

3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. ธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการจัดงาน (Event Management)
2. ธุรกิจให้เช่าอุปกรณ์และบริการ (Equipment Rental)
3. ธุรกิจให้บริการผลิตสื่อสำหรับการนำเสนอ (Presentation Media)

3.1 ธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการจัดงาน (Event Management)

ปัจจุบันบริษัทฯ ให้บริการบริหารจัดการจัดงานแบบครบวงจร (Turnkey Event Management) โดยขอบเขตการให้บริการของบริษัทฯ จะครอบคลุมถึง

- การออกแบบ
- การวางแผนงานการสื่อสารทางการตลาดให้สอดคล้องกับแผนการตลาดของลูกค้า
- การออกแบบชิ้นงาน
- การให้คำปรึกษาในด้านการจัดหาและจัดเตรียมพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการจัดงานแสดงประเภทต่างๆ
- การให้คำปรึกษาเบื้องต้นทางด้านอุปกรณ์และสื่อสำหรับการจัดการแสดง
- การให้บริการรับออกแบบจัดสร้างตามแนวความคิดของลูกค้า
- การให้บริการประกอบ ติดตั้ง และตกแต่งภายในให้ลูกค้า
- การควบคุมและบริหารงานแสดง

ซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารและควบคุมคุณภาพของการดำเนินงานให้ได้มาตรฐานตามที่ลูกค้าได้กำหนดไว้

ในปัจจุบัน ธุรกิจหลักของบริษัทฯ สามารถจำแนกได้ตามลักษณะการให้บริการได้เป็น 4 ประเภทหลักดังต่อไปนี้ คือ

1. ธุรกิจให้บริการบริหารจัดการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Trade Show & Exhibition)
2. ธุรกิจให้บริการการบริหารการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขาย (Marketing & Promotion Event)
3. ธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานบันเทิงสาธารณะ (Public Event)
4. ธุรกิจให้บริการการบริหารการจัดประชุมสัมมนา (Meeting, Incentive, Convention & Exhibition: MICE)

3.1.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ก. ธุรกิจให้บริการบริหารจัดการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Trade Show & Exhibition)

การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการเป็นการตลาดแบบพบผู้บริโภคโดยตรงของบริษัทหรือผู้ผลิตสินค้าต่างๆ ที่ออกงานแสดงสินค้านั้นๆ โดยบริษัทฯ มีหน้าที่สร้างกระบวนการที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างลูกค้าและผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การออกแบบบริเวณพื้นที่จัดงาน การสร้างบรรยากาศด้วยแสง สี และเสียง และการแสดง เป็นต้น การที่ผู้บริโภครู้สึกมีส่วนร่วมโดยตรงในการนำเสนอหรือสาธิตผลิตภัณฑ์ อีกทั้งสามารถสอบถามข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับสินค้า

นั้นๆ ถือเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้งานแสดงสินค้าและนิทรรศการเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารกันระหว่างลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย และเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในอุตสาหกรรมชั้นนำที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตที่ดี แต่มีการแข่งขันที่สูง เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมสื่อสารและเทคโนโลยี และอุตสาหกรรมอาหาร เป็นต้น

ผลงานที่สำคัญของบริษัทฯ ที่ผ่านมาได้แก่

- งาน BOI BUILD Thailand: CP Booth ซึ่งจัดขึ้นในระหว่างวันที่ 3-17 กุมภาพันธ์ 2543 ที่ศูนย์แสดงสินค้าเมืองทองธานี
- งาน Thaicom-Satellite Museum ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2545 ที่ท้องฟ้าจำลอง
- งาน Power Buy Expo 1999 ซึ่งจัดขึ้นในระหว่างวันที่ 1-6 มิถุนายน 2542 ที่เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว
- งาน Power Buy Expo 2000 ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2543 ที่เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว
- งาน Power Buy Expo 2001 ซึ่งจัดขึ้นในระหว่างวันที่ 26 พฤษภาคม – 3 มิถุนายน 2544 ที่โรบินสัน ศรีราชา
- งาน Power Buy Expo 2002 ซึ่งจัดขึ้นในระหว่างวันที่ 27 เมษายน – 6 พฤษภาคม 2545 ที่เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว
- งาน Power Buy Expo 2003 ซึ่งจัดขึ้นในระหว่างวันที่ 26 เมษายน – 5 พฤษภาคม 2546 ที่เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว
- งาน Supersports Super Show 2003 ซึ่งจัดขึ้นในระหว่างวันที่ 30 พฤศจิกายน – 10 ธันวาคม 2546 ที่ห้างเซ็นทรัลลาดพร้าว -BCC
- งาน Chia Tai International Progress Fair 2002 ซึ่งจัดขึ้นในระหว่างวันที่ 18 ตุลาคม-3 พฤศจิกายน 2545 ที่มหานครเชียงใหม่ ประเทศจีน
- งาน Land Rover Motor Show 2003 ซึ่งจัดขึ้นในระหว่างวันที่ 28 มีนาคม – 7 เมษายน 2546 ที่ศูนย์การแสดงสินค้า BITEC

ในช่วงที่ผ่านมา มูลค่าของงานจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการซึ่งบริษัทฯ ให้บริการอยู่ระหว่าง 0.5-20 ล้านบาท

ข. ธุรกิจให้บริการบริหารจัดการกิจกรรมทางการตลาดและส่งเสริมการขาย (Marketing & Promotion Event)

การบริหารจัดการกิจกรรมทางการตลาดและส่งเสริมการขายจัดว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication Tool) ที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถสร้างมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ โดยทั่วไป ลักษณะการให้บริการบริหารจัดการกิจกรรมทางการตลาด และการส่งเสริมการขายจะมีความแตกต่างจากงานแสดง

สินค้าและนิทรรศการ เนื่องจากการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขายเป็นการสื่อสารทางการตลาดของลูกค้ารายใดรายหนึ่ง โดยเฉพาะที่ต้องการจัดกิจกรรมขึ้นมาเพื่อสื่อสารกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้งานที่จัดจะมีความหลากหลายและแตกต่างกันออกไป ซึ่งจะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของลูกค้าว่าต้องการจะส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์หรือสินค้า หรือต้องการแนะนำสินค้าหรือบริการใหม่ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอื่นๆ ที่ลูกค้าจัดขึ้นเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้า/กลุ่มเป้าหมาย ลูกค้า/ตัวแทนจำหน่าย อันได้แก่ การจัดทำเทศกาลพิเศษขึ้นในรูปการสัมมนา และงานบันเทิง เป็นต้น โดยส่วนใหญ่ กิจกรรมทางการตลาดและส่งเสริมการขายจะเป็นงานลักษณะสั้นๆ เน้นการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมงาน และการสร้างภาพพจน์ที่ดีและความประทับใจให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน นอกจากนี้ สถานที่ที่ใช้ในการจัดกิจกรรมก็จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับแนวคิดการส่งเสริมการตลาดของสินค้าหรือบริการแต่ละประเภท เช่น ถ้าหากต้องการเปิดตัวสินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น ก็จะจัดงานในบริเวณที่มีวัยรุ่นสัญจรไปมาค่อนข้างเยอะ เช่น เซ็นเตอร์พอยท์ โรงภาพยนตร์ และห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

ผลงานที่สำคัญของบริษัทที่ผ่านมา ได้แก่

- งาน Happy D-Prompt Press ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2546 ที่สนามกีฬาเนชั่น
 - งาน Happy D-Prompt Dealer ซึ่งจัดขึ้นในระหว่างวันที่ 25-29 มิถุนายน 2546 ที่เชียงใหม่
 - งาน Microsoft Windows Server 2003 ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2544 ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์
 - งาน TA Orange Campaign ซึ่งจัดขึ้นในระหว่างวันที่ 4 มิถุนายน 2545 – 12 กรกฎาคม 2545 ที่จังหวัดนครราชสีมา พัทยา และหัวหิน
 - งาน Unilever Lux Skin Care Bar Launching ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2545 ที่บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ
 - งาน M-150 Power Music Beat ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2546 ที่สนามกีฬาอินดอร์ สเตเดียม หัวหมาก
 - งาน Panasonic Ideas for Life ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2545 ที่เซ็นทรัล โซฟิเทล
- ในช่วงที่ผ่านมา มูลค่าของงานจัดกิจกรรมทางการตลาดและส่งเสริมการขายซึ่งบริษัทฯ ให้บริการอยู่ระหว่าง 0.5-3 ล้านบาท

ค. ธุรกิจให้บริการบริหารจัดการกิจกรรมบันเทิงสาธารณะ (Public Event)

การจัดกิจกรรมบันเทิงสาธารณะโดยส่วนใหญ่เป็นการจัดกิจกรรมการแสดงของหน่วยงานราชการ โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดงานเพื่อส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของไทย โดยอาศัยแนวคิดในการนำเสนอที่แปลกใหม่ เน้นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีการใช้สื่อและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ประกอบการนำเสนอ ทำให้งานแสดงมีความน่าสนใจ และสมจริงสมจัง ซึ่งจะสร้างความประทับใจให้แก่กลุ่มผู้เข้าชมงาน ในการจัดการแสดงแบบบันเทิงสาธารณะ บริษัทฯ จะเน้นการสร้างกระบวนการที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างผู้จัดงานและกลุ่มผู้เข้าชมโดยการออกแบบแนวคิดของงาน

แสดง การวางแผนงานแสดง การคัดเลือกนักแสดงนำ การจัดสร้างและตกแต่งงานแสดง การควบคุมและบริหารงานแสดง และการออกแบบบริเวณพื้นที่จัดงานแสดง โดยจะคำนึงถึงความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงานของลูกค้าด้วยเสมอ

