

## ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

### 1.นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

#### ภาพรวมและนโยบายธุรกิจ

บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) เป็นหนึ่งในผู้นำในธุรกิจออกแบบ ตกแต่งและก่อสร้าง (Design & Build) อย่างบูรณาการ โดยสามารถจำแนกธุรกิจหลักของบริษัทออกเป็น 5 ประเภทดังนี้

- 1) ธุรกิจงานตกแต่งภายใน (Interiors)
- 2) ธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions)
- 3) ธุรกิจการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing)
- 4) ธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกแนวคิด (Thematic & Museums)
- 5) ธุรกิจงานสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม (Architecture & Engineering)

บริษัทฯ มีนโยบายในการให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ ด้วยพนักงานมืออาชีพสำหรับการออกแบบ การสร้างสรรค์งาน สำหรับงานแสดงสินค้าและงานกิจกรรมที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างมีมาตรฐานและเพื่อสร้างความพึงพอใจด้วยการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ ภายใต้หลักการดำเนินงาน “ยุติธรรมแบ่งปัน” และอยู่บนหลักจริยธรรม จรรยาบรรณทางธุรกิจ

บริษัทฯ มีผู้ร่วมทุนที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจคือ Kingsmen Creatives Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์ เป็นหนึ่งในบริษัทชั้นนำดำเนินธุรกิจออกแบบ ตกแต่งและสื่อสารการตลาดระดับโลก โดยปัจจุบัน Kingsmen Creatives Ltd. มี 20 สำนักงานใน 15 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และตะวันออกกลาง ทำให้บริษัทฯ สามารถเชื่อมโยง เข้าถึงลูกค้าในกลุ่ม Kingsmen และสามารถให้บริการแก่ลูกค้าที่แนะนำให้ระหว่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากขึ้น

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีบริษัทย่อยจำนวน 2 บริษัท ได้แก่

1. Kingsmen Myanmar Company Limited (“คิงส์แมนเมียนมาร์”) ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศเมียนมาร์
2. Kingsmen C.M.T.I. (Cambodia) Company Limited (“คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. แคมโบเดีย”) ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย ของประเทศกัมพูชา

โดยทั้ง 2 บริษัทมีวัตถุประสงค์ในการประกอบธุรกิจออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) ในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) กิจกรรมการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) งานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Thematic & Museums) และงานสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม (Architecture & Engineering) ในอาณาเขตประเทศเมียนมาร์และกัมพูชาเป็นหลัก ซึ่งบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 100

## วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมหลัก และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

- วิสัยทัศน์ :** บริษัทฯ ที่ได้รับความไว้วางใจ ในการให้บริการด้วยคุณภาพตามมาตรฐานสากล เพื่อสู่ความเป็นเลิศในระดับนานาชาติ
- พันธกิจ :** สร้างสรรค์งานบริการที่มีคุณภาพ โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อความพึงพอใจและประโยชน์สูงสุดของลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้ถือหุ้น
- ค่านิยมหลัก :** “ยุติธรรม แบ่งปัน”

## เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

- 1) ให้บริการอย่างบูรณาการและเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้าทั้งทางด้านการออกแบบ ตกแต่ง และผลิต สำหรับธุรกิจตกแต่งภายใน ธุรกิจการแสดงสินค้า ธุรกิจพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก ธุรกิจการตลาดทางเลือก และธุรกิจสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม ในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านที่มุ่งเป้าไว้
- 2) ขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจไปยังประเทศเพื่อนบ้าน
- 3) เป็นผู้ให้บริการที่ลูกค้าให้ความไว้วางใจในการทำงาน และใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

## ความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

- |         |  |
|---------|--|
| ปี 2532 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• บริษัทฯ ก่อตั้งขึ้นในนาม บริษัท ซี.เอ็ม.ที.โอ. จำกัด โดยครอบครัวนายชยวัฒน์ พิเศษสิทธิ์ ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท เพื่อเริ่มดำเนินธุรกิจออกแบบและผลิตงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions)</li> </ul>   |
| ปี 2534 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) สำหรับงาน Thailand International Motor Expo หนึ่งในงานแสดงยานยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และได้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการจนถึงปัจจุบัน</li> </ul>   |
| ปี 2538 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) สำหรับงาน Bangkok International Motor Show ซึ่งเป็นอีกหนึ่งงานแสดงยานยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และได้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการอย่างต่อเนื่องมากกว่า 5 ปี จนถึงปี 2542 และได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอนุมัติอย่างเป็นทางการ (Approved Contractor) จนถึงปัจจุบัน</li> </ul> |
| ปี 2543 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นหนึ่งในสี่ของผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงาน BOI Fair 2000 ซึ่งเป็นมหกรรมแสดงนิทรรศการที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประเทศไทย</li> </ul>   |
| ปี 2544 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) สำหรับงาน Money Expo ซึ่งเป็นงานมหกรรมการเงินการลงทุนที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประเทศ และได้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน</li> </ul>  |
| ปี 2545 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ร่วมทุนกับ Kingsmen Creatives Ltd. จากประเทศสิงคโปร์ หนึ่งในบริษัทชั้นนำในธุรกิจออกแบบ ตกแต่งและสื่อสารการตลาดระดับโลก</li> <li>• เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.โอ. จำกัด</li> </ul>   |

ปี 2547	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เริ่มธุรกิจให้บริการออกแบบและผลิตงานตกแต่งภายใน (Interiors)</li> <li>• ได้รับการแต่งตั้งเป็นผู้รับเหมอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงานประชุมระดับโลก International AIDS Conference จัดโดย World AIDS Association จากประเทศสวีเดน</li> </ul>
ปี 2548	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เริ่มธุรกิจให้บริการการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing)</li> </ul>
ปี 2553	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เริ่มธุรกิจให้บริการออกแบบและผลิตสำหรับงานพิพิธภัณฑ์ สวนสนุก (Thematic &amp; Museums) แนวคิดและศูนย์การเรียนรู้ (Learning Center)</li> </ul>
ปี 2554	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ได้รับการแต่งตั้งให้ดำเนินการออกแบบและผลิตงานตกแต่งภายในให้กับร้านขายสินค้า แบรินด์ชั้นนำ “Uniqlo” รวมกว่า 30 ร้านทั่วประเทศไทยมาอย่างต่อเนื่อง</li> </ul>
ปี 2555	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงานประชุมระดับโลก Rotary International Convention ซึ่งมีผู้เข้าร่วมประชุมกว่า 40,000 คน จัดโดย Rotary International และ Thai Rotary Districts Foundation</li> <li>• ได้รับการแต่งตั้งให้ดำเนินการออกแบบและผลิตงานตกแต่งภายในให้กับร้านค้าแบรนด์ชั้นนำ “Uniqlo” “Mango” “Cotton On” “Cath Kidston” “KPN” “Forever XXI” และพื้นที่ส่วนกลาง จำนวนรวมกว่า 7,000 ตารางเมตร ในศูนย์การค้าชั้นนำต่างๆ</li> </ul>
ปี 2556	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ได้รับการแต่งตั้งให้ดำเนินการออกแบบและผลิตงานตกแต่งภายในให้กับร้านค้าแบรนด์ชั้นนำของโลก “Polo” “Ralph Lauren” “Montblanc” “Piaget” “Victoria Secret” “Dior” “Mark &amp; Spencer” และ “Leica”</li> </ul>
ปี 2558	<ul style="list-style-type: none"> <li>• จัดตั้ง Kingsmen Myanmar Company Limited ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศเมียนมาร์ ในวันที่ 9 มกราคม 2558 มีทุนจดทะเบียน 300,000 ดอลลาร์สหรัฐ และ มีทุนชำระแล้ว 300,000 ดอลลาร์สหรัฐ บริษัทฯ ถือหุ้นในคิงส์แมนเมียนมาร์ ร้อยละ 100</li> <li>• วันที่ 1 กรกฎาคม 2558 ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด มีทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท</li> </ul>
ปี 2559	<ul style="list-style-type: none"> <li>• วันที่ 18 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ ได้นำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ (MAI) เป็นวันแรก</li> <li>• ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงาน Myanmar Build &amp; Decor 2016 เทรตแฟร์ ด้านการก่อสร้าง การตกแต่ง และเฟอร์นิเจอร์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศเมียนมาร์</li> <li>• ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงาน Myanmar Build &amp; Decor 2016 เทรตแฟร์ ด้านการก่อสร้าง การตกแต่ง และเฟอร์นิเจอร์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศเมียนมาร์</li> <li>• ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงาน ITU Telecom World 2016 ซึ่งเป็นงานมหกรรมด้านไอซีทีระดับโลก โดยมีผู้นำในแวดวงโทรคมนาคมกว่า 4,000 คน จากกว่า 100 ประเทศมาร่วมงาน</li> <li>• ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงาน Myanmar FoodBev and Myanmar Retail Expo 2016</li> </ul>

ปี 2560

- บริษัทได้มีการขยายโรงงานการผลิตไปที่ ลำลูกกา คลอง 6
- เริ่มให้บริการในการตกแต่งงานพื้นที่ส่วนกลางของห้างสรรพสินค้า อาคารสำนักงานและเอนกประสงค์ โรงแรมชั้นนำ สนามบิน ธนาคาร โรงพยาบาล เป็นต้น
- ขยายขอบเขตการให้บริการของบริษัท คือการให้บริการด้านงานสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม (Architecture & Engineering)
- บริษัทได้รับสัญญางานก่อสร้างและตกแต่งภายในให้กับร้านค้าปลีกสำหรับแบรนด์แฟชั่นชั้นนำระดับโลก “Ralph Lauren” พื้นที่รวม 70 ตารางเมตร ในสยามเรียบ ประเทศกัมพูชา
- ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาด้านงานสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม (Architecture & Engineering) คือ งานก่อสร้างปรับปรุง และอนุรักษ์ อาคารตึกแถวเก่า ณ ชุมชนเลื้อนฤทธิ์ สัมพันธวงศ์ กรุงเทพฯ
- ได้รับความไว้วางใจจากบริษัทชั้นนำ ให้ทำการออกแบบ ก่อสร้าง คูหาในงานแสดงสินค้า ที่จัดขึ้นต่างประเทศหลากหลายบริษัท อาทิ คูหาบริษัท L&E และ HAFELE ณ งาน Myanmar Build & Decor 2017 ประเทศเมียนมาร์ และคูหาบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ ณ งาน Top Thai Brand 2017 ประเทศจีน
- ได้รับงานออกแบบ ก่อสร้างและบริหารจัดการศูนย์การเรียนรู้ (Learning Center) ให้แก่ Kohler บริษัทจำหน่ายสุขภัณฑ์ชั้นนำระดับโลก
- ได้รับงานปรับปรุงส่วนตกแต่งภายในของห้องพักผ่อนโดยสารต่างประเทศ TG Lounge ณ สนามบินนานาชาติภูเก็ต
- ได้รับงานตกแต่งภายใน Rosewood Hotel โรงแรมหรูระดับ 6 ดาว ณ ใจกลางเมืองกรุงเทพฯ
- บริษัทฯ ริเริ่มจัดกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) เป็นครั้งแรก ภายใต้ชื่องานว่า K Forum 2017 ให้แก่ลูกค้า คู่ค้าของบริษัท เข้าร่วมรับฟังข้อมูล ข่าวสารธุรกิจและเศรษฐกิจ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย
- ได้รับรางวัลยอดเยี่ยมด้านการออกแบบ ก่อสร้าง คูหาภายในงาน Money Expo Bangkok 2017 ธนาคาร CIMB Thai และรางวัลดีเด่น คูหา บมจ. ช. การช่าง, ETDA และธนาคาร Citibank
- จัดตั้ง Kingsmen C.M.T.I. (Cambodia) Company Limited ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศกัมพูชา มีทุนจดทะเบียน 300,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ สำนักงานตั้งอยู่ที่เขต Sen Sok ในพนมเปญ บริษัทฯ ถือหุ้นในกัมพูชา ร้อยละ 100
- บริษัทฯ มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร โดยนายประวิทย์ ศรีบัณฑิตมงคล เข้ามาดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ซึ่งเป็นตำแหน่งผู้บริหารสูงสุดของบริษัท และนายชยวัฒน์ พิเศษสิทธิ์ ดำรงตำแหน่งที่ปรึกษาบริษัทและประธานกรรมการต่อไป

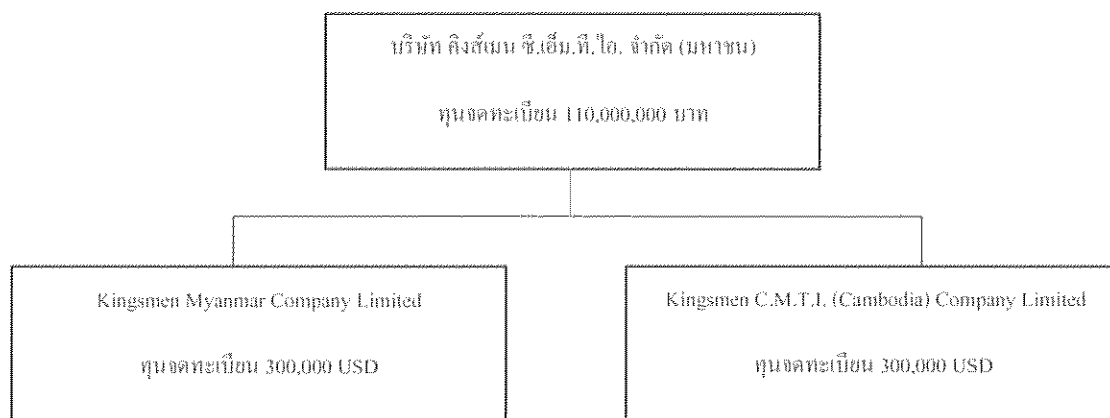
#### รางวัลและมาตรฐานต่างๆ ที่ได้รับ

- |         |  |
|---------|--|
| ปี 2546 | ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 : 2000 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านคุณภาพในส่วนของการออกแบบและติดตั้งคูหาสำหรับงานนิทรรศการ |
| ปี 2549 | ได้รับรางวัลจรรยาบรรณดีเด่นของชมรมจรรยาบรรณหอการค้าไทยปี 2549  |

