

ส่วนที่ 1

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ และค่านิยมองค์กร

วิสัยทัศน์

“มุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อเติมเต็มความสุขและคุณภาพชีวิตทั้งที่ทำงานและที่อยู่อาศัย”

ค่านิยมองค์กร

- มุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ
- ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า
- ซื่อตรงต่อวิชาชีพและสังคม
- ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรม
- เรียนรู้อย่างต่อเนื่อง
- ร่วมกันทำงานเพื่อความสำเร็จ
- มีส่วนร่วมเป็นเจ้าของ

บริษัทได้กำหนดวิสัยทัศน์ “มุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อเติมเต็มความสุขและคุณภาพชีวิตทั้งที่ทำงานและที่อยู่อาศัย” ด้วยเป้าหมายในการพัฒนาธุรกิจของบริษัทให้แข็งแกร่งและยั่งยืน เป็นผู้นำในธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ทั้งด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อเติมเต็มคุณภาพชีวิตทั้งการอยู่อาศัยและการทำงานให้กับผู้บริโภคระดับกลางถึงบนทั้งเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน เฟอร์นิเจอร์บ้าน เฟอร์นิเจอร์ครัว และวัสดุอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์เพื่อการตกแต่งภายใน โดยมุ่งเน้นการทำกลยุทธ์การขายและการตลาดอย่างต่อเนื่องด้วยการสร้างสรรค์สินค้านวัตกรรมใหม่ๆ ภายใต้ธุรกิจหลักของบริษัทอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็น Acoustic นวัตกรรมการดูดซับเสียง Readydor นวัตกรรมสำหรับบานประตูสำเร็จรูปพร้อมอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ M Deck นวัตกรรมพื้นไม้ปูนนอกอาคาร พร้อมขยายตลาดสู่ธุรกิจประเภทการตกแต่งทั้งการตกแต่งลิฟท์ การตกแต่งผนัง ไปจนถึงการตกแต่ง Façade และเปิดตัวปรัชญาและวิธีคิดในการทำงานของเฟอร์นิเจอร์สำนักงานในรูปแบบ The Way We Work พร้อมชวนนวัตกรรม Virtual Reality Office สู่ตลาดเฟอร์นิเจอร์สำนักงานเป็นรายแรก และระบบ Meeting space management สำหรับบริหารการจองห้องประชุมผ่าน device ต่างๆ เพื่อต่อยอดการเป็น Workplace Solution Provider ในตลาดอย่างแท้จริง

นอกจากนี้การขยายตลาดใหม่ยังคงมุ่งเน้นธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึงกลุ่มสถาบันการศึกษา กลุ่มโรงพยาบาล กลุ่มโรงแรมและงานราชการ โดยเน้นการขายสินค้าผ่านงานโครงการเป็นหลักคิดเป็นร้อยละ 75 และช่องทางการค้าปลีกคิดเป็นร้อยละ 25 ซึ่งบริษัทยังให้ความสำคัญกับโซ่วิธีขายเพื่อให้บริการแก่ผู้บริโภคที่ Walk in และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ โดยมีโซ่วิธี Modernform Furniture สาขาถนนศรีนครินทร์, คริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์ (CDC) ถนนเลียบทางด่วนเอกมัย-รามอินทรา, สาขาเพลินจิต และโซ่วิธี Modernform Outlet ที่เจาะตลาดลูกค้าระดับกลางถึงล่างและกลุ่มนิคมอุตสาหกรรม นอกจากนี้บริษัทยังมี Contract Sales Office ที่พัทยา และระยอง

เพื่อติดต่อและให้บริการด้านการขายแก่กลุ่มลูกค้าในจังหวัดและบริเวณใกล้เคียง และที่สำคัญบริษัทได้คำนึงถึงการสร้างความมั่นคงและยั่งยืนของธุรกิจโดยการสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ Modernform ที่ทำอย่างต่อเนื่องให้มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน สะท้อนถึงคุณภาพ ความทันสมัย ให้ความสำคัญในเรื่องของความพึงพอใจในทุกขั้นตอนการทำงาน สร้างสรรค์สินค้าและบริการเพื่อเติมเต็มคุณภาพชีวิตและตอบโจทย์การใช้ชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการรับประกันคุณภาพสินค้าเพื่อแสดงถึงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคม

นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบายในการร่วมลงทุนในธุรกิจที่จะเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจหลักของบริษัท เช่น การลงทุนในกลุ่มธุรกิจออกแบบสถาปัตยกรรม บริษัท ระฟ้าแอสโซซิเอตส์ จำกัด การลงทุนในธุรกิจเพื่อสุขภาพ Modernform Health and Care และโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งชีวามิตรา ที่จังหวัดอุบลราชธานี โรงพยาบาลเอกชนเฉพาะทางที่อยู่ภายใต้การดำเนินการของบริษัท ยูไอซีซี จำกัด ซึ่งก่อตั้งโดยความร่วมมือระหว่างบมจ.โมเดิร์นฟอร์ม เฮลท์แอนด์แคร์ และคณะแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการรักษาโรคมะเร็งในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การลงทุนในบริษัท อีโตคิ โมเดิร์นฟอร์ม จำกัด ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่าง บริษัท อีโตคิ คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น เพื่อจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์สำนักงานเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าญี่ปุ่นภายในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน และการลงทุนในบริษัท อาร์คิเทคทูรา จำกัด เพื่อขยายตลาดธุรกิจเฟอร์นิเจอร์บ้านระดับบน และขยายสู่ธุรกิจ digital ที่เป็นเทรนด์ในปัจจุบัน อาทิ เช่นบริษัท เฮ็ดบอท จำกัด แพลตฟอร์มสำหรับสร้างแชทบอท และบริษัท ฟินสตรีท จำกัด แพลตฟอร์มที่ใช้เทคโนโลยีในการวางแผนทางการเงิน และล่าสุดได้ลงทุนจัดตั้งบริษัท เวิร์คสเคพ จำกัด เพื่อขยายตลาดธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ระดับกลางถึงล่าง

ในปี 2562 คณะกรรมการได้มีการพิจารณาทบทวนและอนุมัติวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และทิศทางการดำเนินธุรกิจ รวมถึงนโยบายสำคัญให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องต่อการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และคณะกรรมการมีการติดตามทุกไตรมาสเพื่อกำกับดูแลให้มีการนำกลยุทธ์ของบริษัทไปปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่ได้วางไว้

เป้าหมายระยะสั้น

ด้วยบริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีความมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อเติมเต็มความสุขและคุณภาพชีวิตทั้งที่ทำงานและที่อยู่อาศัย โดยบริษัทได้วางแผนการดำเนินงานและเป้าหมาย ดังนี้

- ขยายฐานการตลาดเพื่อเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยจะเริ่มดำเนินการเรื่อง Rebranding
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม โดยเน้นการวิจัยและพัฒนาให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันได้และเน้นวิธีการสร้างคุณค่าที่แตกต่างจากคู่แข่ง ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น ลูกค้ารายย่อย ลูกค้าโครงการ ดีไซน์เนอร์ทุกกลุ่ม ผู้รับเหมา เป็นต้น
- ลงทุนในบริษัทที่สนับสนุนการให้บริการเพื่อให้สามารถต่อยอดทำงานกับกลุ่มลูกค้าต่างๆ เช่น ธุรกิจโรงแรม และ โรงเรียน เป็นต้น
- เพิ่มการลงทุนในโรงงาน และงานบริการลูกค้า เพื่อใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพของการทำงานให้ดีขึ้นกว่าเดิม
- เพิ่มสัดส่วนธุรกิจเพื่อสุขภาพให้มากขึ้น โดยมีเป้าหมายที่จะนำเสนอสินค้าและบริการที่ใช้เทคโนโลยีที่มีความแตกต่างเพื่อบริการผู้ป่วย ผู้สูงอายุ และบุคคลากรทางการแพทย์
- เพิ่มการลงทุนในธุรกิจที่มีความน่าสนใจ และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร

