

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 การสร้างสรรค์งานสำหรับงานแสดงสินค้าและงานกิจกรรมที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างมีมาตรฐานและเพื่อสร้างความพึงพอใจด้วยการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ ภายใต้หลักการดำเนินงาน “ยุติธรรมแบ่งปัน” และอยู่บนหลักจริยธรรมจรรยาบรรณทางธุรกิจ

บริษัทฯ มีผู้ร่วมทุนที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจคือ Kingsmen Creatives Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์ 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) 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 สำหรับธุรกิจ ตกแต่งภายใน ธุรกิจการแสดงสินค้า ธุรกิจพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก ธุรกิจการตลาดทางเลือก และธุรกิจ สถาปัตยกรรมและวิศวกรรม ในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านที่มุ่งเป้าไว้
- 2) พัฒนาศักยภาพและผลประกอบการของสำนักงานสาขาในต่างประเทศให้มีผลประกอบการที่มีกำไรในแต่ละปี
- 3) เป็นผู้ให้บริการที่ลูกค้าให้ความไว้วางใจในการทำงาน และใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

ความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

- ปี 2532 • บริษัทฯ ก่อตั้งขึ้นในนาม บริษัท ซี.เอ็ม.ที.โอ. จำกัด โดยครอบครัวนายชยวัฒน์ พิเศษสิทธิ์ ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท เพื่อเริ่มดำเนินธุรกิจออกแบบและผลิตงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions)
- ปี 2534 • ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) สำหรับงาน Thailand International Motor Expo หนึ่งในงานแสดงยานยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และได้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการจนปัจจุบัน
- ปี 2538 • ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) สำหรับงาน Bangkok International Motor Show ซึ่งเป็นอีกหนึ่งงานแสดงยานยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และได้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการอย่างต่อเนื่องมากกว่า 5 ปี จนถึงปี 2542 และได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอนุมัติอย่างเป็นทางการ (Approved Contractor) จนถึงปัจจุบัน

- ปี 2543
- ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นหนึ่งในสี่ของผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงาน BOI Fair 2000 ซึ่งเป็นมหกรรมแสดงนิทรรศการที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประเทศไทย
- ปี 2544
- ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) สำหรับงาน Money Expo ซึ่งเป็นงานมหกรรมการเงินการลงทุนที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประเทศ และได้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน
- ปี 2545
- ร่วมทุนกับ Kingsmen Creatives Ltd. จากประเทศสิงคโปร์ หนึ่งในบริษัทชั้นนำในธุรกิจออกแบบ ตกแต่งและสื่อสารการตลาดระดับโลก
 - เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.โอ. จำกัด
- ปี 2547
- ได้รับการแต่งตั้งเป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงานประชุมระดับโลก International AIDS Conference จัดโดย World AIDS Association จากประเทศสวีเดน
- ปี 2554
- ได้รับการแต่งตั้งให้ดำเนินการออกแบบและผลิตงานตกแต่งภายในให้กับร้านขายสินค้าแบรนด์ชั้นนำ “Uniqlo” รวมกว่า 30 ร้านทั่วประเทศไทยมาอย่างต่อเนื่อง
- 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

- ปี 2559
- วันที่ 18 ธันวาคม 2558 บริษัทได้นำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ (MAI) เป็นวันแรก
 - ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงาน Myanmar Build & Decor 2016 เทรตแฟร์ 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 สโมสร สนามบิน ธนาคาร โรงพยาบาล เป็นต้น
 - ขยายขอบเขตการให้บริการของบริษัท คือการให้บริการด้านงานสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม (Architecture & Engineering)
 - บริษัทฯ ได้รับสัญญางานก่อสร้างและตกแต่งภายในให้กับร้านค้าปลีกสำหรับแบรนด์แฟชั่นชั้นนำระดับโลก “Ralph Lauren” พื้นที่รวม 70 ตารางเมตร ในสยามเรียบ ประเทศกัมพูชา
- ปี 2560
- 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

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

ปี 2562

- บริษัทได้เริ่มนำโปรแกรม ERP เข้ามาใช้ทั้งระบบ เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยคาดว่าจะระบบจะสมบูรณ์ในปี 2563
- บริษัทฯ ได้ย้ายที่ตั้งสำนักงานใหญ่มาที่ เลขที่ 9/19 หมู่ที่ 7 ถนนลำลูกกาเลียบคลอง 6 ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 12150
- เพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัทย่อย Kingsmen mar Company Limited จากเดิม 300,000 USD เป็น 600,000 USD
- เพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัทย่อย Kingsmen C.M.T.I. (Cambodia) Company Limited จากเดิม 300,000 USD เป็น 500,000 USD

รางวัลและมาตรฐานต่างๆ ที่ได้รับ

ปี 2546 ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 : 2000 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านคุณภาพในส่วนของการออกแบบและติดตั้งคูหาสำหรับงานนิทรรศการ

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 โดยสำนักงานทูตความดีแห่งประเทศไทย
- เข้าร่วมเป็นสมาชิกตาวិเศษ ซึ่งเป็นโครงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยสมาคมสร้างสรรค์ไทย
- ปี 2556 ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 20121 ซึ่งเป็นมาตรฐานการจัดการกิจกรรมอย่างยั่งยืน (Event Sustainability Management System) สำหรับการวางแผนและส่งมอบงานส่วนกลางงาน Money Expo
- ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านจริยธรรมการจ้างงานของผู้ประกอบการทางการค้า จาก SEDEX ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลจากประเทศอังกฤษ
- ปี 2557 ได้รับรางวัลชมเชยองค์กรโปร่งใส ของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (NAC)
- ปี 2558 ได้รับประกาศนียบัตร โปรแกรมการตรวจประเมินสภาพสถานประกอบการ การรับรองมาตรฐานสถานประกอบการที่ถูกต้องตามหลักชีวอนามัย (Workplace Conditions Assessment: WCA) จาก Intertek ต่อยำถึงการดำเนินงานที่ได้มาตรฐานสากล ได้รับการยอมรับจากองค์กรระดับโลก
- ปี 2559
- ได้รับการรับรองจากธนาคารกสิกรไทยในการเข้าร่วมกิจกรรมโครงการอาคารสีเขียว ตามข้อกำหนด Leadership in Energy and Environmental Design (LEED) ของสภาอาคารเขียวแห่งประเทศไทย สหรัฐอเมริกา
 - 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 ที่มีแนวทางในการประกอบธุรกิจการค้าด้วยหลักบรรษัทภิบาล ในส่วนของการเปิดเผยข้อมูลความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และรักษาความสุจริต



- ปี 2560
- วันที่ 28 มิถุนายน 2560 บริษัทฯ ได้รับใบประกาศนียบัตรผู้ผ่านกระบวนการรับรองและเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริตอย่างสมบูรณ์จากแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านคอร์รัปชัน (CAC)
 - บริษัทฯ ได้รับเกียรติบัตรรับรองว่าเป็น “อุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 2 ปฏิบัติการสีเขียว” จากการดำเนินกิจกรรมเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้สำเร็จตามมุ่งมั่นที่ตั้งใจ 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 ต่อเนื่องซึ่งเป็นมาตรฐานด้านคุณภาพในส่วนของการออกแบบและติดตั้งคูหาสำหรับงานนิทรรศการ
 - 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
- ปี 2562
- บริษัทฯ ได้รับคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ 5 ดาว หรือในระดับ ดีเลิศ จากสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
 - ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 20121:2015 เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมอย่างยั่งยืน

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อย 2 บริษัท คือ Kingsmen Myanmar Company Limited (“คิงส์แมนเมียนมาร์”) ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศเมียนมาร์ และ Kingsmen C.M.T.I. (Cambodia) Company Limited (“คิงส์แมน 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 2560 ถึง 2561 และ 2562 มีรายละเอียดดังนี้

	ปี 2560		ปี 2561		ปี 2562	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
กลุ่มลูกค้าเอกชน						
- กลุ่มธุรกิจค้าปลีก	141.3	12.3	504.2	23.6	138.4	13.7
- กลุ่มธุรกิจ	346.9	30.2	875.2	41.0	300.2	29.8
- กลุ่มธุรกิจยานยนต์	423.9	36.9	497	23.3	446.5	44.3
- กลุ่มธุรกิจการเงิน	117.9	10.3	77.9	3.6	8.3	0.8
- กลุ่มธุรกิจอื่น	104.6	9.1	174.9	8.2	113.9	11.3
กลุ่มลูกค้าภาครัฐ	13.4	1.2	6.4	0.3	1.1	0.1
รวมรายได้จากการให้บริการ	1,148	100	2,135.6	100	1,008.4	100

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) อย่างครบวงจร (Integration) ในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) การตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) และงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกแนวคิด (Thematic & Museums) โดยมีลักษณะการให้บริการดังนี้

1) งานตกแต่งภายใน (Interiors)

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

ผลงานสำคัญในปี 2562 ของบริษัทฯ

- Icon Residence
- BDMS (Thai Restaurant)
- ISB

- Pomelo Central Ladprao
- เฉลิมนิจ
- CPS Siam Center
- Maxmara Siam Paragon
- BETREND The Mall Ngamwongwan
- G Floor Siam Discovery

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

2.1) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ บริษัทฯ มีขอบเขตการให้บริการในธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ แบ่งเป็น 2 ประเภทดังนี้

2.1.1) ให้บริการแก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitors) บริษัทฯ ให้บริการในการเป็นผู้รับเหมา (Service Provider) อย่างครบวงจร แก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ตั้งแต่การวางแผนแนวคิด ออกแบบ ผลิต และติดตั้งบูธแสดงสินค้า ตลอดจนการบริหารจัดการบูธแสดงสินค้าในระหว่างการจัดงาน

