



ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ และค่านิยมองค์กร

วิสัยทัศน์ (VISION)

ผู้นำในการนำเสนอนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ทุกความต้องการของลูกค้า ทั้งยังใส่ใจในสังคมและสิ่งแวดล้อมไปอย่างควบคู่กัน

พันธกิจ (MISSION)

Modernform จะนำเสนอสินค้าที่มีนวัตกรรม ในคุณภาพระดับสากลและราคาที่สมเหตุสมผล เราจะก้าวขึ้นสู่การเป็นแบรนด์ที่ทุกคนนึกถึงเป็นแบรนด์แรกอยู่เสมอ ด้วยกิจกรรมทางการตลาดที่โดดเด่น และการสร้างความสัมพันธ์กับทุกภาคส่วนให้แข็งแกร่งและยั่งยืน เราจะทำธุรกิจด้วยความเป็นทีมและพร้อมปรับตัวเพื่อผลลัพธ์ที่ดีที่สุด อีกทั้งยังทั้งใส่ใจและห่วงใยสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างควบคู่กัน

บริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน เฟอร์นิเจอร์บ้าน เฟอร์นิเจอร์ครัว และนำเข้าวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบเฟอร์นิเจอร์และตกแต่งบ้านและสำนักงาน โดยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาถึง 4 ทศวรรษ

จากปัจจัยภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ปกติ สภาพแวดล้อมในการแข่งขันที่สูงขึ้น พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ทำให้บริษัทมีการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการและระบบงานต่าง ๆ ให้ตอบรับกับปัจจัยภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ด้วยการสร้างรูปแบบในการทำธุรกิจใหม่ ๆ เริ่มตั้งแต่การทบทวนเรื่องวิสัยทัศน์ (Vision) ภารกิจ (Mission) และกลยุทธ์ต่าง ๆ ทั้งหมด หลังจากนั้นจึงดำเนินการพิจารณาปรับปรุงผังการบริหารงานใหม่ ดังนั้นในปี 2563 บริษัทได้ประกาศวิสัยทัศน์ใหม่ (Vision) ที่ว่า เราจะมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรให้เป็น “ผู้นำในการนำเสนอนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ทุกความต้องการของลูกค้า ทั้งยังใส่ใจในสังคมและสิ่งแวดล้อมไปอย่างควบคู่กัน”

ในขณะเดียวกันบริษัทได้ประกาศวิสัยทัศน์สำหรับธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ โดยมุ่งมั่นพัฒนาสู่การ “เป็นแบรนด์เฟอร์นิเจอร์ไทยที่นอกออกแบบ เจ้าของบ้าน และเจ้าของกิจการชื่นชอบมากที่สุด” ด้วยการนำเสนอสินค้าที่มีนวัตกรรม ในคุณภาพระดับสากล และราคาที่สมเหตุสมผล ก้าวขึ้นสู่การเป็นแบรนด์ที่ทุกคนนึกถึงเป็นแบรนด์แรกอยู่เสมอ ด้วยกิจกรรมการตลาดที่โดดเด่น สร้างความสัมพันธ์กับทุกภาคส่วนให้แข็งแกร่งและยั่งยืน ทำธุรกิจด้วยความเป็นทีม และพร้อมปรับตัวเพื่อผลลัพธ์ที่ดีที่สุด ใส่ใจ และห่วงใยสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างควบคู่กัน ซึ่งเป็นพันธกิจใหม่ที่จะทำให้บริษัทไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ และเพื่อให้สอดคล้องกับการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารองค์กรบริษัทจึงได้ประกาศการเสริมสร้างค่านิยมองค์กร (Core Values) โดยมุ่งพัฒนาคุณลักษณะคนโมเดิร์นฟอร์มที่ประกอบด้วย



- **Consumer-centric (ใส่ใจ)**

เข้าใจความต้องการที่แท้จริงของ “ลูกค้า” (หมายถึง ลูกค้าและผู้บริโภค) ด้วยการนำเสนอประสบการณ์ที่ดีในทุกแง่มุม พร้อมตอบทุกการบริการด้วยความเชี่ยวชาญ

- **Creativity (สร้างสรรค์)**

คิดและทำงานด้วยความสร้างสรรค์ พร้อมนำเสนอสินค้าและบริการนวัตกรรมเหนือคู่แข่ง

- **Achievement (มุ่งสู่เป้าหมาย)**

มุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ พิชิตทุกภารกิจอย่างไม่หยุดนิ่ง พร้อมก้าวข้ามผ่านอุปสรรคเพื่อผลลัพธ์ที่ดีที่สุด

- **Teamwork (ร่วมกัน)**

ร่วมกันทำงานเป็นทีม ยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายที่เป็นหนึ่งเดียว

- **Sustainability (ทำเพื่อส่วนรวม)**

ร่วมขับเคลื่อนองค์กรให้แข็งแกร่งเติบโตอย่างมีจริยธรรม ส่งเสริมพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม และสร้างมูลค่าร่วมให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

นอกจากนั้นกลางปี 2563 บริษัทได้ประกาศกลยุทธ์ในการบริหารภาพลักษณ์องค์กรใหม่ (Rebranding) ซึ่งไม่ใช่แค่การปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์องค์กรให้ดูทันสมัยเท่านั้น หากแต่เป็นการแสดงจุดยืนให้พร้อมตอบรับกับไลฟ์สไตล์ของคนยุคใหม่ที่เปลี่ยนไปพร้อม ๆ กับเทคโนโลยีที่มุ่งเน้นความสะดวกสบาย และปรับวิถีการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปจากเดิมภายใต้แนวคิดที่ว่าเราพร้อมที่จะสร้างสรรค์เฟอร์นิเจอร์ที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ยุคใหม่ได้อย่างลงตัว โดยบริษัทให้ความสำคัญกับ 4 ปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ การออกแบบสินค้าที่มีคุณภาพในระดับราคาที่สมเหตุสมผล พร้อมปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด นำเสนอสินค้าและบริการที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขายด้วยความเชี่ยวชาญที่แท้จริง รวมไปถึงสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และนำเสนอสินค้า ทั้งวัสดุ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ที่มีนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อให้สินค้าเฟอร์นิเจอร์ของบริษัทสามารถสร้างประโยชน์ที่เหนือกว่าให้แก่ลูกค้าอยู่เสมอ

สำหรับตลาดเป้าหมาย บริษัทยังคงมุ่งเน้นการขายไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมถึง กลุ่มสถาบันการศึกษา กลุ่มโรงพยาบาล กลุ่มโรงแรม และงานราชการ โดยเน้นการขายสินค้าผ่านงานโครงการเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 80 ในขณะเดียวกัน ยังมีการขายผ่านช่องทางค้าปลีกคิดเป็นร้อยละ 20 ซึ่งบริษัทยังให้ความสำคัญกับโชว์รูมขายเพื่อให้บริการแก่ผู้บริโภคที่ Walk in และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ โดยมีโชว์รูม Modernform Furniture สาขาถนนศรีนครินทร์, คริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์ (CDC) ถนนเลียบทางด่วนเอกมัย-รามอินทรา, สาขาเพลินจิต และโชว์รูม Modernform Outlet ที่เจาะตลาดลูกค้าระดับกลางถึงล่างและกลุ่มนิคมอุตสาหกรรม นอกจากนี้บริษัทยังมี Contract Sales Office ที่พัทยา และระยองเพื่อติดต่อและให้บริการด้านการขายแก่กลุ่มลูกค้าในจังหวัดและบริเวณใกล้เคียง และในปี 2563 บริษัทยังได้เริ่มขยายตลาดไปยังช่องทางการขายแบบ e-Commerce เพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับการเติบโตอย่างรวดเร็ว ตอบรับการกระแส New Normal และการทำงานที่บ้าน หรือ Work from Home ที่รับผลกระทบมาจากการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้บริโภคต้องอยู่กับบ้านและหันมาสนใจการตกแต่งบ้านเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์ทั้งโต๊ะและเก้าอี้ทำงานสำหรับตกแต่งในบ้านกลายเป็นที่นิยมสำหรับกลุ่มลูกค้าออนไลน์



นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบายในการร่วมลงทุนในธุรกิจที่จะเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจหลักของบริษัท เช่น การลงทุนในกลุ่มธุรกิจออกแบบสถาปัตยกรรม บริษัท erva แอสโซซิเอตส์ จำกัด การลงทุนในธุรกิจเพื่อสุขภาพ บมจ.โมเดอร์นฟาร์มเฮลท์แอนด์แคร์ และโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งชีวามิตรา ที่จังหวัดอุบลราชธานี โรงพยาบาลเอกชนเฉพาะทางที่อยู่ภายใต้การดำเนินการของบริษัท ยูไอซีซี จำกัด ซึ่งก่อตั้งโดยความร่วมมือระหว่างบมจ.โมเดอร์นฟาร์มเฮลท์แอนด์แคร์ และคณะแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการรักษาโรคมะเร็งในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การลงทุนในบริษัท อีโตคิ โมเดอร์นฟาร์ม จำกัด ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่าง บริษัท อีโตคิ คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น เพื่อจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์สำนักงานเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าญี่ปุ่นภายในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน และการลงทุนในบริษัท อาร์คิเทคทูรา จำกัด เพื่อขยายตลาดธุรกิจเฟอร์นิเจอร์บ้านระดับพรีเมียม และขยายสู่ธุรกิจ digital ที่เป็นเทรนด์ในปัจจุบัน อาทิเช่นบริษัท เอ็ดบอท จำกัด แพลตฟอร์มสำหรับสร้างแชทบอท และบริษัท ฟินสตรีท จำกัด แพลตฟอร์มที่ใช้เทคโนโลยีในการวางแผนทางการเงิน อีกทั้งได้ขยายตลาดธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ระดับกลางถึงล่างโดยได้จัดตั้งบริษัท เวิร์คสเคป จำกัด รวมถึงจัดตั้งบริษัท บิลท์ดี จำกัด เพื่อผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ประเภท Fit-in

ในปี 2563 คณะกรรมการได้มีการพิจารณาบทวนและอนุมัติวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และทิศทางการดำเนินธุรกิจ รวมถึงนโยบายสำคัญให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องต่อการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และคณะกรรมการมีการติดตามทุกไตรมาสเพื่อกำกับดูแลให้มีการนำกลยุทธ์ของบริษัทไปปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่ได้วางไว้

เป้าหมายระยะสั้น

ในปี 2563 บริษัท โมเดอร์นฟาร์มกรุ๊ป (จำกัด) มหาชน ได้ประกาศวิสัยทัศน์ของบริษัท และวิสัยทัศน์ของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แยกกันอย่างชัดเจน ในส่วนของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์บริษัทได้กำหนดวิสัยทัศน์ใหม่ โดยมุ่งเน้นสู่การเป็นแบรนด์เฟอร์นิเจอร์ไทยที่นักร้องแบบ เจ้าของบ้าน และเจ้าของกิจการ ชื่นชอบมากที่สุด รวมถึงกำหนดพันธกิจสำคัญที่ตอบโจทย์สู่ความสำเร็จของเป้าหมาย ซึ่งการปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์ในครั้งนี้ ทำให้เกิดการพัฒนากลยุทธ์ในการดำเนินงานในรูปแบบที่มีความแตกต่างจากเดิม สามารถสรุปหลัก ๆ ได้ 5 ข้อ ดังนี้

1. การปรับโครงสร้างและวางกลยุทธ์ ที่ทำให้องค์กรและบุคลากรในองค์กรมีความยืดหยุ่นและคล่องตัว พร้อมตอบรับความผันผวนสูงที่อาจจะคาดเดา หรือเป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลันมีความไม่แน่นอนสูง

2. การสร้างคุณค่าของแบรนด์ (Brand Value) ใหม่ให้เป็นที่จดจำของลูกค้ากลุ่มใหม่ แต่ยังรักษากฎเกณฑ์ลูกค้าปัจจุบันไว้เป็นอย่างดี ด้วยการมุ่งเน้นแผนการสื่อสารทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ร่วมกับการพัฒนาสินค้าที่ตรงตามความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค ตลอดจนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า เช่น สินค้าที่ได้รับรางวัลการออกแบบระดับโลก

3. การเพิ่มสัดส่วนยอดขายลูกค้ารายย่อยในโซ่วรรณและการขายทางออนไลน์จาก 25% เป็น 40% โดยการพัฒนาลินค้าและบริการใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาโมเดลธุรกิจจากออนไลน์สู่ออฟไลน์ หรือ O2O (Online to Offline) รวมถึงการเพิ่มช่องทางการขายใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นการขายผ่านทาง Social Commerce, E-Commerce Platform และการจับมือกับพันธมิตรทางการค้าใหม่ ๆ

4. การปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพของการทำงานในองค์กรด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล(Digital Technology) ในทุก ๆ ส่วน เช่น การลดการใช้กระดาษลง 60% การเชื่อมต่อการทำงานของแต่ละหน่วยงานแบบไร้รอยต่อ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ตลอดจนการควบคุมต้นทุนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน



5. การปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจักรและระบบต่างๆ ในการผลิต การขนส่งและติดตั้ง ด้วยการเพิ่มงบการลงทุน 80-100 ล้านบาท

เป้าหมายระยะยาว 3-5 ปี

สำหรับวิสัยทัศน์ บริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป (จำกัด) มหาชน คือผู้นำในการนำเสนอนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ทุกความต้องการของลูกค้า ทั้งยังใส่ใจในสังคมและสิ่งแวดล้อมไปอย่างควบคู่กัน โดยเราได้ให้ความสำคัญในการลงทุนที่สร้างความยั่งยืนระยะยาวให้กับองค์กร โดยมุมมองการลงทุนต้องสอดคล้องกับเงื่อนไขดังนี้

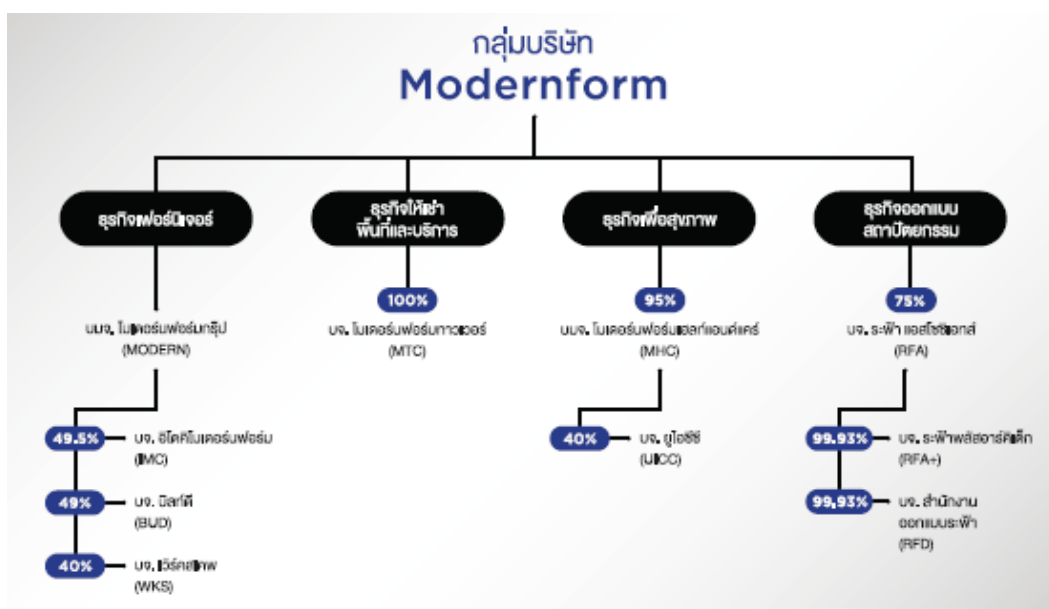
1. สร้างความแข็งแกร่ง (Synergy) ต่อยอดให้กับธุรกิจในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นเฟอร์นิเจอร์ วัสดุอุปกรณ์ตกแต่งภายในและภายนอกอาคาร สินค้าและบริการด้านเฮลท์แคร์ โรงพยาบาล เป็นต้น
2. ธุรกิจที่เป็นนวัตกรรมแห่งอนาคต สำหรับการใช้ชีวิต การทำงาน การอยู่อาศัย ของคนยุคใหม่
3. ธุรกิจที่แตกต่างจากธุรกิจในปัจจุบันที่สามารถสร้างผลตอบแทนที่ยั่งยืน

