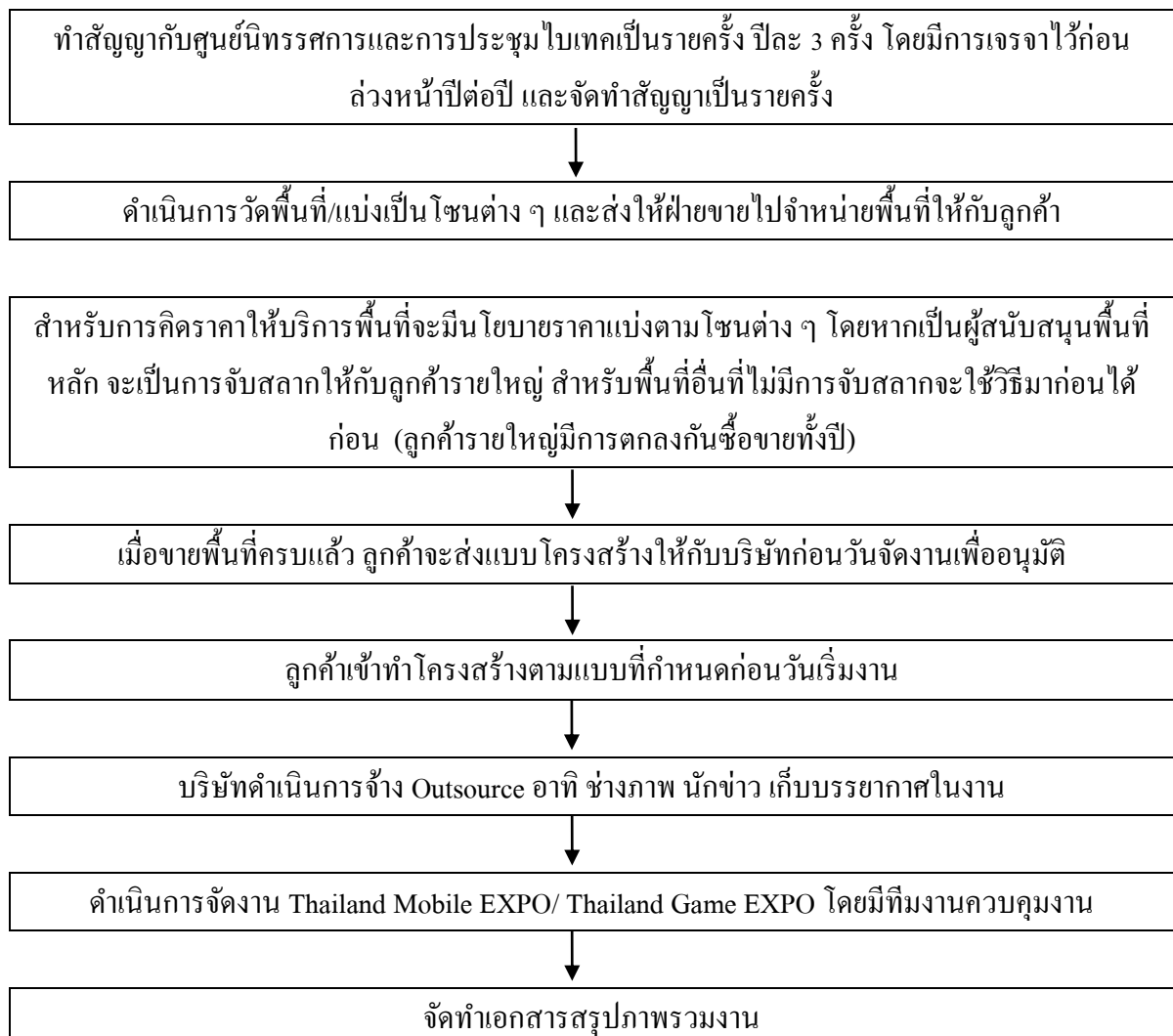
ปัจจุบันตลาดจักรยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทยมีแนวโน้มการแข่งขันที่สูง และมีผู้เล่นในตลาดเป็นจำนวนมาก ในปี 2563 ที่ผ่านมามีสถานีที่สามารถชาร์จรถไฟฟ้าเพิ่มขึ้นจึงเริ่มเป็นที่สนใจสำหรับคนต้องการรถประหยัดพลังงาน ทั้งนี้ จำนวนยอดการจดทะเบียนสะสมถึงปี 2563 รถมอเตอร์ไซด์ไฟฟ้า จำนวน 2593 คัน (ที่มา: สมาคมยานยนต์ไฟฟ้าไทย)

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

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

1. ขั้นตอนในการให้บริการกลุ่มธุรกิจการจัดงาน (Event)

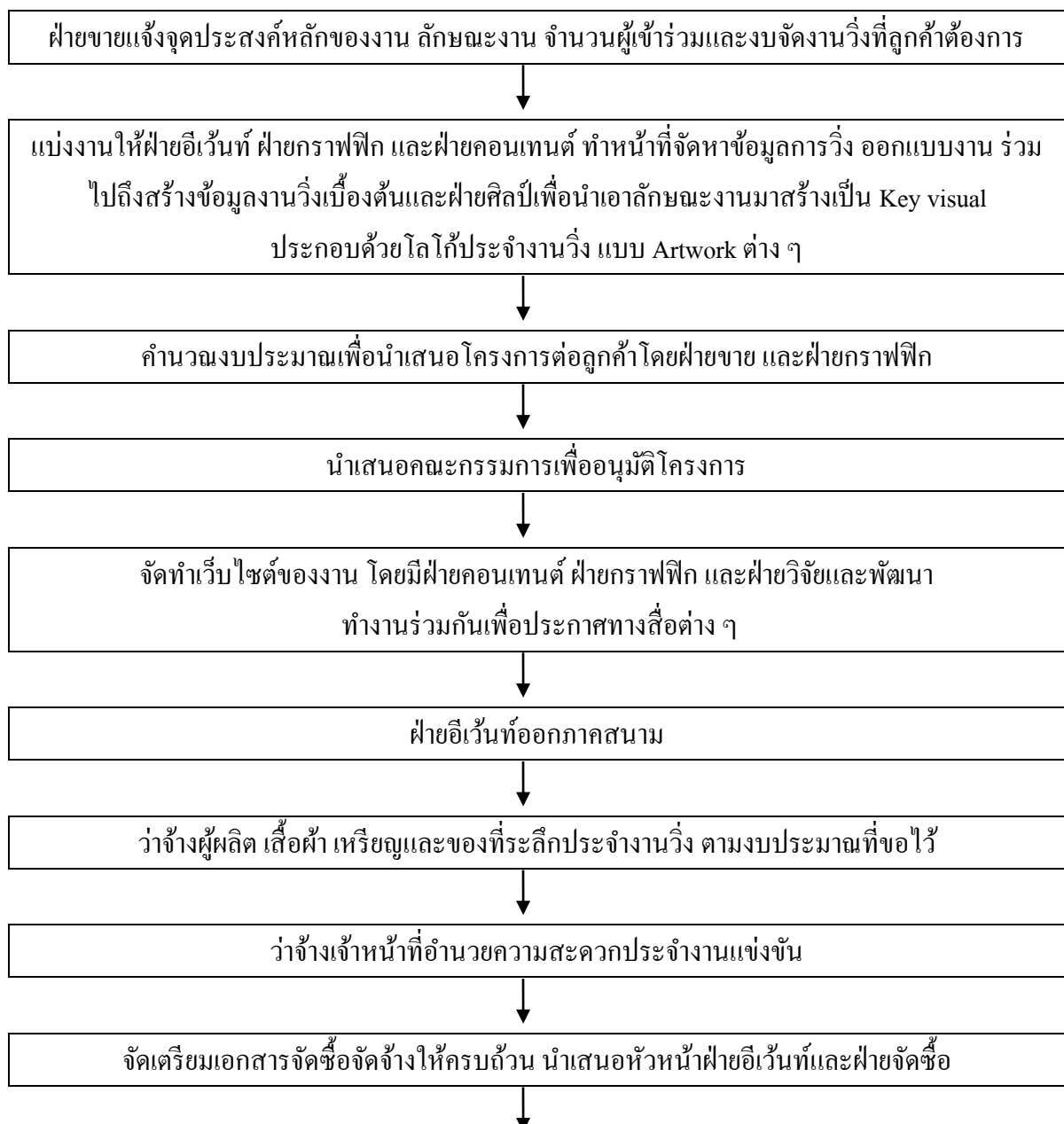
1.1 ขั้นตอนในการให้บริการ สำหรับการจัดงาน Thailand Mobile EXPO/ Thailand Game EXPO

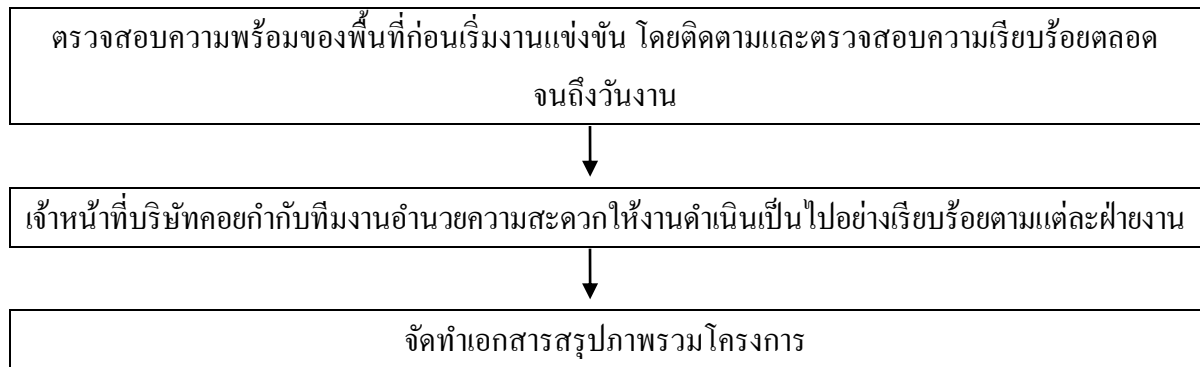


ขั้นตอนการเตรียมงานหลังจากการวางแผนหารือร่วมกันกับผู้ที่เกี่ยวข้องทุกส่วนงานแล้ว ฝ่ายอีเวนต์ออกภาคสนามเพื่อติดต่อขอเช่าสถานที่ และจัดซื้ออุปกรณ์ที่ต้องใช้ในโครงการ ดำเนินงานแบ่งงานให้กับพนักงานชั่วคราวภายนอก (Outsource) สำหรับงานที่ต้องจ้างภายนอก เช่น ช่างภาพ หรือ พนักงานชั่วคราว จัดเตรียมเอกสารการจัดซื้อจัดจ้างของแต่ละ

