

### 3.0 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

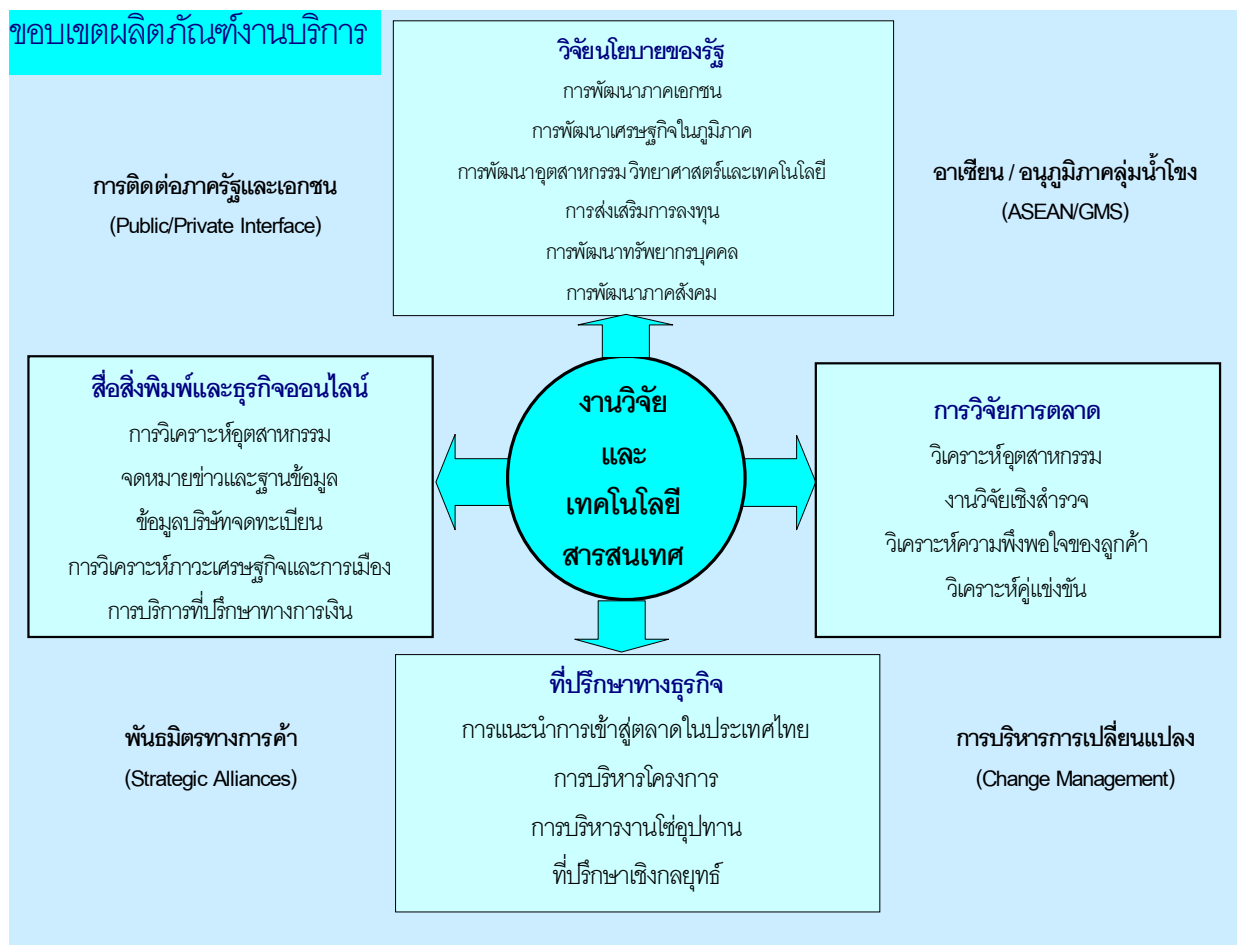
บริษัทฯ ให้บริการเป็นที่ปรึกษาอิสระแก่องค์กรชั้นนำของภาครัฐและภาคเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยจำแนกประเภทงานบริการหลักได้ 4 ประเภทดังนี้

- ที่ปรึกษาทางธุรกิจ (Business Consulting)
- งานวิจัยการตลาด (Market Research)
- งานวิจัยนโยบายรัฐ (Policy Research)
- งานสื่อสิ่งพิมพ์และธุรกิจออนไลน์ (Publications and on-line services)

#### ปัจจัยในการพัฒนาการให้บริการของบริษัทฯ ประกอบด้วย

- ความต้องการที่จะพัฒนาและจัดระบบการให้บริการของบริษัทฯ ให้มีลักษณะที่เด่นชัดยิ่งขึ้น
- การเล็งเห็นโอกาสในการขยายขอบเขตงานบริการไปสู่ภูมิภาคต่างๆ
- ผลกระทบและการแข่งขันในการพัฒนาธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (e-business) และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ที่มีต่อลักษณะการให้บริการเดิมของบริษัทฯ

#### โครงสร้างการให้บริการของบริษัทฯ แสดงดังรูปภาพด้านล่างนี้



ลักษณะเฉพาะของบริษัทฯ ที่พร้อมจะแข่งขันได้แสดงให้เห็นในบริเวณมุมของแผนภาพข้างบนประกอบด้วย

**การติดต่อกับภาครัฐและเอกชน (Public / Private Interface)** โครงการต่างๆ ของบริษัทฯ มีลักษณะเด่นที่ผสมผสานงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเข้าด้วยกัน จึงทำให้บริษัทฯ มีความเข้าใจ สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจทั้งในประเทศไทยและประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นอย่างดี

**ภูมิภาคที่ให้บริการ (ASEAN/GMS)** บริษัทฯ มีสำนักงานที่แข็งแกร่งและมีความสัมพันธ์อันดีกับประเทศในภูมิภาคอาเซียนทั้งภาครัฐและเอกชน โดยเน้นการให้บริการแก่ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศเพื่อนบ้านของประเทศไทยในเขตอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง

**พันธมิตรทางการค้า (Strategic Alliances)** บริษัทฯ มีกลยุทธ์ในการขยายกิจการโดยการสร้างพันธมิตรทางการค้ากับบริษัทชั้นนำและบริษัทที่ปรึกษาทั้งในและต่างประเทศ บริษัทฯ มีการให้บริการครอบคลุมพื้นที่ในประเทศไทย และเน้นสร้างความสัมพันธ์พร้อมทั้งเสนอบริการแก่บริษัทพันธมิตรที่อยู่ในอาเซียน (อาทิ เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม) และตะวันออกไกล (อาทิ เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน ฮองกง ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอินเดีย)

**การบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change Management)** บริษัทฯ เริ่มต้นการบริหารการเปลี่ยนแปลงจากการเน้นให้ความช่วยเหลือภาครัฐบาลในการปรับองค์กรให้ทันกับความความแข่งขันระดับโลกและภูมิภาค ความสามารถในการบริหารการเปลี่ยนแปลงถือเป็นแรงผลักดันให้เกิดความก้าวหน้าและการพัฒนาของบริษัทเอง ซึ่งทำให้บริษัทหันมาเน้นการให้บริการเกี่ยวกับการบริหารด้านโลจิสติกส์ (Logistics) และธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (e-business) เพิ่มขึ้น

### 3.1 แผนกที่ปรึกษาทางธุรกิจ (Business Consulting Department)

#### 3.1.1 ลักษณะการให้บริการประกอบด้วย

ให้การสนับสนุนบริษัทข้ามชาติในการดำเนินการโครงการผลิต การให้บริการต่างๆ ประกอบด้วย

1. **ศูนย์รวมการให้บริการสำหรับผู้ผลิตข้ามชาติ (One-Stop solution for multinational manufacturers)** โดยการให้บริการจะครอบคลุมตั้งแต่แรกเริ่มของโครงการผลิต อาทิ
  - การยื่นใบสมัครขอรับสิทธิประโยชน์จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
  - การเลือกทำเลที่ตั้ง ที่เหมาะสมให้โครงการผลิต
  - การวางแผนการผลิตและการบริหารโครงการ
  - การจัดหาวัตถุดิบ อะไหล่และชิ้นส่วนในประเทศ เริ่มตั้งแต่การกำหนดคุณลักษณะ การประเมิน และการตรวจสอบผู้จัดจำหน่าย จนครบขั้นตอนการจัดหาทั้งหมด (มีความสามารถในการทำโปรแกรมออกแบบ CAD/CAM)
  - การกำหนดคุณลักษณะ การพิจารณาและคัดเลือกผู้ร่วมทุน ตัวแทนจำหน่าย ตัวแทนขาย
  - การทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบการบริหาร (Benchmarking) เพื่อเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพ และการปฏิบัติงานด้วยการเปรียบเทียบข้อมูลของโรงงาน/บริษัท/หน่วยงานที่ดำเนินงานในธุรกิจเดียวกัน แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อหาวิธีทำการดำเนินงานที่ดีที่สุด (Best Practice)
  - การเจรจาต่อรองกับลูกค้า ผู้จัดจำหน่าย เจ้าของที่ดิน ที่ปรึกษาทางวิศวกรรม ผู้รับเหมา