เป้าหมายระยะยาว

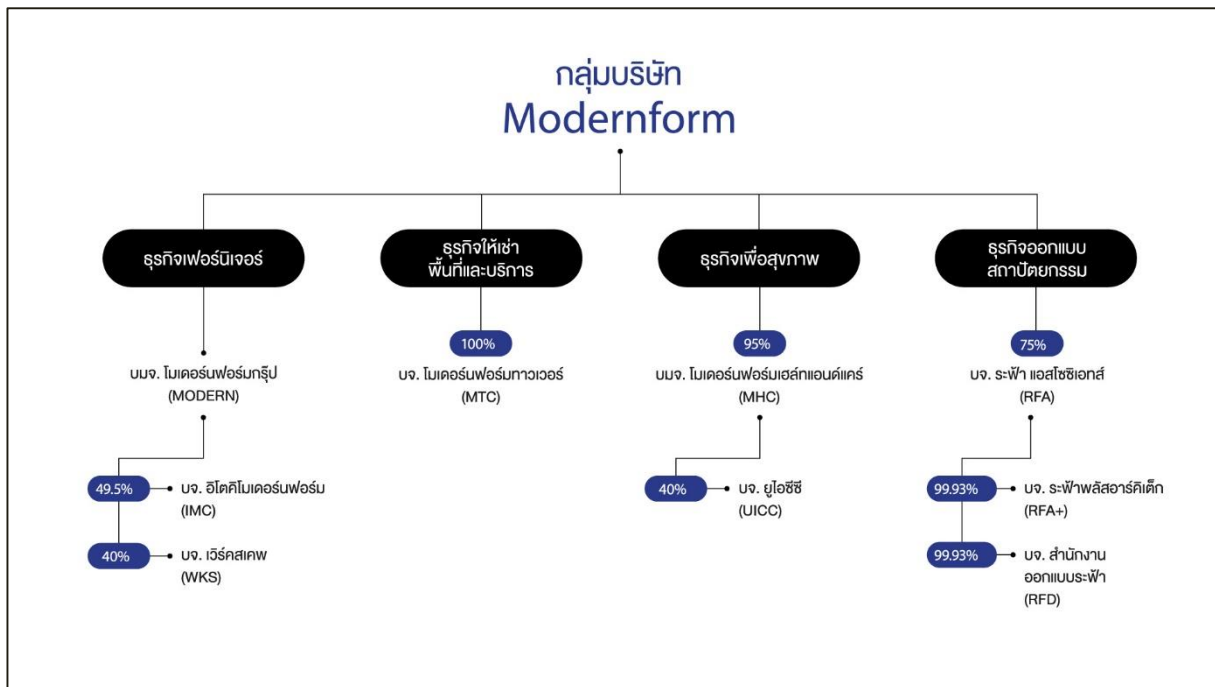
โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป ยังคงมุ่งเน้นที่จะขยายการลงทุนที่สอดคล้องกับธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ โดยมีเป้าหมายคือ การทำให้สามารถขยายกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลาย เพิ่มความแข็งแกร่งของธุรกิจ และ ช่วยเติมเต็มการให้บริการของเราได้ เรายังคงมุ่งเน้นที่จะสร้างสินค้านวัตกรรมที่ตอบโจทย์ชีวิตยุคใหม่ได้อย่างลงตัว นอกจากนี้ เรายังคงเพิ่มน้ำหนักการลงทุนในส่วนอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งคณะผู้บริหารให้ความสำคัญกับการดูแลสังคม ชุมชน และ สิ่งแวดล้อมควบคู่กับการดำเนินงานทางธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในปี 2562 ดังนี้

- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2562 เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2562 ได้มีมติอนุมัติให้ลงทุนในบริษัท เวิร์คสเคป จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 40 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้วมูลค่า 60,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 600,000 หุ้น เป็นเงินลงทุนทั้งสิ้น 24,000,000 บาท เพื่อประกอบธุรกิจประเภทผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ตกแต่งสำนักงานทุกประเภท
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 5/2562 เมื่อวันที่ 8 กันยายน 2562 มีมติอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลให้แก่ผู้ถือหุ้นจากผลประกอบการงวด 6 เดือน สิ้นสุด ณ 30 มิถุนายน 2562 ในอัตราหุ้นละ 0.05 บาท (ห้าสตางค์) โดยเป็นเงินปันผลที่จ่ายจากกำไรสะสมซึ่งเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลในอัตราร้อยละ 20 และจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในวันที่ 16 ตุลาคม 2562
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2562 เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2562 ได้มีมติอนุมัติให้ลงทุนในบริษัท บิลท์ดี จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 49 ของทุนจดทะเบียน 4,000,000 บาท และทุนชำระแล้วมูลค่า 2,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท เป็นเงินลงทุนทั้งสิ้น 979,000 บาท เพื่อประกอบธุรกิจประเภทผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ประเภท Fit-in พร้อมทั้งรับเหมาตกแต่งภายในอาคารสำนักงาน โรงแรม คอนโดมิเนียม และบ้านพักอาศัย
- พิธีเปิดโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็ง “โรงพยาบาลชีวามิตร” จังหวัดอุบลราชธานี ภายใต้การดำเนินการของบริษัท ยูไอซีซี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท โมเดิร์นฟอร์มเฮลท์แอนด์แคร์ จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2562

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อยและบริษัทร่วม รวม 5 บริษัทดังนี้

1. บริษัท โมเดิร์นฟอร์มทาวเวอร์ จำกัด (MTC) จัดตั้งขึ้นในปี 2532 สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 699 อาคาร โมเดิร์นฟอร์มทาวเวอร์ ชั้น 24 โดยบริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เข้าถือหุ้นทั้งหมดร้อยละ 100 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 220 ล้านบาท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดินและอาคารสำนักงาน “โมเดิร์นฟอร์มทาวเวอร์” บนถนนศรีนครินทร์ เนื้อที่รวม 3-0-35 ไร่ เป็นอาคาร 28 ชั้น พื้นที่ใช้สอยรวม 26,000 ตร.ม. เปิดดำเนินการ ตั้งแต่ปี 2538 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นสถานที่ทำการสำนักงานใหญ่ของบริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัทย่อยและบริษัทร่วม และเป็นศูนย์แสดงสินค้ารวมผลิตภัณฑ์ทุกประเภทครบวงจรในอาคารเดียวกันของบริษัท ส่วนพื้นที่ที่เหลือเพื่อเป็นอาคารสำนักงานให้เช่าแก่บุคคลภายนอก โดยธุรกิจยังคงอัตราการใช้พื้นที่เท่ากับ 100% ของพื้นที่เช่าทั้งหมด

2. บริษัท โมเดิร์นฟอร์มเฮลท์แอนด์แคร์ จำกัด (มหาชน) (MHC) จัดตั้งขึ้นในปี 2548 เพื่อผลิต จำหน่าย นำเข้า ส่งออกต่างประเทศ บริการซ่อมแซม และให้เช่าซึ่งสินค้าเพื่อสุขภาพตลอดจนอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ซึ่งสินค้าสุขภาพ เพื่อใช้ในโรงพยาบาล สถานพักฟื้นและที่อยู่อาศัย โดยบริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เข้าถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 95 ของทุนจดทะเบียน 150 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท มีสำนักงานตั้งอยู่ เลขที่ 699 อาคารโมเดิร์นฟอร์มทาวเวอร์ ชั้น 15 ถนนศรีนครินทร์ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร และได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัดเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2561

3. บริษัท ระฟ้า แอสโซซิเอตส์ จำกัด (RFA) จัดตั้งขึ้นในปี 2549 ประกอบธุรกิจรับเป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำด้านการออกแบบ รวมถึงควบคุมงานก่อสร้างต่าง ๆ และเข้าถือหุ้นในห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน (Holding Company) มีทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 15 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท โดยบริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เข้าถือหุ้นในอัตราส่วนร้อยละ 75 ของทุนจดทะเบียน ปัจจุบันบริษัทระฟ้าแอสโซซิเอตส์ จำกัด ได้เข้าถือหุ้นในบริษัทย่อย และบริษัทร่วมรวม 2 บริษัท ได้แก่บริษัท สำนักงานออกแบบระฟ้า จำกัด และบริษัท ระฟ้าพลัสอาร์คิเต็ค จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจเกี่ยวกับงานสถาปัตยกรรมทั้งสิ้นสำนักงานตั้งอยู่ที่เลขที่ 699 อาคารโมเดิร์นฟอร์มหาวเวอร์ ถนนศรีนครินทร์ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร โดยธุรกิจยังมีศักยภาพการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากงานภาคเอกชน อีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่ส่งเสริมให้บริษัทได้ใกล้ชิดกับสถาปนิกและมัณฑนากรมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจด้านอื่นของบริษัทเติบโตขึ้นด้วย

4. บริษัท อีโตคิ โมเดิร์นฟอร์ม จำกัด (IMC) จัดตั้งขึ้นเมื่อเดือนเมษายน ปี 2558 เป็นการร่วมทุนกับบจ.อีโตคิ คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น ประกอบธุรกิจนำเข้า ส่งออก เครื่องเคหภัณฑ์ เครื่องเรือนเฟอร์นิเจอร์ เครื่องใช้สำนักงาน รวมทั้งอุปกรณ์และอะไหล่ สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 699 อาคารโมเดิร์นฟอร์มหาวเวอร์ ชั้น 22 ถนนศรีนครินทร์ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร โดยบริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เข้าถือหุ้นในอัตราส่วนร้อยละ 49.5 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 30 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 1,000 บาท

5. บริษัท เวิร์คสเคพ จำกัด (WKS) จัดตั้งขึ้นเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2562 ประกอบธุรกิจประเภทผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ตกแต่งสำนักงานทุกประเภท โดยบริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เข้าถือหุ้นในอัตราส่วนร้อยละ 40 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 60 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 51 หมู่ที่ 5 ถนนบางกวย-ไทรน้อย ตำบลบางสีทอง อำเภอบางกวย จังหวัดนนทบุรี

