

## ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

### 1.นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

#### ภาพรวมและนโยบายธุรกิจ

บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) เป็นหนึ่งในผู้นำในธุรกิจออกแบบ ตกแต่งและก่อสร้าง (Design & Build) อย่างบูรณาการ โดยสามารถจำแนกธุรกิจหลักของบริษัทออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

- 1) ธุรกิจงานตกแต่งภายใน (Interiors)
- 2) ธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ พิพิธภัณฑ์และสวนสนุก การตลาดทางเลือก และอื่นๆ (Exhibitions, Museums & Thematic Park, Alternative Marketing) (“EMA”)

บริษัทฯ มีนโยบายในการให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ ด้วยพนักงานมืออาชีพสำหรับการออกแบบ การสร้างสรรค์งาน สำหรับงานแสดงสินค้าและงานกิจกรรมที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างมีมาตรฐานและเพื่อสร้างความพึงพอใจด้วยการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ ภายใต้หลักการดำเนินงาน “ยุติธรรมแบ่งปัน” และอยู่บนหลักจริยธรรม จรรยาบรรณทางธุรกิจ

บริษัทฯ มีผู้ร่วมทุนที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจคือ Kingsmen Creatives Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ สิงคโปร์ เป็นหนึ่งในบริษัทชั้นนำดำเนินธุรกิจออกแบบ ตกแต่งและสื่อสารการตลาดระดับโลก โดยปัจจุบัน Kingsmen Creatives Ltd. มี 21 สำนักงานใน 16 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลาง และอเมริกา ทำให้บริษัทฯ สามารถเชื่อมโยง เข้าถึงลูกค้าในกลุ่ม Kingsmen และสามารถให้บริการแก่ลูกค้าที่แนะนำให้ระหว่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วขึ้น

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”

ส่วนที่ 1 หน้า 

### เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

- 1) ให้บริการอย่างบูรณาการและเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้าทั้งทางด้านการออกแบบ ตกแต่ง และผลิต สำหรับธุรกิจตกแต่งภายใน ธุรกิจการแสดงสินค้า ธุรกิจพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก ธุรกิจการตลาดทางเลือก และธุรกิจสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม ในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านที่มุ่งเป้าไว้
- 2) พัฒนาศักยภาพและผลประกอบการของสำนักงานสาขาในต่างประเทศให้มีผลประกอบการที่กำไรในแต่ละปี
- 3) เป็นผู้ให้บริการที่ลูกค้าให้ความไว้วางใจในการทำงาน และให้บริการอย่างต่อเนื่อง

### 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 และได้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการจนปัจจุบัน</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 และได้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน</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>• ได้รับการแต่งตั้งเป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงานประชุมระดับโลก International AIDS Conference จัดโดย World AIDS Association จากประเทศสวีเดน</li> </ul>   |
| ปี 2554 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ได้รับการแต่งตั้งให้ดำเนินการออกแบบและผลิตงานตกแต่งภายในให้กับร้านขายสินค้าแบรนด์ชั้นนำ</li> </ul>  |

“Uniqlo” รวมกว่า 30 ร้านทั่วประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

- ปี 2555
- ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงานประชุมระดับโลก Rotary International Convention ซึ่งมีผู้เข้าร่วมประชุมกว่า 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 ในศูนย์การค้าชั้นนำต่างๆ
- ปี 2556
- ได้รับการแต่งตั้งให้ดำเนินการออกแบบและผลิตงานตกแต่งภายในให้กับร้านค้าแบรนด์ชั้นนำของโลก “Polo” “Ralph Lauren” “Montblanc” “Piaget” “Victoria Secret” “Dior” “Mark & Spencer” และ “Leica”
- ปี 2558
- จัดตั้ง Kingsmen Myanmar Company Limited ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศเมียนมาร์ ในวันที่ 9 มกราคม 2558 มีทุนจดทะเบียน 300,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ และมีทุนชำระแล้ว 300,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ บริษัทฯ ถือหุ้นในคิงส์แมนเมียนมาร์ ร้อยละ 100
  - วันที่ 1 กรกฎาคม 2558 ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด มีทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท
  - วันที่ 18 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ ได้นำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ (MAI) เป็นวันแรก
- ปี 2559
- ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงาน Myanmar Build & Decor 2016 เทรตแพร์ ด้านการก่อสร้าง การตกแต่ง และเฟอร์นิเจอร์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศเมียนมาร์
  - ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงาน ITU Telecom World 2016 ซึ่งเป็นงานมหกรรมด้านไอซีทีระดับโลก โดยมีผู้นำในแวดวงโทรคมนาคมกว่า 4,000 คน จากกว่า 100 ประเทศมาร่วมงาน
  - ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงาน Myanmar FoodBev and Myanmar Retail Expo 2016
  - บริษัทได้มีการขยายโรงงานการผลิตไปที่ ลำลูกกา คลอง 6
  - เริ่มให้บริการในการตกแต่งงานพื้นที่ส่วนกลางของห้างสรรพสินค้า อาคารสำนักงานและเอนกประสงค์ โรงแรมชั้นนำ สนามบิน ธนาคาร โรงพยาบาล เป็นต้น
  - ขยายขอบเขตการให้บริการของบริษัท คือการให้บริการด้านงานสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม (Architecture & Engineering)
  - บริษัทฯ ได้รับสัญญาก่อสร้างและตกแต่งภายในให้กับร้านค้าปลีกสำหรับแบรนด์แฟชั่นชั้นนำระดับโลก “Ralph Lauren” พื้นที่รวม 70 ตารางเมตร ในสยามเรียบ ประเทศกัมพูชา

- ปี 2560
- ได้รับรางวัลยอดเยี่ยมด้านการออกแบบ ก่อสร้าง คูหาภายในงาน Money Expo Bangkok 2017 ธนาคาร CIMB Thai และรางวัลดีเด่น คูหา บมจ. ข. การช่าง, ETDA และธนาคาร Citibank
  - จัดตั้ง Kingsmen C.M.T.I. (Cambodia) Company Limited ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศกัมพูชา มีทุนจดทะเบียน 300,000 ดอลลาร์สหรัฐ สำนักงานตั้งอยู่ที่เขต Sen Sok ในพนมเปญ บริษัทฯ ถือหุ้นในกัมพูชา ร้อยละ 100
  - บริษัทฯ มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร โดยนายประวิทย์ ศรีบัณฑิตมงคล เข้ามาดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ซึ่งเป็นตำแหน่งผู้บริหารสูงสุดของบริษัท และนายชยวัฒน์ พิเศษสิทธิ์ ดำรงตำแหน่งที่ปรึกษาบริษัทและประธานกรรมการต่อไป
- ปี 2561
- บริษัทฯ ได้รับสัญญางานก่อสร้างและตกแต่งภายในให้กับ The Veranda ใน ICONSIAM รวมพื้นที่ 7,500 ตารางเมตร และนอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้ผลิตงานตกแต่งภายในให้กับแบรนด์ชั้นนำ “FENDI” “BOTTEGA VENETA” “Samsonite” “Uniqlo” และ “TRUE Sphere” ที่ ICONSIAM
  - ขยายขอบเขตการให้บริการด้านการทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการผลิตสื่อวีดิทัศน์ ภายใต้สายธุรกิจงานการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing)
  - นายวงศกร พิเศษสิทธิ์ เข้ามาดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ สำนักงาน Kingsmen Myanmar

#### รางวัลและมาตรฐานต่างๆ ที่ได้รับ

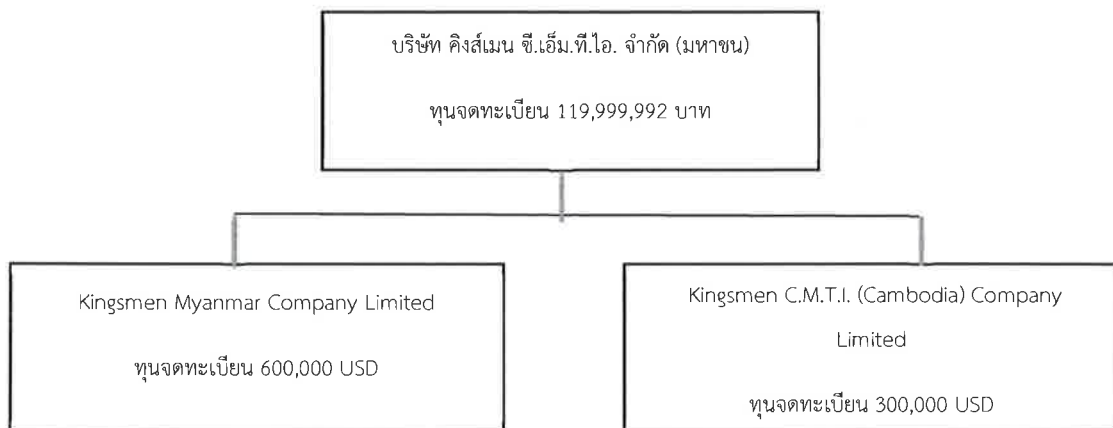
- ปี 2546 ได้รับรางวัลรองมาตรฐาน ISO 9001 : 2000 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านคุณภาพในส่วนของการออกแบบและติดตั้งสำหรับงานนิทรรศการ
- ปี 2549 ได้รับรางวัลจรรยาบรรณดีเด่นของชมรมจรรยาบรรณหอการค้าไทยปี 2549
- ปี 2552
- ได้รับรางวัลชมเชยในการออกแบบ Kids World ที่โรงแรมแมริออท เซาธ์ ของ A.R.E. design Awards ที่ Las 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
- เข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์กรภาคีสีขาว เพื่อร่วมส่งเสริมการประกอบธุรกิจของภาคเอกชนให้ยึดหลักการบริหารกิจการอย่างมีหลักบรรษัทภิบาล โดยสำนักงานชุดความดีแห่งประเทศไทย
  - เข้าร่วมเป็นสมาชิกดาวพิเศษ ซึ่งเป็นโครงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยสมาคมสร้างสรรค์ไทย
- ปี 2556 ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 20121 ซึ่งเป็นมาตรฐานการจัดการกิจกรรมอย่างยั่งยืน (Event Sustainability Management System) สำหรับการวางแผนและส่งมอบงานส่วนกลางงาน Money Expo