**ผลงานที่ผ่านมา**

- การเข้าสู่ตลาดของผู้ผลิตโครงรถยนต์ (Auto Frame Set) โดยได้คัดเลือกทำเลที่ตั้งโรงงานผลิตและยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุนนั้น ทางบริษัทฯ สํารวจทำเลที่ตั้งกว่า 100 แห่ง ทั้งที่อยู่ในนิคมอุตสาหกรรมและ ที่ดินเอกชนกว่า 21 แห่ง ในที่สุดได้คัดเลือกไว้ เพียง 4 แห่ง โดยพิจารณาตามขนาดพื้นที่ ข้อจำกัดทางเทคนิค ปัจจัยทางการเงินและการดำเนินการ รวมทั้งการวิเคราะห์เปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนการลงทุนภายในระยะเวลา 10 ปี นอกจากนี้บริษัทฯ ยังช่วยดำเนินการขอรับอนุมัติสิทธิประโยชน์ทางภาษีและอื่นๆ จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ดำเนินการตั้งแต่การเตรียมแบบคำขอ และประสานงานกับคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจนกระทั่งได้รับการอนุมัติ ( พ.ศ. 2543)
  - การจัดซื้อจัดหา (Outsourcing) ชิ้นส่วนและอุปกรณ์สำหรับตู้อาบน้ำ (Shower Enclosure) บริษัทฯ ได้ทำการคัดเลือก พิจารณา และตรวจสอบผู้ผลิต เช่น การประกอบชิ้นส่วน การกำหนดแผนงาน การควบคุมสินค้าคงคลังและการควบคุมคุณภาพการผลิต ( พ.ศ. 2544)
2. การวิจัยกลยุทธ์และการให้คำปรึกษา (Strategic research and consulting) การวิจัยเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจและแผนปฏิบัติงานให้บริษัทข้ามชาติต่าง ๆ

**ผลงานที่ผ่านมา**

- จัดทำแผนธุรกิจให้กับบริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างชาติดรายหนึ่ง เพื่อร่วมประมูลในโครงการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ACT ความถี่ 1900 MHz โดยได้ทำการรวบรวมผู้เชี่ยวชาญทางโทรคมนาคมและทำการวิจัยเขียนในแผนธุรกิจบางส่วนและนำมาเรียบเรียง (พ.ศ. 2543)
  - ประเมินโครงการเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยให้กับบริษัทประกอบกิจการเรือเดินทะเลที่ขนส่งรถยนต์ส่วนบุคคลและรถบรรทุกขนาดเล็ก โดยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารบริษัทเดินเรือทะเลและขนส่งสินค้า อีกทั้งเหล่าผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ทั้งชาวญี่ปุ่นและสหรัฐฯ (พ.ศ. 2543)
3. การให้คำปรึกษาการบริหารโซ่อุปทาน (Supply chain management consulting) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและการลดต้นทุน โดยปรับปรุงการบริหารการจัดส่งให้ครอบคลุมถึงทั้งระบบโลจิสติกส์ (Logistics) และระบบบริหารโซ่อุปทาน (Supply Chain)

**ผลงานที่ผ่านมา**

- การทำแผนแม่บทด้านการจัดส่งให้กับผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง การจัดกลยุทธ์และขยายงานการจัดส่งที่เหมาะสมสำหรับบริษัท โดยการวิเคราะห์จำนวนและที่ตั้งของสถานีปลายทางและคลังสินค้า ขนาดของคาราวานรถบรรทุก ความเป็นเจ้าของ แหล่งกระจายสินค้าและการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมในการบริหารกลุ่มรถบรรทุก (Fleet management) (พ.ศ. 2543)
- การทบทวนระบบการจัดจำหน่าย และการวิเคราะห์การประหยัดต้นทุนสำหรับผู้ผลิตน้ำมันหล่อลื่น โดยได้การวิเคราะห์ระบบการจำหน่ายสินค้าสำเร็จรูปของลูกค้าในประเทศไทยเพื่อกำหนดจำนวนและทำเลที่ตั้งสาขา รวมทั้งการจัดขบวนรถจัดส่ง ช่องทางจำหน่ายตารางและวิธีการจัดส่ง วัตถุประสงค์แรกของโครงการนี้คือการปรับปรุงการให้บริการลูกค้า และวัตถุประสงค์รองคือการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ลง (พ.ศ. 2542-2543)

### 3.1.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

#### กลยุทธ์ทางการตลาด

- มุ่งเน้นที่ประเทศไทยเป็นหลัก
- สร้างความสัมพันธ์กับบริษัทที่ปรึกษาอื่น ๆ (Facilitators) เพื่อสร้างโครงการใหม่ ๆ
- ติดต่อบริษัทที่ปรึกษา ลูกค้าปัจจุบัน และลูกค้าเป้าหมายสม่ำเสมอ
- เข้าร่วมในกิจกรรมของหอการค้าต่างๆ กลุ่มธุรกิจอื่นๆ และองค์กรที่สนิทสนม
- เขียนบทความเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริษัท
- นำเสนอผลงานต่อกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย
- ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อทำการตลาดระหว่างประเทศ

#### กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- บริษัทข้ามชาติที่เข้ามาตั้งโรงงานประกอบ หรือผลิตในประเทศไทย
- บริษัทข้ามชาติที่เข้ามาซื้อสินค้า, วัตถุดิบ, อุปกรณ์ในไทย
- บริษัทข้ามชาติที่ต้องการมาทำตลาดในประเทศไทย
- บริษัทและองค์กรที่ต้องการพัฒนาและปรับปรุงความสามารถในการแข่งขันให้มีประสิทธิภาพ สามารถแข่งขันได้

#### เป้าหมายลูกค้าทางภูมิภาค

- ประเทศไทย
- ประเทศอื่นๆ ในกลุ่มอาเซียน ประเทศจีน (รวมทั้งฮ่องกง) ไต้หวัน เกาหลี หน่วยงานนี้มีความสัมพันธ์อันดีและยาวนานกับเหล่าผู้ทำวิจัยและที่ปรึกษาทั่วเอเชียทั้งในรูปของบริษัทและผู้เชี่ยวชาญรายบุคคล

#### ตัวอย่างลูกค้าในระหว่างปี 2543-2544

American Shower & Bath (MASCO Corporation), Castrol, Berli Jucker, Colgate-Palmolive, Copeland International, Dana Corporation, Invensys, Lucent Technologies, Pullman Industries, Siam City Cement

#### จุดแข็งทางการแข่งขัน

- ฐานลูกค้าบริษัทข้ามชาติ
- เป็นที่รู้จักมาเป็นเวลานานในประเทศไทย
- มุ่งเจาะตลาดที่มีการแข่งขันน้อย
- มีความสามารถที่จะเป็นผู้นำตลาด
- มีความสามารถในการดำเนินธุรกิจในระดับภูมิภาค
- มีการผสมผสานทักษะทางวิศวกรรมและทางการวิเคราะห์

#### การวิเคราะห์คู่แข่ง

- ศูนย์รวมของบริการสำหรับผู้ผลิตข้ามชาติ คู่แข่งขันหลักคือบริษัทกฎหมาย สำนักงานบัญชี และที่ปรึกษาทางด้านอสังหาริมทรัพย์ แต่อย่างไรก็ตามไม่มีคู่แข่งรายใดให้บริการได้ครบวงจรดังนี้ เนื่องจากบริษัทฯ มีความสามารถในการให้คำปรึกษาการบริหารงานที่ครอบคลุมตั้งแต่การริเริ่มโครงการผลิตและขยายสายการผลิต วัตถุประสงค์ของบริษัทฯ คือเป็นผู้นำด้านการตลาด

- การวิจัยกลยุทธ์และการให้คำปรึกษา คู่แข่งขันหลักคือ 5 บริษัทที่ปรึกษาชั้นนำ (Accenture Consulting, Deloitte & Touche, Ernst & Young, KPMG, PWC) และด้านการจัดการขนาดใหญ่ เช่น (McKinsey, Boston Consulting, Bain) และ บริษัทวิจัยและที่ปรึกษาข้ามชาติ(EIU) โดยส่วนใหญ่แล้วการวิจัยกลยุทธ์และการให้คำปรึกษาการทำธุรกิจนี้ลูกค้าจะรู้จักเพราะชื่อเสียงของบริษัทฯ และจากการแนะนำ ดังนั้นจุดมุ่งหมายของหน่วยงานของเราคือต้องการเป็นผู้นำในการให้บริการชนิดนี้อย่างแท้จริง
- การให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการบริหารระบบโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) คู่แข่งหลักเป็นผู้ประกอบการรายย่อย ๆ โดยในขนาดของบริษัทฯ มีแผนการที่จะได้ร่วมมือกับบริษัท Logistics Bureau ประเทศออสเตรเลีย (หลังจากที่ประสบความสำเร็จในฐานะบริษัทที่ทำงานร่วมกันมาเป็นระยะเวลา 3 ปี) จัดตั้งบริษัทใหม่ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ บริษัท ลอจิสติกส์ บูโร (เอเชีย) จำกัด เพื่อให้บริการด้านการบริหารระบบโซ่อุปทาน และเป็นที่ปรึกษาด้านระบบการจัดส่ง (รายละเอียดตามโครงการในขนาดหน้า 41 และ 43 )

### 3.1.3 ภาวะอุตสาหกรรม

- อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในปี 2544 จะลดลงมาอยู่ที่ระดับ 3.5%-4.0% ตามความคาดการณ์ของสภาพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจแห่งชาติ, และสถาบันอื่นๆ
- ผลผลิตอุตสาหกรรมคาดว่าจะฟื้นตัวขึ้นในปี 2544 นี้
- อย่างไรก็ตามการลงทุนของต่างประเทศในอุตสาหกรรมการผลิตคาดว่าจะลดลงในช่วงหกเดือนแรกของปี 2544 ทั้งนี้เนื่องจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น
- การให้บริการเป็นที่ปรึกษาการจัดการโซ่อุปทาน และการจัดหาวัตถุดิบในประเทศเพื่อส่งออกหรือใช้ในประเทศ คาดว่าจะเติบโตสูงที่สุดในปีนี้ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของภาวะเศรษฐกิจไม่มากนัก

