

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 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

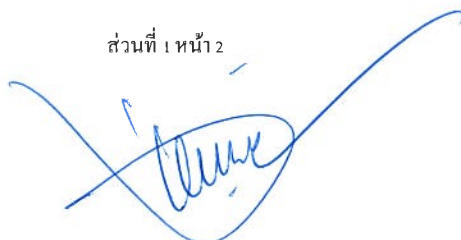
วิสัยทัศน์	บริษัทฯ ที่ได้รับความไว้วางใจ ในการให้บริการด้วยคุณภาพตามมาตรฐานสากล เพื่อสู่ความเป็นเลิศในระดับนานาชาติ
พันธกิจ	สร้างสรรค์งานบริการที่มีคุณภาพ โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อความพึงพอใจและประโยชน์สูงสุดของลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้ถือหุ้น
ค่านิยมหลัก	สร้างสรรค์คุณค่า (Value Creator)

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

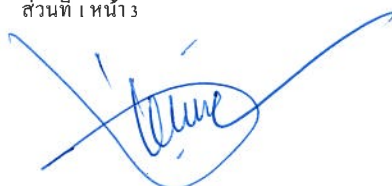
- 1) ให้บริการอย่างบูรณาการและเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้าทั้งทางด้านการออกแบบ ตกแต่ง และผลิต สำหรับธุรกิจ ตกแต่งภายใน ธุรกิจการแสดงสินค้า ธุรกิจพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก ธุรกิจการตลาดทางเลือก และธุรกิจ สถาปัตยกรรมและวิศวกรรม ในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านที่มุ่งเป้าไว้
- 2) พัฒนาศักยภาพและผลประกอบการของสำนักงานสาขาในต่างประเทศให้มีผลประกอบการที่กำไรในแต่ละปี
- 3) เป็นผู้ให้บริการที่ลูกค้าให้ความไว้วางใจในการทำงาน และใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

ความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

- | | |
|---------|--|
| ปี 2532 | • บริษัทฯ ก่อตั้งขึ้นในนาม บริษัท ซี.เอ็ม.ที.โอ. จำกัด โดยครอบครัวนายชยวัฒน์ พิเศษสิทธิ์ ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท เพื่อเริ่มดำเนินธุรกิจออกแบบและผลิตรายงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (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 และได้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน
- 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
- ได้รับการแต่งตั้งให้ดำเนินการออกแบบและผลิตงานตกแต่งภายในให้กับร้านขายสินค้า แบรนด์ชั้นนำ “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



- วันที่ 18 ธันวาคม 2558 บริษัทได้นำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ (MAI) เป็นวันแรก
- ปี 2559
 - 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 สนามบิน ธนาคาร โรงพยาบาล เป็นต้น
 - ขยายขอบเขตการให้บริการของบริษัท คือการให้บริการด้านงานสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม (Architecture & Engineering)
 - บริษัท 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
- ปี 2561
 - บริษัทฯ ได้รับสัญญางานก่อสร้างและตกแต่งภายในให้กับ The Veranda ใน ICONSIAM รวมพื้นที่ 7,500 ตารางเมตร และนอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้ผลิตงานตกแต่งภายในให้กับแบรนด์ชั้นนำ

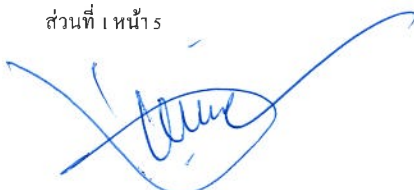


“FENDI” “BOTTEGA VENETA” “Samsonite” “Uniqlo” และ “TRUE Sphere” ที่
ICONSIAM

- ปี 2562
- ขยายขอบเขตการให้บริการด้านการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการผลิตสื่อวีดิทัศน์ ภายใต้สายธุรกิจงานการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing)
 - นายวงศกร พิเศษสิทธิ์ เข้ามาดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ สำนักงาน Kingsmen Myanmar
 - บริษัทได้เริ่มนำโปรแกรม ERP เข้ามาใช้ทั้งระบบ เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยคาดว่าจะระบบจะสมบูรณ์ในปี 2563
 - บริษัทฯ ได้ย้ายที่ตั้งสำนักงานใหญ่มาที่ เลขที่ 9/19 หมู่ที่ 7 ถนนเลียบคลอง 6 ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอมะนัง จังหวัดปทุมธานี 12150
 - เพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัทย่อย Kingsmen C.M.T.I. (Cambodia) Company Limited จากเดิม 300,000 USD เป็น 500,000 USD
 - เพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัทย่อย Kingsmen Myanmar จากเดิม 300,000 USD เป็น 600,000 USD
- ปี 2563
- ได้รับรางวัลบุรุษสยามยอดเยี่ยม ประเภทพื้นที่ขนาดใหญ่พิเศษ 1,500 ตร.ม. ภายในงาน Money Expo Bangkok 2020 ธนาคารออมสิน โดยออกแบบบูธด้วยแนวคิด "GSB Inspiration and Goal"

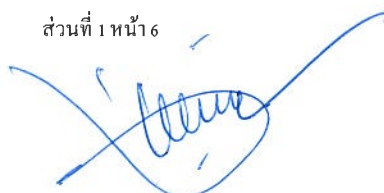
รางวัลและมาตรฐานต่างๆ ที่ได้รับ

- ปี 2546
- ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 : 2000 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านคุณภาพในส่วนของการออกแบบและติดตั้งคูหาสำหรับงานนิทรรศการ
- ปี 2549
- ได้รับรางวัลจรรยาบรรณดีเด่นของชมรมจรรยาบรรณหอการค้าไทยปี 2549
- ปี 2552
- ได้รับรางวัลชมเชยในการออกแบบ Kids World ที่โรงแรมเมริออท เซอ่า ของ A.R.E. design Awards ที่ Las Vegas, USA
 - ได้รับรางวัลสุดยอดในการออกแบบร้านค้า (Excellence in Store Design) ของ Marks & Spencer International ที่ประเทศอังกฤษ
 - ได้รับรางวัลธรรมาภิบาลดีเด่น ของสถาบันปว้ย อิงภากรณ์ ร่วมกับสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาด

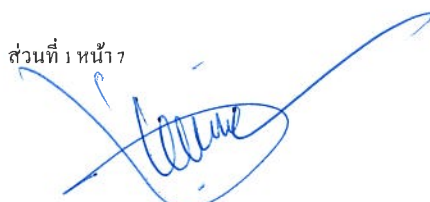


กลางและขนาดย่อม และสมาคมธนาคารไทย

- ปี 2553
- ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2008 ต่อเนื่องซึ่งเป็นมาตรฐานด้านคุณภาพในส่วนของการออกแบบและติดตั้งคูหาสำหรับงานนิทรรศการ
- ปี 2555
- เข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์กรภาคีสีขาว เพื่อร่วมส่งเสริมการประกอบธุรกิจของภาคเอกชนให้ยึดหลักการบริหารกิจการอย่างมีหลักบรรษัทภิบาล โดยสำนักงานชุดความดีแห่งประเทศไทย
 - เข้าร่วมเป็นสมาชิกตาวิเศษ ซึ่งเป็นโครงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยสมาคมสร้างสรรค์ไทย
- ปี 2556
- ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 20121 ซึ่งเป็นมาตรฐานการจัดการกิจกรรมอย่างยั่งยืน (Event Sustainability Management System) สำหรับการวางแผนและส่งมอบงานส่วนกลางงาน Money Expo
 - ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านจริยธรรมการทำงานของผู้ประกอบการทางการค้า จาก SEDEX ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลจากประเทศอังกฤษ
- ปี 2557
- ได้รับรางวัลชมเชยองค์กรโปร่งใส ของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (NACC)
- ปี 2558
- ได้รับประกาศนียบัตร โปรแกรมการตรวจประเมินสภาพสถานประกอบการ การรับรองมาตรฐานสถานประกอบการที่ถูกต้องตามหลักชีวอนามัย (Workplace Conditions Assessment: WCA) จาก Intertek ตอกย้ำถึงการดำเนินงานที่ได้มาตรฐานสากล ได้รับการยอมรับจากองค์กรระดับโลก
- ปี 2559
- ได้รับการรับรองจากธนาคารกสิกรไทยในการเข้าร่วมกิจกรรมโครงการอาคารสีเขียว ตามข้อกำหนด Leadership in Energy and Environmental Design (LEED) ของสภาอาคารเขียวแห่งประเทศไทย
 - บริษัทได้รับ รางวัล Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2016 ระดับดีมาก หรือ 4 ดาว จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors: IOD)
 - บริษัทได้รับรางวัลบรรษัทภิบาลดีเด่น ประจำปี 2559 (CG Awards 2016) ของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) ร่วมกับคณะกรรมการส่งเสริมจรรยาบรรณและต่อต้านคอร์รัปชัน หอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ซึ่งยกย่องผู้ประกอบการทั่วไป ที่มีแนวทางในการประกอบธุรกิจการค้าด้วยหลักบรรษัทภิบาล ในส่วนของการเปิดเผยข้อมูลความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และรักษาความสุจริต

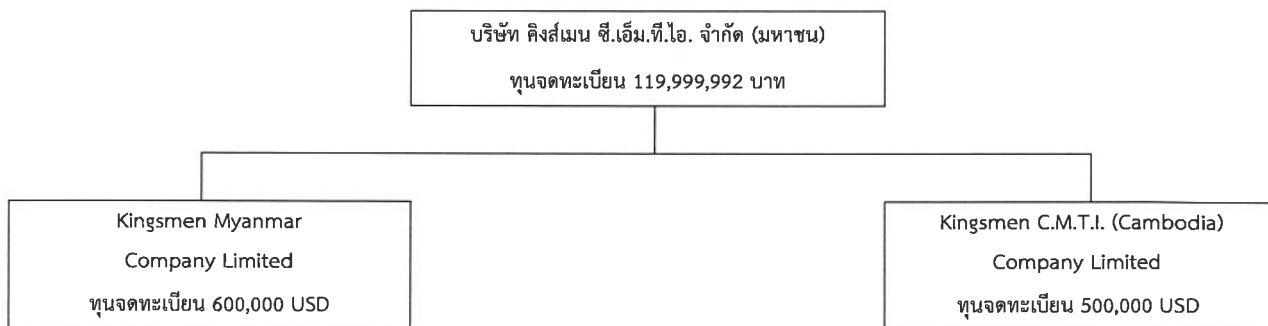


- ปี 2560
- วันที่ 28 มิถุนายน 2560 บริษัทฯ ได้รับใบประกาศนียบัตรผู้ผ่านกระบวนการรับรองและเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริตอย่างสมบูรณ์จากแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านคอร์รัปชัน (CAC)
 - บริษัทฯ ได้รับเกียรติบัตรรับรองว่าเป็น “อุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 2 ปฏิบัติการสีเขียว” 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 Carrè ไพรชณีย์ กลางบางรัก, และงานตกแต่งก่อสร้าง Waldorf Astoria Restaurant & Bars, Bangkok
- ปี 2562
- บริษัทได้รับคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ 5 ดาว หรือ ในระดับดีเลิศ
 - ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 20121 : 2015 เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมอย่างยั่งยืน
- ปี 2562
- บริษัทได้รับคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ 5 ดาว หรือ ในระดับดีเลิศ อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 2



โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 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

กลุ่มบริษัทได้มีการพึ่งพิงร่วมธุรกิจกับ Kingsmen Creatives Ltd. ซึ่งเป็นการร่วมทุนจากประเทศสิงคโปร์และเป็นหนึ่งในผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่ช่วยให้กลุ่มบริษัทสามารถเชื่อมโยงเข้าสู่ลูกค้าในระดับสากลของกลุ่ม Kingsmen Creatives Ltd. และสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมตลาดมากขึ้น

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย จำแนกตามประเภทการให้บริการ ตามงบการเงินรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2562 และ 2563 มีรายละเอียดดังนี้

ประเภทรายได้	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ธุรกิจงานตกแต่งภายใน (Interiors)	1,501.53	70.25	396.36	39.23	271.9	43.32
ธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions), ธุรกิจการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) , ธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกแนวคิด (Thematic Park & Museums)	634.09	29.66	612.05	60.57	353.09	56.25
รายได้อื่น	1.89	0.09	2.00	0.20	2.69	0.43
รวมรายได้จากการให้บริการ	2,137.51	100.00	1,010.41	100.00	627.67	100.00

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

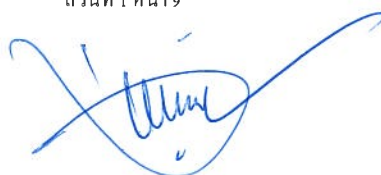
บริษัทฯ ประกอบธุรกิจให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) อย่างครบวงจร (Integration) ในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) การตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) และงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุกแนวคิด (Thematic & Museums) โดยมีลักษณะการให้บริการดังนี้

1) งานตกแต่งภายใน (Interiors)

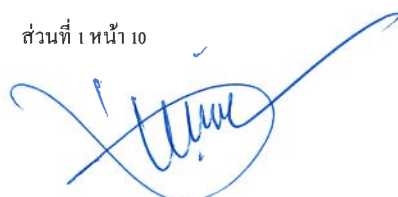
งานตกแต่งภายใน (Interiors) บริษัทฯ ให้บริการในการตกแต่งภายใน (Interiors) ครบวงจร โดยดำเนินการออกแบบ ผลิตและติดตั้งงานตกแต่งภายในทั้งหมด รวมไปถึงการจัดหาอุปกรณ์ตกแต่งภายใน และเฟอร์นิเจอร์ เพื่อให้เข้ากับภาพลักษณ์ของแบรนด์สินค้าและบริษัท โดยเน้นกลุ่มผู้ขายสินค้าและบริษัทที่อยู่ในตลาดระดับกลางถึงบน ซึ่งมีแผนการขยายสาขาจำนวนมากและเป็นแบรนด์ชั้นนำระดับโลก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

ผลงานสำคัญในปี 2563 ของบริษัทฯ

- Verita Health Anantara Riverside
- อาคารพาณิชย์และจอดรถ ชั้น 11 บจก.พรีเม โพสโต
- Special area อาคาร B และ C ชั้น 3-4 บจก.พรีเม โพสโต



- Information Counter Bitec Bangna
- Movenpick BDMS Reception Counter
- คลินิกไวด์
- Jorakay Museum
- TRUE SHOP CENTRAL WORLD
- Asawin convention Hotel (Mock-Up)
- วิริยะ เฟส 4 ชั้น 13 และ ชั้น 15
- Urban-Revio (Fix Glass Laminate at fitting room)
- Mandarin Oriental Residence & Magnolias Waterfront Residence
- V Villa V13 Hua Hin
- Pre-Function FL.12 @ Vie Hotel
- Loose Furniture Imaging L2 @BIH
- CS Counter Side Cabinet 4 EA
- Movenpick BDMS Ramp
- Public Restroom Fl. 12 @ Vie hotel
- Fleur Classique (Design & Build)
- กาดหลวง & Fashion Plus
- SIS Samsonite
- True Shop @ Central Surathani
- Canteen FL.7 (ID) Rasa Tower
- Asawin Convention Hotel (ID + M&E Work)
- Rasa Venture (งานออกแบบ)
- BOI Office ชั้น 3 และ ชั้น 4 (งานออกแบบ)
- miracle Lounge and Dayroom @ Suvarnabhumi Airport (งานออกแบบ)



ผลงานที่สำคัญในปี 2563 ของ Kingsmen Myanmar

- BBC @ Mandalay Financial Center, Mandalay
- Levi's @ Mandalay Financial Center, Mandalay
- L'Occitane @ Mandalay Financial Center, Mandalay
- Pandora @ Mandalay Financial Center, Mandalay
- Shiseido @ Mandalay Financial Center, Mandalay
- M.A.C @ Junction City, Yangon

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 ผลิตและติดตั้งส่วนกลาง เช่น คูหามาตรฐาน (Standard Booth) ชุมทางเข้างาน เวที ป้ายบอกทาง และส่วนตกแต่งอื่นของงาน รวมไปถึงบริการอื่นๆ เช่น งานระบบไฟฟ้า 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

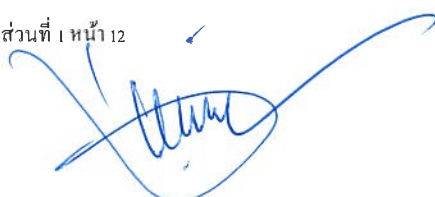
2.3) ธุรกิจการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) แบ่งการให้บริการเป็น 2 ประเภทดังนี้

