

## ส่วนที่ 1

### การประกอบธุรกิจ

#### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

##### ภาพรวมและนโยบายธุรกิจ

บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน) เป็นหนึ่งในผู้นำธุรกิจออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) อย่างครบวงจร (One-Stop-Shop Solution) โดยธุรกิจหลักของบริษัทแบ่งออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

- 1) ธุรกิจงานตกแต่งภายใน (Interiors)
- 2) ธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions)
- 3) ธุรกิจการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing)
- 4) ธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Parks)

บริษัทฯ มีนโยบายในการให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ ด้วยทีมงานมืออาชีพและการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้บริการที่ตรงตามความต้องการ มีมาตรฐาน และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งเน้นการเป็นพันธมิตรธุรกิจโดยใช้หลัก ยุติธรรม แบ่งปัน ความมุ่งมั่นตั้งใจรับผิดชอบต่อการบริการที่สร้างสรรค์ผลงานสู่สังคมและยืนอยู่บนหลักจริยธรรมจรรยาบรรณทางธุรกิจ

บริษัทฯ มีผู้ร่วมทุนที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจคือ Kingsmen Creatives Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศสิงคโปร์ และเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์ โดยเป็นหนึ่งในบริษัทชั้นนำในธุรกิจออกแบบและผลิตงานสื่อสารการตลาดระดับโลก ปัจจุบัน Kingsmen Creatives Ltd. มี 19 สำนักงานใน 14 ประเทศในทวีปเอเชียแปซิฟิก และตะวันออกกลาง ทำให้สามารถเชื่อมโยงเข้าสู่เครือข่ายลูกค้าในระดับสากลของ Kingsmen Creatives Ltd. และสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากขึ้น

บริษัทฯ มีการบริหารงานโดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และมุ่งมั่นที่จะขยายฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยได้ขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจไปยังประเทศเมียนมาร์ ภายใต้แบรนด์ Kingsmen ปัจจุบัน บริษัทฯ มีบริษัทย่อย คือ Kingsmen Myanmar Company Limited (“คิงส์แมนเมียนมาร์”) ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศเมียนมาร์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการประกอบธุรกิจออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) ในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) และกิจกรรมการตลาด (Marketing events) ในอาณาเขตประเทศเมียนมาร์เป็นหลัก โดยบริษัทฯ ถือหุ้นในคิงส์แมนเมียนมาร์ ร้อยละ 100

##### วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมหลัก และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มีวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมหลัก และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจดังนี้

วิสัยทัศน์	บริษัทฯ ที่ได้รับความไว้วางใจ ในการให้บริการด้วยคุณภาพและมาตรฐานสากล
พันธกิจ	สร้างสรรค์งานบริการที่มีคุณภาพ โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อความพึงพอใจ และประโยชน์สูงสุดของลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้ถือหุ้น
ค่านิยมหลัก	“ยุติธรรมแบ่งปัน”

##### เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

- 1) คงความเป็นหนึ่งในผู้นำในธุรกิจออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) อย่างครบวงจร (One-Stop-Shop Solutions) ในประเทศไทย
- 2) ขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจไปยังประเทศเพื่อนบ้านเพิ่มเติม ได้แก่ ประเทศเมียนมาร์ ประเทศลาว และประเทศกัมพูชา
- 3) ขยายธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในศูนย์การค้าและในร้านค้าปลีก

## ความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

- ปี 2532 - บริษัทฯ ก่อตั้งขึ้นในนามบริษัท ซี.เอ็ม.ที.โอ. จำกัด โดยครอบครัวคุณชยวัฒน์ พิเศษสิทธิ์เป็นผู้ก่อตั้งหลัก ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท เพื่อเริ่มดำเนินธุรกิจออกแบบและผลิตงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions)
- ปี 2533 - เปิดสถานที่ผลิตชิ้นงานที่ลาดพร้าว โดยมีพื้นที่ประมาณ 800 ตารางเมตร
- ปี 2533 - ได้รับการแต่งตั้งให้ออกแบบและผลิตในงาน ASEAN Tourism Forum ที่พัทยา ซึ่งเป็นงานใหญ่งานแรกของบริษัทฯ
- ปี 2534 - ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) สำหรับงาน Thailand International Motor Expo หนึ่งในงานแสดงยานยนต์ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ซึ่งบริษัทฯ ได้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ จนถึงปัจจุบัน
- ปี 2534 - บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1 ล้านบาทเป็น 1.75 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบธุรกิจ
- ปี 2536 - ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) สำหรับงานแสดงสินค้า Thai Metalex จัดโดยบริษัท รีด เทรดเดกซ์ จำกัด
- ปี 2537 - บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 5 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบธุรกิจ
- ปี 2538 - ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) สำหรับงาน Bangkok International Motor Show หนึ่งในงานแสดงยานยนต์ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย โดยบริษัทฯ ได้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการต่อเนื่องมากกว่า 5 ปี จนถึงปี 2542 จึงได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอนุมัติอย่างเป็นทางการ (Approved Contractor) จนถึงปัจจุบัน
- ปี 2543 - ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นหนึ่งในสี่ของผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงาน BOI Fair 2000 ซึ่งเป็นมหกรรมแสดงนิทรรศการที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประเทศไทย
- ปี 2544 - ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) สำหรับงาน Money Expo ซึ่งเป็นงานมหกรรมการเงินการลงทุนที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประเทศไทย โดยได้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการต่อเนื่องมากกว่า 14 ปีจนถึงปัจจุบัน
- ปี 2545 - บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 5 ล้านบาทเป็น 6.25 ล้านบาท โดยเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนร้อยละ 20 แก่ Kingsmen Creatives Ltd. ผู้ร่วมทุนจากประเทศสิงคโปร์ หนึ่งในบริษัทชั้นนำในธุรกิจออกแบบและผลิตงานสื่อสารการตลาดระดับโลก
- ปี 2545 - เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท คิงส์เมน ซี.เอ็ม.ที.โอ. จำกัด
- ปี 2545 - เริ่มธุรกิจให้บริการออกแบบและผลิตงานตกแต่งภายใน (Interiors)
- ปี 2547 - ได้รับการแต่งตั้งเป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงานนิทรรศการ International AIDS Conference จัดโดย World AIDS Association บริหารงานโดย Congrex จากประเทศสวีเดน
- ปี 2548 - เริ่มธุรกิจให้บริการการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing)
- ปี 2549 - บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 25 ล้านบาท
- ปี 2552 - ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้บริหารและจัดงานเปิดตัวปีเอ็มดับเบิลยู ซีรีส์ 7 (BMW Series 7) ที่ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลเวิลด์
- ปี 2553 - เริ่มธุรกิจให้บริการออกแบบและผลิตงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Parks)
- ปี 2553 - ได้รับการแต่งตั้งให้ดำเนินการออกแบบและผลิตงานตกแต่งภายในให้กับร้านอาหารชื่อดัง “Din Tai Fung” ที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์

- ปี 2554 - ได้รับการแต่งตั้งให้ดำเนินการออกแบบและผลิตงานตกแต่งภายในให้กับร้านขายสินค้า แบรนด์ชั้นนำ “Uniqlo” รวมกว่า 30 ร้านหรือกว่า 30,000 ตารางเมตรทั่วประเทศไทยอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน
- ปี 2555 - ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงานนิทรรศการ Rotary International Convention ซึ่งมีผู้เข้าชมกว่า 40,000 คน จัดโดย Rotary International และ Thai Rotary Districts Foundation
- ได้รับการแต่งตั้งให้ดำเนินการออกแบบและผลิตงานตกแต่งภายในให้กับร้านค้าแบรนด์ชั้นนำ “Uniqlo” “Mango” “Cotton On” “Cath Kidston” “KPN” “Forever XXI” และพื้นที่ส่วนกลางจำนวนรวมกว่า 7,000 ตารางเมตร ในศูนย์การค้าเมกะบางนา
- ปี 2556 - ได้รับการแต่งตั้งให้ดำเนินการออกแบบและผลิตงานตกแต่งภายในให้กับร้านค้าแบรนด์ชั้นนำของโลก “Polo” “Ralph Lauren” “Montblanc” “Piaget” “Victoria’s Secret” “Dior” “Marks & Spencer” และ “Leica”
- ปี 2557 - บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 30 ล้านบาท
- ปี 2558 - จัดตั้ง Kingsmen Myanmar Company Limited ตามกฎหมายของประเทศเมียนมาร์ ในวันที่ 9 มกราคม 2558 มีทุนจดทะเบียน 300,000 ดอลลาร์สหรัฐ และมีทุนชำระแล้ว 50,000 ดอลลาร์สหรัฐ เพื่อประกอบธุรกิจออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) ในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) และกิจกรรมการตลาด (Event) ในอาณาเขตประเทศเมียนมาร์เป็นหลัก บริษัทฯ ถือหุ้นในคิงส์แมนเมียนมาร์ ร้อยละ 100
- วันที่ 1 กรกฎาคม 2558 ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด มีทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท และทุนเรียกชำระแล้ว 75 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 750 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท
- วันที่ 19 ตุลาคม 2558 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2558 ของบริษัทฯ มีมติอนุมัติการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้เป็นหุ้นละ 0.50 บาท โดยแบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 150 ล้านหุ้น
- วันที่ 30 พฤศจิกายน 2558 บริษัทฯ ได้จัดตั้ง บริษัทหลักทรัพย์ธันชาติ จำกัด (มหาชน) ให้เป็นผู้จัดการการจำหน่าย และรับประกันการจำหน่ายหุ้นสามัญ
- วันที่ 2-4 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ ได้ทำการเปิดให้นักลงทุนจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้กับประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) ในราคา 5.80 บาท ต่อหุ้น โดยเสนอขายไม่เกิน 50 ล้านหุ้น คิดเป็นไม่เกินร้อยละ 25 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ
- วันที่ 18 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ ได้นำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ เอ็มเอไอ (MAI) เป็นวันแรก

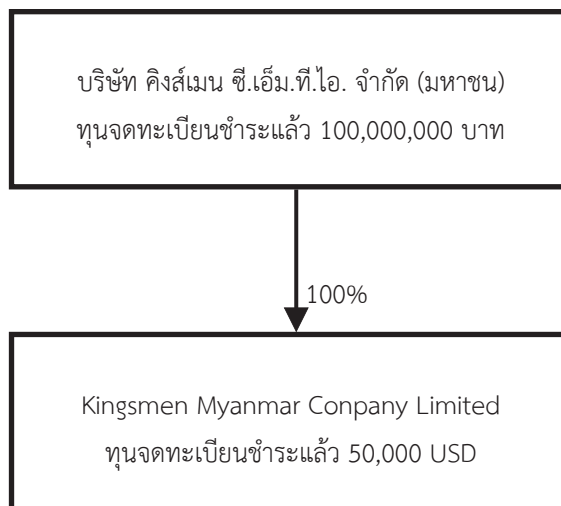
#### รางวัลและมาตรฐานต่างๆ ที่ได้รับ

- ปี 2546 - ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 : 2000 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านคุณภาพในส่วนของการออกแบบและติดตั้งสำหรับงานนิทรรศการ
- ปี 2549 - ได้รับรางวัลจรรยาบรรณดีเด่นจากหอการค้าไทยปี 2549
- ปี 2552 - ได้รับรางวัลชมเชยในการออกแบบ Kids World ที่โรงแรมแมริออท เซาธ์ ออฟ A.R.E. design Awards ที่ Las Vegas, USA
- ได้รับรางวัลสุดยอดในการออกแบบร้านค้า (Excellence in Store Design) ของ Marks & Spencer International ที่ประเทศอังกฤษ
- ได้รับรางวัลธรรมาภิบาลดีเด่น ของสถาบันปวีย อิงภากรณ์ ร่วมกับสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสมาคมธนาคารไทย

- ปี 2553 - ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO9001:2008 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านคุณภาพในส่วนของการออกแบบและติดตั้ง  
คูหาสำหรับงานนิทรรศการ
- ปี 2555 - เข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์กรภาคีสีขาว เพื่อร่วมส่งเสริมการประกอบธุรกิจของภาคเอกชนให้ยึดหลักการบริหาร  
กิจการอย่างมีหลักบรรษัทภิบาล โดยสำนักงานชุดความดีแห่งประเทศไทย
- เข้าร่วมเป็นสมาชิกตาวีเศษ ซึ่งเป็นโครงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยสมาคมสร้างสรรค์ไทย
- ปี 2556 - ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO20121 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านระบบบริหารจัดการอย่างยั่งยืน (Event  
Sustainability Management System) สำหรับการวางแผนและส่งมอบงาน Money Expo
- ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านจริยธรรมการจ้างงานของผู้ประกอบการ จาก Sedex ซึ่งเป็นมาตรฐานสากล  
จากประเทศอังกฤษ
- ปี 2557 - ได้รับรางวัลชมเชยองค์กรโปร่งใส ของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ
- ปี 2558 - ได้รับการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการที่ถูกต้องตามหลักชีวอนามัย (WCA) จาก Intertek  
ต่อย้ำถึงการดำเนินงานที่ได้มาตรฐานสากล ได้รับการยอมรับจากองค์กรระดับโลก

### โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัท คิงส์เมน ซี.เอ็ม.ที.โอ. จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อย 1 บริษัท คือ Kingsmen Myanmar Company Limited (“คิงส์เมนเมียนมาร์”) ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศเมียนมาร์ เพื่อประกอบธุรกิจออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) ในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) และกิจกรรมทางการตลาด (Event) ภายใต้แบรนด์ Kingsmen แต่เพียงผู้เดียวในประเทศเมียนมาร์ โดยบริษัทถือหุ้นในคิงส์เมนเมียนมาร์ร้อยละ 100 และมีโครงสร้างการถือหุ้นแสดงดังแผนภาพต่อไปนี้



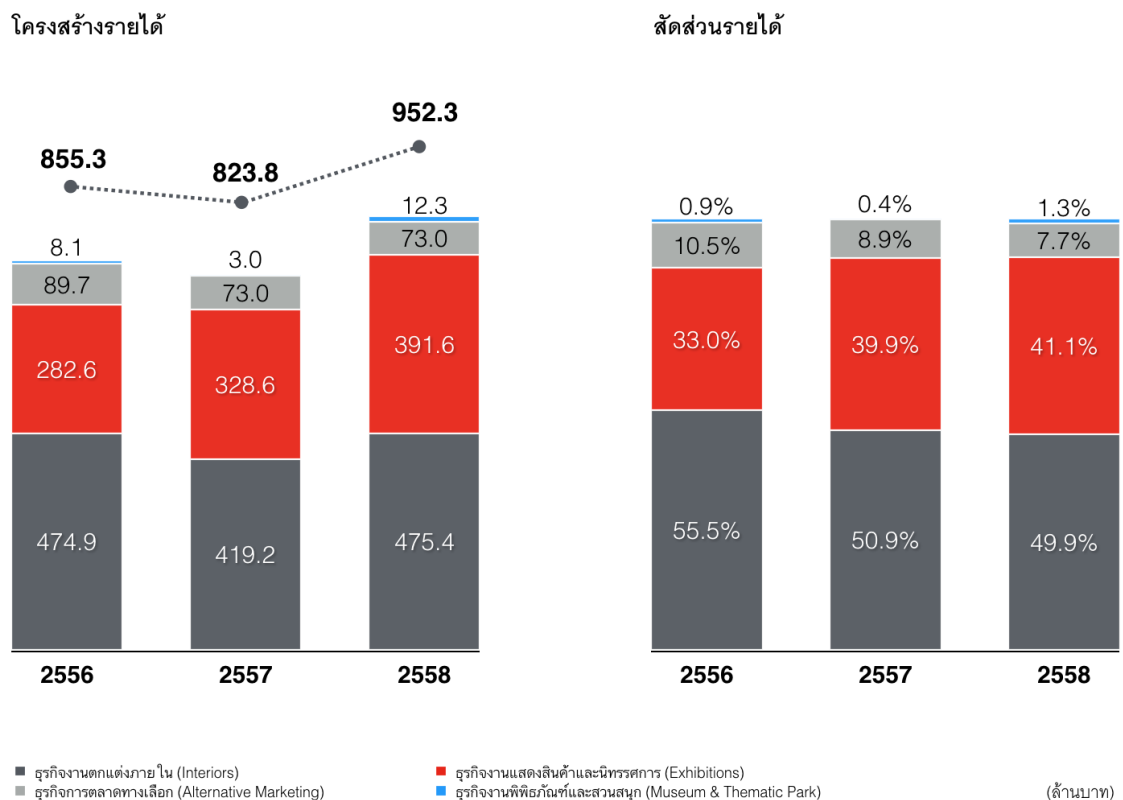
### ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัทได้มีการร่วมธุรกิจกับ Kingsmen Creatives Ltd. ซึ่งเป็นผู้ร่วมทุนจากประเทศสิงคโปร์และเป็นหนึ่งในผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ที่ช่วยให้กลุ่มบริษัทสามารถเชื่อมโยงเข้าสู่เครือข่ายลูกค้าในระดับสากลของ Kingsmen Creatives Ltd. และสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากขึ้น

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย จำแนกตามประเภทการให้บริการ ตามงบการเงินรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556 ถึง 2557 และ 2558 มีรายละเอียดดังนี้



### ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) อย่างครบวงจร (One-Stop-Shop Solution) ในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) การตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) และงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Park) โดยมีลักษณะการให้บริการดังนี้

#### 1) งานตกแต่งภายใน (Interiors)

ถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ขายสินค้าและบริษัทนำมาใช้ เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ของแบรนด์สินค้าและบริษัท รวมทั้งดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้เข้ามาในร้านมากขึ้น ซึ่งบริษัทฯ ให้บริการในงานตกแต่งภายใน (Interiors) อย่างครบวงจร โดยดำเนินการออกแบบ ผลิตและติดตั้งงานตกแต่งภายในทั้งหมด รวมไปถึงการจัดหาอุปกรณ์ตกแต่งภายใน และเฟอร์นิเจอร์ เพื่อให้เข้ากับภาพลักษณ์ของแบรนด์สินค้าและบริษัท โดยเน้นกลุ่มผู้ขายสินค้าและบริษัทที่อยู่ในตลาดระดับกลางถึงบน ซึ่งมีแผนการขยายสาขาจำนวนมากและเป็นแบรนด์ชั้นนำระดับโลก ในธุรกิจร้านค้าปลีก ร้านอาหาร และสำนักงาน