### 3.1.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ สิ้นปี 2543 บริษัทฯ ไม่มีงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบสำหรับแผนกที่ปรึกษาทางธุรกิจ

## 3.2 แผนกวิจัยการตลาด (Market Research Department)

### 3.2.1 ลักษณะการให้บริการประกอบด้วย

แผนกวิจัยการตลาดให้บริการแก่ลูกค้าทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ที่มีแผนการลงทุนในอุตสาหกรรมการผลิตหรือการค้าในประเทศไทย การบริการหลักประกอบด้วย

1. งานวิจัยตลาดอุตสาหกรรม (Industrial Market research) ได้แก่ การประเมินแนวโน้มตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการด้านอุตสาหกรรมโดยให้บริการในลักษณะระบบธุรกิจสู่ธุรกิจ (Business to Business Basis) ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนด (ก) ความอยู่รอดของการออกผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ (ข) ความอยู่รอดของการลงทุนในผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือ (ค) ความอยู่รอดในการขยายสายธุรกิจในปัจจุบัน การวิจัยสามารถกระทำได้โดยการศึกษาความเป็นไปได้ของตลาด การศึกษาโอกาสของตลาด การวิจัยช่องทางจัดจำหน่าย หรือการวิจัยข่าวคราวของตลาด การศึกษาความเป็นไปได้ของตลาดโดยทั่วไปจะประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้
  - ภาพรวมของภาคอุตสาหกรรมที่ศึกษาเพื่อจะดูแนวโน้มของตลาด
  - การวิเคราะห์อุปสงค์ของตลาด

- การวิเคราะห์อุปทาน (ผลิตภัณฑ์ในประเทศและการนำเข้า)
- การวิเคราะห์การจัดจำหน่าย (ช่องทางในการขนส่งผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปสู่ผู้ใช้ปลายทาง)
- การวิเคราะห์การแข่งขัน (SWOT, ส่วนแบ่งตลาด)
- ศูนย์รวมของภูมิภาค
- กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม การกีดกันทางการค้า และ
- การยอมรับในผลิตภัณฑ์หรือบริการ

#### ผลงานที่ผ่านมา

- การศึกษาความเป็นไปได้ของตลาดเรซินสังเคราะห์ (Synthetic resin) ในประเทศไทย เป็นการศึกษาดูตัวอย่างอิสระ เพื่อลูกค้านำผลที่ได้ไปใช้เปรียบเทียบกับผลการวิจัยที่ลูกค้ามีการทำไว้ภายในบริษัทก่อนแล้ว บริษัทฯ ได้สัมภาษณ์ผู้ผลิตเรซิน 10 แห่ง และอุตสาหกรรมที่เป็นผู้ใช้เรซินสังเคราะห์ 40 แห่ง โดยรวมถึงผู้ผลิตสี ผู้ผลิตสีเคลือบอุตสาหกรรม และผู้ผลิตกาว
  - การวิจัยตลาดสำหรับอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์สำหรับการดูแลสุขภาพและเครื่องสำอาง การประเมินตลาดของการใช้เคมีภัณฑ์ส่วนบุคคลในประเทศไทยและอุตสาหกรรมเครื่องสำอางสำหรับบริษัทผู้ผลิตเครื่องสำอางข้ามชาติ อีกทั้งศึกษาภาพรวมของตลาด (ขนาดของตลาด แนวโน้มการเติบโต ผู้นำตลาด และส่วนแบ่งตลาด) ในส่วนต่างๆ ของผู้ใช้ปลายทาง ซึ่งรวมถึงเครื่องสำอาง เครื่องบำรุงรักษามิวน้ำหอม เครื่องบำรุงรักษาผม ผลิตภัณฑ์เพื่ออนามัยในช่องปาก สบู่ เจลหรือครีมอาบน้ำ ยาดับกลิ่น และผลิตภัณฑ์โกนหนวด
  - การวิจัยตลาดท่อทองแดง การวิจัยตลาดของตลาดทองแดงในประเทศมาเลเซียสำหรับบริษัทที่ปรึกษาทางกฎหมายของสหรัฐอเมริกา การวิเคราะห์ในรายละเอียดของระดับราคาของผู้ผลิตในมาเลเซีย 4 แห่ง โดยเฉพาะที่ส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้รวมถึงขั้นตอนการผลิต ปริมาณการผลิตสำหรับจำหน่ายในประเทศและส่งออก บริษัทฯ ได้สัมภาษณ์ผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศรายใหญ่ 4 แห่งในมาเลเซียเพื่อการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ท่อทองแดงด้วย
2. การสำรวจตลาด (Survey research) การสำรวจกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ทั้งกลุ่มผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจ สถาบันต่าง ๆ คริวเรือน และ/หรือ บุคคลทั่วไป วัตถุประสงค์ของการสำรวจตลาดจะปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ดังนั้นรูปแบบของการสำรวจจึงแตกต่างกัน เช่น การสำรวจขนาดใหญ่ของกลุ่มผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมจะครอบคลุมถึงข้อมูลพื้นฐาน (ประเภทของธุรกิจ ขอบข่ายของผลิตภัณฑ์ โครงสร้างการถือหุ้น ผลการดำเนินงานรายปี จำนวนพนักงาน) คำถามของการวิจัยที่เฉพาะเจาะจงอาจจะเกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาของบริษัท ความสามารถทางเทคโนโลยี หรือความสามารถในการส่งออก

#### ผลงานที่ผ่านมา

- การสำรวจตลาดการลงทุนโดยตรงของชาวต่างประเทศในประเทศไทย การสำรวจบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน 250 แห่งทั่วประเทศเพื่อประเมินหลักเกณฑ์ต่างๆ ของบริษัท ที่ใช้ในการเลือกสถานที่ผลิตหรือแหล่งที่จะให้บริการให้ประเทศไทย

- การปรับเปลี่ยนภาคสังคมในประเทศไทยเป็นโครงการหลักสำหรับธนาคารพัฒนาแห่งเอเชีย (the Asian Development Bank) และสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (the National Economic and Social Development Board) ซึ่งส่วนหนึ่งของโครงการนี้คือการศึกษาระยะยาวในแนวลึกของผลกระทบทางสังคมที่เกิดจากวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจซึ่งได้ทำการสำรวจสถาบันการศึกษา 220 แห่ง สถานีนอมนัมย 180 แห่ง และครัวเรือน 600 แห่งทั่วประเทศ

3. การวิจัยความพึงพอใจของผู้บริโภค (Customer satisfaction research) การวิจัยเพื่อหาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการ ซึ่งครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคที่เป็นตัวแทนได้ ซึ่งโดยปกติจะเป็นการผสมผสานระหว่างการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์, การสัมภาษณ์โดยตรง และการสัมภาษณ์แบบกลุ่มย่อย (FOCUS GROUP)

#### ผลงานที่ผ่านมา

- การวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์ การสำรวจผู้ใช้รถยนต์ของสหรัฐอเมริกาในประเทศไทยจำนวน 330 ราย (การคัดเลือกตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย) ผลการสำรวจสามารถนำมาจัดทำรายละเอียดข้อมูลของลูกค้าและดัชนีวัดความพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Index : "CSI") สำหรับสินค้าและบริการที่ได้รับ

### 3.2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

#### กลยุทธ์ทางการตลาด

- จุดแข็งในการวางตำแหน่งตลาดในประเทศไทย
- พัฒนาเครือข่ายภูมิภาคสำหรับการวิจัยตลาดในกลุ่มประเทศอาเซียนและเอเชียตะวันออก
- จัดตั้งพันธมิตรทางธุรกิจกับหน่วยงานวิจัยที่นำเสนอเทคโนโลยีสมัยใหม่และ / หรือขยายตลาดอย่างกว้างขวาง
- มีสัญญามาตรฐานสำหรับลูกค้า
- นำเสนอแผนการตลาดต่อลูกค้าเป้าหมาย
- ปรับรูปแบบงานวิจัยเพื่อการขายผ่านเว็บไซต์ (Worldwide web) และสามารถให้สิทธิพิเศษ (Franchise) แก่ตลาดในภูมิภาค

#### กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- บริษัทข้ามชาติและบริษัทร่วมทุนไทยและต่างชาติที่มีการดำเนินการในประเทศไทย
- บริษัทที่ปรึกษาและวิจัยต่างชาติที่มีลูกค้าต่างชาติซึ่งต้องการงานวิจัยในกลุ่มประเทศอาเซียนหรือในแถบภูมิภาคเอเชีย รวมทั้งประเทศไทย
- บริษัทไทยที่มีขนาดใหญ่หรือบริษัทต่างชาติที่มีฐานในประเทศไทย ซึ่งต้องการการประเมินที่เป็นอิสระในเรื่องแนวโน้มของตลาด ส่วนแบ่งการตลาดและการแข่งขัน
- หน่วยงานราชการ สถาบันการเงินต่างชาติ บริษัทการค้าระหว่างประเทศ (สำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจ)

#### เป้าหมายลูกค้าทางภูมิภาค

- ประเทศไทย

- ประเทศสมาชิกอื่นๆในกลุ่มอาเซียน บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีเป็นเวลานานกับกลุ่มบริษัทวิจัยและที่ปรึกษาในประเทศเหล่านี้ ซึ่งบริษัทฯ สามารถร่วมมือกับกลุ่มบริษัทเหล่านี้ในการดำเนินงานวิจัยและให้คำปรึกษาในภูมิภาค

#### ตัวอย่างลูกค้าในปี 2543-2544

คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, Dimler Chrysler (Thailand) และ Diamond Trading Company (ชื่อเดิม "De Beers")