ละฝ่ายงานและตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้นดำเนินการตกแต่งสถานที่ และก่อนถึงวันจัดงาน บริษัทจะกำหนดให้มีการประชุมความพร้อมของส่วนงานต่าง ๆ เพื่อตรวจสอบสภาพสถานที่ให้มีความเรียบร้อยครั้งสุดท้ายก่อนเริ่มดำเนินวันงานจริง โดยในวันจัดงานจริงเจ้าหน้าที่ของบริษัทจะอำนวยความสะดวกให้งานดำเนินไปอย่างเรียบร้อยตามความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายงาน และเมื่อจบงาน ผู้ที่เกี่ยวข้องจะดำเนินการสรุปผลหลังจบงาน ทำสรุปงบประมาณรายรับรายจ่าย สรุปปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นภายในงานพร้อมนำเสนอวิธีแก้ไขต่อไป รวมทั้งการจัดเตรียมเอกสารสรุปโครงการ

1.2 ขั้นตอนในการให้บริการ สำหรับการจัดงานวิ่ง (Sport Event)





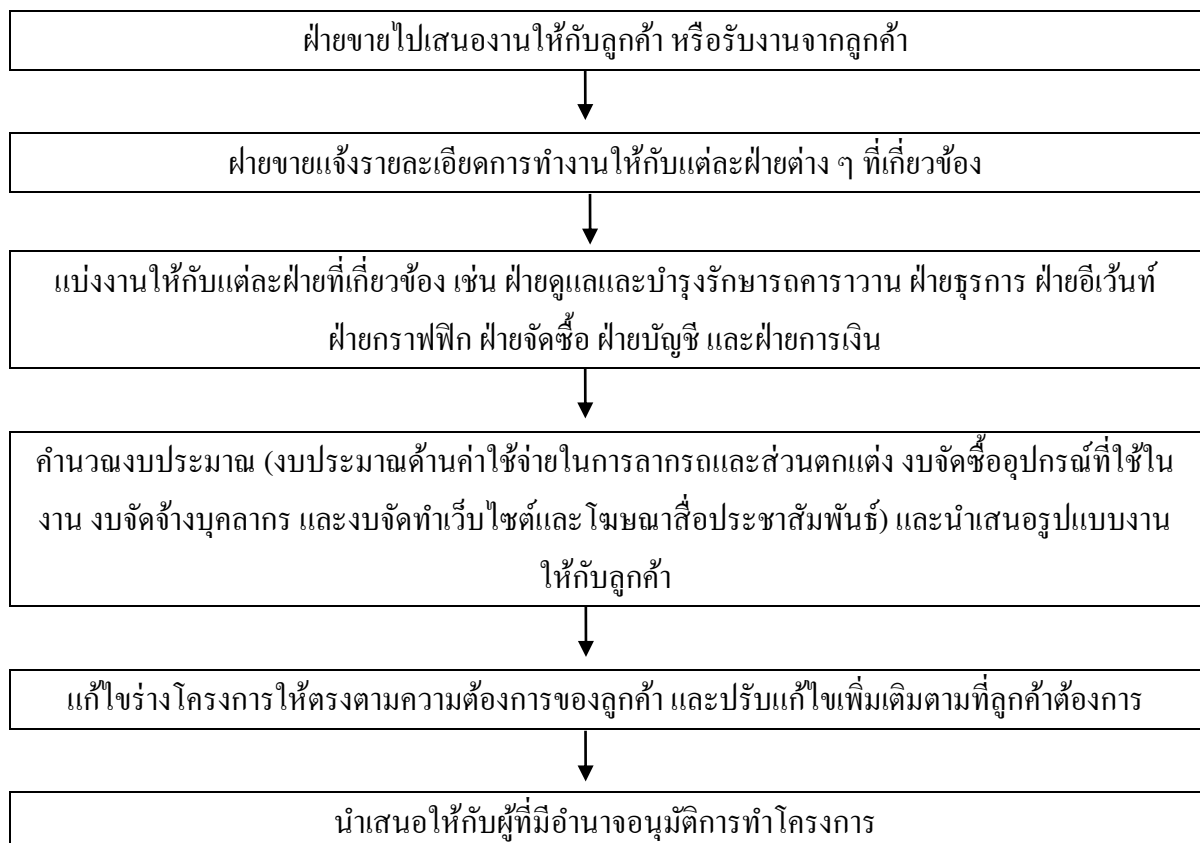
การให้บริการสำหรับงานแข่งขันกีฬาของบริษัท สำหรับงานวิ่งที่บริษัทเป็นเจ้าของงาน และเป็นผู้ดูแลและบริหารจัดการงานเอง เริ่มจากการรับงานจากฝ่ายขายโดยแจ้งจุดประสงค์หลักของงาน ลักษณะงาน จำนวนผู้เข้าร่วมและงบประมาณวิ่งที่ Sponsor ต้องการ และแบ่งงานให้ฝ่ายคอนเทนต์ ทำหน้าที่จัดหาข้อมูลงานวิ่ง ออกแบบงาน ตั้งแต่ระยะเวลาที่ควรจัดงาน กรอบเวลาการทำงาน สำรวจพื้นที่และจัดหาแบบงานที่สามารถใช้อ้างอิงประกอบ และแบ่งงานให้ฝ่ายกราฟฟิกเพื่อนำเอาลักษณะงานมาสร้างเป็น Key visual ซึ่งประกอบด้วย โลโก้ ประจักษ์งานวิ่ง แบบ Artwork ที่จะใช้บนเว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ และ Artwork ที่จะใช้ใน Social media เช่น Facebook cover และลักษณะ Banner ต่าง ๆ กำหนดงบประมาณและนำเสนอโครงการต่อลูกค้าโดยฝ่ายขายจัดหาข้อมูลร่วมกับฝ่ายคอนเทนต์และฝ่ายกราฟฟิก สำหรับนำเสนอคณะกรรมการเพื่ออนุมัติโครงการก่อนทำเรื่องเบิกใช้งบประมาณ โดยแบ่งเป็นงบสำหรับผลิตของที่ระลึก งบตกแต่งสถานที่ งบจัดจ้าง และงบจัดทำเว็บไซต์และระบบลงทะเบียนออนไลน์

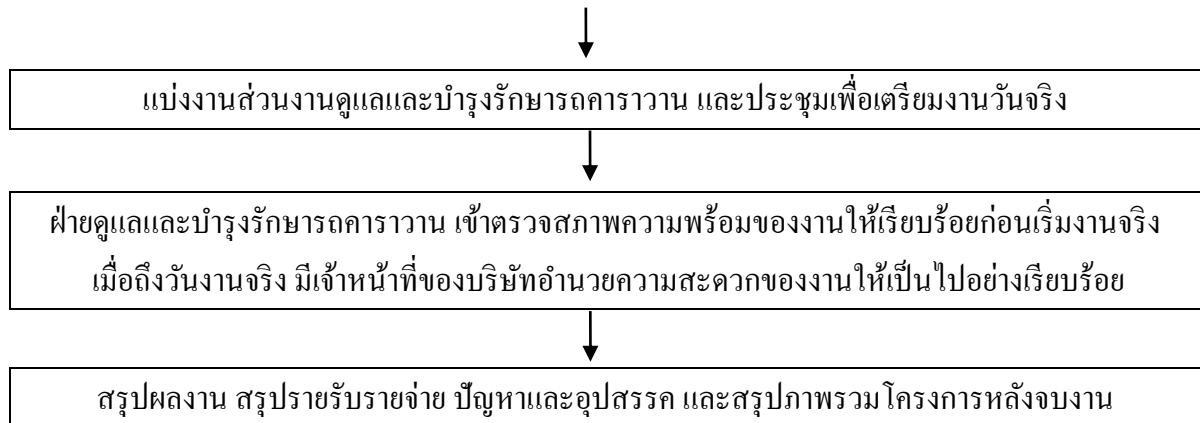
การจัดทำเว็บไซต์ของงาน โดยมีฝ่ายคอนเทนต์ ฝ่ายกราฟฟิก และฝ่ายวิจัยและพัฒนาทำงานร่วมกัน ซึ่งจะมีฝ่ายจัดตกแต่งสถานที่ ออกภาคสนามเพื่อติดต่อขอเช่าพื้นที่และวัดขนาดพื้นที่ โดยบริษัทมีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญภายนอก (outsourc) ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคการจัดงานวิ่ง ซึ่งจะให้คำปรึกษาและให้บริการจัดการแข่งขัน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

การตรวจสอบความพร้อมของพื้นที่ก่อนเริ่มงานแข่งขัน และคอยกำกับงานให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้และคอยตรวจสอบความเรียบร้อยตลอดจนถึงวันงาน ในวันแข่งขันเจ้าหน้าที่ตรวจสอบสภาพความเรียบร้อยครั้งสุดท้ายของงานและคอยกำกับทีมงาน อำนวยความสะดวกให้งานดำเนินเป็นไปอย่างเรียบร้อย ตามแต่ละฝ่ายงาน หลังจากจบงานแข่งขันจะมีการสรุปภาพรวมโครงการและสรุปปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นภายในงาน พร้อมนำเสนอวิธีแก้ไขในครั้งต่อไป

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

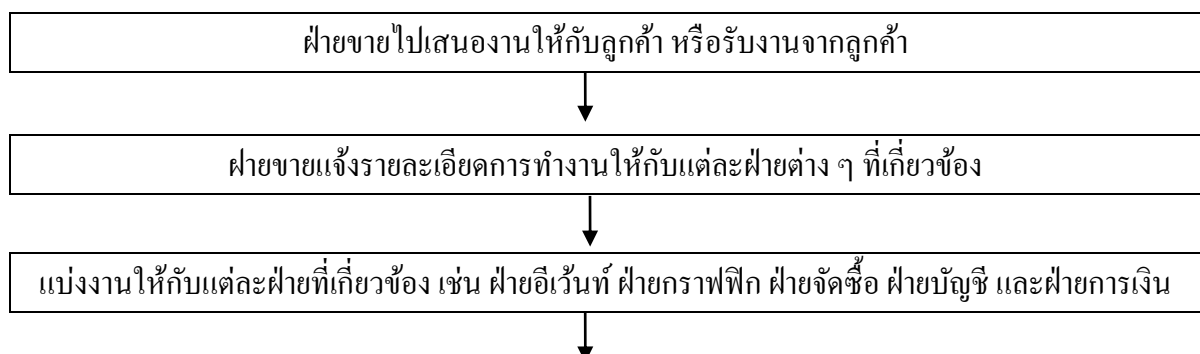
1.3 ขั้นตอนในการให้บริการรถคาราวานและเต็นท์