ผลงานที่สำคัญของบริษัทที่ผ่านมา ได้แก่

- งานแม่น้ำของแผ่นดิน (River of King) ปีที่ 3 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 22-30 กันยายน 2545 ที่ท่าราชวรดิษฐ์
- งานแม่น้ำของแผ่นดิน (River of King) ปีที่ 4 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 30 มกราคม – 13 กุมภาพันธ์ 2546 ที่ท่าราชวรดิษฐ์
- งานแม่น้ำของแผ่นดิน (River of King) ปีที่ 5 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 23 มกราคม – 5 กุมภาพันธ์ 2547 ที่ท่าราชวรดิษฐ์
- งานเทศกาลวัดอรุณ (Wat Arun Festival) ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 1-4 พฤศจิกายน 2544 ที่วัดอรุณราชวราราม
- งาน OTOP CITY ซึ่งจัดขึ้นที่อิมแพ็ค อารีน่า เมืองทองธานี ในระหว่างวันที่ 21-28 ธันวาคม 2546
- งาน New Year Countdown 2003 ซึ่งจัดขึ้นที่สนามศุภชลาศัย สนามกีฬาแห่งชาติ เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2546
- งาน Bangkok China Town Festival 2003 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 1-2 กุมภาพันธ์ 2546 ในเขตเยาวราช
- งาน Bangkok China Town Festival 2004 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 22-23 มกราคม 2547 ในเขตเยาวราช
- งาน Songkarn Festival 2003 ซึ่งจัดขึ้นที่ระหว่างวันที่ 7-15 เมษายน 2545 ที่ถนนราชดำเนินกลาง

ในช่วงที่ผ่านมา มูลค่าของงานบันเทิงสาธารณะซึ่งบริษัทฯ ให้บริการอยู่ระหว่าง 5-30 ล้านบาท

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

สำหรับธุรกิจให้บริการบริหารการจัดการประชุมสัมมนานั้น ในปัจจุบันบริษัทฯ ได้ให้บริการอยู่ 2 ประเภทกับลูกค้า ประเภทแรกคือการให้บริการในลักษณะที่บริษัทฯ จะรับฟังวัตถุประสงค์ในการจัดงานของลูกค้า แล้วบริษัทฯ จะพัฒนาแนวคิดในการนำเสนอ และกลยุทธ์ในการจัดงานที่เหมาะสมให้กับลูกค้า โดยลูกค้าจะเป็นผู้ดำเนินการจัดงานเอง สำหรับประเภทที่สองเป็นการให้บริการแบบครบวงจร (Turnkey Event Management) ซึ่งเป็นลักษณะงานที่ลูกค้าจะมอบหมายขอบเขตของงานที่กว้างขึ้น โดยบริษัทฯ จะดูแลในเกือบทุกส่วนของงาน เริ่มตั้งแต่การให้การต้อนรับผู้เข้าร่วมประชุม การทำป้ายต้อนรับในบริเวณที่จะจัดงาน การจัดงานเลี้ยงต้อนรับ และงานเลี้ยงอำลา

สำหรับผู้มาร่วมงาน กาออกแบบและตกแต่งห้องจัดงานสำหรับผู้เข้าร่วมประชุม รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์งานประชุม ที่ผ่านมา งานส่วนใหญ่ที่บริษัทจัดจะเป็นงานประเภทที่สอง

ผลงานที่สำคัญของบริษัทที่ผ่านมาได้แก่

- งาน Good Year's Top Management and Dealers Seminar ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2544 ที่โรงแรมอิมพีเรียล ควินส์ปาร์ค
- งาน Alpar 2002 (งานประชุมแพทย์ทางด้านกระดูก) ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2545 ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์
- งาน World Stamp Bangkok 2003 World Philatelic Exhibition ซึ่งจัดขึ้นในระหว่างวันที่ 4-13 ตุลาคม 2546 ที่ศูนย์แสดงสินค้า อิมแพค อารีนา ฮอลล์ 9
- งาน ISCAS 2003 ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2546 ที่โรงแรมอิมพีเรียล ควินส์ปาร์ค
- งาน Johnie Walker Golf Classic 2004 ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 27 มกราคม 2547 ที่หอประชุม กองทัพเรือ
- งาน Johnie Walker Golf Classic Gala Night ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 31 มกราคม 2547 ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ในช่วงที่ผ่านมา มูลค่าของงานการประชุมสัมมนาซึ่งบริษัทฯ ให้บริการอยู่ระหว่าง 3-10 ล้านบาท

3.1.2 การตลาดและการแข่งขัน

3.1.2.1 นโยบายการตลาด

กลยุทธ์การตลาด

บริษัทมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นการให้บริการที่มีคุณภาพ และครบวงจรแก่ธุรกิจหลากหลายประเภท โดยมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญดังนี้

- **การให้บริการที่เน้นคุณภาพอย่างครบวงจร**

ที่ผ่านมา บริษัทเน้นการให้บริการบริหารจัดการจัดงานในรูปแบบต่างๆ ให้แก่ทั้งหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนอย่างมีคุณภาพและครบวงจร โดยทีมงานของบริษัทฯ ได้ร่วมทำงานกับลูกค้าอย่างใกล้ชิดตั้งแต่เริ่มต้นเพื่อให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์และความต้องการของลูกค้าอย่างถ่องแท้ บริษัทมีการกำหนดรูปแบบกิจกรรมการนำเสนอที่น่าสนใจและมีความเป็นไปได้ในการนำเสนอ มีการผลิตรายการ การคิดรูปแบบการนำเสนอ สถานที่ในการจัดกิจกรรมการแสดง การจัดหาอุปกรณ์และทีมงานสนับสนุนการแสดง รวมทั้งการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการจัดงานของลูกค้า ทั้งนี้ บริษัทจะมีการควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอนของการทำงาน เพื่อมิให้เกิดความผิดพลาดและสามารถสร้างสรรค์งานได้บรรลุวัตถุประสงค์

ของลูกค้า บริษัทฯจึงได้รับการยอมรับและความไว้วางใจจากลูกค้าเป็นอย่างดีว่า กิจกรรมที่บริษัทฯจัดนั้น มีความแปลกใหม่และสามารถสื่อแนวคิดในการนำเสนองานได้ดี

- **การให้บริการที่ครอบคลุมประเภทของงานที่หลากหลาย**

ที่ผ่านมา บริษัทฯได้ให้บริการบริหารจัดการงานครบทั้ง 4 ประเภท คือธุรกิจให้บริการบริหารการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Trade Show & Exhibition), ธุรกิจให้บริการจัดการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขาย (Marketing & Promotion Event), ธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานบันเทิงสาธารณะ (Public Event), ธุรกิจให้บริการจัดการประชุมสัมมนา (Meeting, Incentive, Convention & Exhibition: MICE) โดยนับได้ว่า บริษัทฯเป็นผู้ประกอบการชั้นนำในธุรกิจทั้ง 4 ประเภทดังกล่าวอันเป็นการสร้างความแข็งแกร่งในตลาดจนทำให้บริษัทฯมีชื่อเสียงและมีผลงานเป็นที่ยอมรับ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯจะยังคงพัฒนาคุณภาพงานทุกประเภท โดยเฉพาะงานบันเทิงสาธารณะที่คาดว่าจะมีอัตราการเจริญเติบโตที่ดีในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า

- **การพัฒนาระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพตามมาตรฐานสากล**

บริษัทฯมีนโยบายในการใช้กลยุทธ์ที่เป็นการให้บริการแบบครบวงจร เพื่ออำนวยความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการสำหรับลูกค้า ในปัจจุบัน นับได้ว่าบริษัทฯมีชื่อเสียงในระดับแนวหน้าบริษัทหนึ่งในตลาด และเป็นที่ยอมรับของลูกค้าอย่างกว้างขวางในเชิงคุณภาพและมาตรฐานการสร้างสรรคงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของลูกค้า อย่างไรก็ตาม บริษัทฯได้ให้ความสำคัญในการสร้างทีมงานและระบบงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการขยายงานอย่างต่อเนื่องและสามารถรักษาคุณภาพการสร้างสรรค์ผลงานให้แก่ลูกค้า

- **การให้ความสำคัญกับบุคลากรภายในบริษัท**

บริษัทฯตระหนักอยู่เสมอว่าบุคลากรในทุกระดับของบริษัทฯเป็นกลไกที่สำคัญในการที่จะทำให้บริษัทฯประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการงานเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และความร่วมมือของบุคลากรในฝ่ายต่างๆเพื่อให้การจัดกิจกรรมประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย บริษัทฯจึงเน้นที่การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรโดยการจัดอบรมพนักงานให้มีความรู้ในด้านการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับการออกแบบและสร้างสื่อ และการใช้เครื่องมือสำหรับการนำเสนอ รวมถึงการจัดส่งพนักงานไปดูงานทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเพื่อพร้อมรับการขยายงานของบริษัทฯ นอกจากนี้บริษัทฯยังเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นภายในองค์กรด้วยการจัดกิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์ของพนักงานอันจะนำไปสู่การดำเนินงานในแนวทางเดียวกัน การร่วมมือและการประสานงานเพื่อให้งานสำเร็จดังเป้าหมายที่ได้วางไว้

นโยบายและการกำหนดราคา

การกำหนดราคาในการให้บริการบริหารจัดการงานแต่ละงานจะกำหนดจากต้นทุนการผลิต ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนในการผลิตงาน (Production Cost) ต้นทุนค่าควบคุมในการผลิตงาน (Production Control Management Fee) และต้นทุนค่าควบคุมและบริหารงานการแสดงในงาน (Presentation Control Fee) และบวกกำไรส่วนเพิ่ม (Profit Margin) ในอัตราที่เหมาะสม ซึ่งจะขึ้นอยู่กับลักษณะของงานว่าต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และความแปลกใหม่มากน้อยเพียงใด และความยุ่งยากในการผลิตงาน

ลูกค้าและลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

บริษัทจะมุ่งเน้นเจาะลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ต้องการจัดงานส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเพื่อสร้างยอดขาย เพิ่มเติมจากการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ไป หรือองค์กรภาครัฐและเอกชนที่ต้องการส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีกับตัวองค์กร โดยเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือองค์กรอาจจะเป็นผู้กำหนดรูปแบบของกิจกรรมเอง แล้วว่าจ้างให้บริษัทเป็นผู้ดำเนินการ หรือขอให้บริษัทเป็นผู้นำเสนอแผนการจัดกิจกรรมให้ บริษัทได้จำแนกลูกค้า ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มรัฐวิสาหกิจและหน่วยงานของรัฐ