#### จุดแข็งในการแข่งขัน

- มีสัญญาประจำกับกลุ่มลูกค้าชั้นนำ
- มีประวัติการทำงานในประเทศไทยเป็นระยะเวลานาน
- มีการทำงานวิจัยที่ได้อย่างมืออาชีพ
- มีการแข่งขันต่ำ (แม้ว่ามีการเจริญเติบโต)

#### การวิเคราะห์การแข่งขัน

- **การวิจัยตลาดของอุตสาหกรรม** ปรากฏว่าไม่มีคู่แข่งโดยตรง บริษัทวิจัยผู้บริโภครวมทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น Taylor-Nelson (TNS), Asia Market Intelligence (AMI), Market Behavior Limited (now NFO), CSN & Associates และ Advanced Research Group มีการทำวิจัยตลาดอุตสาหกรรมเพียงเล็กน้อย
- **การวิจัยเชิงสำรวจ** คู่แข่งขันส่วนใหญ่คือบริษัทวิจัยในประเทศ เช่น CSN, Infosearch, Advanced Research group, Thailand Development Research Institute (TDRI), บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (IFCT) สถาบันวิจัย ของวิทยาลัยหรือมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ และ มหาวิทยาลัยสวนสุนันทา) บริษัทฯ ไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่เสนอราคาต่ำได้ โดยเฉพาะบริษัทในประเทศที่มีอยู่ในปัจจุบัน บริษัทฯ จึงวางแผนที่จะใช้จุดแข็งในการสำรวจโดยการจ้างนักสถิติที่เชี่ยวชาญในงานวิจัยและสามารถพัฒนากลุ่มตัวอย่าง (โรงงานอุตสาหกรรม คริวเรือน และบุคคลทั่วไป) จากกลุ่มเป้าหมายได้ นอกจากนี้การนำคอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Computer-Aided Telephone Interviewing (CATI)) ที่จะเริ่มติดตั้งในครึ่งปีหลังของปี 2544 จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้แก่แผนกนี้ได้
- **งานวิจัยความพึงพอใจของผู้บริโภค** คู่แข่งขันคือกลุ่มเดียวกันกับการวิจัยเชิงสำรวจ เนื่องจากงานวิจัยความพึงพอใจของผู้บริโภคไม่ใช่ผลิตภัณฑ์หลัก บริษัทฯจึงไม่ค่อยได้เน้นการนำเสนอขายในเรื่องการวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคมากนัก คงมีการทำงานวิจัยในด้านนี้ให้กับลูกค้าเพียงไม่กี่รายเท่านั้น

#### 3.2.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

- ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการสำหรับการวิจัยตลาดจะเหมือนกับแผนกที่ปรึกษารูทิง (โปรดดูรายละเอียดในหัวข้อ 3.1.3 ที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์อุตสาหกรรม)
- แม้จะมีการคาดหมายว่าภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยจะหดตัวลง ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น บริษัทฯ คาดว่าความต้องการของการวิจัยตลาดในปีนี้น้อยจะอยู่ที่ระดับเดียวกับปี 2543



### 3.2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ สิ้นปี 2543 บริษัท มีงานวิจัยตลาดที่ยังไม่ได้ส่งมอบทั้งสิ้นจำนวน 3 รายการ คิดเป็นมูลค่างานคงเหลือ 0.79 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.99 ของรายได้รวม ทั้งนี้ ไม่มีงานชิ้นใดที่มีมูลค่างานคงเหลือเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 10 ของรายได้รวม

## 3.3 แผนกวิจัยนโยบายรัฐ (Policy Research Division)

### 3.3.1 ลักษณะการให้บริการประกอบด้วย

การให้คำปรึกษาในเชิงนโยบาย กลยุทธ์และแผนงาน เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาในด้านต่างๆ ดังนี้

#### 1. การพัฒนาภาคเอกชนและผู้ประกอบการ (Private sector development and entrepreneurship)

เป็นการให้คำปรึกษาด้านนโยบายและกลยุทธ์ ที่จะส่งเสริมการพัฒนาภาคเอกชน โดยเน้นในกรอบเศรษฐกิจของเอเชียซึ่งรวมถึงการพัฒนาและฝึกอบรมผู้ประกอบการ การประเมินผลโครงการของผู้ประกอบการ การเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับสมาคมทางธุรกิจ และการให้บริการด้านข้อมูลในการสนับสนุนภาคธุรกิจ

**ผลงานที่ผ่านมา** : การพัฒนาโครงการอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion – “GMS”) ที่เป็นผลจากการดำเนินงานโครงการอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ซึ่งมีส่วนสนับสนุนบทบาทของสมาคมธุรกิจ หอการค้า และอุตสาหกรรมในโครงการร่วมมือทางเศรษฐกิจของ GMS โดยโครงการได้รับความร่วมมือจากธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (Asian Development Bank – “ADB”) และ United Nations ESCAP โดยโครงการนี้มีความสำคัญในการพัฒนาภาคธุรกิจในอนาคตภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่เป็นอยู่

#### 2. การพัฒนาเศรษฐกิจในภูมิภาค (Regional economic development)

เป็นการให้บริการที่หลากหลายเพื่อพัฒนาธุรกิจ การค้า และการลงทุน ด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่พัฒนาเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค (Regional Economic Development Areas หรือ “REDAs”) เช่น การช่วยเหลือให้คำปรึกษาแก่พื้นที่พัฒนาเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคใหม่ ๆ งานวิจัย และกรอบความคิดในการพัฒนา

**ผลงานที่ผ่านมา** : การพัฒนาในภูมิภาคทูเมน (Tumen) ซึ่งเป็นการศึกษาด้านนโยบายของบริเวณลุ่มน้ำทูเมน ที่ครอบคลุมพื้นที่เกาหลีเหนือ รัสเซียตะวันออก ตอนเหนือของจีน และประเทศมองโกเลีย การดำเนินโครงการประกอบด้วย การจัดเตรียมรายงานวิจัยด้านการค้าและการลงทุนในพื้นที่พัฒนาภูมิภาค กรอบความคิดการพัฒนาระดับภูมิภาค และการนำเสนอต่อที่ประชุมในเดือนมีนาคม 2543 ที่ปักกิ่ง **ซึ่งโครงการนี้ได้กระตุ้นความสนใจประเทศในทวีปอาฟริกาทางตอนใต้** ได้แก่กลุ่มประเทศแซมเบีย มาลาวี โมซัมบิก (the Zambia-Malawi-Mozambique Growth Triangle) โดยมีบริษัท ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาของโครงการพัฒนาเศรษฐกิจภูมิภาคในอาฟริกาทางใต้

3. การพัฒนาอุตสาหกรรม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี (Industrial, science and technology development)

เป็นการให้บริการที่หลากหลายด้านนโยบายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี โดยเฉพาะด้านความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม (industrial competitiveness) value chain การวิเคราะห์กลุ่มอุตสาหกรรม (clusters analysis) การขนส่งสินค้า (logistics) นโยบายอุตสาหกรรมเชิงกลยุทธ์และอื่น ๆ

**ผลงานที่ผ่านมา :** การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นโครงการที่บริษัทฯ กำลัง ดำเนินการและให้ความสนใจเป็นพิเศษ โดยมีจำนวน 2 โครงการด้วยกัน คือ โครงการของธนาคารโลกที่ศึกษาความสามารถในการแข่งขันและการลงทุนของต่างชาติในประเทศต่าง ๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และโครงการของธนาคารเพื่อการพัฒนาเอเชียที่ศึกษาเรื่องความสามารถของบริษัทในการดำเนินกิจการหลังช่วงวิกฤติทางเศรษฐกิจของภูมิภาค ในประเทศต่าง ๆ 9 ประเทศในเอเชีย โดยทั้ง 2 โครงการนี้จะสนับสนุนบริษัทต่างๆ และผู้กำหนดนโยบายที่กำลังประสบกับความท้าทายของโลกาภิวัตน์ในศตวรรษที่ 21 นี้

4. การส่งเสริมการลงทุน (Investment Promotion)

เป็นการให้บริการที่หลากหลายเพื่อเสริมสร้างกิจกรรมส่งเสริมการลงทุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึง การสร้างความสามารถของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการลงทุน การส่งเสริมการลงทุนอย่างมีเป้าหมาย การปรับปรุงองค์กร โครงการตรวจสอบและประเมินผล และการสร้างภาพลักษณ์

**ผลงานที่ผ่านมา :** การบริหารการเปลี่ยนแปลงในหน่วยงานส่งเสริมการลงทุน โดยที่ทางบริษัทฯ และคณะทำงานจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่มีความชำนาญในด้านการบริหาร ร่วมกันดำเนินการบริหารการเปลี่ยนแปลงภายในสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) โครงการนี้เป็นการศึกษางานบริการและขั้นตอนการทำงานของ BOI โดยละเอียด นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ยังได้ดำเนินโครงการ “ส่งเสริมการลงทุนอย่างมีเป้าหมาย” สำหรับ BOI ในการระบุและมุ่งเป้าไปที่นักลงทุนแต่ละรายที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ และให้บริการข้อมูลกับพื้นฐานที่จัดทำขึ้นมาโดยเฉพาะตามความต้องการของโครงการลงทุนแต่ละราย ขณะนี้ทางบริษัทฯ กำลังดำเนินโครงการปฏิรูปที่สำคัญในสำนักงานส่งเสริมการลงทุนในประเทศปาปัวนิวกินี

5. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human resource development)

เป็นงานวิจัยและบริการทางด้านการศึกษาในระดับอุดมศึกษาโดยมุ่งเน้นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างภาคอุตสาหกรรมกับภาคการศึกษา โดยเฉพาะการศึกษาระดับสูง ขอบเขตทั้งสองของหัวข้อนี้คือกลยุทธ์ขยายการศึกษาไปสู่ระดับอุดมศึกษา (Higher education outreach strategies) และการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อปรับปรุงการบริหารการศึกษาระดับอุดมศึกษา