การให้บริการรถคาราวานและเดินท์ (MV Caravan) ของบริษัทจะเริ่มต้นเมื่อรับงานจากทีมขาย โดยทีมขายจะแจ้งรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับงานให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการวางแผนการดำเนินงานต่าง ๆ ทั้งฝ่ายดูแลและบำรุงรักษารถคาราวาน ฝ่ายธุรการ ฝ่ายอีเว้นท์ ฝ่ายกราฟฟิก ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายบัญชี และฝ่ายการเงิน คำนวณงบประมาณ และนำเสนอโครงการต่อลูกค้า หลังจากหารือระหว่างกันแก้ไขร่างโครงการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า จากนั้นนำเสนอผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่ออนุมัติโครงการ และทำเรื่องเบิกงบประมาณมาเพื่อใช้ในการดำเนินงาน อาทิ ค่าใช้จ่ายในการลากรถและส่วนตกแต่ง งบประมาณจัดซื้ออุปกรณ์ที่ใช้ในงาน งบประมาณจัดทำเว็บไซต์และโฆษณาสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เพื่อนำส่งรูปแบบงานให้กับลูกค้า หลังจากมีการหารือแก้ไขร่างโครงการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า บริษัทจะนำเสนอให้ผู้มีอำนาจอนุมัติโครงการ ฝ่ายจัดซื้อขอซื้ออุปกรณ์ตกแต่งสถานที่ดำเนินการจัดซื้ออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในโครงการ และแบ่งงานให้กับพนักงานชั่วคราวภายนอก (Outsource) เพื่อเตรียมงานวันจริง จากนั้นบริษัทก็จะตรวจสอบสภาพความพร้อมของงานให้เรียบร้อยก่อนเริ่มงานจริง และจะมีเจ้าหน้าที่ของบริษัทอำนวยความสะดวกของงานให้เป็นไปอย่างเรียบร้อยในวันงาน หลังจากจบงาน บริษัทจะมีการสรุปผลงาน ภาพรวมโครงการ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นภายในงาน เพื่อนำเสนอแนวทางแก้ไขในครั้งต่อไป

1.4 ขั้นตอนในการให้บริการ สำหรับการจัดงานอื่น ๆ

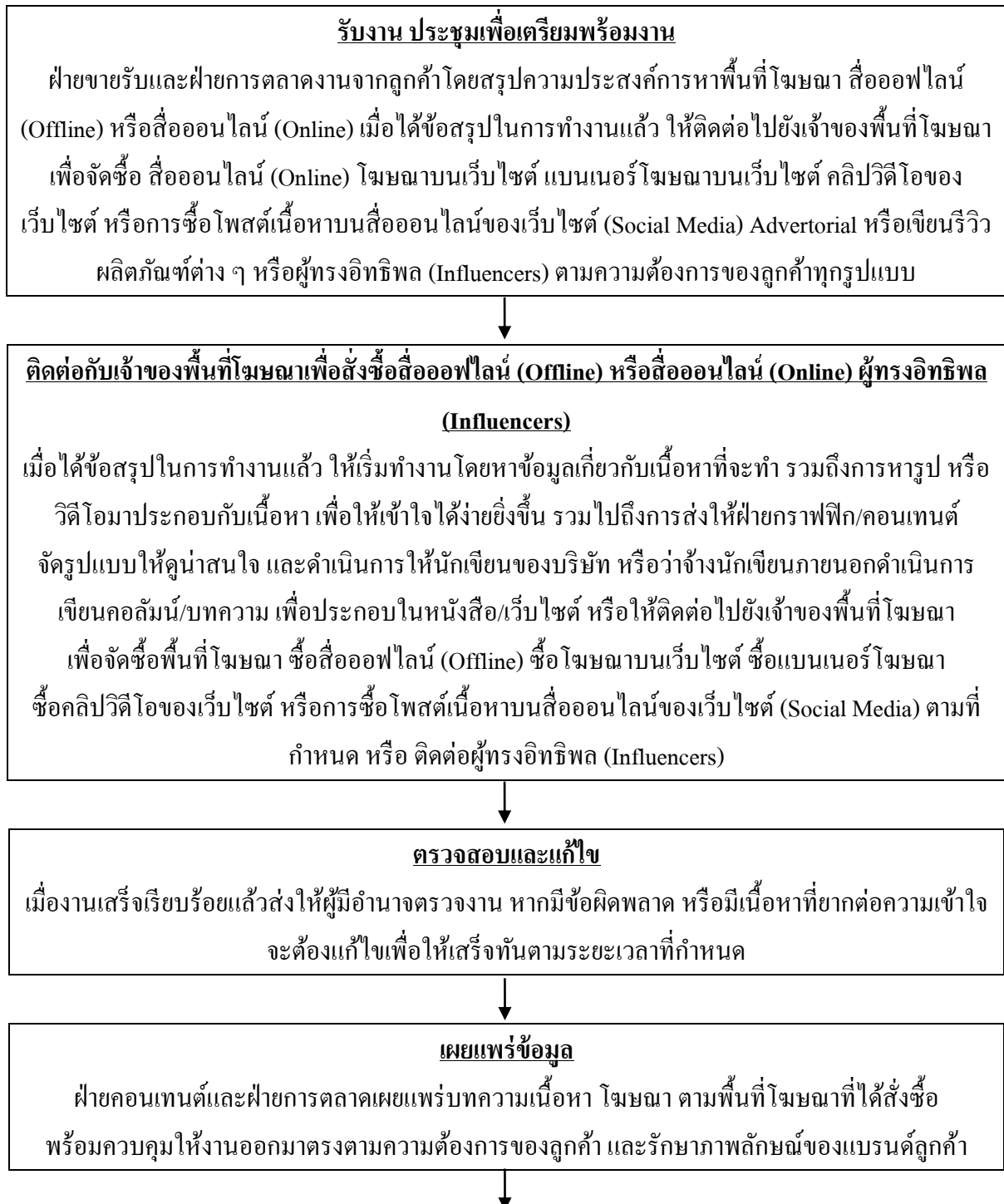




การให้บริการการจัดงาน (Event) ของบริษัทจะเริ่มขึ้นเมื่อรับงานจากทีมขาย โดยทีมขายจะแจ้งรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับงานให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการวางแผนการดำเนินงานต่าง ๆ ทั้งฝ่ายสถานที่ ฝ่ายจัดซื้อ และฝ่ายดูแลอุปกรณ์ กำหนดงบประมาณ และนำเสนอโครงการต่อลูกค้า หลังจากหารือระหว่างกันแก้ไขร่างโครงการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า จากนั้นนำเสนอผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่ออนุมัติโครงการ และทำเรื่องเบิกงบประมาณมาเพื่อใช้ในการดำเนินงาน อาทิ งบประมาณด้านสถานที่และโครงสร้างส่วนตกแต่ง งบจัดซื้ออุปกรณ์ที่ใช้ในงาน งบจัดจ้างบุคลากร งบจัดทำเว็บไซต์และโฆษณาสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เพื่อนำส่งรูปแบบงานให้กับลูกค้า หลังจากมีการหารือแก้ไขร่างโครงการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า บริษัทจะนำเสนอให้ผู้ที่มีอำนาจอนุมัติโครงการก่อนให้ฝ่ายจัดซื้อดำเนินการออกภาคสนามเพื่อติดต่อขอเช่าพื้นที่ฝ่ายจัดตกแต่งสถานที่ดำเนินการจัดซื้ออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในโครงการ และแบ่งงานให้กับพนักงานชั่วคราวภายนอก (Outsource) เพื่อเตรียมงานวันจริง จากนั้นบริษัทก็จะเข้าตรวจสอบสภาพความพร้อมของงานให้เรียบร้อยก่อนเริ่มงานจริง และจะมีเจ้าหน้าที่ของบริษัทอำนวยความสะดวกของงานให้เป็นไปอย่างเรียบร้อยในวันงาน หลังจากจบงาน บริษัทจะมีการสรุปผลงาน

ภาพรวมโครงการ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นภายในงาน เพื่อนำเสนอแนวทางแก้ไขในครั้งต่อไป

2. ขั้นตอนในการให้บริการธุรกิจสื่อ ธุรกิจดิจิทัลเอเจนซี และธุรกิจผู้ทรงอิทธิพล (Influencers)