- ปี 2552 ได้รับรางวัลชมเชยในการออกแบบ Kids World ที่โรงแรมแมริออท ชะอำ ของ A.R.E. design Awards ที่ Las Vegas, USA
- ได้รับรางวัลสุดยอดในการออกแบบร้านค้า (Excellence in Store Design) ของ Marks & Spencer International ที่ประเทศอังกฤษ
  - ได้รับรางวัลธรรมาภิบาลดีเด่น ของสถาบันปว้ย อิงภากรณ์ ร่วมกับสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสมาคมธนาคารไทย
- ปี 2553 ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2008 ต่อเนื่องซึ่งเป็นมาตรฐานด้านคุณภาพในส่วนของการออกแบบและติดตั้งคูหาสำหรับงานนิทรรศการ
- ปี 2555 เข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์กรภาคีสีเขียว เพื่อร่วมส่งเสริมการประกอบธุรกิจของภาคเอกชนให้ยึดหลักการบริหารกิจการอย่างมีหลักบรรษัทภิบาล โดยสำนักงานชุดความดีแห่งประเทศไทย
- เข้าร่วมเป็นสมาชิกดาวพิเศษ ซึ่งเป็นโครงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยสมาคมสร้างสรรค์ไทย
- ปี 2556 ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 20121 ซึ่งเป็นมาตรฐานการจัดการกิจกรรมอย่างยั่งยืน (Event Sustainability Management System) สำหรับการวางแผนและส่งเสริมงานส่วนกลางงาน Money Expo
- ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านจริยธรรมการจ้างงานของผู้ประกอบการทางการค้า จาก SEDEX ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลจากประเทศอังกฤษ
- ปี 2557 ได้รับรางวัลชมเชยองค์กรโปร่งใส ของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (NAC)
- ปี 2558 ได้รับประกาศนียบัตร โปรแกรมการตรวจประเมินสภาพสถานประกอบการ การรับรองมาตรฐานสถานประกอบการที่ถูกต้องตามหลักชีวอนามัย (Workplace Conditions Assessment: WCA) จาก Intertek ตอกย้ำถึงการดำเนินงานที่ได้มาตรฐานสากล ได้รับการยอมรับจากองค์กรระดับโลก
- ปี 2559
- ได้รับการรับรองจากธนาคารกสิกรไทยในการเข้าร่วมกิจกรรมโครงการอาคารสีเขียว ตามข้อกำหนด Leadership in Energy and Environmental Design (LEED) ของสภาอาคารเขียวแห่งประเทศไทย
  - บริษัทได้รับ รางวัล Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2016 ระดับดีมาก หรือ 4 ดาว จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors: IOD)
  - บริษัทได้รับรางวัลบรรษัทภิบาลดีเด่น ประจำปี 2559 (CG Awards 2016) ของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) ร่วมกับคณะกรรมการส่งเสริมจรรยาบรรณและต่อต้านคอร์รัปชันหอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ซึ่งยกย่องผู้ประกอบการทั่วไป ที่มีแนวทางในการประกอบธุรกิจการค้าด้วยหลักบรรษัทภิบาล ในส่วนของการเปิดเผยข้อมูลความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และรักษาความสุจริต
- ปี 2560
- วันที่ 28 มิถุนายน 2560 บริษัทฯ ได้รับใบประกาศนียบัตรผู้ผ่านกระบวนการรับรองและเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริตอย่างสมบูรณ์จากแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านคอร์รัปชัน (CAC)
  - บริษัทฯได้รับเกียรติบัตรรับรองว่าเป็น “อุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 2 ปฏิบัติการสีเขียว” จากการดำเนินกิจกรรมเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้สำเร็จตามมุ่งมั่นที่ตั้งใจ จากกระทรวงอุตสาหกรรม

## โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.โอ. จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อย 2 บริษัท คือ Kingsmen Myanmar Company Limited (“คิงส์แมนเมียนมาร์”) ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศเมียนมาร์ และ Kingsmen C.M.T.I. ๒ (Cambodia) Company Limited (“คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.โอ. แคมโบเดีย”) ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศกัมพูชา เพื่อประกอบธุรกิจออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) ในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) และกิจกรรมการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) โดยบริษัทฯ ถือหุ้นในบริษัทย่อยทั้ง 2 แห่ง ร้อยละ 100 และมีโครงสร้างการถือหุ้นแสดงดังแผนภาพต่อไปนี้



## ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

กลุ่มบริษัทได้มีการพึ่งพิง ร่วมธุรกิจกับ Kingsmen Creatives Ltd. ซึ่งเป็นผู้ร่วมทุนจากประเทศสิงคโปร์และเป็นหนึ่งในผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ที่ช่วยให้กลุ่มบริษัทสามารถเชื่อมโยงเข้าสู่ลูกค้าในระดับสากลของกลุ่ม Kingsmen Creatives Ltd. และสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมตลาดมากขึ้น

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย จำแนกตามประเภทการให้บริการ ตามงบการเงินรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 ถึง 2559 และ 2560 มีรายละเอียดดังนี้

	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ธุรกิจงานตกแต่งภายใน (Interiors)	475.4	49.9	651.6	55.3	538.3	46.9
ธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions)	391.6	41.1	429.7	36.4	392.9	34.2
ธุรกิจการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing)	73.0	7.7	87.5	7.4	202.0	17.6
ธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกแนวคิด (Thematic Park & Museums)	12.3	1.3	10.4	0.9	14.8	1.3
<b>รวมรายได้จากการให้บริการ</b>	<b>952.3</b>	<b>100</b>	<b>1,179.2</b>	<b>100</b>	<b>1,148</b>	<b>100</b>

### ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) อย่างครบวงจร (Integration) ในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) การตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) งานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกแนวคิด (Thematic & Museums) และงานสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม (Architecture & Engineering) โดยมีลักษณะการให้บริการดังนี้

1) งานตกแต่งภายใน (Interiors) ถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ขายสินค้าและบริษัทนำมาใช้ เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ของตราสัญลักษณ์ของสินค้าและบริษัท รวมทั้งดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้เข้ามาในร้านมากขึ้น ซึ่งบริษัทฯ ให้บริการในการตกแต่งภายใน (Interiors) ครบวงจร โดยดำเนินการออกแบบ ผลิตและติดตั้งงานตกแต่งภายในทั้งหมด รวมไปถึงการจัดหาอุปกรณ์ตกแต่งภายใน และเฟอร์นิเจอร์ เพื่อให้เข้ากับภาพลักษณ์ของแบรนด์สินค้าและบริษัท โดยเน้นกลุ่มผู้ขายสินค้าและบริษัทที่อยู่ในตลาดระดับกลางถึงบน ซึ่งมีแผนการขยายสาขาจำนวนมากและเป็นแบรนด์ชั้นนำระดับโลก ในธุรกิจร้านค้าปลีก ร้านอาหาร และสำนักงาน

### ผลงานสำคัญในปี 2560 ของบริษัทฯ

- ตกแต่งภายใน ห้องพัก พื้นที่ส่วนกลาง และภัตตาคาร ในโรงแรม Rosewood Hotel เฟลิจิตี
- ตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลาง Century Movie Plaza อ่อนนุช
- ตกแต่งภายในอาคารสำนักงานใหญ่ ศรีสวัสดิ์ พาวเวอร์

- ตกแต่งภายในร้าน PAUL, Siam Paragon, Central World & the Emporium กรุงเทพฯ
- ปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลาง Central Plaza พระราม 3
- ปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลาง Central Festival ภูเก็ต
- ตกแต่งภายในงานโรงแรม Sleep Box ทำอากาศยานนานาชาติดอนเมือง
- ตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลาง Central Plaza มหาชัย
- ตกแต่งภายในร้าน Tumt ที่ Central Plaza ชิดลม
- ตกแต่งภายในธนาคารธนชาต สาขาห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง และ Siam Paragon
- ตกแต่งภายใน BMW Showroom เชียงใหม่ เชียงราย และ ระยอง
- ปรับปรุงและตกแต่งภายใน ห้องรับรองผู้โดยสารต่างประเทศของสายการบินไทย ทำอากาศยานนานาชาติภูเก็ต
- ปรับปรุงและตกแต่งภายในร้าน True Branding Shop ที่สยามพารากอน
- ตกแต่งภายใน ศูนย์วิจัยและพัฒนานวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน (RISC) กรุงเทพฯ

ผลงานที่สำคัญในปี 2560 ของ Kinsmen Myanmar

- ตกแต่งภายใน BreadTalk, Junction City, Yangon, Myanmar
- ตกแต่งภายใน Café Amazon, Myanmar
- ตกแต่งภายใน Estee Lauder Shop, Junction City, Yangon, Myanmar

2) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ งานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกแนวคิด การตลาดทางเลือก และงานสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม (Exhibitions, Thematic & Museums, Alternative Marketing and Architecture & Engineering or EMAI)

2.1) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายสินค้าสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้โดยตรง โดยผู้บริโภคหรือผู้ชมงานสามารถสัมผัสตัวสินค้า ชมการสาธิต และสอบถามข้อมูลจากผู้ผลิตหรือผู้ขายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งบริษัทฯ มีขอบเขตการให้บริการในธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ แบ่งเป็น 2 ประเภทดังนี้

2.1.1) ให้บริการแก่ออกงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitors) บริษัทฯ ให้บริการในการเป็นผู้รับเหมา (Service Provider) อย่างครบวงจร แก่ออกงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ตั้งแต่การวางแผนแนวคิด ออกแบบ ผลิต และติดตั้งคูหาแสดงสินค้า ตลอดจนการบริหารจัดการคูหาแสดงสินค้าในระหว่างการจัดงาน

2.1.2) ให้บริการแก่ออกงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Organizers) บริษัทฯ ให้บริการในการเป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) และครบวงจร แก่ออกงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ตั้งแต่การวางแผนงาน (Floor Plan) ออกแบบ ผลิตและติดตั้งงานส่วนกลาง เช่น คูหามาตรฐาน (Standard Booth) ซุ้มทางเข้างาน เวที ป้ายบอกทาง และส่วนตกแต่งอื่นของงาน รวมไปถึงบริการอื่นๆ เช่น งานระบบไฟฟ้า และการให้เช่าเฟอร์นิเจอร์

ผลงานสำคัญในปี 2560 ของบริษัทฯ

Bangkok International Motor Show 2017 & Thailand International Motor Expo 2017



- BMW
- BMW Motorrad
- MINI
- Nissan
- Aston Martin
- Rolls Royce
- Maserati
- TATA
- Jaguar Land Rover

#### VIV Asia 2017

- Tecnessenze
- Woogen
- Ceresco
- Silvachimica S.r.l.
- Hatchtech
- Dox-AI
- Facncom

#### Money Expo 2017

- Citibank
- CIMB Thai
- Umay+
- CK Group
- BKI
- กรมธนารักษ์

#### Defense & Security 2017

- USA Pavilion
- Lockheed Martin
- TKMS
- Terma
- Tyco Electronics Singapore
- KAI
- RV Connex
- Kallman Worldwide

2.2) ธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกแนวคิด (Thematic & Museums) ถือเป็นส่วนหนึ่งในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมความรู้ เพื่อให้ผู้เข้าชมงานได้รับความรู้และความเข้าใจในเนื้อหาของโครงการนั้นๆ โดยจะอยู่ในรูปของศูนย์การเรียนรู้ (Learning Center) และพิพิธภัณฑ์ (Museums) ส่วนงานสวนสนุกแนวคิด (Thematic Park) คือ สถานที่ที่มีเรื่องราวตามหัวข้อหลักที่กำหนด อาจจะเป็นสถานที่ให้ความรู้ หรือความสนุก ขึ้นอยู่กับรูปแบบของโครงการนั้นๆ อาทิ สวนสนุก สวนน้ำ เป็นต้น บริษัทฯ ให้บริการอย่างครบวงจรแก่เจ้าของโครงการ โดยดำเนินการวางแผนแนวคิดของโครงการ ออกแบบ และผลิตโครงการ ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของโครงการ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้บริการในการบริหารจัดการโครงการ ออกแบบพัฒนาเนื้อหา ออกแบบสื่อภาพและเสียง ออกแบบสภาพแวดล้อม และออกแบบกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้เข้าชมงานได้เรียนรู้และเข้าใจเนื้อหาที่จัดแสดงมากยิ่งขึ้น บริษัทฯ มีบริการในการบริหารและดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์และศูนย์การเรียนรู้ภายหลังการเปิดโครงการ เพื่อให้ผู้เข้าชมงานอย่างต่อเนื่อง

ผลงานสำคัญปี 2560 ของบริษัทฯ

- ศูนย์การเรียนรู้ Kohler's Factory Centre (Kohler's Museum of Sanitary ware) จังหวัดสระบุรี
- นิทรรศการกิจการธนบัตร ณ โรงพิมพ์ธนบัตร ธนาคารแห่งประเทศไทย
- ศูนย์เรียนรู้วัฒนธรรมยานยนต์ไฟฟ้า

2.3) ธุรกิจการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) แบ่งการให้บริการเป็น 2 ประเภทดังนี้

2.3.1) ให้บริการบริหารจัดการกิจกรรมทางการตลาด (Event Management) สำหรับกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Event) เป็นการประชาสัมพันธ์รูปแบบหนึ่งที่แตกต่างจากงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ เนื่องจาก เป็นการสื่อสารทางการตลาดของเจ้าของสินค้าเพียงรายใดรายหนึ่งเท่านั้น และมีวัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่หลากหลาย เช่น การส่งเสริมการขายสินค้า การนำเสนอสินค้าใหม่ หรือการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริโภค ทั้งนี้จะจัดเป็นงานระยะเวลาสั้นๆ ในสถานที่ที่หลากหลาย ตามแต่วัตถุประสงค์ของงานและลูกค้า เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงแรม เป็นต้น บางกรณีอาจมีการจัดงานแบบต่อเนื่อง โดยเปลี่ยนสถานที่จัดไปตามสถานที่และจังหวัดต่างๆ ซึ่งนับเป็นการทำการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ทั้งนี้บริษัทฯ ให้บริการในการเป็นผู้จัดกิจกรรมทางการตลาด (Event Organizer) อย่างครบวงจร ทั้งวางแผนแนวคิด ออกแบบ ผลิตและติดตั้งกิจกรรม การบริหารการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่จะมีขึ้นทั้งหมด รวมถึงการหาสถานที่จัดงาน การสรรหาผู้เข้าชมงาน การวางแผนโฆษณากิจกรรมก่อนการออกงาน และการวิเคราะห์ข้อมูลผู้เข้าชมงาน ส่วนกลุ่มลูกค้า ส่วนใหญ่จะอยู่ในธุรกิจยานยนต์และธุรกิจการเงิน