**ผลงานสำคัญในปี 2558 ของบริษัทฯ**

- งานตกแต่งภายในร้าน Uniqlo ที่เซ็นทรัลเวิลด์ เมกะบางนา สยามพารากอน แฟชั่นไอซ์แลนด์ เซ็นทรัลพระราม9 เซ็นทรัลลาดพร้าว เซ็นทรัลเฟสติวัล (พัทยา) เซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ พรอมเมนาตารีสอร์ทมอลล์ เชียงใหม่ เอ็มควอเทียร์ พิวเจอร์พาร์ครังสิต และศูนย์การค้าอื่นๆ รวม 33 สาขา พื้นที่ก่อสร้าง 36,165 ตารางเมตร ในปี 2554-2558
- งานตกแต่งภายในร้าน Proenza ที่เซ็นทรัลเอ็มบาสซี่ และเอ็มควอเทียร์ รวม 2 สาขา พื้นที่ก่อสร้าง 113 ตารางเมตร ในปี 2557-2558
- งานตกแต่งภายในร้าน Phillip Lim ที่เอร์วานเซ็นเตอร์ และเอ็มควอเทียร์ รวม 2 สาขา พื้นที่ก่อสร้าง 290 ตารางเมตร ในปี 2557-2558
- งานตกแต่งภายในร้าน Balenciaga ที่เอ็มควอเทียร์ 1 สาขา พื้นที่ก่อสร้างกว่า 156 ตารางเมตร ในปี 2557-2558
- งานตกแต่งภายในร้าน Emilie Pucci ที่เอ็มโพเรียม 1 สาขา พื้นที่ก่อสร้าง 65 ตารางเมตร ในปี 2558
- งานตกแต่งภายในร้าน Givenchy ที่สยามพารากอน 1 สาขา พื้นที่ก่อสร้าง 167 ตารางเมตร ในปี 2558
- งานตกแต่งภายในร้าน Paul ที่เอ็มโพเรียม และเซ็นทรัลเวิลด์ รวม 2 สาขา พื้นที่ก่อสร้าง 211 ตารางเมตร ในปี 2558
- งานตกแต่งภายในร้าน GMS Duty Free ที่ภูเก็ต 1 สาขา พื้นที่ก่อสร้าง 7,000 ตารางเมตร ในปี 2558-2559
- งานตกแต่งภายใน Sky Restaurant Park Hyatt ที่เซ็นทรัลเอ็มบาสซี่ 1 สาขา พื้นที่ก่อสร้าง 1,200 ตารางเมตร ในปี 2558-2559

**2) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions)**

เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายสินค้า สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้โดยตรง โดยผู้บริโภคหรือผู้ชมงานสามารถสัมผัสตัวสินค้า ชมการสาธิต และสอบถามข้อมูลจากผู้ผลิตหรือผู้ขายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งบริษัทฯ มีขอบเขตการให้บริการในธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ แบ่งเป็น 2 ประเภทดังนี้

1) ให้บริการแก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitors) บริษัทฯ ให้บริการในการเป็นผู้รับเหมา (Contractors) อย่างครบวงจร แก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ตั้งแต่การวางแผนแนวคิด ออกแบบ ผลิต และติดตั้งบูธแสดงสินค้า ตลอดจนการบริหารจัดการบูธแสดงสินค้าในระหว่างการจัดงาน รวมถึงการรื้อถอนบูธแสดงสินค้าเมื่อการจัดงานแล้วเสร็จ

ผลงานสำคัญในปี 2558 ของบริษัทฯ

- บูธกรมสรรพากร ในงาน Money Expo ปี 2544 -2558
- บูธ Nissan ในงาน Motor Show และงาน Motor Expo ปี 2549 -2558
- บูธ BMW และ MINI ในงาน Motor Show และงาน Motor Expo ปี 2553 -2558
- บูธ SUBARU ในงาน Motor Expo ปี 2552, 2554, 2557 และงาน Motor Show ในปี 2549, 2553, 2558
- บูธ Rolls Royce ในงาน Motor Show ปี 2555 -2558
- บูธ Aston Martin ในงาน Motor Show ปี 2557 -2558
- บูธ TATA ในงาน Motor Expo ปี 2552 – 2555 และปี 2558
- บูธ MG ในงาน Motor Expo ปี 2556-2557 และงาน Motor Show ปี 2558
- บูธ YAMAHA ในงาน Motor Show ปี 2547, 2550-2553 และปี 2555 -2558
- บูธ Citibank ในงาน Money Expo ปี 2556 -2558

2) ให้บริการแก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Organizers) บริษัทฯ ให้บริการในการเป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) และครบวงจร แก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ โดยดำเนินการวางแผนงาน (Floor Plan) ออกแบบ ผลิตและติดตั้งงานส่วนกลาง เช่น คูหามาตรฐาน (Standard Booth) ซุ้มทางเข้างาน เวที ป้ายบอกทาง และส่วนตกแต่งอื่นของงาน รวมไปถึงบริการอื่นๆ เช่น งานระบบไฟฟ้า และการให้เช่าเฟอร์นิเจอร์ สำหรับกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะอยู่ในธุรกิจยานยนต์ และธุรกิจการเงิน รวมทั้งงานประชุมระดับนานาชาติที่เข้ามาจัดในประเทศไทย

ผลงานสำคัญในปี 2558 ของบริษัทฯ

- งาน Thailand International Motor Expo ปี 2534 -2558
- งาน Money Expo ปี 2544 -2558

### 3) ธุรกิจการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing)

แบ่งการให้บริการเป็น 2 ประเภทดังนี้

1) ให้บริการบริหารจัดการกิจกรรมทางการตลาด (Event Management) สำหรับกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Event) เป็นการประชาสัมพันธ์รูปแบบหนึ่งที่แตกต่างจากงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) เนื่องจากเป็นการสื่อสารทางการตลาดของเจ้าของสินค้าเพียงรายใดรายหนึ่งเท่านั้น และมีวัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่หลากหลาย เช่น การส่งเสริมการขายสินค้า การนำเสนอสินค้าใหม่ หรือการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริโภค ทั้งนี้ จะจัดเป็นงานระยะเวลาสั้นๆ ในสถานที่ที่หลากหลาย ตามแต่วัตถุประสงค์ของงานและลูกค้า เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงแรม เป็นต้น บางกรณีอาจมีการจัดงานแบบต่อเนื่อง โดยเปลี่ยนสถานที่จัดไปตามสถานที่และจังหวัดต่างๆ ซึ่งนับเป็นการทำการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ทั้งนี้บริษัทฯ ให้บริการในการเป็นผู้จัดกิจกรรมทางการตลาด (Event Organizer) อย่างครบวงจร ทั้งวางแผนคิด ออกแบบ ผลิตและติดตั้งบูธกิจกรรม การบริหารจัดการกิจกรรมต่างๆ ที่จะมีขึ้นทั้งหมด รวมถึงการหาสถานที่จัดงาน การสรรหาผู้เข้าชมงาน การวางแผนโฆษณากิจกรรมก่อนการออกงาน และการวิเคราะห์ข้อมูลผู้เข้าชมงาน ส่วนกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะอยู่ในธุรกิจยานยนต์และธุรกิจการเงิน

ผลงานสำคัญในปี 2558 ของบริษัทฯ

- งาน Mazda National Dealer Conference โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ ในปี 2558
- งาน Mazda Excellence Award โรงแรมโนโวเทล สุวรรณภูมิ ในปี 2558
- งาน BANPU 3rd Innovation Convention โรงแรมแลนด์มาร์ค ในปี 2558
- งาน MEA Pay & Fun Club ประจำปี 2558 ที่การไฟฟ้านครหลวง เพชรจินต ในปี 2558

2) ให้บริการในการบริหารจัดการงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition Management) ด้วยการเป็นผู้บริหารจัดการงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Show Manager) อย่างครบวงจร แก่เจ้าของงานนั้นๆ โดยวางแผนคิดของงาน การสรรหาผู้ออกงาน (Exhibitors) การขายบูธ การสรรหาผู้เข้าชมงาน การจัดสัมมนาในงาน การหาวิทยากรและผู้เข้าร่วมสัมมนา การวางแผนด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์งาน รวมถึงการบริหารจัดการงานในภาพรวมทั้งหมด ซึ่งจะมีหน่วยงานราชการและสมาคมต่างๆ เป็นกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ

### 4) ธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Parks)

ถือเป็นส่วนหนึ่งในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมความรู้ เพื่อให้ผู้เข้าชมงานได้รับความรู้และความเข้าใจในเนื้อหาของโครงการนั้นๆ โดยจะอยู่ในรูปของศูนย์การเรียนรู้ (Learning Center) และพิพิธภัณฑ์ (Museums) ส่วนงานสวนสนุกหรือสวนแนวความคิด (Thematic Park) คือ สถานที่ที่มีเรื่องราวตามหัวข้อหลักที่กำหนด อาจจะเป็นสถานที่ให้ความรู้ หรือความสนุก ขึ้นอยู่กับรูปแบบของโครงการนั้นๆ อาทิ สวนสนุก สวนน้ำ เป็นต้น บริษัทฯ ให้บริการอย่างครบวงจรแก่เจ้าของโครงการ โดยดำเนินการวางแผนคิดของโครงการ ออกแบบ และผลิตโครงการ ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของโครงการ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้บริการในการบริหารจัดการโครงการ ออกแบบพัฒนาเนื้อหา ออกแบบสื่อภาพและเสียง ออกแบบสภาพแวดล้อม และออกแบบกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้เข้าชมงานได้เรียนรู้และเข้าใจเนื้อหาที่จัดแสดงมากยิ่งขึ้น บริษัทฯ มีบริการในการบริหารจัดการและดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์และศูนย์การเรียนรู้ภายหลังการเปิดโครงการ เพื่อให้มีผู้เข้าชมงานอย่างต่อเนื่อง กลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ ส่วนใหญ่จะเป็นหน่วยงานของรัฐ

## ผลงานสำคัญปี 2558 ของบริษัทฯ

- งานสื่อนิทรรศการเพื่อการเรียนรู้ค่านิยม 12 ประการของสยามนิรมิต ในปี 2558
- งาน Thailand International Porcelain Painting Convention ของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างไทย ในปี 2558

นอกเหนือจากการให้บริการหลักดังกล่าวข้างต้น บริษัทฯ ได้ให้บริการอื่นที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการให้บริการครบวงจร (One-Stop-Shop Solution) เช่น บริการให้เช่าเต็นท์สำหรับออกงานกลางแจ้ง อุปกรณ์ตกแต่งภายในและเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น โดยบริษัทฯ ให้บริการในการออกแบบ ตกแต่ง และผลิตอุปกรณ์ดังกล่าวแก่ลูกค้าเพื่อนำไปใช้ในงานแสดงสินค้า กิจกรรมทางการตลาด หรือนำไปใช้ในร้านค้า เพื่อความกลมกลืนและสอดคล้องกับแผนการตลาดของสินค้าแต่ละประเภท โดยรายได้จากการให้บริการอื่นที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ได้ถูกจัดประเภทไปตามธุรกิจการให้บริการที่เกี่ยวข้อง

## การตลาดและภาวะการแข่งขัน

บริษัทฯ ให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) อย่างครบวงจร (One-Stop-Shop Solution) โดยมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญดังนี้

- **การวิจัยและออกแบบที่สร้างสรรค์และตรงตามความต้องการของลูกค้า**

ถือเป็นส่วนสำคัญที่สุดของงาน และเป็นพื้นฐานของงานทั้งหมด ดังนั้น บริษัทฯ จึงทำการวิจัยเป็นลำดับแรกเพื่อให้เข้าใจลูกค้า และนำมาใช้ออกแบบในเชิงสร้างสรรค์ และมีความแตกต่าง เพื่อให้งานมีความโดดเด่น และเป็นที่น่าสนใจแก่ลูกค้า ทั้งยังตรงตามวัตถุประสงค์และความต้องการของลูกค้า สามารถใช้งานได้จริง นอกจากนี้ ยังออกแบบงานโดยพิจารณาถึงงบประมาณของลูกค้า โดยเลือกใช้วัสดุที่คุ้มค่าในการลงทุน และสามารถปรับปรุงนำมาใช้ใหม่ได้ เพื่อลดการสิ้นเปลือง ประหยัดพลังงาน และรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทฯ มีทีมออกแบบที่มีประสบการณ์สูงกว่า 20 คนที่พร้อมให้บริการแก่ลูกค้า

- **การมีมาตรฐานและคุณภาพของงานระดับสูง**

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพของงานที่ตรงตามรายละเอียดในแบบงาน และส่งมอบงานตามความต้องการของลูกค้า โดยทีมงานของบริษัทฯ จะมีการตรวจสอบคุณภาพของงานในทุกขั้นตอนตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการติดตั้ง เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดของงาน และทำให้บริษัทฯ สามารถส่งมอบงานได้ก่อนเวลาและเป็นที่พอใจของลูกค้า ทั้งนี้บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO20121 ในปี 2556 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านระบบบริหารจัดการอย่างยั่งยืน (Event Sustainability Management System) และมาตรฐาน Sedex ในปี 2556 ซึ่งเป็นมาตรฐานทางด้านจริยธรรมการจ้างงานของผู้ประกอบการจากประเทศอังกฤษ

- **ทีมงานมีความเป็นมืออาชีพ และพร้อมด้วยประสบการณ์**

บริษัทฯ เน้นการสร้างทีมงานและระบบงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้า และรองรับการขยายตัวของงานได้อย่างต่อเนื่องและสามารถคงมาตรฐานและคุณภาพของงานให้อยู่ในระดับสูงได้ โดยบริษัทฯ จัดให้มีโครงสร้างในการบริหารจัดการในแต่ละงาน ซึ่งประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ ทีมบริหารโครงการ ทีมออกแบบ และทีมผลิต ที่มีความเป็นมืออาชีพและมีประสบการณ์สูง และมีการแบ่งขอบเขตและความรับผิดชอบระหว่างทีมงานที่ชัดเจน

**• การให้บริการที่ดีของทีมงาน**

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการให้บริการที่ดีกับลูกค้า โดยทีมงานของบริษัทฯ ทุกคนล้วนมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำและต่อลูกค้า แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้รวดเร็ว บริหารจัดการงานได้อย่างราบรื่น และส่งมอบงานให้ตรงเวลา ซึ่งจะส่งผลให้งานที่ออกมามีคุณภาพดี และทำให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงานกับลูกค้า ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า ให้ผลิตผลงานอย่างต่อเนื่อง และสามารถบอกต่อไปยังลูกค้ารายอื่น

**• การให้บริการอย่างครบวงจร**

บริษัทฯ สามารถให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) อย่างครบวงจร (One-Stop-Shop Solution) ในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) การตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) และงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Park) ตั้งแต่การวางแผนแนวคิด การออกแบบ การผลิต และติดตั้งงานทั้งหมด รวมไปถึงการจัดการอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับงาน ทั้งที่เป็นงานพื้นฐานก่อสร้าง เช่น งานโครงสร้าง งานพื้น งานไม้ และงานเหล็ก เป็นต้น

**• การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย เช่น ลูกค้า ผู้รับเหมาช่วง ผู้จำหน่ายวัสดุ รวมถึงพนักงานของบริษัทฯ โดยมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อสร้างพันธมิตรและเครือข่ายทางธุรกิจให้กว้างขวางขึ้น ส่งผลให้บริษัทฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายเติบโตไปพร้อมๆ กัน

**นโยบายการกำหนดราคา**

บริษัทฯ มีนโยบายกำหนดราคาให้บริการจากต้นทุนการให้บริการ บวกอัตรากำไรส่วนเพิ่ม (profit margin) ในอัตราที่เหมาะสม สามารถเปรียบเทียบกับคู่แข่งในระดับเดียวกัน และอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้ โดยกำไรส่วนเพิ่มนั้นจะพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ อาทิ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความซับซ้อนในการออกแบบ ความยากง่ายในการผลิตงาน และความเสี่ยงของงาน เป็นต้น ทั้งนี้บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการตัดราคากับคู่แข่งรายอื่น หากบริษัทฯ มีนโยบายทางการตลาดในระยะยาว โดยพิจารณาราคาให้เหมาะสมกับลูกค้าเป็นรายไป กรณีที่งานที่ได้รับมีปริมาณงานสูง มีความต่อเนื่องในระยะยาว และสามารถนำไปสู่งานอื่นๆ ในอนาคตได้

**ลักษณะลูกค้า**

บริษัทฯ มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าแบรนด์ระดับโลกที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีศักยภาพทางการแข่งขันสูงในตลาดโลก มีนโยบายในการทำการตลาดที่ต่อเนื่อง มีแผนการตลาดในการกระตุ้นยอดขายสม่ำเสมอ และมีการขยายตัวของพื้นที่ค้าปลีกอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแบ่งออกได้ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าเอกชน มีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 97-98 ของรายได้จากการให้บริการรวม ส่วนมากจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตและการแข่งขันสูง

**• กลุ่มธุรกิจค้าปลีก :** เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีการเติบโตสูงตามการขยายตัวของห้างสรรพสินค้าต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าในกลุ่มธุรกิจเสื้อผ้าและแฟชั่นในตลาดระดับกลางถึงบน และเป็นลูกค้าที่มีแบรนด์จากต่างประเทศ โดยบริษัทฯ จะให้บริการในรูปของงานตกแต่งภายใน (Interiors) เป็นหลัก