เนื่องจากภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ภาครัฐจึงมีนโยบายเป็นตัวแทนในการจัดกิจกรรมเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจ หรือจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมต่างๆ อาทิเช่น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมอาหาร เป็นต้น หน่วยงานของภาครัฐที่รับผิดชอบในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเหล่านี้ ได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงมหาดไทย กระทรวงวิทยาศาสตร์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2. กลุ่มธุรกิจเอกชน

กลุ่มธุรกิจเอกชนที่นิยมใช้บริการบริหารจัดการงานเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง มีการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่รวดเร็ว หรือมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี หรือการต้องการใช้บริการที่รวดเร็ว เช่น ธุรกิจโทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีอัตราการเจริญเติบโตที่ดี แต่มีการแข่งขันทางด้านการตลาดสูงภายในอุตสาหกรรม ธุรกิจรถยนต์ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ธุรกิจอาหาร ธุรกิจเครื่องสำอาง และธุรกิจยาบำรุงสุขภาพ ซึ่งธุรกิจเหล่านี้ให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมทางการตลาด การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

3. กลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา

บริษัทตัวแทนโฆษณาเป็นลูกค้ากลุ่มใหม่ของบริษัทฯ ที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตที่ดี เนื่องจากภาวะการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นในหลายๆอุตสาหกรรมซึ่งทำให้ความต้องการใช้งานโฆษณา การส่งเสริมการจัดจำหน่าย และการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามมีบริษัทตัวแทนโฆษณาเพียงไม่กี่รายเท่านั้นที่สามารถให้บริการบริหารจัดการงาน และการจัดทำโฆษณาได้แบบครบวงจร ดังนั้น บริษัทตัวแทนโฆษณาโดยส่วนใหญ่จึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้บริการของผู้ให้บริการบริหารจัดการงาน

ที่ผ่านมา บริษัทฯหางานใหม่ได้จากทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่องด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

- **การเสนอผลงานให้ลูกค้าคัดเลือก**

ทีมงานของบริษัทฯจะเป็นผู้ติดตามผลงานของลูกค้าหรือได้รับคำเชิญให้ไปเสนอผลงานจากลูกค้าทั้งภาครัฐวิสาหกิจ/รัฐบาล และภาคเอกชน โดยหลังจากที่บริษัทฯได้รับข้อมูลจากลูกค้า บริษัทฯก็จะจัดเตรียมแผนงานตามวัตถุประสงค์ในการจัดงานของลูกค้า และนำเสนอเพื่อให้ลูกค้าคัดเลือก หากบริษัทฯได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้ให้บริการ ฝ่ายผลิตผลงานของบริษัทฯก็จะประสานงานกับลูกค้าในการดำเนินงานในขั้นต่อไป

- **ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า**

จากนโยบายทางการตลาดของบริษัทฯที่มุ่งเน้นการสร้างงานที่มีคุณภาพดี เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า บริษัทฯจึงสามารถสร้างและรักษาสัมพันธ์ภาพอันดีกับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง ลูกค้าที่เคยได้รับการบริการจากบริษัทฯจึงมีความเชื่อมั่นในคุณภาพ และกลับมาใช้บริการของบริษัทฯอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการที่บริษัทฯมุ่งเน้นลูกค้าที่มีศักยภาพสูงในการเจริญเติบโต และมีงบประมาณและมีแผนการประชาสัมพันธ์และการตลาดอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี บริษัทฯจึงได้รับงานจากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

- **การแนะนำของลูกค้าเก่า**

จากประสบการณ์ที่มีมากกว่า 10 ปี และการให้บริการที่ได้รับการยอมรับเป็นอย่างดีจากลูกค้าทั้งในแง่ของคุณภาพ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และแนวคิดในการนำเสนอที่แปลกใหม่แต่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการจัดงานของลูกค้า จึงทำให้ลูกค้าจำนวนมากมีความมั่นใจในคุณภาพงานของบริษัทฯ และมีการแนะนำลูกค้าอื่นๆให้มาใช้บริการของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

3.1.2.2 ภาวะการแข่งขันในธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงาน

ภาวะการแข่งขันและกลยุทธ์การแข่งขันในธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงาน

การจัดกิจกรรมรายการแสดงเป็นสิ่งบันเทิงและสันทนาการรูปแบบใหม่ที่มีการแข่งขันที่สูงและมีผู้ประกอบการจำนวนมาก การเข้าสู่ธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการงานเป็นเรื่องที่ไม่ยากนักเนื่องจากใช้เงินลงทุนและบุคลากรไม่มากนัก ในปัจจุบัน กิจกรรมที่ดำเนินธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ บริษัทที่ดำเนินธุรกิจบริหารจัดการงานเป็นธุรกิจหลักซึ่งถือว่าเป็นคู่แข่งทางตรงของบริษัทฯ และบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์และรายการบันเทิงซึ่งจะอาศัยจุดแข็งทางด้านชื่อเสียงและสื่อที่มีอยู่ในมือมาเชื่อมโยงกับธุรกิจบริหารจัดการงานและเข้ามาประมูลงานแข่งกับผู้ประกอบการโดยตรง เอเยนซีโฆษณา และเอเยนซีประชาสัมพันธ์ ซึ่งบางเอเยนซีมีแผนกภายในบริษัทเองซึ่งทำหน้าที่ให้บริการบริหารจัดการงานแก่บริษัทของตน ซึ่งถือว่าเป็นคู่แข่งทางอ้อม ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานในประเทศไทยมีอยู่ประมาณ 60-66 ราย และประมาณ 5-6 ราย ซึ่งรวมถึงบริษัทฯ จะเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ซึ่งมีการดำเนินงานที่เป็นระบบ มีสถานะที่มั่นคง สามารถให้บริการที่มีคุณภาพจนเป็นที่ไว้วางใจของลูกค้า มีการจับกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่มทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งแต่ละกิจการก็จะมีผู้เชี่ยวชาญและสายสัมพันธ์ที่ต่างกันออกไป เมื่อใช้ยอดขายของบริษัทฯ ในปี 2546 ที่ผ่านมาเป็นเกณฑ์ในการจำแนกขนาดของบริษัทฯ เมื่อเทียบกับคู่แข่งที่เป็นผู้ดำเนินธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานโดยตรง จัดว่าบริษัทฯ เป็นกิจการขนาดใหญ่

การที่บริษัทผู้ให้บริการบริหารจัดการงานแต่ละรายจะได้รับงานจากลูกค้าหรือไม่ ขึ้นอยู่กับความพร้อมและความมั่นคงของบริษัทในการรองรับงาน และที่สำคัญคือความสามารถในการผลิตผลงานที่มีคุณภาพ ซึ่งปัจจัยที่จะทำให้ผลงานดังกล่าวมีคุณภาพได้นั้นขึ้นอยู่กับบุคลากรโดยเฉพาะทีมงานฝ่ายครีเอทีฟและฝ่ายผลิตที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความชำนาญและประสบการณ์ การมีฝ่ายสนับสนุนการทำงานที่มีความพร้อม ความสามารถของผู้ผลิตแต่ละรายที่สามารถจัดสรรองค์ประกอบทุกอย่างให้สามารถผลิตผลงานตามที่ต้องการได้ภายในเวลาและงบประมาณที่กำหนด รวมถึงการบริหารจัดการที่เข้มงวด

ศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทฯ

สำหรับบริษัทฯ ซึ่งดำเนินธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานมานานกว่า 10 ปี มีการผลิตผลงานที่มีคุณภาพ เน้นการนำเสนอรายการในรูปแบบที่แปลกใหม่โดยเน้นความคิดสร้างสรรค์ และมีการควบคุมคุณภาพของงานในทุกกระบวนการของการให้บริการ ทำให้ผลงานที่ผ่านมาของบริษัทฯ ได้รับการยอมรับเป็นอย่างดีจากลูกค้าทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่องว่าเป็นงานที่มีคุณภาพดี ซึ่งทำให้ลูกค้าเหล่านั้นเป็นจำนวนไม่น้อยใช้บริการของบริษัทฯ มาอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทฯ มีรายได้จากการให้บริการบริหารจัดการงานเติบโตมาโดยตลอดแม้ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจที่อัตราการเจริญเติบโตของ GDP และค่าใช้จ่ายในการจัดส่งเสริมการตลาด และประชาสัมพันธ์จะติดลบก็ตาม และเพื่อให้บริษัทฯ สามารถรักษาสถานภาพการเป็นบริษัทชั้นนำในธุรกิจ และเพิ่มศักยภาพในการเจริญเติบโตและความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ผู้บริหาร

ของบริษัทฯ ได้วางตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning) ของบริษัทฯ ให้เป็นผู้ให้บริการบริหารจัดการงานแบบครบวงจร (Turnkey Event Management Services) สำหรับธุรกิจที่หลากหลาย โดยการให้บริการที่เน้นคุณภาพเป็นหลักสำคัญ ในปัจจุบัน บริษัทฯ จึงได้รับการยอมรับจากทั้งลูกค้าของบริษัทฯเองและบริษัทคู่แข่งกันว่า เป็นหนึ่งในบริษัทชั้นนำในแต่ละประเภทธุรกิจของการให้บริการบริหารจัดการงานที่บริษัทฯ ดำเนินกิจการอยู่

3.1.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ขั้นตอนการให้บริการบริหารจัดการงาน สามารถแบ่งออกได้เป็นขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. กระบวนการให้บริการบริหารจัดการงานจะเริ่มต้นจากการติดต่อมายังบริษัทฯ ของลูกค้า ซึ่งเป็นเจ้าของธุรกิจ โดยลูกค้าจะแจ้งความประสงค์ที่จะจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดไม่ว่าจะเป็นสำหรับตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการของตน หรือต้องการส่งเสริมภาพลักษณ์ของตน บริษัทฯ จะเข้าไปรับฟังความต้องการของลูกค้า และวัตถุประสงค์ในการจัดงาน รวมถึงงบประมาณในการจัดงานจากลูกค้า ตามวัน เวลา และสถานที่ที่ลูกค้ากำหนด
2. หลังจากนั้น บริษัทฯ ก็จะกลับมามีวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการและวัตถุประสงค์ในการจัดงานของลูกค้าอย่างถ่องแท้ พร้อมนัดประชุมทีมงานซึ่งประกอบไปด้วยฝ่ายวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) ฝ่ายครีเอทีฟ (Creative) และฝ่ายผลิต (Production) เพื่อระดมความคิดและวางรูปแบบ แนวทาง และวิธีการนำเสนอจนตลอดจนประเมินราคาในการให้บริการในเบื้องต้น การทำงานในขั้นตอนนี้จะต้องมั่นใจได้ว่าแนวคิด และรูปแบบของงานถูกต้องตรงกับความต้องการของลูกค้า และอยู่ในวงเงินที่ลูกค้ากำหนด
3. การจัดเตรียมความพร้อมสำหรับการจัดงานทั้งในด้านอุปกรณ์และสื่อสำหรับการนำเสนอ การควบคุมการผลิตและการประชาสัมพันธ์งาน และการออกแบบการบริหารและควบคุมการจัดงาน