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 ทั้งวางแผนแนวคิด ออกแบบ ผลิตและติดตั้งกิจกรรม การบริหารจัดการกิจกรรมต่างๆ ที่จะมีขึ้นทั้งหมด รวมถึงการหาสถานที่จัดงาน การสรรหาผู้เข้าชมงาน การวางแผนโฆษณากิจกรรมก่อนการออกงาน และการวิเคราะห์ข้อมูลผู้เข้าชมงาน ส่วนกลุ่มลูกค้า ส่วนใหญ่จะอยู่ในธุรกิจยานยนต์และธุรกิจการเงิน

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

ผลงานสำคัญในปี 2563 ของบริษัทฯ

- ธนาคารออมสิน (งาน Money Expo และ งาน Thailand Smart Money) จัดที่กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด
- TCEB - MICE Hygiene Discipline Guidelines จัดที่ Centara Grand at CentralWorld
- BMW Motorrad - งานเปิดตัว BMW R18 First Edition จัดที่ MYT Studio
- Araya Expo - Official Contractor ของงาน ACT Forum'20 จัดที่ IMPACT Muang Thong Thani
- Media Associated - Official Contractor ของงาน Money Expo 2020 จัดที่กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด
- Inter-Media Consultant - Official Contractor ของงาน Thailand International Motor Expo 2020 จัดที่ Challenger Hall, IMPACT Muang Thong Thani
- Grand Opening Ceremony - Thailand International Motor Expo 2020 จัดที่ Royal Jubilee Ballroom, IMPACT Muang Thong Thani



ผลงานที่สำคัญในปี 2563 ของ Kingsmen Myanmar

- DITP Booth @ Top Thai Brands 2020, Yangon
- Chua Hah Seng Booth @ Top Thai Brands 2020, Yangon
- Mitr Phol Booth @ Top Thai Brands 2020, Yangon
- Lamina Booth @ Yangon International Motor Show 2020, YCC, Yangon

ผลงานที่สำคัญในปี 2563 ของ Kingsmen Cambodia

สืบเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลต่อหลายๆ โครงการที่มีการชะลอโครงการ บางโครงการก็มีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องกับโรคระบาดครั้งนี้ เช่น โครงการก่อสร้างอโณมอล 3 เป็นต้น

สำนักงานกัมพูชา มีกลุ่มลูกค้าหลักคือกลุ่มลูกค้าต่างชาติ หลังจากที่รัฐบาลกัมพูชาได้มีการประกาศปิดประเทศ และห้ามการเดินทางตั้งแต่เดือนเมษายน เป็นต้นมา ทำให้โครงการของบริษัทไม่สามารถดำเนินการได้ และบางโครงการที่กำลังเจรจาอยู่ ก็ต้องเลื่อนออกไป ดังนั้นผลงานปี 2563 จึงมีเฉพาะงานต่อเนื่องจากปี 2562 และงานก่อสร้างขนาดเล็ก มูลค่าไม่สูงมาก ไม่มีโครงการใหม่เข้ามา

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 และรักษาสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทฯ มีกลุ่มนักออกแบบที่มีประสบการณ์กว่า 40 คนที่พร้อมให้บริการแก่ลูกค้า นอกจากนี้เรายังมีโครงการขยาย Design Studio เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเฉพาะงานออกแบบ และสามารถพัฒนาไปเป็นนักออกแบบผลิตภัณฑ์และนักออกแบบกราฟฟิกในอนาคตอีกด้วย

- การมีมาตรฐานและคุณภาพของงานในระดับสากล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพของงานที่ตรงตามรายละเอียดในแบบงาน และส่งมอบงานตามความต้องการของลูกค้า โดยกลุ่มงานของบริษัทฯ จะทำการควบคุมตรวจสอบคุณภาพของงานในทุกขั้นตอนตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการติดตั้ง เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดของงาน และทำให้บริษัทฯ สามารถส่งมอบงานได้ก่อนเวลาและเป็นที่พอใจ

ของลูกค้า ทั้งนี้บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2000 ในปี 2546 ISO 9001:2008 ในปี 2553 และ ISO 9001:2015 ในปี 2561 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) ของสภาอาคารเขียวแห่งประเทศไทย กลุ่มงานมีความเป็นมืออาชีพ และพร้อมด้วยประสบการณ์