- **กลุ่มธุรกิจยานยนต์** : เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอย่างต่อเนื่อง มีการจัดงานประชาสัมพันธ์กระตุ้นยอดขายสม่ำเสมอทั้งในกรุงเทพฯ และจังหวัดต่างๆ ทั่วทุกภูมิภาค โดยบริษัทฯ จะให้บริการ ในรูปแบบของงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) และการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) เป็นส่วนใหญ่
- **กลุ่มธุรกิจการเงิน** : เป็นอีกกลุ่มธุรกิจที่มีการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการตลอดปี ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ส่วนมากจะเป็นงานประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับการลงทุน เพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้าชมงานตัดสินใจในการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบต่างๆ ส่วนใหญ่บริษัทฯ จะให้บริการในรูปแบบของงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) และการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing)
- **กลุ่มธุรกิจอื่นๆ** : บริษัทฯ ยังมีกลุ่มลูกค้ารายใหญ่และรายย่อยที่ประกอบธุรกิจอื่นๆ อีก เช่น ธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคม ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ธุรกิจเครื่องจักรอุตสาหกรรม ธุรกิจอาหาร ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจบรรจุกัญธิและสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

2. กลุ่มลูกค้าภาครัฐ ซึ่งมีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 2-3 ของรายได้จากการให้บริการรวม เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมต่างๆ ให้เติบโตอย่างสม่ำเสมอ ส่วนมากจะเป็นการจัดงานหรือกิจกรรมเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนได้รับความรู้ ความเข้าใจ และสร้างกระแสผลักดันการเติบโตในอุตสาหกรรมเป้าหมายต่อไป นอกจากนี้บริษัทฯ ยังเห็นถึงโอกาสการเติบโตของศูนย์ส่งเสริมความรู้และพิพิธภัณฑ์ต่างๆ ซึ่งส่วนมากจะได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเช่นเดียวกัน โดยมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมทางการเงิน อุตสาหกรรมเกี่ยวกับการศึกษา ซึ่งบริษัทฯ จะให้บริการในรูปแบบของงานพิพิธภัณฑ์ (Museums) เป็นหลักแก่ลูกค้าในกลุ่มนี้

### ลูกค้าหลัก

บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีรายได้จากลูกค้ารายใหญ่ 10 รายแรก คิดเป็นร้อยละ 73.0 ร้อยละ 64.1 และร้อยละ 57.9 ของรายได้จากการให้บริการรวมใน ปี 2556 ปี 2557 และปี 2558 ตามลำดับ ซึ่งบริษัทฯ มีโครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย จำแนกตามประเภทกลุ่มลูกค้า ตามงบการเงินรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556 ถึง 2557 และ 2558 มีรายละเอียดดังนี้

	ปี 2556		ปี 2557		ปี 2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
<b>กลุ่มลูกค้าเอกชน</b>						
- กลุ่มธุรกิจค้าปลีก	454.6	53.1	410.3	49.8	373.2	39.2
- กลุ่มธุรกิจยานยนต์	219.7	25.7	243.2	29.5	358.4	37.6
- กลุ่มธุรกิจการเงิน	40.9	4.8	38.4	4.7	79.3	8.3
- กลุ่มธุรกิจอื่น1/	114.5	13.4	111.3	13.5	120.7	12.7
<b>กลุ่มลูกค้าภาครัฐ</b>	25.6	3.0	20.6	2.5	20.7	2.2
<b>รวมรายได้จากการให้บริการ</b>	<b>855.3</b>	<b>100.0</b>	<b>823.8</b>	<b>100.0</b>	<b>952.3</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: 1/ กลุ่มธุรกิจอื่น ได้แก่ ธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคม ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ธุรกิจเครื่องจักรอุตสาหกรรม  
ธุรกิจอาหาร และธุรกิจบรรจุกัญธิและสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

## ช่องทางการให้บริการ

1. **การเสนอผลงานให้ลูกค้าคัดเลือก** บริษัทฯ จะมีทีมการตลาดคอยรับหน้าที่ติดตามตารางการจัดงาน ตารางแผนการตลาด การประชาสัมพันธ์ หรือแผนการดำเนินงานของลูกค้าเป้าหมาย เพื่อหาโอกาสติดต่อลูกค้าและนำเสนอผลงานให้ลูกค้าคัดเลือกในเวลาที่เหมาะสม หรือบางกรณี บริษัทฯ อาจได้รับคำเชิญจากลูกค้าเพื่อให้บริษัทฯ ส่งแบบงานเข้านำเสนอ
2. **ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเก่า** บริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการด้วยงานออกแบบที่สร้างสรรค์ มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทฯ ทำให้กลุ่มลูกค้าส่วนมากยังคงใช้บริการกับบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ ล้วนดำเนินธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง จึงมีงบประมาณและแผนการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายเสมอมา
3. **การแนะนำจากลูกค้าเก่าและพันธมิตรทางการค้า**
4. **เครือข่ายของกลุ่ม Kingsmen ในประเทศต่างๆ** ซึ่งปัจจุบันมี 19 สำนักงานใน 14 ประเทศในทวีปเอเชียแปซิฟิก และตะวันออกกลาง โดยมีการร่วมมือกันระหว่างบริษัทฯ และเครือข่ายของกลุ่ม Kingsmen ในการประสานงานและแนะนำลูกค้าที่มีความต้องการที่จะเข้ามาใช้บริการในประเทศไทย และเมียนมาร์

## ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

จากรายงานสภาวะเศรษฐกิจไทยปี 2558 ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ชี้ให้เห็นถึงการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ที่ดีขึ้น โดยอยู่ที่ร้อยละ 2.7 เนื่องจากการปรับตัวของการส่งออกตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก รวมทั้งภาคการท่องเที่ยวและการลงทุน การใช้จ่ายภาครัฐรวมถึงมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล และการลดลงของราคาน้ำมันในตลาดโลก ประกอบกับผลกระทบจากฐานปริมาณการผลิตและการจำหน่ายรถยนต์กำลังกลับเข้าสู่แนวโน้มปกติมากขึ้น แม้จะมีข้อจำกัดในด้านอื่นๆ เช่น เงินเฟ้อด้านค่าเงินและนโยบายเศรษฐกิจในประเทศ ค่าสำคัญของประเทศไทย ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนและเศรษฐกิจโลก และฐานรายได้ครัวเรือนในภาคการเกษตร ซึ่งได้รับผลกระทบจากภาวะความซบเซาของราคาสินค้า

หากยังเป็นผลดีต่อภาพรวมของธุรกิจให้บริการออกแบบและตกแต่งภายใน (Design & Build) อย่างครบวงจร (One-Stop-Shop Solutions) ของบริษัทฯ ทั้งในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) การตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) และงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Parks)

## แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานตกแต่งภายใน

เนื่องจากธุรกิจงานตกแต่งภายในของบริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการในการตกแต่งร้านค้าปลีก ร้านอาหาร และสำนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านค้าในศูนย์การค้าต่างๆ ดังนั้นภาวะอุตสาหกรรมค้าปลีก และการขยายตัวของศูนย์การค้า จึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อธุรกิจของบริษัทฯ

อุตสาหกรรมค้าปลีกและค้าส่งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักในโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งนี้ ข้อมูลของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ระบุว่า ภาวะอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกในปี 2558 ถึง 2562 จะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ประมาณร้อยละ 7 ถึง 8 โดยในปี 2562 ธุรกิจค้าปลีกจะมีมูลค่าประมาณ 1.6 ล้านล้านบาท จากเดิม 1.5 ล้านล้านบาทในปี 2556 โดยการขยายตัวของพื้นที่ค้าปลีกมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจากข้อมูลของฝ่ายวิจัย คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย ระบุว่า ณ ไตรมาส 1 ของปี 2558 กรุงเทพมหานครและพื้นที่โดยรอบ มีพื้นที่ค้าปลีกทั้งหมดประมาณ 7.0 ล้านตารางเมตร และคาดว่าจะในปี 2559 จะมีพื้นที่ค้าปลีกอีกกว่า 2.0 ล้านตารางเมตร ที่มีกำหนดการก่อสร้างแล้ว

เสร็จ ส่งผลให้พื้นที่ค้าปลีกรวมในปี 2559 จะมีจำนวนกว่า 9.0 ล้านตารางเมตร

นอกจากนี้ พื้นที่ค้าปลีกเดิมมักมีแผนการในการปรับปรุงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ (Shop Renovation) เพื่อปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ สร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับกลุ่มลูกค้า ส่งผลให้บริษัทฯ มีโอกาสจากงานตกแต่งภายในจากกรณีนี้ประมาณ 1.4 ล้านตารางเมตรต่อปี คำนวณจากประมาณการพื้นที่ค้าปลีกจำนวน 7.0 ล้านตารางเมตร ณ ไตรมาส 1 ปี 2558 พร้อมกันนั้น ธุรกิจงานตกแต่งภายในยังมียอดเติบโตจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของศูนย์การค้า ที่เกิดจากการเปิด AEC ในปี 2558 ซึ่งสมาคมศูนย์การค้าไทย หรือ TSCA ได้ประกาศนโยบาย ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางด้านธุรกิจการค้าและการท่องเที่ยวที่สำคัญของภูมิภาคอาเซียน โดยมีเป้าหมายในการกระตุ้นให้ประเทศไทยเป็น “แหล่งรวมสุดยอดประสบการณ์ไลฟ์สไตล์ช้อปปิ้งที่ดีที่สุดของอาเซียน (Regional Shopping Hub)” และกลุ่มธุรกิจศูนย์การค้า ซึ่งเป็นสมาชิกของสมาคมฯ มีแผนการลงทุนในปี 2557 - 2559 รวมมูลค่าทางเศรษฐกิจเป็นจำนวนมาก

ส่วนทางด้านการแข่งขันในภาคธุรกิจงานตกแต่งภายใน แม้จะมีภาวะการแข่งขันที่สูง เนื่องจากมีผู้ให้บริการเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่ผู้ให้บริการรายใหญ่ที่ให้บริการได้อย่างครบวงจร จนถึงผู้ประกอบการรายย่อยที่ให้บริการเฉพาะด้าน ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัทฯ เน้นงานตกแต่งภายในแก่ผู้ขายสินค้าและบริษัทที่อยู่ในตลาดระดับกลางถึงบน โดยเฉพาะผู้ประกอบการจากต่างประเทศ ที่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานของงานเป็นพิเศษ ดังนั้นคู่แข่งโดยตรงของบริษัทฯ จึงเป็นบริษัทขนาดกลางจนถึงขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงในวงการ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เชื่อว่าบริษัทฯ เป็น 1 ใน 5 ของผู้นำในธุรกิจงานตกแต่งภายใน โดยเฉพาะธุรกิจตกแต่งภายในร้านค้าปลีก ที่มีพันธมิตรทางธุรกิจ Kingsmen Creatives Ltd. ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทชั้นนำในธุรกิจออกแบบและตกแต่งภายใน มีบุคลากรมืออาชีพ มีบริการที่ครบวงจร รวมถึงเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ทำให้บริษัทฯ ส่งมอบงานได้ตรงตามเวลา ตรงตามแบบและความต้องการของลูกค้า ปัจจุบันดังกล่าวส่งผลให้บริษัทฯ สามารถประกอบธุรกิจแข่งขันกับคู่แข่งได้เป็นอย่างดี และสามารถส่งมอบงานที่มีคุณภาพระดับสากลให้แก่ลูกค้าได้

#### แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

ธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ บริษัทฯ จะมุ่งเน้นการให้บริการไปยังศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้า การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของธุรกิจยานยนต์และธุรกิจการเงิน ทำให้ภาวะอุตสาหกรรมทั้ง 2 ส่วน เป็นปัจจัยสำคัญต่อธุรกิจของ บริษัทฯ

ภาวะอุตสาหกรรมศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้า จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่ามีแนวโน้มในการเติบโตที่ดีในปี 2558 จากการเปิดตลาด AEC โดยเฉพาะโอกาสในการเจาะตลาดประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา และเวียดนาม โดยข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ ทีเส็บ คาดการณ์ว่าในปี 2558 จะมีนักเดินทางกลุ่ม MICE เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนกว่า 1,036,300 คน เป็นรายได้กว่า 106,780 ล้านบาท โดยรายได้ดังกล่าว มีอัตราเติบโตเฉลี่ยต่อปีระหว่างปี 2555-2558 ที่ร้อยละ 10.2 หรือกว่า 3.2 เท่าของการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ปี 2558

ส่วนการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของธุรกิจยานยนต์และธุรกิจการเงิน ซึ่งเป็นลูกค้าหลักของบริษัทฯ ปกติจะมีการจัดงานเป็นประจำทุกปี ที่สำคัญ ได้แก่ งาน Motor Show ซึ่งจัดในช่วงไตรมาสแรกของปี และงาน Motor Expo ซึ่งจัดในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี โดยคาดว่าจะมีผู้เข้าชมงานดังกล่าวรวมกว่า 3 ล้านคน นอกจากงานขนาดใหญ่ดังกล่าวแล้ว ยังมีการจัดงานขนาดกลางและขนาดย่อมอื่นๆ อาทิ งานมอเตอร์โชว์เคส งานแบงค์ค็อก มอเตอร์ไบค์ เฟสตีวัล และงานบิ๊กมอเตอร์เซลล์ เป็นต้น ขณะที่งานแสดงสินค้าและนิทรรศการของกลุ่มธุรกิจการเงิน ปกติจะมีกำหนดการในการจัดงานตลอดทั้งปี และกระจายไปทั่วภูมิภาคในประเทศไทย อาทิ ในปี 2558 มีกำหนดการในการจัดงานมหกรรมทางการเงิน มั่นใจ เอ็กซีโป ทั้งหมด 6 ครั้ง ใน 6 ภูมิภาค

ทางการแข่งขันการให้บริการแก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในฐานะผู้รับเหมา (Contractor) มีการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากบริษัทฯ จะต้องแข่งขันกับผู้ให้บริการในการออกแบบและก่อสร้างบูธเป็นจำนวนมากทั้งรายใหญ่และรายเล็ก ในขณะที่พื้นที่งานที่จัดและจำนวนบูธที่จัดมีจำกัด ผู้ให้บริการรายใหญ่มักมีข้อได้เปรียบเนื่องจากมีความพร้อมทางด้านบุคลากรและเทคโนโลยี ทำให้สามารถส่งมอบงานที่มีมาตรฐานสูงกว่า นอกจากนี้ ผู้รับเหมารายใหญ่มักรับงานในจำนวนที่มากกว่า ส่งผลให้มีอำนาจในการต่อรองสั่งซื้อวัสดุมากขึ้น ทำให้ต้นทุนลดต่ำลง

ด้านการให้บริการแก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในฐานะผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) นั้น มีการแข่งขันในระดับปานกลาง เนื่องจากมีบริษัทที่แข่งขันกันในตลาดเพียงไม่กี่ราย ซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ที่อยู่ในวงการมายาวนาน ผู้จัดงานมักใช้บริการผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่งเป็นประจำ โดยผู้จัดงานและผู้ให้บริการมีประสบการณ์ในการทำงานร่วมกัน ผู้ให้บริการเข้าใจเนื้อหาของการจัดงานเป็นอย่างดี และในบางกรณีผู้ให้บริการสามารถนำชิ้นส่วนของงานบางอย่างกลับมาใช้ใหม่ ทำให้ผู้จัดงานสามารถลดต้นทุนในการจัดงานลงได้

คู่แข่งทางตรงของบริษัทฯ ในธุรกิจนี้ ได้แก่ บริษัทขนาดใหญ่ที่สามารถให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน มีกำลังการผลิตมากพอในการรับงานทั้งในฐานะผู้รับเหมา (Contractor) และผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) และสามารถส่งมอบงานที่มีมาตรฐานในระดับสูงแก่ลูกค้าได้ ซึ่งมีจำนวนไม่เกิน 10 ราย อาทิ บริษัท บีโก (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีเอ็มโอ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

บริษัทฯ เชื่อว่าบริษัทฯ เป็น 1 ใน 5 ของผู้นำในธุรกิจออกแบบและก่อสร้างบูธในงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในฐานะผู้ให้บริการ เนื่องจาก บริษัทฯ มีประสบการณ์ในธุรกิจมาตั้งแต่แรกเริ่ม มีความรู้ความชำนาญในธุรกิจมานาน มีทีมงานที่ดีทำให้บริษัทฯ สามารถส่งมอบงานที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้าได้ นอกจากนี้ยังรับงานขนาดใหญ่ได้จำนวนมากในระยะเวลาเดียวกัน และส่งมอบงานที่มีคุณภาพได้ตามสัญญา ส่งผลให้บริษัทฯ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี

#### แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานการตลาดทางเลือก

จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย อุตสาหกรรมการจัดกิจกรรมทางการตลาด (อีเว้นท์) ในปี 2557 มีมูลค่าต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ จากเดิมที่คาดการณ์ไว้ที่มูลค่าประมาณ 14,300 - 14,700 ล้านบาท ลดลงเหลือประมาณ 13,000 เนื่องจากความไม่มั่นคงทางการเมืองในช่วงปลายปี 2556 จนถึงกลางปี 2557 อย่างไรก็ตามเมื่อสถานการณ์ทางการเมืองกลับสู่ภาวะปกติผู้ประกอบการส่วนมากเร่งการใช้งบประมาณที่เก็บสะสมมาจัดงานนิทรรศการและทำการตลาดมากขึ้น เพื่อกระตุ้นยอดขายก่อนสิ้นปี เป็นเหตุให้อุตสาหกรรมอีเว้นท์ฟื้นตัวในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2557 และเติบโตขึ้นในปี 2558

ด้านการแข่งขันในธุรกิจการตลาดทางเลือกมีการแข่งขันในระดับสูง เนื่องจากมีคู่แข่งจำนวนมาก ทั้งผู้ให้บริการโดยตรงในการรับจัดงานกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Event Management) และผู้ให้บริการด้านการออกแบบและตกแต่งอย่างครบวงจร ซึ่งครอบคลุมถึงการรับจัดงานกิจกรรมทางการตลาด ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่มีงบประมาณทางการตลาดสูง และมีนโยบายในการจัดกิจกรรมทางการตลาดอยู่เป็นประจำ มักเลือกใช้บริการกับผู้ให้บริการเพียงไม่กี่รายในรอบปี เนื่องจากผู้ประกอบการต้องการความต่อเนื่องของกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ รวมถึงการออกแบบและคงคอนเซ็ปต์ของกิจกรรมให้ไปในทิศทางเดียวกันตลอดทั้งปี