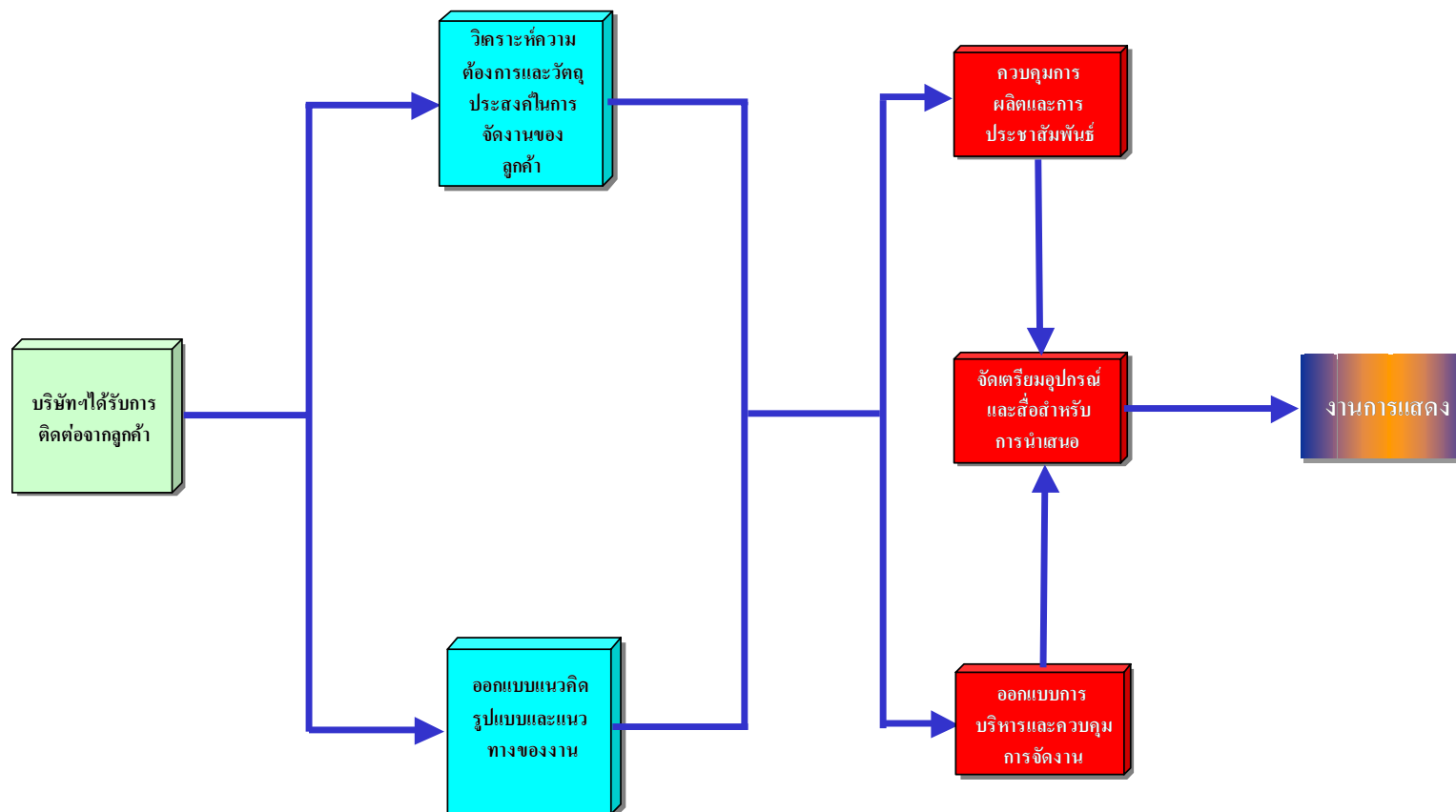
3.1 การจัดเตรียมความพร้อมทางด้านอุปกรณ์และสื่อสำหรับการนำเสนอ: ฝ่ายผลิตจะดำเนินการจัดเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ ที่ต้องใช้ เช่น เครื่องมือสื่อสารระหว่างทีมงาน ระบบไฟฟ้า ระบบแสง สี เสียงและเทคนิคพิเศษ และสื่อสำหรับการนำเสนอ เครื่องแต่งกายนักแสดงและพิธีกร ตลอดจนอุปกรณ์จัดฉากให้มีความเหมาะสมกับแนวคิดและรูปแบบในการจัดงาน

3.2 การควบคุมการผลิตและการประชาสัมพันธ์งาน: ในขั้นตอนนี้ บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตงานพร้อมทั้งมีการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพของงานในทุกขั้นตอนของการผลิต เพื่อให้มั่นใจได้ว่างานที่ผลิตออกมามีคุณภาพและตรงกับวัตถุประสงค์ของลูกค้า ในระหว่างการผลิตงาน บริษัทฯ ก็จะประสานงานกับบริษัทที่เป็นเจ้าของงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อประชาสัมพันธ์ให้งานเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย

3.3 การออกแบบการบริหารและควบคุมการจัดงาน: การออกแบบการบริหารและควบคุมการจัดงานจะรวมถึงการคัดเลือกและอบรมบุคคลากรสำหรับการจัดงาน ซึ่งทั้งบริษัทฯ และลูกค้าจะดำเนินการร่วมกันจัดหา คัดเลือก และให้การอบรมเจ้าหน้าที่ฝ่ายสนับสนุน เช่น พนักงานต้อนรับ บริกร พนักงานตรวจตั๋ว ตลอดจนพิธีกร และนักแสดง และการจัดเตรียมและบริหารพื้นที่จัดงานซึ่งเริ่มจากการติดต่อขอสถานที่กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงศึกษาข้อจำกัดของการใช้สถานที่นั้นๆ การจัดวางตำแหน่งของอุปกรณ์ เครื่องไม้เครื่องมือต่างๆ ให้เหมาะสมกับการใช้งาน การตกแต่งเวทีและฉากให้มีความน่าสนใจ และการจัดเตรียมพื้นที่ว่างสำหรับผู้เข้าร่วมงานอย่างเพียงพอ ตลอดจนการจัดพื้นที่สำหรับเส้นทางสัญจรเพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานสามารถเดินทางจากจุดชมงานจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว รวมถึงการจัดเตรียมมาตรการรักษาความปลอดภัยต่างๆ ไว้พร้อมกันด้วย

4. การดำเนินการจัดงานตามวันเวลา และสถานที่ที่กำหนด

แผนภาพที่ 2.1 กระบวนการให้บริการบริหารการจัดงาน



3.1.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 30 เมษายน 2547 บริษัทฯมีงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบดังต่อไปนี้

ชื่องาน	ประเภทของงาน	ช่วงเวลาจัดงาน	มูลค่าของงาน
Super Golf	การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	ไตรมาสที่ 2 2547	1.2 ล้านบาท
APM 12 th Anniversary	งานการตลาดและการส่งเสริมการขาย	ไตรมาสที่ 2 2547	1.0 ล้านบาท
Academy Fantasia	งานการตลาดและการส่งเสริมการขาย	ไตรมาสที่ 2 2547	5.0 ล้านบาท
APEC 2003 Photo Exhibition	งานการตลาดและการส่งเสริมการขาย	ไตรมาสที่ 2 2547	1.5 ล้านบาท
IMEX 2004	การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	ไตรมาสที่ 2 2547	2.2 ล้านบาท
Orange in BKK	งานการตลาดและการส่งเสริมการขาย	ไตรมาสที่ 2 2547	1.0 ล้านบาท
TRUE Sale Promotion	งานการตลาดและการส่งเสริมการขาย	ไตรมาสที่ 2 2547	2.0 ล้านบาท
Cadbury Adams	งานการตลาดและการส่งเสริมการขาย	ไตรมาสที่ 2 2547	2.0 ล้านบาท
Microsoft	การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	ไตรมาสที่ 2 2547	2.6 ล้านบาท
Snowman Press	งานการตลาดและการส่งเสริมการขาย	ไตรมาสที่ 2 2547	3.0 ล้านบาท
งานมหกรรมท่องเที่ยวภาคกลาง	การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	ไตรมาสที่ 2 2547	3 ล้านบาท
BOI SME	การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	ไตรมาสที่ 2 2547	3 ล้านบาท
Snowman Roadshow	งานการตลาดและการส่งเสริมการขาย	ไตรมาสที่ 2-3 2547	5 ล้านบาท
GI	งานการตลาดและการส่งเสริมการขาย	ไตรมาสที่ 2 2547	10 ล้านบาท
Danu Concert	บันเทิงสาธารณะ	ไตรมาสที่ 2 2547	1 ล้านบาท
Pacific Internet	งานการตลาดและการส่งเสริมการขาย	ไตรมาสที่ 2 2547	1 ล้านบาท

ชื่องาน	ประเภทของงาน	ช่วงเวลาจัดงาน	มูลค่าของงาน
Toyota IMV Launch	งานการตลาดและการส่งเสริมการขาย	ไตรมาสที่ 3 2547	5 ล้านบาท
Salon Cluster 2004	การประชุมสัมมนา	ไตรมาสที่ 3 2547	3 ล้านบาท
TRUE ICT EXPO 2004	การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	ไตรมาสที่ 3 2547	10 ล้านบาท
Hemophilia Congress	การประชุมสัมมนา	ไตรมาสที่ 4 2547	3 ล้านบาท
HOMEPRO EXPO 2004	การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	ไตรมาสที่ 4 2547	4 ล้านบาท
Straight Line Cinema	บันเทิงสาธารณะ	ไตรมาสที่ 4 2547	5 ล้านบาท
AIS Concert 2004	บันเทิงสาธารณะ	ไตรมาสที่ 4 2547	5 ล้านบาท
Benz Thank you party	งานการตลาดและส่งเสริมการขาย	ไตรมาสที่ 4 2547	2 ล้านบาท
มูลค่ารวมของงาน			81.50 ล้านบาท