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในปี 2563 ดังนี้

- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 5/2563 เมื่อวันที่ 17 กันยายน 2563 มีมติอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลให้แก่ผู้ถือหุ้นจากผลประกอบการงวด 6 เดือน สิ้นสุด ณ 30 มิถุนายน 2563 ในอัตราหุ้นละ 0.05 บาท (ห้าสตางค์) โดยเป็นเงินปันผลที่จ่ายจากกำไรสะสมซึ่งเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลในอัตราร้อยละ 20 และจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในวันที่ 16 ตุลาคม 2563
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2563 เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2563 ได้มีมติอนุมัติให้ซื้อหุ้นเพิ่มทุนในบริษัท เวิร์คสเคป จำกัด ตามอัตราส่วนการถือหุ้นที่มีสิทธิซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้อย่างน้อย 40,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท รวมเป็นเงิน 4,000,000 บาท

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท





บริษัท โมเดอร์นฟาร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อยและบริษัทร่วมรวมอีก 6 บริษัทได้แก่

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

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

3. บริษัท ระฟ้า แอสโซซิเอตส์ จำกัด (RFA) จัดตั้งขึ้นในปี 2549 ประกอบธุรกิจรับเป็นที่ปรึกษา ให้ คำแนะนำด้านการออกแบบ รวมถึงควบคุมงานก่อสร้างต่าง ๆ และเข้าถือหุ้นในห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และ บริษัทมหาชน (Holding Company) มีทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 15 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท โดยบริษัท โมเดอร์นฟาร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เข้าถือหุ้นในอัตราส่วนร้อยละ 75 ของทุนจดทะเบียน ปัจจุบันบริษัท ระฟ้าแอสโซซิเอตส์ จำกัด ได้เข้าถือหุ้นในบริษัทย่อย และบริษัทร่วมรวม 2 บริษัท ได้แก่บริษัท สำนักงานออกแบบระฟ้า จำกัด และ บริษัท ระฟ้าพลัสอาร์คิเต็ค จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจเกี่ยวกับงานสถาปัตยกรรมทั้งสิ้นสำนักงานตั้งอยู่ที่เลขที่ 699 อาคารโมเดอร์นฟาร์มทาวเวอร์ ถนนศรีนครินทร์ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร โดยธุรกิจยังมี ศักยภาพการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากงานภาคเอกชน อีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่ส่งเสริมให้บริษัทได้ใกล้ชิดกับสถาบันและ ภัณฑารักษ์มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจด้านอื่นของบริษัทเติบโตขึ้นด้วย

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

5. บริษัท เวิร์คสเคพ จำกัด (WKS) จัดตั้งขึ้นเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2562 ประกอบธุรกิจประเภทผลิต และจำหน่ายสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ตกแต่งสำนักงานทุกประเภท โดยบริษัท โมเดอร์นฟาร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เข้าถือหุ้นในอัตราส่วนร้อยละ 40 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 60 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 51 หมู่ที่ 5 ถนนบางกรวย-ไทรน้อย ตำบลบางสีทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

6. บริษัท บิลทีดี จำกัด (BUD) จัดตั้งขึ้นเมื่อเดือนมีนาคม 2563 ประกอบธุรกิจประเภทผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ประเภท Fit-in พร้อมทั้งรับเหมาตกแต่งภายในอาคารสำนักงาน โรงแรม คอนโดมีเนียม และบ้านพักอาศัย โดยบริษัท โมเดิร์นฟู้ดกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เข้าถือหุ้นในอัตราร้อยละ 49 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 4 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 33/2 หมู่ 7 ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ทั้งนี้บริษัทย่อยและบริษัทร่วมมิได้มีการถือหุ้นระหว่างกันแต่อย่างใด

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

จากโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทตามข้อ 1.3 ด้านบน บริษัท โมเดิร์นฟู้ดกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (MODERN) ถือหุ้นในบริษัท โมเดิร์นฟู้ดเฮลท์แอนด์แคร์ จำกัด (มหาชน) (MHC) ในอัตราร้อยละ 95 โดย MHC ถือหุ้นในบริษัท ยูไอซีซี จำกัด (UICC) ในอัตราร้อยละ 40 โดยมีกลุ่มผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นกรรมการบริหารและผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของ MODERN รวม 5 ราย คิดเป็นจำนวนหุ้นที่ถือรวมใน UICC ร้อยละ 9 ทั้งนี้ เนื่องจากการจัดตั้ง UICC เกิดจากความสัมพันธ์ส่วนตัวที่กระหว่างกลุ่มผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร 5 รายของ MODERN กับนายแพทย์ธนุทย์ ก้วยเจริญพานิชก์ จึงมีความคิดที่จะเปิดโรงพยาบาลเฉพาะทางเพื่อรักษาโรคมะเร็ง โดยนายแพทย์ธนุทย์ ก้วยเจริญพานิชก์ ขอให้กลุ่มผู้บริหาร MODERN ต้องเข้าร่วมลงทุนเป็นการส่วนตัวและเข้าร่วมบริหารใน UICC ด้วย นอกจาก MHC ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ MODERN ซึ่งดำเนินธุรกิจประเภทเกี่ยวกับเครื่องมือ อุปกรณ์ทางการแพทย์อยู่แล้ว เข้าถือหุ้นในอัตราร้อยละ 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

โครงสร้างรายได้จากแต่ละกลุ่มธุรกิจสำหรับปี 2561-2563 จากการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย
อีก 3 บริษัท สามารถแยกเป็นกลุ่มธุรกิจ 4 กลุ่ม ดังนี้

สายผลิตภัณฑ์ / กลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการโดย	ถือหุ้น ร้อยละ	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
			ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ - เฟอร์นิเจอร์สำนักงานและบ้าน - วัสดุอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ หินสังเคราะห์พรมแผ่น และ พื้นไม้	บมจ.โมเดอร์นฟอร์มกรุ๊ป		2,133	71	2,186	69	2,346	69
			387	13	514	16	558	17
ธุรกิจให้เช่าพื้นที่และบริการ	บจ.โมเดอร์นฟอร์มทาวเวอร์	100	89	3	88	3	83	2
	บมจ.โมเดอร์นฟอร์มกรุ๊ป*	-	1	0	5	0	8	0
	บมจ.โมเดอร์นฟอร์มเฮลท์แอนด์แคร์	95	15	1	15	1	-	-
ธุรกิจเพื่อสุขภาพ**	บมจ.โมเดอร์นฟอร์มเฮลท์แอนด์แคร์*	95	269	9	258	8	270	8
ธุรกิจออกแบบสถาปัตยกรรม	บจ.ระฟ้าแอสโซซิเอทส์	75	30	1	43	1	41	1
อื่นๆ ***	-	-	63	2	69	2	84	3
รวม			2,987	100	3,178	100	3,390	100