คู่แข่งทางตรงของบริษัทฯ ซึ่งดำเนินธุรกิจการตลาดทางเลือก จะรวมถึงผู้ประกอบการทุกขนาดที่สามารถให้บริการในการจัดงานกิจกรรมทางการตลาดได้ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ ที่มีนโยบายในการทำการตลาดทางเลือกเป็นประจำ ดังนั้นคู่แข่งทางตรงของบริษัทฯ จึงเป็นบริษัทที่สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกันกับบริษัทฯ

## แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก

ในอดีตพิพิธภัณฑ์ส่วนมากจะก่อตั้งโดยทางราชการ เป็นสถานที่สำหรับรวบรวม ค้นคว้าข้อมูล เพื่อที่จะทราบถึงความเป็นมา หรือสิ่งที่ต้องการอนุรักษ์ รวมถึงการจัดแสดงซึ่งต้องอาศัยการสื่อความหมายเข้ามาเป็นส่วนประกอบการจัดแสดง แต่ในปัจจุบันได้มีองค์กรต่างๆ รวมถึงภาคเอกชนจัดตั้งพิพิธภัณฑ์สำหรับเก็บรวบรวมความรู้ ความเป็นมา และภูมิปัญญาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตนเองนำมาจัดแสดงเพื่อเป็นการเผยแพร่ความรู้ให้กว้างขวางขึ้น จึงมีแนวโน้มที่จะจัดตั้งและก่อสร้างพิพิธภัณฑ์เพิ่มมากขึ้นในทุกๆ ปี โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่ร้อยละ 2.8 นอกจากนี้ ยังมีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ซึ่งเป็นสถานที่สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลความรู้ เพื่อเผยแพร่ต่อประชาชนอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งส่วนมากจะจัดตั้งอยู่ภายในหน่วยงานราชการ

ในส่วนของงานสวนสนุกหรืองานสวนแนวคิด (Thematic Park) ในประเทศไทยนั้น ส่วนมากจะอยู่ในรูปของสวนน้ำ ตามจังหวัดท่องเที่ยวต่างๆ เช่น พัทยา ภูเก็ต หัวหิน เป็นต้น ปัจจุบันสวนสนุกในประเทศไทย ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก เนื่องจากยังไม่มีสวนสนุกที่มีชื่อเสียงระดับโลกมาเปิดบริการ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจในสวนสนุกในเอเชียมีการเติบโตเป็นอย่างมาก เมื่อเทียบกับธุรกิจสวนสนุกในทวีปอื่นๆ ซึ่งในปี 2558 ที่มีการเปิด AEC อาจเป็นแรงผลักดันสำคัญให้สวนสนุกระดับโลก ตัดสินใจเข้ามาลงทุนในอาเซียนหรือประเทศไทยได้ในอนาคต

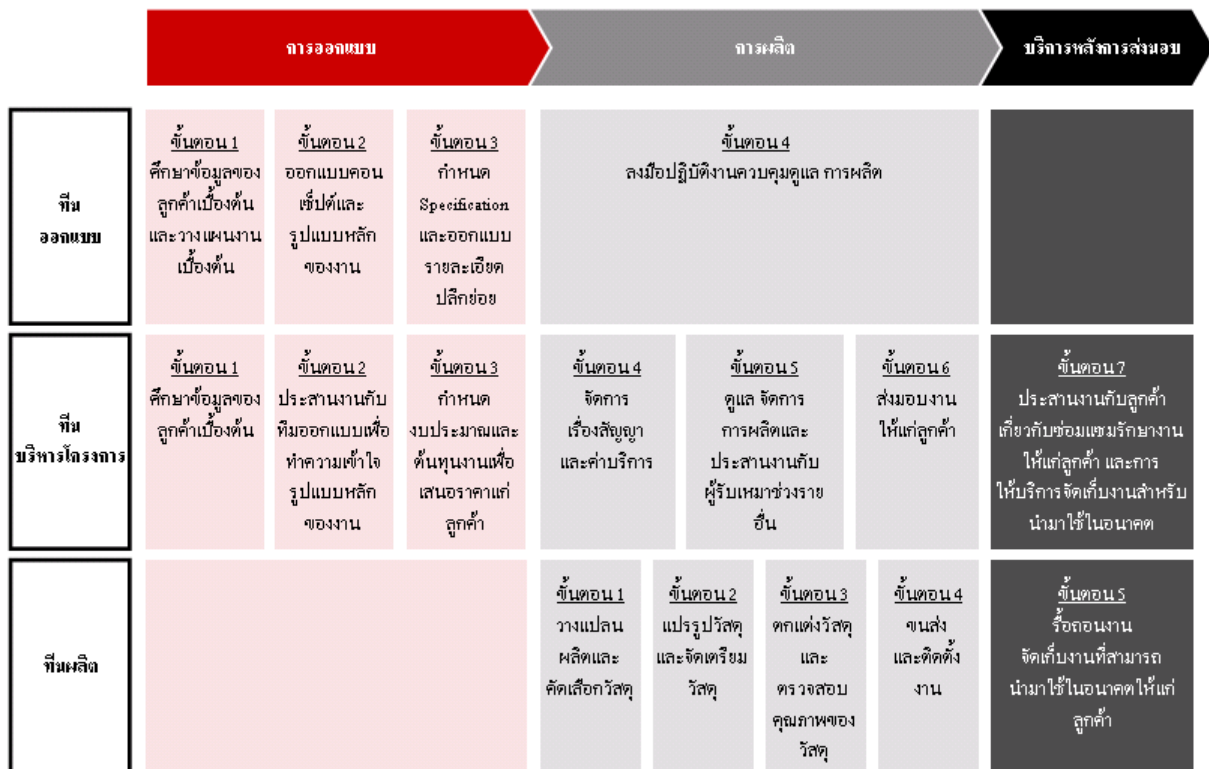
ด้านการแข่งขันในธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก มีการแข่งขันในระดับสูง เนื่องจากจำนวนงานในแต่ละปีมีไม่มากนัก เมื่อเทียบกับผู้ให้บริการที่มีจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ผู้ว่าจ้างโดยทั่วไปมักคัดเลือกผู้ให้บริการเบื้องต้น จากผลงานที่ผ่านมา ดังนั้น ผู้ให้บริการที่มีประวัติการทำงานยาวนานและจำนวนผลงานสะสมมาก มักมีข้อได้เปรียบในการแข่งขัน คู่แข่งโดยตรงของบริษัท ได้แก่ บริษัทขนาดกลางจนถึงขนาดใหญ่ที่สามารถให้บริการด้านงานตกแต่งและออกแบบแบบครบวงจร ซึ่งส่วนมากจะให้บริการครอบคลุมถึงธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก โดยบริษัทดังกล่าวมีจำนวน ไม่เกิน 10 ราย และมักเป็นคู่แข่งในธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ และการตลาดทางเลือกว่า อาทิ บริษัท บีโก (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีทีเอ็นออนดิสเพลย์ แอนด์ คอนสตรัคชั่นส์ (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท ไรท์แมน จำกัด เป็นต้น

## แนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศเมียนมาร์

หลังจากที่รัฐบาลเมียนมาร์ได้ดำเนินนโยบายปฏิรูปประเทศตั้งแต่ปี 2554 รวมถึงการเปลี่ยนแปลงนโยบายการลงทุนที่เพิ่มสิทธิประโยชน์แก่นักลงทุนต่างชาติ ประกอบกับการที่เมียนมาร์เป็นสมาชิกของอาเซียน และการปรับเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ในช่วงสิ้นปี 2558 ส่งผลให้เมียนมาร์ได้กลายเป็นประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ที่มีความสนใจจากนักลงทุนทั่วโลก จากข้อมูลสถิติของ Directorate of Investment and Company Administration (DICA) มีเงินลงทุนจากต่างประเทศไหลเข้าเมียนมาร์มากกว่า 36.6 พันล้านเหรียญสหรัฐในช่วงปีงบประมาณ 2553/54-2557/58 โดยเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมการผลิตและบริการหลายสาขา เช่น พลังงาน ผลิตไฟฟ้า น้ำมันและก๊าซธรรมชาติ เหมืองแร่ การขนส่งและลอจิสติกส์ การเงินธนาคาร การท่องเที่ยว เป็นต้น ทั้งนี้ ธนาคารเพื่อการพัฒนาเอเชียคาดการณ์ว่า เศรษฐกิจของเมียนมาร์มีโอกาสเจริญเติบโตประมาณร้อยละ 8.0 ในปี 2559

## การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ขั้นตอนการทำงานในแต่ละโครงการในการออกแบบและผลิตงานโดยทั่วไปของบริษัทฯ บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจหลักในการให้บริการงานตกแต่งภายใน และการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ซึ่งในแต่ละธุรกิจมีขั้นตอนการทำงานที่ใกล้เคียงกัน โดยมีขั้นตอนการประกอบธุรกิจโดยแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้



การให้บริการในแผนภาพเป็นตัวอย่างการให้บริการแบบครบวงจร เกิดขึ้นหลังจากการที่ฝ่ายการตลาดหรือฝ่ายบริหารโครงการได้ติดตามและติดต่อกับลูกค้าได้แล้ว ซึ่งบริษัทฯ บริหารระบบงานโดยแบ่งทีมงานออกเป็น 3 ทีมหลัก ได้แก่ ทีมออกแบบ ทีมบริหารโครงการ และทีมผลิต โดยขั้นตอนการทำงานของแต่ละทีมจะมีขั้นตอนการทำงานที่แตกต่างกันตามช่วงระยะเวลาของงาน โดยความรับผิดชอบหลักของแต่ละทีมมีดังนี้

- 1) ทีมออกแบบ** มีหน้าที่หลักในการรับแนวความคิดจากลูกค้าเกี่ยวกับการจัดแสดงงาน หรือแบบตกแต่งภายในของร้านค้า แล้วนำมาทำการออกแบบงานให้สอดคล้องกับโจทย์ที่ได้รับ หรือทำการออกแบบแนวคิดทั้งหมดของงาน รวมถึงรายละเอียดต่างๆ นอกจากนี้ทีมออกแบบยังมีหน้าที่ในการควบคุมดูแลการก่อสร้างให้เป็นไปตามแบบที่วางไว้อีกด้วย
- 2) ทีมบริหารโครงการ** มีหน้าที่หลักในการควบคุมการทำงานในภาพรวม โดยมีหน้าที่ติดต่อกับประสานงานกับลูกค้า การจัดเตรียมสัญญาจ้าง การกำหนดราคา การประสานงานกับผู้รับเหมาช่วงรายอื่น ส่งมอบงานให้แก่ลูกค้า รวมถึงการประสานงานกับลูกค้าเกี่ยวกับบริการหลังการส่งมอบงาน เช่น บริการจัดเก็บชิ้นงานให้แก่ลูกค้าสำหรับนำมาใช้ใหม่ในงานถัดไป เป็นต้น
- 3) ทีมผลิต** มีหน้าที่หลักในการก่อสร้าง การแปรรูปวัสดุ การตกแต่ง การติดตั้งงาน รวมถึงการรื้อถอนงานเมื่อถึงกำหนดเวลา อย่างไรก็ตามถึงแม้ทางบริษัทฯ จะมีทีมงานก่อสร้างที่สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ แต่เนื่องจากปริมาณงานมีมาก ประกอบกับงานบางลักษณะต้องการบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน บริษัทฯ จึงมีการจ้างผู้รับเหมาช่วง (Sub-Contract) ซึ่งได้รับการคัดเลือกว่ามีคุณสมบัติและมาตรฐานในการทำงาน

### การจัดหาวัสดุเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ จัดหาวัสดุเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ ตามบัญชีแสดงปริมาณวัสดุ (Bill of Quantity) สำหรับงาน ตกแต่งภายใน หรือบัญชีต้นทุนก่อนการทำงาน (Pre Cost) สำหรับงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ซึ่งเป็นบัญชีที่ระบุชนิดและ ปริมาณวัสดุที่ต้องใช้ในงานโครงการนั้นๆ โดยบริษัทฯ สามารถจำแนกการจัดหาวัสดุเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ 2 ช่องทางหลักคือ

1) การว่าจ้างผู้รับเหมาช่วง ซึ่งโดยส่วนมากจะเป็นช่างฝีมือภายในนอก และผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้าง ด้านระบบต่างๆ โดยรูปแบบในการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น 2 กรณีดังนี้

1. การว่าจ้างผู้รับเหมาช่วง แบบจ้างเฉพาะค่าแรง และบริษัทฯ จะเป็นผู้จัดหาวัสดุให้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการ ว่าจ้างในงานผลิตและติดตั้งเฟอร์นิเจอร์ งานตกแต่งภายใน และงานไม้ เป็นต้น
2. การว่าจ้างผู้รับเหมาช่วง แบบจ้างเหมาทั้งค่าแรง และค่าวัสดุซึ่งบริษัทฯ จะเป็นผู้กำหนดคุณภาพวัสดุให้ตรง ตามแบบของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่จะเป็นงานโครงสร้างเหล็ก งานกระจุก งานระบบไฟฟ้า งานฝ้าและเพดาน และงานพื้น เป็นต้น

ในการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงของบริษัทฯ นั้น บริษัทฯ มีนโยบายในการจัดทำเป็นสัญญาว่าจ้าง กรณีที่มีมูลค่า งานมากกว่า 500,000 บาท นอกจากนี้ อาจกำหนดให้ผู้รับเหมาช่วงวางเงินค้ำประกันสัญญาจ้าง ในรูปแบบหนังสือ ค้ำประกันของธนาคาร หรือเช็ค แล้วแต่กรณี ในมูลค่าประมาณร้อยละ 5-10 ของมูลค่าการว่าจ้าง และจะคืนให้แก่ ผู้รับเหมาช่วงเมื่องานแล้วเสร็จ หรือครบกำหนดระยะเวลาประกันผลงาน ซึ่งโดยทั่วไปประมาณ 6 เดือน แล้วแต่กรณี และมีนโยบายในการชำระเงินสำหรับการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วง โดยให้มีการวางบิลในวันที่ 8 และ 20 ของทุกเดือน และ ทำการจ่ายเงินวันที่ 10 25 และ 26 ของทุกเดือน โดยมี Credit term เป็นเวลา 30-60 วัน

บริษัทฯ มีนโยบายในการพิจารณาหรือคัดเลือกผู้รับเหมาช่วง ดังนี้

1. คัดเลือกผู้รับเหมาช่วงมากกว่า 1 ราย เพื่อเปรียบเทียบราคา และราคาต้องไม่เกินกว่าราคากลางของบริษัทฯ
2. ความน่าเชื่อถือของผู้รับเหมา โดยพิจารณาจากผลงานการทำงานในอดีตที่ผ่านมา ประสบการณ์การทำงาน ฝีมือและคุณภาพ โดยพิจารณาจากผลงานในอดีตของผู้รับเหมาช่วง
3. ความพร้อมของทีมงานผู้รับเหมาช่วง
4. การส่งมอบงานที่ตรงเวลาหรือก่อนกำหนด
5. ความโปร่งใสของผู้รับเหมาช่วง เช่น งบการเงิน การใช้แรงงานที่ถูกต้องตามกฎหมาย
6. บริษัทฯ มี Vendor List และมีการจัดกลุ่มและประเมินศักยภาพของผู้รับเหมาช่วงทั้งก่อนและหลังการ จ้างงาน
7. บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงรายใดรายหนึ่งให้ทำงานที่มีขนาดใหญ่เกินกว่า 2 งานในเวลา เดียวกัน เพื่อไม่ให้กระทบต่อคุณภาพของงาน และระยะเวลาการส่งมอบงาน อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อาจพิจารณา ศักยภาพของทีมงานผู้รับเหมาช่วงเป็นรายกรณีไป ทั้งนี้ บริษัทฯ มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้รับเหมาช่วง และ มีนโยบายในการว่าจ้างผู้รับเหมาอย่างต่อเนื่อง หากผู้รับเหมาช่วงดังกล่าวมีศักยภาพเพียงพอ

2) การจัดซื้อวัสดุสำหรับการก่อสร้างในแต่ละโครงการ ส่วนใหญ่จะเป็นวัสดุจำพวก ไม้ สี สกรู น็อต และวัสดุสิ้นเปลือง อื่นๆ บริษัทฯ จะมีการเตรียมความพร้อมในจัดซื้อให้เพียงพอต่อการใช้งานในแต่ละโครงการตามแบบการผลิต และจะจัดซื้อวัสดุ ทันทีเมื่อทราบว่าบริษัทฯ ได้รับงานโครงการนั้นๆ แล้ว

บริษัทฯ มีนโยบายในการชำระเงินสำหรับการจัดซื้อวัสดุ โดยให้มีการวางบิลในวันที่ 8 ของทุกเดือน และทำการจ่ายเงินวันที่ 25 และ 26 ของทุกเดือน โดยมี Credit term เป็นเวลา 30-60 วัน

บริษัทฯ มีนโยบายในการพิจารณาหรือคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัสดุ (Supplier) ดังนี้

1. คัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัสดุ มากกว่า 1 เพื่อเปรียบเทียบราคา และราคาต้องไม่เกินกว่าราคากลางของบริษัทฯ
2. พิจารณาคุณภาพวัสดุให้ตรงตามมาตรฐานและตามที่ลูกค้าได้ระบุไว้
3. ความพร้อมในจัดส่งวัสดุให้ตรงเวลาหรือก่อนกำหนด
4. ความน่าเชื่อถือของผู้จัดจำหน่าย โดยพิจารณาจากงบการเงิน หรือความมีตัวตน