ทั้งนี้บริษัทย่อยและบริษัทร่วมมีได้มีการถือหุ้นระหว่างกันแต่อย่างใด

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

จากโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทตามข้อ 1.3 ด้านบน บริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (MODERN) ถือหุ้นในบริษัท โมเดิร์นฟอร์มเฮลท์แอนด์แคร์ จำกัด (มหาชน) (MHC) ในอัตราส่วนร้อยละ 95 โดย MHC ถือหุ้นในบริษัท ยูไอซีซี จำกัด (UICC) ในอัตราส่วนร้อยละ 40 โดยมีกลุ่มผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นการรวมการบริหารและผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของ MODERN รวม 5 ราย คิดเป็นจำนวนหุ้นที่ถือรวมใน UICC ร้อยละ 9 ทั้งนี้ เนื่องจากการจัดตั้ง UICC เกิดจากความสัมพันธ์ส่วนตัวที่กระหว่างกลุ่มผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร 5 รายของ MODERN กับนายแพทย์ธนุญต์ ก้วยเจริญพานิชก์ จึงมีความคิดที่จะเปิดโรงพยาบาลเฉพาะทางเพื่อรักษาโรคมะเร็ง โดยนายแพทย์ธนุญต์ ก้วยเจริญพานิชก์ ขอให้กลุ่มผู้บริหาร MODERN ต้องเข้าร่วมลงทุนเป็นการส่วนตัวและเข้าร่วมบริหารใน UICC ด้วย นอกจาก MHC ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ MODERN ซึ่งดำเนินธุรกิจประเภทเกี่ยวกับเครื่องมือ อุปกรณ์ทางการแพทย์อยู่แล้ว เข้าถือหุ้นในอัตราส่วนร้อยละ 40 ของทุนจดทะเบียน ทำให้เมื่อรวมกันแล้วกลุ่ม MODERN จะถือหุ้นทางอ้อมใน UICC คิดเป็นร้อยละ 49 ของทุนจดทะเบียน

อย่างไรก็ตามแม้ว่าบริษัทและกลุ่มผู้บริหารจะเข้าถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมใน UICC บริษัทยังคงยึดถือนโยบายการทำรายการระหว่างกันระหว่างบริษัทใหญ่ (MODERN) กับบริษัทย่อย และบริษัทร่วม และบริษัทที่เกี่ยวข้องเพื่อพิทักษ์ผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่เป็นหลักตามที่ได้กำหนดไว้ อาทิเช่น รายการธุรกิจปกติ รายการเช่า/บริการ หรือให้เช่า/ให้บริการ อสังหาริมทรัพย์ รายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สิน และรายการให้ความช่วยเหลือทางการเงิน เป็นต้น โดยได้เปิดเผยไว้ในรายงานประจำปี และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี

สำหรับรายการเกี่ยวโยงกันก็ได้กำหนดมาตรการและขั้นตอนการทำธุรกรรมกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ กรรมการผู้บริหาร หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลดังกล่าวไว้อย่างชัดเจน เพื่อพิจารณารายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์หรือรายการที่เกี่ยวข้องกัน ภายใต้กรอบจริยธรรมที่ดีและตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยผ่านการกลั่นกรองและพิจารณาจากคณะกรรมการตรวจสอบทุกครั้งก่อนทำรายการ เพื่อพิทักษ์ผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่ และเปิดเผยข้อมูลการทำรายการเกี่ยวโยงกันทุกครั้งต่อสาธารณชน และรายงานต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ทุกครั้ง

2. ลักษณะประกอบธุรกิจ

การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์และโครงสร้างรายได้จากแต่ละกลุ่มธุรกิจ

โครงสร้างรายได้สำหรับปี 2560-2562 จากการประกอบธุรกิจของบริษัท และบริษัทย่อยอีก 3 บริษัท สามารถแยกเป็นกลุ่มธุรกิจ 4 กลุ่ม

สายผลิตภัณฑ์ / กลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการโดย	สัดส่วน ร้อยละ	ปี 2562		ปี 2561		ปี 2560	
			ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ - เฟอร์นิเจอร์สำนักงานและ - วัสดุอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ หินสังเคราะห์ พรมแผ่น และ พื้นไม้	บมจ.โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป		2,186	69	2,346	69	2,113	66
			514	16	558	17	597	19
ธุรกิจให้เช่าพื้นที่และบริการ	บจ.โมเดิร์นฟอร์มหาวเวอร์	100	88	3	83	2	81	3
	บมจ.โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป*	-	5	0	8	0	2	0
	บมจ.โมเดิร์นฟอร์มหอ เซล์ท์แอนด์แคร์*	95	3	0				
ธุรกิจเพื่อสุขภาพ**	บมจ.โมเดิร์นฟอร์มหอ เซล์ท์แอนด์แคร์	95	270	9	270	8	247	7
ธุรกิจออกแบบสถาปัตยกรรม	บจ.ระฟ้าแอสโซซิเอตส์	75	43	1	41	1	42	1
อื่น ๆ ***	-	-	72	2	84	3	129	4
รวม			3,181	100	3,390	100	3,211	100

หมายเหตุ : * รายได้ค่าบริการ บมจ.โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป และ บมจ.โมเดิร์นฟอร์มหอเซล์ท์แอนด์แคร์ เป็นรายได้ค่าบริการอื่นที่เรียกเก็บตามสัญญาประกอบด้วย ค่าที่ปรึกษา ค่าตรวจสอบภายใน เป็นต้น

** ธุรกิจเพื่อสุขภาพ บมจ.โมเดิร์นฟอร์มหอเซล์ท์แอนด์แคร์ มีรายได้จากการขายเฟอร์นิเจอร์เพื่อสุขภาพ และค่าบริการออกแบบและก่อสร้าง ห้องผ่าตัด และห้องแล็บในโรงพยาบาล

*** รายได้อื่น ๆ ของบริษัทและบริษัทย่อย ประกอบด้วย กำไรจากการขายเงินลงทุน เงินปันผลรับ รายได้ ค่าบริการจัดส่ง กำไรจากการขายสินทรัพย์ ค่าขายเศษวัสดุ และกำไรจากการเปลี่ยนแปลงในส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทรวม เป็นต้น

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1. ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มสินค้าดังนี้

1.1 เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน MODERNFORM WORKPLACE เฟอร์นิเจอร์สำนักงานครบวงจรที่สร้างสรรค์บรรยากาศและแรงบันดาลใจที่ดีในการทำงาน โดดเด่นในเรื่องรูปแบบที่ทันสมัย ประสิทธิภาพการใช้งานครบถ้วนเจาะตลาดกลุ่มออฟฟิศชั้นนำทั่วประเทศ พร้อมก้าวสู่การเป็น Workplace Solution Provider ที่ครบวงจร ภายใต้ปรัชญาในการทำงานและวิถีคิดแบบ “The Way We Work” ผสานด้วยเทคโนโลยีในการนำเสนอสินค้าในรูปแบบใหม่ตอบโจทย์การใช้งานในยุคปัจจุบันพร้อมขยายกลุ่มสินค้าครอบคลุมเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้งาน Co working space

กลุ่มลูกค้า Office Furniture ส่วนหนึ่งเป็น สถาปนิก ผู้รับเหมาโครงการ ผู้ออกแบบตกแต่ง และเจ้าของโครงการ กลุ่มราชการและรัฐวิสาหกิจ กลุ่มโรงพยาบาล และสถานศึกษา มีงบประมาณในการจัดซื้อครุภัณฑ์จำนวนมาก อีกส่วนหนึ่งเป็นผู้ใช้สินค้าเอง หรือ End-User หรือเจ้าของธุรกิจในระดับกลางถึงเล็ก (SMEs) ที่ต้องการสินค้ามีคุณภาพและการบริการที่ดี ซึ่งมียอดการสั่งซื้อจำนวนไม่มาก โดยซื้อจากโชว์รูมของบริษัทโดยตรง

1.2 เพอร์นิเจอร์บ้าน MODERNFORM EXCLUSIVE LIVING เพอร์นิเจอร์บ้านระดับพรีเมียมที่เน้นทั้งความหรูหรา มีรสนิยม และความทันสมัย สำหรับลูกค้าระดับกลางถึงบน โดดเด่นด้วยฟังก์ชันและดีไซน์ทันสมัยพร้อมเพิ่มกลุ่มสินค้าประเภทของตกแต่ง เพื่อช่วยเติมเต็มบรรยากาศภายในบ้าน สร้างแรงบันดาลใจในการอยู่อาศัย ในสไตล์ที่หลากหลายบ่งบอกความเป็นตัวคุณ

1.3 เพอร์นิเจอร์ชุดครัว MODERNFORM KITCHEN เพอร์นิเจอร์ชุดครัวที่โดดเด่นด้วยดีไซน์และเน้นการใช้งานนวัตกรรมใหม่ๆ ในการออกแบบให้มีความทันสมัย สวยงาม ใช้วัสดุที่มีคุณภาพ ควบคุมไปกับประโยชน์ใช้สอย พร้อมสะท้อนความเป็นตัวตนของผู้ใช้ผ่านสินค้า ภายใต้แนวคิด My Kitchen ที่พร้อมจะให้คุณเลือกส่วนประกอบต่างๆ ในครัวนำมาผสมผสาน เพื่อให้ตรงกับความต้องการและรองรับไลฟ์สไตล์การใช้งานที่เป็นตัวเอง

กลุ่มลูกค้าของเพอร์นิเจอร์บ้านนอกจากจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ใช้สินค้าเอง (End-User) ซึ่งได้แก่ เจ้าของที่พักอาศัย เช่น เจ้าของบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ หรือคอนโดมิเนียม ที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง ยังคงมีลูกค้ารายใหญ่อีกกลุ่มหนึ่ง ได้แก่ Designer สถาปนิก ผู้รับเหมาก่อสร้าง และเจ้าของโครงการบ้านจัดสรร หรือคอนโดมิเนียมใหญ่ๆ ที่เรียกว่า ดีเวลลอปเปอร์ ที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เติบโตอย่างต่อเนื่องมากตลอดหลายปีที่ผ่านมา โดยมียอดการสั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากในแต่ละครั้ง