ส่งรายงานสถิติต่าง ๆ

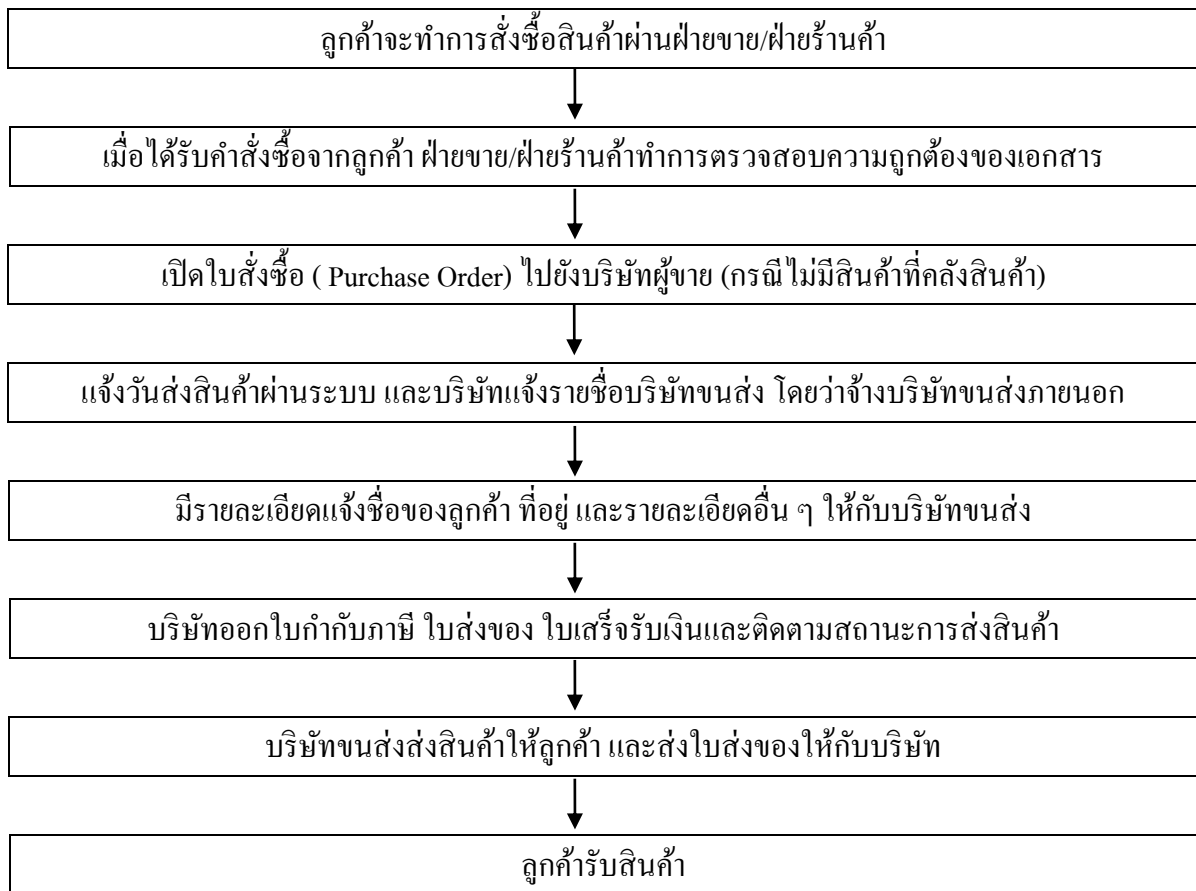
เมื่อถึงระยะเวลาการเผยแพร่ครบตามกำหนดจะนำเอาสถิติการเข้าชมต่าง ๆ ให้ลูกค้า เพื่อวิเคราะห์หาความเป็นไปได้ต่าง ๆ แล้วนำไปแก้ไข หรือเพิ่มเติม ให้งานครั้งต่อไปมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การให้บริการด้านการทำบทความ (Content) ของบริษัทจะเริ่มต้นขึ้นเมื่อฝ่ายขายรับงานจากลูกค้าและส่งงานไปยังฝ่ายคอนเทนต์ ในกรณีที่เป็นการงานโฆษณาหรือเขียนรีวิวผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า หรือหากเป็นบทความอื่น ๆ ที่สนใจจะมีการประชุมเพื่อสรุปประเด็นที่สำคัญและรายละเอียดต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เมื่อได้ข้อสรุปในการทำงานแล้ว จะเริ่มดำเนินงานโดยการหาข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาที่จะทำรวมถึงการหารูป หรือวิดีโอมาประกอบกับเนื้อหาเพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น รวมไปถึงการส่งงานให้ฝ่ายกราฟฟิคใช้แบบฟอร์มจัดรูปแบบให้ดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น และบริษัทจะดำเนินการให้นักเขียนของบริษัทและนักเขียนอิสระเขียนบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการจ้างนักเขียนจากภายนอกเขียนบทความบางส่วนตามที่ลูกค้าต้องการ อาทิ การเขียนบทความรีวิวมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ที่ยังไม่มีจำหน่ายแต่ได้รับเครื่องทดลองมาก่อน เป็นต้น

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

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

3. ขั้นตอนในการจำหน่ายสินค้ากลุ่มธุรกิจพาณิชย์และอื่น ๆ (Commerce)



การจำหน่ายสินค้าพาณิชย์และอื่น ๆ (Commerce) ของบริษัทจะเริ่มต้นจากการรับคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าผ่านฝ่ายขาย/ฝ่ายร้านค้า โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย/ฝ่ายร้านค้า ยืนยันคำสั่งซื้อ และมีเจ้าหน้าที่บัญชีตรวจสอบเอกสารใบยืนยันคำสั่งซื้อ ที่ระบุรายละเอียด ได้แก่ ชื่อ-ที่อยู่ จำนวนสินค้า รุ่น สี จำนวนเงินที่ชำระในใบยืนยันคำสั่งซื้อ หลังจากนั้นทำการเปิดเอกสารใบกำกับภาษี และใบเสร็จรับเงิน โดยบริษัทจะรับชำระเงินตามเครดิตเทอมที่ให้แก่ลูกค้า อย่างไรก็ตาม ในกรณีมีการคืนสินค้าเจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย/ฝ่ายร้านค้าจะนำสินค้าที่ได้รับคืนจากลูกค้ามาตรวจสอบและส่งให้ผู้มีอำนาจอนุมัติตามอำนาจการดำเนินงานต่อไป

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 2561 – ปี 2563 เท่ากับ 119.1 ล้านบาท 117.8 ล้านบาท และ 66.1 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 26.4 ร้อยละ 35.3 และร้อยละ 31.6 ของรายได้รวมของบริษัท ตามลำดับ ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากการจัดงานดังกล่าวได้ ซึ่งหากเกิดเหตุการณ์ในอนาคตที่ทำให้บริษัทไม่สามารถดำเนินการจัดงานได้ หรือความถี่การจัดงานลดลง หรืองานได้รับความนิยมน้อยลง ทำให้ผู้สนใจเข้าร่วมงานน้อยลงจนงานไม่ได้รับการตอบรับที่ดีก็จะส่งผลให้ลูกค้าของบริษัทที่ซื้อพื้นที่แสดงสินค้ากับบริษัทอาจลดการเข้าร่วมงานได้ในอนาคต หรือหากลูกค้ารายสำคัญของบริษัท เช่น เจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือรายใหญ่ ไม่เข้าพื้นที่ต่อในงานดังกล่าว หรือหากมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดงานหรือสถานที่จัดงาน หรือมีเหตุการณ์อื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อทางลบต่อการจัดงาน บริษัทก็อาจได้รับผลกระทบทำให้รายได้ของบริษัทลดลง และส่งผลกระทบต่อการทำงานโดยรวมของบริษัทได้

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทพยายามรักษารูปแบบการจัดงานให้เป็นที่ยอมรับและเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ทำให้งาน Thailand Mobile EXPO ที่บริษัทจัดขึ้นในแต่ละครั้งมีความน่าสนใจ มีความแตกต่างและมีความหลากหลายอยู่ตลอดเวลา ตลอดจนการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทและผู้เข้าร่วมแสดงสินค้าเพื่อให้สามารถตอบโจทยความต้องการของทั้งผู้เข้าร่วมแสดงสินค้าและผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคต บริษัทได้จัดงาน Thailand Mobile EXPO มาต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2550 จนถึงปัจจุบันเป็นเวลา 13 ปีต่อเนื่อง รวมการจัดงานทั้งสิ้น 37 ครั้ง ประกอบกับผู้เข้าพื้นที่ในงาน Thailand Mobile EXPO เป็นเจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือชั้นนำในประเทศ และผู้จำหน่ายรวมถึงผู้ประกอบการสินค้าเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์ไอทีได้เข้าร่วมงานกับบริษัทมาอย่างต่อเนื่องในระยะยาว อีกทั้งในปัจจุบัน บริษัทยังมีนโยบายการเพิ่มรายได้จากการให้บริการงานประเภทอื่น ๆ โดยเน้นการจัดงานด้านอื่น ๆ เช่น Thailand Game EXPO งานมหกรรมเกมและอุปกรณ์เกมมิ่งที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ ตอบรับกระแสอีสปอร์ตในบ้านเราที่ยังคงแรงอยู่ในขณะนี้ และยังมีงาน Idol EXPO มหกรรมงานรวมไอดอลไทยมากที่สุดในวงการ งานจัดแสดงรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า EV EXPO และการนำรถบ้าน MV Caravan ไปจอดเพื่อให้ลูกค้าในงานสามารถเข้ามาดูและสัมผัสความสะดวกสบาย

ในการไปเข้าพักรถบ้าน 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 และบริษัทเล็งเห็นว่าศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทคเป็นทำเลที่เหมาะสมพื้นที่กว้างขวาง เดินทางสะดวกด้วยรถไฟฟ้า BTS ซึ่งบริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการไม่สามารถเช่าพื้นที่ดังกล่าวได้ในอนาคต หรือมีความเสี่ยงจากการเช่าพื้นที่ได้น้อยลง ไม่เพียงพอต่อความต้องการ โดยบริษัททำการตกลงเกี่ยวกับแผนการจัดงาน Thailand Mobile EXPO ตลอดทั้งปี และมีการกำหนดตารางวันจัดงานล่วงหน้าอย่างชัดเจน แต่มีการจัดทำสัญญาเช่าพื้นที่กับศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทคเป็นรายครั้งตามงานที่จัด โดยมีการจัดทำสัญญาล่วงหน้าก่อนการจัดงานแต่ละครั้งประมาณ 2 - 6 เดือน ทั้งนี้จากประสบการณ์การจัดงานที่ผ่านมา ทำให้บริษัทมีความเชี่ยวชาญและชำนาญ อีกทั้งยังมีประวัติการจัดงาน (Track record) แบบมืออาชีพมาอย่างยาวนาน และไม่เคยประสบปัญหาการเช่าพื้นที่ทั้งสถานที่จัดงานก่อนหน้านี้ 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 37 ครั้ง ทำให้บริษัทมีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญ ชำนาญในการจัดงาน และเป็นศูนย์กลางให้เจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือมาพบกับผู้บริโภคโดยตรง

แผนการบริหารความเสี่ยง : การที่บริษัทอยู่ในธุรกิจเกี่ยวกับสื่อและไอที 18 ปี ทำให้มีความเข้าใจภาวะอุตสาหกรรมและแนวโน้มตลาดโทรศัพท์มือถือและสินค้าไอทีเป็นอย่างดี บริษัทจึงมีความสามารถในการติดตามภาวะการแข่งขันได้ทันต่อเหตุการณ์ โดยการเจาะจงสินค้าไอทีประเภทสมาร์ตโฟน โดยเฉพาะ และสำหรับธุรกิจพาณิชย์ (Commerce) บริษัทได้มีการปรับตัวตามภาวะอุตสาหกรรมโดยลดบทบาทช่องทางขายออนไลน์ และหาสินค้าใหม่มาทดแทน เพื่อจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและสภาพตลาดปัจจุบัน

นอกจากนี้ ในด้านธุรกิจสื่อดิจิทัล เว็บไซต์ที่นำเสนอข่าวสารด้านโทรศัพท์มือถือที่เปิดบริการอยู่และอยู่ได้นานอย่างต่อเนื่องมีจำนวนไม่มาก เนื่องจากผู้ประกอบการต้องมีความพร้อมในการสร้างฐานข้อมูล การให้ข่าวสารที่รวดเร็วตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป การมีเนื้อหาที่ทันสมัย น่าติดตาม และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง จากประสบการณ์ในการสร้างสรรค์สื่อโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อด้านโทรศัพท์มือถือที่ยาวนานกว่า 18 ปี บริษัทจึงมีความพร้อมในด้านเนื้อหาและความน่าเชื่อถือ โดยบริษัทสามารถนำเนื้อหาและฐานข้อมูลที่มีมาพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการผ่านสื่อดิจิทัล ถึงแม้รายได้จากธุรกิจสื่อดิจิทัลในปัจจุบันยังมีสัดส่วนไม่มากนัก แต่มีแนวโน้มการเติบโตสูงจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ในส่วนของการจัดงานแสดงสินค้า บริษัทมีการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่เน้นความหลากหลายของสินค้าภายในงาน การเลือกสถานที่จัดงานที่อยู่กลางใจเมือง ที่มีพื้นที่กว้างขวาง เดินทางสะดวก มีการจัดกิจกรรมและการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด ให้ของแถม จักรางวัลชิงโชค ประมูลสินค้าราคาถูก มีพนักงานขายคอยให้คำแนะนำการเลือกซื้อสินค้าไอที มีการนำเสนอนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ของสินค้าต่าง ๆ ในงาน รวมทั้ง มีการประชาสัมพันธ์ในวงกว้างที่ครอบคลุมทุกสื่อ ได้แก่ Website, Facebook, Twitter, YouTube, Line, Instagram ของบริษัท ประกอบกับความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าของแบบ