**ผลงานที่ผ่านมา :** ความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยและอุตสาหกรรมภายใต้กรอบเศรษฐกิจของ APEC โครงการนี้เป็นการวิจัยเชิงลึกทั้งในแนวความคิดและรูปแบบของความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยและอุตสาหกรรมรวมถึงงานวิจัยภายในประเทศไทย บริษัทฯ ได้ร่วมทำวิจัยกับทีมวิจัยของ 9 ประเทศ และจัดการประชุมหลายครั้งเพื่อเผยแพร่ผลการวิจัย รวมทั้งการทำวิจัยจำนวนมาก ด้านการศึกษาระดับสูงในสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในประเทศไทยและภูมิภาคนี้ และสนับสนุนการออกนอกระบบราชการของมหาวิทยาลัยในสังกัดด้วย

6. การพัฒนาภาคสังคม (Social sector development)

ให้คำปรึกษาด้านตลาดแรงงาน สาธารณสุข และการศึกษา รวมทั้งเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับองค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) และประชาคม (Civil Society)

**ผลงานที่ผ่านมา** : การปฏิรูปภาคสังคมในประเทศไทย ซึ่งเป็นโครงการหลักโครงการหนึ่งของธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (ADB) และสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (NESDB) ที่เกี่ยวกับภาคสังคมในประเทศไทย ในโครงการนี้บริษัทฯ ได้ร่วมงานกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในการศึกษากระบวนการวางแผนของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 การวิเคราะห์แนวโน้มเกี่ยวกับผลกระทบทางสังคมที่เกิดจากวิกฤตการณ์ และนโยบายตลาดแรงงานโดยละเอียด รวมถึงระบบข้อมูลของแรงงาน ซึ่งโครงการนี้ชี้ให้เห็นปัจจัยพื้นฐานที่เป็นตัวกำหนดเศรษฐกิจของประเทศไทยและสังคมในอนาคต โดยมีการศึกษาเป็นหลักและรองลงมาคือ การพัฒนาทักษะ สาธารณสุข และสวัสดิการสังคม

7. การประเมินผลโครงการ (Program evaluation)

บริษัทฯ ดำเนินการประเมินผลโครงการองค์กรของรัฐ เพื่อการวัดผลการดำเนินงาน การประเมินผลที่ได้รับ การปรับปรุงประสิทธิภาพ และการประเมินคุณค่าของงานบริการ

**ผลงานที่ผ่านมา** : การพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SME) ในประเทศไทยที่เป็นโครงการประเมินประสิทธิภาพและความสามารถของธุรกิจขนาดกลางและเล็กในภาคการผลิต ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการจัดทำแผนแม่บทในการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SME) ภายใต้แผนปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมของกระทรวงอุตสาหกรรม บริษัทฯ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยร่วมกันดำเนินโครงการซึ่งประกอบด้วยการศึกษาผู้ผลิตขนาดกลางและเล็ก และการวิเคราะห์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ประเมินการให้บริการพัฒนาธุรกิจและการเงินในภาคเหนือของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรม

3.3.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

กลยุทธ์ทางการตลาดและปัจจัยแห่งความสำเร็จ

- สนับสนุนหน่วยงานภาครัฐในการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคม
- นำแนวโน้มการให้ทุนสนับสนุนด้านนโยบายรัฐจากองค์การระหว่างประเทศในจุดที่บริษัทฯ มีความเข้มแข็งโดยการติดตามโครงการทั้งหมดอย่างระมัดระวัง มาใช้ให้เกิดประโยชน์
- นำงานที่ปรึกษาธุรกิจในประเทศแถบอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS) มาใช้ให้เกิดประโยชน์
- ประเมินโครงการต่างๆ ที่จัดทำขึ้นในช่วงวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะ โครงการ SME การศึกษา และภาคสังคมอื่นๆ
- พัฒนาความสามารถของ e-government เพื่อช่วยเหลือรัฐบาลให้ “on-line” ในระดับภูมิภาคที่ทางรัฐบาลยังขาดกลยุทธ์และบุคลากรในการดำเนินงานที่มีคุณภาพ
- นำเสนอบริการใหม่ของบริษัทฯ ที่เป็นการผสมผสานกันระหว่างกิจการของรัฐและเอกชน
- ประยุกต์งานที่ปรึกษาในประเทศไทยและประเทศแถบอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS) แก่ภูมิภาคอื่น เช่น เอเชียตอนใต้และแอฟริกา

### กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทฯ ให้บริการวิจัยด้านนโยบายในหลายโครงการแก่หน่วยงานราชการและองค์กรนานาชาติซึ่งรวมธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (ADB) International Finance Corporation ธนาคารโลก (World Bank) USAID และองค์การสหประชาชาติ รวมถึงหอการค้าและองค์กรธุรกิจด้วย สำหรับลูกค้าไทยประกอบด้วยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแห่งประเทศไทย สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงอุตสาหกรรม ทบวงมหาวิทยาลัย กระทรวงต่างประเทศ สถาบันวิจัยและพัฒนาประเทศไทย และมหาวิทยาลัยชั้นนำหลายแห่ง

นอกจากนี้แผนวิจัยนโยบายนี้ได้ทำงานอย่างใกล้ชิดกับองค์กรของไทยและนานาชาติ เช่น World Economic Forum, GMS Business Forum, Joint Foreign Chambers of Commerce of Thailand และบริษัทที่ปรึกษานานาชาติ

### เป้าหมายลูกค้าทางภูมิภาค

บริษัทฯ ทำวิจัยและให้บริการคำปรึกษาด้านนโยบายแก่หน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย อาเซียน และประเทศอื่นในแถบภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยทำงานร่วมกับกลุ่มผู้ชำนาญการในธุรกิจให้คำปรึกษาจำนวนมาก สมาคมธุรกิจ และสถาบันการศึกษาทางด้านธุรกิจในภูมิภาคนี้ ซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ที่มีบทบาทหลักในการทำวิจัยด้านนโยบายระดับภูมิภาค

ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการวิจัยนโยบายในประเทศภูมิภาคอาเซียนทั้งหมด ได้แก่ บรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาว มาเลเซีย พม่า ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ประเทศไทย และเวียดนาม รวมทั้งมณฑลยูนนานของจีน ฮองกง ไต้หวัน ญี่ปุ่น ปากีสถาน รัสเซีย เกาหลีใต้ เกาหลีเหนือ ศรีลังกา ฟิลิ และมาลาวี

### จุดแข็งในการแข่งขัน

- บริษัทฯ มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในประเทศไทยและในประเทศแถบอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง โดยเป็นผู้ประมุขงานที่ปรึกษาด้านที่ไม่ใช่เทคนิค (Non-Technical) ที่ใหญ่ที่สุดของธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (โปรดดู A Fact Sheet: Thailand and ADB ประจำปีเดือนเมษายน 2543)
- บริษัทฯ มีเครือข่ายความสัมพันธ์ที่ดีและกว้างขวางกับพันธมิตรหน่วยงานต่างๆ ในเอเชีย สหรัฐอเมริกาและยุโรป
- บริษัทฯ มีเจ้าหน้าที่ระดับสูงที่มีความเชี่ยวชาญ โดยมีผู้ที่ได้รับปริญญาเอก 2 ท่าน ซึ่งมีประสบการณ์หลากหลาย
- แผนกฯ มีการทำงานร่วมกับแผนกที่ปรึกษาทางธุรกิจของบริษัทฯ ในการให้คำปรึกษา จึงทำให้สามารถเสนอมุมมองและแนวความคิดของภาคเอกชนให้ลูกค้าภาครัฐรับทราบได้
- บริษัทฯ เน้นการทำงานในประเทศไทยและภูมิภาค โดยมีประสบการณ์ด้านนโยบายในภูมิภาคมาเป็นเวลานานกว่า 15 ปี

### การวิเคราะห์การแข่งขัน

แผนวิจัยนโยบายของบริษัทฯ อยู่ในตำแหน่งที่มีลักษณะเฉพาะ ดังนั้นจึงเป็นการยากที่จะประมาณส่วนแบ่งตลาด โดยธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชียได้จัดอันดับให้บริษัทฯ เป็นผู้วิจัยนโยบายอันดับหนึ่งในประเทศไทยมากกว่า 4 ปี

### คู่แข่งชั้นที่สำคัญประกอบด้วย

- หน่วยงานที่รัฐ เช่น สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (Thailand Development Research Institute (TDRI))
- มหาวิทยาลัยและสถาบันที่ทำวิจัย
- บริษัทที่ปรึกษาขนาดใหญ่ 6 ลำดับแรก (ในขอบเขตงานเดียวกัน)
- บริษัทที่ปรึกษานานาชาติในงานที่เกี่ยวข้อง
- บริษัทวิศวกรไทยที่มีหน่วยงานวิจัยนโยบาย
- นักวิจัยอิสระ

### 3.3.3 วัตถุประสงค์ของแผนวิจัยนโยบายภาครัฐ

แผนวิจัยนโยบายรัฐมีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้บริษัทฯ เป็นผู้นำในงานวิจัยนโยบายในประเทศไทย และภูมิภาคนี้ โดยทางบริษัทฯ จะกำหนดทิศทางในการทำงานวิจัยนโยบายซึ่งส่งผลที่ชัดเจนแก่การพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศที่บริษัทฯ ดำเนินการ