ผลงานสำคัญในปี 2560 ของบริษัทฯ

- The All-New BMW 5 Series Exclusive Preview ที่ดิเอ็มโพวเวอร์ กรุงเทพมหานคร
- Grand Opening Ceremony, Motor Expo 2017 ที่อิมแพค ชาเลนเจอร์ เมืองทองธานี
- The All-New Nissan Note ที่ GMM LIVE HOUSE กรุงเทพมหานคร
- GPX Battle of Custom Contest 2017 ที่อิมแพค เมืองทองธานี
- MAI Forum ที่เซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพมหานคร
- Kids Charity ที่เซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพมหานคร
- Launching K+ Application กลยุทธ์ไทยสำนักงานใหญ่
- The All-New BMW 5 Series (G30) Press Drive 2017 เชียงใหม่
- The All-New MINI Countryman (F60) Press Drive & Test Drive 2017 หัวหิน

- CIMB Asean Day ที่หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร
- MINI Roadshow ที่จังหวัดเชียงใหม่ และ พิษณุโลก

2.3.2) ให้บริการในการบริหารจัดการงานแสดงสินค้าและนิทรรศการด้วยการเป็นผู้บริหารจัดการงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Show Manager) อย่างครบวงจร แก่เจ้าของงานนั้นๆ โดยวางแผนคิดของงาน การสรรหาผู้ออกงาน (Exhibitors) การขายพื้นที่แสดงในงาน การสรรหาผู้เข้าชมงาน การจัดสัมมนาในงาน การหาวิทยากรและผู้เข้าร่วมสัมมนา การวางแผนด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์งาน รวมถึงการบริหารด้านปฏิบัติการในภาพรวมทั้งหมด

2.4) งานสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม (Architecture & Engineering) ให้บริการรับเหมาก่อสร้างงานสถาปัตยกรรม และวิศวกรรมที่เกี่ยวข้อง พร้อมให้คำปรึกษาด้านการก่อสร้างให้เป็นไปตามหลักการก่อสร้างและกฎหมายอาคารต่างๆ ตั้งแต่รากฐานอาคารไปจนถึงสถาปัตยกรรมภายใน โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานความคุ้มค่าของลูกค้าเป็นสำคัญ

ผลงานสำคัญในปี 2560 ของบริษัทฯ

- งานสถาปัตยกรรมบูรณะโครงสร้าง ชุมชนเลื่อนฤทธิ์ เขาวราช กรุงเทพมหานคร
- งานดีไซน์จราจรและติดตั้งกันชน อาคารจอดรถดีเพอร์ซิอุส กรุงเทพมหานคร

## การตลาดและการแข่งขัน

### 2.1.1 นโยบายทางการตลาด

บริษัทฯ ให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) อย่างครบวงจร โดยมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญดังนี้

- การวิจัยและออกแบบที่สร้างสรรค์และตรงตามความต้องการของลูกค้า

ถือเป็นส่วนสำคัญที่สุดของงาน และเป็นพื้นฐานของงานทั้งหมด ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีการวิจัยเป็นลำดับแรกเพื่อให้เข้าใจลูกค้า และนำมาใช้ออกแบบในเชิงสร้างสรรค์ และมีความแตกต่าง เพื่อให้งานมีความโดดเด่น และเป็นที่น่าสนใจแก่ลูกค้า ทั้งยังตรงตามวัตถุประสงค์และความต้องการของลูกค้า สามารถใช้งานได้จริง นอกจากนี้ ยังออกแบบงานโดยพิจารณาถึงงบประมาณของลูกค้า โดยเลือกใช้วัสดุที่คุ้มค่าในการลงทุน และสามารถปรับปรุงนำมาใช้ใหม่ได้ เพื่อลดการสิ้นเปลือง ประหยัดพลังงาน และรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทฯ มีกลุ่มนักออกแบบที่มีประสบการณ์กว่า 40 คนที่พร้อมให้บริการแก่ลูกค้า นอกจากนี้เรายังมีโครงการขยาย Design Studio เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเฉพาะงานออกแบบ และสามารถพัฒนาไปเป็นนักออกแบบผลิตภัณฑ์และนักออกแบบกราฟฟิคในอนาคตอีกด้วย

- การมีมาตรฐานและคุณภาพของงานในระดับสากล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพของงานที่ตรงตามรายละเอียดในแบบงาน และส่งมอบงานตามความต้องการของลูกค้า โดยกลุ่มงานของบริษัทฯ จะทำการควบคุมตรวจสอบคุณภาพของงานในทุกขั้นตอนตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการติดตั้ง เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดของงาน และทำให้บริษัทฯ สามารถส่งมอบงานได้ก่อนเวลาและเป็นที่พอใจของลูกค้า ทั้งนี้บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2000 ในปี 2546 และ ISO 9001:2008 ในปี 2553 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านคุณภาพในส่วนของการออกแบบและติดตั้งคูหาสำหรับงานนิทรรศการ รวมถึงมาตรฐาน ISO20121 ในปี 2556 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านการจัดการกิจกรรมอย่างยั่งยืน (Event Sustainability Management System) และมาตรฐาน SEDEX ในปี 2556 ซึ่งเป็นมาตรฐานทางด้านจริยธรรมการจ้างงานของผู้ประกอบการจากประเทศอังกฤษ ในปี 2558 ได้รับการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการที่ถูกต้องตามหลักชีวอนามัย (WCA) และในปี 2559 บริษัทได้รับการรับรองการเข้าร่วมกิจกรรมโครงการอาคารสีเขียว ตามข้อกำหนด Leadership in Energy and

Environmental Design (LEED) ของสภาอาคารเขียวแห่งประเทศไทย และรางวัลบริษัทภิบาลดีเด่น ประจำปี 2559 (CG Awards 2016) และได้รับผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) อยู่ในระดับดีมากหรือ 4 ดาว จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

- กลุ่มงานมีความเป็นมืออาชีพ และพร้อมด้วยประสบการณ์

บริษัทฯ เน้นการสร้างกลุ่มงานและระบบงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้า และรองรับการขยายตัวของงานได้อย่างต่อเนื่องและสามารถคงมาตรฐานและคุณภาพของงานให้อยู่ในระดับสูงได้ โดยบริษัทฯ จัดให้มีโครงสร้างในการบริหารจัดการในแต่ละงาน ซึ่งประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ ทีมบริหารโครงการ ทีมออกแบบ และทีมผลิต ที่ความเป็นมืออาชีพและมีประสบการณ์สูง และมีการแบ่งขอบเขตและความรับผิดชอบระหว่างทีมงานที่ชัดเจน

- การให้บริการที่ดีของกลุ่มงาน

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

- การให้บริการอย่างครบวงจร

บริษัทฯ สามารถให้บริการออกแบบ ตกแต่งงาน (Design & Build) และการบริการอื่นอย่างครบวงจรในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) งานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกแนวคิด (Thematic Park & Museums) และการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) ตั้งแต่การวางแผนแนวคิด การออกแบบ การผลิต และติดตั้งงานทั้งหมด รวมไปถึงการจัดการอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับงาน ทั้งที่เป็นงานพื้นฐานก่อสร้าง เช่น งานโครงสร้าง งานพื้น งานไม้ และงานเหล็ก เป็นต้น

- การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย เช่น ชุมชนหรือสังคมโดยรอบ ลูกค้า ผู้รับเหมาช่วง ผู้จำหน่ายวัสดุ รวมถึงพนักงานของบริษัทฯ โดยมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อสร้างพันธมิตรและเครือข่ายทางธุรกิจให้กว้างขวางขึ้น ส่งผลให้บริษัทฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายเติบโตไปพร้อมๆ กัน

## นโยบายการกำหนดราคา

บริษัทฯ มีนโยบายกำหนดราคาให้บริการจากต้นทุนการให้บริการ บวกอัตรากำไรเบื้องต้น (gross profit) ในอัตราที่เหมาะสมสามารถเปรียบเทียบกับคู่แข่งในระดับเดียวกัน และอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้ โดยกำไรเบื้องต้นนั้นจะพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ อาทิ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความซับซ้อนในการออกแบบ ความยากง่ายในการผลิตงาน และความเสี่ยงของงาน เป็นต้น ทั้งนี้บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการตัดราคากับคู่แข่งรายอื่น หากบริษัทฯ มีนโยบายทางการตลาดในระยะยาว โดยพิจารณาราคาที่เหมาะสมกับลูกค้าเป็นรายไป หรือกรณีงานที่ได้รับมีปริมาณงานสูง มีความต่อเนื่องในระยะยาว และสามารถนำไปสู่งานอื่นๆ ในอนาคตได้

## ลักษณะลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าชั้นนำระดับนานาชาติจากต่างประเทศและในประเทศที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีศักยภาพทางการแข่งขันสูงในตลาดโลก มีนโยบายในการทำการตลาดที่ต่อเนื่อง มีแผนการตลาดในการกระตุ้นยอดขายสม่ำเสมอ และมีการขยายตัวของพื้นที่ค้าปลีกอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแบ่งออกได้ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าเอกชน มีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 98 ของรายได้จากการให้บริการรวม ส่วนมากจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตและการแข่งขันสูง

- กลุ่มธุรกิจค้าปลีก: เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีการเติบโตสูงตามการขยายตัวของห้างสรรพสินค้าต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าในกลุ่มธุรกิจเสื้อผ้าและแฟชั่นในตลากระดับกลางถึงบน และเป็นลูกค้าที่มีแบรนด์จากต่างประเทศ โดยบริษัทฯ จะให้บริการในรูปแบบของงานตกแต่งภายใน (Interiors) เป็นหลัก
- กลุ่มธุรกิจยานยนต์: เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอย่างต่อเนื่อง มีการจัดงานประชาสัมพันธ์ กระตุ้นยอดขายสม่ำเสมอทั้งในกรุงเทพฯ และจังหวัดต่างๆ ทั่วทุกภูมิภาค โดยบริษัทฯ จะให้บริการ ในรูปแบบของงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) และการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) เป็นส่วนใหญ่
- กลุ่มธุรกิจการเงิน/ธนาคาร: เป็นอีกกลุ่มธุรกิจที่มีการจัดงานแสดงสินค้าและงานส่งเสริมกิจกรรมตลอดปี ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ส่วนมากจะเป็นงานประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับการลงทุน เพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้าชมงานตัดสินใจในการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบต่างๆ ส่วนใหญ่บริษัทฯ จะให้บริการในรูปแบบของงานแสดงสินค้าและงานกิจกรรม (Exhibitions & Events) และการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing)
- กลุ่มธุรกิจอื่นๆ : บริษัทฯ ยังมีกลุ่มลูกค้ารายใหญ่และรายย่อยที่ประกอบธุรกิจอื่นๆ อีก เช่น ธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคม ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ธุรกิจเครื่องจักรอุตสาหกรรม ธุรกิจอาหาร ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจสถาบันการศึกษา ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจความงามและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และธุรกิจบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

2. กลุ่มลูกค้าภาครัฐ ซึ่งมีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 2 ของรายได้จากการให้บริการรวม เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมต่างๆ ให้เติบโตอย่างสม่ำเสมอ ส่วนมากจะเป็นการจัดงานหรือกิจกรรมเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนได้รับความรู้ความเข้าใจ และสร้างกระแสผลักดันการเติบโตในอุตสาหกรรมเป้าหมายต่อไป นอกจากนี้บริษัทฯ ยังเห็นถึงโอกาสการเติบโตของศูนย์ส่งเสริมความรู้และพิพิธภัณฑ์ต่างๆ ซึ่งส่วนมากจะได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเช่นเดียวกัน โดยมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมทางการเงิน อุตสาหกรรมเกี่ยวกับการศึกษา ซึ่งบริษัทฯ จะให้บริการในรูปแบบของงานพิพิธภัณฑ์และศูนย์การเรียนรู้ (Museums & Learning Center) เป็นหลักแก่ลูกค้าในกลุ่มนี้

### ลูกค้าหลัก

บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีรายได้จากลูกค้า จำแนกตามประเภทกลุ่มลูกค้า ตามงบการเงินรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 ถึง 2559 และมีรายละเอียดดังนี้

	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
กลุ่มลูกค้าเอกชน						
- กลุ่มธุรกิจค้าปลีก	373.2	39.2	534.3	45.3	488.20	42.5
- กลุ่มธุรกิจยานยนต์	358.4	37.6	358.3	30.4	423.9	36.9
- กลุ่มธุรกิจการเงิน	79.3	8.3	69.4	5.9	117.9	10.3
- กลุ่มธุรกิจอื่น <sup>1/</sup>	120.7	12.7	195.7	16.6	104.6	8.4
กลุ่มลูกค้าภาครัฐ	20.7	2.2	21.5	1.8	13.4	1.9
<b>รวมรายได้จากการให้บริการ</b>	<b>952.3</b>	<b>100.0</b>	<b>1,179.2</b>	<b>100</b>	<b>1148</b>	<b>100</b>

หมายเหตุ: 1/ กลุ่มธุรกิจอื่น ได้แก่ ธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคม ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ธุรกิจเครื่องจักรอุตสาหกรรม ธุรกิจ อาหาร และธุรกิจบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

## ช่องทางการให้บริการ

- 1.การเสนอผลงานให้ลูกค้าคัดเลือก บริษัทฯ จะมีทีมการตลาดคอยรับหน้าที่ติดตามตารางการจัดงาน ตารางแผนการตลาด การประชาสัมพันธ์ หรือแผนการดำเนินงานของลูกค้าเป้าหมาย เพื่อหาโอกาสติดต่อลูกค้าและนำเสนอผลงานให้ลูกค้าคัดเลือกในเวลาที่เหมาะสมหรือบางกรณี บริษัทฯ อาจได้รับคำเชิญจากลูกค้าเพื่อให้บริษัทฯ ส่งแบบงานเข้านำเสนอ
- 2.ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเก่า บริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการด้วยงานออกแบบที่สร้างสรรค์ มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทฯ ทำให้กลุ่มลูกค้าส่วนมากยังคงใช้บริการกับบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ ส่วนดำนเนินธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง จึงมีงบประมาณและแผนการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายเสมอมา
- 3.การแนะนำจากลูกค้าเก่าและพันธมิตรทางการค้า
- 4.เครือข่ายของกลุ่ม Kingsmen ในประเทศต่างๆ ซึ่งปัจจุบันมี 20 สำนักงานใน 15 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และตะวันออกกลาง โดยมีการร่วมมือกันระหว่างบริษัทฯ และเครือข่ายของกลุ่ม Kingsmen ในการประสานงานและแนะนำลูกค้าที่มีความต้องการที่จะเข้ามาใช้บริการในประเทศไทย เมียนมาร์และกัมพูชา
5. การทำการตลาดผ่านการจัดแสดงนิทรรศการ บริษัทฯ ออกงานแสดงสินค้าในรูปแบบคูหาแสดง เพื่อเพิ่มโอกาสในการประชาสัมพันธ์เพิ่มช่องทางการตลาด การให้บริการ และช่องทางในการติดต่อลูกค้า