หมายเหตุ : * รายได้ค่าบริการ บมจ.โมเดอร์นฟอร์มกรุ๊ป และ บมจ.โมเดอร์นฟอร์มเฮลท์แอนด์แคร์ เป็นรายได้ค่าบริการอื่นที่เรียกเก็บตามสัญญา
ประกอบด้วย ค่าที่ปรึกษา ค่าตรวจสอบภายใน เป็นต้น
** ธุรกิจเพื่อสุขภาพ บมจ.โมเดอร์นฟอร์มเฮลท์แอนด์แคร์ มีรายได้จากการขายเฟอร์นิเจอร์เพื่อสุขภาพ และค่าบริการออกแบบและ
ก่อสร้าง ห้องผ่าตัด และห้องแล็บในโรงพยาบาล
*** รายได้อื่นๆ ของบริษัทและบริษัทย่อย ประกอบด้วย กำไรจากการขายเงินลงทุน เงินปันผลรับ รายได้ ค่าบริการจัดส่ง กำไรจาก
การขายสินทรัพย์ ค่าขายเศษวัสดุ และกำไรจากการเปลี่ยนแปลงในส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทรวม เป็นต้น

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1. ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ครบวงจร แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มสินค้า ได้แก่

1.1 เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน ที่ได้รับการสร้างสรรค์และออกแบบทันสมัย เพื่อช่วยเพิ่มบรรยากาศและแรงบันดาลใจในการทำงาน และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน (Productivity) อย่างครบถ้วน เจาะตลาดกลุ่มออฟฟิศชั้นนำ



ทั่วประเทศ และปัจจุบัน บริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเป็น Workplace Solution Provider แบบครบวงจร ที่นอกจากจัดเตรียมเฟอร์นิเจอร์สำนักงานที่มีนวัตกรรมเต็มรูปแบบ ยังผสานด้วยเทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มความสะดวกสบาย และเปลี่ยนวิธีการทำงาน ตอบโจทย์การใช้งานในยุคดิจิทัล นอกจากนั้น ยังขยายไปกลุ่มสินค้าครอบคลุมเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้งานแบบ Co-Working Space ที่เป็นวัฒนธรรมการทำงานของคนรุ่นใหม่ และเป็นตลาดที่เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งเน้นที่ทำงานท่ามกลางบรรยากาศส่งเสริมการทำงานร่วมกัน ในดีไซน์สวยงามทันสมัย ดูสบายตา มีพลังและมีบรรยากาศที่จะช่วยให้มีความคิดสร้างสรรค์และมีโซลูชัน

กลุ่มลูกค้าเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มสถาปนิก ผู้รับเหมาโครงการ ผู้ออกแบบตกแต่ง และเจ้าของโครงการ กลุ่มราชการและรัฐวิสาหกิจ กลุ่มโรงพยาบาล และสถานศึกษา ซึ่งมีส่วนประมาณสูงในการจัดซื้อเฟอร์นิเจอร์ตกแต่ง อีกกลุ่มเป็นผู้ใช้สินค้าเอง หรือ End-User หรือเจ้าของธุรกิจในระดับกลางถึงเล็ก (SMEs) ที่ต้องการสินค้ามีคุณภาพและการบริการที่ดี แต่มียอดการสั่งซื้อจำนวนไม่มาก โดยส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจากโชว์รูมของบริษัทโดยตรง

1.2 เฟอร์นิเจอร์บ้าน ที่เน้นทั้งความหรูหรา มีรสนิยม และความทันสมัย สำหรับกลุ่มลูกค้าระดับกลางถึงบน สินค้าในกลุ่มนี้โดดเด่นด้วยฟังก์ชันและดีไซน์ทันสมัย ควบคู่กับการเพิ่มสินค้าประเภทของตกแต่งและวัสดุอินเทอร์เนตที่เข้ากันอย่างลงตัว ช่วยเติมเต็มบรรยากาศภายในบ้าน ความสะดวกสบายและสร้างแรงบันดาลใจในการอยู่อาศัยในสไตล์ที่หลากหลายออกแบบตามความชอบของตัวเอง (Personalized)

1.3 เฟอร์นิเจอร์ชุดครัว ที่มีดีไซน์เป็นเอกลักษณ์ เน้นการใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ ในการออกแบบให้มีความทันสมัย สวยงาม คู่ไปกับการใช้วัสดุที่มีคุณภาพ และให้ประโยชน์ใช้สอยเต็มที่ โดยสะท้อนความเป็นตัวตนของผู้ใช้ผ่านสินค้าในแบบที่สามารถเลือกผสมผสานส่วนประกอบต่าง ๆ ด้วยตัวเอง เพื่อให้ตอบโจทย์และตรงกับความต้องการ และรองรับไลฟ์สไตล์การใช้งานอย่างแท้จริง

กลุ่มลูกค้าของเฟอร์นิเจอร์บ้านและครัว นอกจากจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ใช้สินค้าเอง (End-User) ได้แก่ เจ้าของที่พักอาศัย เช่น เจ้าของบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ หรือคอนโดมิเนียม ที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง ยังรวมถึงลูกค้ารายใหญ่อีกกลุ่มหนึ่ง ได้แก่ ดีไซน์เนอร์ สถาปนิก ผู้รับเหมาก่อสร้าง และเจ้าของโครงการบ้านจัดสรร หรือคอนโดมิเนียมใหญ่ ๆ ที่เรียกว่า ดีเวลลอปเปอร์ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่เติบโตอย่างต่อเนื่องตลอดหลายปีที่ผ่านมา โดยมียอดการสั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากในแต่ละครั้ง

1.4 วัสดุอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ และวัสดุเพื่อการตกแต่งภายใน MODERNFORM HDP เป็นอีกหนึ่งสินค้าที่อยู่ในธุรกิจหลักที่สร้างความแตกต่างและความหลากหลายในผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้า โดยแบ่งเป็น

- วัสดุอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์นำเข้าจากประเทศชั้นนำ เช่น เยอรมัน อิตาลี สเปน ออสเตรีย เดนมาร์ค อเมริกา จีน สิงคโปร์ และมาเลเซีย เพื่อนำมาใช้ทั้งในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ของบริษัทเอง และสำหรับจัดจำหน่ายภายในประเทศให้ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์รายอื่น รวมไปถึงลูกค้าปลีกย่อย ประกอบด้วย วัสดุอุปกรณ์และเฟอร์นิเจอร์ Fitting ทั้งมือจับ บานพับ กุญแจ รางลิ้นชัก บานพับ บานเลื่อน วัสดุปิดผิว อ่างซิงค์ และอุปกรณ์ครัว

- วัสดุอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ที่เป็นแบรนด์ของบริษัท ภายใต้ชื่อว่า Home
- ประตูสำเร็จรูปพร้อมอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ ของแบรนด์ ReadyDor