งานโดยส่วนใหญ่ที่บริษัทฯ จัด เป็นงานระยะสั้น (ประมาณ 3-6 เดือน) และบริษัทฯ จะรับรู้รายได้ในการให้บริการ เมื่อการจัดงานเสร็จสิ้นลง

3.2 ธุรกิจให้เช่าอุปกรณ์และบริการ (Equipment Rental)

3.2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ปัจจุบันธุรกิจให้เช่าอุปกรณ์สำหรับการจัดกิจกรรมการแสดงและการนำเสนอ (Presentation Equipment) อยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท พีเอ็ม เซ็นเตอร์ จำกัด (“พีเอ็ม”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 99.997 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วของ บริษัทดังกล่าว พีเอ็ม ให้บริการจัดหาและอำนวยความสะดวกในการใช้งานอย่างครบวงจรสำหรับ อุปกรณ์การจัดกิจกรรมการแสดง (Production Management Solutions) การให้บริการจะครอบคลุมตั้งแต่การให้คำแนะนำและคำปรึกษาเกี่ยวกับชนิดของอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับการใช้งาน การให้บริการติดตั้งและการดำเนินการในการใช้งานอุปกรณ์ รวมตลอดถึงการประสานงานที่มีประสิทธิภาพและแม่นยำ เพื่อให้การจัดงานนั้นๆ ประสบความสำเร็จด้วยดี

ปัจจุบัน พีเอ็ม ให้บริการเช่าและนำเสนออุปกรณ์สำหรับการจัดกิจกรรมการแสดงอยู่ 4 ประเภท คือ

- อุปกรณ์เกี่ยวกับภาพ (Image) เช่น เครื่องฉายภาพ (Projector), จอภาพ (Screen), พาโนรามา (Panorama), ทีวี/วีดีโอวอลล์ (TV/VDO Wall), โปรเจกชันวอลล์ (Projection Wall), พลาสมา (Plasma), ซีโนน (Xenon) และ Led Screen

- อุปกรณ์เกี่ยวกับแสง (Lighting) เช่น ระบบแสงแบบคอนเวนชัน (Convention Lighting), ระบบแสงกลางแจ้ง (Outdoor Lighting) ระบบแสงสำหรับงานคอนเสิร์ต (Concert Lighting) และระบบแสงสำหรับการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibit Lighting)
- อุปกรณ์เกี่ยวกับเสียง (Pro Audio) สำหรับการจัดการประชุม, งานเปิดตัวสินค้า และงาน Light & Sound
- อุปกรณ์เกี่ยวกับเอฟเฟกต์ (Effect) เช่น การใช้แสงเลเซอร์, อุโมงค์น้ำ, จอน้ำ (Water Screen) และน้ำพุในระบบ Straight, Skirt และ Circle

3.2.2 การตลาดและการแข่งขัน

3.2.2.1 นโยบายการตลาด

นโยบายและการกำหนดราคา

พีเอ็มมีนโยบายในการกำหนดราคาให้เช่าอุปกรณ์ซึ่งจะขึ้นอยู่กับประเภทและชนิดของอุปกรณ์ สำหรับประเภทของอุปกรณ์ที่มีผู้ให้บริการให้เช่าอยู่ในตลาดจำนวนมากหลายราย เช่น อุปกรณ์เกี่ยวกับแสง สี และเสียง พีเอ็มจะตั้งราคาในการให้เช่าอุปกรณ์โดยอ้างอิงจากราคาตลาด สำหรับอุปกรณ์ประเภทที่ต้องอาศัยเทคนิคพิเศษซึ่งมีลักษณะเฉพาะและมีคู่แข่งจำนวนน้อยรายที่สามารถให้บริการให้เช่าอุปกรณ์ประเภทดังกล่าวได้ และไม่มีราคาตลาดอ้างอิง เช่น น้ำพุ พีเอ็มจะตั้งราคาในการให้เช่าอุปกรณ์โดยพิจารณาปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ ความสามารถในการสร้างเอฟเฟกต์พิเศษของชนิดอุปกรณ์ ความง่ายในการจัดทำเอฟเฟกต์พิเศษในแต่ละงานแสดง และความถี่ในการใช้งานของอุปกรณ์

ลูกค้าและลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของพีเอ็มประกอบไปด้วย

- บริษัทให้เช่าอุปกรณ์สำหรับการนำเสนอที่ยังขาดแคลนอุปกรณ์บางอย่างที่ลูกค้าต้องการ บริษัทเหล่านี้จะทำการเช่าอุปกรณ์ประเภทดังกล่าวต่อจากพีเอ็มเพื่อไปให้ลูกค้าของตนเช่าต่อ ได้แก่ บริษัท อิมแพ็ค พรินซ์เตชั่น จำกัด และบริษัท AV Group จำกัด เป็นต้น
- บริษัทผู้ให้บริการบริหารจัดการงาน (Event Organizer) และเอเยนซีโฆษณา ได้แก่ บริษัท ซีเอ็ม ออร์กาไนเซอร์ จำกัด (มหาชน) บริษัท 124 คอมมูนิเคชั่น จำกัด และบริษัท เจเอสแอล จำกัด
- หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนซึ่งต้องการจัดกิจกรรมการแสดงของตนเอง เช่น บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ไมโครซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ชัมชุง อิเล็กทรอนิกส์ จำกัด บริษัท โอเอสสภา จำกัด สำนักเทศบาลกรุงเทพมหานคร องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท.) สำนักปฏิรูประบบสาธารณสุขไทย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น

ในปี พ.ศ. 2544 – 2546 สัดส่วนของรายได้ของพีเอ็มซึ่งมาจากบริษัทและลูกค้าภายนอก
กลุ่มบริษัทอยู่ที่ 24.50%: 75.50%, 24.97%: 75.03% และ 34.65%: 65.35% ตามลำดับ

3.2.3 การจัดหาอุปกรณ์และบริการ

1. **อุปกรณ์** พีเอ็มมีนโยบายในการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการ
ของลูกค้าในราคาที่เหมาะสม อุปกรณ์สำหรับการนำเสนอที่ให้เช่าทั้งหมด
เป็นอุปกรณ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีและมี
มาตรฐาน การจัดซื้ออุปกรณ์โดยส่วนใหญ่จะจัดซื้อโดยการติดต่อกับบริษัทผู้
ผลิตอุปกรณ์ที่อยู่ในต่างประเทศ เช่น ในประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส
และเบลเยียม ในบางครั้งพีเอ็มจะสั่งซื้ออุปกรณ์โดยการติดต่อกับตัว
แทนจำหน่ายของผู้ผลิตอุปกรณ์ซึ่งอยู่ในประเทศไทย
2. **บุคลากร** เนื่องจากบุคลากรเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งในการประกอบธุรกิจให้เช่า
อุปกรณ์ พีเอ็มจึงมีนโยบายให้การฝึกอบรมให้พนักงานมีทักษะและความ
ชำนาญในการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือ และเก็บรักษาอุปกรณ์ดังกล่าว

สภาวะการแข่งขันในธุรกิจให้เช่าอุปกรณ์สำหรับการจัดการแสดงและการ นำเสนอและศักยภาพในการแข่งขันของพีเอ็ม

หากพิจารณาธุรกิจให้เช่าอุปกรณ์สำหรับการนำเสนอในประเทศไทยแล้วจะ
พบว่าธุรกิจให้เช่าอุปกรณ์มีอยู่จำนวนมาก แต่เมื่อคำนึงถึงความต้องการใช้อุปกรณ์
ดังกล่าวแล้ว ธุรกิจให้เช่าอุปกรณ์ในประเทศไทยยังไม่สามารถตอบสนองความ
ต้องการได้เพียงพอ เนื่องจากอุปกรณ์ที่มีความทันสมัย และสามารถใช้งานได้ตามที่
ลูกค้าต้องการมีอยู่อย่างจำกัด ผู้ประกอบการบางรายมีอุปกรณ์เพื่อสนับสนุนธุรกิจ
ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของตน ในขณะที่ผู้ประกอบการบางรายถึงแม้จะมีอุปกรณ์อยู่
เป็นจำนวนไม่น้อย แต่อุปกรณ์ดังกล่าวก็ล้าสมัย และไม่เป็นที่ต้องการของลูกค้า
หากพิจารณาเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจที่ให้เช่าอุปกรณ์ที่มีคุณภาพแบบครบวงจรและ
เป็นที่ยอมรับของลูกค้าและคนในวงการแล้ว จะพบว่าการแข่งขันระหว่างกิจการผู้
ให้เช่าอุปกรณ์ยังอยู่ในระดับที่ต่ำ

เพื่อดำรงความสามารถในการแข่งขัน พีเอ็มได้ตระหนักถึงความสำคัญในการ
จัดให้มีอุปกรณ์ที่มีความทันสมัย ตรงกับความต้องการของลูกค้า และทันต่อการ
เปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี โดยพีเอ็มได้จัดให้มีอุปกรณ์ใหม่ๆ ตามความต้องการ
ของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการจัดเก็บและรักษาอุปกรณ์
ให้อยู่ในสภาพที่จะใช้งานได้ตลอดเวลา รวมทั้งการจัดให้มีบุคลากรที่มีความรู้และ
ทักษะในการให้บริการเกี่ยวกับอุปกรณ์ให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะทำให้พีเอ็มสามารถรักษา
ความสามารถในการแข่งขันได้เป็นอย่างดี ในปัจจุบัน พีเอ็มจึงได้รับการยอมรับจาก
ทั้งลูกค้าของบริษัทเองและบริษัทคู่แข่งว่าเป็นบริษัทผู้ให้บริการเช่า อุปกรณ์