บริษัทฯ มีช่องทางการติดต่อสื่อสาร เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับบุคคลที่สนใจ หรือติดต่อสอบถาม และเป็นช่องทางในการรับส่งข้อมูลข่าวสารจากบริษัทในรูปแบบต่างๆ โดยมีช่องทาง หรือ K Channels 7 ช่องทาง ได้แก่

1. Facebook (เฟสบุ๊ก) : facebook.com/kingsmen-cmtiplc
2. Line@ (ไลน์แอต) : @kingsmen-cmti
3. Twitter (ทวิตเตอร์) : @KCMTI1989 / Kingsmen C.M.T.I.
4. Youtube (ยูทูบ) : KCMTI Plc.
5. Linkedin (ลิงค์อิน) : Kingsmen C.M.T.I.
6. Website (เว็บไซต์) : [www.kingsmen-cmti.com](http://www.kingsmen-cmti.com)
7. Email (อีเมล) kingsmen@kingsmen-cmti.com

### ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

จากรายงานสถานะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมปี 2561 ของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) ชี้ให้เห็นว่า ภาพรวมเศรษฐกิจมีแนวโน้มสดใสขึ้น GDP อาจโตถึงร้อยละ 4 ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI) ปี 2561 คาดว่าจะขยายตัวในช่วง ร้อยละ 1.5 - 2.5 การส่งออกและลงทุนภาครัฐยังเป็นกลจักรสำคัญที่ผลักดันเศรษฐกิจของประเทศ เช่นเดียวกับการลงทุนภาครัฐในโครงการขนาดใหญ่ต่างๆ

สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมหลักที่เกื้อหนุนและมีผลต่อบริษัทโดยตรง ซึ่งจากผลการวิเคราะห์จากสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) ดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ไตรมาสที่ 1/2561 เท่ากับ 102 เป็นการคาดการณ์ในระดับใกล้เคียงปกติต่อเนื่องมา ตั้งแต่ต้นปี เนื่องจากมีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยในไตรมาส 1/2561 นั้นคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 9.65 ล้านคน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 จากปีก่อน และคาดการณ์โดยรวมปี 2561 จะมี นักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 37.18-37.92 ล้านคน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5.06-7.15 และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 2.12-2.16 ล้านล้านบาท ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นผลดีต่อภาพรวมของธุรกิจให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) อย่างครบวงจรของบริษัทฯ ทั้งในงาน ตกแต่งภายใน งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ งานพิธีภัณฑ์และสวนสนุกแนวคิด การตลาดทางเลือก และงานสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม

### แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานตกแต่งภายใน

เนื่องจากธุรกิจงานตกแต่งภายในของบริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการในการตกแต่งภายในครอบคลุมเกือบทุกภาคส่วน จากข้อมูลจากศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจ และเศรษฐกิจฐานราก เผยว่า ธุรกิจค้าปลีกในปี 2560 คาดว่ามีแนวโน้มเติบโตได้ร้อยละ 3.0-3.5 จากมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายของภาครัฐ สำหรับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่คาดว่าจะยังคงขยายตัวได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะยอดขายของผู้ประกอบการค้าปลีกสมัยใหม่คาดว่าจะขยายตัวจากการลงทุนขยายสาขาใหม่ และปรับปรุงสาขาเดิม รวมทั้งการเพิ่มพื้นที่ให้เช่า ซึ่งจะช่วยให้รายได้ของผู้ประกอบการจะเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง และแนวโน้มธุรกิจโรงแรมในภาพรวมยังคงเติบโต ไม่มากนักและการแข่งขันที่มีอยู่สูงส่งผลให้ผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ยังคงชะลอการลงทุนเพิ่มและหันมาปรับปรุงห้องพักแทนการก่อสร้างใหม่ ส่งผลให้บริษัทฯ มีโอกาสจากงานตกแต่งภายในเพิ่มมากขึ้น

ในปี 2561 เป็นต้นไปโครงการอาคารเอนกประสงค์หรือจะเป็นแนวโน้มที่ผู้ประกอบการมองหา เลือกเป็นทางออกของการรับมือราคาที่ดินปรับตัวสูงขึ้น และรองรับกลุ่มผู้อยู่อาศัยที่ย้ายมาอยู่ใกล้แหล่งงานและสิ่งอำนวยความสะดวกรายล้อม หลังจากที่ผ่านมา ในปี 2560 เป็นยุคที่บิ๊กแบรนด์ร่วมทุนกับต่างชาติหรือพันธมิตรอื่น

### แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) เผยว่าอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) หรือ การประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมวิชาการนานาชาติและการจัดงานแสดงสินค้า หรือที่เป็นที่รู้จักกันว่า MICE (Meeting, Incentive, Convention, และ Exhibition) จึงเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ได้รับ การยอมรับมากขึ้นในฐานะกลไกสำคัญของเศรษฐกิจของประเทศที่มีการเติบโตสูงและมีความสำคัญต่อการ สร้างรายได้และการจ้างงานให้แก่ประเทศ เนื่องจากนักเดินทางกลุ่มไมซ์มีเป้าหมายเฉพาะทางธุรกิจ มีอำนาจซื้อสูง และมีความต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดีทั้งอาหารและเครื่องดื่ม สายการบิน โรงแรม ธุรกิจการขนส่ง สินค้า การเดินทางในประเทศ เป็นต้น ทำให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของกลุ่มไมซ์จึงอยู่ในระดับที่สูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป ประมาณ 2-3 เท่า

จากรายงานของศูนย์กลางการสำรวจอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า 2559 (CEIR) คาดการณ์ไว้ว่า ในปี 2561 อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าโลก จะเติบโตสูงสุดทำลายสถิติปีที่ผ่านมา ซึ่งมีอุตสาหกรรมสำคัญ ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลหนัก อุตสาหกรรมก่อสร้าง ซ่อมตึก และบ้าน และอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น รายงานระบุว่า ในปี 2560 จะมีแนวโน้มการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าของโลกอยู่ที่ ร้อยละ 2.7 และ ร้อยละ 3 ในปี 2561

ทางด้านการแข่งขันการให้บริการแก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในฐานะผู้ให้บริการ (Service Providers) มีการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากบริษัท จะต้องแข่งขันกับผู้ให้บริการในการออกแบบและก่อสร้างคูลาเป็นจำนวนมากทั้งรายใหญ่และรายเล็ก ในขณะที่พื้นที่งานที่จัดและจำนวนคูลาที่จัดมีจำกัด ผู้ให้บริการรายใหญ่มักมีข้อได้เปรียบเนื่องจากมีความพร้อมทางด้านบุคลากรและเทคโนโลยี ทำให้สามารถส่งมอบงานที่มีมาตรฐานสูงกว่า นอกจากนี้ ผู้รับเหมารายใหญ่ยังรับงานในจำนวนที่มากกว่า ส่งผลให้มีอำนาจในการต่อรองสั่งซื้อวัสดุมากขึ้น ทำให้ต้นทุนลดต่ำลง

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

คู่แข่งทางตรงของบริษัท ในธุรกิจนี้ ได้แก่ บริษัทขนาดใหญ่ที่สามารถให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน มีกำลังการผลิตมากพอในการรับงานทั้งในฐานะผู้ให้บริการ และผู้รับเหมารายใหญ่อย่างเป็นทางการ และสามารถส่งมอบงานที่มีมาตรฐานในระดับสูงแก่ลูกค้าได้ ซึ่งมีจำนวนประมาณ 10 ราย อาทิ บริษัท บีโก (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีเอ็มไอ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น บริษัทฯ เป็นผู้นำในธุรกิจออกแบบและก่อสร้างคูลาในงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในฐานะผู้ให้บริการ เนื่องจาก บริษัทฯ มีประสบการณ์ในธุรกิจมาตั้งแต่แรกเริ่ม มีความรู้ความชำนาญในธุรกิจมานาน มีบุคลากรดี ทำให้บริษัทฯ สามารถส่งมอบงานที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้าได้ นอกจากนี้ ยังรับงานขนาดใหญ่ได้จำนวนมากในระยะเวลาเดียวกันและส่งมอบงานที่มีคุณภาพได้ตามสัญญา ส่งผลให้บริษัทฯ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี



### แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานการตลาดทางเลือก

ด้านการแข่งขันในธุรกิจการตลาดทางเลือกมีการแข่งขันในระดับสูง เนื่องจากมีคู่แข่งจำนวนมาก ทั้งผู้ให้บริการโดยตรงในการบริหารจัดการกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Event Management) และผู้ให้บริการด้านการออกแบบและตกแต่งอย่างครบวงจร ซึ่งครอบคลุมถึงการบริหารจัดการกิจกรรมทางการตลาด ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่มีงบประมาณทางการตลาดสูง และมีนโยบายในการจัดกิจกรรมทางการตลาดอยู่เป็นประจำ มักเลือกใช้บริการกับผู้ให้บริการเพียงไม่กี่รายในรอบปี เนื่องจาก ผู้ประกอบการต้องการความต่อเนื่องของกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ รวมถึงการออกแบบและคงแนวคิดของกิจกรรมให้ไปในทิศทางเดียวกันตลอดทั้งปี ซึ่งทิศทางการเจริญเติบโตของงานกิจกรรมในประเทศไทย มีความเติบโตต่อเนื่อง โดยเฉพาะในเรื่องของธุรกิจงานกิจกรรมประเภทสันทนาการ (Entertainment) ที่กลับมามีบทบาทอีกครั้งในปี 2560 ส่วนงานกิจกรรมที่จัดในพื้นที่ค้าปลีก มีการจัดขึ้นหลายรูปแบบ ขณะเดียวกัน กิจกรรมขององค์กร (Corporate Event) กิจกรรมสันทนาการ (Entertainment Event) กิจกรรมการจัดทำซุ้มนิทรรศการในงานค้าปลีกขนาดใหญ่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นในอุตสาหกรรมรถยนต์ทุกค่าย หรืองานมหกรรมทางการเงินของสถาบันการเงิน หรืองานโชว์ด้านอสังหาริมทรัพย์ฯ ก็ยังคงคึกคักตลอดทั้งปี

นอกจากนี้ ทิศทางการเติบโตของอีเวนต์ประเทศไทยจะเข้าไปมีบทบาทมากขึ้นในตลาด CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม) โดยมาจากการที่บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจของไทยในหลาย ๆ อุตสาหกรรม มีแผนการตลาดที่จะขยายงานไปยังต่างประเทศ ทำให้ต้องมีการจัดกิจกรรมการตลาด ส่งผลให้อีเวนต์เติบโตไปด้วย

สำหรับคู่แข่งทางตรงของบริษัทฯ ซึ่งดำเนินธุรกิจการตลาดทางเลือก จะรวมถึงผู้ประกอบการทุกขนาดที่สามารถให้บริการในการจัดงานกิจกรรมทางการตลาดได้ อย่างไรก็ดี เนื่องจากบริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ ที่มีนโยบายในการทำการตลาดทางเลือกเป็นประจำ ดังนั้นคู่แข่งทางตรงของบริษัทฯ จึงเป็นบริษัทที่สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกันกับบริษัทฯ

### แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกแนวคิด

อนาคตพิพิธภัณฑ์ไทย ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นยุคที่สังคมเปลี่ยนแปลงทั้งยังมีความซับซ้อนสูง พิพิธภัณฑ์จะมีใช้เป็นที่เรียนรู้เพียงอย่างเดียว แต่พิพิธภัณฑ์ยุคใหม่มีการออกแบบพิพิธภัณฑ์เพื่อให้ตอบโจทย์ต่อการเรียนรู้ เป็นส่วนหนึ่งที่สนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ที่ขยายวงกว้าง ซึ่งปกติธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์จะเป็นอีกหนึ่งรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้เข้าชมทราบข้อมูลและมีความเข้าใจดีสำหรับงานแสดงนั้นๆ โดยมักอยู่ในรูปของการศึกษา หรือ พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น โดยลักษณะการจัดแสดงจะมีแบบถาวรและกึ่งถาวร ซึ่งในปัจจุบันได้มีองค์กรต่างๆ รวมถึงภาคเอกชนจัดตั้งพิพิธภัณฑ์สำหรับเก็บรวบรวมความรู้ ความเป็นมา และภูมิปัญญาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตนเองนำมาจัดแสดงเพื่อเป็นการเผยแพร่ความรู้ให้กว้างขวางมากขึ้น จึงมีแนวโน้มที่จะจัดตั้งและก่อสร้างพิพิธภัณฑ์เพิ่มมากขึ้นในทุกๆ ปี โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่ร้อยละ 2.8 นอกจากนี้ ยังมีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ซึ่งเป็นสถานที่สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลความรู้ เพื่อเผยแพร่ต่อประชาชนอีกรูปแบบหนึ่ง โดยส่วนมากจะจัดตั้งอยู่ภายในหน่วยงานราชการโดยส่วนใหญ่จะมีการปรับปรุงเพิ่มเติมข้อมูลใหม่ๆ ภายใน 3-5 ปี เพื่อปรับให้ทันสมัย และเป็นข้อมูลความรู้ที่ถูกต้องแม่นยำ ซึ่งบริษัทฯ สามารถรองรับการสร้างพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกได้อย่างครบวงจร เป็นผู้ให้บริการด้านออกแบบ ตกแต่ง และก่อสร้าง หรือกำหนดสื่อจัดแสดงต่างๆ ทั้งหมด

ในส่วนของงานสวนสนุกแนวคิด (Themed Park) ในประเทศไทยนั้น ส่วนมากจะอยู่ในรูปของสวนน้ำ ซึ่งตั้งอยู่ตามจังหวัดท่องเที่ยวต่างๆ เช่น พัทยา ภูเก็ต หัวหิน เป็นต้น ปัจจุบันสวนสนุกในประเทศไทย ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก เนื่องจากยังไม่มีสวนสนุกที่มีชื่อเสียงระดับโลกมาเปิดบริการ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจสวนสนุกในเอเชียมีการเติบโตเป็นอย่างมาก เมื่อเทียบกับธุรกิจสวนสนุกในทวีปอื่นๆ จากรายงานประจำปีของ Themed Entertainment Association ปี 2556 ระบุว่า สวนสนุกในทวีปเอเชียแปซิฟิกมีจำนวนผู้เข้าชมเติบโตขึ้นกว่าร้อยละ 7.5 เติบโตขึ้นมากที่สุดเมื่อเทียบกับจำนวนผู้เข้าชมสวนสนุกในทวีป อเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ และยุโรป ประกอบ