ส่วนที่ หนึ่ง 

- ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านจริยธรรมการจ้างงานของผู้ประกอบการทางการค้า จาก SEDEX ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลจากประเทศอังกฤษ
- ปี 2557 - ได้รับรางวัลชมเชยของคิรโปร่งไส ของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (NACC)
- ปี 2558 - ได้รับประกาศนียบัตร โปรแกรมการตรวจประเมินสภาพสถานประกอบการ การรับรองมาตรฐานสถานประกอบการ ที่ถูกต้องตามหลักชีวอนามัย (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.) ร่วมกับคณะกรรมการส่งเสริมจรรยาบรรณและต่อต้านคอร์รัปชัน หอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ซึ่งยกย่องผู้ประกอบการทั่วไป ที่มีแนวทางในการประกอบธุรกิจ การค้าด้วยหลักบรรษัทภิบาล ในส่วนของการเปิดเผยข้อมูลความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และรักษาความสุจริต
- ปี 2560 - วันที่ 28 มิถุนายน 2560 บริษัทฯ ได้รับใบประกาศนียบัตรผู้ผ่านกระบวนการรับรองและเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริตอย่างสมบูรณ์จากแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านคอร์รัปชัน (CAC)
- บริษัทฯได้รับเกียรติบัตรรับรองว่าเป็น “อุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 2 ปฏิบัติการสีเขียว” จากการดำเนินกิจกรรม เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้สำเร็จตามมุ่งมั่นที่ตั้งใจ จากกระทรวงอุตสาหกรรม
- ปี 2561 - ได้รับรางวัล “The 2018 UFI Sustainable Development Award” ในด้าน “Best Sustainable Exhibiting” ซึ่งเป็นองค์กรเดียวในเอเชียที่ได้รับรางวัลด้านการจัดงานแสดงสินค้าอย่างยั่งยืน
- เข้าร่วมโครงการ Care the Bear: Change the Climate Change by Eco Event จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ร่วมกับ 22 องค์กรพันธมิตร เพื่อส่งเสริมบริษัทจดทะเบียน ลดปัญหาโลกร้อนด้วยการลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์จากการจัดอีเวนต์
- ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2015 ต่อเนื่องซึ่งเป็นมาตรฐานด้านคุณภาพในส่วนของกระบวนการออกแบบและติดตั้งคูหาสำหรับงานนิทรรศการ
- ได้รับรางวัล Kingsmen Q Awards 2018 จากคิงส์แมน สำนักงานใหญ่ ประเทศสิงคโปร์ คัดเลือกผลงานจากคิงส์แมนทั้งหมด 21 สาขาทั่วโลก ประเทศไทยได้รับรางวัล Gold ในโปรเจกต์ The Veranda ICONSIAM และได้รับรางวัล Merit โปรเจกต์ MINI Roadshow 2018 ที่ภูเก็ตและชลบุรี, BMW Motorrad booth at Motor Show 2018, Hermès Crazy Carré ไปรษณีย์กลางบางรัก, และงานตกแต่งก่อสร้าง Waldorf Astoria Restaurant & Bars, Bangkok

## โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัท คิงส์เมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อย 2 บริษัท คือ Kingsmen Myanmar Company Limited (“คิงส์เมนเมียนมาร์”) ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศเมียนมาร์ และ Kingsmen C.M.T.I. (Cambodia) Company Limited (“คิงส์เมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. 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 2559 ถึง 2560 และ 2561 มีรายละเอียดดังนี้

	ปี 2559		ปี 2560		ปี 2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ธุรกิจงานตกแต่งภายใน (Interiors)	651.6	55.3	538.3	46.9	1,501.5	70.3
ธุรกิจงานแสดงสินค้า นิทรรศการ พิพิธภัณฑ์และสวนสนุก การตลาดทางเลือก และอื่นๆ (Exhibitions, Museums & Thematic Park, Alternative Marketing) ("EMA")	527.6	44.7	609.7	53.1	634.1	29.7
<b>รวมรายได้จากการให้บริการ</b>	<b>1,179.2</b>	<b>100</b>	<b>1,148</b>	<b>100</b>	<b>2,135.6</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)

1.1) งานตกแต่งภายใน (Interiors) บริษัทฯ ให้บริการในการตกแต่งภายใน (Interiors) ครบวงจร โดยดำเนินการออกแบบ ผลิตและติดตั้งงานตกแต่งภายในทั้งหมด รวมไปถึงการจัดหาอุปกรณ์ตกแต่งภายใน และเฟอร์นิเจอร์ เพื่อให้เข้ากับภาพลักษณ์ของ แบรนด์สินค้าและบริษัท โดยเน้นกลุ่มผู้ขายสินค้าและบริษัทที่อยู่ในตลาดระดับกลางถึงบน ซึ่งมีแผนการขยายสาขาจำนวนมากและเป็นแบรนด์ชั้นนำระดับโลก ในธุรกิจร้านค้าปลีก ร้านอาหาร สำนักงาน โรงแรมไปจนถึงโรงเรียนและสถานพยาบาล

#### ผลงานสำคัญในปี 2561 ของบริษัทฯ

- ปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลาง โรงแรม Park Hyatt Bangkok
- ตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลาง โรงแรม Miracle Suvarnabhumi Airport
- ตกแต่งภายใน Waldorf Astoria Sky Restaurant & Bars ชั้น 56, 57
- ตกแต่งภายใน The Great Room co-working space ใน Gaysorn Tower ชั้น 25, 26
- ตกแต่งภายใน Wellington International School
- ตกแต่งภายในออฟฟิศ Bloomberg ที่ Park Ventures
- ตกแต่งภายในออฟฟิศบุญรอด ที่ Singha Complex ชั้น 38, 39
- ตกแต่งภายใน พื้นที่ส่วนกลางโซน Veranda ที่ ICONSIAM
- ตกแต่งภายในร้าน TRUE Sphere ที่ ICONSIAM

ส่วนที่ 1 หน้า 7





- ตกแต่งภายในร้าน Fendi ที่ ICONSIAM
- ตกแต่งภายในร้าน Bottega Veneta ที่ ICONSIAM
- ตกแต่งภายในร้าน Samsonite ที่ ICONSIAM
- ตกแต่งภายในร้าน Uniqlo ที่ ICONSIAM, Terminal 21 พัทยา, ลาซาล, Central Plaza เชียงราย, Central Plaza พิษณุโลก
- ตกแต่งภายในร้าน Lacoste ที่ Central Festival ภูเก็ต, Central Festival เชียงใหม่, Central Festival พัทยา, Siam Paragon
- ตกแต่งภายในร้าน PAUL ที่เมกาบางนา
- ตกแต่งภายในร้าน TRUE Branding Shop ที่สยามสแควร์ ซอย 2
- ตกแต่งภายในร้าน TUMI ที่ Central Festival ภูเก็ต, Central ชิดลม, Central World
- ตกแต่งภายในร้าน Take Care Beauty Salon & Spa ที่ Century Sukhumvit

**1.2) งานสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม (Architecture & Engineering)** ให้บริการรับเหมาก่อสร้างงานสถาปัตยกรรม และวิศวกรรมที่เกี่ยวข้อง พร้อมให้คำปรึกษาด้านการก่อสร้างให้เป็นไปตามหลักการก่อสร้างและกฎหมายอาคารต่างๆ ตั้งแต่รากฐานอาคารไปจนถึงสถาปัตยกรรมภายใน โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานความคุ้มค่าของลูกค้าเป็นสำคัญ

ผลงานสำคัญในปี 2561 ของบริษัทฯ

- งานสถาปัตยกรรมบูรณะโครงสร้าง ชุมชนเลื่อนฤทธิ์ ที่เยาวราช กรุงเทพมหานคร
- อาคารจอดรถ ดิโกตรีเพอร์อิซูซู กรุงเทพมหานคร
- ที่จอดรถมอเตอไซค์ ดิโกตรีเพอร์อิซูซู กรุงเทพมหานคร

**2) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ งานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกแนวคิด และงานการตลาดทางเลือก (Exhibitions, Thematic & Museums and Alternative Marketing and or EMA)**

**2.1) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ** บริษัทฯ มีขอบเขตการให้บริการในธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ แบ่งเป็น 2 ประเภทดังนี้

2.1.1) ให้บริการแก้ออกงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitors) บริษัทฯ ให้บริการในการเป็นผู้รับเหมา (Service Provider) อย่างครบวงจร แก้ออกงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ตั้งแต่การวางแผนแนวคิด ออกแบบ ผลิต และติดตั้งคูหาแสดงสินค้า ตลอดจนการบริหารจัดการคูหาแสดงสินค้าในระหว่างการจัดงาน

2.1.2) ให้บริการแก้ออกงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Organizers) บริษัทฯ ให้บริการในการเป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) และครบวงจร แก้ออกงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ตั้งแต่การวางแผนงาน (Floor Plan)



ออกแบบ ผลิตและติดตั้งงานส่วนกลาง เช่น คูหามาตรฐาน (Standard Booth) ชุมทางเข้างาน เวที ป้ายบอกทาง และ ส่วนตกแต่งอื่นของงาน รวมไปถึงบริการอื่นๆ เช่น งานระบบไฟฟ้า และการให้เช่าเฟอร์นิเจอร์

ผลงานสำคัญในปี 2561 ของบริษัทฯ


- The 39th Bangkok International Motor Show 2018 & Thailand International Motor Expo 2018
  - BMW
  - BMW Motorrad
  - MINI
  - Nissan
  - Aston Martin
  - Rolls Royce
  - Maserati
  - Kawasaki
  - Rocket Sound
  - SCB
- Toyota Sure at Thailand International Motor Expo 2018
- Betagro at THAIFEX 2018
- Petronas at MotoGP Thailand 2018
- Chanel N5 Limited Edition Christmas Pop Up
- Boonrawd at Top Thai Brands 2018, Vietnam

2.2) ธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกแนวคิด (Thematic & Museums) โดยจะอยู่ในรูปของศูนย์การเรียนรู้ (Learning Center) และพิพิธภัณฑ์ (Museums) ส่วนงานสวนสนุกแนวคิด (Thematic Park) คือ สถานที่ที่มีเรื่องราวตามหัวข้อหลักที่กำหนด อาจจะเป็นสถานที่ให้ความรู้ หรือความสนุก ขึ้นอยู่กับรูปแบบของโครงการนั้นๆ บริษัทฯ ให้บริการอย่างครบวงจรแก่เจ้าของโครงการ โดยดำเนินการวางแผนแนวคิดของโครงการ ออกแบบ และผลิตโครงการ ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของโครงการ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้บริการในการบริหารจัดการโครงการ ออกแบบพัฒนาเนื้อหา ออกแบบสื่อภาพและเสียง ออกแบบสภาพแวดล้อม และออกแบบกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้เข้าชมงานได้เรียนรู้และเข้าใจเนื้อหาที่จัดแสดงมากยิ่งขึ้น บริษัทฯ มีบริการในการบริหารและดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์และศูนย์การเรียนรู้ภายหลังการเปิดโครงการ เพื่อให้มีผู้เข้าชมงานอย่างต่อเนื่อง

ผลงานสำคัญปี 2561 ของบริษัทฯ

- SET DCA (Dollar-Cost Averaging) Extra Exhibition

ส่วนที่ 1 หน้า 9



- ศูนย์การเรียนรู้ดาวพิเศษ ที่หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร

### 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 ทั้งวางแผนคิด ออกแบบ ผลิตและติดตั้งกิจกรรม การบริหารการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่จะมีขึ้นทั้งหมด รวมถึงการหาสถานที่จัดงาน การสรรหาผู้เข้าชมงาน การวางแผนโฆษณากิจกรรมก่อนการออกงาน และการวิเคราะห์ข้อมูลผู้เข้าชมงาน ส่วนกลุ่มลูกค้า ส่วนใหญ่จะอยู่ในธุรกิจยานยนต์และธุรกิจการเงิน