2.1.2) ให้บริการแก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Organizers) บริษัทฯ ให้บริการในการเป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) และครบวงจร แก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ตั้งแต่การวางแผนงาน (Floor Plan) ออกแบบ ผลิตและติดตั้งงานส่วนกลาง เช่น บูธมาตรฐาน (Standard Booth) ชุมทางเข้างาน เวที ป้ายบอกทาง และส่วนตกแต่งอื่นของงาน รวมไปถึงบริการอื่นๆ เช่น งานระบบ ไฟฟ้า และการให้เช่าเฟอร์นิเจอร์

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

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 การบริหารจัดการกิจกรรมต่างๆ ที่มีขึ้นทั้งหมด รวมถึงการหาสถานที่จัดงาน การสรรหาผู้เข้าชมงาน การวางแผนโฆษณากิจกรรมก่อนการออกงาน และการวิเคราะห์ข้อมูลผู้เข้าชมงาน ส่วนกลุ่มลูกค้า ส่วนใหญ่จะอยู่ในธุรกิจยานยนต์และธุรกิจการเงิน

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

ผลงานสำคัญในปี 2561 ของบริษัทฯ

- Tiffany & Co Pop-Up Stor Dealer Grand Awards ชั้น M สยามพารากอน
- Dealer Grand Awards (ลูกค้าคือ Krungsri Consumer) ที่ Wardolf Astoria
- Lufthansa Conference จัดที่ Bangkok Marriott Marquis Queen's Park
- All New Captiva Pre-Launch จัดที่ Centerpoint Studio
- BMW Expo 2019
- 86th UFI Global Congress จัดที่ Avani Riverside Bangkok Hotel
- Grand Opening Ceremony – Thailand International Motor Expo 2019 จัดที่ Royal Jubilee Hall, Muang Thong Thani
- บูธพิเศษภายในงาน VIV Asia 2019
- บูธพิเศษภายในงาน InfoComm SEA 2019



ผลงานที่สำคัญในปี 2561 ของ Kingsmen Myanmar

Interior

1. M.A.C @ Junction City, Yangon
2. Kate Spade @ Yangon International Airport, Yangon
3. Levi's @ Yangon International Airport / Junction City / Myanmar Plaza, Yangon
4. Yuki Mug @ The Central, Yangon
5. BreadTalk @ Junction Mawtin, Yangon

Exhibition

1. BMW Booth @ Yangon International Motor Show, YCC, Yangon
2. Scania Booth @ Yangon International Motor Show, YCC, Yangon
3. Lamina Booth @ Yangon International Motor Show, YCC, Yangon
4. Sea Lion DSC Grand Opening, Yangon
5. Michelin Safe on the Road 2019, Yangon
6. Honda NCX 4th Dealer Conference: Road to Number One, Novotel Yangon Max
7. Michelin Energy XM2+ Launch Event, Inya Lake Hotel
8. PTT GC Booth @ ProPak Myanmar 2019, Myanmar Expo Hall, Yangon
9. PTT GC Myanmar Grand Opening, Melia Hotel, Yangon
10. SCG Booth @ Myanmar Build & Decor 2019, Myanmar Expo Hall, Yangon
11. SK-PSD Booth @ Myanmar Agrilivestock'19, Myanmar Expo Hall, Yangon
12. Sea Lion GE Healthcare Booth @ 17th Myanmar Radiology Society, Lotte Hotel, Yangon

ผลงานที่สำคัญในปี 2561 ของ Kingsmen Cambodia

- Renovate อพาร์ทเมนต์ของ K Cement จำนวน 23 ห้อง
- Renovate และตกแต่งร้านค้าแฟออะเมซอน
- Renovate ร้านสุทธานเจ้าคุณ (ไม่รวมงานตกแต่งภายใน)
- Renovate และตกแต่งสำนักงานเหมืองของ K Cement
- ก่อสร้างร้านอาหารโรงงาน K Cement
- ก่อสร้างศาลาริมน้ำโรงงาน K Cement
- ออกแบบโครงสร้าง และตกแต่งภายใน งานคอนโดมิเนียม
- ตกแต่งภายในสำนักงานบริษัท ANT Feed Co.,Ltd.

- ตกแต่งภายในห้องประชุมและห้องครัวบริษัท ANT Feed Co.,Ltd
- ออกแบบและก่อสร้างตกแต่ง L&E Product Shop ที่อาคาร Heng Asia
- ก่อสร้าง Display store ให้กับบริษัท Shera PLC ที่ Global House
- บูธ Index at Cambodia Architect & Décor 2019
- ออกแบบและติดตั้งบูธ Jotun at Cambodia Architect & Décor 2019
- ออกแบบและติดตั้งบูธ Assetwise Co.,Ltd at Cambodia Architect & Décor 2019
- ตกแต่งบูธ Laytex (Thailand) Co.,Ltd at Cambodia Architect & Décor 2019
- บูธ Parbury Properties Co.,Ltd at Cam Build 2019
- บูธ BMB Steel at Cam Build 2019
- ออกแบบและติดตั้งบูธ Keystone Cable(s) Pte.,Ltd at Cam Build 2019
- บูธ SCG at Cam Build 2019
- บูธ Fujisan Machinery Co.,Ltd at CCI
- จัดงานเปิดตัว Application บริษัท Panzer Tech Conference
- จัดงานเปิดตัว Lumiere Residence

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 และรักษาสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทฯ มีกลุ่มนักออกแบบที่มีประสบการณ์กว่า 40 คนที่พร้อมให้บริการแก่ลูกค้า นอกจากนี้เรายังมีโครงการขยาย Design Studio เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเฉพาะงานออกแบบ และสามารถพัฒนาไปเป็นนักออกแบบผลิตภัณฑ์และนักออกแบบกราฟิกในอนาคตอีกด้วย

การมีมาตรฐานและคุณภาพของงานในระดับสากล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพของงานที่ตรงตามรายละเอียดในแบบงาน และส่งมอบงานตามความต้องการของลูกค้า โดยกลุ่มงานของบริษัทฯ จะทำการควบคุมตรวจสอบคุณภาพของงานในทุกขั้นตอนตั้งแต่การผลิตไป

จนถึงการติดตั้ง 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) ของสภาอาคารเขียวแห่งประเทศสหรัฐอเมริกา กลุ่มงานมีความเป็นมืออาชีพ และพร้อมด้วยประสบการณ์

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

การให้บริการที่ดีของกลุ่มงาน

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

การให้บริการอย่างครบวงจร

บริษัทฯ สามารถให้บริการออกแบบ ตกแต่งงาน (Design & Build) และการบริการอื่นอย่างครบวงจรในงาน ตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) งานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกแนวคิด (Thematic Park & Museums) และการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) ตั้งแต่การวางแผนแนวคิด การออกแบบการผลิต 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) ในอัตราที่เหมาะสม สามารถเปรียบเทียบกับคู่แข่งในระดับเดียวกัน และอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้ โดยกำไรเบื้องต้นนั้นจะพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ อาทิ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความซับซ้อนในการออกแบบ ความยากง่ายในการผลิตงาน และความเสี่ยงของงาน เป็นต้น ทั้งนี้บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการตัดราคากับคู่แข่งรายอื่น หากบริษัทฯ มีนโยบายทางการตลาดในระยะยาว โดยพิจารณาราคาให้เหมาะสมกับลูกค้าเป็นรายไป หรือกรณีงานที่ได้รับมีปริมาณงานสูง มีความต่อเนื่องในระยะยาว และสามารถนำไปสู่งานอื่นๆ ในอนาคตได้

ลักษณะลูกค้าของธุรกิจงานก่อสร้างและตกแต่งภายใน

ส่วนมากเป็นกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตและการแข่งขันสูง โดยจะเป็นกลุ่มลูกค้าเอกชนเป็นหลัก ซึ่งจำแนกกลุ่มประเภทงานเป้าหมายออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

- 1) Public Area ในส่วนของห้างสรรพสินค้า และพื้นที่ส่วนกลางของอาคารสำนักงาน การขยายพื้นที่ค้าปลีกและอาคารสำนักงานในกลุ่มพัฒนาโครงการค้าปลีกยังมีการลงทุนและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เช่น The Mall, Central, Siam Pivat, Dusit Thani, TCC Group เป็นต้น
- 2) Hospitality ธุรกิจการให้บริการ อันได้แก่ ร้านอาหาร โรงแรม พื้นที่ส่วนกลางของโรงพยาบาล จากแผนการลงทุนของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจการให้บริการยังมีความต่อเนื่องทั้งในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล รวมทั้งต่างจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวอย่างภูเก็ต ซึ่งเป็นผลจากการคาดการณ์ของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นตั้งแต่ไตรมาส 3 ของปี 2562 แม้สถานการณ์ปัจจุบันจะเปลี่ยนไปเนื่องจากได้รับผลกระทบจากไวรัสโควิด-19 แต่ยังมีนักลงทุนบางกลุ่มที่ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพราะถือว่าเป็นช่วงจังหวะที่ดีในการปรับปรุงพื้นที่โรงแรมหรือร้านอาหารเดิม เพราะจะส่งกระทบกับกลุ่มลูกค้าน้อยลง
- 3) Work Place พื้นที่สำนักงานให้เช่า การเติบโตยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในกลุ่ม CBD และ Non CBD ซึ่งช่วงปี 2563 - 2566 จะมีการลงทุนตลาดสำนักงานให้เช่าที่จะมีการก่อสร้างในอนาคตเพิ่มขึ้น 1 ล้าน ตารางเมตร และส่วนใหญ่จะเป็นทำเลเกาะนครหลวงไฟฟ้า
- 4) Retail การค้าปลีก ธุรกิจนี้ยังคงมีการขยายตัวของกลุ่มนักลงทุน เพราะว่าการห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ และพื้นที่ขายใหม่ๆ ในประเทศยังคงเดินหน้าเปิดใหม่อย่างต่อเนื่อง รวมถึงอานิสงส์จากธุรกิจออนไลน์ที่เกิดขึ้นเยอะทำให้ร้านค้าปลีกต้องปรับตัว และการลงทุนนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการปรับเปลี่ยนร้านให้ทันสมัย ทำให้คนสนใจมาใช้บริการมากขึ้น
- 5) Education ธุรกิจสถาบันการศึกษา โรงเรียนนานาชาติ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีโรงเรียนนานาชาติ 205 แห่ง มูลค่าตลาดอยู่ที่ 63,700 ล้านบาท และมีการเปิดใหม่เฉลี่ยปีละ 4-5 แห่ง โดยในกรุงเทพมหานครจะเห็นได้ว่า



นอกจากการกระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพฯ ชั้นในและชั้นกลางแล้ว ยังมีการขยายไปยังพื้นที่ชั้นนอกอย่างโซนราชพฤกษ์ รวมทั้งโรงเรียนนานาชาติสิงคโปร์ที่ขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง และโรงเรียนอินเตอร์สัญชาติไทยก็ได้มาเปิดโรงเรียนในโซนนี้ด้วย ไม่เพียงแต่การเปิดหลักสูตรอินเตอร์ตามที่รู้จักกันดีอย่างระบบอังกฤษ, อเมริกัน, IB หรือสิงคโปร์เท่านั้น ตอนนี้มีโรงเรียนอินเตอร์ที่นำเข้าหลักสูตรประเทศจีนมาเปิดโดยเฉพาะ คาดว่าเพื่อรองรับลูกหลานชาวจีนที่ถูกส่งเข้ามาเรียนในไทย เพราะสถาบันการศึกษาของจีนยังมีไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้เรียน

ลักษณะลูกค้าของกลุ่มธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

บริษัทฯ มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าชั้นนำระดับนานาชาติจากต่างประเทศและในประเทศที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีศักยภาพทางการแข่งขันสูงในตลาดโลก มีนโยบายในการทำการตลาดที่ต่อเนื่อง มีแผนการตลาดในการกระตุ้นยอดขายสม่ำเสมอ และมีการขยายตัวของพื้นที่ค้าปลีกอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแบ่งออกได้ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าเอกชน มีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 99 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 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

ลูกค้าหลัก

บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีรายได้จากลูกค้า จำแนกตามประเภทกลุ่มลูกค้า ตามงบการเงินรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ถึง 2561 และ 2562 มีรายละเอียดดังนี้

	ปี 2560		ปี 2561		ปี 2562	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
กลุ่มลูกค้าเอกชน						
- กลุ่มธุรกิจค้าปลีก	141.3	12.3	504.2	23.6	138.4	13.7
- กลุ่มธุรกิจที่ไม่ใช่ค้าปลีก	346.9	30.2	875.2	41.0	300.2	29.8
- กลุ่มธุรกิจยานยนต์	423.9	36.9	497	23.3	446.5	44.3
- กลุ่มธุรกิจการเงิน	117.9	10.3	77.9	3.6	8.3	0.8
- กลุ่มธุรกิจอื่น ^{1/}	104.6	8.4	174.9	8.2	113.9	11.3
กลุ่มลูกค้าภาครัฐ	13.4	1.9	6.4	0.3	1.1	0.1
รวมรายได้จากการให้บริการ	1,148	100	2,135.6	100	1,008.4	100

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

ช่องทางการให้บริการ

- 1.การเสนอผลงานให้ลูกค้าคัดเลือก บริษัทฯ จะมีทีมการตลาดคอยรับหน้าที่ติดตามตารางการจัดงาน ตารางแผนการตลาด การประชาสัมพันธ์ หรือแผนการดำเนินงานของลูกค้าเป้าหมาย เพื่อหาโอกาสติดต่อลูกค้าและนำเสนอผลงานให้ลูกค้าคัดเลือกในเวลาที่เหมาะสม หรือบางกรณี บริษัทฯ อาจได้รับคำเชิญจากลูกค้าเพื่อให้บริษัทฯ ส่งทีมงานเข้านำเสนอ
- 2.ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเก่า บริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการด้วยงานออกแบบที่สร้างสรรค์ มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทฯ ทำให้กลุ่มลูกค้าส่วนมากยังคงใช้บริการกับบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ ล้วนดำเนินธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง จึงมีงบประมาณและแผนการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายเสมอมา
- 3.การแนะนำจากลูกค้าเก่าและพันธมิตรทางการค้า
- 4.เครือข่ายของกลุ่ม Kingsmen ในประเทศต่างๆ ซึ่งปัจจุบันมี 21 สำนักงานใน 16 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลาง และอเมริกา โดยมีการร่วมมือกันระหว่างบริษัทฯ และเครือข่ายของกลุ่ม Kingsmen ในการประสานงาน และแนะนำลูกค้าที่มีความต้องการที่จะเข้ามาใช้บริการในประเทศไทย เมียนมาร์และกัมพูชา
5. การทำการตลาดผ่านการจัดแสดงนิทรรศการ บริษัทฯ ออกงานแสดงสินค้าในรูปแบบบูธแสดง เพื่อเพิ่มโอกาสในการประชาสัมพันธ์เพิ่มช่องทางการตลาด การให้บริการ และช่องทางในการติดต่อลูกค้า

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

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



ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

เศรษฐกิจไทยส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะการพึ่งพาภาคต่างประเทศ ถ้าสถานการณ์เศรษฐกิจโลกชะลอตัว ก็ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยโดยตรง ซึ่งปัจจุบันเศรษฐกิจไทยจะเติบโตได้ช้าลงจากปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการค้ากับสหรัฐอเมริกา สงครามโลก การเมืองภายในประเทศ และโดยเฉพาะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในปัจจุบันที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลกเป็นอย่างมาก รวมทั้งประเทศไทยเอง ภาคการส่งออกของไทยจะได้รับผลกระทบสูงสุดด้วยมูลค่าราว 300 - 400 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนผลกระทบรองลงมาคือภาคการท่องเที่ยว ซึ่งมีรายได้เป็นสัดส่วน 30% ของรายได้ทั้งหมด ส่งผลให้การลงทุน การหมุนเวียนของชาวต่างชาติชะลอตัวลงและมีการเลื่อนเวลาออกไป

ภาวะการแข่งขันด้านการตลาด

จากแนวโน้มภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวต่อเนื่องจากปี 2562 ส่งผลให้ธุรกิจการออกแบบและตกแต่งภายในมีผลกระทบอย่างมาก เพราะปัจจัยหลักมาจากกลุ่มลูกค้าที่วางแผนในการลงทุนในปีนี้ยังมีการชะลอการลงทุนอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทรับเหมาในปัจจุบันเกิดสภาวะการแข่งขันกันเพื่อทำงานบนพื้นฐานการทำงานเลี้ยงพนักงานมากกว่าจะหวังผลกำไรเหมือนก่อน จึงส่งผลกระทบหลักโดยเฉพาะเรื่องของการแข่งขันด้านราคา และยังมีเรื่องข้อกำหนดระยะเวลาในการทำงานที่น้อยลง และเงื่อนไขการชำระเงินที่ลูกค้าตั้งไว้ ที่ส่งผลต่อโอกาสในการประมูลงานได้น้อยลง และมี GP แรกเข้าที่ต่ำ

แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานตกแต่งภายใน

บริษัทฯ ได้มีการปรับขอบเขตการรับงานที่กว้างขึ้น เช่น โรงแรม โรงพยาบาล สำนักงาน พื้นที่ส่วนกลางของห้างสรรพสินค้า ร้านค้าแบรนด์ชั้นนำ เป็นต้น โดยเฉพาะห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ซึ่งภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์และเทรนด์ปี 2562 มีแนวโน้มว่า Mixed-Used สามารถพร้อมดึงดูดนักลงทุนต่างชาติร่วมทุนได้ ซึ่งในปี 2561 ที่ผ่านมามีตลาดอสังหาฯ มีการขยายตัวขยายตัวมากขึ้นจากช่วงปลายปีก่อนหน้า ทั้งในแง่ของดัชนีราคาและอัตราการดูดซับยูนิตสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับ ความสามารถในการใช้จ่ายของผู้บริโภค ทั้งนี้ได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและความชัดเจนจากแผนการก่อสร้าง เส้นทางรถไฟฟ้าหลายสายที่เริ่มเห็นเป็นรูปธรรมกว่าเดิม โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ รอบนอกและปริมณฑล รวมถึงจังหวัดภาคตะวันออกที่ได้รับผลประโยชน์ได้จากการพัฒนา โครงการระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก (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 และในมุมของผู้ประกอบการ มีการร่วมทุนอย่างต่อเนื่อง หากดูจากโครงการที่ทำการร่วมทุนกันนั้นพบว่าในปี 2561 ที่ผ่านมามีจำนวนคอนโดมิเนียมร่วมทุนกว่า 30 โครงการ แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาฯในประเทศไทย ที่ดึงดูดการลงทุนจากชาวต่างชาติได้อย่างดี โดยชาติที่มีการร่วมทุนกับธุรกิจอสังหาฯประเภทคอนโดมิเนียมกว่า 75% คือ ชาติญี่ปุ่น ส่งผลให้ในปี 2562 นี้โครงการที่พัฒนาใหม่ก็ยังคงมีการร่วมมือกับชาวต่างชาติเช่นเดิม แต่อาจจะมีการวางแผนการเปิดตัวโครงการกันใหม่อันเนื่องมาจากเกณฑ์การปล่อยสินเชื่อ ที่อยู่อาศัย รวมถึงขยายการลงทุนไปยังอสังหาฯ ประเภทที่ได้รายได้อย่างต่อเนื่อง เช่น อาคารสำนักงาน โรงแรม เพื่อขยายธุรกิจและลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะขยายการลงทุนไปยังอสังหาฯประเภทโครงการมิกซ์ยูส ซึ่งเป็นโครงการพัฒนาขนาดใหญ่ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน ผสมผสานการใช้งานที่หลากหลายทั้งอาคารสำนักงาน โรงแรม และที่อยู่อาศัย

แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

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

และแนวโน้มในปี 2562 ตลาดด้านการจัดงานแสดงสินค้าจะเกิดความคึกคักอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากต่างชาติสนใจใช้ประเทศไทย เป็นสถานที่จัดงานแสดงสินค้าเพิ่มมากขึ้น และได้รับอานิสงส์จากการขยายตัวของสถานที่ที่การจัดงานประชุมและงานแสดงสินค้า ทำให้เกิดการกระจายตัวของการจัดงานในพื้นที่ต่างๆ อาทิ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติขอนแก่น (KICE) ซึ่งเป็นศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าขนาดใหญ่แห่งแรกของภาค



ตะวันออกเฉียงเหนือ และศูนย์ประชุมนานาชาตินนทบุรีฯ (NICE) เป็นต้น ส่งผลให้ตลาดด้านการจัดงานแสดงสินค้ามีอัตราการเติบโต กว่า 10 – 15% รวมมูลค่ากว่า 25,000 – 30,000 ล้านบาท

ทางการแข่งขันการให้บริการแก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในฐานะผู้ให้บริการ (Service Providers) มีการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากบริษัทฯ จะต้องแข่งขันกับผู้ให้บริการในการออกแบบและก่อสร้างคูหาเป็นจำนวนมากทั้งรายใหญ่และรายเล็ก ในขณะที่พื้นที่งานที่จัดและจำนวนคูหาที่จัดมีจำกัด ผู้ให้บริการรายใหญ่มักมีข้อได้เปรียบเนื่องจากมีความพร้อมทางด้านบุคลากรและเทคโนโลยี ทำให้สามารถส่งมอบงานที่มีมาตรฐานสูงกว่า นอกจากนี้ผู้รับเหมารายใหญ่มักรับงานในจำนวนที่มากกว่า ส่งผลให้มีอำนาจในการต่อรองสั่งซื้อวัสดุมากขึ้น ทำให้ต้นทุนลดต่ำลง

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

คู่แข่งทางตรงของบริษัทฯ ในธุรกิจนี้ ได้แก่ บริษัทขนาดใหญ่ที่สามารถให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน มีกำลังการผลิตมากพอในการรับงานทั้งในฐานะผู้ให้บริการ และผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ และสามารถส่งมอบงานที่มีมาตรฐานในระดับสูงแก่ลูกค้าได้ ซึ่งมีจำนวนประมาณ 10 ราย อาทิ บริษัท บีโก (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีเอ็มโอ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น ซึ่งในปีนี้ บริษัทฯ ยังคงมีการพัฒนาศักยภาพองค์กรอย่างต่อเนื่อง รวมถึงนโยบาย การดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการพัฒนารูปร่างอย่างยั่งยืน เพื่อให้บริษัทมีความต่อเนื่อง ในการขยายกิจการในอนาคต บริษัทฯ จึงเดินตามเป้าหมายในการพัฒนาความรู้ ความสามารถของบุคลากร พร้อมกับการสร้าง ความร่วมมือกับบริษัทพันธมิตร เพื่อสรรค์สร้างนวัตกรรม และเพิ่มคุณค่าให้กับบริการที่ดี ดูแลผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ควบคู่ไปกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการดำเนินกิจกรรม สาธารณะประโยชน์ที่หลากหลาย เพื่อสร้างสังคม ภายใต้แนวทางนโยบาย “ยุติธรรม แบ่งปัน ห่วงใยสังคม” หรือ “Fair Share Care”

แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานการตลาดทางเลือก

ด้านการแข่งขันในธุรกิจการตลาดทางเลือกมีการแข่งขันในระดับสูง เนื่องจากมีคู่แข่งจำนวนมาก ทั้งผู้ให้บริการโดยตรงในการรับจัดงานกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Event Management) และผู้ให้บริการด้านการออกแบบและตกแต่งอย่างครบวงจร ซึ่งครอบคลุมถึงการรับจัดงานกิจกรรมทางการตลาด ในช่วง 4-5 ปีนี้มา “ธุรกิจอีเวนต์” ถือ

เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ไม่ค่อยสดใสมากนักด้วยหลายปัจจัยที่เข้ามากดดัน ทั้งการเมืองและเศรษฐกิจ ส่งผลให้ตัวเลขมีทั้งเติบโตเล็กน้อย ทรงตัว และติดลบ

ต่างจากปี 2561 ที่ทำท่าว่าจะกลับมาเติบโตจากที่ผ่านมา ด้วยตัวเลขการเติบโต 10% หลังจากเห็นทิศทางตั้งแต่ช่วงปลายปีที่ผ่านมาต่อเนื่องจนถึงต้นปี การจัดงานอีเวนต์ในรูปแบบการส่งเสริมการขายและการตลาด

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

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

สำหรับคู่แข่งทางตรงของบริษัทฯ ซึ่งดำเนินธุรกิจการตลาดทางเลือก จะรวมถึงผู้ประกอบการทุกขนาดที่สามารถให้บริการในการจัดงานกิจกรรมทางการตลาดได้ อย่างไรก็ดี เนื่องจากบริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ ที่มีนโยบายในการทำการตลาดทางเลือกเป็นประจำ ดังนั้นคู่แข่งทางตรงของบริษัทฯ จึงเป็นบริษัทที่สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกัน กับบริษัทฯ

แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกแนวคิด

ปีที่ผ่านมาเรามีโอกาสเห็นโปรเจกต์จากพิพิธภัณฑ์หรือศูนย์การเรียนรู้หลายแห่งทั่วโลกที่ต่างปรับตัวครั้งใหญ่ เพื่อออกแบบประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้เข้าชม พยายามจัดการส่วนผสมระหว่างพื้นที่ เรื่องราว วัตถุจัดแสดง และเทคโนโลยีเป็นสัญญาณสำคัญบ่งบอกถึงเรื่องเล่าบทใหม่ในโลกทันสมัยที่กำลังจะมาถึง

ซึ่งในปัจจุบันได้มีองค์กรต่างๆ รวมถึงภาคเอกชนจัดตั้งพิพิธภัณฑ์สำหรับเก็บรวบรวมความรู้ ความเป็นมา และภูมิปัญญาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตนเองนำมาจัดแสดงเพื่อเป็นการเผยแพร่ความรู้ให้กว้างขวางมากขึ้น จึงมีแนวโน้มที่จะจัดตั้งและก่อสร้างพิพิธภัณฑ์เพิ่มมากขึ้นในทุกๆ ปี นอกจากนี้ ยังมีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ซึ่งเป็นสถานที่สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลความรู้ เพื่อเผยแพร่ต่อประชาชนอีกรูปแบบหนึ่ง โดยส่วนมากจะจัดตั้งอยู่ภายในหน่วยงานราชการโดยส่วนใหญ่มักจะมีการปรับปรุงเพิ่มเติมข้อมูลใหม่ๆ ภายใน 3-5 ปี เพื่อปรับให้ทันสมัย และเป็นข้อมูลความรู้ที่ถูกต้องแม่นยำ ซึ่งบริษัทฯ สามารถรองรับการสร้างพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกได้อย่างครบวงจร เป็นผู้ให้บริการด้านออกแบบ ตกแต่ง และก่อสร้างหรือกำหนดสื่อจัดแสดงต่างๆ ทั้งหมด

ในส่วนของงานสวนสนุกแนวคิด (Themed Park) ในประเทศไทยนั้น ส่วนมากจะอยู่ในรูปของสวนน้ำ ซึ่งตั้งอยู่ตามจังหวัดท่องเที่ยวต่างๆ เช่น พัทยา ภูเก็ต หัวหิน เป็นต้น ปัจจุบันสวนสนุกในประเทศไทย ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก เนื่องจากยังไม่มีสวนสนุกที่มีชื่อเสียงระดับโลกมาเปิดบริการ ทั้งนี้การแข่งขันในธุรกิจงานพินิจภัณฑ์และสวนสนุกในประเทศไทย มีการแข่งขันในระดับสูง เนื่องจากจำนวนงานในแต่ละปีไม่มากนัก เมื่อเทียบกับผู้ให้บริการที่มีจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ผู้ว่าจ้างโดยทั่วไปมักคัดเลือกผู้ให้บริการเบื้องต้น จากผลงานที่ผ่านมา ดังนั้น ผู้ให้บริการที่มีประวัติการทำงานยาวนานและจำนวนผลงานสะสมมาก มักมีข้อได้เปรียบในการแข่งขัน เมื่อเทียบกับผู้ให้บริการที่ผลงานสะสมไม่มากพอ ทั้งนี้ คู่แข่งโดยตรงของบริษัทฯ ได้แก่ บริษัทขนาดกลางจนถึงขนาดใหญ่ที่สามารถให้บริการด้านงานตกแต่งและออกแบบแบบครบวงจร ซึ่งส่วนมากจะให้บริการครอบคลุมถึงธุรกิจงานพินิจภัณฑ์และสวนสนุกแนวคิด โดยบริษัทดังกล่าว มักเป็นคู่แข่งในธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ และการตลาดทางเลือกว่า อาทิ บริษัท ปิโก (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) บริษัท ชิตินิออน ดิสเพลส แอนด์ คอนสตรัคชั่นส์ (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท ไรท์แมน จำกัด เป็นต้น

แนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศเมียนมา

เติบโตที่อัตรา 6.3% ในปี 2563 ท่ามกลางความเสี่ยงภายในประเทศก่อนถึงการเลือกตั้งในปี 2563 การลงทุนทางตรงจากต่างประเทศหดตัวอย่างมีนัยยะ แต่นโยบายการปฏิรูปและการลงทุนจากประเทศในเอเชียจะเป็นปัจจัยช่วยการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม ความเสี่ยงหลักต่อเศรษฐกิจมาจากวิกฤติโรฮิงญาที่ยังคงอยู่ในระหว่างการแก้ไข ซึ่งทำให้เมียนมามีความเสี่ยงที่จะถูกถอนสิทธิพิเศษ EBA จากสหภาพยุโรป

ธนาคารโลกคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจเมียนมาจะดีขึ้นในปีนี้ โดยรัฐบาลคาดว่าเศรษฐกิจจะขยายตัวขึ้นถึง 7% ในช่วงปีงบประมาณ 2019-20 (เดือนตุลาคม 2019 – กันยายน 2020) ซึ่งต่ำกว่าตัวเลขคาดการณ์ในปีงบประมาณที่แล้ว ซึ่งตั้งไว้สูงถึง 7.6% ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกซึ่งคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการค้าและการลงทุนในเมียนมา อย่างไรก็ตาม GDP ต่อหัวประชากร มีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการขยายตัวของภาคธุรกิจ SMEs ซึ่งมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เติบโตขึ้น นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มที่จะเกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นจากการพัฒนาทางด้านนิคมอุตสาหกรรม รวมทั้งความสามารถในการผลิตที่เพิ่มมากขึ้น

คาดการณ์ว่าในอนาคตจะมีการขยายตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมการก่อสร้าง ระบบ โครงสร้างพื้นฐาน และกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ราคาในระดับล่าง รวมทั้งนโยบายต่างๆ อาจมุ่งเน้นไปยังการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่งภายในประเทศ อาทิ ทางยกระดับในภาคย่างกุ้ง สนามบิน และถนนวงแหวนระหว่างเมือง เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมภาคการท่องเที่ยว



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

เศรษฐกิจของกัมพูชาส่วนใหญ่ยังคงถูกขับเคลื่อนด้วยการส่งออกเสื้อผ้าสิ่งทอ 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) คือการยกเว้นจัดเก็บภาษีนำเข้าสินค้าทุกประเภท ยกเว้นอาวุธ หลังสหภาพยุโรปดำเนินการทบทวนสถานะปลอดภาษีของกัมพูชาเป็นเวลา 6 เดือน แต่เศรษฐกิจกัมพูชาจะยังเติบโตอย่างแข็งแกร่งในภาคการก่อสร้าง การท่องเที่ยว

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

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

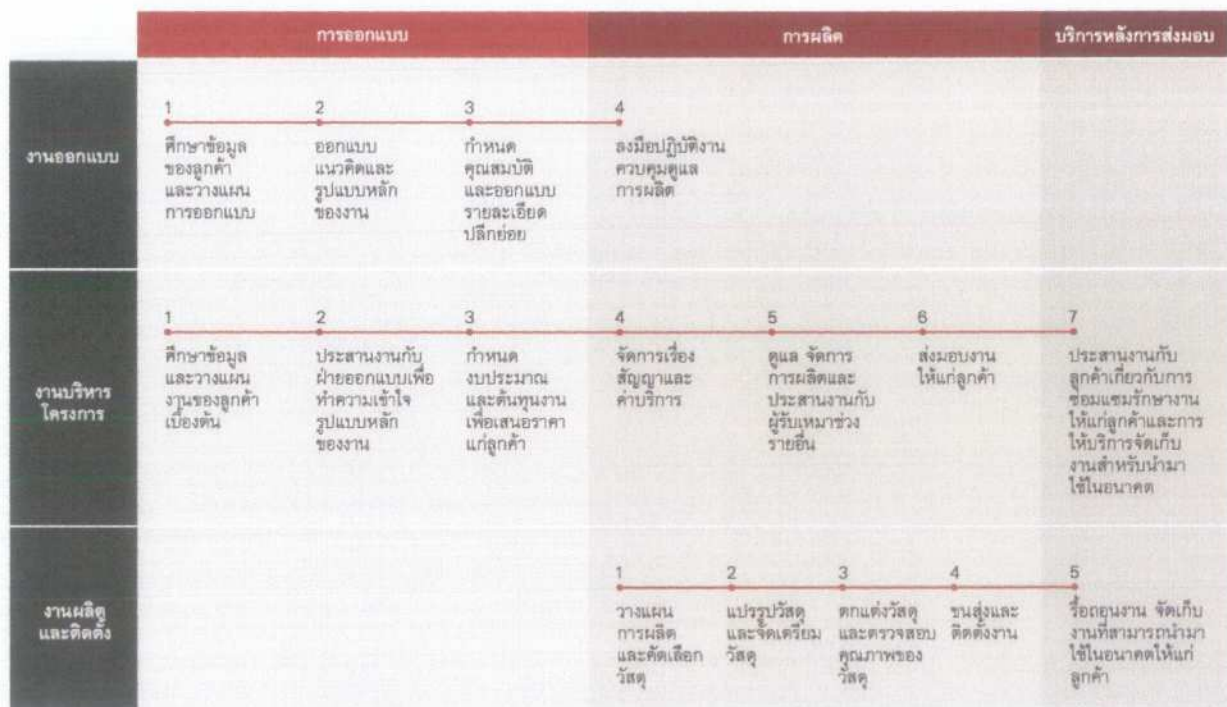
ทั้งนี้ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีภารกิจหลัก คือการขยายช่องทางตลาดแก่สินค้าและบริการของไทย และจากการขยายตัวดังกล่าวเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทย ทั้งการเข้าไปลงทุนในโครงการด้านคมนาคมและการก่อสร้าง และการเข้าไปทำธุรกิจด้านการออกแบบสิ่งปลูกสร้างต่างๆ เพราะกัมพูชายังขาดแคลนบุคลากรด้านนี้ จึงเป็น

โอกาสของนักออกแบบไทยที่จะเข้าไปให้บริการ 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 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) ซึ่งโดยส่วนมากจะเป็นช่างฝีมือภายในนอก และผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้าง ด้านระบบต่างๆ โดยรูปแบบในการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น 2 กรณีดังนี้
 - 1.1) การจัดจ้างผู้รับเหมาช่วง แบบจ้างเฉพาะค่าแรง และบริษัทฯ จะเป็นผู้จัดหาวัสดุให้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการว่าจ้างในงานผลิตและติดตั้งชิ้นงาน งานตกแต่งภายใน งานไม้ และงานโลหะ เป็นต้น
 - 1.2) การว่าจ้างผู้รับเหมาช่วง แบบจ้างเหมาทั้งค่าแรง และค่าวัสดุซึ่งบริษัทฯ จะเป็นผู้กำหนดคุณภาพวัสดุให้ตรงตามแบบของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่จะเป็นงานโครงสร้างเหล็ก งานกระຈກ งานระบบไฟฟ้า งานฝ้าและเพดาน และงานพื้น เป็นต้น

ในการจัดจ้างผู้รับเหมาช่วงของบริษัทฯ นั้น บริษัทฯ มีนโยบายในการจัดทำเป็นสัญญาว่าจ้าง กรณีที่มีมูลค่างานมากกว่า 500,000 บาท นอกจากนี้ กำหนดให้ผู้รับเหมาช่วงวางเงินค้ำประกันสัญญาจ้าง ในรูปแบบหนังสือค้ำประกันของธนาคาร หรือเช็ค แล้วแต่กรณี ในมูลค่าประมาณร้อยละ 5-10 ของมูลค่าการจัดจ้าง และจะคืนให้แก่ผู้รับเหมาช่วงเมื่องานแล้วเสร็จ หรือครบกำหนดระยะเวลาประกันผลงานหรือ ซึ่งโดยทั่วไปประมาณ 6 เดือน แล้วแต่กรณี และมีนโยบายในการชำระเงินสำหรับการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วง โดยให้มีการวางบิลในวันที่ 20 และ 21 ของทุกเดือน และทำการจ่ายเงินในวันที่ 25 และ 26 ของทุกเดือน โดยมี Credit term เป็นเวลา 30-60 วัน

บริษัทฯ มีนโยบายในการพิจารณาหรือคัดเลือกผู้รับเหมาช่วง ดังนี้



1. คัดเลือกผู้รับเหมาช่วงมากกว่า 1 ราย เพื่อเปรียบเทียบราคา และราคาต้องไม่เกินกว่าราคากลางของบริษัทฯ หรือ ควรมีตัวเปรียบเทียบหากเกินกว่าราคากลางในบางกรณี
 2. ความน่าเชื่อถือของผู้รับเหมา โดยพิจารณาจากผลงานการทำงานในอดีตที่ผ่านมา ประสบการณ์การทำงาน ฝีมือและคุณภาพ โดยพิจารณาจากผลงานในอดีตของผู้รับเหมาช่วง
 3. ความพร้อมของทีมงานผู้รับเหมาช่วง
 4. การส่งมอบงานที่ตรงเวลาหรือก่อนกำหนด
 5. ความโปร่งใสของผู้รับเหมาช่วง เช่น งบการเงิน การใช้แรงงานที่ถูกต้องตามกฎหมาย
 6. บริษัทฯ มีทะเบียนผู้ให้บริการ และมีการจัดกลุ่มและประเมินศักยภาพของผู้รับเหมาช่วงทั้งก่อนและหลังการจ้างงาน
 7. บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการจัดจ้างผู้รับเหมาช่วงรายใดรายหนึ่งให้ทำงานที่มีขนาดใหญ่เกินกว่า 2 งาน ในเวลาเดียวกัน 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 มีการผลิตชิ้นงานที่ สถานที่ผลิตชิ้นงานลำลูกกาคลอง 6 และสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง

บริษัทฯ มีการประเมินผู้รับเหมาช่วงและร้านค้าผู้จำหน่ายเป็นประจำทุกครึ่งปีและพูดคุยกับทุกรายเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข้อเสนอแนะในการทำงานร่วมกันเป็นประจำ

การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการผลิตงาน เช่น ฝุ่นละอองจากไม้เสี่ยงจากการผลิตงาน กลิ่นของสีและน้ำเสียที่อาจเกิดขึ้น เป็นต้น โดยบริษัทฯ ปฏิบัติตาม กฎระเบียบ และขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้บริษัทฯ มีการดำเนินการเพื่อควบคุมและจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมดังนี้

- 1) ฝุ่นละอองจากไม้: บริษัทฯ มีการติดตั้งระบบดูดฝุ่น จากการผลิตเพื่อกำจัดฝุ่นละอองจากไม้ระหว่างการผลิตชิ้นงานในทุกสถานที่ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิต
- 2) เสียงจากการผลิตงาน: ในกระบวนการผลิต อาจมีเสียงจากการผลิตงาน แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่มีเครื่องจักรหนักที่จะทำให้เกิดเสียงดังจนรบกวนผู้อื่น และมีการตรวจวัดเฝ้าระวังเสียง โดยการทำงานจากหน่วยงานภายนอกและจัดส่งรายงานให้ทางกรม สวัสดิการคุ้มครองแรงงานทราบ
- 3) กลิ่นจากการทำสีชิ้นงาน: โรงงานผลิตชิ้นงานที่ลำลูกกา คลอง 6 มีการติดตั้งระบบกำจัดกลิ่นสีจากชิ้นงาน ซึ่งจะดูดอากาศ พร้อมกลิ่นของสีผ่านม่านน้ำ เพื่อแปรสภาพเป็นน้ำปนกากสีและมี การแยกกากสีออกจากรัน ทิ้งส่งไปให้หน่วยงานที่รับผิดชอบกำจัดต่อไป นอกจากนี้บริษัทฯ อาจมีการทำสีชิ้นงานในโกดังและสถานที่ผลิต ชิ้นงานย่อยโดยเป็นการซ่อมเก็บสีชิ้นงานขนาดเล็กและดำเนินการใน พื้นที่ที่เป็นสัดส่วน
- 4) ขยะมูลฝอย ขยะหมุนเวียน และขยะอันตราย: บริษัทมีนโยบายในการจัดการขยะต่างๆ ภายในองค์กร ทั้ง ส่วนสำนักงานและโรงงาน ซึ่งขยะทั่วไปที่ไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ ได้ทางบริษัทส่งไปกำจัดกับหน่วยงานของเทศบาลหรือท้องถิ่น บริษัท คัดกรองขยะหมุนเวียนเพื่อนำมาใช้ใหม่ในการทำชิ้นงานเพื่อให้ชุมชน พนักงาน เกษตรกร หรือผู้ประกอบการอื่นๆ นำไปใช้ประโยชน์ส่วน ขยะอันตราย บริษัทส่งไปกำจัดอย่างถูกวิธีโดยใช้บริการกับบริษัท ที่ ขึ้นทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม โดยมีหน่วยงานความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานตรวจสอบเป็นระยะ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญ และ/หรือ ให้องค์การบริหารส่วนตำบลที่เกี่ยวข้อง มาประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกปีในทุกสถานที่ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตและ ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ไม่เคยมีข้อพิพาทหรือการฟ้องร้องเกี่ยวกับการสร้าง ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่เคยได้รับการดักเตือนหรือปรับจาก หน่วยงานของรัฐตามกฎหมายที่บริษัทฯ ต้องปฏิบัติแต่อย่างใด

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 มีปรับกระบวนการทำงานที่เน้นการให้บริการคำนึงถึงปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม อันได้แก่ การคัดแยก ลดเศษวัสดุที่เหลือจากการ



ใช้งาน การประหยัดพลังงาน และลดมลพิษทางอากาศ รวมทั้งใช้วัสดุที่มีความยั่งยืน และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ รวมทั้งได้ขอความร่วมมือไปยังผู้รับเหมาและสถานที่จัดงานในการคัดแยกวัสดุและขยะหลังจากจบงาน การจัดประดับตกแต่งงานโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีความยั่งยืน และแนะนำให้ผู้จัดงานเปลี่ยนรูปแบบการตกแต่งโดยใช้ วัสดุทั่ว ๆ ไปเช่น ไม้ แก้ว และเลือกใช้วัสดุที่มีความยั่งยืนอย่าง อะลูมิเนียมโพรไฟล์ สิ่งทอ และอุปกรณ์ LED ที่สามารถนำมาใช้ซ้ำได้ ในการออกแบบบูธจัดงานทั้งกลางแจ้งและในร่มด้วยวัสดุที่ยั่งยืน รวมถึงใช้ระบบ Modular ในการติดตั้งซึ่งไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

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

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

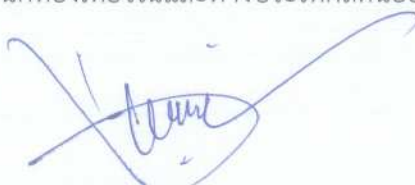
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯและบริษัทย่อย มีงานที่อยู่ระหว่างดำเนินการและยังไม่ได้ส่งมอบและยังไม่ได้รับรู้รายได้จำนวน 82.8 ล้านบาท ซึ่งทั้งหมดเป็นงานตกแต่งภายใน และงานสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม โดยบริษัทฯ คาดว่า จะส่งมอบงานทั้งหมดได้ ภายในปี 2563

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจ และประกอบการให้ได้ผลตามเป้าหมาย แต่ยังคงต้องคำนึงถึงผลกระทบจาก ปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นโดยไม่ทราบล่วงหน้า อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้พิจารณาถึงโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง ในด้านต่างๆ และได้ประเมินตามสถานการณ์ และข้อมูลที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน ซึ่งอาจยังคงมีปัจจัยความเสี่ยงอื่นๆ ที่บริษัทฯ ไม่ทราบในขณะนี้ที่อาจจะมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ในอนาคต ต่อไป ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการลงทุน และผลตอบแทนต่อนักลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ โดยบริษัทฯ มีแนวทางในการป้องกันความเสี่ยงได้ ดังนี้

1. ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนด้านเศรษฐกิจ

ความไม่แน่นอนและความผันผวนทางเศรษฐกิจโดยรวมทั้งในและต่างประเทศ จากการส่งออกที่ลดลง ค่าเงินบาทที่ แข็งตัวขึ้น และ จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงจากปัจจัยโรคระบาดในปัจจุบัน รวมถึงเสถียรภาพทางการเมืองในประเทศ ย่อมส่งผลกระทบต่อการตลาดและงบประมาณของลูกค้าในกลุ่มธุรกิจการแสดงสินค้า งานกิจกรรม และ กลุ่มธุรกิจงานตกแต่งภายใน หากกำลังการจับจ่ายของนักท่องเที่ยวในและต่างประเทศลดน้อยลง อันเป็นผลให้เกิดการยกเลิก



หรือเลื่อนการจัดงานแสดงสินค้า งานกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือแม้แต่การเลื่อนกำหนดการเปิดสำนักงาน ร้านค้า หรือ ห้างสรรพสินค้าต่างๆ

อย่างไรก็ดี ธุรกิจของบริษัทฯ แม้จะรองรับกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง แต่บริษัทฯ ยังได้กระจายความเสี่ยงไปยังกลุ่มธุรกิจอื่นๆในประเทศ ที่ไม่ได้อิงกับนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว อาทิ ธุรกิจอาหาร การผลิตต่างๆในประเทศ ธุรกิจสุขภาพ ธุรกิจยานยนต์ เป็นต้น

บริษัทฯ ตระหนักถึงปัจจัยความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นนี้ จึงมุ่งเน้นไปยังการขยาย ฐานลูกค้าในหลากหลายสาขาธุรกิจ เพื่อกระจายความเสี่ยงของ การถดถอยจากการชะลอตัวของธุรกิจในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ที่อาจจะไม่เกิดขึ้นพร้อมกัน อีกทั้งยังมุ่งเป้าไปยัง กลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของตราสินค้า(แบรนด์)ระดับโลก ที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และขีดความสามารถในการแข่งขันสูงในตลาดโลก รวมทั้งในประเทศไทย ซึ่งมีการขยายตัวของพื้นที่ค้าปลีก อย่างต่อเนื่อง ซึ่งกลุ่มลูกค้าดังกล่าวส่วนใหญ่มักจะมีนโยบายและงบประมาณที่ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจค้าปลีก กลุ่มธุรกิจอาหาร โรงแรม และ สินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ เป็นต้น อีกทั้งบริษัทฯ มีแผนงานเพื่อขยาย และพัฒนาธุรกิจ เพื่อรองรับกับสถานการณ์ความไม่แน่นอน ทางเศรษฐกิจ กระตุ้นยอดขายอย่างสม่ำเสมอ

2. ความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอกต่างๆ อาทิ ภาวะเศรษฐกิจของโลกชะลอตัว จากสงครามเศรษฐกิจของประเทศมหาอำนาจ หรือความไม่แน่นอนทางการเมืองในกลุ่มประเทศมหาอำนาจต่างๆ หรือภัยธรรมชาติ และโรคระบาดที่ทั้งโลกประสบอยู่ อาจนำไปสู่ การถดถอยของภาวะเศรษฐกิจโดยรวม รวมทั้งการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เนื่องจากในสภาวะเศรษฐกิจถดถอยเป็นผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง และทำให้ผู้ประกอบการอาจชะลอการขยายกิจการ หรือปรับปรุงร้านค้า หรือปรับเปลี่ยนนโยบายจากการกระตุ้นยอดขายไปใช้วิธีอื่นแทน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความไม่แน่นอนและความผันผวนเหล่านี้ จึงได้มีแผนให้พนักงาน ใส่ใจและติดตามสถานการณ์ และปัจจัยภายนอกที่อาจจะส่งผลต่อแผนงานของลูกค้า อีกทั้งการใกล้ชิดกับลูกค้าหลัก และ ลูกค้าประจำของบริษัทฯ ทำให้สามารถทราบสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงแผนงานหรืองบประมาณของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว หรืออย่างน้อยทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น นอกจากนี้ ยังมุ่งขยายฐานลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้นเสมอ เพื่อกระจายความเสี่ยง ไปยังกลุ่มอื่นๆที่อาจจะมีผลกระทบน้อยกว่ากลุ่มที่บริษัทฯ ให้บริการอยู่