กับการเปิด AEC ในปี 2558 ซึ่งอาจเป็นแรงผลักดันให้สวนสนกระดับโลก ตัดสินใจเข้ามาลงทุนในภูมิภาคอาเซียนหรือประเทศไทยในอนาคต อย่างไรก็ตาม ภูมิภาคอาเซียนจะยังคงเป็นตลาดที่มีศักยภาพ หากแต่ความอึดอ้าวด้วยการลงทุนสร้างสวนสนุกแนวคิดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวอาจมีปัจจัยอื่นๆ ที่จะเป็นดัชนีชี้วัดมากกว่าปริมาณนักท่องเที่ยวหรือแบรนด์ที่จะนำมาเสนอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติของระบบสาธารณูปโภคและการคมนาคม ซึ่งจะเป็นข้อบ่งชี้ความสามารถในการเข้าถึง รวมถึงศักยภาพของประชากรในเขตพื้นที่ที่จะเข้าไปเปิดที่อาจถือเป็นพลังที่จะรองรับการขับเคลื่อนธุรกิจ

ทั้งนี้การแข่งขันในธุรกิจงานพืชรักษ์และสวนสนุกในประเทศไทย มีการแข่งขันในระดับสูง เนื่องจากจำนวนงานในแต่ละปีมีไม่มากนัก เมื่อเทียบกับผู้ให้บริการที่มีจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ผู้ว่าจ้างโดยทั่วไปมักคัดเลือกผู้ให้บริการเบื้องต้น จากผลงานที่ผ่านมา ดังนั้น ผู้ให้บริการที่มีประวัติการทำงานยาวนานและจำนวนผลงานสะสมมาก มักมีข้อได้เปรียบในการแข่งขัน เมื่อเทียบกับผู้ให้บริการที่มีงานสะสมไม่มากพอ ทั้งนี้ คู่แข่งโดยตรงของบริษัทฯ ได้แก่ บริษัทขนาดกลางจนถึงขนาดใหญ่ที่สามารถให้บริการด้านงานตกแต่งและออกแบบแบบครบวงจร ซึ่งส่วนมากจะให้บริการครอบคลุมถึงธุรกิจงานพืชรักษ์และสวนสนุกแนวคิด โดยบริษัทดังกล่าว มักเป็นคู่แข่งในธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ และการตลาดทางเลือกด้วย อาทิ บริษัท บีโก (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) บริษัท ชิตินิออน ดิสเพลส แอนด์ คอนสตรัคชั่นส์ (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท ไร่ท์แมน จำกัด เป็นต้น

### แนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศเมียนมาร์

รัฐบาลเมียนมาร์ให้ความสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจของประเทศ โดยได้กำหนดทิศทางการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมก่อสร้าง การท่องเที่ยว โรงแรมและบริการด้านการเงิน รวมทั้งการลงทุนด้านพลังงาน ระบบคมนาคม เขตเศรษฐกิจพิเศษ และนิคมอุตสาหกรรมของเมียนมาร์ ซึ่งคาดว่าจะต้องใช้งบประมาณถึง 120 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งนี้ เมียนมาร์มีแนวโน้มในการพัฒนาที่ดี โดย World Bank คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจของเมียนมาร์จะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7.1 ต่อปี ใน 3 ปีข้างหน้า โดยกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คาดการณ์อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของเมียนมาร์ ระหว่างปี 2558 -2563 ว่ามีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 8.0 โดยในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจพม่ามีการขยายตัวกว่าร้อยละ 8 ซึ่งนับว่าเป็นการเติบโตที่ค่อนข้างสูง แต่ธนาคารเพื่อการพัฒนาเอเชีย หรือ ADB ยังมีการคาดการณ์ว่า GDP ของพม่าจะขยายตัวได้ในระดับร้อยละ 8.4 ในปีนี้ และร้อยละ 8.3 ในปี 2560 ซึ่งถือว่าเป็นอัตราการเติบโตสูงสุดในกลุ่มประเทศอาเซียน

### แนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศกัมพูชา

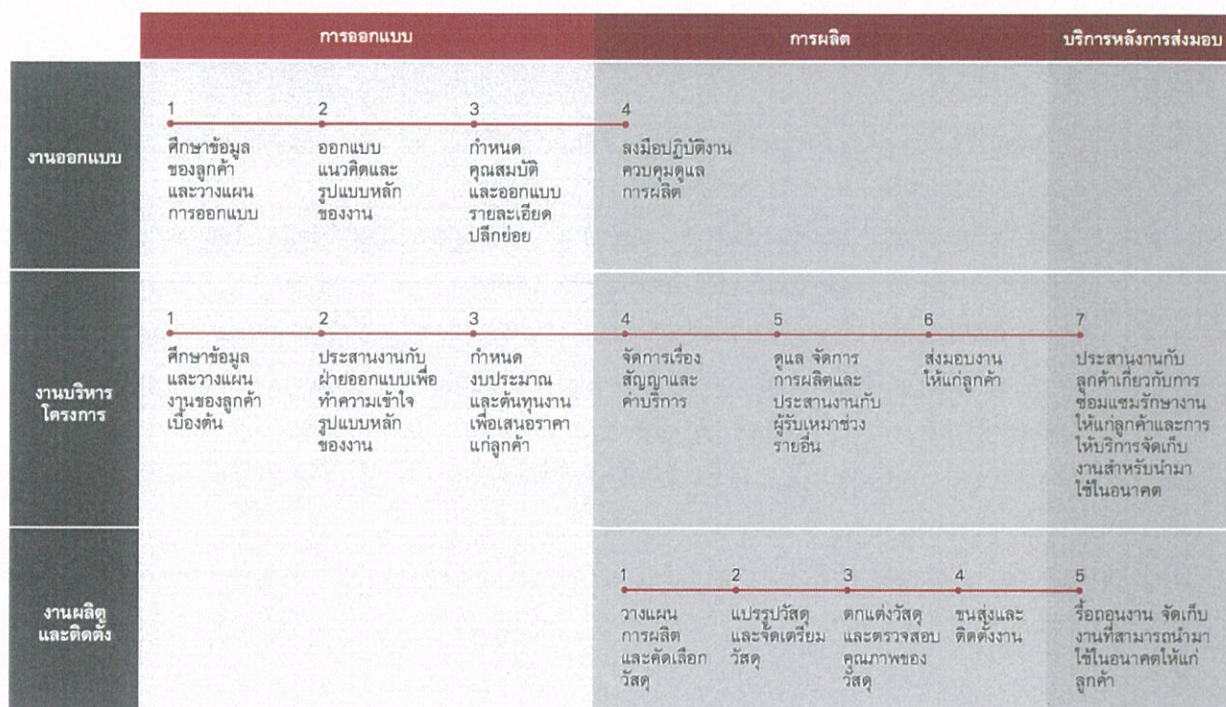
ประเทศที่มีการขยายตัวของเมืองอย่างรวดเร็ว ทั้งเมืองหลวง และเมืองรอง สู่ความทันสมัย เนื่องจากการหลั่งไหลเข้าไปทำงานและที่กฎหมายกัมพูชาอนุญาตให้ชาวต่างชาติสามารถเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์อาคารตั้งแต่ชั้นที่ไม่ติดกับพื้นดิน ส่งผลให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการขยายตัวอย่างมาก ทั้งบ้านจัดสรร คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ โรงแรม ศูนย์การค้าทันสมัย ทั้งนี้ คาดว่าภายใน 3 ปี กรุงเทพมหานครจะมีจำนวนคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นประมาณปีละร้อยละ 40 และจำนวนห้องพักจะเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 1 หมื่นยูนิต ซึ่งเศรษฐกิจกัมพูชามีแนวโน้มเติบโตดี และมั่นคงต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา โดยในปี 2016 เศรษฐกิจกัมพูชาขยายตัวร้อยละ 7 ด้วยแรงส่งจากอุปสงค์ภายในประเทศ ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการเติบโตร้อยละ 10 และร้อยละ 6.8 ตามลำดับ ด้านการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศมีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 34 โดยอีไอซีคาดว่าเศรษฐกิจกัมพูชาจะเติบโตราวร้อยละ 6.8 ในปี 2017-2018 และยังคงมีแรงสนับสนุนหลักจากปัจจัยภายในประเทศ โดยเฉพาะการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ทางถนน รถไฟ พลังงานไฟฟ้า เป็นต้น รวมถึงภาคการท่องเที่ยว ที่เป็นหนึ่งในตัวแปรสำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจกัมพูชา ในปี 2016 ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวของกัมพูชาคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16 ของ GDP และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่ร้อยละ 9 ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ล่าสุดในเดือนกรกฎาคม ปี 2017 ยูเนสโกได้ขึ้นทะเบียนปราสาทสมโบร์ไพรกุก (Sambor Prei Kuk) ในเมืองกัมปธมให้เป็นมรดกโลกแห่งใหม่ นับเป็นมรดกโลกแห่งที่ 3

ในกัมพูชา ซึ่งกระทรวงการท่องเที่ยวแห่งกัมพูชาวางแผนกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวจากมรดกโลกแห่งใหม่นี้ และคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเพิ่มขึ้นเป็น 7 ล้านคนต่อปีภายในปี 2020 เพิ่มขึ้นจาก 5 ล้านคนในปี 2016

### การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ขั้นตอนการทำงานในแต่ละโครงการในการออกแบบและผลิตงานโดยทั่วไปของบริษัทฯ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจหลักในการให้บริการงานตกแต่งภายใน และการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ซึ่งในแต่ละธุรกิจมีขั้นตอนดำเนินงานที่ใกล้เคียงกัน ตามแผนภูมิภาพได้ดังนี้



การให้บริการในแผนภาพภูมิเป็นตัวอย่างการให้บริการแบบครบวงจร เกิดขึ้นหลังจากการที่ฝ่ายการตลาดหรือฝ่ายบริหารโครงการได้ติดตามและได้รับการยืนยันงานจากลูกค้าได้แล้ว ซึ่งบริษัทฯ บริหารระบบงานโดยแบ่งกลุ่มงานออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ งานออกแบบ งานบริหารโครงการ และงานผลิต โดยขั้นตอนการทำงานของแต่ละทีมจะมีขั้นตอนการทำงานที่แตกต่างกันตามช่วงติดตั้งเวลาของงาน โดยความรับผิดชอบหลักของแต่ละกลุ่มมีดังนี้

- 1) กลุ่มออกแบบ มีหน้าที่หลักในการรับแนวความคิดจากลูกค้าเกี่ยวกับการจัดแสดงงาน หรือแบบตกแต่งภายในของร้านค้า แล้วนำมาทำการออกแบบงานให้สอดคล้องกับโจทย์ที่ได้รับ หรือทำการออกแบบแนวคิดทั้งหมดของงาน รวมถึงรายละเอียดต่างๆ นอกจากนี้กลุ่มออกแบบยังมีส่วนในการควบคุมดูแลการก่อสร้างให้เป็นไปตามแบบที่วางไว้อีกด้วย
- 2) กลุ่มบริหารโครงการ มีหน้าที่หลักในการควบคุมการทำงานในภาพรวม โดยมีหน้าที่ติดต่อประสานงานกับลูกค้า การจัดเตรียมสัญญาจ้าง การกำหนดราคาขาย การประสานงานกับผู้รับเหมาช่วงรายอื่น ส่งมอบงานให้แก่ลูกค้า รวมถึงการประสานงานกับลูกค้าเกี่ยวกับบริการหลังการส่งมอบงาน เช่น บริการจัดเก็บชิ้นงานให้แก่ลูกค้าสำหรับนำมาใช้ใหม่ในงานถัดไป เป็นต้น

- 3) กลุ่มผลิตและติดตั้ง มีหน้าที่หลักในการก่อสร้าง การแปรรูปวัสดุ การตกแต่ง การติดตั้งงาน รวมถึงการรื้อถอนงานเมื่อถึงกำหนดเวลา อย่างไรก็ตามถึงแม้ทางบริษัทฯ จะมีทีมงานก่อสร้างที่สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ แต่เนื่องจากปริมาณงานมีมาก ประกอบกับงานบางลักษณะต้องการบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน บริษัทฯ จึงมีการจัดจ้างผู้รับเหมาช่วง (Sub-Contractor) ซึ่งได้รับการคัดเลือกตามคุณสมบัติและมาตรฐานในการทำงานที่จำเป็นและเหมาะสม

#### การจัดหาวัสดุเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ จัดหาวัสดุเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ ตามบัญชีแสดงปริมาณวัสดุ (Bill of Quantity) สำหรับงานตกแต่งภายใน หรือบัญชีต้นทุนก่อนการทำงาน (Pre Cost) สำหรับงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ซึ่งเป็นบัญชีที่ระบุชนิดและปริมาณวัสดุที่ต้องใช้ในงานโครงการนั้นๆ โดยบริษัทฯ สามารถจำแนกการจัดหาวัสดุเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ 2 ช่องทางหลักคือ

1. การจัดจ้างผู้รับเหมาช่วง (Sub-Contractor) ซึ่งโดยส่วนมากจะเป็นช่างฝีมือภายนอก และผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้าง ด้านระบบต่างๆ โดยรูปแบบในการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น 2 กรณีดังนี้

- 1.1) การจัดจ้างผู้รับเหมาช่วง แบบจ้างเฉพาะค่าแรง และบริษัทฯ จะเป็นผู้จัดหาวัสดุให้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการว่าจ้างในงานผลิตและติดตั้งชิ้นงาน งานตกแต่งภายใน งานไม้ และงานโลหะ เป็นต้น
- 1.2) การว่าจ้างผู้รับเหมาช่วง แบบจ้างเหมาทั้งค่าแรง และค่าวัสดุซึ่งบริษัทฯ จะเป็นผู้กำหนดคุณภาพวัสดุให้ตรงตามแบบของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่จะเป็นงานโครงสร้างหลัก งานกระเบื้อง งานระบบไฟฟ้า งานฝ้าและเพดาน และงานพื้น เป็นต้น