ทั้งนี้ ในการให้บริการแก่ลูกค้าของบริษัทฯ นั้น บริษัทฯ มีนโยบายที่จะผลิตชิ้นงานด้วยตนเอง (In-house production) เป็นอันดับแรก และบริษัทฯ จะว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงในกรณีที่มีปริมาณมาก และในส่วนที่เป็นงานระบบต่างๆ โดยปัจจุบัน บริษัทฯ มีการผลิตชิ้นงานที่สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร สถานที่ผลิตชิ้นงานและโกดังศาลายา โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ล้าลูกกาคลอง 6 และ โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11

### การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการผลิตงาน เช่น ฝุ่นละอองจากไม้ เสียงจากการผลิตงาน กลิ่นของสีและน้ำเสียที่อาจเกิดขึ้น เป็นต้น โดยบริษัทฯ ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ และขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการดำเนินการเพื่อควบคุมและจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมดังนี้

- 1) ฝุ่นละอองจากไม้: บริษัทฯ มีการติดตั้งระบบดูดฝุ่นเพื่อกำจัดฝุ่นละอองจากไม้ระหว่างการผลิตชิ้นงานในทุกสถานที่ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิต
- 2) เสียงจากการผลิตงาน: บริษัทฯ อาจมีเสียงจากการผลิตงาน แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่มีเครื่องจักรหนักที่จะทำให้เกิดเสียงดังจนรบกวนผู้อื่น
- 3) กลิ่นจากการทำสีชิ้นงาน: บริษัทฯ มีห้องทำสีซึ่งตั้งอยู่ที่โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ล้าลูกกาคลอง 6 โดยมีการติดตั้งระบบกำจัดกลิ่นดังกล่าว ซึ่งจะดูดอากาศพร้อมกลิ่นของสี เพื่อแปรสภาพเป็นน้ำปนากาสี และมีการแยกกากสีออกจากน้ำทิ้ง ส่งไปให้หน่วยงานที่รับผิดชอบกำจัดต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ อาจมีการทำสีชิ้นงานในโกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานย่อย โดยเป็นการซ่อมเก็บสีชิ้นงานขนาดเล็ก และดำเนินการในพื้นที่ที่เป็นสัดส่วน นอกจากนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างลงทุนติดตั้งห้องทำสีที่โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญ และ/หรือให้องค์การบริหารส่วนตำบลที่เกี่ยวข้อง มาประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกปี ในทุกสถานที่ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิต และที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่เคยมีข้อพิพาทหรือฟ้องร้องเกี่ยวกับการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่เคยได้รับการเตือนหรือปรับจากหน่วยงานของรัฐตามกฎหมายที่บริษัทฯ ต้องปฏิบัติแก่อย่างใด

### งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีงานที่อยู่ระหว่างดำเนินการและยังไม่ได้ส่งมอบและยังไม่ได้รับรู้รายได้จำนวน 77.3 ล้านบาท ประกอบด้วยงานทั้งหมดจำนวน 7 งานซึ่งทั้งหมดเป็นงานตกแต่งภายใน (Interiors) ซึ่งบริษัทฯ จะส่งมอบในไตรมาส 1 ถึง ไตรมาส 2 ในปี 2559

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ จากปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ที่รายงานในเอกสารนี้ ซึ่งเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่บริษัทฯ ได้ประเมินไว้ตามสถานการณ์และข้อมูลที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน ดังนั้น อาจยังคงมีปัจจัยความเสี่ยงอื่นๆ ที่บริษัทฯ ไม่ทราบในขณะนี้ ซึ่งอาจเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ในอนาคต โดยปัจจัยความเสี่ยงที่อาจจะมีผลกระทบต่อการตอบสนองจากการลงทุนของนักลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ และแนวทางของบริษัทฯ ในการป้องกันความเสี่ยง สามารถสรุปได้ดังนี้

#### 1. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงกลุ่มผู้บริหารระดับสูง

บริษัทฯ มีการพึ่งพิงกลุ่มผู้บริหารระดับสูงที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วย

- 1) นายชยวัฒน์ พิเศษสิทธิ์ ดำรงตำแหน่งเป็นประธานกรรมการบริหาร
- 2) นายประวิทย์ ศรีบัณฑิตมงคล ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการผู้จัดการ
- 3) นางสาวสุนิสา รัตนเนย์ ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการบริหารฝ่ายงานแสดงสินค้า พิพิธภัณฑ์และกิจกรรมการตลาด
- 4) นายบัญชา ลิ้มวรรัตน์ ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการบริหารฝ่ายตกแต่งภายใน 1
- 5) นายดำรงค์ วงษ์ประยูร ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการบริหารฝ่ายตกแต่งภายใน 2

โดยกลุ่มผู้บริหารระดับสูงดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตและการขยายตัวทางธุรกิจของบริษัทฯ โดยเป็นผู้รับผิดชอบในการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ผู้รับเหมาช่วง และผู้จัดจำหน่ายวัสดุ และเป็นผู้รับผิดชอบการส่งมอบงานให้ตรงเวลาดำเนินการที่ได้มาตรฐานและตรงตามความต้องการของลูกค้า ทำให้ความสำเร็จทางธุรกิจของบริษัทฯ ในอนาคตขึ้นอยู่กับการรักษากลุ่มผู้บริหารระดับสูงดังกล่าวให้อยู่กับบริษัทฯ ได้อย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เชื่อว่าสามารถรักษากลุ่มผู้บริหารระดับสูงดังกล่าวไว้ได้ ด้วยนโยบายในการให้สวัสดิการและรางวัลที่เหมาะสม จะเห็นได้จากการที่กลุ่มผู้บริหารระดับสูงดังกล่าวได้ทำงานกับบริษัทฯ มานานกว่า 10 ปี และผู้บริหารทุกคนก็เป็นผู้ถือหุ้นหลักของบริษัทฯ ที่พร้อมจะร่วมกันขับเคลื่อนองค์กรในระยะยาวนอกจากนี้ ยังสนับสนุนให้ผู้บริหารระดับกลางได้รับการอบรมความรู้ด้านต่างๆ เพื่อให้ผู้บริหารระดับกลางในแต่ละฝ่าย มีความรู้ความสามารถเพียงพอในการรับช่วงต่อธุรกิจจากผู้บริหารระดับสูงในอนาคต

#### 2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ

บริษัทฯ มีการพึ่งพิงบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ มีฝีมือ และมีประสบการณ์เฉพาะด้าน เช่น นักออกแบบ หัวหน้าโครงการช่างไม้ และช่างฝีมือต่างๆ โดยความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับการสรรหาและการอบรมบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญใหม่ๆ ให้มาทำงานกับบริษัทฯ รวมถึงการรักษาและกระตุ้นให้บุคลากรเดิมทำงานกับบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในช่วงเวลาหนึ่ง อาจทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถบรรลุข้อตกลงที่ให้ไว้กับลูกค้า หรือกระทบต่อแผนงานที่วางไว้ เช่น การส่งมอบงานให้ตรงเวลาดำเนินการที่ได้มาตรฐานและตรงตามความต้องการของลูกค้า

บริษัทฯ จึงเตรียมการรับมือกับปัญหาในระยะยาว โดยการฝึกฝนและอบรมบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีจำนวนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญมากเพียงพอที่จะทดแทนการทำงานกันได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ สามารถดำเนินการจ้างผู้รับเหมาช่วง ในกรณีที่เกิดการขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเป็นงานๆ ไป บริษัทฯ ยังมีนโยบายในการให้สวัสดิการและรางวัลที่เหมาะสมแก่บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเหล่านี้ เพื่อลดความเสี่ยงลง

#### 3. ความเสี่ยงที่เกิดจากการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วง

แม้ว่าบริษัทฯ มีทีมงานก่อสร้างและผลิตชิ้นงานเอง แต่เนื่องจากปริมาณงานในแต่ละปีมีจำนวนมาก อาจจะต้องใช้ความเชี่ยวชาญในการทำงานเฉพาะด้าน เช่น ความเชี่ยวชาญด้านระบบไฟ แสง เสียง การก่อสร้างด้วยวัสดุต่างๆ เช่น โลหะ กระจก

บริษัทฯ จึงว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงเพื่อมอบหมายงานที่บุคลากรของบริษัทฯ ไม่สามารถดำเนินการได้ โดยในบางโครงการจำเป็นต้องว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงมากถึง 3-4 ราย ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความเชี่ยวชาญในงานของผู้รับเหมาแต่ละราย

ในบางสายงาน อาทิ งานศิลป์ หรืองานระบบที่มีความซับซ้อน อาจมีความจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีน้อยราย ขณะที่บริษัทอื่นๆ อาจว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงเหล่านี้ในระยะเวลาเดียวกัน จึงอาจส่งผลให้เกิดการขาดแคลนผู้รับเหมาช่วงที่มีฝีมือบางราย รวมทั้งความเสี่ยงจากการส่งมอบงานช้า ทำให้บริษัทฯ ส่งมอบงานให้ลูกค้าไม่ทันเวลา

อย่างไรก็ตาม ก่อนการจ้างผู้รับเหมาช่วง บริษัทฯ มีขั้นตอนการคัดเลือกผู้รับเหมาช่วงที่เหมาะสมต่อการทำงาน และมีการตรวจสอบคุณภาพการทำงานโดยละเอียดทุกขั้นตอน จึงทำให้งานมีคุณภาพและส่งมอบตรงเวลา บริษัทฯ ยังมีนโยบายในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้รับเหมา ส่งผลให้กลายเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ ที่มีความพร้อมจะรับงานอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังสรรหาผู้รับเหมารายใหม่ๆ อยู่เป็นประจำ เพื่อรองรับปริมาณงานที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

#### 4. ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของแผนการตลาดและการขยายกิจการของลูกค้า

การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ และการจัดอีเวนต์ เป็นหนึ่งในกลวิธีทางการตลาดที่ช่วยกระตุ้นกำลังซื้อ และส่งเสริมการขายของลูกค้าระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งจะมีผลเสียต่อบริษัทฯ หากลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงแผนการตลาด เช่นเดียวกับธุรกิจตกแต่งภายในของบริษัทฯ ที่อาจได้รับผลกระทบจากการยกเลิก ชะลอการขยายกิจการ หรือปรับปรุงการตกแต่งภายในของลูกค้า บริษัทฯ ตระหนักถึงปัจจัยความเสี่ยงที่เกิดขึ้นนี้ จึงเน้นไปยังกลุ่มลูกค้าแบรนด์ระดับโลก ที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีศักยภาพการแข่งขันสูงในตลาดโลก และมีแผนการทำการตลาดกระตุ้นยอดขายสม่ำเสมอ รวมทั้งมีการขยายตัวของพื้นที่ค้าปลีกอย่างต่อเนื่อง ส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้าดังกล่าวจะมีนโยบายและงบประมาณที่ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจค้าปลีก กลุ่มธุรกิจยานยนต์ และกลุ่มธุรกิจการเงิน เป็นต้น

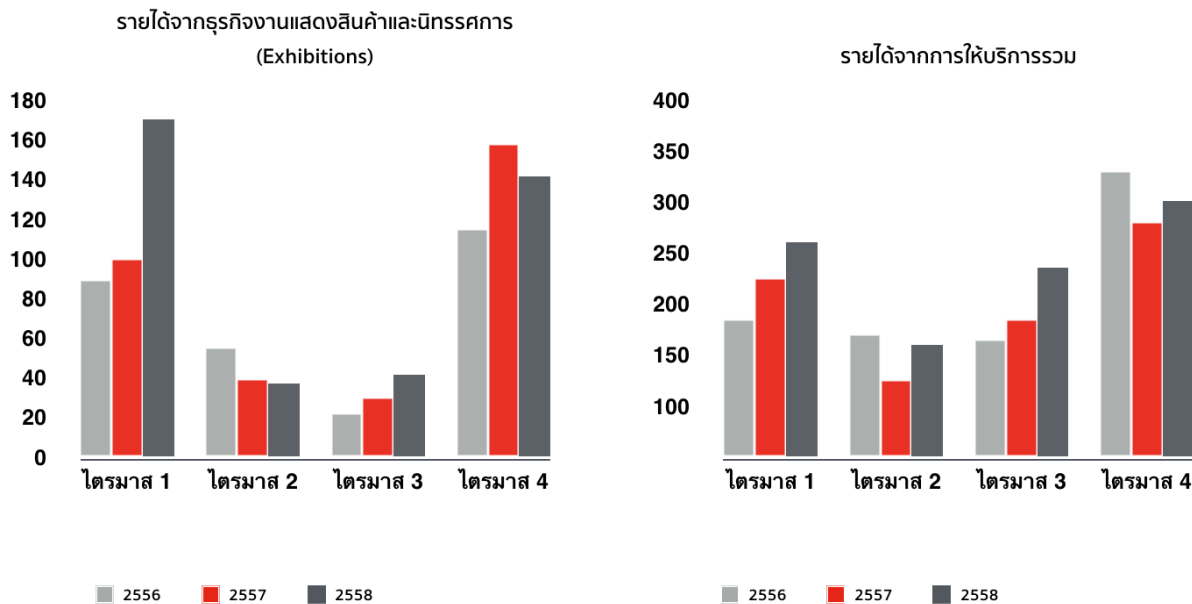
#### 5. ความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอกต่างๆ อาทิ ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ความไม่แน่นอนทางการเมือง หรือภัยธรรมชาติ อาจนำไปสู่การถดถอยของภาวะเศรษฐกิจโดยรวม รวมทั้งการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เนื่องจากในสภาวะเศรษฐกิจถดถอย มีความไม่แน่นอนต่างๆ เกิดขึ้น เป็นผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง และทำให้ผู้ประกอบการอาจชะลอการขยายกิจการหรือปรับปรุงร้านค้า หรือปรับเปลี่ยนนโยบายจากการกระตุ้นยอดขายไปใช้วิธีอื่นแทน

อย่างไรก็ดี นอกจากปัจจัยภายนอกที่ส่งผลเสียแล้ว ในแง่ของปัจจัยบวกอย่างการเปิดตลาด AEC ในอนาคตอันใกล้ได้ส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรมต่างๆ ให้ความสนใจในการทำงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมากขึ้น จำนวนผู้ประกอบการจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศไทยมากขึ้น เกิดการขยายตัวของห้างสรรพสินค้าออกสู่ทั่วทุกภูมิภาคในประเทศจนถึงประเทศเพื่อนบ้านอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจของบริษัทฯอย่างต่อเนื่อง พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ได้ทำประกันภัยที่ครอบคลุมถึงความเสียหายอันเนื่องมาจากการเสี่ยงภัยทุกชนิด ซึ่งรวมไปถึงความเสียหายที่เกิดจากน้ำท่วม และประกันภัยธุรกิจหยุดชะงักไว้ด้วย

#### 6. ความเสี่ยงจากความผันผวนของรายได้และผลประกอบการในระหว่างปี

เนื่องจากธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) จะมีงานใหญ่ 2 งาน คือ งาน Motor Show ซึ่งจัดในไตรมาส 1 ของทุกปี และ งาน Motor Expo จัดในไตรมาส 4 ของทุกปี ซึ่งเป็นงานที่บริษัทฯ ให้บริการออกแบบและผลิตบูธแสดงสินค้าให้แก่ลูกค้าหลายราย ดังนั้น รายได้จากการให้บริการของบริษัทฯ จึงมีความผันผวนในระหว่างปี โดยงานใหญ่ 2 งานดังกล่าวส่งผลให้รายได้จากการให้บริการ และผลประกอบการของบริษัทฯ ในช่วงไตรมาส 1 และไตรมาส 4 สูงกว่าไตรมาส 2 และไตรมาส 3 ของทุกปี



จากความผันผวนของรายได้การให้บริการดังกล่าว บริษัทฯ จึงมีการขยายงานเชิงรุกเพิ่มสัดส่วนรายได้จากธุรกิจงานตกแต่งภายใน (Interiors) ให้มากขึ้น พร้อมทั้งขยายธุรกิจการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) และธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Park) เพื่อชดเชยกับรายได้ที่ลดลงในไตรมาส 2 และไตรมาส 3 นอกจากนี้ ยังมีแผนทำการตลาดร่วมกัน (cross marketing) ระหว่างธุรกิจงานตกแต่งภายใน (Interiors) และธุรกิจการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) อาทิ การรับออกแบบและตกแต่งภายในร้านค้า ต่อเนื่องด้วยการให้บริการจัดกิจกรรมเปิดตัวร้านค้าและสินค้า เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทฯ เชื่อว่าการดำเนินการต่างๆ ข้างต้น จะสามารถลดผลกระทบจากความผันผวนของรายได้และผลประกอบการในระหว่างปีได้ อย่างไรก็ตาม หากพิจารณารายได้และผลประกอบการทั้งปีแล้ว ความผันผวนดังกล่าวจะไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

## 7. ความเสี่ยงจากการประเมินต้นทุนงานต่ำไป หรือจากต้นทุนงานสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ (Cost Overrun)

บริษัทฯ ให้บริการแก่ลูกค้าเป็นรายโครงการ โดยกำหนดราคาในอัตราคงที่ของแต่ละโครงการ จึงต้องมีการประเมินต้นทุนงานให้ถูกต้องก่อนที่จะเสนอราคาแก่ลูกค้า เพื่อให้บริษัทฯ ได้รับอัตรากำไรตามที่คาดการณ์ไว้หลังโครงการแล้วเสร็จ โดยการประเมินต้นทุนงานดังกล่าว บริษัทฯ มีการจัดทำบัญชีแสดงปริมาณวัสดุ (Bill of Quantity) หรือบัญชีต้นทุนการการทำงาน (Pre-Cost) ซึ่งมีการพิจารณาถึงชนิดและปริมาณวัสดุที่ใช้ รวมถึงต้นทุนวัสดุ ต้นทุนค่าแรง และต้นทุนอื่นที่อาจเกิดขึ้นจากการทำงาน บริษัทฯ อาจไม่สามารถประมาณต้นทุนงานให้ถูกต้องแม่นยำได้ เนื่องจากมีเวลาจำกัดในการประเมินต้นทุนงาน และการหาราคาว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงหรือราคาวัสดุกับผู้จัดจำหน่าย รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงราคาวัสดุภายหลังเสนอราคาแก่ลูกค้าแล้ว ทำให้ต้นทุนงานที่บริษัทฯ ประเมินอาจต่ำไปจากต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง นอกจากนี้ การประเมินต้นทุนงานที่ต่ำไป รวมถึงความผิดพลาดของงานที่เกิดจากบริษัทฯ หรือผู้รับเหมาช่วง และการล่าช้าในการส่งมอบงาน อาจทำให้ต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ (Cost Overrun) ด้วย