1.4 วัสดุอุปกรณ์เพอร์นิเจอร์ และวัสดุเพื่อการตกแต่งภายใน MODERNFORM HOME DECORATIVE PRODUCTS อีกหนึ่งในธุรกิจหลักที่สร้างความแตกต่างและความหลากหลายในผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าด้วยการนำเข้า ผลิต และจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์คุณภาพโดยนำเข้าสินค้าจากประเทศชั้นนำ เช่น ประเทศเยอรมัน อิตาลี สเปน ออสเตรีย เดนมาร์ก อเมริกา จีน สิงคโปร์ และมาเลเซีย เพื่อนำมาใช้ทั้งในการผลิตเพอร์นิเจอร์ของบริษัทเอง และสำหรับจัดจำหน่ายภายในประเทศให้ผู้ผลิตเพอร์นิเจอร์รายอื่น รวมไปถึงลูกค้าปลีกย่อย ไม่ว่าจะเป็นวัสดุอุปกรณ์และเพอร์นิเจอร์ Fitting ทั้งมือจับ บานพับ กุญแจ รางลิ้นชัก บานพับ บานเลื่อน วัสดุปิดผิว อ่างซิ้งค์ และอุปกรณ์ครัว พร้อมขยายไลน์สินค้า House Brand ภายใต้แบรนด์ Home นอกจากนี้ยังจัดจำหน่ายประตูสำเร็จรูปพร้อมอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์แบรนด์ ReadyDor, สินค้าวัสดุปูพื้น เช่น พรมแผ่น และกระเบื้องยาง Interface, หินสังเคราะห์ LG Hi-Macs, หินอ่อน และหินควอตซ์คอมโพสิต Verona Stone, กระเบื้องยาง Luxury Vinyl Tile หรือ LVT จากแบรนด์ Floover, พื้นไม้เทียม M Deck ที่มีจุดเด่นด้วยระบบการติดตั้งแบบ Click Lock ลิขสิทธิ์จากประเทศอิตาลี อีกทั้งยังขยายธุรกิจสู่การทำเรื่องของการตกแต่งเพิ่มขึ้น ทั้งการตกแต่ง Facade โครงสร้างตึกนอกอาคาร และการตกแต่งภายในลิฟท์ เพื่อสัมผัสมุมมองใหม่ที่แตกต่าง และล่าสุดขยายรูปแบบสินค้าสู่วัสดุกันไฟ Magnesium Oxide Board ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้ได้ทั้งฝ้า เพดาน ประตู ไปจนถึงผนังห้องต่างๆ

2. ธุรกิจให้เช่าพื้นที่และบริการ ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัท โมเดิร์นฟอร์มทาวเวอร์ จำกัด ประกอบธุรกิจให้เช่าสำนักงาน, โชว์รูม และคลังสินค้า บนพื้นที่ 3 ไร่ 35 ตารางวา มีพื้นที่ให้เช่ารวม 28,000 ตารางเมตร โดยแบ่งพื้นที่เป็นลานจอดรถ, ศูนย์อาหาร, พื้นที่สำนักงานให้เช่าของลูกค้าทั่วไป, พื้นที่โชว์รูมและสำนักงานให้เช่าสำหรับบริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีผู้เช่ารวมกว่า 10 บริษัท

3. ธุรกิจเพื่อสุขภาพ ภายใต้การบริหารงานของ บริษัท โมเดิร์นฟอร์มเฮลท์แอนด์แคร์ จำกัด (มหาชน) จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2548 เพื่อผลิต จำหน่าย นำเข้า ส่งออก บริการซ่อมแซม และให้เช่าซึ่งสินค้าเพื่อสุขภาพ ตลอดจน อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ซึ่งสินค้าสุขภาพ เพื่อใช้ในโรงพยาบาล สถานพักฟื้น และที่อยู่อาศัย และล่าสุดได้จัดตั้ง โรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็ง โรงพยาบาลชีวมิติรา ที่จังหวัดอุบลราชธานี ภายใต้การดำเนินการของบริษัท ยูไอซีซี จำกัด ซึ่งก่อตั้งโดยความร่วมมือระหว่างบริษัทและคณะแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการรักษาโรคมะเร็งในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

4. ธุรกิจออกแบบสถาปัตยกรรมและก่อสร้าง ภายใต้การบริหารงานของบริษัท ระฟ้า แอสโซซิเอตส์ จำกัด ประกอบธุรกิจรับเป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมและภูมิสถาปัตยกรรม ควบคุมงาน ก่อสร้างต่างๆ รวมทั้งเข้าถือหุ้นในห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด หรือบริษัทมหาชนจำกัด (Holding Company)

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 สภาพเศรษฐกิจโดยรวมในปี 2562 แนวโน้มตลาดธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านมีการเติบโตประมาณ 10% จากในช่วงปกติที่เติบโตปีละ 10-15% เนื่องมาจากสภาวะเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจในประเทศไทยที่ยังไม่ฟื้นตัว แต่ตลาดเฟอร์นิเจอร์สำนักงานยังเติบโตได้ดีเนื่องจากยังมีผู้ประกอบการลงทุนพัฒนาอาคารสำนักงานเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในกลุ่มตลาดกลาง-บนเติบโตได้ค่อนข้างดีซึ่งได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนไปยังตลาดอาเซียน เพื่อรองรับการลงทุนด้านอสังหาริมทรัพย์ ที่พักอาศัย โรงแรม และรีสอร์ท ซึ่งจะส่งผลดีต่อผู้ผลิตและผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไทย เนื่องจากสินค้าไทยมีดีไซน์ที่สวยงามและมีคุณภาพที่ดี ส่งผลให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของตลาดต่างประเทศ อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในกลุ่มตลาดล่างยังคงไม่สดใสมากนัก เนื่องจากปัญหาค่าครองชีพและหนี้ครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูง ทำให้ผู้บริโภคระมัดระวังการใช้จ่าย และเลือกที่จะใช้จ่ายใช้สอยเฉพาะที่จำเป็นมากกว่า อีกทั้งรูปแบบสินค้ายังไม่ทันสมัยและมีจุดขายไม่ชัดเจน ทำให้ไม่มีศักยภาพในการแข่งขันเหมือนตลาดระดับบนที่เน้นคุณภาพสินค้าและดีไซน์เป็นหลัก โดยในปี 2562 อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์สามารถเติบโตต่อเนื่องจากปี 2561 เนื่องจากโครงการคอนโดมิเนียมและอสังหาริมทรัพย์ที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ ที่มีโครงการขึ้นตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายต่างๆ ทั่วเมือง รวมทั้งการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษที่จะส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในตลาดอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้นในพื้นที่ภาคตะวันออก นอกจากนี้ยังได้รับปัจจัยบวกจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งเริ่มเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัยในการสั่งซื้อสินค้ามากขึ้น ทั้งในแง่คุณภาพสินค้า การชำระเงิน และการจัดส่งสินค้า (Delivery) ที่สามารถจัดส่งได้หลากหลายประเภท รวมไปถึงบรรจุภัณฑ์ที่ได้มีการดีไซน์ให้รองรับกับสินค้าที่มีขนาดใหญ่มากขึ้น

สำหรับปัจจัยเสี่ยงและการแข่งขันโดยรวมในตลาดค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์ปี 2562 นั้น อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์โดยเฉพาะในกลุ่มตลาดกลาง-บน เป็นตลาดที่มีผู้ผลิตรายใหม่ๆ เข้ามาอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีอัตราการแข่งขันสูง เช่น การแข่งขันด้านราคา และการผลิต ผู้ประกอบการจึงต้องเน้นพัฒนาสินค้านวัตกรรมใหม่ที่มีความโดดเด่นตรงตามความต้องการและไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของกลุ่มลูกค้า จึงเกิดลงทุนในเครื่องจักรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในทันสมัยและรวดเร็วมากขึ้น อีกทั้งยังมีการแข่งขันที่รุนแรงจากเฟอร์นิเจอร์ราคาถูกของจีน และเวียดนาม ซึ่งมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันด้านราคาเนื่องจากมีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่า และค่าวัตถุดิบที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นทำให้ไทยสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดระดับล่างอย่างต่อเนื่อง เพราะราคายังคงเป็นปัจจัยหลักที่ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์

แม้เฟอร์นิเจอร์ไทยมีคุณภาพและได้รับการยอมรับมากกว่าเฟอร์นิเจอร์จากจีนและเวียดนามก็ตาม ทั้งนี้บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างบริษัทโมเดลใหม่เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและการเติบโตเพิ่มขึ้น โดยได้มีการขยายฐานตลาดเพื่อเพิ่มพอร์ตในกลุ่มของเฟอร์นิเจอร์ที่อยู่อาศัยซึ่งจะรุดเจาะกลุ่มค้าปลีกมากยิ่งขึ้น ทำให้บริษัทมองเห็นโอกาสในการเปิดตลาดใหม่จากการขยายตัวของโครงการที่อยู่อาศัย โดยจะยังคงเน้นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในระดับกลาง-บน เนื่องจากตลาดล่างมีคู่แข่งเป็นจำนวนมากและบริษัทไม่ได้มุ่งเน้นการแข่งขันทางด้านราคา