- สินค้าวัสดุปูพื้น เช่น พรมแผ่น และกระเบื้องยาง ของ Interface
- หินสังเคราะห์ ของ LG Hi-Macs
- หินอ่อนและหินควอตซ์คอมโพสิต ของ Verona Stone
- กระเบื้องยาง Luxury Vinyl Tile หรือ LVT จากแบรนด์ Floover
- พื้นไม้เทียม M Deck ที่มีจุดเด่นด้วยระบบการติดตั้งแบบ Click Lock ลิขสิทธิ์จากประเทศอิตาลี
- วัสดุที่ใช้ตกแต่งหน้าต่างและพื้นผิวของอาคาร โครงสร้างตึกนอกอาคาร และการตกแต่งภายในลิฟท์ เพื่อสัมผัสมุมมองใหม่ที่แตกต่าง
- วัสดุกันไฟ Magnesium Oxide Board ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้ได้ทั้งฝ้า เพดาน ประตู ไปจนถึงผนังห้องต่าง ๆ

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

3. ธุรกิจเพื่อสุขภาพ ภายใต้การบริหารงานของ บริษัท โมเดอร์นฟาร์มเฮลท์แอนด์แคร์ จำกัด (มหาชน) จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2548 เพื่อผลิต จำหน่าย นำเข้า ส่งออก บริการซ่อมแซม และให้เช่าสินค้าเพื่อสุขภาพ ตลอดจนอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้สินค้าสุขภาพ เพื่อใช้ในโรงพยาบาล สถานพักฟื้น และที่อยู่อาศัยทั่วไป และได้จัดตั้งโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็ง ชื่อ โรงพยาบาลมะเร็งชีวามิตรา ที่จังหวัดอุบลราชธานี ภายใต้การดำเนินการของบริษัท ยูไอซีซี จำกัด ซึ่งก่อตั้งโดยความร่วมมือระหว่างบริษัทและคณะแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการรักษาโรคมะเร็งในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

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

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 สภาพเศรษฐกิจโดยรวมในปี 2563 เปิดตัวมาด้วยความคาดหวังว่าจะกลับมาขยายตัว แต่ภาวะการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่แพร่ระบาดอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เศรษฐกิจปรับลดและชะลอตัว รวมถึงตลาดอสังหาริมทรัพย์ ทำให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อลดลงและส่งผลกระทบต่อปริมาณความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ อย่างไรก็ตาม จากวิกฤติที่เกิดขึ้น และมาตรการ Lockdown ของภาครัฐ ส่งผลให้ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหันมาเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น เพื่อเว้นระยะห่างทางสังคม ทำให้ผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์เร่งปรับตัวและหันมาทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ในขณะเดียวกัน ภาวะการแข่งขันในตลาดมีมากขึ้น เกิดผู้นำเข้าและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์รายใหม่ ๆ เข้ามาในตลาดอย่างต่อเนื่อง ด้วยราคาที่ต่ำ ทำให้ผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ในประเทศต้องนำเสนอเฟอร์นิเจอร์คุณภาพที่นวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปด้วย



ในช่วงไตรมาสแรก แนวโน้มตลาดเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านในช่วงครึ่งปีแรกหดตัว โดยมีผลผลิตเฟอร์นิเจอร์ลดลง จากปัจจัยการหดตัวของเศรษฐกิจ การหดตัวของตลาดอสังหาริมทรัพย์ และการประกาศใช้มาตรการล็อกดาวน์ของภาครัฐ มีผลให้ห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ รวมถึงร้านค้าเฟอร์นิเจอร์ที่ให้บริการในรูปแบบโมเดิร์นเทรดต้องหยุดให้บริการชั่วคราว เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้ยอดขายเฟอร์นิเจอร์ลดลงจากช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงได้ยากขึ้นในรูปแบบเดิม ๆ รวมทั้งประชาชนชะลอการใช้จ่าย และเลือกใช้สอยกับสินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีวิตมากขึ้น ในขณะเดียวกัน รายได้จากการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ลดลง เนื่องจากไม่สามารถส่งออกไปยังบางประเทศที่รัฐบาลมีคำสั่งล็อกดาวน์เช่นกัน

แต่ผลจากมาตรการหยุดอยู่บ้านช่วยชาติ เว้นระยะห่างทางสังคม และวิถีการทำงานใหม่แบบ Work from Home ทำให้เกิดปรากฏการณ์ที่เปลี่ยนไปของพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาสนใจตกแต่งบ้านกันมากขึ้น และสนใจซื้อเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน รวมถึงเฟอร์นิเจอร์สำนักงานมากขึ้น โดยเฉพาะการสั่งซื้อเฟอร์นิเจอร์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ และโซเชียลมีเดีย แทนที่การเดินทางซื้อสินค้าที่หน้าร้าน ซึ่งเดิมที่ยังไม่มีการขายเฟอร์นิเจอร์ในช่องทางนี้มากนัก เนื่องจากเป็นสินค้ามีราคาและต้องผ่านประสบการณ์เลือกและสัมผัสโดยตรงหน้าร้านเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ ผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ทั้งรายใหญ่และรายเล็กจึงหันมาทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ ด้วยการแข่งขันกันผ่านฟังก์ชันที่ตอบโจทย์ ตัวเลือกที่หลากหลาย และราคาคุ้มค่า ทำให้ยอดขายเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน อุปกรณ์เครื่องครัว และเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน ปรับตัวสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในยุค New Normal

ในส่วนของตลาดเฟอร์นิเจอร์สำนักงานสำหรับโครงการต่าง ๆ มีการชะลอตัวเช่นกันในไตรมาสแรก เนื่องจากมาตรการล็อกดาวน์ ทำให้หลายบริษัทต้องหยุดงานหรือลดจำนวนพนักงานลง และบริษัทต่างชาติดหลายบริษัทชะลอการขยายธุรกิจและแผนขยายพื้นที่สำนักงานในประเทศไทย สำหรับปัจจัยเสี่ยงและการแข่งขันโดยรวมในตลาดค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์ปี 2563 นั้น อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์โดยเฉพาะในกลุ่มตลาดกลาง-บน เป็นตลาดที่มีผู้ผลิตรายใหม่ ๆ เข้ามาอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีอัตราการแข่งขันสูง เช่น การแข่งขันด้านราคา และการผลิต ผู้ประกอบการจึงต้องเน้นพัฒนาสินค้านวัตกรรมใหม่ที่มีความโดดเด่นตรงตามความต้องการและไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของกลุ่มลูกค้า จึงเกิดลงทุนในเครื่องจักรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในทันสมัยและรวดเร็วมากขึ้น อีกทั้งยังมีการแข่งขันที่รุนแรงจากเฟอร์นิเจอร์ราคาถูกของจีน และเวียดนาม ซึ่งมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันด้านราคาเนื่องจากมีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่า และค่าวัตถุดิบที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นทำให้ไทยสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดระดับล่างอย่างต่อเนื่อง เพราะราคายังคงเป็นปัจจัยหลักที่ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ แม้เฟอร์นิเจอร์ไทยมีคุณภาพและได้รับการยอมรับมากกว่าเฟอร์นิเจอร์จากจีน และเวียดนามก็ตาม ทั้งนี้บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างบิซิเนสโมเดลใหม่เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและการเติบโตเพิ่มขึ้น โดยได้มีการขยายฐานตลาดเพื่อเพิ่มพอร์ตในกลุ่มของเฟอร์นิเจอร์ที่อยู่อาศัยซึ่งจะรุกเจาะกลุ่มค้าปลีกมากยิ่งขึ้น ทำให้บริษัทมองเห็นโอกาสในการเปิดตลาดใหม่จากการขยายตัวของโครงการที่อยู่อาศัย โดยจะยังคงเน้นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในระดับกลาง-บน เนื่องจากตลาดล่างมีคู่แข่งเป็นจำนวนมากและบริษัทไม่ได้มุ่งเน้นการแข่งขันทางด้านราคา