ดังนั้นการที่บริษัทฯ มีต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ จะทำให้อัตรากำไรของโครงการลดลง อาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการจัดทำบัญชีแสดงปริมาณวัสดุ (Bill of Quantity) หรือบัญชีต้นทุนการดำเนินงาน (Pre-Cost) ที่ละเอียด และมีการตรวจสอบราคาว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงหรือราคาวัสดุกับผู้จัดจำหน่ายอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ ยังพิจารณาค่าเผื่อของต้นทุนก่อนการเสนอราคาแก่ลูกค้า และมีระบบการบริหารจัดการต้นทุนโดยหัวหน้าโครงการ ซึ่งจะประเมินต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงระหว่างการทำงานเป็นระยะ ทำให้บริษัทฯ ลดความเสี่ยงจากการที่มีต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ได้

#### 8. ความเสี่ยงจากการที่ลูกค้าไม่ชำระเงินตามสัญญา

เนื่องจากลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นบริษัทข้ามชาติรายใหญ่เกือบทั้งหมด โอกาสไม่ชำระเงินตามสัญญาจะเกิดขึ้นน้อยมาก ขณะเดียวกันการทำธุริกิจงานตกแต่งภายในของบริษัทฯ โดยทั่วไปแล้วจะเก็บเงินมัดจำงวดแรกประมาณร้อยละ 20-30 ของมูลค่าสัญญาก่อนการเริ่มทำงาน และทยอยเก็บเงินส่วนที่เหลือตามความสำเร็จของงาน ส่วนธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนั้น เก็บเงินมัดจำงวดแรกประมาณร้อยละ 40-60 ของมูลค่าสัญญาก่อนการเริ่มทำงาน และเก็บเงินส่วนที่เหลือภายหลังจากการจัดงานดังกล่าวจบลง นอกจากนี้ ในระหว่างการทำงาน บริษัทฯ และลูกค้าอาจมีการตกลงเพิ่มหรือลดงาน ซึ่งจะถูกปรับปรุงในการเก็บเงินงวดสุดท้าย ทำให้บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการที่ลูกค้าไม่ชำระเงินตามสัญญาในบางงวดหรือทั้งหมดได้ หากบริษัทฯ ไม่สามารถเก็บเงินจากลูกค้าได้ตรงเวลาหรือลูกค้าไม่ชำระเงินตามสัญญา บริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบในทางลบต่อกระแสเงินสด ฐานะทางการเงิน และผลประกอบการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้

บริษัทฯ มีการบริหารจัดการลูกหนี้การค้าโดยในงานที่มีมูลค่าสูงบริษัทฯ จะกำหนดงวดการชำระเงินให้มีความถี่มากขึ้นตามความสำเร็จของงาน และให้เครดิตเทอมแก่ลูกค้าประมาณ 30-60 วัน นอกจากนี้ หากลูกหนี้รายใดมีปัญหาการชำระเงินหรือมียอดค้างชำระสะสมเป็นจำนวนหนึ่ง บริษัทฯ จะติดตามทวงถามเป็นระยะๆ และจะชะลอการให้บริการครั้งใหม่จนกว่าลูกค้ารายดังกล่าวจะชำระเงินของงานเดิมก่อน

นอกจากนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีลูกหนี้การค้าที่ค้างชำระมากกว่า 12 เดือนจำนวน 10 ราย โดยมียอดค้างชำระรวม 6.6 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.6 ของลูกหนี้การค้าทั้งหมด โดยบริษัทฯ มีนโยบายตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญครอบคลุมลูกหนี้การค้าที่ค้างชำระมากกว่า 12 เดือน และพิจารณาลูกหนี้รายตัวสำหรับลูกหนี้ที่มีข้อบ่งชี้ว่าไม่มีความสามารถในการชำระหนี้ โดยบริษัทฯ ได้มีการตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญแล้วจำนวน 6.6 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญนั้น ไม่ครอบคลุมลูกหนี้ที่ค้างชำระมากกว่า 12 เดือนทั้งจำนวน เนื่องจากมีลูกหนี้การค้าบางรายที่ค้างชำระมากกว่า 12 เดือนแต่ได้ทยอยจ่ายชำระเงินให้แก่บริษัทฯ บริษัทฯ จึงไม่ตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกหนี้รายดังกล่าว

#### 9. ความเสี่ยงจากการที่สัญญาอนุญาตให้ใช้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้าสิ้นสุดลง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการดำเนินงานและผลประกอบการของบริษัทฯ

การที่บริษัทฯ ใช้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้า Kingsmen ทำให้บริษัทฯ เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางและได้รับความเชื่อถือถึงคุณภาพและบริการ ทำให้บริษัทฯ มีลูกค้าเพิ่มมากขึ้นและส่งผลให้รายได้จากการประกอบธุรกิจ เพิ่มขึ้น ดังนั้น หากสัญญาอนุญาตให้ใช้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้าสิ้นสุดลง จะทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถใช้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้า Kingsmen ได้อีกต่อไป อาจทำให้ลูกค้าเกิดความไม่มั่นใจในคุณภาพและบริการที่จะได้รับ และอาจไม่ใช้บริการของบริษัทฯ อีกต่อไป ซึ่งหากเกิดเหตุการณ์ดังกล่าวขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการดำเนินงานของบริษัทฯ ในอนาคต

เดิมบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) เพียงอย่างเดียว ภายหลังจากที่ Kingsmen Creatives Ltd. ได้เข้ามาลงทุนในบริษัทฯ ในปี 2545 นั้น บริษัทฯ ได้เริ่มธุรกิจงานตกแต่งภายใน (Interiors) ภายใต้อาณาเขตของเครื่องหมายการค้า Kingsmen และดำเนินธุรกิจดังกล่าวเรื่อยมา จนทำให้บริษัทฯ มีรายได้ในธุรกิจงานตกแต่งภายใน (Interiors) เติบโตขึ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.9 และร้อยละ 49.9 ของรายได้จากการให้บริการรวมในปี 2557 และ 6 เดือนแรกปี 2558 ตามลำดับ จากการที่ Kingsmen Creatives Ltd. แนะนำลูกค้าใหม่ในครั้งแรก ประกอบกับบริษัทฯ ให้บริการงานด้วยคุณภาพ

และส่งมอบตรงเวลา ทำให้ลูกค้าดังกล่าว เกิดความมั่นใจในคุณภาพและบริการ และกลับมาใช้บริการของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ในภายหลัง ทั้งนี้ บริษัทฯ เชื่อว่าสัดส่วนรายได้จากลูกค้าใหม่ที่ผ่านมาจากการแนะนำจากเครือข่าย Kingsmen ในช่วงปี 2557 และงวด 6 เดือนแรกปี 2558 มีสัดส่วนโดยประมาณไม่เกินร้อยละ 10 ของรายได้จากการให้บริการรวม สำหรับงานในครั้งแรก ซึ่งเป็นงาน ตกแต่งภายใน (Interiors) เป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ บริษัทฯ เชื่อมั่นว่า จะสามารถรักษาความสัมพันธ์ที่ดีต่อไปในอนาคต

#### 10. ความเสี่ยงจากชื่อเสียงของบริษัทฯ ในแง่ลบที่มาจากผลงานหรือการให้บริการ

ธุรกิจหลักทั้งหมดของบริษัทฯ ล้วนเป็นธุรกิจในการสร้างสรรค์ผลงานที่ไม่เพียงเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเท่านั้น แต่ผลงานที่ส่งมอบจะต้องสร้างความประทับใจต่อ ผู้บริโภค ผู้เข้าชมสินค้าในร้านค้า หรือบุคคลทั่วไปที่เข้าร่วมงานด้วย ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีความจำเป็นในการสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน ผลงานที่ส่งมอบให้กับลูกค้าจะต้องเป็นผลงานที่สมบูรณ์ เป็นไปตามแผนที่วางไว้ โดยความผิดพลาดต่างๆ อาทิ ความผิดพลาดจากการออกแบบ หรือการส่งมอบงานที่ไม่สมบูรณ์ให้แก่ลูกค้า อาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของบริษัทฯ ในระยะยาว มีความเสี่ยงสูงต่อการยกเลิกงานจากลูกค้ารายเดิมรวมถึงลูกค้ารายอื่นในอนาคต และอาจจะต้องใช้ระยะเวลานานในการสั่งสมชื่อเสียงของบริษัทใหม่เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากลูกค้ารายเดิม นอกจากนี้ ความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการออกแบบหรือก่อสร้างต่อสถานที่ของลูกค้าหรือบุคคลภายนอก ที่บริษัทฯ อาจต้องชดเชยค่าเสียหายดังกล่าว และส่งผลกระทบในทางลบต่อธุรกิจของบริษัทฯ ด้วย ถึงกระนั้น บริษัทฯ ได้มีการบริหารจัดการการทำงานในแต่ละโครงการที่รัดกุม โดยมีแผนงานและการควบคุมดูแลการก่อสร้างหรือติดตั้งงานอย่างเป็นขั้นตอน ทั้งยังได้ทำประกันภัยความรับผิดชอบตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอก ซึ่งรวมถึงการทำงานในสถานที่ที่เป็นที่ตั้งของงานอีกด้วย

#### 11. ความเสี่ยงจากการที่บริษัทฯ ประกอบธุรกิจอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง

โดยทั่วไปแล้วธุรกิจหลักของบริษัทฯ ล้วนเป็นธุรกิจที่ได้รับการว่าจ้างจากลูกค้าเป็นรายโครงการ โดยบริษัทฯ ต้องเข้าร่วมประมูลงานร่วมกับบริษัทคู่แข่งอยู่เป็นประจำและมีการแข่งขันสูง บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับการว่าจ้างจากลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นลูกค้ารายเดิมและลูกค้ารายใหม่ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากแบบงานที่เสนอไปไม่เป็นที่พอใจของลูกค้า หรือการแข่งขันทางด้านราคาจากบริษัทคู่แข่ง ฯลฯ การที่บริษัทฯ ไม่ได้รับการว่าจ้างจากลูกค้าบ่อยครั้ง อาจส่งผลกระทบในทางลบต่อธุรกิจของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เชื่อว่าการมีทีมออกแบบที่มีประสบการณ์และความสามารถ สามารถสร้างสรรค์ผลงานได้ตรงตามแบบและสนองความต้องการของลูกค้าได้ การมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ส่งมอบงานที่มีคุณภาพและมาตรฐานให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เน้นการให้บริการที่เป็นกันเองและยืดหยุ่น จะทำให้บริษัทฯ มีข้อได้เปรียบการแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ได้เป็นอย่างดี

#### 12. ความเสี่ยงจากแผนธุรกิจของบริษัทฯ ไม่เป็นไปตามที่วางแผนไว้

บริษัทฯ ได้กำหนดแผนธุรกิจและกลยุทธ์การเติบโตของบริษัทฯ อาทิ การรองรับการขยายตัวของธุรกิจในประเทศไทย การลงทุนขยายโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ล้าลูกกาคลอง 6 การลงทุนขยายธุรกิจในประเทศเมียนมาร์ และการลงทุนในโรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11 ซึ่งความสำเร็จของแผนการเติบโตดังกล่าวมีความสำคัญต่อธุรกิจโดยรวมของบริษัทฯ หากแผนธุรกิจของบริษัทฯ ไม่เป็นไปตามที่วางแผนไว้ อาจส่งผลกระทบในทางลบต่อการดำเนินงาน และโอกาสทางธุรกิจของบริษัทฯ ได้

หากบริษัทฯ เชื่อว่าประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมานานกว่า 27 ปี และเป็นหนึ่งในผู้นำธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมาตลอด เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้การกำหนดแผนธุรกิจและการลงทุนของบริษัทฯ มีความเหมาะสมถี่ถ้วน และมีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนแผนงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทางธุรกิจในแต่ละช่วงเวลาได้

### 13. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทฯ มีการให้บริการแก่ลูกค้าต่างประเทศที่เข้ามาใช้บริการออกแบบและตกแต่งงานในประเทศไทย โดยในปี 2557 และ ปี 2558 บริษัทฯ มีรายได้จากการให้บริการที่เป็นเงินตราต่างประเทศร้อยละ 4.7 และร้อยละ 0.7 ของรายได้จากการให้บริการรวม ตามลำดับ ในขณะที่มีค่าใช้จ่ายที่เป็นเงินตราต่างประเทศ เช่น ค่าธรรมเนียมในการใช้เครื่องหมายการค้า ค่าวัสดุอุปกรณ์นำเข้า ค่าจ้างออกแบบ และรับเหมาช่วงระหว่างบริษัทฯ กับบริษัทในเครือ Kingsmen เป็นต้น โดยในปี 2557 และปี 2558 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายที่เป็นเงินตราต่างประเทศร้อยละ 9.0 และร้อยละ 1.3 ของรายได้จากการให้บริการรวม ตามลำดับ ซึ่งรายได้และค่าใช้จ่ายดังกล่าว ส่วนใหญ่เป็นเงินเหรียญสิงคโปร์ และเงินดอลลาร์สหรัฐ

ทั้งนี้ในปี 2556 – 2558 บริษัทฯ มีกำไร / (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยนจำนวน (0.3) ล้านบาท 2.0 ล้านบาท และ 0.5 ล้านบาท ตามลำดับ ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงได้กำหนดราคาในการให้บริการแก่ลูกค้าต่างประเทศนั้น ด้วยการรวมความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนไว้ในราคาคำนวณอัตรากำไรส่วนเพิ่ม (profit margin) ในระดับหนึ่งไว้ด้วย โดยบริษัทฯ มิได้ใช้ตราสารอนุพันธ์ทางการเงินเพื่อป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว

### 14. ความเสี่ยงจากการที่บริษัทฯ ไม่สามารถพัฒนาบุคลากรให้สามารถใช้เทคโนโลยีต่างๆ ได้ทัน

เนื่องจากเทคโนโลยีที่ใช้ในการออกแบบและการก่อสร้าง อาทิ กราฟฟิคดีไซน์ ระบบแสง สี และเสียงต่างๆ รวมถึงเทคโนโลยีที่ใช้ในการก่อสร้าง เช่น การติดตั้ง การแปรรูปหรือใช้งานวัสดุรุ่นใหม่ ล้วนแต่เป็นเทคโนโลยี ที่มีความซับซ้อน ผู้ใช้ต้องอาศัยความชำนาญและประสบการณ์ จึงจะสามารถนำเอาเทคโนโลยีในการออกแบบและก่อสร้างดังกล่าว ไปประยุกต์ใช้กับการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากบริษัทฯ ไม่สามารถพัฒนาบุคลากรให้สามารถใช้เทคโนโลยีต่างๆ ได้ทัน จะส่งผลให้บริษัทฯ ไม่สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่มีอยู่เพื่อมาประยุกต์ใช้กับงานที่บริษัทฯ ได้รับมา บริษัทฯ อาจสูญเสียความสามารถในการแข่งขันและฐานลูกค้าที่สำคัญได้ บริษัทฯ จึงมีนโยบายสนับสนุนให้บุคลากรของบริษัทฯ ได้เรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีสมัยใหม่อยู่เป็นประจำ นอกจากนี้ ยังได้รับการสนับสนุนจากบริษัทในเครือ Kingsmen ทำการฝึกอบรมบุคลากรของบริษัทในเครือทั่วโลกเป็นประจำทุกปี เพื่อให้เกิดการเรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมถึงกลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ สามารถว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก (Outsource) ได้ หากบริษัทฯ มีความจำเป็นในการใช้เทคโนโลยีที่บุคลากรของบริษัทฯ ไม่มีความชำนาญมากพอ เช่น เทคโนโลยีด้านแสง สี เสียง เป็นต้น

### 15. ความเสี่ยงจากการมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 2 กลุ่มถือหุ้นของบริษัทรวมกันเกินกว่าร้อยละ 50

กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ทั้ง 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มครอบครัวพิเศษสิทธิ์ ถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 46.0 และ Kingsmen Creatives Ltd. ถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 10.0 รวมถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 56.0 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด ทำให้กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ทั้ง 2 กลุ่ม สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทุกเรื่องที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น เว้นแต่เรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียงไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นๆ อาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องของผู้ถือหุ้นดังกล่าวเสนอให้ที่ประชุมพิจารณาได้

อย่างไรก็ตาม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ทั้ง 2 กลุ่ม ล้วนแต่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการบริหารงานธุรกิจของบริษัทฯ เป็นอย่างดี โดยนายชยวัฒน์ พิเศษสิทธิ์ เป็นผู้ริเริ่มและก่อตั้งบริษัทฯ เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในธุรกิจ มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจมาอย่างยาวนานกว่า 26 ปี เช่นเดียวกับ Kingsmen Creatives Ltd. ที่มีประสบการณ์และความชำนาญในธุรกิจมาอย่างยาวนานกว่า 39 ปี และมีเครือข่ายสำนักงานทั่วโลก ดังนั้น การเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของทั้ง 2 กลุ่ม จะเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริหารของบริษัทฯ บริหารงานเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น และช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และผู้เกี่ยวข้องอื่นที่มีผลประโยชน์ร่วมกับบริษัทต่อไปในอนาคต

## 4 .ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

## สินทรัพย์ถาวรหลักของบริษัทฯ

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้ \*\*\*update ข้อมูลเป็น 31 ธันวาคม 2558