บริษัทฯ จะทำงานเพื่อให้เป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับการบริการให้คำปรึกษาของรัฐบาลและหน่วยงานอื่นในแถบภูมิภาคนี้ และเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของบริษัทที่ปรึกษาอื่นที่ต้องการผู้ร่วมทำงานวิจัยทางด้านนี้ในประเทศไทยและภูมิภาคนี้

บริษัทฯ จะสร้างพื้นฐานการวิจัยที่กระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง และเสริมสร้างความแข็งแกร่งของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการพัฒนาผู้วิจัยและคณะที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาโครงการความสำเร็จของโครงการและการนำโครงการไปปฏิบัติ

#### ขอบเขตวัตถุประสงค์เฉพาะ

1. พัฒนาฐานความรู้และเครือข่ายภายในภูมิภาคเพื่อสนับสนุนงานให้คำปรึกษาวิจัยนโยบายรัฐ รวมทั้งนำไปใช้ในบริการอื่นด้วยซึ่งประกอบด้วย 3 ประเด็นสำคัญคือ
  - สร้างความเข้มแข็งให้กับคณะทำงานภายในบริษัทฯ เพื่อสนับสนุนการพัฒนางานและเพื่อให้แน่ใจว่าการนำเสนอและส่งมอบงานมีคุณภาพและมาตรฐานเป็นไปตามที่ต้องการ
  - สร้างฐานข้อมูลนักวิจัยและบุคลากรอื่นๆ ที่จำเป็นในประเทศไทยและภูมิภาคเพื่อที่จะสนับสนุนบุคลากรภายในบริษัทฯ และสนับสนุนความสามารถของบริษัทในการคัดสรรคณะทำงานสำหรับโครงการวิจัยหลักต่าง ๆ
  - สร้างความร่วมมือที่แข็งแกร่งกับพันธมิตรทางการค้าในประเทศหลักๆ ที่สนใจ เพื่อขยายความสามารถในการจัดส่งงานและจัดตั้งคณะทำงานเพื่อประมวลโครงการสำคัญต่าง ๆ
2. บริษัทฯ จะจัดทำวิธีการทำงานที่ผสมผสานความต้องการของบริษัทฯ และภูมิภาค ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าหลัก
3. พัฒนารอบความคิดเฉพาะของงานนโยบาย ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของแผนวิจัยนโยบายรัฐ และเป็นพื้นฐานการทำงานของแผนกที่จะนำไปพัฒนางานต่อไป
4. มุ่งเน้นการขยายงานไปสู่ ภูมิภาคอาเซียน (ASEAN) และ ภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) แต่ในขณะเดียวกันก็ได้พยายามและเน้นการให้บริการที่ครอบคลุมทั่วโลก
5. นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือนำเสนองาน แสดงผลิตภัณฑ์และงานบริการที่หลากหลายของแผนกนโยบายรัฐ

6. พัฒนางานที่ทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างแผนกต่าง ๆ ของบริษัทฯ โดยผ่านเครือข่ายที่กว้างขวางของบริษัท ทั้งในภาครัฐและเอกชนโดยที่แผนกนโยบายจะมุ่งเน้นการเพิ่มความเชื่อมโยงระหว่างแผนกต่าง ๆ ภายในบริษัทฯ รวมถึงการศึกษาความเป็นไปได้ในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในงานที่ทางแผนกนโยบายรัฐมีความสนใจ และมีความเชี่ยวชาญมาใช้

### 3.3.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ สิ้นปี 2543 บริษัทฯ มีงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบทั้งสิ้นจำนวน 8 รายการ คิดเป็นมูลค่างานคงเหลือ 5.22 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 13.22 ของรายได้รวม ทั้งนี้ ไม่มีงานชิ้นใดที่มีมูลค่างานคงเหลือเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 10 ของรายได้รวม

## 3.4 แผนกสื่อสิ่งพิมพ์และธุรกิจออนไลน์ (Publications and On-line Services Division)

### 3.4.1 ลักษณะการบริการประกอบด้วย

ในอดีตกิจกรรมหลักของแผนก คือ

- การรวบรวมข้อมูลโดยนำเสนอในรูปแบบหนังสือ ซีดี-รอม และสื่ออิเล็กทรอนิกส์
- งานจัดพิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ (Brochures) จดหมายข่าว (Newsletters) และสิ่งพิมพ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

การซื้อกิจการของธราสยาม ช่วยเพิ่มประเภทของผลิตภัณฑ์และบริการของแผนกดังกล่าวถึงต่อไป ผลิตภัณฑ์ของธราสยามมีกลุ่มลูกค้าเดิม คือ บริษัทนายหน้าหลักทรัพย์และกลุ่มผู้จัดการกองทุน จึงทำให้การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการปรับปรุงระบบสนับสนุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

- **งานวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industrial sector research)** เป็นการวิเคราะห์ในเชิงลึกในธุรกิจและอุตสาหกรรมที่สำคัญของไทย เช่น ธุรกิจโทรคมนาคม ธุรกิจบริการด้านสุขภาพอนามัย ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจประกันภัย ธุรกิจอินเทอร์เน็ต รัฐวิสาหกิจ และกลุ่มตระกูลธุรกิจชั้นนำในประเทศไทย
- **ข้อมูลบริษัทจดทะเบียน (Listed company fact files)** เป็นข้อมูลทางการเงินและข้อมูลพื้นฐานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- **การวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและการเมือง (Economic and political review)** ในอดีตธราสยามได้จัดทำรายงานภาวะเศรษฐกิจรายไตรมาส ซึ่งบริษัทฯ จะได้ปรับปรุงรายงานโดยเพิ่มเติมความเห็นเกี่ยวกับพัฒนาการล่าสุดด้านการเมือง
- **ที่ปรึกษาทางการเงิน (Financial consultancy)** ธราสยามยังคงให้บริการกับลูกค้าที่เป็นสถาบันการเงินจำนวนไม่มากนัก โดยมีสัญญาการชำระเงินในลักษณะว่าจ้างประจำ

ในประเทศที่พัฒนาแล้วข้อมูลจำนวนมากจะปรากฏต่อสาธารณะ ซึ่งลักษณะเช่นนี้จะไม่ปรากฏในประเทศเช่นประเทศไทย โดยหน่วยงานและองค์กรต่างๆ พบว่า การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อประกอบการดำเนินธุรกิจ หรือเพื่อช่วยในการตัดสินใจเป็นไปได้ด้วยความยากลำบาก

ดังนั้นข้อมูลเหล่านี้จะมีมูลค่าสูงโดยเฉพาะถ้าเป็นข้อมูลที่มีการระบุความต้องการ กลยุทธ์ของ ธาราสยาม คือ การระดมกลุ่มหรืออุตสาหกรรมที่น่าสนใจ ซึ่งมีกลุ่มผู้ซื้อเป้าหมายจำนวนมากพอ และคุ้มค่าต่อการวิเคราะห์และเขียนรายงานที่มีจำนวน 500 หน้าในช่วงระยะเวลา 3 เดือน

สำหรับข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนได้รับความสนใจน้อยลงตามการลดลงของความสนใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างไรก็ตามการปรับปรุงผลิตภัณฑ์จะช่วยให้ยอดขายของ ผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นในกลุ่มนักลงทุนมืออาชีพ

งานวิจัยภาวะเศรษฐกิจซึ่งธาราสยามเคยทำตลาดมาก่อนได้ดำเนินการต่อไปภายใต้ความเสี่ยงในด้าน ความถูกต้องและการเข้าถึงของผลงาน โดยได้จัดทำเป็นรายไตรมาสและเนื้อหาประกอบด้วย การวิเคราะห์ในเชิงลึกแนวโน้มเศรษฐกิจไทย และวิเคราะห์ถึงสาเหตุและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

### 3.4.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

#### ลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การตลาด

แผนสื่อสิ่งพิมพ์และธุรกิจออนไลน์มีกลุ่มลูกค้าที่กว้างขวาง ในอดีตที่ผ่านมาลูกค้าส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในกลุ่มสถาบันการเงิน โดยเฉพาะบริษัทนายหน้าหลักทรัพย์และกลุ่มผู้จัดการกองทุนทั้งในและต่างประเทศ อย่างไรก็ตามภายหลังจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในเอเชียในปี 2540 ทำให้ต้องทบทวนการพึ่งพิงกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ บริษัทต่างชาติที่เป็นที่ปรึกษากฎหมาย ผู้ตรวจสอบบัญชี ผู้เชี่ยวชาญการปรับโครงสร้าง บริษัทร่วมทุน ผู้เชี่ยวชาญการลงทุน ต่างก็จัดตั้งสำนักงานในภูมิภาคนี้หรือในประเทศไทยและมีบทบาทที่แข็งขันในตลาด

เนื่องจากแผนนี้กำลังเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์จากแบบเดิม จึงต้องนำกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ๆ มาใช้ ดังนั้นบริษัทฯ จึงว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญทางการตลาดซึ่งมีประสบการณ์ในธุรกิจการเงินมาดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการอาวุโส แม้ว่าบทบาทหน้าที่จะต้องดูแลด้านการตลาดทั้งหมด แต่ก็คาดว่าแผนสื่อสิ่งพิมพ์และธุรกิจออนไลน์จะเป็นงานหลักที่ต้องให้ความสำคัญ

บริษัทฯ ต้องการเพิ่มบทบาทความสำคัญ เพื่อแข่งขันกับกลุ่มมืออาชีพ (professional communities) ตามรายงานข้างต้นและกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม โดยดำเนินกลยุทธ์เหล่านี้

- ยกกระดับและขยายฐานลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าใหม่
- ร่วมงานสัมมนาที่มุ่งเป้าไปยังผู้ใช้รายงานอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งโดยเฉพาะ
- ลงทุนในการพัฒนาเว็บไซต์ ( Website) ของบริษัทฯ ในอนาคตผลิตภัณฑ์ที่จัดทำโดยแผนนี้จะส่งผ่านทางออนไลน์ โดยลูกค้าอาจเลือกรับเป็นเอกสารก็ได้ การส่งผลิตภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์ที่มีค่าใช้จ่ายที่ถูกลงและลูกค้ามีความสะดวกและคุ้นเคยมากกว่าการส่งเป็นเอกสาร ยิ่งไปกว่านั้นเว็บไซต์ยังช่วยในการจัดส่งข้อมูลที่ทันสมัย ซึ่งช่วยเพิ่มรายได้
- ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้า

#### เป้าหมายทางภูมิภาค

ข้อมูลที่ปรากฏในผลิตภัณฑ์ของแผนกเป็นที่ต้องการขององค์กรต่างๆ ในระดับโลกที่มีธุรกิจในประเทศไทย และบริษัทไทยจำนวนมาก อย่างไรก็ตามเป็นที่คาดหมายว่าผลิตภัณฑ์ของแผนกจะยังคงเน้นข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยตราจวบจนกระทั่งปลายปี 2545

### สภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ที่แผนกจัดทำขึ้นได้แก่

- Listed Company Fact Files : คู่แข่งขันในประเภทนี้คือ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้ให้บริการระบบ “SIMS” ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนต่างๆ ในประเทศไทย
- Industrial Sector Research : บริษัทที่ปรึกษาอุตสาหกรรมเฉพาะประเภท ซึ่งผลิตรายงานภาพรวมของอุตสาหกรรมเป็นครั้งคราว
- Quarterly Economic Review : ธนาคารขนาดใหญ่ส่วนใหญ่จะผลิตรายงานภาวะเศรษฐกิจ เช่นเดียวกับหน่วยงานราชการจำนวนหนึ่ง เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย และคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- Financial Consultancy : คู่แข่งขันมีจำนวนมากมาย เช่น ธนาคารทั้งในและต่างประเทศ สำนักงานตรวจสอบบัญชีรายใหญ่ 5 ราย และบริษัทที่ปรึกษารายใหญ่ เช่น Boston Consulting ซึ่งมีผลงานมากมายทางด้านนี้

#### 3.4.3 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ สิ้นปี 2543 บริษัทฯ มีงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบทั้งสิ้นจำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นมูลค่างานคงเหลือ 2.99 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.57 ของรายได้รวม ทั้งนี้ ไม่มีงานชิ้นใดที่มีมูลค่างานคงเหลือเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 10 ของรายได้รวม

### 3.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์

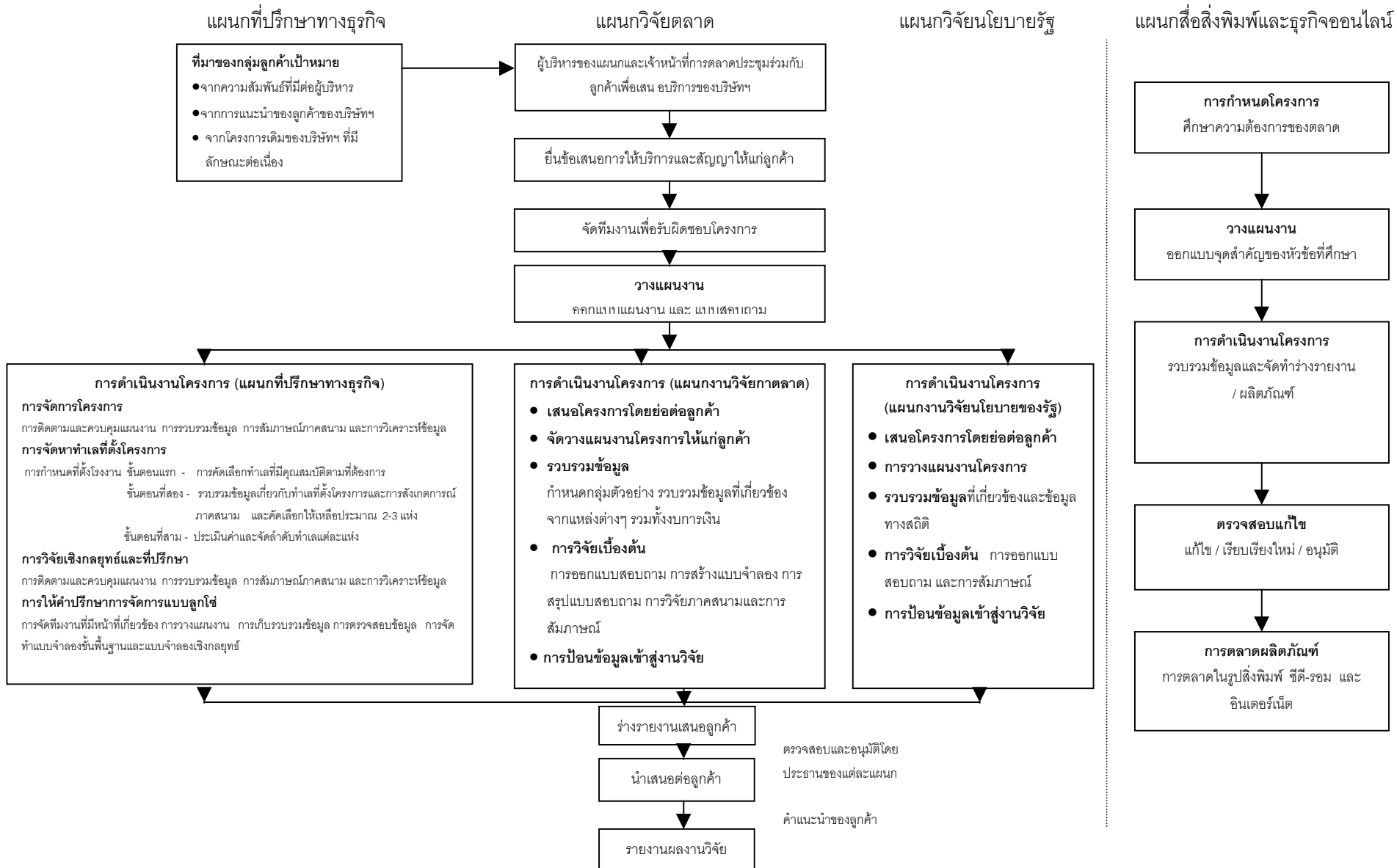
วิธีการต่างๆ ได้ถูกนำมาใช้ในการรวบรวมข้อมูลที่เป็น สำหรับการผลิตรายงานวิจัยที่บริษัทฯ จะส่งให้กับลูกค้า ข้อมูลเหล่านี้รวมถึง (โดยไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแหล่งข้อมูลเหล่านี้เท่านั้น) :

- นิตยสาร
- หนังสือพิมพ์
- สถิติ
- รายงานภาวะเศรษฐกิจ
- บทสัมภาษณ์
- การสำรวจผู้บริโภค
- การวิเคราะห์ขั้นต้น
- งานวิจัยของบริษัทนายหน้าหลักทรัพย์



### 3.6 ขั้นตอนการบริการ

ตารางดังต่อไปนี้แสดงขั้นตอนการให้บริการของแต่ละแผนกดังนี้



**ขั้นตอนการให้บริการสามารถสรุปได้ ดังนี้**

**ก) การตลาด**

บริษัทฯ สรรหาโครงการต่างๆ โดยการแนะนำจากลูกค้าเก่าและใช้แผนการตลาดเชิงรุก ซึ่งประกอบด้วย การเข้าร่วมบรรยายและเป็นวิทยากร การส่งบทความและจดหมายข่าวไปยังสื่อมวลชน การเข้าร่วมกิจกรรมและการประชุมร่วมกับสมาคมหอการค้าต่างๆ และจากการแนะนำของบริษัทที่ปรึกษาและวิจัยต่างๆ ที่เป็นพันธมิตรกับทางบริษัทฯ หน่วยงานราชการไทยและต่างประเทศและสมาคมหอการค้า

**ข) การติดต่อลูกค้าและการเสนอบริการ**

หลังจากติดต่อครั้งแรกกับผู้ที่มาจะเป็นลูกค้า บริษัทฯ จะประชุมกับลูกค้าเพื่อทบทวนวัตถุประสงค์ของโครงการโดยละเอียด แล้วนำมาจัดทำข้อเสนอโครงการ ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นมา วัตถุประสงค์ วิธีการและขั้นตอนในการดำเนินโครงการ บุคลากรในโครงการ ระยะเวลาโครงการและค่าธรรมเนียมในการดำเนินโครงการ ซึ่งข้อเสนอโครงการจะจัดทำในรูปแบบของเอกสารการประชุมโดยอาจจะมีการพิจารณาแก้ไขปรับปรุงหลายครั้งก่อนที่จะบรรจุข้อตกลง

สำหรับแผนกวิจัยนโยบายรัฐ ข้อเสนอโครงการจะจัดทำตามแนวทางที่ลูกค้ากำหนดไว้ โดยลูกค้าบางราย เช่น ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (ADB) และ ธนาคารโลก (World Bank) มีข้อกำหนดให้ผู้เข้าเสนอโครงการปฏิบัติตามกฎระเบียบการจัดทำข้อเสนอโครงการขององค์กรนั้นๆ อย่างเคร่งครัด

**ค) การวางแผนงาน**

หากมีการอนุมัติโครงการแล้ว ผู้จัดการโครงการจะจัดเตรียมแผนงาน โดยกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ ระยะเวลาในการทำงานให้โครงการแล้วเสร็จ และออกแบบแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยนั้น หากเป็นโครงการที่จำเป็นต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญพิเศษหรือผู้รับเหมาช่วงงาน ผู้จัดการโครงการก็จะพิจารณาจัดหาให้เหมาะสมเป็นกรณีไป