#### ผลงานสำคัญในปี 2561 ของบริษัทฯ

- Chevrolet Mid-Year National Dealer Conference ที่โบ๊บนซ์ รัสอร์ท เขาใหญ่
- MExperience ที่ไบเทค บางนา
- BMW xDrive Experience ที่จังหวัดอยุธยา - สระบุรี
- BMW SO FIT SO Fun Run 2018 ที่สวนลุมพินี
- MINI Roadshow 2018 ที่จังหวัดเชียงใหม่ ขอนแก่น อุบลราชธานี พิษณุโลก ภูเก็ต ชลบุรี จันทบุรี สงขลา และ กรุงเทพมหานคร
- MINI 'Explore More Corners' ที่ Voice Space กรุงเทพมหานคร
- Isuzu Wonderful Day ที่จังหวัดเชียงใหม่ ขอนแก่น นครราชสีมา ระยอง นครศรีธรรมราช และ กรุงเทพมหานคร
- 2018 PTIT Annual Dinner ที่โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพมหานคร
- Adidas The Runners ที่สปอร์ตซิตี นนทบุรี
- Toyota Family Day ที่สวนสยามทะเลกรุงเทพ
- Glamping with Chevrolet Trailblazer ที่จังหวัดกาญจนบุรี

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

ส่วนที่ หน้า ๑๖



ผลงานสำคัญในปี 2561 ของบริษัทฯ

- Beyond Beauty Asean Bangkok 2018 Official Contractor
- Thailand International Motor Expo 2018 Official Contractor
- IAM Bangkok 2018 Official Contractor
- Fast Auto Show Thailand 2018 Official Contractor
- MDRT Experience & Global Conference Official Contractor
- Money Expo 2018 Series Official Contractor
- Mai Forum 2018 Official Contractor

ผลงานที่สำคัญในปี 2561 ของ Kingsmen Myanmar

- งาน BMW Golf Cup National Final 2018
- งาน BMW x3 Launch 2018
- งาน Michelin Safe on the Road
- งาน Michelin Primacy 4 Launch
- งาน SCG Sharing the Dream 2018
- งาน SCG Sharing a Brighter Vision 2018
- งาน Honda NCX Dealer Conference, Mandalay
- ตกแต่งภายใน YIA Duty Free
- ตกแต่งภายในร้าน L'Occitane, Junction Square
- ตกแต่งภายในร้าน BreadTalk, Myanmar Plaza
- ตกแต่งภายในร้าน Cafe Amazon, Kan Thar Yar
- ปรับปรุงภายในออฟฟิศ Tunn Star
- บูธ PTT Global Chemical at ProPak Myanmar 2018

ผลงานที่สำคัญในปี 2561 ของ Kingsmen Cambodia

- รีโนเวทและตกแต่งภายในร้าน Kongju Clinic, Phnom Penh
- บูธ L&E at Cambodia Architect & Decor 2018
- บูธ Index Creative Village at Cambodia Architect & Decor 2018
- บูธ KIE Fepro at Cambodia Construction Industry Expo 2018
- บูธ Keystone Cable at Cambodia Construction Industry Expo 2018
- บูธ Agri-Master at Agri Livestock Cambodia 2018
- บูธ Shera ที่ Global House, Phnom Penh

- Palm Best Buy 2018 official contractor, Siem Reap

## การตลาดและการแข่งขัน

### 2.1.1 นโยบายทางการตลาด

บริษัทฯ ให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) อย่างครบวงจร โดยมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญดังนี้

- การวิจัยและออกแบบที่สร้างสรรค์และตรงตามความต้องการของลูกค้า

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

- การมีมาตรฐานและคุณภาพของงานในระดับสากล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพของงานที่ตรงตามรายละเอียดในแบบงาน และส่งมอบงานตามความต้องการของลูกค้า โดยกลุ่มงานของบริษัทฯ จะทำการควบคุมตรวจสอบคุณภาพของงานในทุกขั้นตอนตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการติดตั้ง เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดของงาน และทำให้บริษัทฯ สามารถส่งมอบงานได้ก่อนเวลาและเป็นที่พอใจของลูกค้า ทั้งนี้บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2000 ในปี 2546 และ ISO 9001:2008 ในปี 2553 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านคุณภาพในส่วนของการออกแบบและติดตั้งคูหาสำหรับงานนิทรรศการ รวมถึงมาตรฐาน ISO 20121 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) ของสภาอาคารเขียวแห่งประเทศไทยหรืออเมริกา กลุ่มงานมีความเป็นมืออาชีพ และพร้อมด้วยประสบการณ์

บริษัทฯ เน้นการสร้างกลุ่มงานและระบบงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้า และรองรับการขยายตัวของงานได้อย่างต่อเนื่องและสามารถมาตรฐานและคุณภาพของงานให้อยู่ในระดับสูงได้ 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) และการตลาด

ทางเลือก (Alternative Marketing) ตั้งแต่การวางแผนคิด การออกแบบ การผลิต และติดตั้งงานทั้งหมด รวมไปถึงการจัดหาอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับงาน 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 และการขยายตัวของพื้นที่ค้าปลีกอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแบ่งออกได้ดังนี้

1. **กลุ่มลูกค้าเอกชน** มีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 98 ของรายได้จากการให้บริการรวม ส่วนมากจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตและการแข่งขันสูง

- กลุ่มธุรกิจค้าปลีก: เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีการเติบโตสูงตามการขยายตัวของห้างสรรพสินค้าต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าในกลุ่มธุรกิจเสื้อผ้าและแฟชั่นในตลาดระดับกลางถึงบน และเป็นลูกค้าที่มีแบรนด์จากต่างประเทศ โดยบริษัทฯ จะให้บริการในรูปแบบของงานตกแต่งภายใน (Interiors) เป็นหลัก
- กลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์: เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีการเติบโตสูงตามการขยายตัวของเมืองและประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าในกลุ่มที่มีศักยภาพทางการแข่งขัน และเติบโตสูง ในตลาดระดับกลางถึงบน โดยบริษัทฯ จะให้บริการในรูปแบบของงานตกแต่งภายใน (Interiors) เป็นหลัก
- กลุ่มธุรกิจยานยนต์: เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอย่างต่อเนื่อง มีการจัดงานประชาสัมพันธ์กระตุ้นยอดขายสม่ำเสมอทั้งในกรุงเทพฯ และจังหวัดต่างๆ ทั่วทุกภูมิภาค โดยบริษัทฯ จะให้บริการในรูปแบบของงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) และการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) เป็นส่วนใหญ่
- กลุ่มธุรกิจการเงิน/ธนาคาร: เป็นอีกกลุ่มธุรกิจที่มีการจัดงานแสดงสินค้าและงานส่งเสริมกิจกรรมตลอดปี ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ส่วนมากจะเป็นงานประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับการลงทุน เพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้ามางาน

ตัดสินใจในการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบต่างๆ 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 ส่วนมากจะเป็นการจัดงานหรือกิจกรรมเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนได้รับความรู้ ความเข้าใจ และสร้างกระแสผลักดันการเติบโตในอุตสาหกรรมเป้าหมายต่อไป นอกจากนี้บริษัทฯ ยังเห็นถึงโอกาสการเติบโตของศูนย์ส่งเสริมความรู้และพิพิธภัณฑ์ต่างๆ ซึ่งส่วนมากจะได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเช่นเดียวกัน โดยมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมทางการเงิน อุตสาหกรรมเกี่ยวกับการศึกษา ซึ่งบริษัทฯ จะให้บริการในรูปแบบงานพิพิธภัณฑ์และศูนย์การเรียนรู้ (Museums & Learning Center) เป็นหลักแก่ลูกค้าในกลุ่มนี้

#### ลูกค้าหลัก

บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีรายได้จากลูกค้า จำแนกตามประเภทกลุ่มลูกค้า ตามงบการเงินรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 ถึง 2560 และ 2561 มีรายละเอียดดังนี้

	ปี 2559		ปี 2560		ปี 2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
<b>กลุ่มลูกค้าเอกชน</b>						
- กลุ่มธุรกิจค้าปลีก	187.5	15.9	141.3	12.3	504.2	23.6
- กลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	358.9	30.4	346.9	30.2	875.2	41.0
- กลุ่มธุรกิจยานยนต์	358.3	30.4	423.9	36.9	497	23.3
- กลุ่มธุรกิจการเงิน	69.4	5.9	117.9	10.3	77.9	3.6
- กลุ่มธุรกิจอื่น	183.6	15.6	104.6	9.1	174.9	8.2
<b>กลุ่มลูกค้าภาครัฐ</b>	21.5	1.8	13.4	1.2	6.4	0.3
รวมรายได้จากการให้บริการ	1179.2	100	1148	100	2135.6	100

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

#### ช่องทางการให้บริการ

1.การเสนอผลงานให้ลูกค้าคัดเลือก บริษัทฯ จะมีทีมการตลาดคอยรับหน้าที่ติดตามตารางการจัดงาน ตารางแผนการตลาด การประชาสัมพันธ์ หรือแผนการดำเนินงานของลูกค้าเป้าหมาย เพื่อหาโอกาสติดต่อลูกค้าและนำเสนอผลงานให้ลูกค้าคัดเลือกในเวลาที่เหมาะสม หรือบางกรณี บริษัทฯ อาจได้รับคำเชิญจากลูกค้าเพื่อให้บริษัทฯ ส่งแบบงานเข้านำเสนอ

2.ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเก่า บริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการด้วยงานออกแบบที่สร้างสรรค์ มีคุณภาพและได้

ส่วนที่ 1 หน้า 14





มาตรฐาน ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทฯ ทำให้กลุ่มลูกค้าส่วนมากยังคงใช้บริการกับบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ ล้วนดำเนินธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง จึงมีงบประมาณและแผนการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายเสมอมา

### 3.การแนะนำจากลูกค้าเก่าและพันธมิตรทางการค้า

4.เครือข่ายของกลุ่ม Kingsmen ในประเทศต่างๆ ซึ่งปัจจุบันมี 21 สำนักงานใน 16 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลาง และอเมริกา โดยมีการร่วมมือกันระหว่างบริษัทฯ และเครือข่ายของกลุ่ม Kingsmen ในการประสานงานและแนะนำลูกค้าที่มีความต้องการที่จะเข้ามาใช้บริการในประเทศไทย เมียนมาร์และกัมพูชา

5. การทำการตลาดผ่านการจัดแสดงนิทรรศการ บริษัทฯ ออกงานแสดงสินค้าในรูปแบบคูหาแสดง เพื่อเพิ่มโอกาสในการประชาสัมพันธ์เพิ่มช่องทางการตลาด การให้บริการ และช่องทางในการติดต่อลูกค้า

บริษัทฯ มีช่องทางการติดต่อสื่อสาร เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับบุคคลที่สนใจ หรือติดต่อสอบถาม และเป็นช่องทางในการรับส่งข้อมูลข่าวสารจากบริษัทในรูปแบบต่างๆ โดยมีช่องทาง หรือ K Channels 5 ช่องทาง ได้แก่