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

- **การให้บริการที่ดีของกลุ่มงาน**


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

- **การให้บริการอย่างครบวงจร**

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

- **การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**

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



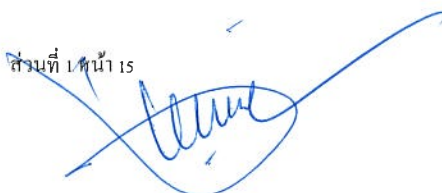
นโยบายการกำหนดราคา

บริษัทฯ มีนโยบายกำหนดราคาให้บริการจากต้นทุนการให้บริการ บวกอัตรากำไรเบื้องต้น (gross profit) 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 Piwat, Dusit Thani, TCC Group เป็นต้น จะเห็นได้จากการโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก EEC ของภาครัฐบาล ทำให้มีการก่อสร้างห้างสรรพสินค้าเพิ่มขึ้นเช่น เซ็นทรัลศรีราชา ส่วนในเขตภาคกลางจะเป็นเซ็นทรัลอยุธยา
- 2) Hospitality ธุรกิจการให้บริการ อันได้แก่ ร้านอาหาร โรงแรม พื้นที่ส่วนกลางของโรงพยาบาล จากแผนการลงทุนของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจการให้บริการยังมีอย่างต่อเนื่องทั้งในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล รวมทั้งต่างจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวอย่างภูเก็ต เชียงใหม่ ถึงแม้ว่าสถานการณ์ปัจจุบันยังคงได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ระลอก 2 แต่ก็ยังมีนักลงทุนบางกลุ่มที่ดำเนินงานอย่างต่อเนื่องจากปีที่แล้ว เพราะถือว่าเป็นช่วงจังหวะที่ดีในการปรับปรุงพื้นที่โรงแรมหรือร้านอาหารเดิม เพราะจะส่งกระทบกับกลุ่มลูกค้าน้อยลง หลายโครงการที่ถูกชะลอในปี 2563 เริ่มกลับมาดำเนินการต่อในปีนี้อะเนื่องจากการคาดการณ์เมื่อมีวัคซีนเข้ามาจะกลับมาดีขึ้นในไตรมาสที่ 2 ของปี 2564
- 3) Work Place พื้นที่สำนักงานให้เช่า การเติบโตยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในกลุ่ม CBD และ Non CBD ซึ่งช่วงปี 2563 – 2566 จะมีการลงทุนตลาดสำนักงานให้เช่าที่จะมีการก่อสร้างในอนาคตเพิ่มขึ้น 1 ล้าน ตารางเมตร และส่วนใหญ่จะเป็นทำเลเกาะแนวรถไฟฟ้า CBRE ที่ปรึกษาด้านอสังหาริมทรัพย์และการลงทุน เผย แม้แนวโน้มการทำงานในอนาคตจะเปลี่ยนไป แต่ความต้องการเช่าพื้นที่สำนักงานยังมีอยู่ บริษัทจะปรับพื้นที่ให้เหมาะกับการทำงานร่วมกันและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ยืดหยุ่นต่อการทำงานนอกออฟฟิศหลังจากจบการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และจากผลวิจัย ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ โลจิสติกส์ และบริษัทแพลตฟอร์มเทคโนโลยีมีการขยาย




พื้นที่สำนักงานสูงสุด 100% และขยายตัวมากถึง 200% ในบริษัทแพลตฟอร์มเทคโนโลยีจากการเติบโตของธุรกิจออนไลน์

- 4) Retail การค้าปลีก ธุรกิจนี้ยังคงมีการขยายตัวของกลุ่มนักลงทุน เพราะว่าการห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่และพื้นที่ขายใหม่ๆในประเทศยังคงเดินทางเปิดใหม่อย่างต่อเนื่อง รวมถึงอานิสงส์จากธุรกิจออนไลน์ที่เกิดขึ้นเยอะทำให้ร้านค้าปลีกต้องปรับตัว และการลงทุนนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการปรับเปลี่ยนร้านให้ทันสมัย ทำให้คนสนใจมาใช้บริการมากขึ้น อย่างฝั่งเดอะมอลล์ กรุ๊ปเป็นช่วงของการปรับปรุงสาขาครั้งใหญ่ ประกอบด้วย เดอะมอลล์งามวงศ์วาน ที่ปรับทั้งหมดเสร็จแล้วในปี 2563 และในปี 2564 นี้จะปรับที่สาขาท่าพระ, บางแค, บางกะปิ และรามคำแหง ส่วนฝั่งกลุ่มเซ็นทรัล เน้นโครงการในลักษณะ ‘มิกซ์ยูส’ ได้แก่ เซ็นทรัลพลาซา อโยธยา ซึ่งกำหนดเปิดปี 2564 เซ็นทรัลพลาซา ศรีราชา กำหนดเปิดปี 2564 เซ็นทรัลพลาซา จันทบุรี กำหนดเปิดปี 2565 เป็นต้น
- 5) Education ธุรกิจสถาบันการศึกษา โรงเรียนนานาชาติ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีโรงเรียนนานาชาติ 205 แห่ง มูลค่าตลาดอยู่ที่ 63,700 ล้านบาท และมีการเปิดใหม่เฉลี่ยปีละ 4-5 แห่ง โดยในกรุงเทพมหานครจะเห็นได้ว่านอกจากการกระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพฯชั้นในและชั้นกลางแล้ว ยังมีการขยายไปยังพื้นที่ชั้นนอกอย่างโซนราชพฤกษ์ รวมทั้งโรงเรียนนานาชาติสิงคโปร์ที่ขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง และโรงเรียนอินเตอร์สัญชาติไทยก็ได้มาเปิดโรงเรียนในโซนนี้ด้วย ไม่เพียงแต่การเปิดหลักสูตรอินเตอร์ตามที่รู้จักกันดีอย่างระบบอังกฤษ, อเมริกัน, IB หรือสิงคโปร์เท่านั้น ตอนนี้มีโรงเรียนอินเตอร์ที่นำเข้าหลักสูตรประเทศจีนมาเปิดโดยเฉพาะ คาดว่าเพื่อรองรับลูกหลานชาวจีนที่ถูกส่งเข้ามาเรียนในไทย เพราะสถาบันการศึกษาของจีนยังมีไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้เรียน แต่เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้ปี 2563 โครงการที่เกิดขึ้นถูกชะลอโครงการอย่างไม่มีกำหนด


ลักษณะลูกค้าของกลุ่มธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

บริษัทฯ มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าชั้นนำระดับนานาชาติจากต่างประเทศและในประเทศที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีศักยภาพทางการแข่งขันสูงในตลาดโลก มีนโยบายในการทำการตลาดที่ต่อเนื่อง มีแผนการตลาดในการกระตุ้นยอดขายสม่ำเสมอ และมีการขยายตัวของพื้นที่ค้าปลีกอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแบ่งออกได้ดังนี้