สำหรับการตลาดและการแข่งขันของบริษัท ด้านการขายปลีกเฟอร์นิเจอร์ที่โชว์รูมโมเดิร์นฟอร์มสาขานนทบุรีมีลูกค้ารายใหม่ๆ เพิ่มขึ้นจากการจัดรายการส่งเสริมการขายและมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ อาทิ Website, Youtube, Facebook เป็นต้น โดยบริษัทได้ปรับแผนกลยุทธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อวางรากฐานธุรกิจให้มั่นคงในฐานะผู้นำด้านเฟอร์นิเจอร์ จึงได้พัฒนาสินค้าและบริการเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งและตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยบริษัทจะเน้นสื่อโซเชียลมากขึ้นเนื่องจากมีความรวดเร็วและหลากหลายกว่าสิ่งพิมพ์ ทั้งนี้บริษัทได้เปิดตัวโชว์รูมโมเดิร์นฟอร์มเฟอร์นิเจอร์ สาขานนทบุรีครีนิทรีใหม่ภายใต้คอนเซปต์ METRO LIVING SENSATION และบริการ Personal Home Stylist ให้คำปรึกษาด้านตกแต่งกับลูกค้า รวมถึงมีแผนปรับปรุงและขยายพื้นที่โชว์รูมสาขา คริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์ หรือ CDC ในปี 2563 ซึ่งมีพื้นที่เกือบ 3,000 ตารางเมตรเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดซึ่งอยู่ระหว่างการออกแบบ นอกจากนี้ยังได้มีการเปิด Contract Sale Office แห่งใหม่ในจังหวัดระยอง เพื่อรองรับความต้องการในนิคมอุตสาหกรรมใหม่ ตามแผนการผลักดันโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

สำหรับงานขายโครงการเฟอร์นิเจอร์บ้านในปี 2562 บริษัทยังส่งมอบงานอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะงานโครงการใหม่ๆ บริษัทเข้าร่วมเสนอแนวคิดการออกแบบเฟอร์นิเจอร์เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าตั้งแต่เริ่มวางแผนคิดโครงการและลูกค้าที่มาเลือกจองซื้อห้องพัก บริษัทได้ปรับทีมงานขายเพื่อเตรียมความพร้อมขยายเข้าสู่ตลาดงานโรงแรม เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ และงานโรงพยาบาล ทำให้สามารถเพิ่มยอดขายได้ ทั้งนี้ได้มีการเจาะตลาดสินค้ากลุ่ม Living Wellbeing โดยเริ่มจากผลิตภัณฑ์ประเภทโซฟาในคอลเลกชัน Sense Series ใช้วัสดุหนังแท้ที่เป็น Chrome Free และวัสดุผ้ากันไรฝุ่นเพื่อเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ นอกจากนี้ยังมีสินค้าใหม่สำหรับกลุ่มลูกค้าคอนโดมิเนียมเรียกว่า Personal Smart Stylist ซึ่งมีขนาดพอเหมาะกับพื้นที่ที่มีขนาดเล็กแต่ยังคงมีประโยชน์ใช้สอยครบถ้วน ทั้งนี้บริษัทได้วางผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่ม System Furniture เป็นเฟอร์นิเจอร์กึ่ง Built-in เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับลูกค้าที่ต้องการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ให้เข้ากับพื้นที่ใช้สอย อีกทั้งบริการด้าน Personal Stylist หรือสไตลิสต์ส่วนตัวซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตกแต่งจะเข้ามาช่วยในการเลือกสรรเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งให้กับลูกค้า

สำหรับงานขายเฟอร์นิเจอร์สำนักงานในปี 2562 บริษัทได้พัฒนาสินค้าเพื่อตอบโจทย์การใช้งานในยุคดิจิทัลผ่านนวัตกรรมผ่าน 2 องค์ประกอบหลัก คือ Product Solution และ Service Solution Product Solution คือสินค้าที่ออกแบบมาเพื่อรองรับพฤติกรรมการทำงานในยุคดิจิทัล ผสมผสานความเป็นที่ทำงานและที่บ้านได้อย่างลงตัว ภายใต้แนวคิด 'Working in TheCoolLivingplace' และ Office Automation ที่ร่วม co-creation กับ Tech Company อย่าง Smart Storage ที่ควบคุมการเก็บของผ่านหน้าจอหรือ application พร้อมเพิ่มความปลอดภัยด้วยระบบ pass code และ RFID ถือเป็นไฮไลต์ของปีนี้ สำหรับ Service Solution เป็นรายการในตลาดเฟอร์นิเจอร์สำนักงานที่ตอบโจทย์การทำงานในยุคดิจิทัลนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวก และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เปิดตัวบริการล่าสุดที่ร่วมกันพัฒนากับเอ็กซี้ (Exzy) เทคสตาร์ทอัพ ด้วยการพัฒนาบริการ SI (Space in between) เป็นการจำลองพื้นที่จริง

ของลูกค้าให้ได้เห็นภาพเสมือนจริง และสามารถเห็นภาพพื้นที่จริงได้แบบ 360 องศา ลูกค้าสามารถออกแบบได้เอง ผ่านการเลือกสินค้าต่างๆ ใน Product Library โดยการใช้วิธีง่ายๆ อย่าง drag and drop ความน่าสนใจของโปรเจกต์ดังกล่าว คือการเข้ามามีส่วนร่วมของเทคโนโลยีที่ทำให้ดีไซน์เนอร์และคนทั่วไปได้ทำงานง่ายขึ้น

2.2.2 ลักษณะของลูกค้า ลูกค้าของบริษัทแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือลูกค้าที่บริษัทขายปลีกผ่านโชว์รูม ซึ่งคิดได้เป็นร้อยละ 25 ของยอดขาย ส่วนอีกร้อยละ 75 เป็นยอดขายจากการขายผ่านโครงการ เช่น โครงการอาคารสำนักงาน คอนโดมีเนียมที่พักอาศัย โครงการบ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮ้าส์ โรงแรม โรงพยาบาล กลุ่มราชการ สถาบันการศึกษา และรัฐวิสาหกิจอีกด้วย โดยการนำเสนอผ่านกลุ่มดีไซน์เนอร์ สถาปนิก และมัณฑนากร หรือเจ้าของกิจการโดยตรง บริษัทจึงมีฐานลูกค้าที่กว้าง มีศักยภาพในการซื้อสินค้าต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทไม่มีความเสี่ยงกับกลุ่มลูกค้าใดลูกค้าหนึ่ง และยังสามารถทำยอดขายให้เติบโตได้อย่างสม่ำเสมอทุกปี

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

2.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

นอกจากบริษัทจะเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ทุกประเภททั้ง เฟอร์นิเจอร์สำนักงานครบวงจร “Modernform Workplace” เฟอร์นิเจอร์บ้านที่เน้นทั้งความหรูหรา มีรสนิยม และความทันสมัย “Modernform Exclusive Living” และเฟอร์นิเจอร์ชุดครัวที่โดดเด่นด้วยดีไซน์และการใช้นวัตกรรม “Modernform Kitchen” โดยเน้นผลิตเฟอร์นิเจอร์ภายในโรงงานของบริษัทเองทั้ง 4 แห่ง ที่บางพลีและบางขุนเทียน รวมเนื้อที่ประมาณ 48 ไร่ พื้นที่ใช้สอยประมาณ 66,000 ตร.ม. นอกจากผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผลิตเองแล้วบริษัทยังได้จัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อาทิเช่น ประตูสำเร็จรูปพร้อมอุปกรณ์ Hardware แบรินด์ “Readydor”, พื้นลามิเนต “Lamett”, วัสดุปูพื้น Luxury Vinyl Tile หรือ LVT จากแบรนด์ “Floover” และ “Interface” และพื้นไม้สังเคราะห์เอนกประสงค์สำเร็จรูป “M-Deck” ที่มีจุดเด่นด้วยระบบการติดตั้งแบบ Click Lock ลิขสิทธิ์จากประเทศอิตาลี อีกทั้งยังได้นำเข้าวัสดุอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์และตกแต่งภายในจากต่างประเทศทั้งประเทศทางแถบยุโรปและเอเชีย และสินค้าวัสดุอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ House Brand ภายใต้แบรนด์ Home เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้า และเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้าทุกระดับ ทุกประเภทได้ครบถ้วนยิ่งขึ้น ตลอดจนการร่วมมือกับพันธมิตรทางการค้า ทั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า หรือจำหน่ายภายใต้ลิขสิทธิ์ หรือร่วมกันผลิตสินค้าใหม่เพื่อเสริมธุรกิจให้เข้มแข็งยิ่งขึ้นด้วยวิธีการหลากหลาย อาทิเช่น Pasaya, Hedbot, Finstreet ที่ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน เป็นต้น

2.3.2 กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

กำลังการผลิตต่อปีของบริษัท จำแนกตามผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ แต่ละประเภท ได้ดังนี้ :-