1. Facebook (เฟสบุ๊ก) : facebook.com/kingsmen-cmtiplc
2. Line@ (ไลน์แอด) : @kingsmen-cmti
3. Youtube (ยูทูบ) : KCMTI Plc.
4. Website (เว็บไซต์) : www.kingsmen-cmti.com
5. Email (อีเมล) [kingsmen@kingsmen-cmti.com](mailto:kingsmen@kingsmen-cmti.com)


## ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

จากการประมาณการอัตราการขยายตัวของดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI) ปี 2562 ของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) คาดว่าจะขยายตัวในช่วงร้อยละ 2.0 - 3.0 โดยมีปัจจัยบวกจากความชัดเจนของการเลือกตั้ง ซึ่งจะสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนค่อนข้างมาก มาจากแรงขับเคลื่อนจากการลงทุนภาครัฐ จากความคืบหน้าของโครงการลงทุนที่สำคัญ รวมถึงการดำเนินงานภายใต้แผนงานพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ที่โครงการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานสำคัญภายใต้แผนงานพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกมีความคืบหน้ามากขึ้นตามลำดับ

ในขณะเดียวกันที่ภาพรวมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในปีนี้ยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีการเปิดตัวโครงการใหม่ๆ คึกคักตลอดทั้งปี ทั้งบ้านเดี่ยว ทาวน์โฮม โดยเฉพาะคอนโดมิเนียม โรงแรม รวมถึงอาคารสำนักงานให้เช่า หรือแม้กระทั่งธุรกิจรีเทลที่เติบโตเร็วที่สุดทั้งศูนย์การค้า โครงการ Mixed Use คอมมูนิตี้มอลล์กันอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าในปี 2562 ธุรกิจอสังหาฯ และ รีเทลยังคงเติบโตเพิ่มขึ้น กับปัจจัยสำคัญของการเลือกตั้งที่มีความชัดเจนเช่นกัน ซึ่งจะส่งผลต่อความมั่นใจในการลงทุน และมีแนวโน้มที่ดีขึ้น โดยการเติบโตดังกล่าวจะเชื่อมโยงถึงธุรกิจรับเหมาก่อสร้างที่จะบทบาทสำคัญเป็นที่ต้องการของภาคก่อสร้าง และมีการเติบโตที่โดดเด่นตามมาด้วย

ซึ่งล้วนแต่เป็นผลดีต่อภาพรวมของธุรกิจให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน (Design&Build) อย่างครบวงจร (One-Stop-Shop Solution) ของบริษัทฯ ทั้งในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) งานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Park) การตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) และงานสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม (Architecture & Engineering) ทั้งสิ้น

ส่วนที่ 1 หน้า 15





### แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานตกแต่งภายใน

บริษัทฯ ได้มีการปรับขอบเขตการรับงานที่กว้างขึ้น เช่น โรงแรม โรงพยาบาล สำนักงาน พื้นที่ส่วนกลางของห้างสรรพสินค้า ร้านค้าแบรนด์ชั้นนำ เป็นต้น โดยเฉพาะห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ซึ่งภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์และเทรดปี 2562 มีแนวโน้มว่า Mixed-Used สามารถพร้อมดึงดูดนักลงทุนต่างชาติร่วมทุนได้ ซึ่งในปี 2561 ที่ผ่านมา ตลาดอสังหาฯ มีการขยายตัวขยายตัวมากขึ้น จากช่วงปลายปีก่อนหน้า ทั้งในแง่ของดัชนีราคาและอัตราการดูดซับยูนิตสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับ ความสามารถในการใช้จ่ายของผู้บริโภค ทั้งนี้ได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและความชัดเจนจากแผนการก่อสร้างเส้นทางรถไฟหลายสายที่เริ่มเห็นเป็นรูปธรรมกว่าเดิม โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ รอบนอกและปริมณฑล รวมถึงจังหวัดภาคตะวันออกที่ได้รับผลพลอยได้จากการพัฒนาโครงการระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก (EEC)

ในขณะที่ “ธุรกิจค้าปลีก” ไม่ว่าจะเป็นศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า หรือแม้แต่แบรนด์ ช็อปในอเมริกาทยอยปิดตัวกันโครมๆ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะปัญหาการเงินสะสมตั้งแต่เมื่อครั้ง Hamburger Crisis และการบูมของอีคอมเมิร์ซ ทำให้คนเลิกสั่งซื้อสินค้าผ่านบริการออนไลน์ แต่เมื่อมองมาที่ประเทศไทย กลับตรงกันข้ามโดยสิ้นเชิง ยิ่งในกลุ่ม “ศูนย์การค้า” Retail Developer ต่างเดินหน้าเปิดสาขาใหม่ พร้อมทั้งรีโนเวทสาขาเก่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ “ศูนย์การค้า” ในไทย ไม่ตกอยู่ในสถานการณ์เดียวกับที่อเมริกา มาจากการ “ปรับตัว” ของ Retail Developer ที่จะทำให้ “ศูนย์การค้า” เป็นมากกว่าสถานที่ช้อปปิ้ง แต่ต้องตอบโจทย์การสร้างประสบการณ์การใช้ชีวิต ซึ่งเป็นสิ่งที่หาไม่ได้จาก E-Commerce และในมุมมองของผู้ประกอบการ มีการร่วมทุนอย่างต่อเนื่อง หากดูจากโครงการที่ทำการร่วมทุนกันนั้นพบว่าในปี 2561 ที่ผ่านมา มีจำนวนคอนโดมิเนียมร่วมทุนกว่า 30 โครงการ แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาฯ ในประเทศไทย ที่ดึงดูดการลงทุนจากชาวต่างชาติได้อย่างดี โดยชาติที่มีการร่วมทุนกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภท คอนโดมิเนียมกว่า 75% คือ ชาติญี่ปุ่น ส่งผลให้ในปี 2562 นี้โครงการที่พัฒนาใหม่ก็ยังคงมีการร่วมมือกับชาวต่างชาติเช่นเดิม แต่อาจจะมีการวางแผนการเปิดตัวโครงการกันใหม่อันเนื่องมาจากเกณฑ์การปล่อยสินเชื่อ ที่อยู่อาศัย รวมถึงขยายการลงทุนไปยังอสังหาฯ ประเภทที่ได้รายได้อย่างต่อเนื่อง เช่น อาคารสำนักงาน โรงแรม เพื่อขยายธุรกิจและลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะขยายการลงทุนไปยังอสังหาริมทรัพย์ประเภทโครงการมิกซ์ยูส ซึ่งเป็นโครงการพัฒนาขนาดใหญ่ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน ผสมผสานการใช้งานที่หลากหลายทั้งอาคารสำนักงาน โรงแรม และที่อยู่อาศัย

### แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

จากภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในปี 2561 ที่ผ่านมา มีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ทั้งต่างประเทศและในประเทศกว่า 34,267,307 ราย สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยรวมกว่า 212,924 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องมาจากการสนับสนุนของรัฐบาล ที่ต้องการให้ธุรกิจไมซ์เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ความพร้อม และมาตรฐานของสถานที่จัดงาน อาทิ โรงแรม ศูนย์ประชุม ศูนย์การค้าแสดงสินค้า ทั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และไมซ์ซิตี้อีก 4 แห่ง ตลอดจนความเป็นมืออาชีพของบุคลากรไมซ์ ที่มีความสามารถ และได้รับมาตรฐานมากขึ้น และ ทำให้ปัจจุบัน ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจไมซ์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อและการเข้าถึงตลาด ASEAN และ CLMV ขณะเดียวกันยังมีโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) ที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ระดับชาติ

และแนวโน้มในปี 2562 ตลาดด้านการจัดงานแสดงสินค้าจะเกิดความคึกคักอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากต่างชาติสนใจใช้ประเทศไทย เป็นสถานที่จัดงานแสดงสินค้าเพิ่มมากขึ้น และได้รับอานิสงส์จากการขยายตัวของสถานที่ พื้นที่การจัดงานประชุมและงานแสดงสินค้า ทำให้เกิดการกระจายตัวของการจัดงานในพื้นที่ต่างๆ อาทิ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้า นานาชาติขอนแก่น (KICE) ซึ่งเป็น

ศูนย์กลางเชื่อมต่อและการเข้าถึงตลาด ASEAN และ CLMV ขณะเดียวกันยังมีโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) ที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมไม่ช้ระดับชาติ

และแนวโน้มในปี 2562 ตลาดด้านการจัดงานแสดงสินค้าจะเกิดความคึกคักอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากต่างชาติสนใจใช้ประเทศไทย เป็นสถานที่จัดงานแสดงสินค้าเพิ่มมากขึ้น และได้รับอานิสงส์จากการขยายตัวของสถานที่ พื้นที่การจัดงานประชุมและงานแสดงสินค้า ทำให้เกิดการกระจายตัวของการจัดงานในพื้นที่ต่างๆ อาทิ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้า นานาชาติขอนแก่น (KICE) ซึ่งเป็นศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าขนาดใหญ่แห่งแรกของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และศูนย์ประชุมนานาชาติดิโนซอร์พัทยา (NICE) เป็นต้น ส่งผลให้ตลาดด้านการจัดงานแสดงสินค้ามีอัตราการเติบโต กว่า 10 - 15% รวมมูลค่ากว่า 25,000 - 30,000 ล้านบาท

การแข่งขันการให้บริการแก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในฐานะผู้ให้บริการ (Service Providers) มีการแข่งขันอย่างหนัก เนื่องจากบริษัท จะต้องแข่งขันกับผู้ให้บริการในการออกแบบและก่อสร้างคูหาเป็นจำนวนมากทั้งรายใหญ่และรายเล็ก ในขณะที่พื้นที่งานที่จัดและจำนวนคูหาที่จัดมีจำกัด ผู้ให้บริการรายใหญ่มักมีข้อได้เปรียบเนื่องจากมีความพร้อมทางด้านบุคลากรและเทคโนโลยี ทำให้สามารถส่งมอบงานที่มีมาตรฐานสูงกว่า นอกจากนี้ ผู้รับเหมารายใหญ่ยังรับงานในจำนวนที่มากกว่า ส่งผลให้มีอำนาจในการต่อรองสั้ข้อวั้สูงมากขึ้น ทำให้ต้นทุนลดต่ำลง

ด้านการให้บริการแก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในฐานะผู้รับเหมอยั้เป็นทางการ (Official Contractor) นั้น มีการแข่งขันในระดับปานกลาง เนื่องจากมีบริษัทที่แข่งขันกันในตลาดเพียงไม่กี่ราย ซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ที่อยู่ในวงการมายาวนาน ผู้จัดงานมักใช้บริการผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่งเป็นประจำ โดยผู้จัดงานและผู้ให้บริการมีประสบการณ์ในการทำงานร่วมกัน ผู้ให้บริการเข้าใจเนื้อหาของงานเป็นอย่างดี และในบางกรณีผู้ให้บริการสามารถนำชิ้นส่วนของงานบางอย่างกลับมาใช้ใหม่ ทำให้ผู้จัดงานสามารถลดต้นทุนในการจัดงานลงได้