อย่างไรก็ดี นอกจากปัจจัยภายนอกที่ส่งผลเสียแล้ว ยังคงมีปัจจัยบวกจากการขยายตัวในตลาด CLMV ในอนาคตอันใกล้ส่งผลให้ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ ให้ความสนใจในงานแสดงสินค้า และการจัดกิจกรรม มากขึ้น จากจำนวนผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และนักเดินทางจากต่างประเทศ เข้ามาลงทุนในภูมิภาคนี้ และ ประเทศไทยมาก

ยิ่งขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวของห้างสรรพสินค้า และร้านค้าปลีกสำหรับสินค้าชั้นนำออกสู่หัวเมืองหลักในประเทศเพื่อนบ้าน อย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจของบริษัทฯ ด้วยเช่นกัน

พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ได้ทำประกันภัยที่ครอบคลุมถึงความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการเสี่ยงภัยทุกชนิด ซึ่งรวมไปถึงความเสียหายที่เกิดจากน้ำท่วม และประกันภัยธุรกิจหยุดชะงักไว้ด้วย

3. ความเสี่ยงจากสภาพคล่องของบริษัท

บริษัทฯ มีลูกค้าหลากหลายกลุ่ม ทั้งบริษัทข้ามชาติขนาดกลางและขนาดใหญ่ รวมถึงบริษัทอื่นๆในประเทศ ที่มีความน่าเชื่อถือ และมีสถานะทางการเงินที่ดี แต่จากความเสี่ยงที่ไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจในและต่างประเทศ อาจจะทำให้เกิดปัญหาในสภาพคล่องทางการเงิน ของลูกค้าในบางกลุ่ม หรือ บางโอกาสไม่สามารถชำระเงินได้ตามข้อตกลงของบริษัทฯ หรือเกิดความล่าช้าในการรับมอบงานที่บริษัทฯ พร้อมจะส่งมอบตามงวดงานที่ได้ตกลงไว้ ทำให้บริษัทฯ ได้รับผลกระทบด้านกระแสเงินสดและฐานะทางการเงินได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีนโยบายและมาตรการในการบริหารจัดการสภาพคล่อง โดยมีการวางแผนการแบ่งรับชำระเงิน เป็นงวดๆ ให้แก่ลูกค้าต่างๆ ตามมูลค่างาน ซึ่งจะกำหนดงวดการชำระเงินให้มีความถี่ มากขึ้นตามความสำเร็จของงาน และให้ระยะเวลาสินเชื่อ แก่ลูกค้าประมาณ 30-60 วัน พร้อมทั้งการบริหารการชำระเงินให้เจ้าหน้าที่การค้า ให้สอดคล้อง กับกระแสเงินสดรับ นอกจากนี้ หากลูกค้ารายใดมีปัญหา การชำระเงินหรือมียอดค้างชำระสะสมเป็นจำนวนหนึ่ง บริษัทฯ จะติดตามทวงถามเป็นระยะๆ และจะชะลอการให้บริการ ครั้งใหม่จนกว่าลูกค้ารายดังกล่าวจะชำระเงินของงานเดิมก่อน

และเพื่อเป็นการเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินไว้ล่วงหน้า บริษัทฯ ได้หาแหล่งเงินทุนสำรองจาก ธนาคารไว้ล่วงหน้า เพื่อใช้ในกรณีที่เกิดสภาวะ การรับชำระหนี้จากลูกค้าล่าช้าหรือกระแสเงินสดตึงตัว โดยจะมีผลกระทบต่อดัชนีทุนการทำงานที่เพิ่มขึ้นในบางช่วง

4. ความเสี่ยงจากการโครงสร้างธุรกิจที่พึ่งพิงผู้บริหารระดับสูง

บริษัทฯ มีการปรับโครงสร้างทางธุรกิจ ซึ่งทั้งนี้บริษัทเคยพึ่งพิงกลุ่มผู้บริหารระดับสูง ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วย

- 1) นายประวิทย์ ศรีบัณฑิตมงคล ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการผู้จัดการ
- 2) นางสาวสุนิสา รัตนเนย์ ดำรงตำแหน่งเป็นรองกรรมการผู้จัดการ

โดยกลุ่มผู้บริหารระดับสูงดังกล่าว เป็นปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตและการขยายตัวทางธุรกิจของบริษัทฯ ในระยะเวลาที่ผ่านมา อีกทั้งยังเป็นผู้รับผิดชอบในการรักษา ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และการขยายธุรกิจด้านต่างๆ ของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้บริหารหน่วยธุรกิจต่างๆ ใน ระดับรองลงไป ได้รับการฝึกฝน อบรมความรู้ และมอบหมายหน้าที่ ความรับผิดชอบ ภายใต้การกำกับดูแลของผู้บริหารระดับสูง เพื่อสามารถบริหารธุรกิจได้ อย่างต่อเนื่อง ลดการพึ่งพาผู้บริหารระดับสูงได้ต่อไป โดยการมีส่วนร่วมในการวางแผนงานองค์กรและธุรกิจ อีกทั้ง การประชุมติดตามผล อย่างสม่ำเสมอกับผู้บริหารระดับสูง เพื่อเรียนรู้และฝึกทักษะในการบริหารงานอย่างต่อเนื่องต่อไป

5. ความเสี่ยงจากผลประกอบการที่ไม่เป็นไปตามแผนงาน และงบประมาณประจำปี

บริษัทฯ ตระหนักถึงโอกาสที่จะเกิดผลกระทบทางธุรกิจที่ส่งผลให้ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และงบประมาณที่วางไว้ประจำปี โดยผู้บริหารในแต่ละระดับได้ร่วมประชุมและวางแผนงานในกรณีที่สถานการณ์เลวร้าย ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัท เพื่อกำหนดมาตรการที่ชัดเจน อาทิ การลดค่าใช้จ่ายการบริหารกิจการ ค่าใช้จ่ายทางตรงที่ไม่จำเป็น การเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงาน การลดจำนวนพนักงานที่เกินจำเป็น ในขณะที่ต้องเพิ่มช่องทางธุรกิจใหม่ การขยายธุรกิจไปยังกลุ่มอื่นที่สอดคล้องกับความชำนาญ และความถนัดของบริษัทฯ



4.ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

สินทรัพย์ถาวรหลักของบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้

รายการ	มูลค่าสุทธิตามบัญชี	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 (ล้านบาท)		
ที่ดินลำลูกกาคลอง 9 เนื้อที่ 11 ไร่ 2 งาน 59 ตารางวา	17.76	บริษัทฯ เป็น เจ้าของ	จดจำนองเป็นหลักทรัพย์ค้ำ ประกันวงเงินสินเชื่อกับ สถาบันการเงินในวงเงินรวม 240 ล้านบาท
<u>ส่วนปรับปรุงที่ดิน</u>			
- พื้นที่สำนักงานใหม่ลำลูกกา คลอง 6	1.72	บริษัททำสัญญา เช่า	ใช้สัญญาเช่า 20 ปีกับบริษัท กานต์กมล จำกัด เป็นหลัก ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อกับ สถาบันการเงิน 240 ล้าน บาท
- โกดังและสถานที่ผลิต ชิ้นงานศาลายา	0.06	บริษัททำสัญญา เช่า	เช่าที่ดินคุณอารียา พิเศษ สิทธิ์
<u>อาคาร</u>			
- ศาลายา นครปฐม	0.24	บริษัททำสัญญา	เช่าที่ดินคุณอารียา พิเศษ

		เช่า	สิทธิ์
-โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกา K1	6.29	บริษัททำสัญญา เช่า	เช่าที่ดินบริษัท กานต์กมล จำกัด
-โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกา K2	2.07	บริษัททำสัญญา เช่า	เช่าที่ดินบริษัท กานต์กมล จำกัด
-อาคารสำนักงานออฟฟิศใหม่ ลำลูก กาคลอง 6	36.38	บริษัททำสัญญา เช่า	ใช้สัญญาเช่า 20 ปีกับบริษัท กานต์กมล จำกัด เป็นหลัก ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อกับ สถาบันการเงิน 240 ล้านบาท
-โกดังเก็บของ ลำลูกกา K6	0.68	บริษัททำสัญญา เช่า	เช่าที่ดินบริษัท กานต์กมล จำกัด
<u>ส่วนปรับปรุงอาคาร</u>			
- โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงาน ศาลายา	2.1	บริษัททำสัญญา เช่า	เช่าที่ดินคุณอารียา พิเศษ สิทธิ์
- โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกา คลอง 6	7.26	บริษัททำสัญญา เช่า	เช่าที่ดินบริษัท กานต์กมล จำกัด
-อาคารสำนักงานใหม่ลำลูกกาคลอง 6	25.59	บริษัททำสัญญา เช่า	ใช้สัญญาเช่า 20 ปีกับบริษัท กานต์กมล จำกัด เป็นหลัก ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อกับ สถาบันการเงิน 240 ล้านบาท
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	19.99	บริษัทฯ และ บริษัทย่อยเป็น เจ้าของ	ไม่มี



ยานพาหนะ	5.58	บริษัทฯ เป็น เจ้าของ	มีการผูกพันตามสัญญาเช่า ซื้อ
วัสดุอุปกรณ์จัดงานแสดงสินค้า	0.2	บริษัทฯ เป็น เจ้าของ	ไม่มี
เครื่องจักรและเครื่องมือเครื่องใช้	11.21	บริษัทฯ เป็น เจ้าของ	ไม่มี
รวม	137.13		