สำหรับการจัดการแสดงและการนำเสนอทั้งอุปกรณ์ประเภทภาพ (Pro Image) อุปกรณ์ประเภทแสง (Pro Lighting) อุปกรณ์ประเภทเสียง (Pro Audio) และอุปกรณ์ประเภทเอฟเฟกต์ (Pro Effect) ที่มีคุณภาพและทันสมัย ขึ้นเนื้องานบริษัทหนึ่งในการ

3.3 ธุรกิจให้บริการผลิตสื่อสำหรับการนำเสนอ (Presentation Media)

3.3.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ปัจจุบันธุรกิจให้บริการผลิตสื่อสำหรับการนำเสนออยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท ดิ อายส์ จำกัด (“ดิอายส์”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 99.84 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วของบริษัทดังกล่าว ดิอายส์ให้บริการที่เกี่ยวกับการผลิตสื่อสำหรับการนำเสนอสำหรับการจัดกิจกรรมการแสดงและการนำเสนอแบบครบวงจร โดยครอบคลุมตั้งแต่การให้คำแนะนำและคำปรึกษาเกี่ยวกับการเลือกชนิดของสื่อที่เหมาะสมกับงานนำเสนอแต่ละประเภท การเลือกชนิดของอุปกรณ์ที่เหมาะสมสำหรับการนำเสนอ การออกแบบสื่อสำหรับการนำเสนอ และการดูแลงานทางด้านกราฟิกการติดตั้งอุปกรณ์สำหรับการนำเสนอทั้งภาพ แสง เสียงและเอฟเฟกต์ ดิอายส์ให้บริการผลิตสื่อสำหรับการนำเสนอสำหรับการแนะนำและเปิดตัวสินค้าเพื่อทำให้กลุ่มเป้าหมายของสินค้าเกิดความเข้าใจและการรับรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าได้มากขึ้น และสื่อสำหรับการนำเสนอสำหรับการแนะนำและประชาสัมพันธ์องค์การเพื่อก่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อตัวองค์กร สื่อสำหรับการนำเสนอที่ผลิตขึ้นจะถูกนำไปใช้ทั้งในกิจกรรมการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ กิจกรรมการตลาดและการส่งเสริมการขาย กิจกรรมบันเทิงสาธารณะ และกิจกรรมการประชุมในระดับนานาชาติ

ปัจจุบัน ดิอายส์ให้บริการผลิตสื่อสำหรับการนำเสนออยู่ 4 ประเภท คือ

- สื่อประเภทมัลติมีเดีย (Multimedia) ซึ่งเป็นการใช้สื่อทางภาพและเสียงที่หลากหลายทั้งจาก Slide Projector, Video Projector, Computer Graphic, Midi Sequencer, Light, Sound and Laser Effect ระบบไฟฟ้าต่างๆ รวมไปถึงพลุ และน้ำพุด้วยระบบ Synchronize จากการดำเนินงานที่ควบคุมจากจุดเดียว โดยใช้ Datation Trax เพื่อนำเสนอเรื่องราวให้น่าตื่นเต้นและสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ชม
- สื่อประเภทวีดีโอ (Video Presentation) ซึ่งดิอายส์จะให้บริการออกแบบและผลิตสื่อวีดีโอโดยนำเสนอเทคนิคในการผลิตที่ทันสมัยเช่น Matrox Speed Laser มาใช้เพื่อทำให้งานที่ผลิตได้มีความสวยงามและคมชัด
- สื่อประเภทคอมพิวเตอร์กราฟิก (Computer Graphic) ซึ่งเป็นรูปแบบใหม่ของสื่อสำหรับการนำเสนอซึ่งจะจัดทำด้วยระบบ Interactive Computer และ มีการนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกเช่น 3-d max, 3-d studio, Illustration และ Photoshop มาใช้เพื่อทำให้งานที่ผลิตได้มีความสวยงาม และน่าตื่นตาตื่นใจ

- การให้บริการประเภทระบบมัลติวิดีโอ (Multivideo System) ซึ่งดิวายส์ให้บริการออกแบบแนวคิดในการนำเสนอตัวสินค้า/บริการ ออกแบบและตกแต่งบริเวณที่จะถ่ายทำ จัดหาอุปกรณ์สำหรับการถ่ายทำ เครื่องมือและอุปกรณ์ประกอบการถ่ายทำ และบริการถ่ายทำ

3.3.2 การตลาดและการแข่งขัน

3.3.2.1 นโยบายการตลาด

นโยบายและการกำหนดราคา

ดิวายส์มีนโยบายในการกำหนดราคาการให้บริการผลิตสื่อสำหรับการนำเสนอที่เป็นมาตรฐาน และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ โดยกำหนดระดับราคาจากต้นทุนของการผลิตสื่อแต่ละประเภท บวกกำไรหรือผลผลตอบแทนในระดับที่เหมาะสม

ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- บริษัทผู้ให้บริการบริหารจัดการงาน (Event Organizer) และเอเจนซี่โฆษณา ซึ่งไม่มีหน่วยงานภายในของตนทำหน้าที่จัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอ ได้แก่ บริษัท ซีเอ็ม ออร์กาไนเซอร์ จำกัด บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัท อินเด็กซ์ อีเว้นท์ เอเจนซี่ จำกัด เป็นต้น
- หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนซึ่งต้องการจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงานของตน และจำเป็นต้องใช้สื่อสำหรับการนำเสนอ เช่น บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท ชินแซทเทลไลท์ จำกัด (มหาชน) บริษัท โซนี่ ไทย จำกัด บริษัท ซีเมนส์ จำกัด บริษัท ไซโก้ เอปสัน คอร์ปอเรชั่น บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ และบริษัท โมโตโรล่า (ประเทศไทย) จำกัด เป็นต้น

ในปี พ. ศ. 2544 – 2546 สัดส่วนของรายได้ของดิวายส์ซึ่งมาจากบริษัทและลูกค้าภายนอกกลุ่มบริษัทอยู่ที่ 40.05%: 59.95%, 44.87%: 55.13% และ 42.92%: 57.08% ตามลำดับ

3.3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- | | |
|--|---|
| 1. อุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอ | ดิวายส์มีนโยบายในการจัดหาเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอ เช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟฟิก อุปกรณ์สำหรับการถ่ายทำวิดีโอ และอุปกรณ์สำหรับการถ่ายภาพที่มีคุณภาพดีและตรงกับความต้องการใช้งาน โดยดิวายส์จะมีการสั่งซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ที่จำเป็นจากทั้งแหล่งภายในประเทศและนอกประเทศ |
|--|---|

2. บุคลากร เนื่องจากบุคลากรเป็นส่วนที่สำคัญอย่างหนึ่งในการประกอบธุรกิจให้บริการจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอ ดิอาสจึงมีนโยบายให้การฝึกอบรมพนักงานให้มีทักษะและความชำนาญในการใช้อุปกรณ์ และเครื่องมือ

สภาวะการแข่งขันในธุรกิจให้บริการจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอและศักยภาพในการแข่งขันของดิอาส

หากพิจารณาธุรกิจผู้ให้บริการจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอในประเทศไทย จะพบว่าผู้ประกอบการอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่จะมีความชำนาญในการจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนออยู่เพียงประเภทเดียว หรือสองประเภทเท่านั้น มีผู้ประกอบการเพียงไม่กี่ราย ซึ่งรวมถึงดิอาสด้วย ที่สามารถให้บริการจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอได้แบบครบวงจร มีการเจาะกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม มีการดำเนินกิจการที่เป็นระบบ และได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางจากคนในวงการ

เพื่อดำรงความสามารถในการแข่งขัน ดิอาสได้ให้ความสำคัญในการจัดให้มีบริการจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอแบบครบวงจรทั้งสื่อประเภทวิดีโอ สื่อประเภทมัลติมีเดีย สื่อประเภทคอมพิวเตอร์กราฟฟิก และสื่อประเภทมัลติวิดีโอ ซึ่งตรงกับความต้องการของลูกค้า และทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ในราคาที่เหมาะสม นอกจากนี้ ดิอาสยังจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานของบริษัทอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าใจและตามทันเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างเร็ว ด้วยการให้บริการที่เน้นคุณภาพ ความคิดสร้างสรรค์ และแนวคิดในการนำเสนอที่แปลกใหม่แต่ตรงกับวัตถุประสงค์ของลูกค้า พร้อมกับคิดราคาในการให้บริการในอัตราที่แข่งขันได้ ที่ผ่านมา ดิอาสจึงได้รับการยอมรับจากทั้งลูกค้าของบริษัทฯเองและบริษัทคู่แข่งว่าเป็นหนึ่งในบริษัทผู้ให้บริการจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอชั้นนำบริษัทหนึ่งในวงการ

3.3.3.1 ภาวะอุตสาหกรรมธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ภาวะอุตสาหกรรม

ธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงาน (Event Management) ของไทยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง และได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดประเภทหนึ่งที่สามารถสร้างการรับรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการ และก่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อตัวสินค้าและบริการนั้นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ที่ผ่านมา ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงาน คือ การเปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิตของคนไทย การเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยที่เป็นไปตามแบบสังคมตะวันตกมากขึ้น และความต้องการสิ่งบันเทิงและกิจกรรมการแสดงรูปแบบใหม่ๆ เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากสังคมและการทำงาน เช่น การออกไปดูภาพยนตร์ การดู

คอนเสิร์ต ละคร และทอล์คโชว์ เป็นต้น รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีการเปลี่ยนแปลงไปดังกล่าวทำให้ธุรกิจจัดกิจกรรมการแสดงเป็นที่ยอมรับและนิยมจากคนไทยมากขึ้น

ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วก็คือการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยซึ่งมีสัญญาณการฟื้นตัวอย่างชัดเจนนับตั้งแต่ปลายปี 2544 ในช่วงปี 2546-2548 คาดว่าอัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศไทยจะอยู่ที่ประมาณร้อยละ 6-7 ต่อปี ซึ่งจะส่งผลให้การใช้จ่ายในภาคธุรกิจเติบโตประมาณร้อยละ 5.2 ต่อปี และการลงทุนในภาคธุรกิจเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 11.5 ต่อปี นอกจากนั้น ด้วยภาวะอุตสาหกรรมในประเทศที่มีความหลากหลาย การจัดงานส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์จึงสามารถเปลี่ยนแปลงกลุ่มลูกค้าไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรมนั้นๆ