คู่แข่งทางตรงของบริษัท ในธุรกิจนี้ ได้แก่ บริษัทขนาดใหญ่ที่สามารถให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน มีกำลังการผลิตมากพอในการรับงานทั้งในฐานะผู้ให้บริการ และผู้รับเหมอยั้เป็นทางการ และสามารถส่งมอบงานที่มีมาตรฐานในระดับสูงแก่ลูกค้าได้ ซึ่งมีจำนวนประมาณ 10 ราย อาทิ บริษัท ปิโก (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีเอ็มโอ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น ซึ่งในปีนี้ บริษัท ยังคงมีการพัฒนาศักยภาพองค์กรอย่างต่อเนื่อง รวมถึงนโยบาย การดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อให้บริษัทมีความต่อเนื่อง ในการขยายกิจการในอนาคต บริษัทฯ จึงเดินตามเป้าหมายในการพัฒนาความรู้ ความสามารถของบุคลากร พร้อมกับการสร้าง ความร่วมมือกับบริษัทพันธมิตร เพื่อสรรค์สร้างนวัตกรรม และเพิ่มคุณค่าให้กับบริการที่ดี ดูแลผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการดำเนินกิจกรรม สาธารณะประโยชน์ที่หลากหลาย เพื่อสร้างสังคมภายใต้แนวนโยบาย “ยุติธรรม แบ่งปัน ห่วงใยสังคม” หรือ “Fair Share Care”

#### แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานการตลาดทางเลือก

ด้านการแข่งขันในธุรกิจการตลาดทางเลือกมีการแข่งขันในระดับสูง เนื่องจากมีคู่แข่งจำนวนมาก ทั้งผู้ให้บริการโดยตรงในการรับจัดงานกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Event Management) และผู้ให้บริการด้านการออกแบบและตกแต่งอย่างครบวงจร ซึ่งครอบคลุมถึงการรับจัดงานกิจกรรมทางการตลาด ในช่วง 4-5 ปีนี้มา “ธุรกิจอีเวนต์” ถือเป็นหนึ่งในธุรกิจที่ไม่ค่อยสดใสมากนักด้วยหลายปัจจัยที่เข้ามากดดัน ทั้งการเมืองและเศรษฐกิจ ส่งผลให้ตัวเลขมีทั้งเติบโตเล็กน้อย ทรงตัว และติดลบ

ต่างจากปี 2561 ที่ทำท่าว่าจะกลับมาเติบโตจากที่ผ่านมา ด้วยตัวเลขการเติบโต 10% หลังจากเห็นทิศทางตั้งแต่ช่วงปลายปีที่ผ่านมาต่อเนื่องจนถึงต้นปี การจัดงานอีเวนต์ในรูปแบบการส่งเสริมการขายและการตลาด

ตลอดจนการจัดงานคอนเสิร์ตขนาดใหญ่ทั้งจากศิลปินในไทยและต่างประเทศ และการจัดงานอีเวนต์เพื่อความบันเทิงในช่วงเทศกาลงานรื่นเริงต่างๆ ก็ทยอยกลับมาจัดกันมากขึ้น ซึ่งช่วงครึ่งปีหลังของปี 2561 ไฮไลต์ของอีเวนต์ที่สำคัญอยู่ที่กลุ่มค่าปลีก จากการเปิดตัวของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ ได้แก่ เซ็นทรัลภูเก็ตของกลุ่มเซ็นทรัล, ไอคอนสยามของสยามพิวรรธน์ และ เทอร์มินอล 21 ของสยาม รีเทล ดีเวลลอปเม้นท์

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

สำหรับคู่แข่งทางตรงของบริษัทฯ ซึ่งดำเนินธุรกิจการตลาดทางเลือก จะรวมถึงผู้ประกอบการทุกขนาดที่สามารถให้บริการในการจัดงานกิจกรรมทางการตลาดได้ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ ที่มีนโยบายในการทำตลาดทางเลือกเป็นประจำ ดังนั้นคู่แข่งทางตรงของบริษัทฯ จึงเป็นบริษัทที่สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกัน กับบริษัทฯ

#### แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกแนวคิด

ปีที่ผ่านมาเรามีโอกาสเห็นโปรเจกต์จากพิพิธภัณฑ์หรือศูนย์การเรียนรู้หลายแห่งทั่วโลกที่ต่างปรับตัวครั้งใหญ่ เพื่อออกแบบประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้เข้าชม พยายามจัดการส่วนผสมระหว่างพื้นที่ เรื่องราว วัตถุจัดแสดง และเทคโนโลยี เป็นสัญญาณสำคัญบ่งบอกถึงเรื่องเล่าบทใหม่ในโลกทันสมัยที่กำลังจะมาถึง ซึ่งในปัจจุบันได้มีองค์กรต่างๆ รวมถึงภาคเอกชนจัดตั้งพิพิธภัณฑ์สำหรับเก็บรวบรวมความรู้ ความเป็นมา และภูมิปัญญาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตนเองนำมาจัดแสดงเพื่อเป็นการเผยแพร่ความรู้ให้กว้างขวางมากขึ้น จึงมีแนวโน้มที่จะจัดตั้งและก่อสร้างพิพิธภัณฑ์เพิ่มมากขึ้นในทุกๆ ปี นอกจากนี้ ยังมีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ซึ่งเป็นสถานที่สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลความรู้ เพื่อเผยแพร่ต่อประชาชนอีกรูปแบบหนึ่ง โดยส่วนมากจะจัดตั้งอยู่ภายในหน่วยงานราชการโดยส่วนใหญ่มักจะมี การปรับปรุงเพิ่มเติมข้อมูลใหม่ๆ 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 ทั้งนี้การแข่งขันในธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกในประเทศไทย มีการแข่งขันในระดับสูง เนื่องจากจำนวนงานในแต่ละปีมีไม่มากนัก เมื่อเทียบกับผู้ให้บริการที่มีจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ผู้ว่าจ้างโดยทั่วไปมักคัดเลือกผู้ให้บริการเบื้องต้นจากผลงานที่ผ่านมา ดังนั้น ผู้ให้บริการที่มีประวัติการทำงานยาวนานและจำนวนผลงานสะสมมาก มักมีข้อได้เปรียบในการแข่งขัน เมื่อเทียบกับผู้ให้บริการที่มีงานสะสมไม่มากพอ ทั้งนี้ คู่แข่งโดยตรงของบริษัทฯ ได้แก่ บริษัทขนาดกลางจนถึงขนาดใหญ่ที่สามารถให้บริการด้านงานตกแต่งและออกแบบแบบครบวงจร ซึ่งส่วนมากจะให้บริการครอบคลุมถึงธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกแนวคิด โดยบริษัทดังกล่าว มักเป็นคู่แข่งในธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ และการตลาดทางเลือกด้วย อาทิ บริษัท บีโก (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีดีนีออน ดิสเพลย์ แอนด์ คอนสตรัคชั่นส์ (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท ไรท์แมน จำกัด เป็นต้น

#### แนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศไทย

เศรษฐกิจเมียนมายังมีอัตราการเติบโตที่สูงเมื่อเทียบกับอัตราการเติบโต ทางเศรษฐกิจของประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคและประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ความไม่แน่นอนและความผันผวนของเศรษฐกิจมหภาคมีมากขึ้น สืบเนื่องจากความไม่แน่นอน

ส่วนที่ 1 หน้า 8



(uncertainty) และความเสี่ยงจากปัจจัยภายในและภายนอก โดย World Bank คาดการณ์ว่า GDP ของเมียนมาจะลดลงจากร้อยละ 6.8 ในปีงบประมาณ 2560-2561 เหลือร้อยละ 6.2 ในปีงบประมาณ 2561-2562 ในขณะเดียวกันก็คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจเมียนมาจะฟื้นตัวและเติบโตได้ร้อยละ 6.6 ภายในปีงบประมาณ 2563-2564 เนื่องจากการลงทุนจากภายในประเทศและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น และการปฏิรูปด้านเศรษฐกิจที่ผ่านมา อาทิ การเปิดให้ต่างชาติเข้าไปลงทุนในสาขาค้าปลีกและขายส่ง การบังคับใช้กฎหมายบริษัทเมียนมา (Myanmar Companies Law) เป็นต้น

#### แนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศกัมพูชา

เศรษฐกิจกัมพูชาคาดว่าจะยังทำผลงานได้ดีในระยะสั้นถึงระยะกลาง แม้จะมีความไม่แน่นอนของระบบอัตราภาษีศุลกากรพิเศษจากประเทศคู่ค้าบางราย จากการคาดการณ์ การเติบโตทางเศรษฐกิจของกัมพูชาคาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 7.1 ในปี 2562 ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราการเติบโตในปี 2561 ที่จะผลักดันให้จีดีพีของประเทศมีมูลค่าอยู่ที่ 27,200 ล้านดอลลาร์ สำหรับผลิตภัณฑ์มวลประชาชาติต่อหัว หรือจีดีพีต่อหัว คาดว่าจะอยู่ที่ 1,706 ดอลลาร์ในปี 2562 ขยับเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.1 จาก 1,563 ดอลลาร์ในปี 2561

เศรษฐกิจของกัมพูชาส่วนใหญ่มักจะถูกขับเคลื่อนด้วยการส่งออกเสื้อผ้าสิ่งทอ การก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ การท่องเที่ยว และการเกษตร โดยภาคอุตสาหกรรมที่ส่วนใหญ่คือ สิ่งทอและการก่อสร้าง คาดว่าจะขยายตัวขึ้นร้อยละ 10 ในปี 2562 ขณะที่ภาคการบริการ เช่น การท่องเที่ยว การขนส่ง โทรคมนาคม การค้าและอสังหาริมทรัพย์ คาดว่าจะเพิ่มขึ้นที่ร้อยละ 7 ส่วนภาคการเกษตรคาดว่าจะขยายตัวขึ้นร้อยละ 1.8

สำหรับประเด็นที่สหภาพยุโรปประกาศในเดือน ต.ค.2561 ว่า กัมพูชาอาจสูญเสียการเข้าถึงการค้าอย่างเป็นพิเศษกับตลาดยุโรป ภายใต้โครงการ Everything But Arms (EBA) คือการยกเว้นจัดเก็บภาษีนำเข้าสินค้าทุกประเภทยกเว้นอาวุธ หลังสหภาพยุโรปดำเนินการทบทวนสถานะปลอดภาษีของกัมพูชาเป็นเวลา 6 เดือน แต่เศรษฐกิจกัมพูชาจะยังเติบโตอย่างแข็งแกร่งในภาคการก่อสร้าง การท่องเที่ยว

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (DITP) ณ กรุงเทพมหานคร ได้รายงานถึงสถานการณ์ธุรกิจตลาดอสังหาริมทรัพย์ในกัมพูชา โดยพบว่าแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการประเมินว่าจะมีคอนโดกว่า 1.3 หมื่นยูนิตเข้าสู่ตลาดในปีนี้ และธุรกิจให้เช่าคอนโดที่พักอาศัยก็มีการเติบโตตาม รวมถึงธุรกิจให้เช่าสำนักงาน โดยเฉพาะสำนักงานให้เช่าระดับกลางที่ยังเป็นที่ต้องการของตลาด และยังมี การเติบโตของธุรกิจห้างค้าปลีกที่คาดว่าจะปีนี้จะมีการเปิดตัวเพิ่มอีก 2 โครงการ