- 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 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 ธุรกิจสื่อสาร โทรคมนาคม ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ธุรกิจเครื่องจักรอุตสาหกรรม ธุรกิจอาหาร ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจสถาบันการศึกษา ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจความงามและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และธุรกิจบรรจุภัณฑ์ และสิ่งพิมพ์ เป็นต้น



ลูกค้าหลัก

บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีรายได้จากลูกค้า จำแนกตามประเภทกลุ่มลูกค้า ตามงบการเงินรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2562 และ 2563 มีรายละเอียดดังนี้

	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
กลุ่มลูกค้าเอกชน						
- กลุ่มธุรกิจค้าปลีก	504.2	23.6	138.4	13.7	35.2	5.6
- กลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	875.2	41.0	300.2	29.8	225.6	36.1
- กลุ่มธุรกิจยานยนต์	497	23.3	446.5	44.3	294.1	47.1
- กลุ่มธุรกิจการเงิน	77.9	3.6	8.3	0.8	50.7	8.1
- กลุ่มธุรกิจอื่น ^{1/}	174.9	8.2	113.9	11.3	14.6	2.3
กลุ่มลูกค้าภาครัฐ	6.4	0.3	1.1	0.1	4.7	0.8
รวมรายได้จากการให้บริการ	2,135.6	100	1,008.4	100	624.9	100

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

ช่องทางการให้บริการ

1. การเสนอผลงานให้ลูกค้าคัดเลือก บริษัทฯ จะมีส่วนงานการตลาด และงานพัฒนาธุรกิจ ที่มีหน้าที่ติดตามงานแสดงสินค้าประจำปี และแผนการตลาด/ประชาสัมพันธ์ของลูกค้าเป้าหมาย เพื่อหาโอกาส ติดต่อกับลูกค้า และนำเสนอผลงานให้ลูกค้าคัดเลือกในเวลาที่เหมาะสม หรือบางกรณี บริษัทฯ จะได้รับการติดต่อจากลูกค้า เพื่อให้บริษัทฯ เข้านำเสนอผลงานร่วมกับคู่แข่งรายอื่นๆ
2. ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเก่า บริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการด้วยการสร้างสรรคงานแบบ มีคุณภาพ และตามงบประมาณของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทฯ ทำให้กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ ยังคง ใช้บริการกับบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับกลุ่มลูกค้า ของบริษัทฯ ล้วนดำเนินธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง จึงมีงบประมาณ และแผนการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายเสมอมา นอกจากนี้ ยังมีการแนะนำลูกค้าใหม่เข้ามาให้กับบริษัทฯ เช่นกัน



3. ผ่านช่องทางเครือข่ายกลุ่ม Kingsmen ในประเทศต่างๆ ซึ่งปัจจุบันมี 21 สำนักงาน ในภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิก ตะวันออกกลาง และสหรัฐอเมริกา ในการส่งผ่านงาน และแนะนำลูกค้า ที่มี ความต้องการเข้ามาใช้บริการในประเทศไทย หรือ เมียนมาร์ และกัมพูชา
4. การตลาดผ่านการร่วมงานแสดงสินค้าที่เหมาะสมกับธุรกิจของ บริษัทฯ เพื่อเพิ่มโอกาส และลูกค้ารายใหม่ ได้ทราบถึงบริการต่างๆ ที่บริษัทฯ รองรับอยู่

บริษัทฯ มีช่องทางการตลาดและการสื่อสาร เพื่ออำนวยความสะดวก ให้กับบุคคลที่สนใจ หรือสอบถาม รายละเอียดเพิ่มเติม อีกทั้งเป็นช่องทางในการรับส่งข้อมูล/ข่าวสารจากบริษัทในรูปแบบต่างๆ โดยมี 5 ช่องทาง (K Channels) ได้แก่

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

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

เศรษฐกิจไทย ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยการส่งออก การทำธุรกิจกับต่างชาติ และการท่องเที่ยว แต่เนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจโลกในต้นปีที่ชะลอตัว และการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา หรือ COVID-19 ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ต้นปี ทำให้เศรษฐกิจโลกหยุดชะงัก และชะลอตัวมาโดยตลอดทั้งปี การเดินทางระหว่างประเทศที่ถูกปิดกั้นโดยประเทศต่างๆ ทั่วโลก การส่งออกที่หยุดชะงักลงเนื่องจากมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส และอุปสงค์ที่ลดลงจากสภาพเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ส่งผลกระทบกับเศรษฐกิจไทยโดยตรง ทั้งการค้า การลงทุนจากใน และต่างประเทศที่ชะลอตัว นักท่องเที่ยว และนักเดินทางจากต่างประเทศที่ ลดลงกว่าร้อยละ 70 ทำให้เศรษฐกิจไทยเติบโตอย่างช้าลงจากปัจจัยมหภาค ทำให้ภาคธุรกิจ และเอกชนหยุดชะงัก มีการลดการจ้างงาน การลดรายได้ของพนักงาน ทำให้อัตราว่างงานพุ่งขึ้นอย่างก้าวกระโดด

ภาวะการแข่งขันด้านการตลาด

ผลกระทบจากสภาวะทดถอยของเศรษฐกิจในประเทศและการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ธุรกิจการที่บริษัทฯ พึ่งพาอยู่มีผลกระทบอย่างมาก โดยปัจจัยหลักจากกลุ่มลูกค้าที่วางแผนในการลงทุนมีการชะลอการลงทุนอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ที่ให้บริการใกล้เคียงกับบริษัทฯ เข้ามาแข่งขันในตลาดด้วยปัจจัยทางด้าน