สิ่งหนึ่งที่ชี้ให้เห็นว่าธุรกิจการจัดส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์เติบโตตามการขยายตัวของภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย คือ การที่ในช่วงปี 2543-2545 อุตสาหกรรมโฆษณามีการเติบโตอย่างต่อเนื่องถึงแม้ในปี 2544 จะมีการเติบโตเพียงเล็กน้อยคือเติบโตประมาณ 3.78% จากปี 2543 แต่ในปี 2545 อุตสาหกรรมโฆษณามีการเติบโตเท่ากับ 15.4% ซึ่งมีค่าใช้จ่ายโฆษณาเท่ากับ 61,210 ล้านบาท และคาดว่าจะมูลค่าโดยประมาณของปี 2546 อยู่ที่ประมาณ 71,465 ล้านบาท

ตารางเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายผ่านสื่อโฆษณาในปี 2544, 2545 และ 2546

หน่วย: ล้านบาท

	2544		2545		2546	
โทรทัศน์	32,879	62%	37,339	61%	42,288	60%
วิทยุ	5,091	10%	6,179	10%	6,662	9%
หนังสือพิมพ์	9,558	18%	11,116	18%	13,342	19%
นิตยสาร	3,106	6%	3,627	6%	4,550	6%
ภาพยนตร์	368	1%	596	1%	896	1%
สื่อกลางแจ้ง	1,442	3%	1,718	3%	3,169	4%
สื่อเคลื่อนที่	554	1%	634	1%	558	1%
รวม	52,998	100%	61,210	100%	71,465	100%

ที่มา: AC Nielsen

การเติบโตของค่าใช้จ่ายผ่านสื่อโฆษณาดังกล่าวเป็นผลมาจากการใช้จ่ายโฆษณาในช่วงมหกรรมฟุตบอลโลก การใช้จ่ายงบโฆษณาของธุรกิจในกลุ่มธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการใช้จ่ายงบโฆษณาในปี 2545 โดยมีค่าใช้จ่ายเท่ากับ 2,636 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตประมาณ 66% จากปี 2544 นอกจากนี้ยังมีกลุ่มธุรกิจจัดนิทรรศการแสดงสินค้า กลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มธุรกิจภาพยนตร์ รวมถึงการใช้จ่ายของภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ ของรัฐบาล และการแข่งขันของธุรกิจเครื่องดื่มบำรุงกำลัง

ตารางเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายโฆษณาผ่านสื่อแบ่งตามประเภทสินค้าปี 2546 และ 2545 หน่วย: ล้านบาท

ประเภทผลิตภัณฑ์หรือบริการ	2546	2545	การเติบโต (%)
ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่	2,971.1	2,635.80	+12.70%
โครงการที่พักอาศัย	2,236.6	1,105.3	+102.4%
ครีมและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า	1,752.7	1,239.5	+41.4%
เครื่องดื่มบำรุงกำลัง	1,693.7	913.9	+85.3%
เบียร์และสเตาท์	1,322.3	1,339.1	-1.3%
โทรคมนาคมและการสื่อสาร	1,143.5	869.6	+31.5%
ยานพาหนะประเภทรถยนต์โดยสาร	1,141.5	942.9	+21.1%
ยานพาหนะประเภทรถจักรยานยนต์	888.2	762.6	+16.5%
ธนาคาร	811.4	603.0	+34.6%
น้ำอัดลม	738.1	671.2	+10.0%
แชมพู	730.9	585.3	+24.9%
อาหารสำเร็จรูป	702.9	787.4	-10.7%
โทรศัพท์เคลื่อนที่	658.2	576.1	+14.3%
ครีมจัดแต่งและบำรุงผม	624.8	591.9	+5.6%
ยาสีฟัน	623.8	724.9	-13.9%
แชมพูป้องกันรังแค	596.0	554.8	+7.4%
ผงซักฟอก	592.5	560.9	+5.6%
ไวตามินและยาบำรุงสุขภาพ	578.0	261.2	+121.3%
ยารักษาความสะอาดผิวหน้า	573.5	676.3	-15.2%
เครื่องปรับอากาศ	548.4	475.5	+15.3%

ที่มา: Nielsen Media Research

สำหรับการเติบโตของค่าใช้จ่ายผ่านสื่อโฆษณาในปี 2546 เป็นผลเนื่องมาจากการเติบโตทางเศรษฐกิจซึ่งส่งผลให้ธุรกิจประเภทต่างๆ โดยเฉพาะธุรกิจที่มีการแข่งขันที่รุนแรง อาทิเช่น ธุรกิจส่งหามิตรพัสดุ ธุรกิจภาพยนตร์และเพลง เครื่องดื่มบำรุงกำลัง หรือแม้แต่ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสินค้าอุปโภคบริโภคที่ยังคงมีการใช้สื่อโฆษณาอย่างต่อเนื่อง มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการบริโภคและดำรงความสามารถในการแข่งขัน ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายโฆษณาในช่วง ปี 2546 มีการเติบโตที่สูง

ตารางเปรียบเทียบงบประมาณสำหรับการโฆษณาสำหรับสินค้าบางยี่ห้อในปี 2546 และ 2545 หน่วย: ล้านบาท

อันดับ	ยี่ห้อของสินค้า	งบประมาณสำหรับการโฆษณา		
		2546	2545	เปลี่ยนแปลง (%)
1.	ดีแทค	891.5	760.5	+17.2%
2.	เอไอเอส	662.2	313.3	+111.4%
3.	ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ One-2-Call	619.8	464.9	+33.3%
4.	แชมพูชันซิลค์	619.8	464.9	+33.3%
5.	ครีมบำรุงผิวพอนด์ส	516.4	463.3	+11.5%
6.	เปียร์ลิงก์	492.1	393.1	+25.2%
7.	ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ออเรนจ์	489.3	768.1	-36.3%
8.	เครื่องดื่มบำรุงกำลัง M-100	471.6	199.8	+136.0%
9.	ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ Digital GSM	438.8	618.1	-29.0%
10.	เครื่องดื่มบำรุงกำลังกระทิงแดง	399.9	121.5	+229.1%
11.	ทีพีไอโพลีน	378.8	94.7	+300.0%
12.	ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ Hutchison	378.3	-	-
13.	รถยนต์โดยสารโตโยต้า	347.0	235.7	+47.2%
14.	เครื่องดื่มบำรุงกำลังคาราบาวแดง	343.7	103.2	+233.0%
15.	เครื่องสำอางมิสทีน	328.7	285.0	+15.3%
16.	เปียร์ซ้าง	327.4	317.3	+3.2%
17.	ผงซักฟอกบริซ	318.7	237.5	+34.2%
18.	เปียร์ไฮเนเก้น	305.7	250.3	+22.1%
19.	ธนาคารกรุงไทย	291.5	291	+0.5%
20.	ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว Dove Moisturizer	277.8	139.1%	+99.7%

ที่มา: Nielsen Media Research

ในส่วนของภาครัฐ มีนโยบายการส่งเสริมการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ต่างๆ โดยผ่านการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ซึ่งจะทำให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะธุรกิจให้บริการบริหารจัดการจัดงาน และธุรกิจให้บริการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการได้รับประโยชน์เป็นอย่างมาก ดังต่อไปนี้

- รัฐบาลวางเป้าหมายที่จะให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการแสดงสินค้าสำหรับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เนื่องจากประเทศไทยมีความพร้อมทางด้านฐานลูกค้ามากพอ ความสามารถในการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมเกษตรและเกษตรแปรรูป อีกทั้งประเทศไทยยังเป็นฐานการผลิตของอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ และชิ้นส่วนรถยนต์ ทั้งนี้ รัฐบาลมีนโยบายขยายศูนย์กลางการแสดงสินค้าและนิทรรศการกระจายตามศูนย์กลางของแต่ละ

ละภูมิภาค อาทิเช่น การสร้างศูนย์การแสดงสินค้าและนิทรรศการที่จังหวัดเชียงใหม่สำหรับภาคเหนือ หรือการสร้างศูนย์การแสดงสินค้าที่จังหวัดภูเก็ตสำหรับภาคใต้ นอกจากนี้ รัฐบาลได้ก่อตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (Thailand Conventional and Exhibition Bureau “TCEB”) ในปี 2545 เพื่อทำหน้าที่ประสานงานการพัฒนาคุณภาพของการแสดงสินค้าร่วมกับสมาคมการแสดงสินค้า กรมส่งเสริมการค้าและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมอื่นๆที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อยกระดับมาตรฐานแสดงสินค้าอุตสาหกรรมของไทยให้เทียบเท่าระดับนานาชาติ อันจะส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้า และอุตสาหกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้องได้ต่อไป

- นโยบายส่งเสริม Meeting, Incentive, Convention and Exhibition (MICE) ของภาครัฐที่ต้องการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว และการประชุมของภูมิภาคเอเชียแทนที่ฮ่องกงและสิงคโปร์ เนื่องจากประเทศไทยมีความพร้อมหลายด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย ที่พักอาศัยที่มีความพร้อมทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ วัฒนธรรมไทยที่มีเสน่ห์ในสายตาของชาวต่างชาติ ความมีเสถียรภาพทางการเมืองและความเชื่อมั่นในการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ความพร้อมของศูนย์ประชุมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตลอดจนนโยบายของรัฐบาลในการสนับสนุนด้านการเงินและการประสานงานแก่ผู้ประกอบการเอกชน โดยรัฐบาลได้จัดตั้งกองทุนส่งเสริมการประชุมนานาชาติ เพื่อช่วยสนับสนุนด้านการเงินแก่ภาคเอกชนในการแข่งขันประมูลงานในต่างประเทศ โดยในปี 2546 รายได้จากการนำเข้าการประชุมจากต่างประเทศสูงถึง 3,000 ล้านบาท นอกจากนี้ รัฐบาลยังมีนโยบายในการอำนวยความสะดวกรวดเร็วเป็นกรณีพิเศษสำหรับชาวต่างชาติที่เข้ามาจัดประชุมในประเทศไทย เช่น ในเรื่องการเดินทางเข้าเมืองและการขอวีซ่า เป็นต้น โดยในปี 2545 ประเทศไทยมีการจัดประชุมสัมมนา (MICE) โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมที่เดินทางมาจากต่างประเทศประมาณ 420,000 คน สร้างรายได้เข้าประเทศประมาณ 32,000 ล้านบาท ในปี 2546 รายได้เข้าประเทศสูงขึ้นจากปีก่อนหน้าประมาณร้อยละ 10 หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 35,000 ล้านบาท และคาดว่าจะเพิ่มอีกร้อยละ 8 หรือเป็นมูลค่าประมาณ 38,000 ล้านบาท ในปี 2547 ซึ่งจะเห็นได้ว่าศักยภาพของความพร้อมเชิงธุรกิจของตลาดการจัดประชุมสัมมนามีอยู่สูงมาก

การขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะธุรกิจให้เช่าอุปกรณ์สำหรับการจัดการแสดงและการนำเสนอ และธุรกิจจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอมีการขยายตัวตามในอัตราที่สูงเช่นกัน เนื่องจากการจัดงานแสดงหลายประเภทเน้นรูปแบบในการนำเสนอที่แปลกใหม่ ทำให้ต้องนำเทคนิคและสื่อในการนำเสนอรูปแบบใหม่ๆมาช่วยเพื่อทำให้การนำเสนอมีความสมจริงสมจังและน่าสนใจ ซึ่งทำให้ความต้องการใช้อุปกรณ์และสื่อสำหรับการนำเสนอที่มีคุณภาพและทันสมัยเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรม และสภาพการแข่งขันในอนาคต

แนวโน้มของธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการจัดงานยังคงมีแนวโน้มการเจริญเติบโตที่ดีในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า ตามการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจของประเทศ โดยคาดว่าอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ จะให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันที่รุนแรง เช่น อุตสาหกรรมสื่อสารเทคโนโลยีสารสนเทศ รถยนต์ สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าฟุ่มเฟือย และอาหาร เป็นต้น โดยภาคธุรกิจต่างๆ เหล่านี้ได้จัดสรรงบประมาณเพิ่มสำหรับการจัดการส่งเสริมการจำหน่ายและประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ได้รับการยอมรับว่าสามารถสร้างมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

นอกจากตลาดการให้บริการการจัดกิจกรรมทางการตลาดและประชาสัมพันธ์และตลาดจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการซึ่งมีศักยภาพการเจริญเติบโตที่ดี อีกตลาดที่คาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวเป็นอย่างดีในช่วง 2 ปีข้างหน้า คือ ตลาดกิจกรรมบันเทิงสาธารณะ (Public Event) เนื่องจากในช่วงหลังภาครัฐหันมาจ้างบริษัทในภาคเอกชนเป็นผู้จัดงานให้ภาครัฐเพิ่มมากขึ้น จากเดิมที่ภาครัฐจะบริหารงานเองทั้งหมด ในขณะนี้นี้สัดส่วนการใช้อยู่ที่ประมาณ 50 % เท่านั้น ดังนั้นตลาดกิจกรรมบันเทิงสาธารณะจึงมีโอกาขยายตัวอีกมาก ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ภาครัฐมีการจัดงบประมาณสำหรับการจัดกิจกรรมพิเศษค่อนข้างมากและมีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี บางงานมีมูลค่าสูงถึง 50-60 ล้านบาท หรือบางงานมีมูลค่าสูงถึง 100 ล้านบาท ทำให้บริษัทผู้ดำเนินธุรกิจจัดกิจกรรมรายการแสดงจำนวนไม่น้อยหันมาให้ความสำคัญกับตลาด Public Event มากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งส่งผลให้ภาวะการแข่งขันในตลาดนี้ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทซึ่งถือว่าเป็นหนึ่งในผู้นำตลาดในธุรกิจประเภทงานบันเทิงสาธารณะก็สามารถแข่งขันกับบริษัทคู่แข่งที่หันมาเจาะตลาดนี้ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากในรอบ 2-3 ปีที่ผ่านมา บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าในภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักพระราชวังให้จัดงานบันเทิงสาธารณะซึ่งเป็นที่รู้จักกันดี เช่น งานมหาสงกรานต์ งานเทศกาลตรุษจีน และงานแม่น้ำของแผ่นดิน อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการสร้างเสริมและเพิ่มประสบการณ์ให้กับบริษัทฯ ในการจัดงานประเภทดังกล่าว ได้เป็นอย่างดี

3.4 จุดเด่นทางการลงทุน (Investment Highlight) ของบริษัท ซีเอ็ม ออร์กาไนเซอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

3.4.1 กลุ่มบริษัทเป็นหนึ่งในผู้ดำเนินธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานชั้นนำของไทย

ด้วยประสบการณ์ในธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงาน และธุรกิจที่เกี่ยวข้องที่มีมานานกว่า 10 ปี กลุ่มบริษัทจึงได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนว่ากลุ่มบริษัทเป็นหนึ่งในผู้ดำเนินธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานชั้นนำของประเทศไทย ผลงานที่ผ่านมาของกลุ่มบริษัทได้รับการยอมรับจากลูกค้าเป็นอย่างดีว่าเป็นผลงานที่มีคุณภาพสูง และเน้นการใช้แนวคิดในการนำเสนอที่แปลกใหม่และสร้างสรรค์

3.4.2 ลูกค้าของกลุ่มบริษัทโดยส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่มีชื่อเสียง ซึ่งประกอบไปด้วยบริษัทชั้นนำในภาคเอกชนและหน่วยงานทางราชการ

ฐานลูกค้าของกลุ่มบริษัทค่อนข้างจะมีความหลากหลายและมาจากอุตสาหกรรมหลากหลายประเภท เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ และอุตสาหกรรมโทรคมนาคม ที่ผ่านมามีลูกค้าของกลุ่มบริษัทที่เป็นบริษัทชั้นนำในภาคเอกชน และให้บริการของกลุ่มบริษัทอย่างต่อเนื่อง ประกอบไปด้วย บริษัท ไมโครซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท แลนด์โรเวอร์ส์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เดมเลอร์โครสเลอร์ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท แซมซุง (ประเทศไทย) จำกัด เป็นต้น ในส่วนของลูกค้าในภาครัฐที่มีการใช้บริการของกลุ่มบริษัทอย่างต่อเนื่องประกอบไปด้วย สำนักพระราชวัง และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น

3.4.3 กลุ่มบริษัทสามารถให้บริการการจัดงานได้แบบครบวงจร

ในปัจจุบัน กลุ่มบริษัทสามารถให้บริการบริหารจัดการงานได้แบบครบวงจร ทั้งในด้านการบริหารจัดการงานซึ่งเน้นการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity) และการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ (Management Effectiveness) การให้บริการทางด้านอุปกรณ์สำหรับการจัดการแสดง และการนำเสนอ ซึ่งเน้นการให้บริการทั้งในด้านอุปกรณ์ เทคนิค ความรู้ ในการเชื่อมโยงกระบวนการจัดงานเข้าด้วยกัน ด้วยบริการจากเจ้าหน้าที่และช่างเทคนิคที่มีประสบการณ์ (Production Solutions) ทำให้สามารถให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า และการให้บริการจัดทำสื่อสำหรับการนำเสนอซึ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์กราฟฟิกที่ทันสมัย ทำให้ภาพที่ออกมามีความคมชัด สวยงาม และดูสมจริงสมจัง

3.4.4 ประสบการณ์ของกลุ่มบริษัทในการจัดงานในระดับชาติ (National Event Organizer)

ด้วยประสบการณ์ในธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานซึ่งมีมานานกว่า 10 ปี ประกอบกับการให้บริการที่เน้นที่คุณภาพ และการใช้แนวคิดในการนำเสนอที่แปลกใหม่ กลุ่มบริษัทจึงได้รับความไว้วางใจให้บริหารงานแสดงในระดับชาติเป็นจำนวนไม่น้อยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา อาทิเช่น งานแม่น้ำของแผ่นดินครั้งที่ 3,4 และ 5 งานฉลองเทศกาลตรุษจีน งานเทศกาลมหาสงกรานต์ งาน OTOP City และงาน APEC CEO Summit เป็นต้น

3.4.5 โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทที่มาจากธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานที่มีความหลากหลาย

ด้วยโครงสร้างธุรกิจของกลุ่มบริษัทซึ่งสามารถให้บริการบริหารจัดการงานได้แบบครบวงจร รายได้ของกลุ่มจึงมีความหลากหลาย อันจะช่วยกระจายความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดี นอกจากรายได้จากการดำเนินงานของบริษัทฯ ซึ่งมาจากการให้บริการบริหารจัดการงาน 4 ประเภทใหญ่แล้ว โครงสร้างรายได้โดยรวมของกลุ่มบริษัทก็มีการกระจายความเสี่ยงที่ค่อนข้างดี ดังจะเห็นได้จากการที่รายได้จากการให้บริการทางด้านอุปกรณ์และการนำเสนอ และรายได้จากการให้บริการทางด้านสื่อมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นตามธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงาน

นอกจากนี้ฐานลูกค้าของกลุ่มบริษัทก็ค่อนข้างจะหลากหลาย ประกอบไปด้วยลูกค้าจากทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งจะช่วยกระจายความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจได้อีกทางหนึ่ง

3.4.6 ผู้บริหารและพนักงานที่มีความรู้และประสบการณ์ที่ยาวนานในธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงาน

ธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงานและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะ Creative และช่างเทคนิคที่มีความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพ มีแนวคิดในการนำเสนอที่แปลกใหม่ และตรงกับความต้องการของลูกค้า ด้วยประสบการณ์ของทีมผู้บริหารของกลุ่มบริษัทในธุรกิจให้บริการบริหารจัดการงาน และธุรกิจที่เกี่ยวข้องซึ่งมีมานานกว่า 10 ปี กลุ่มบริษัทจึงสามารถนำประสบการณ์เหล่านั้นมาใช้ในการจัดงานทั้งในปัจจุบันและอนาคตได้เป็นอย่างดี