รายการ	มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ที่ดินลำลูกกาคลอง 9 เนื้อที่ 11 ไร่ 2 งาน 59 ตารางวา	17.8	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	จดจำนองเป็นหลักทรัพย์ค้ำ ประกันเงินกู้กับสถาบันการเงิน ในวงเงินรวม 203.5 ล้านบาท
ส่วนปรับปรุงที่ดิน			
- ที่ดินลำลูกกาคลอง 9	0.2	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงาน ศาลายา	0.3	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร			
- สำนักงานใหญ่กรุงเทพกรีฑา	1.9	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงาน ศาลายา	2.6	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกา คลอง 6	3.6	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงาน คลอง 11	6.8	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	7.2	บริษัทฯ และบริษัท ย่อยเป็นเจ้าของ	ไม่มี
ยานพาหนะ	5.8	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพันตามสัญญาเช่าซื้อ บางส่วนจำนวน 1.5 ล้านบาท
วัสดุอุปกรณ์จัดงานแสดงสินค้า	3.2	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เครื่องจักร	17.8	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพันตามสัญญาเช่าซื้อ บางส่วนจำนวน 1.4 ล้านบาท
งานระหว่างก่อสร้าง	3.0	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
<b>รวม</b>	<b>70.2</b>		

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีต้นทุนอุปกรณ์รื้อการตัดบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 จำนวน 15.8 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.4 ของสินทรัพย์รวม ซึ่งเป็นผลมาจากบริษัทฯ ได้ทำสัญญาระยะยาวกับลูกค้ารายหนึ่งให้ออกแบบและผลิตบูธแสดงสินค้าที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้เป็นระยะเวลา 5 ปี สำหรับงาน Motor Expo และงาน Motor Show ซึ่งจะจัดในไตรมาส 4 และไตรมาส 1 ของทุกปี ตามลำดับ โดยบริษัทฯ จะทยอยรับรู้เป็นต้นทุนการให้บริการเมื่องานแล้วเสร็จ

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อย เป็นเจ้าของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ซึ่งมีมูลค่าสุทธิตามบัญชี จำนวน 3.6 ล้านบาท

สัญญาที่สำคัญของบริษัทฯ

1. สัญญาเช่าพื้นที่อาคารที่ตั้งสำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าพื้นที่อาคารซึ่งเป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงาน กรุงเทพมหานครจำนวน 2 ฉบับ โดยมีสาระสำคัญดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สินที่เช่า	อายุสัญญาเช่า	พื้นที่เช่า	ค่าเช่าและค่าบริการ	เงื่อนไขการต่ออายุ
บริษัท ชัมโก เซอร์วิส จำกัด	อาคาร 3 ชั้นเลขที่ 122/4 ถนนกรุงเทพมหานคร แขวง สะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ	3 ปี ตั้งแต่ 15 สิงหาคม 2557 ถึง 14 สิงหาคม 2560	1,712 ตารางเมตร	257,824 บาทต่อเดือนในปีที่ 1 และ 2 270,716 บาทต่อเดือนในปีที่ 3	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้อีก 3 ปี และผู้ให้เช่าสามารถปรับค่าเช่าและค่าบริการได้ไม่เกินร้อยละ 10
บริษัท ชัมโก เซอร์วิส จำกัด	อาคาร 3 ชั้นเลขที่ 122/5 ถนนกรุงเทพมหานคร แขวง สะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ	3 ปี ตั้งแต่ 1 พฤษภาคม 2558 ถึง 30 เมษายน 2561	1,712 ตารางเมตร	264,952 บาทต่อเดือนในปีที่ 1 และ 2 278,199 บาทต่อเดือนในปีที่ 3	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้อีก 3 ปี และผู้ให้เช่าสามารถปรับค่าเช่าและค่าบริการได้ไม่เกินร้อยละ 10

2. สัญญาเช่าโกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานศาลายา

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าที่ดินเพื่อใช้เป็นโกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานศาลายา โดยมีสาระสำคัญดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สินที่เช่า	อายุสัญญาเช่า	พื้นที่เช่า	ค่าเช่าและค่าบริการ	เงื่อนไขการต่ออายุ
นางอารียา พิเศษสิทธิ์	ที่ดินโฉนดเลขที่ 57537 ตำบลบางเตย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	10 ปี ตั้งแต่ 1 กุมภาพันธ์ 2558 ถึง 31 มกราคม 2568	5 ไร่	83,000 บาทต่อเดือนในปีที่ 1-3 91,300 บาทต่อเดือนในปีที่ 4-6 100,430 บาทต่อเดือนในปีที่ 7-9 111,075 บาทต่อเดือนในปีที่ 10	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้อีกคราวละ 10 ปีโดยบอกกล่าวต่อผู้ให้เช่าไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนสัญญาหมดอายุ

## 3. สัญญาฝากทรัพย์สินโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีสัญญาฝากทรัพย์สินอาคารโรงงานและที่ดินเพื่อใช้เป็นโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6 โดยมีสาระสำคัญดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สินที่เช่า	อายุสัญญาเช่า	พื้นที่เช่า	ค่าเช่าและค่าบริการ	เงื่อนไขการต่ออายุ
บริษัท กานต์กมล จำกัด	1. อาคารโรงงาน เลขที่ 9/3 2. อาคารโรงงาน เลขที่ 9/4 3. ที่ดิน เลขที่ 9/5 ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอ ลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี	3 ปี ตั้งแต่ 1 มกราคม 2558 ถึง 1 มกราคม 2561	1,920 ตาราง เมตร และที่ดิน 400 ตารางวา	200,000 บาท ต่อเดือน	ผู้ฝากสามารถ ขอต่ออายุสัญญา ได้อีก 3 ปี และ ผู้ให้เช่าคิดค่าเช่า เพิ่มร้อยละ 10

## 4. สัญญาเช่าและสัญญาจะซื้อจะขายที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้างจำนวน 2 ฉบับ และสัญญาจะซื้อจะขายที่ดินจำนวน 2 ฉบับ เพื่อใช้เป็นโรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11 ดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สินที่เช่า	อายุสัญญาเช่า	พื้นที่เช่า	ค่าเช่าและค่าบริการ	เงื่อนไขการต่ออายุ
บริษัท เอกสิน การ์เด็นโฮม จำกัด	ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เลขที่ 98/4 ตำบลบึง นารักษ์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ใน โครงการเอกสิน แพลทอรี	3 ปีตั้งแต่ 1 กันยายน 2558 ถึง 1 กันยายน 2561	1,632 ตาราง เมตร	125,000 บาท ต่อเดือน	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุ ได้อีก 3 ปี และผู้ให้เช่า คิดค่าเช่าเพิ่มไม่เกิน ร้อยละ 10
บริษัท เอกสิน การ์เด็นโฮม จำกัด	ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เลขที่ 98/5 ตำบลบึง นารักษ์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ใน โครงการเอกสิน แพลทอรี	3 ปีตั้งแต่ 1 กันยายน 2558 ถึง 1 กันยายน 2561	1,632 ตาราง เมตร	125,000 บาท ต่อเดือน	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุ ได้อีก 3 ปี และผู้ให้เช่า คิดค่าเช่าเพิ่มไม่เกิน ร้อยละ 10

อนึ่ง หากบริษัทฯ ประสงค์จะซื้อที่ดินและสิ่งปลูกสร้างดังกล่าวข้างต้น ผู้ให้เช่าตกลงขายที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในราคา 17.5 ล้านบาทต่อแปลง ภายในระยะเวลาไม่เกิน 10 กรกฎาคม 2559

นอกจากนี้ ณ วันที่ 10 กรกฎาคม 2558 บริษัทฯ ได้ลงนามซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างในโครงการเอกสิน แพลทอรี จำนวน 2 ฉบับ เนื้อที่รวม 700 ตารางวา ซึ่งตั้งอยู่ที่ 98/34-35 ตำบลบึงนารักษ์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ในราคารวม 31.8 ล้านบาท จากบริษัท เอกสิน การ์เด็นโฮม จำกัด โดยแบ่งเป็นเงินจองและเงินทำสัญญาจำนวนรวม 1.0 ล้านบาท เงินดาวน์จำนวนรวม 3.0 ล้านบาท ผ่อนจ่ายจำนวน 5 เดือน และส่วนที่เหลือชำระ ณ วันโอนกรรมสิทธิ์ ภายในเดือนมกราคม 2559

5. สัญญาเช่าสำนักงานของ Kingsmen Myanmar Company Limited

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าอาคารสำนักงานเพื่อใช้เป็นอาคารสำนักงานของ Kingsmen Myanmar Company Limited โดยมีสาระสำคัญดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สิน ที่เช่า	อายุสัญญาเช่า	พื้นที่เช่า	ค่าเช่าและ ค่าบริการ	เงื่อนไขการต่ออายุ
Ko Ni Aung Khaing Myint	อาคารสำนักงาน No.34 Theik Di Street, Ward No. 3. Mayangone Township, Yangon, Myanmar	3 ปีตั้งแต่ 1 ธันวาคม 2557 ถึง 30 พฤศจิกายน 2560	-	30,000 ดอลลาร์สหรัฐ ในปีที่ 1 33,000 ดอลลาร์สหรัฐ ในปีที่ 2 36,300 ดอลลาร์สหรัฐ ในปีที่ 3	ผู้เช่าสามารถขอต่อ อายุได้โดยตกลงกับ ผู้ให้เช่าไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนสัญญา หมดอายุ

สัญญาอนุญาตให้ใช้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้า (License Agreement)

บริษัทฯ ได้รับอนุญาตให้ใช้ “ชื่อทางการค้า” และ “เครื่องหมายการค้า” ภายใต้แบรนด์ “Kingsmen” ในการประกอบธุรกิจออกแบบ สร้าง และตกแต่งภายในงานแสดงสินค้า นิทรรศการ พิธีกรรม ร้านค้า สวนสนุก หรือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการตลาดทางเลือก (รวมเรียกว่า “ธุรกิจ”) แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยและประเทศเมียนมาร์จาก Kingsmen Creatives Ltd. ตามสัญญาอนุญาตให้ใช้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้า (License Agreement) ฉบับลงวันที่ 17 กรกฎาคม 2558 (“สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า”)

ภายใต้สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า Kingsmen Creatives Ltd. มีหน้าที่ให้ความช่วยเหลือบริษัทฯ ในด้านต่างๆ ซึ่งรวมถึงการให้คำแนะนำแก่บริษัทฯ ในการประกอบธุรกิจ และช่วยในการดำเนินการเพื่อให้บุคคลากรของบริษัทฯ ได้รับการอบรมทั้งในและต่างประเทศเพื่อพัฒนาฝีมือและศักยภาพของพนักงาน โดยบริษัทฯ ต้องจ่ายค่าสิทธิในการใช้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้าเป็นรายปีให้แก่ Kingsmen Creatives Ltd. ตามจำนวนที่ตกลงกันภายใต้สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า ซึ่งจะอยู่ในอัตราระหว่างร้อยละ 0.5-1.5 ของรายได้จากยอดขาย แต่ทั้งนี้ จะไม่เกิน 148,000 เหรียญสิงคโปร์ต่อปี ซึ่งค่าสิทธิดังกล่าวสามารถปรับขึ้นได้ทุกๆ 5 ปีตามที่คู่สัญญาจะได้ตกลงกัน แต่ทั้งนี้ จะไม่เกินกว่าร้อยละ 50 ของค่าสิทธิก่อนหน้านี้ นอกจากนี้ Kingsmen Creatives Ltd. ยังตกลงที่จะไม่ประกอบธุรกิจใดๆ อันจะเป็นการแข่งขันกับธุรกิจของบริษัทฯ ในประเทศไทยและประเทศเมียนมาร์ และในทางกลับกัน บริษัทฯ ได้ตกลงที่จะไม่ประกอบธุรกิจใดๆ อันจะเป็นการแข่งขันกับธุรกิจ ของ Kingsmen Creatives Ltd. ในประเทศสิงคโปร์ รวมถึงประเทศอื่นๆ ที่ Kingsmen Creatives Ltd. มีสำนักงานอยู่

ทั้งนี้ สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าเป็นสัญญาที่ไม่มีกำหนดระยะเวลา ซึ่งบริษัทฯ สามารถใช้แบรนด์ Kingsmen ในการประกอบธุรกิจ ของบริษัทฯ ได้จนกว่าสัญญาจะสิ้นสุดลง ซึ่งการสิ้นสุดของสัญญารวมถึงการที่บริษัทฯ หรือ Kingsmen Creatives Ltd. บอกลิขสัญญาโดยการต้องบอกกล่าวล่วงหน้าให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน ทั้งนี้ การที่ Kingsmen Creatives Ltd. มิได้เป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ จะไม่มีผลกระทบต่อสิทธิของบริษัทฯ ในการใช้แบรนด์ Kingsmen ภายใต้สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าในการประกอบธุรกิจ แต่อย่างใด

## สัญญาระหว่างผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ ได้เข้าทำสัญญาระหว่างผู้ถือหุ้น ฉบับลงวันที่ 17 กรกฎาคม 2558 กับ นายชยวัฒน์ พิเศษสิทธิ์ และ Kingsmen Creatives Ltd. ภายใต้สัญญาดังกล่าว Kingsmen Creatives Ltd. ตกลงที่จะไม่ขายหุ้นของบริษัทฯ ที่ตนถืออยู่ทั้งหมดจำนวน 150,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ณ วันที่ทำสัญญา) ให้แก่บุคคลภายนอก เว้นแต่ (ก) จะขายหุ้นดังกล่าวพร้อมกับการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (initial public offering: IPO) ของบริษัทฯ ในครั้งนี้ ภายใต้เงื่อนไขว่าการขายหุ้นดังกล่าวจะต้องไม่ทำให้ Kingsmen Creatives Ltd. ถือหุ้นในบริษัทฯ จนเหลือน้อยกว่าร้อยละ 10 ของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ หรือ (ข) จะเสนอขายหุ้นดังกล่าวให้แก่ นายชยวัฒน์ พิเศษสิทธิ์ ก่อน

ทั้งนี้ เนื่องจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2558 ของบริษัทฯ ซึ่งได้จัดขึ้นเมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2558 ได้มีมติอนุมัติการเปลี่ยนแปลงจำนวนหุ้นและมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ของบริษัทฯ โดยเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิมหุ้นละ 0.10 บาท เป็นหุ้นละ 0.50 บาท ซึ่งจะเป็นผลให้จำนวนหุ้นที่ Kingsmen Creatives Ltd. ถืออยู่ในบริษัทฯ ซึ่งติดข้อจำกัดการโอนหุ้นภายใต้สัญญาระหว่างผู้ถือหุ้นดังกล่าวลดลงเหลือจำนวน 30,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท อย่างไรก็ตาม การลดลงของจำนวนหุ้นดังกล่าวซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ของบริษัทฯ นั้น ไม่ส่งผลกระทบต่อสาระสำคัญของสัญญาระหว่างผู้ถือหุ้นนี้แต่อย่างใด

นอกจากนี้ Kingsmen Creatives Ltd. ยังมีสิทธิในการเสนอซื้อบุคคลเพื่อให้แต่งตั้งเป็นกรรมการของบริษัทฯ ได้ 1 ท่าน ซึ่งสิทธิดังกล่าวจะสิ้นสุดไปหากสัดส่วนการถือหุ้นของ Kingsmen Creatives Ltd. ในบริษัทฯ ต่ำกว่าร้อยละ 10

## การประกันภัยทรัพย์สิน

บริษัทฯ ได้ทำประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน ประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก และประกันภัยความรับผิดตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอก สำหรับสำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานศาลายา และโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกา คลอง 6 โดยมีจำนวนเงินเอาประกันภัยรวมทั้งสิ้น 272 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเภทกรรมธรรม์	บริษัทประกัน	สถานที่/ทรัพย์สิน ที่เอาประกันภัย	ทุนประกัน (ล้านบาท)	ระยะเวลา เอาประกัน	ผู้เอาประกันภัย
ประกันภัย ความเสี่ยงภัย ทรัพย์สิน <sup>1/2/</sup>	บริษัท ฟอลคอน ประกันภัย จำกัด (มหาชน)	- สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร เลขที่ 122/4 - สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร เลขที่ 122/5 - โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงาน ศาลายา	40.0 40.0 70.0	1 ก.ย. 2558 ถึง 1 ก.ย. 2559	บริษัท คิงส์เมน ซี.เอ็ม.ที.โอ. จำกัด (มหาชน)
ประกันภัย ธุรกิจหยุดชะงัก <sup>1/2/3/</sup>	บริษัท ฟอลคอน ประกันภัย จำกัด (มหาชน)	- สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร เลขที่ 122/4 - สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร เลขที่ 122/5 - โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงาน ศาลายา	รวม 30.0	1 ก.ย. 2558 ถึง 1 ก.ย. 2559	บริษัท คิงส์เมน ซี.เอ็ม.ที.โอ. จำกัด (มหาชน)

ประเภทกรรมธรรม์	บริษัทประกัน	สถานที่/ทรัพย์สิน ที่เอาประกันภัย	ทุนประกัน (ล้านบาท)	ระยะเวลา เอาประกัน	ผู้เอาประกันภัย
ประกันภัยความรับผิดตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอก <sup>1/2/</sup>	บริษัท ฟอลคอน ประกันภัย จำกัด (มหาชน)	- สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร เลขที่ 122/4 - สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร เลขที่ 122/5 - โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงาน ศาลายา - โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ ลำลูกกาคลอง 6 (9/3-4 ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัด ปทุมธานี) - สถานที่ที่เป็นที่ตั้งของงาน แสดงสินค้าในช่วงที่จัดงาน	รวม 10.0	1 ก.ย. 2558 ถึง 1 ก.ย. 2559	บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน)
ประกันภัยความ เสี่ยงภัยทรัพย์สิน และประกันภัยธุรกิจ หยุดชะงัก <sup>1/2/3/</sup>	บริษัท ฟอลคอน ประกันภัย จำกัด (มหาชน)	- โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ ลำลูกกาคลอง 6 (9/3-4 ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัด ปทุมธานี) โดยจำแนกเป็น 1. ประกันภัยความเสี่ยงภัย ทรัพย์สิน 2. ประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก	45.0  37.0	19 ก.พ. 2558 ถึง 19 ก.พ. 2559	บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน)
ประกันภัยความ เสี่ยงภัยทรัพย์สิน <sup>1/2/</sup>	บริษัท ฟอลคอน ประกันภัย จำกัด (มหาชน)	- โรงงานและสถานที่ผลิต ชิ้นงาน คลอง 11 (98/4,98/5 ตำบลบึงน้ำรักษ์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี) ในโครงการเอกสิน แฟคทอรี (98/34,98/35 ตำบลบึงน้ำรักษ์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี) ในโครงการเอกสิน แฟคทอรี	60.0	1 ก.ย. 2558 ถึง 1 ก.ย. 2559	บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน)