ในการจัดจ้างผู้รับเหมาช่วงของบริษัทฯ นั้น บริษัทฯ มีนโยบายในการจัดทำเป็นสัญญาว่าจ้าง กรณีที่มีมูลค่างานมากกว่า 500,000 บาท นอกจากนี้ กำหนดให้ผู้รับเหมาช่วงวางเงินค้ำประกันสัญญาจ้าง ในรูปแบบหนังสือค้ำประกันของธนาคาร หรือเช็คแล้วแต่กรณี ในมูลค่าประมาณร้อยละ 5-10 ของมูลค่าการจัดจ้าง และจะคืนให้แก่ผู้รับเหมาช่วงเมื่องานแล้วเสร็จ หรือครบกำหนดระยะเวลาประกันผลงานหรือ ซึ่งโดยทั่วไปประมาณ 6 เดือน แล้วแต่กรณี และมีนโยบายในการชำระเงินสำหรับกรว่าจ้างผู้รับเหมาช่วง โดยให้มีการวางบิลในวันที่ 8 และ 20 ของทุกเดือน และทำการจ่ายเงินวันที่ 10 25 และ 26 ของทุกเดือน โดยมี Credit term เป็นเวลา 30-60 วัน

บริษัทฯ มีนโยบายในการพิจารณาหรือคัดเลือกผู้รับเหมาช่วง ดังนี้

1. คัดเลือกผู้รับเหมาช่วงมากกว่า 1 ราย เพื่อเปรียบเทียบราคา และราคาต้องไม่เกินกว่าราคากลางของบริษัทฯ หรือควรมีตัวเปรียบเทียบหากเกินกว่าราคากลางในบางกรณี
2. ความน่าเชื่อถือของผู้รับเหมา โดยพิจารณาจากผลงานการทำงานในอดีตที่ผ่านมา ประสบการณ์การทำงาน ฝีมือและคุณภาพ โดยพิจารณาจากผลงานในอดีตของผู้รับเหมาช่วง
3. ความพร้อมของทีมงานผู้รับเหมาช่วง
4. การส่งมอบงานที่ตรงเวลาหรือก่อนกำหนด
5. ความโปร่งใสของผู้รับเหมาช่วง เช่น งบการเงิน การใช้แรงงานที่ถูกต้องตามกฎหมาย
6. บริษัทฯ มีทะเบียนผู้ให้บริการ และมีการจัดกลุ่มและประเมินศักยภาพของผู้รับเหมาช่วงทั้งก่อนและหลังการจ้างงาน
7. บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการจัดจ้างผู้รับเหมาช่วงรายใดรายหนึ่งให้ทำงานที่มีขนาดใหญ่เกินกว่า 2 งานในเวลาเดียวกัน เพื่อไม่ให้กระทบต่อคุณภาพของงาน และระยะเวลาการส่งมอบงาน อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อาจพิจารณาศักยภาพของบุคลากรผู้รับเหมาช่วงเป็นรายกรณีไป ทั้งนี้ บริษัทฯ มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้รับเหมาช่วง และมีนโยบายในการจัดจ้างผู้รับเหมาอย่างต่อเนื่อง หากผู้รับเหมาช่วงดังกล่าวมีศักยภาพเพียงพอ และบริหารคุณภาพที่ดีอย่างสม่ำเสมอ



2. การจัดซื้อวัสดุสำหรับการก่อสร้างในแต่ละโครงการ ส่วนใหญ่จะเป็นวัสดุประเภท ไม้ สี และวัสดุสิ้นเปลืองอื่นๆ บริษัทฯ จะมีการเตรียมความพร้อมในจัดซื้อให้เพียงพอต่อการใช้งานในแต่ละโครงการตามแบบการผลิต และจะจัดซื้อวัสดุทันทีเมื่อทราบว่าบริษัทฯ 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 จะว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงในกรณีที่งานมีปริมาณมาก และในส่วนที่เป็นงานระบบต่างๆ โดยปัจจุบัน บริษัทฯ มีการผลิตชิ้นงานที่สถานที่ผลิตชิ้นงานล้าลูกกาคลอง 6 และสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11

บริษัทฯ มีการประเมินผู้รับเหมาช่วงและร้านค้าผู้จำหน่ายเป็นประจำทุกครึ่งปีและพูดคุยกับทุกรายเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข้อเสนอแนะในการทำงานร่วมกันเป็นประจำ

#### การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

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

- 1) ฝุ่นละอองจากไม้: บริษัทฯ มีการติดตั้งระบบดูดฝุ่นจากการผลิตเพื่อกำจัดฝุ่นละอองจากไม้ระหว่างการผลิตชิ้นงาน ในทุกสถานที่ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิต
- 2) เสียงจากการผลิตงาน: ในกระบวนการผลิต อาจมีเสียงจากการผลิตงาน แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่มีเครื่องจักรหนักที่จะทำให้เกิดเสียงดังจนรบกวนผู้อื่น และมีการตรวจวัดเฝ้าระวังเสียงโดยการทำงานจากหน่วยงานภายนอกและจัดส่งรายงานให้ทางกรมสวัสดิการคุ้มครองแรงงานทราบ
- 3) กลิ่นจากการทำสีชิ้นงาน: โรงงานผลิตชิ้นงานที่ล้าลูกกาคลอง 6 มีการติดตั้งระบบกำจัดกลิ่นสีจากชิ้นงาน ซึ่งจะดูดอากาศพร้อมกลิ่นของสีผ่านม่านน้ำ เพื่อแปรสภาพเป็นน้ำปนกากสี และมีการแยกกากสีออกจากน้ำทิ้ง ส่งไปให้หน่วยงานที่รับผิดชอบกำจัดต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ อาจมีการทำสีชิ้นงานในโกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานย่อย โดยเป็นการซ่อมเก็บสีชิ้นงานขนาดเล็ก และดำเนินการในพื้นที่ที่เป็นสัดส่วน
- 4) ขยะมูลฝอย ขยะหมุนเวียน และขยะอันตราย: บริษัทฯ มีนโยบายในการจัดการขยะต่างๆ ภายในองค์กร ทั้งส่วนสำนักงานและโรงงาน ซึ่งขยะทั่วไปที่ไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ ทางบริษัทส่งไปกำจัดกับหน่วยงานของเทศบาลหรือท้องถิ่น บริษัทฯ คัดกรองขยะหมุนเวียนเพื่อนำมาใช้ใหม่ในการทำชิ้นงานเพื่อให้ชุมชน พนักงาน เกษตรกร หรือผู้ประกอบการอื่นๆ นำไปใช้ประโยชน์ ส่วนขยะอันตราย บริษัทฯ ส่งไปกำจัดอย่างถูกวิธีโดยใช้บริการกับบริษัท ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม โดยมีแผนกความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ตรวจสอบเป็นระยะ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญ และ/หรือให้องค์การบริหารส่วนตำบลที่เกี่ยวข้อง มาประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกปี ในทุกสถานที่ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิต และที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่เคยมีข้อพิพาทหรือการฟ้องร้องเกี่ยวกับการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่เคยได้รับการแจ้งเตือนหรือปรับจากหน่วยงานของรัฐตามกฎหมายที่บริษัทฯ ต้องปฏิบัติตาม อย่างไรก็ดี

#### งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีงานที่อยู่ระหว่างดำเนินการและยังไม่ได้ส่งมอบและยังไม่ได้รับรู้รายได้จำนวน 609 ล้านบาท ซึ่งทั้งหมดเป็นงานตกค้างภายใน และงานสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม โดยบริษัทฯ คาดว่าจะส่งมอบงานทั้งหมดได้ภายในปี 2561

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจ และ ประกอบการให้ได้ผลตามเป้าหมาย แต่ยังคงต้องคำนึงถึงผลกระทบจาก ปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นโดยไม่ทราบล่วงหน้า แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้พิจารณาถึงโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง ในด้านต่างๆ และได้ประเมินไว้ตามสถานการณ์และข้อมูลที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน ซึ่งอาจยังคงมีปัจจัยความเสี่ยงอื่นๆ ที่บริษัทฯ ไม่ทราบในขณะนี้ ที่อาจจะมีผลกระทบต่อ การดำเนินงาน ของบริษัทฯ ในอนาคต และอาจจะ กระทบต่อผลตอบแทนจากการลงทุน ของนักลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ โดยบริษัทฯ มีแนวทางในการป้องกันความเสี่ยง สรุปได้ดังนี้

#### 1. ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของแผนการตลาดและการขยายกิจการของลูกค้า

ความไม่แน่นอนและผันผวนทางเศรษฐกิจโดยรวมทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงเสถียรภาพของการเมืองในประเทศ ย่อมส่งผลกระทบต่อแผนการตลาดและงบประมาณของลูกค้าในกลุ่มธุรกิจการแสดงสินค้า งานกิจกรรม และ กลุ่มธุรกิจงานตกค้างภายใน ซึ่งจะมีผลกระทบอย่างยิ่งหากกำลังการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในและต่างประเทศ ลดน้อยลง อันเป็นผลให้เกิดการยกเลิกงานแสดงสินค้า งานกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือแม้แต่การเลื่อนกำหนดการเปิดร้านค้า หรือ ในห้างสรรพสินค้าต่างๆ

อย่างไรก็ดี ธุรกิจของบริษัทฯ หนึ่งรับกับการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในขณะที่การท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทฯ ขยายกิจการเพื่อเติบโตไปพร้อมกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

บริษัทฯ ตระหนักถึงปัจจัยความเสี่ยงที่เกิดขึ้นนี้ จึงมุ่งเน้นไปยังการขยายฐานลูกค้าในหลากหลายสาขาอุตสาหกรรม เพื่อกระจายความเสี่ยงของการถดถอยจากการชะลอตัวของธุรกิจในกลุ่มต่างๆ ที่อาจจะไม่เกิดขึ้นพร้อมกัน อีกทั้งยังมุ่งเป้าไปยัง กลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของตราสินค้า(แบรนด์)ระดับโลก ที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และขีดความสามารถในการแข่งขันสูงในตลาดโลก หรือในประเทศไทย รวมทั้งมีการขยายตัวของพื้นที่ค้าปลีกอย่างต่อเนื่อง ส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้าดังกล่าวจะมีความมั่งคั่งและงบประมาณที่ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจค้าปลีก กลุ่มธุรกิจอาหาร โรงแรม และ สินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ เป็นต้น อีกทั้ง บริษัทฯ มีแผนงานเพื่อขยายและพัฒนาธุรกิจ เพื่อรองรับกับสถานการณ์ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ กระตุ้นยอดขายอย่างสม่ำเสมอ

## 2. ความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอกต่างๆ อาทิ ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ความไม่แน่นอนทางการเมือง หรือภัยธรรมชาติ อาจนำไปสู่ การถดถอยของภาวะเศรษฐกิจโดยรวม รวมทั้งการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เนื่องจากในภาวะเศรษฐกิจถดถอย มีความไม่แน่นอนต่างๆ เกิดขึ้นเป็นผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง และทำให้ผู้ประกอบการอาจชะลอการขยายกิจการ หรือปรับปรุงร้านค้า หรือปรับเปลี่ยนนโยบายจากการกระตุนยอดขายไปใช้วิธีอื่นแทน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความไม่แน่นอนและความผันผวนเหล่านี้ จึงได้มีแผนให้พนักงาน ใส่ใจและติดตามสถานการณ์ และปัจจัยภายนอกที่อาจจะส่งผลกระทบต่อแผนงานของลูกค้า อีกทั้งการใกล้ชิดกับลูกค้าหลัก และ ลูกค้าประจำของบริษัท ทำให้สามารถทราบสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงแผนงานหรืองบประมาณของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว หรือ อย่างน้อยทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น นอกจากนี้ ยังมุ่งขยายฐานลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้นเสมอ เพื่อกระจายความเสี่ยง ไปยังกลุ่มอื่นๆ ที่อาจจะมีผลกระทบน้อยกว่ากลุ่มที่บริษัทฯ ให้บริการอยู่

อย่างไรก็ดี นอกจากปัจจัยภายนอกที่ส่งผลเสียแล้ว ยังคงมีปัจจัยบวกจากการขยายตัวในตลาด CLMV ในอนาคตอันใกล้ส่งผลให้ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ ให้ความสนใจในการทำงานแสดงสินค้า และการจัดกิจกรรม มากขึ้น จากจำนวนผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และนักเดินทางจากต่างประเทศ เข้ามาลงทุนในภูมิภาคนี้ และ ประเทศไทยมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวของห้างสรรพสินค้า และร้านค้าปลีกสำหรับสินค้าชั้นนำออกสู่หัวเมืองหลัก ในประเทศ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจของบริษัทอย่างต่อเนื่อง พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ได้ทำประกันภัยที่ครอบคลุมถึงความเสี่ยงอันตรายเนื่องมาจากการเสี่ยงภัยทุกชนิด ซึ่งรวมไปถึงความเสียหายที่เกิดจากน้ำท่วม และประกันภัยธุรกิจหยุดชะงักได้ด้วย

## 3. ความเสี่ยงจากการที่ลูกค้าไม่ชำระเงินตามสัญญา

ลูกค้าของบริษัทฯ ส่วนใหญ่เป็นบริษัทข้ามชาติและบริษัทที่น่าเชื่อถือในประเทศ โอกาสไม่ชำระเงินตามสัญญา จะเกิดขึ้นน้อยมาก ธุรกิจงานตกแต่งภายใน บริษัทฯ จะเก็บเงินมัดจำงวดแรกประมาณร้อยละ 20-30 ของมูลค่าสัญญา ก่อนการเริ่มทำงาน และทยอยเก็บเงินส่วนที่เหลือตามความสำเร็จของงาน ส่วนธุรกิจงานแสดงสินค้าและงานกิจกรรมนั้น บริษัทฯ จะเก็บเงินมัดจำงวดแรกประมาณร้อยละ 40-60 ของมูลค่าสัญญาก่อนการเริ่มทำงาน และเก็บเงินส่วนที่เหลือ ภายหลังจากที่การจัดงานดังกล่าวจบลง นอกจากนี้ ในระหว่างการทำงานลูกค้าอาจมีการปรับเพิ่มหรือลดงาน ซึ่งจะถูกรับปรับปรุงในการเก็บเงินงวดสุดท้าย

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการที่ลูกค้าไม่ชำระเงินตามสัญญาในบางงวดหรือทั้งหมด อันเนื่องมาจากการตรวจรับงานของลูกค้าที่ล่าช้ากว่าที่กำหนดส่งมอบงานตามแผนงาน หรือ จากสถานการณ์ด้านการเงิน ของลูกค้าเองก็ตาม ทำให้บริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบด้านกระแสเงินสด ฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้

บริษัทฯ มีการบริหารจัดการลูกหนี้การค้าโดยในงานที่มีมูลค่าสูงบริษัทฯ จะกำหนดงวดการชำระเงินให้มีความถี่ มากขึ้นตามความสำเร็จของงาน และให้เครดิตเทอมแก่ลูกค้าประมาณ 30-60 วัน นอกจากนี้ หากลูกหนี้รายใดมีปัญหา การชำระเงินหรือมียอดค้างชำระสะสมเป็นจำนวนหนึ่ง บริษัทฯ จะติดตามทวงถามเป็นระยะๆ และจะชะลอการให้บริการ ครั้งใหม่จนกว่าลูกค้ารายดังกล่าวจะชำระเงินของงานเดิมก่อน