	ปี 2562				ปี 2561				ปี 2560			
	กำลังการผลิต	ปริมาณการผลิต	%	อัตราการเพิ่ม (ลด) เมื่อเทียบกับปีก่อน (%)	กำลังการผลิต	ปริมาณการผลิต	%	อัตราการเพิ่ม (ลด) เมื่อเทียบกับปีก่อน (%)	กำลังการผลิต	ปริมาณการผลิต	%	อัตราการเพิ่ม (ลด) เมื่อเทียบกับปีก่อน (%)
เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน :												
โต๊ะทำงานขนาดต่าง ๆ (ตัว)	80,000	70,000	88	17	80,000	60,000	75	0	80,000	60,000	75	0
เก้าอี้สำนักงานแบบต่าง ๆ (ตัว)	130,000	110,000	85	0	130,000	110,000	85	10	130,000	110,000	85	10
ตู้เก็บเอกสารขนาดต่าง ๆ (ใบ)	35,000	32,000	90	7	35,000	30,000	85	0	35,000	30,000	85	0
โต๊ะประชุม (ตัว)	10,000	8,000	80	12.5	10,000	7,000	70	(12.5)	10,000	8,000	80	0
ฉากกั้นห้องใช้ในสำนักงาน(ชิ้น)	8,000	6,000	75	0	8,000	6,000	75	20	8,000	6,000	75	20
เฟอร์นิเจอร์ใช้ในบ้าน :												
ชุดห้องนอน (เตียง, ตู้, เลื่อนผ้า)	70,000	50,000	72	(17)	70,000	60,000	85	20	70,000	50,000	72	0
โต๊ะเครื่องแป้ง (ชุด)												
ชุดโซฟาห้องรับแขก (5 ที่นั่งต่อชุด) (ชุด)	25,000	20,000	80	0	25,000	20,000	80	34	25,000	20,000	80	34
เฟอร์นิเจอร์ชุดครัว												
ชุดครัวแบบต่าง ๆ (ชุด)	50,000	45,000	90	0	50,000	45,000	90	12.5	50,000	40,000	80	(20)

2.3.3 วัตถุดิบ และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่บริษัทใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์แต่ละชนิด สามารถจำแนกออกได้ ดังนี้:-

วัตถุดิบ	สัดส่วนการใช้ (ร้อยละ)	แหล่งวัตถุดิบ		ปริมาณการสั่งซื้อ (ร้อยละ)
		ในประเทศ	ต่างประเทศ	
1. ไม้แผ่นปาร์ติเคิลบอร์ด/ไม้ขัดเคลือบผิว	12.5	/		13.0
2. ไม้แผ่น MDF	2.0	/		1.5
3. ไม้อัด	0.5	/		0.5
4. ไม้วีเนียร์	0.5	/	/	0.5
5. ไม้จริง	0.5	/	/	1.0
6. วัสดุเคลือบผิว	9.0		/	9.0
7. วัสดุ PVC ปิดขอบ	8.5	/	/	8.5
8. สี	1.5	/	/	1.0
9. วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ (มือจับ, บานพับ, รางลิ้นชัก, กุญแจล็อก)	19.0	/	/	20.0
10. กาว	1.0	/	/	1.0
11. ฟองน้ำ	2.5	/		3.0
12. หนังแท้, หนังเทียม	6.5	/	/	6.0
13. ผ้าต่าง ๆ	7.0	/	/	7.0
14. ชิ้นส่วนเหล็ก	10.0	/	/	10.0
15. ชิ้นส่วนพลาสติก	1.5	/	/	2.0
16. ชิ้นส่วนอลูมิเนียม	7.5	/	/	8.0
17. กระจก	3.0	/		3.0
18. ชุดอุปกรณ์ปรับเก้าอี้	7.0	/	/	5.0

หมายเหตุ : โดยมีสัดส่วนของมูลค่าวัตถุดิบ คิดเป็นสัดส่วนวัตถุดิบในประเทศร้อยละ 70 และวัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศร้อยละ 30

โดยที่วัตถุดิบร้อยละ 30 ยังต้องสั่งจากต่างประเทศ เช่น วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ผ้าบุเฟอร์นิเจอร์ วัสดุเคลือบผิว วัสดุปิดขอบ ชุดอุปกรณ์ปรับเก้าอี้ ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุดิบเหล่านี้ ในประเทศยังมีคุณภาพไม่ดีพอไม่ได้มาตรฐานตามที่บริษัทต้องการ สำหรับหนังแท้ยังต้องสั่งจากต่างประเทศเพราะผู้ผลิตในประเทศผลิตน้อยลง หันไปผลิตหนังแท้สำหรับเบาะรถยนต์ อย่างไรก็ตามไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบจากภายในประเทศ หรือนำเข้าจากต่างประเทศ บริษัทก็ไม่ประสบปัญหาในการจัดหาวัตถุดิบต่างๆ แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากมีผู้จำหน่ายวัตถุดิบเหล่านี้จำนวนมาก ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทจึงไม่จำเป็นต้องพึ่งการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายรายใดรายหนึ่งถึงร้อยละ 30 ของยอดการสั่งซื้อรวมแต่อย่างใด อีกทั้งไม่จำเป็นต้องจัดทำสัญญาการสั่งซื้อในระยะยาวคงมีเพียงปัญหาเรื่องการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบให้ได้มาตรฐานมากกว่าเรื่องแหล่งวัตถุดิบ

2.3.4 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการลดผลกระทบ

โดยที่บริษัทเป็นผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูป Knocked Down ซึ่งมีทั้งโต๊ะ ตู้ เตียง โซฟา เก้าอี้ ฉากกั้น ซึ่งประกอบด้วยวัตถุดิบ อันได้แก่ ไม้ สี เหล็ก ผ้า ดังนั้นบริษัทจึงได้มีการดำเนินการเพื่อลดผลกระทบจากกระบวนการผลิต ดังนี้

ไม้ เลือกใช้ไม้ E1 ที่ลดการใช้สารฟอร์มาลีนและเลือกใช้ไม้เชิงวิศวกรรมทดแทนการใช้ไม้จริง

เศษไม้ เป็นวัตถุดิบที่เหลือใช้จากการตัดชิ้นงาน นำมาผลิตเป็นโต๊ะ เก้าอี้ บางส่วน เพื่อบริจาคให้ห้องสมุดของโรงเรียนทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ที่เหลือจัดให้มีเครื่องย่อยไม้เป็นชิ้นเล็กๆ โดยมีโรงงานอื่นรับเศษไม้ที่ย่อยแล้วไปใช้ทำเป็นพลังงานในการผลิตเพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป และจำหน่ายเป็นเศษไม้ให้ผู้รับเหมาต่อไป

ฝุ่น จากการขัดชิ้นงานด้วยกระดาษทราย และการตัดชิ้นงาน ทางโรงงานได้ใช้ เครื่องดักฝุ่นแบบถุงกรองฝุ่น (Filter Bag) เศษฝุ่นที่กรองได้จะนำไปรวมกับเศษไม้ที่ได้อย่อยแล้ว เพื่อให้ทางโรงงานอื่นรับไปใช้เป็นพลังงานในการผลิต เพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป และจัดให้มีเครื่องตรวจวัดปริมาณความเข้มข้นของฝุ่นในบรรยากาศ และเพิ่มมาตรการในการควบคุม

สี เปลี่ยนการใช้สีจากประเภท thinner base เป็น water base เพื่อช่วยด้านสภาพอากาศ ส่วนละอองสี จากการพ่นสีบนชิ้นงาน ทางโรงงานได้กำจัดละอองสีเพื่อป้องกันไม่ให้ละอองสีมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้ระบบห้องพ่นเป็นแบบดักละอองสีด้วยระบบน้ำหมุนเวียน ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานสากล กากสีที่ได้จากการดักละอองสีได้ถูกกำจัดโดยวิธีให้หน่วยงานภายนอกที่รับกำจัดกากสีนำออกไปทำลาย

เศษวัสดุ เช่นเศษหนัง ผ้า ที่เหลือจากการผลิตรวบรวมไว้เพื่อจำหน่ายต่อไปได้ หรือผลิตเบาะรองนั่งเพื่อบริจาคให้โรงเรียนต่างๆ

กาว ใช้กาวที่ไม่มีส่วนผสมของสารระเหย เพื่อลดผลกระทบของไอระเหยจากกาว

เศษขยะมูลฝอย เทศบาลมารับไป

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

บริษัทจะเรียกเก็บเงินมัดจำจากลูกค้าเป็นจำนวนร้อยละ 15-40 ของยอดจำนวนเงินของสินค้าที่ลูกค้าได้ตัดสินใจสั่งซื้อหรือสั่งจองเพื่อให้บริษัทส่งสินค้าให้ภายหลังระยะเวลาการส่งมอบสินค้าโดยเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 2 สัปดาห์ - 2 เดือน สำหรับลูกค้าชายปลีก และ 2 เดือน - 2 ปี สำหรับลูกค้าโครงการ

ณ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีเงินมัดจำจากลูกค้าจำนวนเงินประมาณ 427 ล้านบาท จากยอดการสั่งซื้อหรือสั่งจองสินค้ารวมประมาณ 1,781 ล้านบาท ซึ่งเป็นงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบให้กับลูกค้า

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทได้มีการกำหนดมาตรการ ขอบเขต และแนวปฏิบัติ ให้แก่ผู้บริหารและพนักงานที่เกี่ยวข้องได้ทราบ และปฏิบัติตามมาตรการการบริหารความเสี่ยง เพื่อลดหรือควบคุมความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจด้านต่างๆ โดยในปี 2562 บริษัทได้ประเมินและบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในกรณีต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัท ดังนี้

ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของสถานะเศรษฐกิจ

ภาพรวมเศรษฐกิจในปี 2562 ยังคงไม่ฟื้นตัว บริษัทได้ปรับแผนกลยุทธ์ โดยการกระจายการลงทุนและยังคงมองหาธุรกิจใหม่ๆ อยู่เสมอ กล่าวคือ ด้วยโครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยในปัจจุบัน ที่พึ่งพาธุรกิจหลากหลายด้าน ได้แก่ ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน เฟอร์นิเจอร์บ้านและครัว ธุรกิจจัดจำหน่ายอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ หินสังเคราะห์ พรมแผ่นและ พื้นไม้ ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์เพื่อสุขภาพและเครื่องมือทางการแพทย์ ธุรกิจให้เช่าพื้นที่สำนักงาน ธุรกิจออกแบบสถาปัตยกรรม รวมถึงรายได้จากบริษัทร่วมต่างๆ ทำให้โดยรวมบริษัทสามารถลดความเสี่ยงจากวงจรธุรกิจของอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง และร่วมมือกับพันธมิตรใหม่ๆ เป็นการช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายเครือข่ายธุรกิจและสร้างผลตอบแทนได้มากขึ้น

ความเสี่ยงจากการแข่งขัน

ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ เป็นตลาดที่มีผู้ผลิตรายใหม่ๆ เข้ามาอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีอัตราการแข่งขันสูง เช่น การแข่งขันด้านราคา การผลิต และต้นทุนแรงงาน บริษัทจึงเน้นพัฒนาสินค้านวัตกรรมใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งและตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย รวมถึงการลงทุนเครื่องจักร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้ทันสมัย รวดเร็วขึ้น และช่วยควบคุมต้นทุนสินค้าให้ต่ำลง

ความเสี่ยงด้านการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

เนื่องจากบริษัทมีนโยบายลงทุนขยายธุรกิจ在公司ย่อยและบริษัทร่วมต่างๆ จึงมีความเสี่ยงด้านการลงทุน หากผลประกอบการของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมไม่สามารถสร้างผลกำไรตามที่บริษัทคาดหวังได้ บริษัทควบคุมความเสี่ยงนี้ด้วยการให้กรรมการของบริษัทเข้าไปร่วมเป็นกรรมการ在公司ย่อยและบริษัทร่วมต่างๆ เพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นของบริษัทได้อย่างเต็มที่ อย่างไรก็ตาม ตลอดเวลาที่ผ่านมา บริษัทได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน在公司ย่อยและบริษัทร่วมเป็นอย่างดี

ความเสี่ยงด้านการเงิน

บริษัทมีการบริหารการใช้งบประมาณรายจ่ายอย่างระมัดระวังและรอบคอบ บริหารสัดส่วนหนี้สินต่อทุนให้อยู่ในระดับต่ำ รักษาสภาพคล่องให้รองรับความผันผวนทางเศรษฐกิจ โดยในปี 2562 บริษัทมีสภาพคล่องทางการเงินที่ดีและมีกระแสเงินสดเพียงพอรองรับการเติบโตของบริษัท

บริษัทมีความเสี่ยงด้านการเงิน โดยจำแนกได้สองประเภทคือ

ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เนื่องจากมีลูกหนี้และเจ้าหนี้เป็นสกุลเงินต่างประเทศ ซึ่งบริษัทบริหารความเสี่ยงดังกล่าว ด้วยสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าโดยมีอายุไม่เกิน 6 เดือน อย่างไรก็ตามในการตัดสินใจบริหารความเสี่ยงด้วยสัญญาดังกล่าว บริษัทจะพิจารณาถึงสถานการณ์และโอกาสเพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุดทั้งด้านความเสี่ยงและผลกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

ความเสี่ยงด้านสินเชื่อที่เกี่ยวข้องกับลูกหนี้

บริษัทได้มีนโยบายการให้สินเชื่ออย่างรัดกุมเพื่อลดความเสี่ยงจากการมีหนี้สูญ โดยพิจารณาความเหมาะสมของการให้สินเชื่อ ซึ่งหากเป็นลูกค้ารายย่อยบริษัทไม่มีนโยบายให้สินเชื่อและลูกค้าจะต้องชำระเงินเต็มจำนวนก่อนที่บริษัทจะส่งสินค้า แต่หากเป็นลูกค้าโครงการโดยส่วนใหญ่บริษัทจะเรียกเก็บเงินมัดจำก่อนการผลิตสินค้า นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดวิธีการพิจารณาการให้สินเชื่อและการขอหลักประกันสำหรับลูกค้ารายใหม่ โดยพิจารณาวิเคราะห์ข้อมูลตามงบการเงินของลูกค้าแต่ละราย สำหรับลูกค้าเดิมบริษัทได้มีการประสานงานและติดตามอย่างใกล้ชิด เพื่อลดความเสี่ยงและระยะเวลาในการจัดเก็บเงิน

ความเสี่ยงด้านวัตถุดิบ

บริษัทได้กำหนดนโยบายให้ใช้วัตถุดิบคุณภาพสูงส่วนใหญ่มาจากภายในประเทศซึ่งราคามีความผันผวนตามภาวะตลาด อย่างไรก็ตามแม้ราคาวัสดุต่างๆ มีการปรับตัวในระดับสูงแต่มีโรงงานผลิตหลายราย บริษัทจึงมีแนวทางรองรับความเสี่ยงโดยเปรียบเทียบราคาจาก supplier หลายรายก่อนการสั่งซื้อ และจากการที่บริษัทใช้วัตถุดิบในปริมาณค่อนข้างสูงบริษัทจึงมีอำนาจการต่อรองกับโรงงานผู้ผลิตเพื่อให้ได้เงื่อนไขที่ดีที่สุด นอกจากนี้บริษัทยังพิจารณาร่วมลงทุนกับผู้ผลิตวัตถุดิบในบางกรณีที่วัตถุดิบดังกล่าวเป็นส่วนสำคัญในผลิตภัณฑ์ของบริษัทบริษัทได้ติดตามแนวโน้มราคาวัตถุดิบอย่างสม่ำเสมอ

ส่วนวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ เช่น วัสดุปิดผิว บานพับ มือจับ รางลิ้นชัก กุญแจ และอุปกรณ์หีอดาวอื่น ๆ ส่วนใหญ่เป็นอุปกรณ์นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งราคาของวัสดุอุปกรณ์เหล่านี้ขึ้นลงตามราคาขายจากผู้ผลิตต่างประเทศและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ แต่เนื่องจากบริษัทเป็นผู้นำเข้าวัสดุอุปกรณ์เอง ดังนั้นการสั่งซื้อจากต่างประเทศในปริมาณมากทำให้บริษัทมีอำนาจในการต่อรองสูงได้รับส่วนลดจากผู้ผลิตต่างประเทศ นอกจากนี้บริษัทยังทราบการปรับราคาล่วงหน้าหลายเดือน เพียงพอต่อการเตรียมการปรับต้นทุนและราคาขายสินค้าของบริษัทได้ ขณะเดียวกันบริษัทก็ได้พิจารณาทำสัญญาซื้อขายเงินตราล่วงหน้า เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนไว้เป็นคราวๆ ด้วย

ความเสี่ยงด้านระบบปฏิบัติการทาง IT

บริษัทได้มีแผน Disaster Recovery Plan พร้อมใช้งานหากมีกรณีฉุกเฉินใดๆ ที่ทำให้ระบบหลักไม่สามารถใช้งานได้ ระบบสำรองนี้สามารถใช้งานได้แทนในระยะเวลาอันสั้นและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายใดๆ ต่อการดำเนินธุรกิจโดยครอบคลุมทุกสำนักงานและหน่วยงานผลิตหลักของบริษัท

บริษัทได้ปรับปรุงนโยบายระบบสารสนเทศของบริษัทเพื่อให้มีเนื้อหาครบถ้วนครอบคลุมด้านความมั่นคงและความปลอดภัยของระบบสารสนเทศและให้พนักงานปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าว เพื่อลดความเสี่ยงของระบบสารสนเทศ และให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศ

ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ

บริษัทได้จัดทำประกันภัยต่างๆ ครอบคลุมทรัพย์สินหลักของบริษัทเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ นอกจากนี้บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (business continuity plan) ในกรณีที่มีเหตุการณ์ธรรมชาติที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานตามปกติของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เช่น ฝ่ายผลิต ฝ่ายการเงิน ฝ่ายสารสนเทศ (IT) และฝ่ายอาคารและสถานที่ ได้รับมอบหมายให้เตรียมแผนสำหรับภาวะฉุกเฉินเพื่อพร้อมใช้ในกรณีมีเหตุ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1.1 ลักษณะของทรัพย์สินถาวร ณ 31 ธันวาคม 2562

ประเภททรัพย์สิน	เนื้อที่/ไร่ /จำนวนห้อง	พื้นที่ใช้สอย /ตรม.	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (ล้านบาท)			ภาระผูกพัน
					ราคาทุน	ค่าเสื่อม	มูลค่าตามบัญชี	
ที่ดินและอาคาร								
1. ที่ดินและอาคารโรงงานแห่งที่ 1	26.5	30,000	33/2 หมู่ที่ 7 ถ.บางนา – ตราด ต.บางโหลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ	เจ้าของ	429.06	236.41	192.65	จดจำนองกับ ธนาคารกรุงเทพ (บางส่วน) วงเงิน 159 ล้านบาท
2. ที่ดินและอาคารโรงงานแห่งที่ 2	10.2	11,000	33/5 หมู่ที่ 7 ถ.บางนา – ตราด ต.บางโหลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ	เจ้าของ				
3. ที่ดินและอาคารโรงงานแห่งที่ 3	5.2	9,000	5 ซอยเทียนทะเล 15 ถ.บางขุนเทียน- ชายทะเล แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	เจ้าของ	29.27	25.40	3.87	จดจำนองกับ ธนาคารกสิกรไทย วงเงิน 29 ล้านบาท
4. ที่ดินและอาคารโรงงานแห่งที่ 4	6.0	10,000	622 ถ.บางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	เจ้าของ	74.44	61.61	12.83	-
5. ที่ดินและอาคาร DSB ซอย 10	3 ไร่ 62.7 ตร.ว.	4,800	58 ซอยเทียนทะเล 10 ถ.บางขุนเทียน แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ	เจ้าของ	46.54	10.57	35.97	-