รศ.โทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ และผู้จัดจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ ทำให้งานแสดงสินค้าของบริษัทยังสามารถรักษาความนิยมทั้งจากผู้เข้าชมงานและผู้เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าและบริการในงานได้เป็นอย่างดี

3.4 ความเสี่ยงจากสินค้าล้าสมัยและความเสี่ยงจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคและเทคโนโลยี

ปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่าโทรศัพท์มือถือเป็นสินค้าอันดับหนึ่งที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่จำเป็นต้องมีการใช้ชีวิตประจำวัน เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลและข่าวสารได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ทำให้เกิดการแข่งขันของโทรศัพท์มือถือโดยเฉพาะสมาร์ตโฟนมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น จะเห็นได้จากการเปิดตัวสินค้าใหม่ ๆ ตลอดเวลาเพียงในระยะเวลาห่างกันไม่นานของสมาร์ตโฟนแต่ละรุ่น ซึ่งทำให้สมาร์ตโฟนรุ่นเก่า ๆ มีแนวโน้มความต้องการลดน้อยลง จากการมีนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาแทนที่อย่างรวดเร็ว อาจส่งผลกระทบต่อดำเนินงานของบริษัทได้ เนื่องจากบริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทสมาร์ตโฟนและสินค้าด้านเทคโนโลยี ทำให้บริษัทต้องสต็อกสินค้าในส่วนโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต อุปกรณ์สวมใส่ และอุปกรณ์เสริมไว้เพื่อจำหน่าย บริษัทจึงมีความเสี่ยงเรื่องสินค้าที่จัดเก็บไว้ในสต็อกสินค้าอาจล้าสมัยได้หรือไม่สามารถจำหน่ายได้ในเวลาอันสั้น เมื่อมีสินค้ารุ่นใหม่ ๆ เข้ามาแทนที่

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทมีนโยบายการสต็อกสินค้าให้มีความเหมาะสมต่อการจำหน่าย โดยคำนึงถึงสถิติการจำหน่ายที่ผ่านมา และซื้อสินค้าเมื่อลูกค้าทำการสั่งซื้อ ทำให้ลดความเสี่ยงจากสินค้าล้าสมัยได้ อันเนื่องจากสินค้าประเภทอุปกรณ์สื่อสาร ไอทีและเทคโนโลยี มีกระแสนิยมเปลี่ยนแปลงค่อนข้างเร็ว

สำหรับนโยบายการขายสินค้าคงคลังล้าสมัย บริษัทจะจัดรายการส่งเสริมการขายในสินค้าที่มีอายุมากกว่า 1 ปี ในการกำหนดส่วนลดก็จะแตกต่างกันซึ่งขึ้นอยู่กับราคาตลาดของสินค้าในขณะนั้นอย่างไร ก็ดีบริษัทมีค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยค่อนข้างน้อย

3.5 ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโฆษณา

ในภาวะที่เศรษฐกิจชะลอตัวจะส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมโฆษณาค่อนข้างมาก เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะพิจารณาลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาลง ในปัจจุบันภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณามีแนวโน้มลดลงจากคำสั่งซื้อของผู้บริโภคที่ยังไม่ฟื้นตัวกลับเข้าสู่ภาวะปกติ ส่งผลให้ยอดขายสินค้าต่าง ๆ อยู่ในภาวะที่จำหน่ายได้ยากขึ้น รวมถึงภาครัฐกิจและภาครัฐบาลที่ยังชะลอการใช้งบผ่านสื่อ เนื่องจากยอดขายสินค้าที่คาดการณ์ไว้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย โดยสื่อที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดได้แก่ สื่อนิตยสาร สื่อทีวี วิทยู และสื่อหนังสือพิมพ์ อย่างไรก็ตาม สื่อที่มีอัตราการ

เติบโตที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องยังเป็นสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อในอาคาร ที่คาดว่าจะยังสามารถเติบโตได้ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทมีการให้บริการที่หลากหลาย โดยเน้นการเป็นผู้ให้บริการสื่อผ่านสื่อออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ตซึ่งบริษัทมีทักษะและความชำนาญเป็นอย่างดี อีกทั้งการจัดงานแสดงสินค้าโทรศัพท์มือถือและไอทีระดับประเทศของบริษัท นับเป็นสื่อโฆษณาที่ดีให้กับผู้ประกอบการโทรศัพท์มือถือที่เข้าร่วมงาน จากการดำเนินธุรกิจที่มีการกระจายความเสี่ยงโดยการให้บริการหลากหลายประเภทตามที่กล่าวข้างต้น ทำให้บริษัทสามารถรับมือหรือปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตามภาวะเศรษฐกิจได้อย่างดี

3.6 ความเสี่ยงจากการละเมิดลิขสิทธิ์ และพรบ.คอมพิวเตอร์

เนื่องจากบริษัทประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งสื่อออฟไลน์ และสื่อออนไลน์ รวมทั้งเทคโนโลยี และมีการจัดทำบทความ การใช้รูปภาพประกอบที่อาจมีลิขสิทธิ์ในการเผยแพร่หรือมีความเสี่ยงจากการคัดลอก หรือการประกอบธุรกิจที่ต้องอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่งผลทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการที่อาจถูกฟ้องร้องซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทได้

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทมีข้อกำหนดให้บุคคลที่เกี่ยวข้องจะต้องดำเนินงานด้วยความระมัดระวังเกี่ยวกับเรื่องลิขสิทธิ์และการเผยแพร่ข้อมูลและมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งกำหนดให้ทีมงานที่บริษัท หรือนักเขียนอิสระที่บริษัทจัดจ้าง ให้ความสำคัญในเรื่องนี้ตลอดจนการใช้ภาพสาธารณะหรือใช้รูปภาพประกอบจากการถ่ายภาพจากสินค้าทดลองจริงของบริษัทก็ต้องตรวจสอบลิขสิทธิ์อย่างรัดกุมก่อนใช้งาน เพื่อเป็นการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์เป็นระยะ ๆ โดยที่ผ่านมา บริษัทไม่เคยถูกดำเนินคดีฟ้องร้องในความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์แต่อย่างใด

3.7 ความเสี่ยงด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์

เนื่องจากข้อมูล เป็นสิ่งที่มีค่าในดำเนินธุรกิจของบริษัท อย่างไรก็ตาม อาจมีภัยคุกคามจากภายนอกจากอินเทอร์เน็ตที่ไม่ประสงค์ ดังนั้นบริษัทอาจได้รับผลกระทบจากการคุกคามจากภายนอกจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทได้

แผนการบริหารความเสี่ยง บริษัทได้บริหารความเสี่ยงด้านการคุกคามข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ด้วยการติดตั้งระบบป้องกัน 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 เรื่องการแสดงราคาและรายละเอียดเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าและบริการ ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์ ซึ่งตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ได้กำหนดหลักการสำคัญเรื่องคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค 5 ประการ ได้แก่ (1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ถูกต้อง (2) สิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าและบริการ (3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าและบริการ (4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา (5) สิทธิที่จะได้รับการชดเชยความเสียหาย รวมทั้งการจำหน่ายสินค้าจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ในการโฆษณาซึ่งจะต้องไม่ใช่ข้อความ (รวมถึงภาพของสินค้า) ที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ซึ่งเป็นกฎหมายที่สำคัญที่บริษัทจะต้องปฏิบัติตามเพื่อให้เป็นไปตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัท บริษัทจึงมีความเสี่ยงที่อาจถูกฟ้องร้องจากผู้บริโภคหากบริษัทไม่ดำเนินธุรกิจภายใต้กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องในการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ สำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ บริษัทยังต้องติดตามการออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจออนไลน์ในอนาคต เช่น การแก้ไขประมวลรัษฎากร ที่อาจจะเรียกเก็บภาษีจากธุรกิจออนไลน์หรือจากผู้ประกอบการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (e-Business) ในอนาคต เป็นต้น

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติตามกฎระเบียบ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว บริษัทจึงได้กำหนดให้พนักงานที่เกี่ยวข้องศึกษาข้อกำหนด และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ รวมถึงติดตามกฎระเบียบต่าง ๆ ที่อาจบังคับใช้ในอนาคต เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง โดยที่ผ่านมามีบริษัทไม่เคยถูกฟ้องร้องเรื่องดังกล่าวแต่อย่างใด

3.9 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยจากเงินกู้ยืมสถาบันการเงิน

เนื่องจากในปัจจุบัน บริษัทมีการใช้บริการสินเชื่อจากจากสถาบันการเงิน จำนวน 4 แห่ง เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนและเป็นแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งบริษัทมีการใช้วงเงินสินเชื่อเพิ่มขึ้นจากการขยายธุรกิจ เช่น การจัดหาสินทรัพย์เพื่อใช้ในการจัดซื้อรถคาราวาน เป็นต้น ณ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน และหนี้สินตามสัญญาเข้าทางการเงิน คิดเป็นจำนวนเงิน 91.0 ล้านบาท (2562: 47.9 ล้านบาท) โดยมีภาระหนี้แบ่งเป็นหนี้สินระยะสั้นจำนวน 19.0 ล้านบาท (2562: 16.2 ล้านบาท) และหนี้สินระยะยาวจำนวน 72.0 ล้านบาท (2562: 31.7 ล้านบาท) ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยแตกต่างกันไปแต่ละประเภทของวงเงินสินเชื่อที่ได้รับทั้งอัตราดอกเบี้ยแบบคงที่และอัตราดอกเบี้ยแบบลอยตัว ซึ่งส่งผลให้บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่เปลี่ยนแปลงไป