นอกจากนี้ บริษัทฯ หาแหล่งเงินทุนสำรองจากธนาคารไว้ล่วงหน้าเพื่อใช้ในกรณีที่เกิดสถานการณ์การรับชำระหนี้ล่าช้าหรือกระแสเงินสดตึงตัว

## 4. ความเสี่ยงจากวิวัฒนาการ และวิทยาการ ยุค 4.0

ยุคเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมใหม่ หรือ การนำวิทยาการด้านสารสนเทศ และ ดิจิทัลเข้ามาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจและอุตสาหกรรมในปัจจุบัน อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีที่ทำให้พฤติกรรมการค้าชีวิตของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป จาก internet ไปสู่ mobile internet และ เปลี่ยนไปเป็น Internet of Things (IoT) ซึ่งแนวโน้มจะพัฒนาไปสู่ Artificial Intelligence (AI) ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการประชุมร่วมกันกับผู้บริหารในกลุ่มบริษัทในเครือ ทัวเอเชียแปซิฟิก เพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองทัศนคติ เกี่ยวกับยุคเศรษฐกิจและสถานการณ์ที่กำลังจะเกิดขึ้น เพื่อเตรียมความพร้อม จึงทำให้บริษัทพร้อมที่จะรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่องานของบริษัท รวมถึงการวางแผนล่วงหน้าในทุกๆ ด้านของธุรกิจ

#### 5. ความเสี่ยงจากการมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 2 กลุ่มถือหุ้นของบริษัทรวมกันเกินกว่าร้อยละ 50

กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ทั้ง 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มครอบครัวพิเศษสิทธิ์ ถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 48.2 และ Kingsmen Creatives Ltd. ถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 10 รวมถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 58.2 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดซึ่งสัดส่วนการถือหุ้นดังกล่าว ทำให้กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ทั้ง 2 กลุ่ม สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทุกเรื่องที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น เว้นแต่เรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียงไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นๆ อาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นดังกล่าวเสนอให้ที่ประชุมพิจารณาได้

ทั้งนี้ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ทั้ง 2 กลุ่ม ล้วนแต่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการบริหารงานธุรกิจของบริษัทฯ เป็นอย่างดี โดยนายชยวัฒน์ พิเศษสิทธิ์ เป็นผู้ริเริ่มและก่อตั้งบริษัทฯ เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในธุรกิจ มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจมาอย่างยาวนานกว่า 28 ปี เช่นเดียวกับ Kingsmen Creatives Ltd. ที่มีประสบการณ์และความชำนาญในธุรกิจมาอย่างยาวนานกว่า 41 ปี และมีเครือข่ายสำนักงานทั่วโลก ดังนั้น การเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของทั้ง 2 กลุ่ม จะเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริหารของบริษัทฯ บริหารงานเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น และช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และผู้เกี่ยวข้องอื่นที่มีผลประโยชน์ร่วมกับบริษัทต่อไปในอนาคต

อย่างไรก็ตาม นายชยวัฒน์ พิเศษสิทธิ์ได้ถ่ายโอนอำนาจบริหารไปยังกลุ่มผู้บริหารมืออาชีพให้กำกับดูแลและกำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจของบริษัทต่อไปในระยะยาว

#### 6. ความเสี่ยงจากการปรับโครงสร้างธุรกิจ

บริษัทฯ มีการปรับโครงสร้างทางธุรกิจ ซึ่งทั้งนี้บริษัทเคยพึ่งพิงกลุ่มผู้บริหารระดับสูงที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วย

- 1) นายประวิทย์ ศรีบัณฑิตมงคล ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการผู้จัดการ
- 2) นางสาวสุนิสา รัตนเนนย์ ดำรงตำแหน่งเป็นรองกรรมการผู้จัดการฝ่ายงานแสดงสินค้า พิพธิภัณฑ์และกิจกรรมการตลาด
- 3) นายดำรงค์ วงษ์ประยูร ดำรงตำแหน่งเป็นรองกรรมการผู้จัดการฝ่ายตกแต่งภายใน

โดยกลุ่มผู้บริหารระดับสูงดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตและการขยายตัวทางธุรกิจของบริษัทฯ โดยเป็นผู้รับผิดชอบในการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ผู้รับเหมาช่วง และผู้จัดจำหน่ายวัสดุ และเป็นผู้รับผิดชอบการส่งมอบงานให้ตรงเวลา ด้วยคุณภาพที่ได้มาตรฐานและตรงตามความต้องการของลูกค้า ทำให้ความสำเร็จทางธุรกิจของบริษัทฯ ในอนาคตจึงขึ้นอยู่กับความสามารถของบริษัทฯ ในการรักษากลุ่มผู้บริหารระดับสูงดังกล่าวให้อยู่กับบริษัทฯ ได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การสูญเสียผู้บริหารระดับสูงดังกล่าวคนใดคนหนึ่ง



โดยมีสามารถหาผู้บริหารที่เหมาะสมมาทดแทนได้ อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน และโอกาสทางธุรกิจของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการสนับสนุนให้ผู้บริหารระดับกลางได้รับการอบรมความรู้ในด้านต่างๆ ที่จำเป็นต่อการบริหารกิจการจากเครือข่าย Kingsmen เพื่อให้ผู้บริหารระดับกลางในแต่ละฝ่าย มีความรู้ความสามารถเพียงพอ สำหรับการรับช่วงต่อธุรกิจจากผู้บริหารระดับสูงในอนาคต และมีการปรับโครงสร้างให้ผู้บริหารระดับกลางเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อสานต่องาน และลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารระดับสูง รวมทั้งการปรับโครงสร้างต่างๆ ในอนาคต

#### 7. ความเสี่ยงจากการรับงานกึ่งรัฐวิสาหกิจ

โดยทั่วไปแล้วบริษัทฯ มุ่งเน้นให้บริการแก่ลูกค้าในกลุ่มเอกชนคิดเป็นร้อยละ 98-99 ของงานที่ให้บริการอยู่ ซึ่งมีบางโอกาสที่บริษัทฯ ตัดสินใจรับงานภาครัฐ หรืองานกึ่งรัฐวิสาหกิจเข้ามา จากการที่บริษัทฯ เล็งเห็นโอกาสในการขยายธุรกิจต่อไป

ดังจะเห็นได้จากในปี 2560 ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้รับงานกึ่งรัฐวิสาหกิจงานหนึ่ง ซึ่งผลประกอบการออกมาขาดทุน และส่งผลกระทบต่อการเงินของทางบริษัทฯ อย่างมาก โดยสาเหตุหลักมาจากการขาดความชำนาญในงานลักษณะนี้ โดยมีข้อดีที่ทำให้บริษัทฯ ได้เรียนรู้ และได้ประสบการณ์อย่างมากจากการทำงานโครงการดังกล่าวนี้

ทั้งนี้ บริษัทฯ เชื่อว่าการเรียนรู้จากประสบการณ์ทำงานในโครงการข้างต้น ทำให้บริษัทฯ มีความมั่นใจในการทำงานกึ่งรัฐวิสาหกิจ หรืองานโครงการลักษณะนี้มากขึ้น เป็นผลให้บริษัทฯ มีศักยภาพในการทำงาน และเพิ่มโอกาสในการได้รับงานมากขึ้น จากประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้มา

#### 8. ความเสี่ยงจากการเลื่อนการส่งมอบงาน

ธุรกิจหลักของบริษัทฯ ทางด้านตกแต่งภายใน โดยเฉพาะโครงการขนาดใหญ่ที่ต้องใช้ระยะเวลาในการทำงานค่อนข้างมากนั้น มีหลายครั้งที่ทางโครงการได้ทำการเลื่อนการส่งมอบพื้นที่ทำงานให้ล่าช้า ส่งผลกระทบต่อด้านการดำเนินงานของบริษัทฯ หรือแม้กระทั่งด้านการเงินของบริษัทฯ ด้วย

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ปรับตัวและเรียนรู้จากการทำงานในโครงการขนาดใหญ่หลากหลายโครงการ ส่งผลให้ปัญหาดังกล่าวมีผลกระทบต่อในสัดส่วนที่น้อยมาก เนื่องจากมีการวางแผนด้านการเงินรัดกุมมากขึ้น

#### 4.ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### สินทรัพย์ถาวรหลักของบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้

รายการ	มูลค่าสุทธิ ตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
	(ล้านบาท)		
ที่ดินลำลูกกาคลอง 9 เนื้อที่ 11 ไร่ 2 งาน 59 ตารางวา	17.76	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	จดจำนองเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อกับสถาบันการเงินในวงเงินรวม 60 ล้านบาท
ที่ดิน ัญญบุรี คลอง 11 เนื้อที่ 6 งาน 100 ตารางวา	10.50		จดจำนองเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อกับสถาบันการเงินในวงเงินรวม 100 ล้านบาท
ส่วนปรับปรุงที่ดินศาลายา			
- ที่ดินลำลูกกาคลอง 9	0.15	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- โกงดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานศาลายา	0.10	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
อาคาร			
- ศาลายา นครปฐม	0.40	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- คลอง 11	18.70	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
ส่วนปรับปรุงอาคาร			
- สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร	0.46	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- โกงดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานศาลายา	1.77	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6	24.15	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงาน คลอง 11	6.14	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	10.53	บริษัทฯ และบริษัท ย่อยเป็นเจ้าของ	ไม่มี
ยานพาหนะ	7.88	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพันตามสัญญาเช่าซื้อบางส่วนจำนวน 3.34 ล้านบาท

วัสดุอุปกรณ์จัดงานแสดงสินค้า	1.43	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เครื่องจักรและเครื่องมือเครื่องใช้	16.03	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	มีการระบุพันตามสัญญาเช่าซื้อบางส่วนจำนวน 0.09 ล้านบาท
งานระหว่างก่อสร้าง	2.59	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวม	118.59		

## สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ และบริษัทย่อย เป็นเจ้าของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ซึ่งมีมูลค่าสุทธิตามบัญชี จำนวน 3.64 ล้านบาท

## สัญญาที่สำคัญของบริษัทฯ

## 1.สัญญาเช่าพื้นที่อาคารที่ตั้งสำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าพื้นที่อาคารซึ่งเป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานกรุงเทพมหานคร จำนวน 2 ฉบับ ดังนี้

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

## 2.สัญญาเช่าโกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานสาธิต

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าที่ดินเพื่อใช้เป็นโกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานสาธิต ดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สินที่เช่า	อายุสัญญาเช่า	พื้นที่เช่า	ค่าเช่าและค่าบริการ	เงื่อนไขการต่ออายุ
นางอารียา พิเศษสิทธิ์	ที่ดินโฉนดเลขที่ 57537 ตำบล บางเตย 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 7-10	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้อีกคราวละ 10 ปีโดยบอกกล่าวต่อผู้ให้เช่าไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนสัญญาหมดอายุ

## 3.สัญญาฝากทรัพย์สินโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีสัญญาฝากทรัพย์สินอาคารโรงงานและที่ดินเพื่อใช้เป็นโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6 ดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สิน	อายุสัญญา	พื้นที่	อัตราค่ารับฝาก	เงื่อนไขการต่ออายุ
บริษัท กานต์กมล จำกัด ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี	1.อาคารโรงงาน เลขที่ 9/3 - 9/4	20 ปี ตั้งแต่ 1 มกราคม 2561 ถึง 1 มกราคม 2581	1,920 ตารางเมตร	198,000 บาทต่อเดือน	
	2. อาคารโรงงาน เลขที่ 9/5 - 9/6		800 ตารางวา	40,000 บาทต่อเดือน	
	3. อาคารโรงงาน เลขที่ 9/7		960 ตารางเมตร	90,000 บาทต่อเดือน	

## 4.สัญญาเช่าและสัญญาจะซื้อขายที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้างจำนวน 2 ฉบับ และสัญญาซื้อขายที่ดินจำนวน 1 ฉบับ เพื่อใช้เป็นโรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11 ดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สินที่เช่า	อายุสัญญาเช่า	พื้นที่เช่า	ค่าเช่าและค่าบริการ	เงื่อนไขการต่ออายุ
บริษัท เอกสิน การ์เด้นโฮม จำกัด	ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เลขที่ 98/4 ตำบลบึงน้ำรักษ์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ในโครงการเอกสิน แฟคทอรี	3 ปีตั้งแต่ 1 กันยายน 2558 ถึง 1 กันยายน 2561	1,632 ตารางเมตร	125,000 บาทต่อเดือน	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้อีก 3 ปี และผู้ให้เช่าคิดค่าเช่าเพิ่มไม่เกินร้อยละ 10
บริษัท เอกสิน การ์เด้นโฮม จำกัด	ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เลขที่ 98/5 ตำบลบึงน้ำรักษ์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ในโครงการเอกสิน แฟคทอรี	3 ปีตั้งแต่ 1 กันยายน 2558 ถึง 1 กันยายน 2561	1,632 ตารางเมตร	125,000 บาทต่อเดือน	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้อีก 3 ปี และผู้ให้เช่าคิดค่าเช่าเพิ่มไม่เกินร้อยละ 10
บริษัท คีลาลาย เอ็นจิเนียริง จำกัด	ที่ดินพร้อมอาคารสำนักงาน 3 ชั้น เลขที่ 98/34 หมู่ที่ 2 ตำบลบึงน้ำรักษ์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ในโครงการเอกสิน แฟคทอรี	วันทำสัญญา วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2561 ผู้จะซื้อได้วางมัดจำเป็นเงินจำนวน 500,000 บาท ส่วนที่เหลือจะชำระภายในวันโอน โดยจะไปทำการโอนภายในเดือนมีนาคม 2561	ขนาด 360 ตารางเมตร พร้อมโกดังเก็บของขนาด 755.10 ตารางเมตร ตามโฉนดเลขที่ 112478 ตำบลบึงน้ำรักษ์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี เนื้อที่รวม 350.2 ตารางวา	15,900,000 บาท	