สำหรับการตลาดและการแข่งขันของบริษัท ด้านการขายปลีกเฟอร์นิเจอร์ที่โซว์รูมโมเดิร์นฟอร์มสาขาถนนศรีนครินทร์มีลูกค้ารายใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นจากการจัดรายการส่งเสริมการขายและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ อาทิ Website, Youtube, Facebook เป็นต้น โดยบริษัทได้ปรับแผนกลยุทธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อวางรากฐานธุรกิจให้มั่นคงในฐานะผู้นำด้านเฟอร์นิเจอร์ จึงได้พัฒนาสินค้าและบริการเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง



และตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ที่มีอายุน้อยลง โดยบริษัทจะเน้นสื่อโซเชียลมากขึ้นเนื่องจากมีความรวดเร็วและหลากหลายกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ รวมถึงการปรับปรุงและขยายพื้นที่โชว์รูมสาขา คริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์ หรือ CDC ซึ่งมีพื้นที่เกือบ 3,000 ตารางเมตรเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด

สำหรับงานขายโครงการเฟอร์นิเจอร์บ้านในปี 2563 บางโครงการมีกำหนดเลื่อนส่งออกไป บริษัทจึงได้ขยายสัดส่วนการขายไปยังโครงการใหม่ของผู้ประกอบการโรงแรมและเซอร์วิสอะพาร์ตเมนต์มากขึ้น และเน้นการขายเฟอร์นิเจอร์สำหรับที่อยู่อาศัยในโครงการขนาดใหญ่ที่เปิดตัวใหม่ในปี 2563

ส่วนงานขายเฟอร์นิเจอร์สำนักงานในปี 2563 บริษัทได้พัฒนาสินค้าเพื่อตอบโจทย์การใช้งานในยุคดิจิทัล ผสมผสานความบันเทิงที่ทำงานและที่บ้านได้อย่างลงตัว โดยเน้นการขายทางช่องทางออนไลน์เพื่อให้หาซื้อได้ง่าย และเข้าถึงผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ตอบรับกับพฤติกรรม New Normal และ Work from Home ที่มีความต้องการเก้าอี้สำนักงานคุณภาพสูง เพื่อสุขภาพที่ดีในการทำงาน

2.2.2 ลักษณะของลูกค้า

กลุ่มลูกค้าของบริษัทแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่บริษัทขายปลีกผ่านโชว์รูม ซึ่งคิดได้เป็นร้อยละ 20 ของยอดขาย ส่วนอีกร้อยละ 80 เป็นกลุ่มลูกค้าขนาดใหญ่ ซึ่งมียอดขายจากการขายผ่านโครงการต่างๆ เช่น โครงการอาคารสำนักงาน คอนโดมิเนียมที่พักอาศัย โครงการบ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮ้าส์ โรงแรม โรงพยาบาล กลุ่มราชการ สถาบัน การศึกษา และรัฐวิสาหกิจ เป็นต้น โดยการนำเสนอผ่านกลุ่มดีไซน์เนอร์ สถาปนิก และภัณฑกร หรือเจ้าของกิจการโดยตรง บริษัทจึงมีฐานลูกค้าที่กว้าง มีศักยภาพในการซื้อสินค้าต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทไม่มีความเสี่ยงกับกลุ่มลูกค้าใดลูกค้าหนึ่ง และยังสามารถทำยอดขายให้เติบโตได้อย่างสม่ำเสมอทุกปี

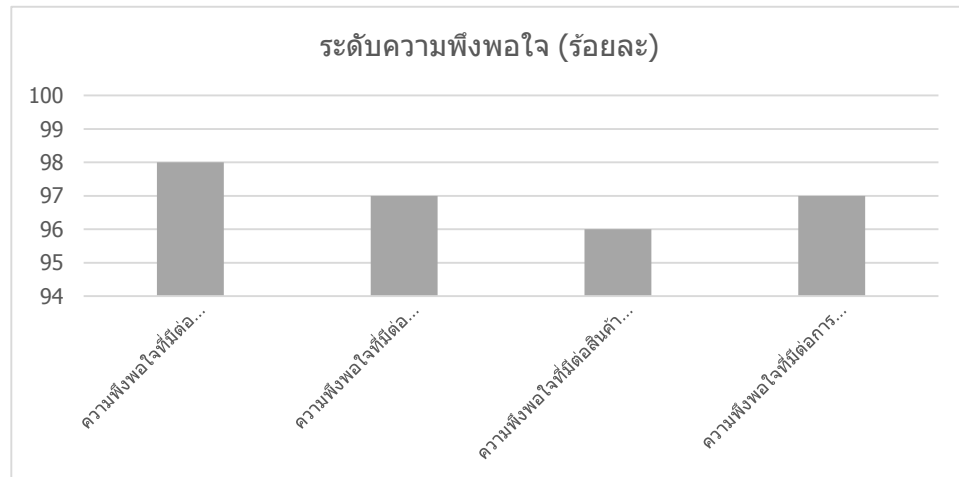
การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทให้ความสำคัญกับการผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า โดยจัดทำ การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (End Users) ทุกปี เพื่อนำผลการศึกษามาใช้ประกอบในการพิจารณาจัดทำแผนพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงาน และกระบวนการทำงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและเกิดภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของลูกค้าผู้มารับบริการ นอกจากนี้ ผลการศึกษาที่ได้ช่วยให้บริษัทสามารถวิเคราะห์ และทราบถึงประเด็นที่เป็นจุดเด่น จุดด้อย และโอกาสในการปรับปรุงขององค์กรในมุมมองของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ยังสามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการขายและบริการลูกค้าต่อไป

โดยในปี 2563 ที่ผ่านมา บริษัทได้มีการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของพนักงานคอลเซ็นเตอร์
2. ความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานขาย
3. ความพึงพอใจที่มีต่อสินค้าและพนักงานจัดส่ง-ติดตั้ง
4. ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการหลังการขาย

ระดับความพึงพอใจที่ได้จากการสำรวจในปี 2563



2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

2.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ทุกประเภท ครอบคลุมทั้งเฟอร์นิเจอร์สำนักงานที่ทันสมัย เพื่อช่วยเพิ่มบรรยากาศและแรงบันดาลใจในการทำงาน และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เฟอร์นิเจอร์บ้านที่เน้นทั้งความหรูหรา มีรสนิยม และความทันสมัย รวมถึงเฟอร์นิเจอร์ครัวที่มีดีไซน์เป็นเอกลักษณ์ เน้นการใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ โดยเน้นผลิตเฟอร์นิเจอร์ภายในโรงงานของบริษัทเองทั้งโรงงานบางพลี และบางขุนเทียน รวมเนื้อที่ประมาณ 48 ไร่ โดยมีพื้นที่ใช้สอยประมาณ 66,000 ตร.ม. รวมถึงนำเข้าเฟอร์นิเจอร์บางส่วนเพื่อตอบสนองทุกรูปแบบการใช้ชีวิตของลูกค้า นอกจากนี้บริษัทยังได้จัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อาทิเช่น ประตูสำเร็จรูป, พื้นไม้ลามิเนต, วัสดุปูพื้น Luxury Vinyl Tile หรือ LVT และพื้นไม้สังเคราะห์เอาต์ดอร์สำเร็จรูป “M-Deck” ที่มีจุดเด่นด้วยระบบการติดตั้งแบบ Click Lock ลิขสิทธิ์จากประเทศอิตาลี อีกทั้งยังได้นำเข้าวัสดุอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์และตกแต่งภายในจากต่างประเทศทั้งประเทศทางแถบยุโรปและเอเชีย และสินค้าวัสดุอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ House Brand ภายใต้แบรนด์ Home เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้า และเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้าทุกระดับ ทุกประเภทได้ครบถ้วนยิ่งขึ้น ตลอดจนการร่วมมือกับพันธมิตรทางการค้า ทั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า หรือจำหน่ายภายใต้ลิขสิทธิ์ หรือร่วมกันผลิตสินค้าใหม่เพื่อเสริมธุรกิจให้เข้มแข็งยิ่งขึ้นด้วยวิธีการหลากหลาย อาทิเช่น Xiaomi, PDM ได้ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน



2.3.2 กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

กำลังการผลิตต่อปีของบริษัท จำแนกตามผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ แต่ละประเภท ได้ดังนี้ :-

	ปี 2563				ปี 2562				ปี 2561			
	กำลังการผลิต	ปริมาณการผลิต	%	อัตราการเพิ่ม (ลด) เมื่อเทียบกับปีก่อน (%)	กำลังการผลิต	ปริมาณการผลิต	%	อัตราการเพิ่ม (ลด) เมื่อเทียบกับปีก่อน (%)	กำลังการผลิต	ปริมาณการผลิต	%	อัตราการเพิ่ม (ลด) เมื่อเทียบกับปีก่อน (%)
เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน :												
โต๊ะทำงานขนาดต่าง ๆ (ตัว)	70,000	60,000	85	(15)	80,000	70,000	88	17	80,000	60,000	75	0
เก้าอี้สำนักงานแบบต่าง ๆ (ตัว)	100,000	85,000	85	(20)	130,000	110,000	85	0	130,000	110,000	85	10
ตู้เก็บเอกสารขนาดต่าง ๆ (ใบ)	30,000	25,000	85	(20)	35,000	32,000	90	7	35,000	30,000	85	0
โต๊ะประชุม (ตัว)	10,000	7,500	75	(10)	10,000	8,000	80	12.5	10,000	7,000	70	(12.5)
ฉากกั้นห้องใช้ในสำนักงาน(ชิ้น)	7,000	5,000	70	(15)	8,000	6,000	75	0	8,000	6,000	75	20
เฟอร์นิเจอร์ใช้ในบ้าน :												
ชุดห้องนอน (เตียง, ตู้, เลื่อนผ้า โต๊ะเครื่องแป้ง) (ชุด)	70,000	50,000	72	0	70,000	50,000	72	(17)	70,000	60,000	85	20
ชุดโซฟาห้องรับแขก (5 ที่นั่งต่อชุด) (ชุด)	25,000	20,000	80	0	25,000	20,000	80	0	25,000	20,000	80	34
เฟอร์นิเจอร์ชุดครัว												
ชุดครัวแบบต่าง ๆ (ชุด)	50,000	40,000	80	(10)	50,000	40,000	80	(10)	50,000	45,000	90	12.5



2.3.3 วัตถุดิบ และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่บริษัทใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์แต่ละชนิด สามารถจำแนกออกได้ ดังนี้:-

วัตถุดิบ	สัดส่วน การใช้ (ร้อยละ)	แหล่งวัตถุดิบ		ปริมาณ การสั่งซื้อ (ร้อยละ)
		ในประเทศ	ต่างประเทศ	
1. ไม้แผ่นปาร์ติเคิลบอร์ด/ไม้ขัดเคลือบผิว	12.5	/		12.0
2. ไม้แผ่น MDF	2.0	/		1.5
3. ไม้อัด	0.5	/		0.5
4. ไม้วีเนียร์	0.5	/	/	0.5
5. ไม้จริง	0.5	/	/	0.5
6. วัสดุเคลือบผิว	9.0		/	10.0
7. วัสดุ PVC ปิดขอบ	8.5	/	/	8.5
8. สี	1.5	/	/	1.5
9. วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ (มือจับ, บานพับ, รางลิ้นชัก, กุญแจล็อก)	19.0	/	/	20.0
10. กาว	1.0	/	/	2.0
11. ฟองน้ำ	2.5	/		2.0
12. หนังแท้, หนังเทียม	6.5	/	/	6.0
13. ผ้าต่างๆ	7.0	/	/	6.0
14. ชิ้นส่วนเหล็ก	10.0	/	/	11.0
15. ชิ้นส่วนพลาสติก	1.5	/	/	1.0
16. ชิ้นส่วนอลูมิเนียม	7.5	/	/	9.0
17. กระจก	3.0	/		3.0
18. ชุดอุปกรณ์ปรับเก้าอี้	7.0	/	/	5.0

หมายเหตุ : โดยมีสัดส่วนของมูลค่าวัตถุดิบ คิดเป็นสัดส่วนวัตถุดิบในประเทศร้อยละ 70 และวัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศร้อยละ 30



โดยที่วัตถุดิบร้อยละ 30 ยังต้องสั่งจากต่างประเทศเช่นวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ผ้าบุเฟอร์นิเจอร์วัสดุเคลือบผิววัสดุปิดขอบชุดอุปกรณ์ปรับเก้าอี้ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุดิบเหล่านี้ในประเทศยังมีความไม่เพียงพอไม่ได้มาตรฐานตามที่บริษัทต้องการ สำหรับหนึ่งแท้งค์ยังต้องสั่งจากต่างประเทศเพราะผู้ผลิตในประเทศผลิตน้อยลงหันไปผลิตหนึ่งแท้งค์สำหรับเบาะรถยนต์ อย่างไรก็ตามไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบจากภายในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศบริษัทก็ไม่ประสบปัญหาในการจัดหาวัตถุดิบต่างๆ แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากมีผู้จำหน่ายวัตถุดิบเหล่านี้จำนวนมากตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทจึงไม่จำเป็นต้องพึ่งการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายรายใดรายหนึ่งถึงร้อยละ 30 ของยอดการสั่งซื้อรวมแต่อย่างไรก็ตามทั้งนี้จำเป็นต้องจัดทำสัญญาการสั่งซื้อในระยะยาวคงมีเพียงปัญหาเรื่องการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบให้ได้มาตรฐานมากกว่าเรื่องแหล่งวัตถุดิบ

2.3.4 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการลดผลกระทบ

โดยที่บริษัทเป็นผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูป Knocked Down ซึ่งมีทั้งโต๊ะตู้เตียงโซฟาเก้าอี้ฉากันซึ่งประกอบด้วยวัตถุดิบอันได้แก่ไม้สีเหล็กผ้านั่งนั้นบริษัทจึงได้มีการดำเนินการเพื่อลดผลกระทบจากกระบวนการผลิตดังนี้

ไม้ เลือกใช้ไม้ E1 ที่ลดการใช้สารฟอร์มาลีนและเลือกใช้ไม้เชิงวิศวกรรมทดแทนการใช้ไม้จริง

เศษไม้ เป็นวัตถุดิบที่เหลือใช้จากการตัดชิ้นงานนำมาผลิตเป็นโต๊ะ เก้าอี้ บางส่วน เพื่อบริจาคให้ห้องสมุดของโรงเรียนทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ที่เหลือจัดให้มีเครื่องย่อยไม้เป็นชิ้นเล็ก ๆ โดยมีโรงงานอื่นรับเศษไม้ที่ย่อยแล้วไปใช้ทำเป็นพลังงานในการผลิตเพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป และจำหน่ายเป็นเศษไม้ให้ผู้รับเหมาต่อไป

ฝุ่น จากการขัดชิ้นงานด้วยกระดาษทรายและการตัดชิ้นงานทางโรงงานได้ใช้เครื่องดักฝุ่นแบบถุงกรองฝุ่น(Filter Bag) เศษฝุ่นที่กรองได้จะนำไปรวมกับเศษไม้ที่ได้อย่อยแล้วเพื่อให้ทางโรงงานอื่นรับไปใช้เป็นพลังงานในการผลิตเพื่อเป็นประโยชน์ต่อไปและจัดให้มีเครื่องตรวจวัดปริมาณความเข้มข้นของฝุ่นในบรรยากาศ และเพิ่มมาตรการในการควบคุม