แผนการบริหารความเสี่ยง : หากพิจารณาต้นทุนทางการเงินสำหรับปี 2563 บริษัทมีสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับรายได้รวม กล่าวคือ ต้นทุนทางการเงินมีมูลค่า 4.3 ล้านบาท (2562: 2.3 ล้านบาท) คิดเป็นร้อยละ 2.0 ของรายได้รวม (2562: ร้อยละ 0.6 ของรายได้รวม) สำหรับสัดส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เท่ากับ 1.3 เท่า (2562: 1.2 เท่า)

3.10 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรหลักในการบริหารงาน

ปัจจุบัน บริษัทบริหารงานหลักโดยกลุ่มผู้บริหารหลัก ได้แก่ นายโอภาส เถิดพันธุ์ นายธีรวัฒน์ สุวรรณพินิจ นายธราธร ขวงบัณฑิต และนางสาวประพิมพ์พรณ เลิศศิริสิน ซึ่งเป็นกรรมการ กรรมการบริหาร ผู้บริหารหลักของบริษัท และผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท โดยทั้ง 4 ท่านเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัท สัดส่วนรวมกัน ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2563 ร้อยละ 39.5 ของทุนชำระแล้วของบริษัท (ณ วันที่ 31 มกราคม 2563 : ร้อยละ 39.5 ของทุนชำระแล้ว) โดยผู้บริหารหลักทั้ง 4 ท่านเป็นผู้มีความรู้ มีประสบการณ์ในธุรกิจเป็นเวลานาน เป็นผู้วิสัยทัศน์และมีหน้าที่โดยตรงในการกำหนดนโยบาย ทิศทางและการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท และมีความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้ารายใหญ่ บริษัทจึงอาจมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงกลุ่มผู้บริหารหลัก ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารหลักของบริษัทอาจจะส่งผลกระทบต่อสายงานการบริหารได้ ดังนั้น หากมีการเปลี่ยนแปลงกรรมการและ/หรือผู้บริหารกลุ่มดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทได้ในอนาคต

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทเริ่มใช้แนวทางการบริหารงานอย่างมืออาชีพมากขึ้นเพื่อการดำเนินงานทั้งในปัจจุบันและในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพ มีการมอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบในการทำงานให้แก่ผู้บริหารท่านอื่น ๆ และพนักงานแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจน รวมทั้งมีการจัดโครงสร้างองค์กร และการจัดลำดับขั้นอำนาจอนุมัติในการดำเนินงานของบริษัท เพื่อให้มีการกระจายอำนาจการบริหาร การมีการถ่วงดุลอำนาจ การจัดให้มีโครงสร้างการบริหารที่แบ่งตามความรู้ความสามารถของ

บุคลากรแต่ละตำแหน่งอย่างชัดเจนและเหมาะสม โดยบริษัทได้มีการกำหนดแผนการสืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning) ซึ่งอนุมัติในการประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2561 เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2561 เพื่อให้การสืบทอดตำแหน่งสำคัญของฝ่ายบริหารสอดคล้องกับพันธกิจ วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจขององค์กร และเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ ทำให้การดำเนินธุรกิจขององค์กรมีผู้ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ได้ โดยมีการกำหนดการสรรหาผู้สืบทอดตำแหน่ง การกำหนดคุณสมบัติ ผู้สืบทอดที่ชัดเจน สำหรับตำแหน่งงานที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ (Key position) โดยต้องมีมุมมองในการบริหารที่สอดคล้องกับการบริหารงานหลักขององค์กร เพื่อให้การสืบทอดตำแหน่งและการทดแทนบุคลากรเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานในภาพรวม ตลอดจนรองรับการเติบโตในอนาคตของบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว อีกทั้งบริษัทยังได้มีนโยบายด้านการสรรหา พัฒนา และรักษามูลค่าของบุคลากรของบริษัทเนื่องจากทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้องค์กรสามารถพัฒนาไปได้อย่างต่อเนื่อง มั่นคง และยั่งยืน รวมถึงทำให้บริษัทมีศักยภาพในการแข่งขัน ทั้งนี้ บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการสร้างและพัฒนาศักยภาพบุคลากรจากภายในด้วยการจัดฝึกอบรม การฝึกทักษะการปฏิบัติงานจริง การพัฒนาความรู้และพัฒนาศักยภาพให้แก่พนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเปิดโอกาสให้พนักงานได้พัฒนาและใช้ศักยภาพของตนเองอย่างเต็มขีดความสามารถให้มีโอกาสเติบโตก้าวหน้าในสายอาชีพด้วย ตลอดจนการให้ค่าตอบแทนและสวัสดิการแก่พนักงาน เพื่อดึงดูดและรักษามูลค่าของพนักงานที่มีคุณภาพให้ทำงานกับบริษัทอย่างต่อเนื่องในระยะยาว ซึ่งจะลดความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้บริหารหลักในการบริหารงานได้

3.11 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)

เนื่องจากธุรกิจหลักของบริษัทเป็นธุรกิจที่เน้นงานที่ใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินธุรกิจ เช่น ธุรกิจการจัดงาน (Event) ธุรกิจงานโฆษณาสื่อออนไลน์ (Online) และธุรกิจพาณิชย์ (Commerce) ซึ่งต้องพึ่งพิงบุคลากรที่มีความรู้ มีความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) รวมทั้งจะต้องมีความเข้าใจในภาวะตลาดและแนวโน้มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเป็นอย่างดี เพื่อจัดทำเนื้อหา ข่าวสาร ข้อมูลสำหรับสื่อต่าง ๆ ของบริษัท เช่น นิตยสาร สื่อดิจิทัลและสื่ออื่น ๆ หรือดิจิทัลเอเจนซีของบริษัท รวมถึงการจัดแสดงสินค้า ซึ่งบุคคลเหล่านี้ถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซึ่งลักษณะงานของพนักงานในสาขานี้เป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่งอาจทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการขาดแคลนพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถในด้านไอที หรือสาขางานด้านดิจิทัลเอเจนซี (Digital Agency) ซึ่งการขาดแคลนบุคลากรอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทได้

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรบุคคลเป็นอย่างดี จึงได้ดำเนินการพัฒนา อบรม ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม รวมถึงมีโครงสร้างค่าตอบแทนและสวัสดิการต่าง ๆ ให้เทียบเคียงกับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ในธุรกิจเดียวกัน ตลอดจนการสรรหาพนักงานในตำแหน่งต่าง ๆ ให้เพียงพอ และไม่มีการพึ่งพิงบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะ เพื่อสามารถทำงานทดแทนกันได้และลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรได้อีกทางหนึ่ง

3.12 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

บริษัทมีการประกอบธุรกิจ 3 ส่วนงานหลัก ได้แก่ กลุ่มธุรกิจการจัดแสดงงาน (Event Organizer) กลุ่มธุรกิจงานโฆษณาและเอเจนซี่ (Media and Agency) และกลุ่มธุรกิจพาณิชย์ (Commerce) ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจเป็นงานที่เกี่ยวข้องอยู่ในอุตสาหกรรมโทรศัพท์มือถือและสินค้าไอทีที่สำคัญ อย่างไรก็ตาม ภาครัฐไม่ได้ว่าบริษัทจะต้องมีการพึ่งพิงรายได้หลักจากกลุ่มบริษัทในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม ซึ่งถ้าหากยกเลิกสัญญาที่จะมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ดำเนินธุรกิจร่วมกันกับบริษัทลูกค้ารายใหญ่มากอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลามากกว่า 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 อย่าง

ต่อเนื่องแล้วรวมการจัดงานทั้งสิ้น 37 ครั้ง ทำให้บริษัทมีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญ ชำนาญในการจัดงาน และเป็นศูนย์กลางให้เจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือมาพบกับผู้บริโภคโดยตรง

แผนการบริหารความเสี่ยง : การที่บริษัทอยู่ในธุรกิจเกี่ยวกับสื่อและไอทีมากกว่า 18 ปี ทำให้มีความเข้าใจภาวะอุตสาหกรรมและแนวโน้มตลาดโทรศัพท์มือถือและสินค้าไอทีเป็นอย่างดี บริษัทจึงมีความสามารถในการติดตามภาวะการแข่งขันได้ทันต่อเหตุการณ์ โดยการเจาะจงสินค้าไอทีที่ประเภทสมาร์ทโฟนโดยเฉพาะ

นอกจากนี้ ในด้านธุรกิจสื่อดิจิทัล เว็บไซต์ที่นำเสนอข่าวสารด้านโทรศัพท์มือถือที่เปิดบริการอยู่และอยู่ได้นานอย่างต่อเนื่องมีจำนวนไม่มาก เนื่องจากผู้ประกอบการต้องมีความพร้อมในการสร้างฐานข้อมูล การให้ข่าวสารที่รวดเร็วตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป การมีเนื้อหาที่ทันสมัย น่าติดตาม และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง จากประสบการณ์ในการสร้างสรรค์สื่อโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อด้านโทรศัพท์มือถือที่ยาวนานกว่า 18 ปี บริษัทจึงมีความพร้อมในด้านเนื้อหาและความน่าเชื่อถือ โดยบริษัทสามารถนำเนื้อหาและฐานข้อมูลที่มีมาพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการผ่านสื่อดิจิทัล ถึงแม้รายได้จากธุรกิจสื่อดิจิทัลในปัจจุบันยังมีสัดส่วนไม่มากนัก แต่มีแนวโน้มการเติบโตสูงจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ในส่วนของการจัดงานแสดงสินค้า บริษัทมีการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่เน้นความหลากหลายของสินค้าภายในงาน การเลือกสถานที่จัดงานที่อยู่กลางใจเมือง ที่มีพื้นที่กว้างขวาง เดินทางสะดวก มีการจัดกิจกรรมและการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด ให้ของแถม จักรางวัลชิงโชค ประมูลสินค้าราคาถูก มีพนักงานขายคอยให้คำแนะนำการเลือกซื้อสินค้าไอที มีการนำเสนอนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ของสินค้าต่าง ๆ ในงาน รวมทั้ง มีการประชาสัมพันธ์ในวงกว้างที่ครอบคลุมทุกสื่อ ได้แก่ Website , Facebook , YouTube , Line , Instagram และ Twitter ของบริษัท ประกอบกับความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าของแบรนด์โทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ และผู้จัดจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ ทำให้งานแสดงสินค้าของบริษัทยังสามารถรักษาความนิยมทั้งจากผู้เข้าชมงานและผู้เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าและบริการในงานได้เป็นอย่างดี