### 5.สัญญาเช่าสำนักงานของ Kingsmen Myanmar Company Limited

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าอาคารสำนักงานเพื่อใช้เป็นอาคารสำนักงานของ Kingsmen Myanmar Company Limited ดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สินที่เช่า	อายุสัญญาเช่า	พื้นที่เช่า	ค่าเช่าและค่าบริการ	เงื่อนไขการต่ออายุ
Ko Ni Aung Khaing Myint	อาคารสำนักงาน No.34 Theik Di Street, Ward No. 3, Mayangone Township, Yangon, Myanmar	3 ปีตั้งแต่ 1 ธันวาคม 2560 ถึง 30 พฤศจิกายน 2563	-	42,000 ดอลลาร์สหรัฐ ในปีที่ 1 44,100 ดอลลาร์สหรัฐ ในปีที่ 2 46,308 ดอลลาร์สหรัฐ ในปีที่ 3	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้โดยตกลงกับผู้ให้เช่าไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนสัญญาหมดอายุ

### สัญญาอนุญาตให้ใช้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้า (License Agreement)

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

ภายใต้สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า Kingsmen Creatives Ltd. มีหน้าที่ให้ความช่วยเหลือบริษัทฯ ในด้านต่างๆ ซึ่งรวมถึงการให้คำแนะนำแก่บริษัทฯ ในการประกอบธุรกิจ และช่วยในการดำเนินการเพื่อให้บุคลากรของบริษัทฯ ได้รับการอบรมทั้งในและต่างประเทศเพื่อพัฒนาฝีมือและศักยภาพของพนักงาน โดยบริษัทฯ ต้องจ่ายค่าสิทธิในการใช้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้าเป็นรายปีให้แก่ Kingsmen Creatives Ltd. ในอัตราระหว่างร้อยละ 0.5-1.5 ของรายได้จากยอดขาย แต่ทั้งนี้ จะไม่เกิน 148,000 เหรียญสิงคโปร์ต่อปี ซึ่งค่าสิทธิดังกล่าวสามารถปรับขึ้นได้ทุกๆ 5 ปีตามที่คู่สัญญาจะได้ออกกัน แต่ทั้งนี้จะไม่เกินกว่าร้อยละ 50 ของค่าสิทธิก่อนหน้านี้ นอกจากนี้ Kingsmen Creatives Ltd. ยังตกลงที่จะไม่ประกอบธุรกิจใดๆ อันจะเป็นการแข่งขันกับธุรกิจฯ ของบริษัทฯ ในประเทศไทยและประเทศเมียนมาร์ และในทางกลับกัน บริษัทฯ ได้ตกลงที่จะไม่ประกอบธุรกิจใด ๆ อันจะเป็นการแข่งขันกับธุรกิจฯ ของ Kingsmen Creatives Ltd. ในประเทศสิงคโปร์ รวมถึงประเทศอื่นๆ ที่ Kingsmen Creatives Ltd. มีสำนักงานอยู่

ทั้งนี้ สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าเป็นสัญญาที่ไม่มีกำหนดระยะเวลา ซึ่งบริษัทฯ สามารถใช้แบรนด์ Kingsmen ในการประกอบธุรกิจ ของบริษัทฯ ได้จนกว่าสัญญาจะสิ้นสุดลง ซึ่งการสิ้นสุดของสัญญารวมถึงการที่บริษัทฯ หรือ Kingsmen Creatives Ltd. บอกเลิกสัญญาโดยการต้องบอกกล่าวล่วงหน้าให้ผู้สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน ทั้งนี้ การที่ Kingsmen Creatives Ltd. มิได้เป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ จะไม่มีผลกระทบต่อสิทธิของบริษัทฯ ในการใช้ แบรนด์ 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 เนื่องจากที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2558 ของบริษัทฯ ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2558 ได้มีมติอนุมัติการเปลี่ยนแปลงจำนวนหุ้นและมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ของบริษัทฯ โดยเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิมหุ้นละ 0.10 บาท เป็นหุ้นละ 0.50 บาท เป็นผลให้จำนวนหุ้นที่ 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 ประกันภัยธุรกิจทุกชนิด และประกันภัยความรับผิดตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอก สำหรับสำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานครฯ โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานศาลาया โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6 โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11 และประกันภัยงานติดตั้งและรื้อถอนบูร งานตกแต่ง งานระบบประกอบอาคาร และงานอื่นๆ ตามสัญญา โดยมีจำนวนเงินเอาประกันภัยรวมทั้งสิ้น 727 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเภทกรรมธรรม์	บริษัทประกัน	สถานที่/ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	ทุนประกัน (ล้านบาท)	ระยะเวลาเอา ประกัน	ผู้เอา ประกันภัย
ประกันภัยความเสี่ยงภัย ทรัพย์สิน <sup>1/2/</sup>	บริษัท ฟอล คอน ประกันภัย	1. สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานครฯ เลขที่ 122/4 2. สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานครฯ เลขที่ 122/5	40.0 40.0 70.0 35.0	1 ก.ย. 2559 ถึง 1 ก.ย. 2560	บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน)

	จำกัด (มหาชน)	3.โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานสาธยาย เลขที่ 83 4.โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11 เลขที่ 98/4-98/5 5.โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11 เลขที่ 98/34-98/35	25.0  ทุนรวม210.0		
ประกันภัยความเสี่ยงภัย ทรัพย์สิน และ ประกันภัยธุรกิจ หยุดชะงัก	บริษัท ฟอล คอน ประกันภัย จำกัด (มหาชน)	โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6 เลขที่ 9/3-9/4 ส่วนที่ 1 ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน 1. สิ่งปลูกสร้าง 2. สต็อกสินค้าต่างๆ 3. เครื่องจักรรวมอะไหล่และอุปกรณ์ต่างๆ ส่วนที่ 2 ประกันธุรกิจหยุดชะงัก	ทุนรวม 82.0  12.0 10.0 23.0 37.0	1 ก.ย. 2559 ถึง 1 ก.ย. 2560	บริษัท คิงส์แมน ซิ.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน)
ประกันภัยธุรกิจ หยุดชะงัก <sup>1/2/3/</sup>	บริษัท ฟอล คอน ประกันภัย จำกัด (มหาชน)	1.สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร เลขที่ 122/4 2.สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร เลขที่ 122/5 3.โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานสาธยาย เลขที่ 83 4.โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11 เลขที่ 98/4-98/5 5.โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11 เลขที่ 98/34-98/35	กำไรขั้นต้น รวม 30.0	1 ก.ย. 2559 ถึง 1 ก.ย. 2560	บริษัท คิงส์แมน ซิ.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน)
ประกันภัยความรับผิด ตามกฎหมายต่อ บุคคลภายนอก <sup>1/2/</sup>	บริษัท ฟอล คอน ประกันภัย จำกัด (มหาชน)	1.สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร เลขที่ 122/4 2.สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร เลขที่ 122/5 3.โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานสาธยาย เลขที่ 83 4.โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11 เลขที่ 98/4-98/5 5.โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11 เลขที่ 98/34-98/35	ความเสียหาย แต่ละครั้งรับ ผิดไม่เกิน 5.0 แต่รวมความ เสียหาย ทั้งหมด แล้วไม่เกิน 10.0	1 ก.ย. 2559 ถึง 1 ก.ย. 2560	บริษัท คิงส์แมน ซิ.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน)



		6.สถานที่ที่เป็นที่ตั้งของงานแสดงสินค้าในช่วงที่จัดงาน 7.โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6 เลขที่ 9/3-4 ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี			
ประกันความเสี่ยงภัยสำหรับธุรกิจ	บริษัท แอ็กซ่าประกันภัย จำกัด (มหาชน)	โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11 เลขที่ 98/34-98/35 โครงการเอกสินแพคทอรี่ ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลบึงน้ำรักษ์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี	25.0	6 ก.ค. 2559-6 ก.ค. 2560 * เอาประกันภัยเพิ่มเติมเนื่องจากจดทะเบียนจํานองกับธนาคารนานาชาติ	บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน)
ประกันงานติดตั้งและรื้อถอนบูธ งานตกแต่งงานระบบประกอบอาคาร และงานอื่นๆ ตามสัญญา	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)	ภายในสถานที่ปฏิบัติงานตามสัญญาระหว่างผู้เอาประกันภัยและผู้ว่าจ้างในแต่ละโครงการตามที่ผู้เอาประกันภัยจะแจ้งให้บริษัทฯ ทราบเป็นครั้งๆ ไป ในเขตประเทศไทย	370.0	25 พ.ย.2559-24 พ.ย.2560	บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุ: 1/ ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย ได้แก่ ตัวอาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร (ไม่รวมฐานราก) ระบบสาธารณูปโภคทุกชนิด เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ทุกชนิด เครื่องใช้สำนักงานและเครื่องคอมพิวเตอร์ทุกชนิด สัตว์เลี้ยง ทรัพย์สินทุกชนิด วัตถุติด 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 2560 บริษัทฯ มีเงินลงทุนใน 1 บริษัท โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	ทุนชำระแล้ว (บาท)	สัดส่วนเงินลงทุน (ร้อยละ)	ราคาทุน (บาท)	มูลค่าเงินลงทุนสุทธิ (บาท)
บริษัท ยูเท็กซ์ เหนือ จำกัด	รับเหมางานระบบไฟฟ้าสำหรับงานแสดงสินค้า	1,100,000	12.7	140,000	0
รวม				140,000	0

การลงทุนในบริษัทข้างต้น บริษัทฯ ได้เข้าร่วมลงทุนกับบริษัทรับเหมาก่อสร้างและตกแต่งงานแสดงสินค้าอีกหลายราย เพื่อร่วมกันทำธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่ในอดีตที่ผ่านมา แต่อย่างไรก็ตามบริษัทดังกล่าว มิได้มีกิจกรรมทางธุรกิจที่มีนัยสำคัญแต่อย่างใด และบริษัทฯ ได้ตั้งค่าเผื่อการลดมูลค่าเงินลงทุนทั้งจำนวนแล้ว

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

## นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

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

ในการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้น บริษัทฯ จะส่งตัวแทนที่มีคุณสมบัติและประสบการณ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจที่บริษัทฯ เข้าลงทุน เข้ามาเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัทดังกล่าว โดยตัวแทนของบริษัทฯ ต้องปราศจากผลประโยชน์ขัดแย้งกับธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมเหล่านั้น ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทสามารถควบคุมดูแลกิจการ และการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมได้เสมือนเป็นหน่วยงานหนึ่งของบริษัท โดยตัวแทนของบริษัทจะต้องบริหารจัดการธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้เป็นไปตามระเบียบและกฎเกณฑ์ ตามข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแทนที่ส่งไปนั้นให้เป็นไปตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท และ/หรือข้อตกลงร่วมกันในกรณีของบริษัทร่วม ซึ่งทางบริษัทจะติดตามผลประกอบการและผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมอย่างใกล้ชิด รวมถึงกำกับให้มีการจัดเก็บข้อมูลและบันทึกบัญชีของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ให้บริษัทตรวจสอบ

ทั้งนี้ การขออนุมัติในการลงทุนของบริษัทจะต้องเป็นไปตามกฎ ระเบียบ หรือกฎเกณฑ์ว่าด้วยการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ตามที่ได้ประกาศโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

## โครงการลงทุนในอนาคต

### โครงการลงทุนในประเทศกัมพูชา

บริษัทฯ มองเห็นศักยภาพและการเติบโตของตลาดในประเทศกัมพูชา ซึ่งมีการเติบโตตามการคาดการณ์ของธนาคารโลกอยู่ในระดับสูงกว่า 7 เปอร์เซ็นต์ในปี 2017 และจะยังคงมีแนวโน้มเช่นนี้ต่อไปอีกหลายปี สืบเนื่องจากการที่รัฐบาลกัมพูชาได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคอุตสาหกรรม ภาคบริการและการท่องเที่ยว การพัฒนาทางด้านอสังหาริมทรัพย์ และสาธารณูปโภค ทั้งนี้ได้เปิดโอกาสให้นักลงทุนจากต่างชาติสามารถเข้ามาลงทุนโดยการจดทะเบียนบริษัท ภายในประเทศกัมพูชาได้ 100 เปอร์เซ็นต์ โดยไม่จำเป็นต้องมีคนท้องถิ่นร่วมถือหุ้น ประกอบกับอัตราภาษีกำไรนิติบุคคลที่อยู่ในอัตราร้อยละ 20 นั้น ก็เป็นแรงจูงใจให้เกิดการลงทุนมากยิ่งขึ้น

บริษัทฯ ได้ลงพื้นที่เพื่อสำรวจศึกษาข้อมูล และพบว่าการเติบโตในส่วนของการออกแบบ การก่อสร้างอาคารสำนักงาน โรงแรม ห้างสรรพสินค้า และการจัดนิทรรศการต่างๆ มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และบริษัทฯ เชื่อมั่นว่าด้วยศักยภาพและชื่อเสียงของบริษัทฯ ที่มีข้อได้เปรียบทางด้านการแข่งขันกับบริษัทท้องถิ่น อาทิ เรื่องการออกแบบ คุณภาพมาตรฐานของงาน การใช้เทคโนโลยีในการผลิตชิ้นงานที่ทันสมัย ตลอดจนการให้บริการอย่างเป็นกันเองนั้นจะทำให้บริษัทฯ สามารถเข้าไปทำตลาดได้ในกัมพูชา ภายใต้แบรนด์ Kingsmen ภายใต้สัญญาอนุญาตให้ใช้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้า (License Agreement) โดยคาดว่าจะสามารถดำเนินการจดทะเบียนบริษัทได้ภายในต้นปี 2561 และมีทุนจดทะเบียน 300,000 ดอลลาร์สหรัฐ ถือหุ้นร้อยละ 100 โดยบริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน) เพื่อดำเนินธุรกิจในประเทศกัมพูชา

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุด ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาทที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### ข้อมูลบริษัท

บริษัท	: บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ")
ประเภทธุรกิจ	: ให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) งานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) การตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) งานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกแนวคิด (Thematic Park & Museums) และธุรกิจงานสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม (Architecture & Engineering)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 122/4 ถนนกรุงเทพกรีฑา แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10250
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107558000296
ทุนจดทะเบียน	: 110,000,000 บาทชำระแล้ว 109,999,992 บาท

จำนวนหุ้นสามัญ	:	219,999,984 หุ้น ราคาที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท
ปีที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	:	18 ธันวาคม 2558
รอบบัญชี	:	1 มกราคม - 31 ธันวาคม
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	:	93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์	:	02-009-9000
โทรสาร	:	02-009-9991

ผู้สอบบัญชี

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

ผู้ตรวจสอบภายใน

บริษัท	:	บริษัท สอบบัญชีธรรมานิติ จำกัด
--------	---	--------------------------------

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	178 อาคารธรรมนิติ ซอยเพิ่มทรัพย์ แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ
โทรศัพท์	:	02-596-0500

## ที่ปรึกษากฎหมาย

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