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อย เป็นเจ้าของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ซึ่งมีมูลค่าสุทธิตามบัญชี
จำนวน 8.60 ล้านบาท

สัญญาที่สำคัญของบริษัทฯ

1.สัญญาเช่าโกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานศาลาया

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าที่ดินเพื่อใช้เป็นโกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานศาลาया ดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียด ทรัพย์สินที่เช่า	อายุสัญญา เช่า	พื้นที่เช่า	ค่าเช่าและ ค่าบริการ	เงื่อนไขการต่ออายุ
----------	--------------------------------	-------------------	-------------	-------------------------	--------------------

นางอารียา พิเศษ สิทธิ์	ที่ดินโฉนดเลขที่ 57537 ตำบล บางเตย อำเภอ สามพราน จังหวัด นครปฐม	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	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้อีกคราว ละ 10 ปีโดยบอกกล่าวต่อผู้ให้เช่า ไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนสัญญา หมดอายุ
---------------------------	--	--	-------	---	--

2.สัญญาฝากทรัพย์สินโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีสัญญาฝากทรัพย์สินอาคารโรงงานและที่ดินเพื่อใช้เป็นโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์
ลำลูกกาคลอง 6 ดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียด ทรัพย์สิน	อายุสัญญา	พื้นที่	อัตราค่ารับ ฝาก	เงื่อนไขการต่อ อายุ
บริษัท กานต์กมล จำกัด ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอ ลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี	1.อาคารโรงงาน เลขที่ 9/3 - 9/6	20 ปี ตั้งแต่ 1 มกราคม 2561 ถึง 1 มกราคม 2581	4ไร่ 2 งาน 49 ตารางวา	238,000 บาทต่อ เดือน	ต่ออายุการเช่า แจ้งล่วงหน้า 3 เดือน
	2. อาคารโรงงาน เลขที่ 9/7		1 ไร่ 0 งาน 50 ตารางวา	90,000 บาทต่อ เดือน	



	3. อาคารโรงงาน เลขที่ 9/8		1 ไร่ 0 งาน 51 ตารางวา	90,000 บาทต่อ เดือน	
	4. อาคาร สำนักงาน 3 ชั้น เลขที่ 9/9		1 ไร่ 0 งาน 69 ตารางวา	20,000 บาทต่อ เดือน	

3. สัญญาเช่าสำนักงานของ Kingsmen Myanmar Company Limited

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าอาคารสำนักงานเพื่อใช้เป็นอาคารสำนักงานของ Kingsmen Myanmar Company Limited ดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สินที่เช่า	อายุสัญญาเช่า	พื้นที่ ที่ เช่า	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 ดอลลาร์ สหรัฐในปีที่ 1 44,100 ดอลลาร์ สหรัฐในปีที่ 2 46,308 ดอลลาร์ สหรัฐในปีที่ 3	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้ โดยตกลงกับผู้ให้เช่าไม่น้อย กว่า 3 เดือนก่อนสัญญา หมดอายุ

4. สัญญาเช่าสำนักงานของ Kingsmen C.M.T.I. CAMBODIA CO.,LTD.

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าอาคารสำนักงานเพื่อใช้เป็นอาคารสำนักงานของ Kingsmen C.M.T.I. Cambodia Co.,Ltd. ดังนี้

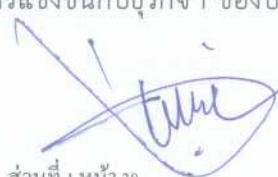


คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สินที่เช่า	อายุสัญญาเช่า	พื้นที่เช่า	ค่าเช่าและค่าบริการ	เงื่อนไขการต่ออายุ
Ms. Chhen Sokmean	อาคารสำนักงาน Lot No.4750 Located at Phum Bayab, Sangkat Phnom Penh Thmey, Phnom Penh,	10 ปีตั้งแต่ 1 มกราคม 2560 ถึง 31 ธันวาคม 2570	-	800 ดอลลาร์ สหรัฐในปีที่ 1-2	ผู้เช่าสามารถ ขอต่ออายุได้ โดยตกลงกับ ผู้ให้เช่าไม่ น้อยกว่า 6 เดือนก่อน สัญญา หมดอายุ
				1,200 ดอลลาร์ สหรัฐในปีที่ 3-4	
				1,800 ดอลลาร์ สหรัฐในปีที่ 4-10	

สัญญาอนุญาตให้ใช้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้า (License Agreement)

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

ภายใต้สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า Kingsmen Creatives Ltd. มีหน้าที่ให้ความช่วยเหลือบริษัทฯ ในด้านต่างๆ ซึ่งรวมถึงการให้คำแนะนำแก่บริษัทฯ ในการประกอบธุรกิจฯ และช่วยในการดำเนินการเพื่อให้บุคลากรของบริษัทฯ ได้รับการอบรมทั้งในและต่างประเทศเพื่อพัฒนาฝีมือและศักยภาพของพนักงาน โดยบริษัทฯ ต้องจ่ายค่าสิทธิในการใช้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้าเป็นรายปีให้แก่ Kingsmen Creatives Ltd. ในอัตราระหว่างร้อยละ 0.5-1.5 ของรายได้จากยอดขาย แต่ทั้งนี้ จะไม่เกิน 148,000 เหรียญสิงคโปร์ต่อปี ซึ่งค่าสิทธิดังกล่าวสามารถปรับขึ้นได้ทุกๆ 5 ปีตามที่คู่สัญญาจะตกลงกัน แต่ทั้งนี้จะไม่เกินกว่าร้อยละ 50 ของค่าสิทธิก่อนหน้านี้ นอกจากนี้ Kingsmen Creatives Ltd. ยังตกลงที่จะไม่ประกอบธุรกิจใดๆ อันจะเป็นการแข่งขันกับธุรกิจฯ ของบริษัทฯ ในประเทศไทยและประเทศเมียน



มาร์ 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. บอกลีกสัญญาโดยการต้องบอกกล่าวล่วงหน้าให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 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	ทุนชำระ แล้ว (บาท)	สัดส่วน เงิน ลงทุน (ร้อยละ)	ราคาทุน (บาท)	มูลค่าเงิน ลงทุนสุทธิ (บาท)
บริษัท ยูเท็กซ์ เหนือ จำกัด	รับเหมางานระบบไฟฟ้า สำหรับงานแสดงสินค้า	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 600,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ และมีทุนชำระแล้ว 600,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีวัตถุประสงค์ในการประกอบธุรกิจออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) ในงานตกแต่งภายใน



(Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) และกิจกรรมการตลาด (Event) ในอาณาเขตประเทศเมียนมาร์เป็นหลัก บริษัทฯ ถือหุ้นในคิงส์แมนเมียนมาร์ ร้อยละ 100

บริษัทฯ ยังได้มีการจัดตั้ง Kingsmen C.M.T.I. (Cambodia) ตามมติคณะกรรมการในวันที่ 10 สิงหาคม 2560 โดยปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 500,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีวัตถุประสงค์ในการประกอบธุรกิจออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) ในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) และกิจกรรมการตลาด (Event) ในอาณาเขตกัมพูชาเป็นหลัก บริษัทฯ ถือหุ้นในคิงส์แมนกัมพูชา ร้อยละ 100

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน) มีนโยบายการลงทุนและบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยจะลงทุนในธุรกิจที่มีความเกี่ยวเนื่อง ใกล้เคียง หรือก่อให้เกิดประโยชน์และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัท เพื่อเสริมสร้างความมั่นคง และผลการดำเนินงานของบริษัท

ในการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้น บริษัทฯ จะส่งตัวแทนที่มีคุณสมบัติและประสบการณ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจที่บริษัทฯ เข้าลงทุน เข้ามาเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัท ดังกล่าว โดยตัวแทนของบริษัทฯ ต้องปราศจากผลประโยชน์ขัดแย้งกับธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมเหล่านั้น ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทสามารถควบคุมดูแลกิจการ และการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมได้เสมือนเป็นหน่วยงานหนึ่งของบริษัท โดยตัวแทนของบริษัทจะต้องบริหารจัดการธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้เป็นไปตามระเบียบและกฎเกณฑ์ ตามข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแทนที่ส่งไปนั้นให้เป็นไปตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท และ/หรือข้อตกลงร่วมกันในกรณีของบริษัทร่วม ซึ่งทางบริษัทจะติดตามผลประกอบการและผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมอย่างใกล้ชิด รวมถึงกำกับให้มีการจัดเก็บข้อมูลและบันทึกบัญชีของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้บริษัทตรวจสอบ

ทั้งนี้ การขออนุมัติในการลงทุนของบริษัทจะต้องเป็นไปตามกฎ ระเบียบ หรือกฎเกณฑ์ว่าด้วยการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ตามที่ได้ประกาศโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุด ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาทที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลบริษัทฯ

บริษัท	: บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”)
ประเภทธุรกิจ	: ให้บริการออกแบบและตกแต่ง (Design & Build) งานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ พิพิธภัณฑ์และสวนสนุก การตลาดทางเลือก และอื่นๆ (Exhibitions, Museums & Thematic Park, Alternative Marketing) (“EMA”)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 9/19 หมู่ที่ 7 ถนนลำลูกกาเลียบคลอง 6 ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107558000296
ทุนจดทะเบียน	: 119,999,992 บาทชำระแล้ว 119,999,781 บาท
จำนวนหุ้นสามัญ	: 239,999,984 หุ้น ราคาที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท
ปีที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	: 18 ธันวาคม 2558
รอบปีบัญชี	: 1 มกราคม - 31 ธันวาคม
Home Page	: www.kingsmen-cmti.com
โทรศัพท์	: 02-052-8008
โทรศัพท์ - นักลงทุนสัมพันธ์	: 02-052-8008 ต่อ 244



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