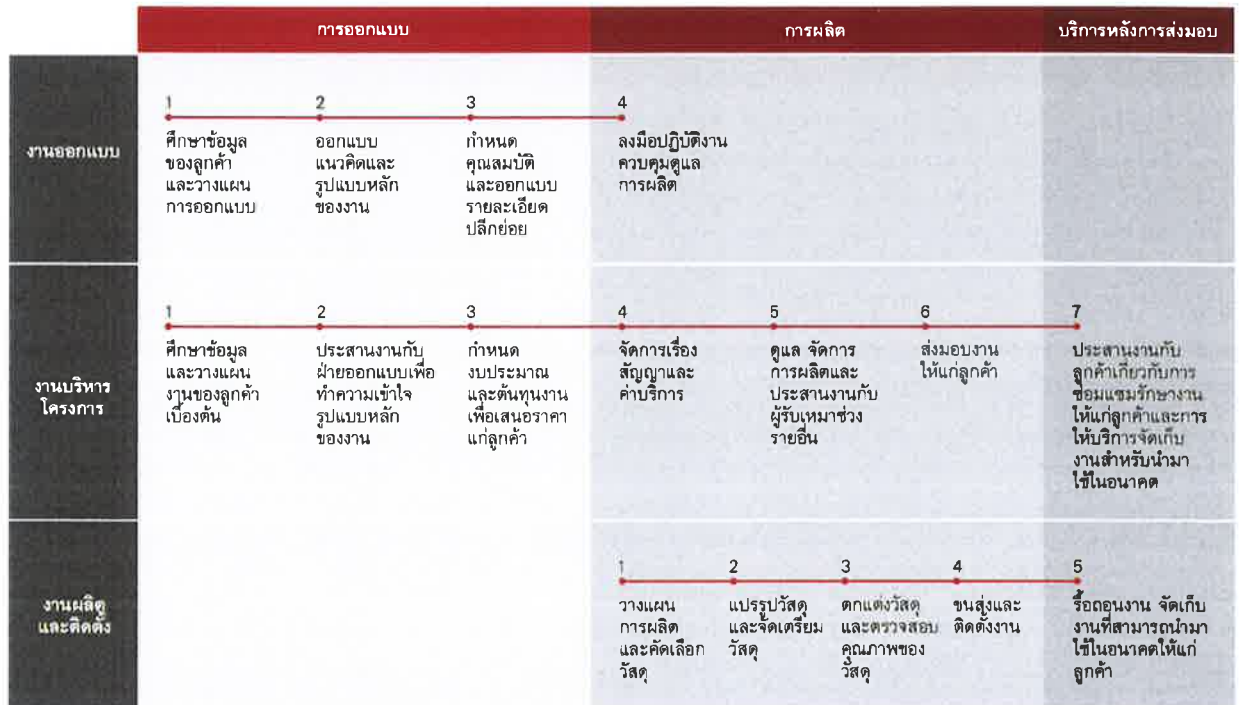
นักธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ในกัมพูชาได้คาดการณ์ว่า ตลาดอสังหาริมทรัพย์จะยังคงเติบโตตามการขยายตัวของเศรษฐกิจกัมพูชา ทำให้มีการดึงดูดนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ เช่น จีน เกาหลี ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และไทย ให้เข้าไป ลงทุนอย่างต่อเนื่อง เพราะกัมพูชากำลังอยู่ระหว่างการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งในด้านการคมนาคมและที่อยู่อาศัย โดยมีโครงการก่อสร้างหลายร้อยโครงการในแต่ละปี

ทั้งนี้ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีภารกิจหลัก คือการขยายช่องทางตลาดแก่สินค้าและบริการของไทย และจากการขยายตัวดังกล่าวเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทย ทั้งการเข้าไปลงทุนในโครงการด้านคมนาคมและการก่อสร้าง และการเข้าไปทำธุรกิจด้านการออกแบบสิ่งปลูกสร้างต่างๆ เพราะกัมพูชายังขาดแคลนบุคลากรด้านนี้ จึงเป็นโอกาสของนักออกแบบไทยที่จะเข้าไปให้บริการ และยังพบว่ามีโอกาสในการส่งออกวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่ง รวมถึงเฟอร์นิเจอร์ ที่มีโอกาสในการเข้าไปทำตลาดสูงมาก

## 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 นอกจากนี้กลุ่มออกแบบยังมีหน้าที่ในการควบคุมดูแลการก่อสร้างให้เป็นไปตามแบบที่วางไว้อีกด้วย
- 2) กลุ่มบริหารโครงการ มีหน้าที่หลักในการควบคุมการทำงานในภาพรวม โดยมีหน้าที่ติดต่อประสานงานกับลูกค้า การจัดเตรียมสัญญาจ้าง การกำหนดราคาขาย การประสานงานกับผู้รับเหมาช่วงรายอื่น ส่งมอบงานให้แก่ลูกค้า รวมถึงการประสานงานกับลูกค้าเกี่ยวกับบริการหลังการส่งมอบงาน เช่น บริการจัดเก็บชิ้นงานให้แก่ลูกค้าสำหรับนำมาใช้ใหม่ในงานถัดไป เป็นต้น



- 3) กลุ่มผลิตและติดตั้ง มีหน้าที่หลักในการก่อสร้าง การแปรรูปวัสดุ การตกแต่ง การติดตั้งงาน รวมถึงการรื้อถอนงาน เมื่อถึงกำหนดเวลา 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 และมีนโยบายในการชำระเงินสำหรับการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วง 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 เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพของงาน 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 ยังคงให้ความสำคัญกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการผลิตงาน เช่น ฝุ่นละอองจากไม้เสี่ยงจากการผลิตงาน กลิ่นของสีและน้ำเสียที่อาจเกิดขึ้น เป็นต้น โดยบริษัทฯ ปฏิบัติตาม กฎระเบียบ และขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการดำเนินการเพื่อควบคุมและจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมดังนี้

1) ฝุ่นละอองจากไม้: บริษัทฯ มีการติดตั้งระบบดูดฝุ่น จากการผลิตเพื่อกำจัดฝุ่นละอองจากไม้ระหว่างการผลิตชิ้นงานในทุกสถานที่ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิต

2) เสียงจากการผลิตงาน: ในกระบวนการผลิต อาจมีเสียงจากการผลิตงาน แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่มีเครื่องจักรหนัก ที่จะทำให้เกิดเสียงดังจนรบกวนผู้อื่น และมีการตรวจวัดเฝ้าระวังเสียง โดยการทำงานจากหน่วยงานภายนอกและจัดส่งรายงานให้ทางกรม สวัสดิการคุ้มครองแรงงานทราบ

3) กลิ่นจากการทำสีชิ้นงาน: โรงงานผลิตชิ้นงานที่ล้าลูกกา คลอง 6 มีการติดตั้งระบบกำจัดกลิ่นสีจากชิ้นงาน ซึ่งจะดูดอากาศ พร้อมกลิ่นของสีผ่านมาน้ำ เพื่อแปรสภาพเป็นน้ำปนกากสีและมี การแยกกากสีออกจากน้ำ ทั้งส่งไปให้หน่วยงานที่รับผิดชอบกำจัดต่อไป นอกจากนี้บริษัทฯ อาจมีการทำสีชิ้นงานในโกดังและสถานที่ผลิต ชิ้นงานย่อยโดยเป็นการซ่อมเก็บสีชิ้นงานขนาดเล็กและดำเนินการในพื้นที่ที่เป็นสัดส่วน

4) ขยะมูลฝอย ขยะหมุนเวียน และขยะอันตราย: บริษัทมีนโยบายในการจัดการขยะต่างๆ ภายในองค์กร ทั้ง ส่วนสำนักงานและโรงงาน ซึ่งขยะทั่วไปที่ไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ ได้ทางบริษัทส่งไปกำจัดกับหน่วยงานของเทศบาลหรือท้องถิ่น บริษัทฯ คัดกรองขยะหมุนเวียนเพื่อนำมาใช้ใหม่ในการทำชิ้นงานเพื่อให้ชุมชน พนักงาน เกษตรกร หรือผู้ประกอบการอื่นๆ นำไปใช้ประโยชน์ส่วน ขยะอันตราย บริษัทฯ ส่งไปกำจัดอย่างถูกวิธีโดยใช้บริการกับบริษัท ที่ ขึ้นทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม โดยมีแผนความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ตรวจสอบเป็นระยะ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีกรว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญ และ/หรือ ให้





องค์การบริหารส่วนตำบลที่เกี่ยวข้อง มาประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกปีในทุกสถานที่ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตและ ที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่เคยมีข้อพิพาทหรือการฟ้องร้องเกี่ยวกับการสร้าง ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่เคยได้รับการดักเตือนหรือปรับจาก หน่วยงานของรัฐตามกฎหมายที่บริษัทฯ ต้องปฏิบัติตามอย่างใด

และในปี 2561 บริษัทฯ ได้รับรางวัล การพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี 2018 หรือ The 2018 UFI Sustainable Development Award จาก UFI (The Global Association of the Exhibition Industry) สมาคมอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าโลก ซึ่งเป็นบริษัทเดียวในเอเชียที่ได้รับรางวัลนี้จากการที่บริษัทฯ มีกระบวนการทำงานที่เน้นการให้บริการคำนึงถึงปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม อันได้แก่ การคัดแยก ลดเศษวัสดุที่เหลือจากการใช้งาน การประหยัดพลังงาน และลดมลพิษทางอากาศ รวมทั้งใช้วัสดุที่มีความยั่งยืน และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ รวมทั้งได้ขอความร่วมมือไปยังผู้รับเหมาและสถานที่จัดงานในการคัดแยกวัสดุและขยะหลังจากจบงาน การจัดประดับตกแต่งงานโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีความยั่งยืน และแนะนำให้ผู้จัดงานเปลี่ยนรูปแบบการตกแต่งโดยใช้ วัสดุทั่ว ๆ ไปเช่น ไม้ แก้ว และเลือกใช้วัสดุที่มีความยั่งยืนอย่าง อะลูมิเนียมโพรไฟล์ สิ่งทอ และอุปกรณ์ LED ที่มีสามารถนำมาใช้ซ้ำได้ ในการออกแบบบูธจัดงานทั้งกลางแจ้งและในร่มด้วยวัสดุที่ยั่งยืน รวมถึงใช้ระบบ Modular ในการติดตั้งซึ่งไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ในการจัดงานยังใช้ QR Code สำหรับการลงทะเบียน เพื่อลดการใช้กระดาษ Post Event นำวัสดุที่เหลือใช้จากการจัดงานแสดงสินค้า และกิจกรรมต่าง ๆ นำมาใช้ซ้ำ โดยมีการผลิตใหม่เพื่อนำไปใช้ในโรงเรียน ห้องเรียน ห้องสมุด โต๊ะ เก้าอี้ต่าง ๆ เพื่อเป็นประโยชน์กับโรงเรียนและนักเรียนต่อไป

### งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีงานที่อยู่ระหว่างดำเนินการและยังไม่ได้ส่งมอบและยังไม่ได้รับรู้รายได้จำนวน 115.5 ล้านบาท ซึ่งทั้งหมดเป็นงานตกแต่งภายใน และงานสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม โดยบริษัทฯ คาดว่าจะส่งมอบงานทั้งหมดได้ภายในปี 2562

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจ และประกอบการให้ได้ผลตามเป้าหมาย แต่ยังคงต้องคำนึงถึงผลกระทบจาก ปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นโดยไม่ทราบล่วงหน้า อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้พิจารณาถึงโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง ในด้านต่างๆ และได้ประเมินตามสถานการณ์ และข้อมูลที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน ซึ่งอาจยังคงมีปัจจัยความเสี่ยงอื่นๆ ที่บริษัทฯ ไม่ทราบในขณะนี้ที่อาจจะมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ในอนาคต ต่อไป ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการลงทุนและผลตอบแทนต่อนักลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ โดยบริษัทฯ มีแนวทางในการป้องกันความเสี่ยงได้ดังนี้

#### 1. ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของแผนงานการตลาดและส่งเสริมการขายของลูกค้า

ความไม่แน่นอนและความผันผวนทางเศรษฐกิจโดยรวมทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงเสถียรภาพทางการเมืองในประเทศย่อมส่งผลกระทบต่อแผนการตลาดและงบประมาณของลูกค้าในกลุ่มธุรกิจการแสดงสินค้า งานกิจกรรม และ กลุ่มธุรกิจงานตกแต่งภายใน ซึ่งจะมีผลกระทบอย่างยิ่ง หากกำลังการจับจ่าย ของนักท่องเที่ยวในและต่างประเทศ ลดน้อยลง อันเป็นผลให้เกิดการยกเลิกหรือเลื่อนการจัดงานแสดงสินค้า งานกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือแม้แต่การเลื่อนกำหนดการเปิดร้านค้า หรือ ในห้างสรรพสินค้าต่างๆ

อย่างไรก็ดี ธุรกิจของบริษัทรองรับกับการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในขณะที่การท่องเที่ยวมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนให้บริษัทขยายกิจการเพื่อรองรับการเติบโตไปพร้อมกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

บริษัทฯ ตระหนักถึงปัจจัยความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นนี้ จึงมุ่งเน้นไปยังการขยายฐานลูกค้าในหลากหลายสาขาธุรกิจ เพื่อกระจายความเสี่ยงของ การถดถอยจากการชะลอตัวของธุรกิจในกลุ่มต่างๆ ที่อาจจะไม่เกิดขึ้นพร้อมกัน อีกทั้งยังมุ่งเป้าไปยัง กลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของตราสินค้า(แบรนด์)ระดับโลก ที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และขีดความสามารถในการแข่งขันสูงในตลาดโลก รวมทั้งในประเทศไทย ซึ่งมีการขยายตัวของพื้นที่ค้าปลีก อย่างต่อเนื่อง ซึ่งกลุ่มลูกค้าดังกล่าวส่วนใหญ่จะมีนโยบายและงบประมาณที่ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจค้าปลีก กลุ่มธุรกิจอาหาร โรงแรม และ สินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ เป็นต้น อีกทั้งบริษัทฯ มีแผนงานเพื่อขยาย และพัฒนาธุรกิจ เพื่อรองรับกับสถานการณ์ความไม่แน่นอน ทางเศรษฐกิจ กระตุ้นยอดขายอย่างสม่ำเสมอ

## 2. ความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอกต่างๆ อาทิ ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ความไม่แน่นอนทางการเมือง หรือภัยธรรมชาติ อาจนำไปสู่ การถดถอยของภาวะเศรษฐกิจโดยรวม รวมทั้งการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เนื่องจากในสภาวะเศรษฐกิจถดถอย มีความไม่แน่นอนต่างๆ เกิดขึ้นเป็นผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง และทำให้ผู้ประกอบการอาจชะลอการขยายกิจการ หรือปรับปรุงร้านค้า หรือปรับเปลี่ยนนโยบายจากการกระตุ้นยอดขายไปใช้วิธีอื่นแทน

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

อย่างไรก็ดี นอกจากปัจจัยภายนอกที่ส่งผลเสียแล้ว ยังคงมีปัจจัยบวกจากการขยายตัวในตลาด CLMV ในอนาคตอันใกล้ส่งผลให้ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ ให้ความสนใจในการงานแสดงสินค้า และการจัดกิจกรรม มากขึ้น จากจำนวนผู้ประกอบการนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ เข้ามาลงทุนในภูมิภาคนี้ และ ประเทศไทยมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวของห้างสรรพสินค้า และร้านค้าปลีกสำหรับสินค้าชั้นนำออกสู่หัวเมืองหลัก ในประเทศ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจของบริษัทอย่างต่อเนื่อง พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ได้ทำประกันภัยที่ครอบคลุมถึงความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการเสี่ยงภัยทุกชนิด ซึ่งรวมไปถึงความเสียหายที่เกิดจากน้ำท่วม และประกันภัยธุรกิจหยุดชะงักไว้ด้วย

### 3. ความเสี่ยงจากสภาพคล่องของลูกค้า

บริษัทฯ มีลูกค้าหลากหลายกลุ่ม ทั้งบริษัทข้ามชาติขนาดกลางและขนาดใหญ่ รวมถึงบริษัทอื่นๆในประเทศ ที่มีความน่าเชื่อถือ และมีสถานะทางการเงินที่ดี แต่เนื่องจากความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจในและต่างประเทศ อาจจะทำให้เกิดความขัดข้องในสภาพคล่องทางการเงิน ของลูกค้าในบางกลุ่ม หรือ บางโอกาสได้ทำให้ไม่สามารถชำระเงินได้ตามข้อกำหนดของบริษัทฯ ทำให้เกิดความล่าช้าในการรับมอบงานที่บริษัทฯ พร้อมจะส่งมอบในแต่ละงวดงานตามแผนงานที่ได้ตกลงไว้ ทำให้บริษัทฯ ได้รับผลกระทบด้านกระแสเงินสดและฐานะทางการเงินของบริษัทฯ ได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีนโยบายและมาตรการในการบริหารจัดการสภาพคล่อง โดยมีการวางแผนการรับชำระเงินเป็นงวดๆ จากลูกค้าต่างๆ ตามมูลค่างาน ซึ่งจะกำหนดงวดการชำระเงินให้มีความถี่ มากขึ้นตามความสำเร็จของงาน และให้ระยะเวลาสินเชื่อ แก่ลูกค้าประมาณ 30-60 วัน นอกจากนี้ หากลูกค้ามีรายใ้มีปัญหา การชำระเงินหรือมียอดค้างชำระสะสมเป็นจำนวนหนึ่ง บริษัทฯ จะติดตามทวงถามเป็นระยะๆ และจะชะลอการให้บริการ ครั้งใหม่จนกว่าลูกค้ารายดังกล่าวจะชำระเงินของงานเดิมก่อน

และเพื่อเป็นการเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินไว้ล่วงหน้า บริษัทฯ ได้หาแหล่งเงินทุนสำรองจาก ธนาคารไว้ล่วงหน้า เพื่อใช้ในกรณีที่เกิดสภาวะ การรับชำระหนี้จากลูกค้าเกิดล่าช้าหรือกระแสเงินสดตึงตัว โดยจะมีผลกระทบต่อต้นทุนการทำงานที่เพิ่มขึ้นในช่วง

### 4. ความเสี่ยงจากการโครงสร้างธุรกิจที่พึ่งพิงผู้บริหารเพียงบางท่าน

บริษัทฯ มีการปรับโครงสร้างทางธุรกิจ ซึ่งทั้งนี้บริษัทเคยพึ่งพิงกลุ่มผู้บริหารระดับสูงที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วย

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

โดยกลุ่มผู้บริหารระดับสูงดังกล่าว เป็นปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตและการขยายตัวทางธุรกิจของบริษัทฯ อีกทั้งยังเป็นผู้รับผิดชอบในการรักษา ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และเป็นผู้รับผิดชอบการส่งมอบงานให้ตรงเวลา

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการสนับสนุนให้ผู้บริหารระดับรองลงไปได้รับการอบรมความรู้ในด้านต่างๆ ที่จำเป็นต่อการบริหารกิจการจาก กลุ่มบริษัท Kingsmen เพื่อให้ผู้บริหารระดับรองเหล่านั้น จากฝ่ายต่างๆ มีความรู้ความสามารถเพียงพอที่จะรับช่วงในการดูแลกิจการด้านต่างๆ ต่อจากผู้บริหารระดับสูงในอนาคต ด้วยการมีส่วนร่วมในการวางแผนงาน และ ร่วมประชุมอย่างสม่ำเสมอ กับผู้บริหารระดับสูง เพื่อเรียนรู้และฝึกทักษะในการบริหารงานอย่างต่อเนื่องต่อไป

## 4.ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

สินทรัพย์ถาวรหลักของบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้

รายการ	มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ที่ดินลำลูกกาคลอง 9 เนื้อที่ 11 ไร่ 2 งาน 59 ตารางวา	17.76	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	จดจำนองเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อกับสถาบันการเงินในวงเงินรวม 320 ล้านบาท
ส่วนปรับปรุงที่ดิน			
-ที่ดินลำลูกกาคลอง 9	0.12	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อกับสถาบันการเงินในวงเงินรวม 320 ล้านบาท
- โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานศาลายา	0.08	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
อาคาร			
-ศาลายา นครปฐม	0.35	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
ส่วนปรับปรุงอาคาร			
- สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร	0.16	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานศาลายา	2.16	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
-โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6	25.52	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อกับสถาบันการเงินในวงเงิน 320 ล้านบาท
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	11.05	บริษัทฯ และบริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	ไม่มี
ยานพาหนะ	7.06	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	มีการผูกพันตามสัญญาเช่าซื้อบางส่วน จำนวน 2.31 ล้านบาท
วัสดุอุปกรณ์จัดงานแสดงสินค้า	0.71	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เครื่องจักรและเครื่องมือเครื่องใช้	14.04	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
งานระหว่างก่อสร้าง	22.65	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวม	101.66		

## สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อย เป็นเจ้าของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ซึ่งมีมูลค่าสุทธิตามบัญชี จำนวน 8.40 ล้านบาท