สี ส่วนละอองสีจากการพ่นสีบนชิ้นงานทางโรงงานได้กำจัดละอองสีเพื่อป้องกันไม่ให้ละอองสีมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยใช้ระบบห้องพ่นเป็นแบบดักละอองสีด้วยระบบน้ำหมุนเวียนซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานสากล กากสีที่ได้จากการดักละอองสีได้ถูกกำจัดโดยวิธีให้หน่วยงานภายนอกที่รับกำจัดกากสีนำออกไปทำลาย

เศษวัสดุ เช่นเศษหนังผ้าที่เหลือจากการผลิตรวบรวมไว้เพื่อจำหน่ายต่อไปได้ หรือผลิตเบาะรองนั่งเพื่อบริจาคให้โรงเรียนต่างๆ

การใช้กาวที่ไม่มีส่วนผสมของสารระเหยเพื่อลดผลกระทบของไอระเหยจากกา

เศษขยะมูลฝอย เทศบาลมารับไป

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

บริษัทจะเรียกเก็บเงินมัดจำจากลูกค้าเป็นจำนวนร้อยละ 15-40 ของยอดจำนวนเงินของสินค้าที่ลูกค้าได้ตัดสินใจสั่งซื้อหรือสั่งจอง เพื่อให้บริษัทส่งสินค้าให้ภายหลัง ระยะเวลาการส่งมอบสินค้าโดยเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 2 สัปดาห์ ถึง 2 เดือน สำหรับลูกค้าชายปลีก และ 2 เดือน ถึง 2 ปี สำหรับลูกค้าโครงการ

ณ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีเงินมัดจำจากลูกค้าจำนวนเงินประมาณ 254 ล้านบาท จากยอดการสั่งซื้อหรือสั่งจองสินค้ารวมประมาณ 1,400 ล้านบาท ซึ่งเป็นงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบให้กับลูกค้า

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทได้มีการกำหนดมาตรการ ขอบเขต และแนวปฏิบัติ ให้แก่ผู้บริหารและพนักงานที่เกี่ยวข้องได้ทราบ และปฏิบัติตามมาตรการการบริหารความเสี่ยง เพื่อลดหรือควบคุมความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจด้านต่างๆ โดยในปี 2563 บริษัทได้ประเมินและบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในกรณีต่างๆที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัท ดังนี้

ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของสถานะเศรษฐกิจ

จากวิกฤตโรคระบาดของไวรัส COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งยากต่อการคาดเดาว่าเศรษฐกิจจะฟื้นตัวเมื่อใด ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากยุคดิจิทัลสู่ระดับขั้น ทำให้บริษัทต้องปรับโครงสร้างองค์กร เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการทำงาน และวางรากฐานธุรกิจให้แข็งแกร่งจากการลงทุนในธุรกิจเพิ่มเติม ด้วยโครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยในปัจจุบัน ที่พึ่งพาธุรกิจหลากหลายด้าน ได้แก่ ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน เฟอร์นิเจอร์บ้านและครัว ธุรกิจจัดจำหน่ายอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ หินสังเคราะห์ พรมแผ่นและพื้นไม้ ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์เพื่อสุขภาพและเครื่องมือทางการแพทย์ ธุรกิจให้เช่าพื้นที่สำนักงาน ธุรกิจออกแบบสถาปัตยกรรม รวมถึงรายได้จากบริษัทร่วมต่างๆ ทำให้ช่วยลดผลกระทบได้มากกว่าการพึ่งพาธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง และบริษัทยังร่วมมือกับพันธมิตรใหม่ๆ เป็นการช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายเครือข่ายธุรกิจและสร้างผลตอบแทนได้มากขึ้น

ความเสี่ยงจากการแข่งขัน

ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ปัจจุบัน มีอัตราการแข่งขันสูง เช่น การแข่งขันด้านราคา การผลิต และต้นทุนแรงงาน อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงให้ความสำคัญกับการจัดการสินค้าและบริการให้ดีกว่าเดิม โดยทำต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ แต่คงคุณภาพสินค้าที่ดี ดีไซน์ทันสมัย และนำเทคโนโลยีเข้ามาผสมผสานเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าด้วย

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 2563 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) และ ฝ่ายอาคารและสถานที่ ได้รับมอบหมายให้เตรียมแผนสำหรับภาวะฉุกเฉินเพื่อพร้อมใช้ในกรณีมีเหตุ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1.1 ลักษณะของทรัพย์สินถาวร ณ 31 ธันวาคม 2563

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 – ดราด ต.บางโฉลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ	เจ้าของ	} 429.06	} 250.25	} 178.98	จดจำนองกับ ธนาคารกรุงเทพ (บางส่วน) วงเงิน 159 ล้านบาท
2. ที่ดินและอาคารโรงงานแห่งที่ 2	10.2	11,000	33/5 หมู่ที่ 7 ถ.บางนา – ดราด ต.บางโฉลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ	เจ้าของ				
3. ที่ดินและอาคารโรงงานแห่งที่ 3	5.2	9,000	5 ซอยเทียนทะเล 15 ถ.บางขุนเทียน- ชายทะเล แขวงสามเฒ่า เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	เจ้าของ	29.27	25.81	3.46	จดจำนองกับ ธนาคารกสิกรไทย วงเงิน 29 ล้านบาท
4. ที่ดินและอาคารโรงงานแห่งที่ 4	6.0	10,000	622 ถ.บางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	เจ้าของ	74.44	62.83	11.61	-
5. ที่ดินและอาคาร DSB ซอย 10	3 ไร่ 62.7 ตร.ว.	4,800	58 ซอยเทียนทะเล 10 ถ.บางขุนเทียน แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ	เจ้าของ	46.54	11.93	34.61	-

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	124 เครื่อง		สมุทรปราการ		220.75	165.54	55.21	-
2. เครื่องจักรในโรงงานแห่งที่ 3,4	257 เครื่อง		กรุงเทพมหานคร		105.42	104.32	1.10	-
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					840.37	608.34	232.03	-
รวมยอดเฉพาะบริษัทฯ	-		-	-	1,747.00	1,230.00	517.00	-

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 0-2722-8382

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 2563)

ทุนชำระแล้ว : 750,000,000 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563)

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 โมเดอร์นฟาร์มเฮลท์แอนด์แคร์ จำกัด (มหาชน)

699 อาคารโมเดอร์นฟาร์มทาวเวอร์ 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 ระฟ้าแอสโซซิเอตส์ จำกัด

699 อาคารโมเดอร์นฟาร์มทาวเวอร์ 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 โมเดอร์นฟาร์ม จำกัด

699 อาคารโมเดอร์นฟาร์มทาวเวอร์ 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%



2.7 บริษัท บิลท์ดี จำกัด

33/2 หมู่ 7 ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

โทรศัพท์ 0-2191-6999

วันที่จดทะเบียน	: 3 มีนาคม 2563
ประเภทธุรกิจ	: ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ประเภท Fit-in พร้อมทั้งรับเหมา ตกแต่งภายในอาคารสำนักงาน โรงแรม คอนโดมีเนียม และ บ้านพักอาศัย
ทุนจดทะเบียน	: 4,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	: 4,000,000 บาท
ประเภทหุ้น	: หุ้นสามัญ 40,000 หุ้น
มูลค่าหุ้น	: หุ้นละ 100 บาท
อัตราส่วนที่บริษัทถืออยู่	: 49%

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%

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%

(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