- หมายเหตุ: 1/ ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย ได้แก่ ตัวอาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร (ไม่รวมฐานราก) ระบบสาธารณูปโภคทุกชนิด เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์ และเครื่องมือเครื่องใช้ทุกชนิด เครื่องใช้สำนักงานและเครื่องคอมพิวเตอร์ทุกชนิด สต็อกทรัพย์สินทุกชนิด วัตถุดิบ สินค้าที่อยู่ในระหว่างการผลิต สินค้าสำเร็จรูป และทรัพย์สินอื่นทั้งหมดทุกชนิดที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ
- 2/ ความคุ้มครอง ครอบคลุม การเสี่ยงภัยทุกชนิด เช่น ไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยระเบิด ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยจากอากาศยาน รวมถึงภัยจากปัจจัยภายนอก ความสูญเสียหรือความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการโจรกรรม ชิงทรัพย์ ปล้นทรัพย์ นอกจากนี้ ความคุ้มครองยังครอบคลุม ความเสียหายที่เกิดจากน้ำท่วม ภัยลมพายุและแผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด คลื่นใต้น้ำหรือสึนามิ (จำกัดความรับผิดชอบสำหรับความเสียหายในส่วนหลัง)
- 3/ การประกันภัยธุรกิจหยุดชะงักครอบคลุมถึง การสูญเสียรายได้ที่เกิดขึ้นจากภาวะธุรกิจหยุดชะงัก อันเป็นผลสืบเนื่องจากความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อทรัพย์สินที่ได้เอาประกันภัยไว้

## เงินลงทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯมีเงินลงทุนใน 2 บริษัท โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	ทุนชำระแล้ว (บาท)	สัดส่วน เงินลงทุน (ร้อยละ)	ราคาทุน (บาท)	มูลค่าเงิน ลงทุนสุทธิ (บาท)
บริษัท ลานนา เอ็กซิบิท แอนด์ อีเวนท์ เอเจนซี จำกัด	โฆษณา ประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ธุรกิจ	1,000,000	16.0	160,000	0
บริษัท ยูเท็กซ์ เหนือ จำกัด	รับเหมางานระบบไฟฟ้า สำหรับงานแสดงสินค้า	1,100,000	12.7	140,000	0
รวม				300,000	

การลงทุนใน 2 บริษัทดังกล่าวข้างต้นนั้น บริษัทฯ ได้เข้าร่วมลงทุนกับบริษัทรับเหมาก่อสร้างและตกแต่งงานแสดงสินค้าอีกหลายราย เพื่อร่วมกันทำธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่ในอดีตที่ผ่านมา แต่อย่างไรก็ตาม บริษัททั้ง 2 บริษัทดังกล่าวข้างต้น มิได้มีการรวมทางธุรกิจที่มีนัยสำคัญแต่อย่างใด และบริษัทฯ ได้ตั้งค่าเผื่อการลดมูลค่าเงินลงทุนทั้งจำนวนแล้ว

ณ วันที่ 9 มกราคม 2558 บริษัทฯ ได้จัดตั้ง Kingsmen Myanmar Company Limited ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศพม่า โดยมีทุนจดทะเบียน 300,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ และมีทุนชำระแล้ว 50,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีวัตถุประสงค์ในการประกอบธุรกิจออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) ในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) และกิจกรรมการตลาด (Marketing events) ในอาณาเขตประเทศเมียนมาร์เป็นหลัก บริษัทฯ ถือหุ้นในคิงส์เมนเมียนมาร์ ร้อยละ 100

## นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัท คิงส์เมน ซี.เอ็ม.ที.โอ. จำกัด (มหาชน) มีนโยบายการลงทุนและบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยจะลงทุนในธุรกิจที่มีความเกี่ยวเนื่อง ใกล้เคียง หรือก่อให้เกิดประโยชน์และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัท เพื่อเสริมสร้างความมั่นคง และผลการดำเนินงานของบริษัท

ในการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้น บริษัทฯ จะส่งตัวแทนที่มีคุณสมบัติและประสบการณ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจที่บริษัทฯ เข้าลงทุน เข้ามาเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัทดังกล่าว โดยตัวแทนของบริษัทฯ ต้องปราศจากผลประโยชน์ขัดแย้งกับธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้น ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทสามารถควบคุมดูแลกิจการ และการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมได้เสมือนเป็นหน่วยงานหนึ่งของบริษัท โดยตัวแทนของบริษัทจะต้องบริหารจัดการธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้เป็นไปตามระเบียบและกฎเกณฑ์ ตามข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแทนที่ส่งไปนั้นให้เป็นไปตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ และ/หรือข้อตกลงร่วมกันในกรณีของบริษัทร่วม ซึ่งทางบริษัทจะติดตามผลประกอบการและผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมอย่างใกล้ชิด รวมถึงกำกับให้มีการจัดเก็บข้อมูลและบันทึกบัญชีของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้บริษัทตรวจสอบ

ทั้งนี้ การขออนุมัติในการลงทุนของบริษัทจะต้องเป็นไปตามกฎ ระเบียบ หรือกฎเกณฑ์ว่าด้วยการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ตามที่ได้ประกาศโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

## โครงการในอนาคต

### โครงการลงทุนขยายโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ล้าลูกกาคลอง 6

ธุรกิจหลักของบริษัทฯ ทั้งธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ งานพิธีภัณฑ์และสวนสนุก รวมถึงธุรกิจตกแต่งภายใน ล้วนแต่มีความจำเป็นในการใช้เฟอร์นิเจอร์ ไม่ว่าจะเป็นการใช้ประกอบการแสดงสินค้า นิทรรศการ ประดับตกแต่งบูธ การประกอบกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ รวมถึงใช้ในการตกแต่งภายในเพื่อความสวยงาม ทั้งนี้ เฟอร์นิเจอร์ที่บริษัทฯ นำมาใช้ในการให้บริการ แม้จะมีการใช้เฟอร์นิเจอร์แบบพื้นฐาน ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อยู่บ้าง เช่น ตู้กระจกสำหรับแสดงสินค้า โต๊ะ เก้าอี้สำหรับผู้เข้าชม แต่ส่วนใหญ่เฟอร์นิเจอร์ที่นำมาให้บริการมักมีลักษณะและการออกแบบที่แตกต่างกัน ตามแนวความคิดเฉพาะตัวของแต่ละงาน โดยเฉพาะงานจากลูกค้าที่ต้องการใช้เฟอร์นิเจอร์ลักษณะพิเศษที่ต้องสั่งทำ (Custom made)

ด้วยตระหนักถึงความต้องการของลูกค้า จึงมีโครงการขยายโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ชนิดสั่งทำ (Custom made) โดยใช้เครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีทันสมัย เพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้าโดยตรง โดยปัจจุบัน บริษัทฯ ผลิตเฟอร์นิเจอร์ชนิดสั่งทำ (Custom made) ที่โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ล้าลูกกาคลอง 6 ซึ่งตั้งอยู่ที่ 9/3-5 ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ซึ่งบริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าโรงงานดังกล่าว โดยมีพื้นที่เช่ารวม 1,920 ตารางเมตร และที่ดิน 400 ตารางวา และคาดว่าจะต้องใช้เงินลงทุนประมาณ 37 ล้านบาท ในการขยายและจัดซื้อเครื่องจักรเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตเฟอร์นิเจอร์ชนิดสั่งทำดังกล่าว ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ทำการลงทุนขยายโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ล้าลูกกาคลอง 6 ไปแล้วบางส่วน และมีแผนการในการลงทุนเพิ่มเติม โดยมีรายละเอียดดังนี้

บริษัทฯ หยอดลงทุนไปแล้วในช่วงปลายปี 2557 จนถึงปี 2558 ประมาณ 26.4 ล้านบาท โดยมีแหล่งเงินทุนเป็นเงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันทางการเงินและเงินทุนหมุนเวียนของบริษัทฯ โดยจำแนกเป็น

- 1) ลงทุนในเครื่องจักรสำหรับการผลิตชิ้นงานจำนวน 18.1 ล้านบาท
- 2) ค่าใช้จ่ายในการเช่าและปรับปรุงโรงงานจำนวน 6.2 ล้านบาท
- 3) ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 2.1 ล้านบาท

บริษัทฯ มีแผนการทยอยการลงทุนเพิ่มเติมภายในปี 2559 อีกประมาณ 10.6 ล้านบาท โดยมีแหล่งเงินทุนเป็นเงินลงทุนหมุนเวียนของบริษัทฯและ/หรือเงินที่ได้จากการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนในครั้งนี้อย่างจำแนกเป็น

- 1) ลงทุนในการเพิ่มประสิทธิภาพของเครื่องจักร (Upgrade) สำหรับการผลิตชิ้นงานจำนวน 6.9 ล้านบาท
- 2) ค่าใช้จ่ายในการเช่าโรงงาน จำนวน 3.0 ล้านบาท
- 3) ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 0.7 ล้านบาท

### โครงการลงทุนขยายธุรกิจในประเทศเมียนมาร์

บริษัทฯ เล็งเห็นช่องทางการเติบโตในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศใกล้เคียง โดยเฉพาะประเทศเมียนมาร์ ซึ่งมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงจากการเปิดประเทศไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้มีการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ การขยายตัวของห้างสรรพสินค้าในประเทศมากขึ้น ขณะเดียวกัน บริษัทฯ เชื่อมั่นว่ามีข้อได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งท้องถิ่น อาทิ การออกแบบที่โดดเด่น คุณภาพมาตรฐานของงาน รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีในการผลิตชิ้นงานที่ทันสมัย และการให้บริการอย่างเป็นกันเอง

ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้รับงานจากลูกค้าประเทศใกล้เคียงมากขึ้น และเล็งเห็นโอกาสในการขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจ จึงได้เปิดบริษัทในต่างประเทศเพื่อสามารถเข้าถึงลูกค้าโดยตรง โดยบริษัทฯ ได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในประเทศเมียนมาร์ ภายใต้แบรนด์ Kingsmen ตามสัญญาอนุญาตให้ใช้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้า (License Agreement) และเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2558 บริษัทฯ ได้จัดตั้ง Kingsmen Myanmar Company Limited ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศเมียนมาร์ โดยมีทุนจดทะเบียน 300,000 ดอลลาร์สหรัฐ และมีทุนชำระแล้ว 50,000 ดอลลาร์สหรัฐ ถือหุ้นร้อยละ 100 โดยบริษัท คิงส์เมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน) เพื่อดำเนินธุรกิจในประเทศเมียนมาร์ โดยมีสำนักงานตั้งอยู่ที่ No.34 Theik Di Street, Ward No. 3. Mayangone Township, Yangon, Myanmar

บริษัทฯ คาดว่าจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนจำนวนประมาณ 50 ล้านบาท ในการลงทุนในประเทศเมียนมาร์ ดังนี้

บริษัทฯ ทอยยลงทุนจนถึงปี 2558 ประมาณ 5.5 ล้านบาท โดยมีแหล่งเงินทุนเป็นเงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันทางการเงินและเงินทุนหมุนเวียนของบริษัทฯ แบ่งเป็น

- 1) เงินทุนหมุนเวียนจำนวน 3.8 ล้านบาท
- 2) ค่าใช้จ่ายในการเช่าอาคารสำนักงานจำนวน 0.8 ล้านบาท
- 3) ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 0.9 ล้านบาท

บริษัทฯ มีแผนการในการทอยยการลงทุนเพิ่มเติมภายในปี 2559-2560 อีกประมาณ 44.5 ล้านบาท โดยมีแหล่งเงินทุนหมุนเวียนของบริษัทและ/หรือเงินทุนเป็นเงินที่ได้จากการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนในครั้งนี้อย่างจำแนกเป็น

- 1) เงินทุนหมุนเวียนเพิ่มอีกจำนวน 31.2 ล้านบาท
- 2) ค่าใช้จ่ายในการเช่าอาคารสำนักงานจำนวน 2.7 ล้านบาท
- 3) ค่าใช้จ่ายในการเช่าโรงงานโกดังจำนวน 3.5 ล้านบาท
- 4) ลงทุนในอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ 5.6 ล้านบาท
- 5) ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 1.5 ล้านบาท

## โครงการลงทุนในโรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11

บริษัทฯ มีแผนที่จะลงทุนในโรงงานผลิตชิ้นงานใหม่ เพื่อรองรับการขยายตัวของกิจการในประเทศไทยระยะยาว โดยรวมการผลิตชิ้นงานสำหรับงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) การตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) และงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Park) ไว้ใกล้เคียงกันเพื่อสะดวกในการบริหารจัดการ

ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้ทำสัญญาจะซื้อจะขายโรงงาน 2 โรง มีเนื้อที่รวม 700 ตารางวา และได้ทำสัญญาเช่าโรงงาน 2 โรง มีพื้นที่รวม 3,264 ตารางเมตร ซึ่งตั้งอยู่ที่ 98/4-5, 34-35 ตำบลบึงนาราง อำเภอสว่างวีรจักร จังหวัดพิจิตร ในโครงการเอกสินแพคทอรี โดยโรงงาน 2 โรงที่บริษัทฯ จะซื้อนั้น จะใช้เป็นโรงงานผลิตชิ้นงานสำหรับงานตกแต่งภายใน ของฝ่ายตกแต่งภายใน 1 และ 2 และโรงงานอีก 2 โรงที่บริษัทฯ จะเช่านั้น จะใช้เป็นโรงงานผลิตชิ้นงานสำหรับงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) การตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) และงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Park) ของฝ่ายงานแสดงสินค้า พิพิธภัณฑ์ และกิจกรรมการตลาด

บริษัทฯ คาดว่าจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนประมาณ 110 ล้านบาท ในการจ่ายชำระค่าโรงงาน ตกแต่ง และจัดซื้ออุปกรณ์การผลิตชิ้นงาน ดังนี้

บริษัทฯ ทอยยลงทุนไปแล้วจนถึงปี 2558 จำนวนประมาณ 13.5 ล้านบาท โดยมีแหล่งเงินทุนเป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัทและ/หรือเงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันทางการเงินและเงินทุนหมุนเวียนของบริษัทฯ แบ่งเป็น

- 1) ค่าใช้จ่ายในการมัดจำซื้อที่ดินและโรงงาน 2 โรงสำหรับฝ่ายตกแต่งภายใน 2 จำนวน 2.2 ล้านบาท
- 2) ค่าใช้จ่ายเงินประกันและค่าเช่าโรงงาน 2 โรงสำหรับฝ่ายงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ การตลาดทางเลือก และงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก จำนวน 1.3 ล้านบาท
- 3) ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุง ตกแต่ง และต่อเติมอาคารโรงงานเช่า 2 โรงของฝ่ายงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ การตลาดทางเลือก และงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกจำนวน 10.0 ล้านบาท

บริษัทฯ ยังมีแผนในการทอยยการลงทุนเพิ่มเติมภายในปี 2559-2560 อีกประมาณ 96.5 ล้านบาท โดยมีแหล่งเงินทุนเป็นเงินที่ได้จากการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนในครั้งนี้อย่างจำแนกเป็น

- 1) ค่าใช้จ่ายในการโอนซื้อที่ดินและโรงงาน 2 โรงสำหรับฝ่ายตกแต่งภายใน 2 จำนวน 31.2 ล้านบาท
- 2) ค่าใช้จ่ายในการเช่าโรงงาน 2 โรงสำหรับฝ่ายงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ การตลาดทางเลือก และงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก รวมประมาณ 6.7 ล้านบาท
- 3) ลงทุนในเครื่องจักรสำหรับการผลิตชิ้นงานจำนวน 45.0 ล้านบาท
- 4) ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุง ตกแต่ง และต่อเติมอาคารโรงงานจำนวน 10.0 ล้านบาท
- 5) ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 3.6 ล้านบาท

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุด ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาทที่มีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่นๆ

### ข้อมูลบริษัท

บริษัท	:	บริษัท คิงส์เมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”)
ประเภทธุรกิจ	:	ให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) อย่างครบวงจร (One-Stop-Shop Solution) ในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) การตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) และงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Park)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	122/4 ถนนกรุงเทพกรีฑา แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10250
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107558000296
Home Page	:	www.kingsmen-cmti.com
โทรศัพท์	:	02-735-8000
โทรศัพท์ - นักลงทุนสัมพันธ์	:	02-735-8000 ต่อ 244
โทรสาร	:	02-735-8005

## นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์	:	02-229-2800
โทรสาร	:	02-359-1259

## ผู้สอบบัญชี

บริษัท	:	บริษัท เอเอสที มาสเตอร์ จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	790/12 อาคารทองหล่อทาวเวอร์ ซอยทองหล่อ 18 ถนนสุขุมวิท 55 แขวงคลองตัน เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์	:	02-714-8842 หรือ 02-185-0342
โทรสาร	:	02-185-0225

## ผู้ตรวจสอบภายใน

บริษัท	:	บริษัท สอบบัญชีธรรมนิติ จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	267/1 ถนนประชาราษฎร์ สาย 1 แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800
โทรศัพท์	:	02-587-8080
โทรสาร	:	02-586-0301

## ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท	:	บริษัท สำนักงานกฎหมาย แคปปิตอล จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 44 อาคารสมูทไลฟ์ ชั้นที่ 18 ถนนสาทรเหนือ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทรศัพท์	:	02-633-9088
โทรสาร	:	02-633-9089