## สัญญาที่สำคัญของบริษัทฯ

## 1.สัญญาเช่าพื้นที่อาคารที่ตั้งสำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าพื้นที่อาคารซึ่งเป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานกรุงเทพมหานครจำนวน 2 ฉบับ ดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สินที่เช่า	อายุสัญญาเช่า	พื้นที่เช่า	ค่าเช่าและ ค่าบริการ	เงื่อนไขการต่ออายุ
บริษัท ชัมโก เซอร์วิส จำกัด	อาคาร 3 ชั้นเลขที่ 122/4 ถนนกรุงเทพกรีฑา แขวง สะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ	1 ปี 2 เดือน 17 วัน ตั้งแต่ 15 สิงหาคม 2561 ถึงวันที่ 31 ตุลาคม 2562	1,712 ตาราง เมตร	284,251.33 บาทต่อเดือน	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้อีก 3 ปี และ ผู้ให้เช่าสามารถปรับค่าเช่าและค่าบริการ ได้ไม่เกินร้อยละ 10 และแจ้งล่วงหน้าเป็น ลายลักษณ์อักษร ไม่น้อยกว่า 60 วัน
บริษัท ชัมโก เซอร์วิส จำกัด	อาคาร 3 ชั้นเลขที่ 122/5 ถนนกรุงเทพกรีฑา แขวง สะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ	1 ปี 2 เดือน 17 วัน ตั้งแต่ 15 สิงหาคม 2561 ถึงวันที่ 31 ตุลาคม 2562	250 ตาราง เมตร	40,625 บาทต่อเดือน	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้อีก 3 ปี และ ผู้ให้เช่าสามารถปรับค่าเช่าและค่าบริการ ได้ไม่เกินร้อยละ 10 และแจ้งล่วงหน้าเป็น ลายลักษณ์อักษร ไม่น้อยกว่า 60 วัน

## 2.สัญญาเช่าโกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานสาขลา

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าที่ดินเพื่อใช้เป็นโกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานสาขลา ดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สินที่เช่า	อายุสัญญาเช่า	พื้นที่ เช่า	ค่าเช่าและ ค่าบริการ	เงื่อนไขการต่ออายุ
นางอารียา พิเศษสิทธิ์	ที่ดินโฉนดเลขที่ 57537 ตำบล บางเตย อำเภอสามปราชญ์ จังหวัดนครปฐม	10 ปี ตั้งแต่ 1 กุมภาพันธ์ 2558 ถึง 31 มกราคม 2568	5 ไร่	83,000 บาทต่อ เดือนในปีที่ 1-3 91,300 บาทต่อ เดือนในปีที่ 4-6 100,430 บาทต่อ เดือนในปีที่ 7-10	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้อีกคราวละ 10 ปีโดยบอกกล่าวต่อผู้ให้เช่าไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนสัญญาหมดอายุ

3.สัญญาเช่าโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าอาคารโรงงานและที่ดินเพื่อใช้เป็นโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6 ดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สิน	อายุสัญญา	พื้นที่	อัตราค่าเช่า	เงื่อนไขการต่ออายุ
บริษัท กานต์ กมล จำกัด จำกัด ตำบล บึงคำ พร้าว อำเภอ ลำลูก กา จังหวัด ปทุม ธานี	1.อาคาร โรงงาน เลขที่ 9/3 – 9/4	20 ปี ตั้งแต่ 1 มกรา คม 2561 ถึง 1 มกรา คม 2580	1,92 0 ตาราง เมตร	198,0 00 บาท ต่อ เดือน	จะต่ออายุการเช่าต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือน โดยผู้ให้เช่าจะพิจารณาเรื่องระยะเวลาการเช่า และอัตราค่าเช่าร่วมกัน
	2. อาคาร โรงงาน เลขที่ 9/5 – 9/6	20 ปี ตั้งแต่ 1 มกรา คม 2561 ถึง 1 มกรา คม 2580	800 ตารางวา	40,00 0 บาท ต่อ เดือน	จะต่ออายุการเช่าต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือน โดยผู้ให้เช่าจะพิจารณาเรื่องระยะเวลาการเช่า และอัตราค่าเช่าร่วมกัน
คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สิน	อายุสัญญา	พื้นที่	อัตราค่าเช่า	เงื่อนไขการต่ออายุ

3.	20 ปี	960	90,00	จะต่ออายุการเช่าต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือน โดยผู้ให้เช่าจะพิจารณาเรื่องระยะเวลาการเช่า และอัตราค่าเช่าร่วมกัน
อาคาร	ตั้งแต่	ตาราง	0 บาท	
โรงงาน	1	าง	ต่อ	
เลขที่	มกรา	เมต	เดือน	
9/7	คม	ร		
	2561			
	ถึง 1			
	มกรา			
	คม			
	2580			

4.สัญญาเช่าสำนักงานของ Kingsmen Myanmar Company Limited และ Kingsmen C.M.T.I. Cambodia Co.,Ltd.ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าอาคารสำนักงานเพื่อใช้เป็นอาคารสำนักงานของ Kingsmen Myanmar company Limited และ Kingsmen C.M.T.I.Cambodia Co.,Ltd. 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 ดอลลาร์สหรัฐในปีที่ 1 44,100 ดอลลาร์สหรัฐในปีที่ 2 46,308 ดอลลาร์สหรัฐในปีที่ 3	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้โดยตกลงกับผู้ให้เช่าไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนสัญญาหมดอายุ
Ms.Chhen Sokmean	อาคารสำนักงาน Lot. No.4750 located at Phum Bayab, Sangkat Phnom Penh Thmey, Phnom Penh, Cambodia	10 ปีตั้งแต่ 1 มกราคม 2561 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2570	-	800 ดอลลาร์สหรัฐในปีที่ 1- ปีที่ 3 1,200 ดอลลาร์สหรัฐในปีที่ 4-ปีที่ 5	ผู้เช่าต้องแจ้งล่วงหน้าก่อนสัญญาจะสิ้นสุดลงอย่างน้อย 30 วัน

ส่วนที่ 1 หน้า 29





1,800 ดอลลาร์

สหรัฐในปีที่ 6 ถึงปี

ที่ 10

**สัญญาอนุญาตให้ใช้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้า (License Agreement)**

บริษัทฯ ได้รับอนุญาตให้ใช้ “ชื่อทางการค้า” และ “เครื่องหมายการค้า” ภายใต้แบรนด์ “Kingsmen” ในการประกอบธุรกิจออกแบบ 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 เหรียญสหรัฐต่อปี ซึ่งค่าสิทธิดังกล่าวสามารถปรับขึ้นได้ทุก 5 ปีตามที่คู่สัญญาจะได้ตกลงกัน แต่ทั้งนี้จะไม่เกินกว่าร้อยละ 50 ของค่าสิทธิก่อนหน้านี้ นอกจากนี้ Kingsmen Creatives Ltd. ยังตกลงที่จะไม่ประกอบธุรกิจใด ๆ อันจะเป็นการแข่งขันกับธุรกิจฯ ของบริษัทฯ ในประเทศไทยและประเทศเมียนมาร์ และในทางกลับกัน บริษัทฯ ได้ตกลงที่จะไม่ประกอบธุรกิจใด ๆ อันจะเป็นการแข่งขันกับธุรกิจฯ ของ Kingsmen Creatives Ltd. ในประเทศสิงคโปร์ รวมถึงประเทศอื่นๆ ที่ Kingsmen Creatives Ltd. มีสำนักงานอยู่ ทั้งนี้ สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าเป็นสัญญาที่ไม่มีกำหนดระยะเวลา ซึ่งบริษัทฯ สามารถใช้แบรนด์ Kingsmen ในการประกอบธุรกิจฯ ของบริษัทฯ ได้จนกว่าสัญญาจะสิ้นสุดลง ซึ่งการสิ้นสุดของสัญญารวมถึงการที่บริษัทฯ หรือ Kingsmen Creatives Ltd. บอกเลิกสัญญาโดยการต้องบอกกล่าวล่วงหน้าให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน ทั้งนี้ การที่ Kingsmen Creatives Ltd. มิได้เป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ จะไม่มีผลกระทบต่อสิทธิของบริษัทฯ ในการใช้ แบรนด์ Kingsmen ภายใต้สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าในการประกอบธุรกิจฯ แต่อย่างใด

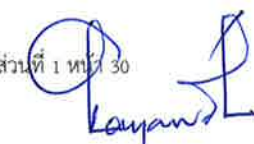
**เงินลงทุน บัญชี**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีเงินลงทุนใน 1 บริษัท โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	ทุนชำระแล้ว (บาท)	สัดส่วนเงิน ลงทุน (ร้อยละ)	ราคาทุน (บาท)	มูลค่าเงินลงทุน สุทธิ (บาท)
บริษัท ยูเท็กซ์ เหนือ จำกัด	รับเหมางานระบบไฟฟ้าสำหรับ งานแสดงสินค้า	1,100,000	12.7	140,000	0
รวม				140,000	0

การลงทุนในบริษัทข้างต้น บริษัทฯ ได้เข้าร่วมลงทุนกับบริษัทรับเหมาก่อสร้างและตกแต่งงานแสดงสินค้าอีกหลายราย เพื่อร่วมกันทำธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่ในอดีตที่ผ่านมา แต่อย่างไรก็ตามบริษัทดังกล่าว มิได้มีกิจกรรมทางธุรกิจที่มีนัยสำคัญแต่อย่างใด และบริษัทฯ ได้ตั้งค่าเผื่อการลดมูลค่าเงินลงทุนทั้งจำนวนแล้ว

ส่วนที่ 1 หน้า 30



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

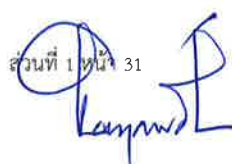
##### โครงการลงทุนรวมศูนย์การผลิต และสำนักงานไว้ที่เดียวกัน

บริษัทฯ มีนโยบายในการดำเนินกิจการ และการเพิ่มกำไรสุทธิอย่างยั่งยืน ส่งผลให้มีแผนในการเคลื่อนย้ายฐานการผลิต อาคารสำนักงาน และสถานที่ประกอบกิจการทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ สำนักงานใหญ่กรุงเทพฯ, โรงงานและสำนักงานรังสิต-นครนายกคลอง 11, โกดังที่นครปฐม(บางส่วน) มารวมศูนย์กันที่ **ลำลูกกาคลอง 6 แต่เพียงที่เดียว** เพื่ออำนวยความสะดวกในการประกอบกิจการ การบริหารจัดการในส่วนของต้นทุน และกระบวนการทำงานต่างๆ รวมถึงการลดต้นทุน และค่าใช้จ่ายต่างๆ โดยบริษัทฯ ได้เริ่มดำเนินการไปแล้วบางส่วนในปี 2561 และมีแผนในการดำเนินการให้แล้วเสร็จในปี 2562

#### 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุด ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาทที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

ส่วนที่ 1 หน้า 31



## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

## ข้อมูลบริษัทฯ

บริษัท	:	บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.โอ. จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”)
ประเภทธุรกิจ	:	ให้บริการออกแบบและตกแต่ง (Design & Build) งานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ พิพิธภัณฑ์และสวนสนุก การตลาดทางเลือก และอื่นๆ (Exhibitions, Museums & Thematic Park, Alternative Marketing) (“EMA”)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	122/4 ถนนกรุงเทพกรีฑา แขวงทับช้าง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10250
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107558000296
ทุนจดทะเบียน	:	119,999,992 บาท ชำระแล้ว 119,999,781 บาท
จำนวนหุ้นสามัญ	:	239,999,984 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 สอบบัญญัติธรรมนิติ จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	178 อาคารธรรมนิติ ซอยเพิ่มทรัพย์ แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ
โทรศัพท์	:	02-596-0500

## ที่ปรึกษากฎหมาย

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