**ง) การดำเนินโครงการ**

**• แผนกที่ปรึกษาทางธุรกิจ**

ประธานแผนกที่ปรึกษาทางธุรกิจจะเป็นผู้ควบคุมดูแลให้การดำเนินโครงการต่างๆ เป็นไปตามแผนงานโดยนำบุคลากรทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ มาดำเนินการสำรวจภาคสนาม และมีการติดตามการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

**• แผนกงานวิจัยการตลาด**

รองประธานบริหารและรองประธานแผนกงานวิจัยการตลาดจะเป็นผู้ควบคุมดูแลและติดตามการดำเนินโครงการต่างๆ ของการวิจัยตลาดโดยครอบคลุมตั้งแต่ การสร้างแบบจำลอง (Pilot tests) การวิจัยภาคสนาม (Field research) การป้อนข้อมูล (Data entry) การวิเคราะห์ข้อมูล (Data analysis) และการจัดเตรียมรายงานผลงานวิจัย (Preparation of research reports)

**• แผนกงานวิจัยนโยบายรัฐ**

ประธานและรองประธานอาวุโสแผนกงานวิจัยนโยบายรัฐ จะเป็นผู้ควบคุมดูแลและติดตามการดำเนินโครงการต่างๆ ของงานวิจัยนโยบายรัฐซึ่งดำเนินงานโดยบุคลากรภายในและภายนอกบริษัทฯ โดยครอบคลุมตั้งแต่การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานราชการต่างๆ การวิจัยภาคสนาม (Field research) การป้อนข้อมูล (Data entry) การวิเคราะห์ข้อมูล (Data analysis) การจัดทำรายงานผล

งานวิจัย (Preparation of research reports) และการปรับปรุงแก้ไขรายงานการวิจัย (Re-write and editing)

● **แผนกสื่อสิ่งพิมพ์และธุรกิจออนไลน์**

กระบวนการการจัดทำจะแตกต่างกันไปจากแผนกอื่นเนื่องจากการขายให้แก่ลูกค้าจำนวนมาก แทนที่จะบริการให้แก่ลูกค้ารายเดียว ประธานแผนกจะเป็นผู้ควบคุมดูแลการเขียนบทความและเนื้อหาของงานวิจัยซึ่งเป็นไปตามความคาดหวังถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

๑) **การจัดทำรายงานเสนอต่อลูกค้า**

โดยส่วนใหญ่รายงานที่นำเสนอต่อลูกค้า ประกอบด้วย สรุปผลการวิจัย บทสรุปและคำแนะนำให้กับลูกค้า ในการดำเนินงานต่อไป ซึ่งแสดงให้เห็นถึงจุดเด่นของบริษัทฯ ในเรื่อง "ความรู้ ข้อมูลและการแก้ปัญหา"

3.7 **กลยุทธ์การตลาดของบริษัท**

กลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญ ของบริษัทฯ คือการมีชื่อเสียงในฐานะของบริษัทฯ ผู้ให้บริการอิสระด้านงานวิจัย ที่ปรึกษา และข้อมูลสารสนเทศชั้นนำของประเทศไทย

เพื่อขยายโอกาสและพัฒนาให้ทันกับความท้าทายของเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ บริษัทฯ มีแผนงานในการขยายตลาด โดยการว่าจ้างรองประธานอาวุโสหน่วยงานพัฒนาธุรกิจ ซึ่งรายงานโดยตรงต่อกรรมการผู้อำนวยการ เพื่อรับผิดชอบดังนี้

- 1) ปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาและการนำเสนอให้ทันสมัย
- 2) ประสานงานในด้านประชาสัมพันธ์บริษัทฯ
- 3) รักษาและพัฒนาฐานข้อมูลลูกค้า
- 4) พัฒนาฐานลูกค้าสถาบัน
- 5) ประสานงานแผนกต่างๆ ในการรายงานสถานการณ์ด้านการตลาดเพื่อให้บริษัทฯ สามารถแข่งขันด้านราคา (the cutting-edge)
- 6) ทำให้มั่นใจว่าเว็บไซต์ของบริษัทฯ จะสามารถใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดได้

3.8 **ปัจจัยแห่งความสำเร็จ**

(ก) **ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และประสบการณ์ของผู้บริหารอาวุโส**

ผู้บริหารอาวุโสของบริษัทฯ ประกอบด้วยผู้มีประสบการณ์ในด้านธุรกิจหลากหลายสาขาที่เป็นงานบริการหลักของบริษัทฯ มากกว่า 20 ปี ดังนั้นบริษัทฯ จึงมีคณะผู้บริหารที่มีประสบการณ์ และมีความรู้ความเข้าใจ ในการให้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ การวิจัยตลาด และการวิจัยนโยบายรัฐทั้งในระดับการทำงานและการตลาด นอกจากนี้ การที่คณะผู้บริหารมีความเข้าใจในสถานะตลาดภายในประเทศรวมถึงในประเทศอื่นๆ ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นอย่างดีในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา จึงส่งผลให้บริษัทฯ สามารถผนวกความสามารถในการคาดการณ์ล่วงหน้า ความคิดสร้างสรรค์ และความรู้ในการเสนองานบริการที่เป็นเอกลักษณ์ให้กับลูกค้าได้

(ข) **การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจในตลาดภายในประเทศและตลาดภูมิภาค**

การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจในประเทศไทยและภูมิภาค ทำให้บริษัทฯ สามารถประมวลโครงการต่างๆ ในประเทศและต่างประเทศได้มากขึ้นในฐานะของทั้งคู่สัญญาและผู้รับเหมาช่วง (Sub-contract) นอกจากนี้

ประสบการณ์ของบริษัทฯ ในระดับประเทศและระดับภูมิภาค และฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจากการติดต่อกับ นักลงทุนสาขาต่างๆ ภาครัฐและบริษัทต่างๆ ในประเทศ ทำให้บริษัทฯ ได้รับการยอมรับในด้านารชี้แนะ และวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจเป็นอย่างดี นอกจากนี้การมีกลุ่มผู้บริหารและผู้ถือหุ้นรายใหม่ยังเป็นการ สร้างฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นอีกด้วย

(ค) **ชื่อเสียงทั้งในประเทศไทยและในประเทศอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง**

บริษัทฯ เป็นผู้ทำงานรายแรกที่หน่วยงานรัฐบาล องค์การระหว่างประเทศและสภาหอการค้าไทยคัดเลือกให้ มาดำเนินการโครงการในประเทศอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง เนื่องจากชื่อเสียงของบริษัทฯ เป็นที่ยอมรับ

(ง) **ฐานลูกค้าที่มีคุณภาพและกว้างขวาง**

บริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าหลักที่มีชื่อเสียงในองค์กรทวิภาคี และองค์การระหว่างประเทศ เช่น ธนาคารโลก คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (ADB) และการประชุมสหประชาชาติ ว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) เป็นต้น รายชื่อดังกล่าวข้างต้นนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของลูกค้า หลักของบริษัทฯ ดังนั้นจึงทำให้บริษัทฯ มีชื่อเสียงมากยิ่งขึ้นในตลาด

(จ) **คุณค่าของคลังข้อมูลวิจัย**

คุณค่าของบริษัทฯ อยู่ที่ประสบการณ์อันยาวนานในการตลาด และคลังข้อมูลอุตสาหกรรมที่ได้พัฒนาขึ้น มาระหว่างการดำเนินโครงการให้กับภาครัฐและเอกชน บริษัทฯ ได้ทำการวิจัยด้านตลาดมากกว่า 600 เรื่อง ในระยะเวลาที่บริษัทฯ และบริษัทก่อนรวมกิจการได้ดำเนินงานมานานกว่า 15 ปี นอกจากนี้การเข้าซื้อ กิจการของธรรมาภิบาลและคลังห้องสมุดทำให้เป็นการเพิ่มฐานข้อมูลที่สำคัญในบริษัทฯ

3.9 **จุดแข็งในการแข่งขัน**

จุดแข็งของบริษัทฯ ในการแข่งขัน มีดังนี้

- **การแข่งขันที่จำกัด (Limited competition)** โครงการส่วนใหญ่ของบริษัทฯ ในงานบริการหลักเป็นการให้ บริการกับลูกค้าประจำ
- **เครือข่ายแนะนำบริษัทฯ (Active referral network)** เครือข่ายของบริษัทฯ ที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจทั้ง ภายในและต่างประเทศส่งผลให้บริษัทฯ มีงานโครงการต่างๆ เข้ามาอย่างสม่ำเสมอ
- **ชื่อเสียงที่ดี (Good reputation)** บริษัทฯ มีชื่อเสียง และภาพพจน์ที่ดีในกลุ่มนักธุรกิจทั้งในและต่าง ประเทศ
- **ผู้บริหารมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ (Principals active in the business)** ผู้บริหารบริษัทฯ เป็นผู้ ควบคุมการดำเนินโครงการต่างๆ
- **ศักยภาพในการขยายธุรกิจ (Potential to expand the business)** บริษัทฯ ยังมีได้ใช้ความสามารถที่มี อยู่อย่างเต็มที่ในการขยายตลาดงานบริการของบริษัทฯ ในประเทศและภูมิภาคอาเซียน
- **คู่แข่งรายใหม่ (Niche player)** บริษัทฯ มุ่งเจาะตลาดที่มีการแข่งขันน้อย

3.10 **ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental impact)**

บริการต่างๆ ของบริษัทฯ ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ไม่เคยละเมิดหรือฝ่าฝืนกฎหมายที่ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและไม่เคยเป็นต้นเหตุของปัญหาสิ่งแวดล้อม