3.14 ความเสี่ยงจากความเสี่ยงสภาพของรถคาราวาน

เนื่องจากบริษัทดำเนินธุรกิจให้เช่ารถคาราวาน ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการให้บริการรถคาราวานจะเกิดขึ้นจากการเสื่อมสภาพของตัวรถ และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในตัวรถคาราวาน สภาพอากาศของแต่ละสถานที่ ที่รถคาราวานไปติดตั้ง อุบัติเหตุระหว่างการลากรถคาราวานไปแต่ละพื้นที่

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทได้เล็งเห็นถึงความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าว จึงได้กำหนดมาตรการในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว โดยมีระบบการควบคุมรถคาราวานที่มีประสิทธิภาพ สามารถรายงานความเคลื่อนไหวของตัวรถในแต่ละสัปดาห์ และมีการบำรุงรักษาตัวรถคาราวานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อช่วยลดปัญหาการเสื่อมสภาพของตัวรถ มีการเข้าไปตรวจรถคาราวานในแต่ละพื้นที่เป็นประจำ และทางบริษัทได้มีการทำประกันภัยของรถคาราวานรวมถึงพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถยนต์ (พรบ.) ด้วย ทำให้บริษัทสามารถควบคุมความเสี่ยงจากความเสี่ยงสภาพและการเกิดอุบัติเหตุของรถคาราวานให้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่น้อยได้

3.15 ความเสี่ยงจากสถานการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ /ภัยธรรมชาติ

เหตุการณ์ทางธรรมชาติ รวมไปถึงการเกิดโรคระบาดเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมและคาดเดาได้ อาจส่งผลให้ภาคธุรกิจของบริษัทได้รับผลกระทบและเกิดการชะลอตัว เช่น การเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ รวมถึงสภาพอากาศฝุ่น PM2.5 และการเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติในปัจจุบันที่มีความผันผวนยากที่จะคาดเดาได้ หลายๆ ครั้งมีความรุนแรงอาจมีผลกระทบในการจัดงานหรือบางพื้นที่ที่มีความเสี่ยง

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทได้มีการเรียกประชุมและจัดการแก้ไขทันที พร้อมกับมีการขอการสนับสนุนจากเจ้าของสถานที่จัดงาน คือ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค เกี่ยวกับมาตรการเฝ้าระวังและป้องกันการระบาดเป็นอย่างดี มีการติดตั้งเครื่องเทอร์โมสแกน และเครื่องอินฟราเรดเทอร์โมมิเตอร์ มีการจัดจุดบริการเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ ในบริเวณรอบการจัดงาน ทำให้พาร์ทเนอร์และบริษัทลูกค้า รวมไปถึงผู้บริโภคร่วมเข้าชมงานมั่นใจ พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์มาตรการป้องกันดังกล่าวผ่านช่องทางออนไลน์ และช่องทางอื่น ๆ ตั้งแต่ก่อนวันจัดงาน การทำประกันภัยให้กับผู้ร่วมงาน นอกจากนี้บริษัทยังได้มีการวางกลยุทธ์การรับมือความเสี่ยงของสถานการณ์ดังกล่าวที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคตไว้แล้ว

3.16 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐ

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

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

3.17 ความเสี่ยงด้านการละเมิด พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA)

ข้อมูลมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในโลกปัจจุบัน เนื่องจากสังคมสมัยใหม่เป็นสังคมแห่งการติดต่อสื่อสาร ข้อมูลข่าวสารจึงมีความสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ในภาครัฐหรือในภาคเอกชน ต่างก็มีความจำเป็นที่จะต้องข้อมูลไว้ในครอบครองไว้ให้ได้มากที่สุด ซึ่งข้อมูลข่าวสารจำนวนมากมามหาศาลที่มีการครอบครองหรือมีการแลกเปลี่ยนหรือแข่งขันกันครอบครองนี้ มีข้อมูลข่าวสารส่วนหนึ่งที่เป็นข้อมูลส่วนบุคคล ทำให้เกิดปัญหาการนำข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลไปใช้โดยไม่ได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูล และโดยที่ปัจจุบัน การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทำได้โดยสะดวกและรวดเร็วมาก เนื่องจากมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยเฉพาะคอมพิวเตอร์ มาใช้ในการจัดเก็บข้อมูล การสืบค้นข้อมูล การเข้าถึงข้อมูล การรับ – ส่ง ข้อมูล การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างหน่วยงานเกิดขึ้นตลอดเวลาและมีอยู่โดยทั่วไป การสะสม ข้อมูลไว้ในความครอบครองเพื่อหาประโยชน์จากข้อมูลนั้นมีมากขึ้นและมีอยู่ในทุก ๆ วงการ ทำให้เกิดผลกระทบต่อบุคคลขึ้น คือ การนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ ประมวลผล หรือเปิดเผย ทำให้บุคคลผู้เป็นเจ้าของข้อมูลอาจได้รับความเสียหายได้ เช่น อาจมีผลต่อความปลอดภัยในชีวิต ร่างกาย สิทธิ และเสรีภาพของบุคคล หรือการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ในทางพาณิชย์โดยปราศจาก การได้รับอนุญาตหรือยินยอมจากผู้เป็นเจ้าของข้อมูล ทำให้เกิดความเสียหายหรือความเดือดร้อน รำคาญกับเจ้าของข้อมูล กฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้ความสำคัญแก่กระบวนการจัดเก็บข้อมูลเป็นอย่างมาก การจัดเก็บข้อมูลต้องดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ มีความเป็นธรรมและถูกต้องตาม กฎหมาย กระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลต้องเป็นไปในแนวทางที่กฎหมายกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด ซึ่งได้แก่ วิธีการจัดเก็บ การรวบรวม การใช้ การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล การตรวจสอบความถูกต้องของการเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผลข้อมูล และการรักษาความปลอดภัยแก่ข้อมูลส่วนบุคคลที่จัดเก็บหลักการที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวนี้ถือเป็นพื้นฐานในบทบัญญัติของกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

แผนการบริหารความเสี่ยง : บริษัทมีนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและมีการแต่งตั้งให้บุคคลที่เกี่ยวข้องจะต้องดำเนินงานในส่วนผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล และ ผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงทำการอบรมให้ความรู้แก่พนักงานเกี่ยวกับ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ให้

ทราบถึงการปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อให้ละเมิด พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล หรือรวมถึงกฎหมายต่าง ๆ ที่
เกี่ยวข้องด้วย

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1. สินทรัพย์ถาวร

ตารางแสดงทรัพย์สินถาวรของบริษัทที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่สำคัญ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2562 สรุปได้ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2563	มูลค่าสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2562	การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน
1. ที่ดิน	โฉนดเลขที่ 111455 เลขที่ดิน 4079 หน้าสำรวจ 13075 ตำบลหัวหมาก (หัวหมากใต้) อำเภอบางกะปิ จังหวัด กรุงเทพมหานคร เนื้อที่ดิน 2 งาน	บริษัท	คิดภาระจำนองเป็นหลักประกันวงเงินสินเชื่อที่มีกับสถาบันการเงิน รวมวงเงินจำนองเท่ากับ 24.2 ล้านบาท (31 ธันวาคม 2562 : 24.8 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		16.2	16.8	เพื่อใช้ในการดำเนินกิจการ
3. อุปกรณ์ในการจัดแสดงงาน		บริษัท	ไม่มี	4.5	3.9	เพื่อใช้ในการดำเนินกิจการ
4. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน		บริษัท	ไม่มี	5.2	5.0	เพื่อใช้ในการดำเนินกิจการ
5. ยานพาหนะและส่วนควบ		บริษัท	ไม่มี	5.3	6.2	เพื่อใช้ในการดำเนินกิจการ
		อยู่ภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน	คิดภาระผูกพันภายใต้สัญญาเช่าทางการเงินกับสถาบันการเงิน	72.0	53.5	เพื่อใช้ในการดำเนินกิจการ
รวม				111.2	93.4	

4.2. สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ



ตารางแสดงทรัพย์สินไม่มีตัวตนของบริษัทที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่สำคัญ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ 2562 สรุปได้ดังนี้


หน่วย : ล้านบาท

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่		ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
	31 ธันวาคม 2563	31 ธันวาคม 2562		
โปรแกรมระหว่างพัฒนาสำหรับรถไฟฟ้า (Electric Vehicle) และ โปรแกรม EV Platform	4.7	3.1	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
โปรแกรมการอ่านเลข BIB สำหรับการจัดงานวิ่ง (E-Horus)	0.2	0.5	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
โปรแกรมการรับชำระเงินออนไลน์ (E-Ticket)	-	1.2	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
โปรแกรมคอมพิวเตอร์อื่น ๆ	0.6	0.7	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวม	5.5	5.5		

4.3. เครื่องหมายการค้า

บริษัทดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ โดยมีรายละเอียดของเครื่องหมายการค้า ดังต่อไปนี้

เครื่องหมาย การค้า	ภาพเครื่องหมาย การค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทบริการ	ระยะเวลาคุ้มครอง
M VISION		บริษัท	1.การตลาดผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ 2. จัดพิมพ์สื่อโฆษณา 3.วางแผนจัดการและ จัดงานแสดงสินค้า	บริษัทได้รับหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ณ วันที่ 14 กันยายน 2560 ทะเบียนเลขที่ 191191407 คำขอเลขที่ 170132447 มีอายุ 10 ปี เอกสารฉบับนี้ออกให้ ณ วันที่ 24 มกราคม 2562
M VISION		บริษัท	1.การตลาดผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ 2. จัดพิมพ์สื่อโฆษณา	- บริษัทขอคำสั่งและขอเปลี่ยนแปลงสถานะเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เชื่อกสถานะเมื่อวันที่ 1

เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทบริการ	ระยะเวลาคุ้มครอง
			3.วางแผนจัดการและจัดงานแสดงสินค้า	กรกฎาคม 2561 (ทางบริษัทได้ยื่นคำขอเลขที่ 1047591 22 มิถุนายน 2559) - ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ยังรอคำสั่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้า - บริษัทได้รับหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ออกให้ ณ วันที่ 26 มีนาคม 2563 ทะเบียนเลขที่ 201106772 (คำขอเลขที่ 1047591)
THAILAND MOBILE EXPO		บริษัท	1.ดำเนินและจัดการทางด้านแสดงสินค้า	- บริษัทรอคำสั่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เช็คสถานะวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 (ทางบริษัทได้ยื่นคำขอเลขที่ 1047593 เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2559) - ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ยังรอคำสั่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้า - ณ วันที่ 24 มีนาคม 2564 ยังรอคำสั่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้า
		บริษัท	1. ให้เช่าพื้นที่เพื่อขายสินค้า	- บริษัทรอคำสั่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เช็คสถานะวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 (ทางบริษัทได้ยื่นคำขอเลขที่ 1047592 เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2559) - ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ยังรอคำสั่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้า


เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทบริการ	ระยะเวลาคุ้มครอง
				- ณ วันที่ 24 มีนาคม 2564 ยังรอคำสั่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้า
EV EXPO		บริษัท	1. ดำเนินและจัดการทางด้านแสดงสินค้า 2. ให้เช่าพื้นที่เพื่อขายสินค้า	บริษัทได้รับหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ออกให้ ณ วันที่ 19 กรกฎาคม 2562 ทะเบียนเลขที่ 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. บทความรายงานข้อมูลเกี่ยวกับกีฬา	- บริษัทรอคำสั่งอนุมัติเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เชื่อกสถานะวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 (ทางบริษัทได้ยื่นคำขอเลขที่ 180108541 เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2561) - ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ยังรอคำสั่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้า - ไม่สามารถจดทะเบียนได้ทั้งคำขอ และได้จัดทำคำขอใหม่เป็นคำขอเลขที่ 190130562

เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทบริการ	ระยะเวลาคุ้มครอง
				- ณ วันที่ 24 มีนาคม 2563 ได้รับการจดทะเบียนเรียบร้อย รอร์รับหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา
			1.ให้เช่าพื้นที่โฆษณา	- บริษัทรอกำสั่งอนุมัติเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เชื่อกสถานะวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 (ทาง บริษัท ได้ยื่นคำขอ เลขที่ 180108542 เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2561) - ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ยังรอกำสั่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้า -บริษัทได้รับหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ณ วันที่ 20 มีนาคม 2561 ทะเบียนเลขที่ 201106773 คำขอ เลขที่ 180108542 มีอายุ 10 ปี เอกสารฉบับนี้ออกให้ ณ วันที่ 26 มีนาคม 2563
			1.ให้เข้าถึงเว็บไซต์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต 2. ให้ผู้ใช้หลายรายเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต	-บริษัทได้รับหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ณ วันที่ 20 มีนาคม 2561 ทะเบียนเลขที่ 201102335 คำขอ เลขที่ 180108543 มีอายุ 10 ปี เอกสารฉบับนี้ออกให้ ณ วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2563

เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทบริการ	ระยะเวลาคุ้มครอง
			<p>1. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ กีฬา</p> <p>2. ธุรกิจบันเทิงในด้านการแข่งขัน กีฬา</p>	<p>- บริษัทรอกำสั่งอนุมัติเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เช็กสถานะวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 (ทางบริษัทได้ยื่นคำขอเลขที่ 180108544 เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2561)</p> <p>- ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ยังรอกำสั่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้า</p> <p>- ไม่สามารถจดทะเบียนได้ทั้งคำขอ และได้จัดทำคำขอใหม่เป็นคำขอเลขที่ 190130561</p> <p>- เช็ก สถานะ ณ วันที่ 24 มีนาคม 2563 ยังรอกำสั่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้า</p>
			<p>1. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ สุขภาพ</p>	<p>บริษัทได้รับหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ณ วันที่ 20 มีนาคม 2561 ทะเบียนเลขที่ 201102336 คำขอเลขที่ 180108545 มีอายุ 10 ปี เอกสารฉบับนี้ออกให้ ณ วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2563</p>
WHATPHONE			<p>1. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารโทรคมนาคม</p>	<p>- บริษัทรอกำสั่งอนุมัติเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เช็กสถานะวันที่ 1 กรกฎาคม 2562 (ทางบริษัทได้ยื่นคำขอเลขที่ 180108546 เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2561)</p> <p>- ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ยังรอกำสั่งอุทธรณ์เครื่องหมายการค้า</p>

เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทบริการ	ระยะเวลาคุ้มครอง
				- ณ วันที่ 24 มีนาคม 2564 ยังรอคำสั่ง อุทธรณ์เครื่องหมายการค้า

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

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

4.4. เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทที่เกี่ยวข้อง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม รวมจำนวน 3 บริษัท
อย่างไรก็ตาม ในการพิจารณาการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม รวมทั้งโครงการลงทุนแต่ละโครงการ
นั้น บริษัทจะให้ความสำคัญกับการพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องและเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนิน
ธุรกิจของบริษัทเป็นสำคัญ โดยคำนึงถึงผลตอบแทนจากการลงทุน ความเสี่ยงและสภาพคล่องทาง
การเงินของบริษัทอย่างรอบคอบ ซึ่งการลงทุนดังกล่าวจะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริษัท
และที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามขอบเขตอำนาจอนุมัติที่กำหนดไว้ และต้องดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนด
และประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุนและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงกฎหมาย
กฎระเบียบ หรือประกาศคำสั่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยบริษัทจะควบคุมผ่านการส่งกรรมการและ/หรือ
ผู้บริหารของบริษัทเข้าไปเป็นกรรมการ เพื่อควบคุมทิศทางและนโยบายการบริหารงานให้สอดคล้องกับ
การดำเนินธุรกิจของบริษัท

โดยเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2562 มติอนุมัติการ
ลงทุนบริษัทย่อยในบริษัท ไอคอสมาสเตอร์ จำกัด และบริษัท มัลติเทคโนโลยี เอ็กซ์เพิร์ต จำกัด ในสัดส่วน
ร้อยละ 52 และ 51 ของทุนจดทะเบียนตามลำดับ บริษัทย่อยดังกล่าวได้ดำเนินการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทกับ

กระทรวงพาณิชย์ในเดือนเมษายน 2562 และเรียกชำระค่าหุ้นเต็มจำนวน และลงทุนในบริษัท เอ็มอาร์ คอนเน็กซ์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมในสัดส่วนร้อยละ 40

เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2563 บริษัทได้มีการเพิ่มจำนวนหุ้นในบริษัท ไอคอลลมาสเตอร์ จำกัด ตามมติของคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 8/2563 จำนวน 240,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 5.00 บาท รวมเป็นเงิน 1,200,000 บาท ส่งผลให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทถือสัดส่วนเป็นร้อยละ 76 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมดของ บริษัท ไอคอลลมาสเตอร์ จำกัด

ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม มีรายละเอียด ดังนี้

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	ธุรกิจให้คำปรึกษาด้านการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ จัดกิจกรรม ด้านการบันเทิง รับจัด Event	5.0 ล้านบาท	3.8 ล้านบาท	ร้อยละ 76	2 เมษายน 2562
2	บริษัท มัลติเทคโนโลยี เอ็กซ์เพิร์ต จำกัด เลขที่ 11/1 ซอยรามคำแหง 121 แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร เลขทะเบียนนิติบุคคล : 0105562075295 โทร. 02-7351204	ธุรกิจขายและให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	5.0 ล้านบาท	2.5 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	ธุรกิจการให้บริการด้านการจัดแข่งขันกีฬาแบบครบวงจร	5.0 ล้านบาท	2.0 ล้านบาท	ร้อยละ 40	10 เมษายน 2562

4.5. ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินที่มีการประเมินราคา และราคาประเมิน

ในระหว่างปี 2563 บริษัทและบริษัทย่อย ไม่มีการประเมินทรัพย์สินใด ๆ

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

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

ทนายความของบริษัทมีความเห็นว่าบริษัทมิได้เป็นฝ่ายผิดข้อตกลงร่วมกันข้างต้นและฝ่ายบริหารของบริษัทเห็นว่าบริษัทจะชนะคดีและจะไม่มีผลเสียหายที่เป็นสาระสำคัญต่อบริษัท บริษัทจึงไม่ได้ตั้งสำรองสำหรับความเสียหายจากคดีความดังกล่าวไว้ในบัญชี

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

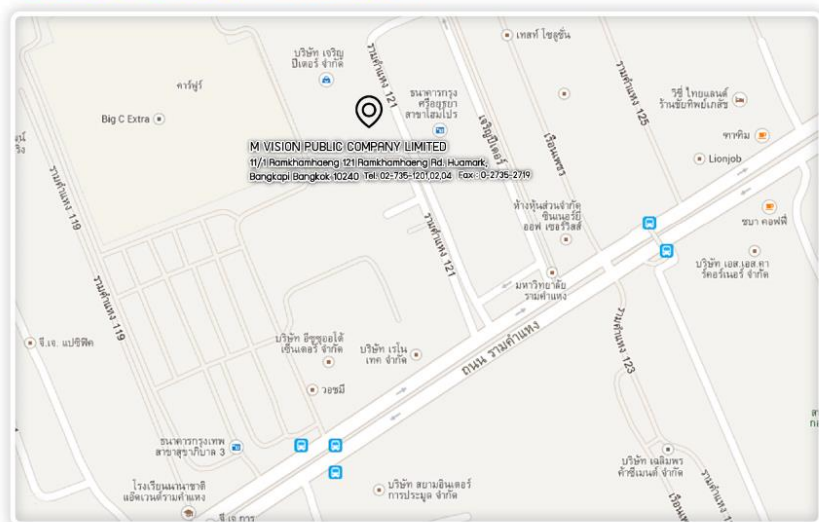
ข้อมูลทั่วไป

- บริษัทที่ออกหลักทรัพย์ : บริษัท เอ็ม วิชั่น จำกัด (มหาชน)
- เลขทะเบียนบริษัท : 0107561000021
- ชื่อย่อหลักทรัพย์ : MVP
- ประเภทธุรกิจ : ประกอบธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าเทคโนโลยี อุปกรณ์สื่อสาร อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง การจัดงานแข่งขันกีฬา ท่องเที่ยว งานสัมมนา และอื่น ๆ ตลอดจนการผลิตและจำหน่ายสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ อีกทั้งการประกอบธุรกิจพาณิชย์
- ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 11/1 ซอยรามคำแหง 121 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240
- โทรศัพท์ : (66) 2-735-1201 , (66) 2-735-1202, (66) 2-735-1204
- โทรสาร : (66) 2-735-2719
- เว็บไซต์ (URL) : <http://www.mvisioncorp.com>
- ทุนจดทะเบียน : 100,000,000 บาท (หนึ่งร้อยล้านบาท)
- ทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว : 100,000,000 บาท (หนึ่งร้อยล้านบาท)
- มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ต่อหุ้น : 0.50 บาท (ห้าสิบสตางค์)
- 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 (ข้างสถานีทูตจีน)

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 ปี 2563 : 1) นายประดิษฐ รอดลอยทุกข์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขที่ 218 หรือ
2) นางสาวนงราม เลหาอริดิกล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4334 หรือ
3) นางพรทิพย์ เลิศทงศักดิ์ 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

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายบัญชีและการเงินและเลขานุการบริษัท : นางสาวอัปสร วัฒาสักดานนท์

E-Mail : ir@mvisioncorp.com