หมายเหตุ ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัท ประกอบด้วย ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ – สุทธิ และทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน - สุทธิ

ประเภททรัพย์สิน	เนื้อที่/ไร่ / จำนวนห้อง	พื้นที่ใช้สอย / ตร.ม.	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (ล้านบาท)			ภาระผูกพัน
					ราคาทุน	ค่าเสื่อม	มูลค่าตามบัญชี	
เครื่องจักร								
1. เครื่องจักรในโรงงานแห่งที่ 1,2	131 เครื่อง		สมุทรปราการ		231.00	157.36	73.64	-
2. เครื่องจักรในโรงงานแห่งที่ 3,4	257 เครื่อง		กรุงเทพมหานคร		105.42	103.02	2.40	-
3. เครื่องจักรในโรงงาน	1 เครื่อง		โกดังเช่า LG 19/28 ม.7 ถ.บางนา- ตราด กม.17 ต.บางโฉลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ		0.98	0.98	0.00	-
ทรัพย์สินอื่น					623.32	538.51	84.81	-
รวมยอดเฉพาะบริษัทฯ	-		-	-	1,540.03	1,133.86	406.17	-

4.1.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัทได้ใช้เครื่องหมายการค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของบริษัทดังนี้ :-



4.2 นโยบายในการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทยังคงมีนโยบายลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม โดยพิจารณาจากผลตอบแทนในรูปของส่วนแบ่งกำไรที่บริษัทจะได้รับ และพิจารณาจากธุรกิจที่จะร่วมทุนด้วย โดยให้ความสำคัญกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบริษัท บริษัทย่อย ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยธุรกิจที่จะลงทุนนั้นจะสามารถก่อหนุนการประกอบกิจการของบริษัทให้เป็นผลดียิ่งขึ้น ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว สัดส่วนการลงทุนจะขึ้นอยู่กับธุรกิจที่จะลงทุนว่าต้องการเงินทุนมากน้อยประการใด และบริษัทมีส่วนร่วมในการบริหารอย่างไร ทั้งนี้เงินลงทุนจะไม่เกินร้อยละ 50 ของสินทรัพย์รวมของบริษัท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทไม่มีข้อพิพาท หรือคดีทางกฎหมายใดๆ ทั้งสิ้น ที่บริษัทเป็นจำเลยที่ถูกฟ้องร้องเรียกค่าเสียหาย รวมทั้งไม่มีคดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทแต่อย่างใด

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

(1) บริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

699 ถนนศรีนครินทร์ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร

โทรศัพท์ 0-2094-9999 โทรสาร 0-2094-9950

ทะเบียนบริษัทเลขที่ : 0107536000943

Website : www.modernform.com

E-mail : enquiry@modernform.co.th

วันที่ก่อตั้ง : 3 เมษายน 2523

จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ : 11 มีนาคม 2535

ลักษณะการประกอบธุรกิจ : ประกอบธุรกิจหลักประเภทผลิตเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูป
จำหน่ายทั้งภายใน และต่างประเทศ

ทุนจดทะเบียน : 809,646,280 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562)

ทุนชำระแล้ว : 750,000,000 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562)

ประเภทหุ้น : หุ้นสามัญ 750,000,000 หุ้น

มูลค่าหุ้น : หุ้นละ 1 บาท

(2) นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10

2.1 บริษัท โมเดิร์นฟอร์มหาวเวอร์ จำกัด

699 ถนนศรีนครินทร์ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

โทรศัพท์ 0-2722-8395 (-8) โทรสาร 0-2722-8399

วันที่จดทะเบียน : 4 ตุลาคม 2532

ประเภทธุรกิจ : ให้เช่าอาคารสำนักงาน ให้บริการสาธารณูปโภค

ทุนจดทะเบียน : 220,000,000 บาท

ทุนชำระแล้ว : 220,000,000 บาท

ประเภทหุ้น : หุ้นสามัญ 2,200,000 หุ้น

มูลค่าหุ้น : หุ้นละ 100 บาท

อัตราส่วนที่บริษัทถืออยู่ : 100%

2.2 บริษัท โมเดิร์นฟอร์มเฮลท์แอนด์แคร์ จำกัด (มหาชน)

699 อาคารโมเดิร์นฟอร์มหาวเวอร์ ชั้น 15 ถนนศรีนครินทร์ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง

กรุงเทพมหานคร 10250 โทรศัพท์ 0-2722-8033(-5) โทรสาร 0-2722-8032

วันที่จดทะเบียน : 14 ตุลาคม 2548

ประเภทธุรกิจ : ผลิต นำเข้า และจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์และสินค้าสุขภาพ

ทุนจดทะเบียน : 150,000,000 บาท

ทุนชำระแล้ว : 150,000,000 บาท

ประเภทหุ้น : หุ้นสามัญ 15,000,000 หุ้น

มูลค่าหุ้น : หุ้นละ 10 บาท

อัตราส่วนที่บริษัทถืออยู่ : 95%

2.3 บริษัท ระฟ้าแอลโซซิเอตส์ จำกัด

699 อาคารโมเดิร์นฟอร์มหาวเวอร์ ถนนศรีนครินทร์ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง

กรุงเทพมหานคร 10250 โทรศัพท์ 0-2094-9870 โทรสาร 0-2722-8180(-1)

วันที่จดทะเบียน : 9 ตุลาคม 2549

ประเภทธุรกิจ : รับเป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำด้านการออกแบบ ควบคุมงานก่อสร้าง และเข้าถือหุ้นในห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน

ทุนจดทะเบียน : 15,000,000 บาท

ทุนชำระแล้ว : 15,000,000 บาท

ประเภทหุ้น : หุ้นสามัญ 1,500,000 หุ้น

มูลค่าหุ้น : หุ้นละ 10 บาท

อัตราส่วนที่บริษัทถืออยู่ : 75%

2.4 บริษัท อีโตคิ โมเดิร์นฟอร์ม จำกัด

699 อาคารโมเดิร์นฟอร์มหาวเวอร์ ชั้น 22 ถนนศรีนครินทร์ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง

กรุงเทพมหานคร 10250 โทรศัพท์ 0-2722-8288 โทรสาร 0-2722-8289

วันที่จดทะเบียน : 16 เมษายน 2558

ประเภทธุรกิจ : ผลิต นำเข้า และจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์

ทุนจดทะเบียน : 30,000,000 บาท

ทุนชำระแล้ว : 30,000,000 บาท

ประเภทหุ้น : หุ้นสามัญ 30,000 หุ้น

มูลค่าหุ้น : หุ้นละ 1,000 บาท

อัตราส่วนที่บริษัทถืออยู่ : 49.5%

2.5 บริษัท อาร์คิเทคทูรา จำกัด

1412 คริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์ ห้องเลขที่ 107/1 อาคารบี ซอยลาดพร้าว 87 (จันทราสุข)

แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10250 โทรศัพท์ 0-2722-8288

โทรสาร 0-2722-8289

วันที่จดทะเบียน	: 8 เมษายน 2542
ประเภทธุรกิจ	: ผลิต นำเข้า และจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์
ทุนจดทะเบียน	: 20,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	: 20,000,000 บาท
ประเภทหุ้น	: หุ้นสามัญ 200,000 หุ้น
มูลค่าหุ้น	: หุ้นละ 100 บาท
อัตราส่วนที่บริษัทถืออยู่	: 19%

2.6 บริษัท เวิร์คสเคพ จำกัด

51 หมู่ที่ 5 ถนนบางกรวย-ไทรน้อย ตำบลบางสีทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

โทรศัพท์ 0-2886-3356 โทรสาร 0-2886-3359

วันที่จดทะเบียน	: 27 กุมภาพันธ์ 2562
ประเภทธุรกิจ	: ผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ ตกแต่งสำนักงานทุกประเภท
ทุนจดทะเบียน	: 60,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	: 60,000,000 บาท
ประเภทหุ้น	: หุ้นสามัญ 600,000 หุ้น
มูลค่าหุ้น	: หุ้นละ 100 บาท
อัตราส่วนที่บริษัทถืออยู่	: 40%

(3) บุคคลอ้างอิง

3.1 นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ 0-2009-9000 โทรสาร 0-2009-9991

3.2 ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้

ไม่มี

3.3 ผู้สอบบัญชี

นางสาวรุ่งนภา เลิศสุวรรณกุล	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตหมายเลข 3516
นางสาวพิมพ์ใจ มานิตขจรกิจ	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตหมายเลข 4521
นางสาวรสพร เดชอาคม	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตหมายเลข 5659
นางสาวสุมนา พันธุ์พงษ์สานนท์	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตหมายเลข 5872
บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด	
193/136-137 ชั้น 33 อาคารเลครัชดา ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ กรุงเทพมหานคร 10110	
โทรศัพท์ 0-2264-0777 โทรสาร 0-2264-0790	

3.4 ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท สำนักกฎหมายสหการ จำกัด
เลขที่ 16 ถนนเทศบาลนิมิตรเหนือ ซอย 6 แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
โทรศัพท์ 0-2954-3090-4 โทรสาร 0-2953-8225

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

ไม่มี