ราคาที่ดินแรงยิ่งขึ้น ประกอบกับระยะเวลาโครงการที่สั้นลงกว่าเดิม เพื่อเร่งเปิดโครงการได้เร็วขึ้น ทำให้บริษัทฯ จำเป็นต้องเลือกโครงการที่จะเข้าประมูลให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของบริษัทฯ ที่ได้รับผลกระทบอยู่

แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานตกแต่งภายใน

บริษัทฯ กระจายความเสี่ยงต่อสถานการณ์ของเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน โดยเพิ่มขอบเขตการรับงานที่กว้างขึ้น เช่น งานปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลาง หรือ ห้องพักในโรงแรม ส่วนบริการและพื้นที่ส่วนกลางในโรงพยาบาล พื้นที่สำนักงาน งานส่วนกลาง และร้านค้าปลีกชั้นนำในห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

แม้เศรษฐกิจในประเทศและผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในปี 2563 และจากโครงการต่างๆที่มี การชะลอโครงการออกไป อย่างไรก็ตาม ยังมีอีกหลายโครงการที่ดำเนินการ ลงทุนอย่างต่อเนื่องในขณะที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศที่ลดลง อาทิ กลุ่มห้างสรรพสินค้า และกลุ่มโรงแรม ประกอบกับภาครัฐได้อนุมัติการลดงบประมาณในการทำกิจกรรม เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ต้องการให้เกิดการรวมกลุ่มประชาชนในจำนวนมาก และงบประมาณที่ไม่มีความจำเป็นเร่งด่วนของ ปี 2564 เพื่อนำงบประมาณไปกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศให้กับประชาชน ผู้ประกอบการรายเล็ก และรายย่อย รวมถึงการกระตุ้นการใช้จ่ายเพิ่มสภาพคล่องในประเทศให้มากขึ้น คาดการณ์ว่าสถานการณ์จะดีขึ้นหลังจากมีการผ่อนปรนการใช้มาตรการ ป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของภาครัฐ

แนวโน้มปี 2564-2566 ธุรกิจอาคารสำนักงานให้เข้าในช่วง 3 ปีข้างหน้า มีแนวโน้มกระเตื้องขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ ด้านอุปทาน มีพื้นที่สำนักงานอยู่ระหว่างก่อสร้างคาดว่าจะแล้วเสร็จระหว่างปี 2564-2566 ประมาณทั้งสิ้น 1 ล้านตารางเมตรและย่านใจกลางเมืองมีโอกาสทำกำไรได้ดี

ธุรกิจพื้นที่ค้าปลีกมีแนวโน้มทยอยฟื้นตัวตามการบริโภคภาคเอกชน รวมทั้งความคืบหน้าของการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานภาครัฐซึ่งจะช่วยกระตุ้นการลงทุนในภาคธุรกิจค้าปลีก โดยในช่วง 3 ปีข้างหน้า ความต้องการเช่ามีแนวโน้มเติบโตในระดับต่ำอยู่ที่ร้อยละ 1.0-2.0 ต่อปี ขณะที่อุปทานใหม่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นประมาณ 300,000 ตารางเมตร เนื่องจากจะมีโครงการอาคารเชิงพาณิชย์ในรูปแบบผสมผสาน (Mixed-use) เพิ่มขึ้นอีกหลายโครงการ โดยคาดว่าโครงการ Mixed-use ขนาดใหญ่จะทยอยแล้วเสร็จภายในปี 2568 รวมทั้งสิ้นมากกว่า 1 ล้านตารางเมตร จะทำให้พื้นที่ค้าปลีกเข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นอีกจำนวนมาก

ธุรกิจโรงแรมปี 2564 มีแนวโน้มขบเซาต่อเนื่อง แต่จะทยอยฟื้นตัวในปี 2565-2566 โดยคาดว่าจะต้องใช้เวลาน้อยกว่า 4 ปี จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติถึงจะฟื้นตัวกลับมาเท่ากับระดับช่วงก่อน COVID-19 (38-40 ล้านคน) ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวไทยจะฟื้นตัวเร็วกว่าจากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2564 คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะทยอยเพิ่มขึ้นอย่างจำกัด ผลจากมาตรการ SVT รวมถึงความเป็นไปได้ที่จะมีข้อตกลงเชื่อมต่อการเดินทางโดยไม่ต้องกักตัว (Travel Bubble) และในช่วงครึ่งหลังของปี 2564 การค้นพบวัคซีนและนำมาใช้ได้อย่างแพร่หลายจะหนุนให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีจำนวนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ธุรกิจโรงแรมทุกพื้นที่ยังคงแข่งขัน

รุนแรงจากภาวะอุปทานส่วนเกิน ทั้งจากธุรกิจเดียวกันและธุรกิจบริการที่พักรูปแบบอื่น และเมื่อผนวกกับอุปสงค์ที่ฟื้นตัวอย่างช้าๆ ทำให้การปรับราคาห้องพักทำได้ค่อนข้างยาก โดยเฉพาะพื้นที่ท่องเที่ยวหลักที่พึ่งพานักท่องเที่ยวต่างชาติ

ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น โดยรายได้จะเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 4.0-5.0 ต่อปี ขณะที่จำนวนเตียงจะเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 2,000 เตียง จากประมาณ 3.6 หมื่นเตียงในปี 2563 ผู้ประกอบการมีแนวโน้มขยายการลงทุนต่อเนื่อง แบ่งเป็นโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ธุรกิจมีแนวโน้มเติบโตจากความพร้อมในการรับผู้ป่วยและการให้บริการในสาขาที่มีความเชี่ยวชาญสูง มีการลงทุนขยายสาขาและขอบเขตให้บริการที่เจาะจงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น ทำให้ฐานรายได้กว้างขึ้น โรงพยาบาลเอกชนขนาดกลาง-เล็ก ผลประกอบการกระตือรือร้นไม่มาก เนื่องจากแข่งขันได้ยากกับโรงพยาบาล รายใหญ่ และโรงพยาบาลรัฐที่ขยายฐานสู่ลูกค้ากลุ่มเดียวกันอย่างไรก็ดี โรงพยาบาลที่มีฐานลูกค้าประกันสังคมจำนวนมากอาจถูกกดดันน้อยกว่า เพราะมีรายได้ที่แน่นอนจากจำนวนผู้ประกันตน

แนวโน้มและการแข่งขันในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า และงานกิจกรรม

จากภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์ (M.I.C.E.) อันประกอบด้วยธุรกิจการจัดประชุม ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ธุรกิจการประชุมเชิงวิชาการ และ ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า ในปี 2562 ซึ่งได้รับผลอย่างหนักจากการหยุดชะงักของนักท่องเที่ยวที่ลดลงกว่าร้อยละ 90 รวมถึงนักธุรกิจ และนักลงทุนที่ไม่สามารถเข้าร่วมการประชุม หรือ การแสดงสินค้าในประเทศไทยได้ ส่งผลให้งานแสดงสินค้า และ งานกิจกรรมต่างๆ ที่ได้วางแผน และกำหนดเวลาไว้แล้ว ต้องยกเลิกหรือ เลื่อนงานออกไป ประกอบกับรัฐบาล และหน่วยงานกระทรวงสาธารณสุขที่ ห้ามจัดกิจกรรมที่มีการรวมตัวของประชาชนจำนวนมาก ทำให้กิจกรรม ธุรกิจ ห้างร้านสรรพสินค้า ต้องหยุดชะงัก และปรับตัวไปตามสถานการณ์ ส่งผลให้มีผู้ว่างงาน และออกจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการใน อุตสาหกรรมไมซ์กันเป็นอย่างมาก

จากรายได้ของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีมูลค่ากว่า 5 แสนล้านบาท ใน ปีที่ผ่านมา ก่อนปี 2563 ด้วยอัตราการจ้างงานในอุตสาหกรรมนี้ กว่า 3 แสนอัตรา ทำให้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และเศรษฐกิจในปี 2563 ที่ถดถอยลง ส่งผลให้มีมูลค่า และการจ้างงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ลดลงกว่าร้อยละ 70 เหลือไว้เพียงงานแสดงสินค้าในประเทศที่สามารถจัดกิจกรรม และงานแสดงสินค้าได้ ช่วงครึ่งหลังของปี โดยมีจำนวนผู้ร่วมงานแสดง และพื้นที่แสดงสินค้า รวมถึงการทำกิจกรรมที่ลดน้อยลงอย่างไม่เคย ปรากฏมาก่อน

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง ส่งผลให้มีการเลิกกิจการ หรือ การเลิกจ้าง หรือ การลดเงินเดือน และ ลดระยะเวลาการทำงาน เพื่อให้องค์กรสามารถประคองธุรกิจให้ต่อเนื่องได้ ในระยะเวลาที่ไม่สามารถคาดเดาได้ว่า เศรษฐกิจของประเทศจะกลับมาสู่ สภาวะปกติได้เมื่อไร และสำหรับผู้ประกอบการที่ยังคงมีกำลังที่จะดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ก็จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ ทิศทาง และ ประเภทของ ธุรกิจที่แตกต่างจากเดิม หรือ เพิ่มเติมจากธุรกิจหลัก อาทิ การสร้างผลิตภัณฑ์ ที่ตอบสนองต่อการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) การบริการทำความสะอาด และฆ่าเชื้อในพื้นที่ อาคาร สำนักงาน หรือ เครื่องมือในการฆ่าเชื้อในห้างร้านสรรพสินค้า โรงแรม และ โรงพยาบาล ต่างๆ

ทางการใช้งบประมาณของผู้แสดงสินค้าในงานแสดงสินค้าต่างๆ มีแนวโน้มที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัด ทั้งการลดพื้นที่แสดงสินค้าลง หรือ การลดงบประมาณการก่อสร้างบูธแสดงในงาน ตลอดจนการงดทำกิจกรรม ส่งเสริมการขาย และประชาสัมพันธ์ในระหว่างงานแสดงสินค้า เป็นต้น

ส่วนธุรกิจการจัดกิจกรรมการตลาด หรืองานกิจกรรม (events) ได้มีการตัดงบประมาณอย่างมาก เนื่องจากการห้ามจัดกิจกรรมที่มีการรวมตัว ของประชาชนในจำนวนมาก และ ความไม่สะดวกในการจัดกิจกรรมที่ไม่ สามารถพบปะได้แบบตัวต่อตัว ทำให้งบประมาณการจัดกิจกรรมได้ถูกนำไปใช้ในรูปแบบอื่น โดยเฉพาะธุรกิจออนไลน์ หรือ ธุรกิจที่นำนวัตกรรมและวิวัฒนาการดิจิทัลเข้ามาใช้ ทำให้เกิดธุรกิจใหม่ขึ้นอย่างไม่เคยมี มาก่อน

บริษัทฯ ต้องทำการปรับตัวจากการชะลอ และหยุดชะงักของ อุตสาหกรรมไมซ์ ที่เป็นอุตสาหกรรมหลักที่บริษัทฯ พึ่งพิงอยู่ โดยการเพิ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับมาตรการปกติใหม่ ของกระทรวง สาธารณสุข และรัฐบาล อาทิ ผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์ทำความสะอาด ฉากกั้นบนโต๊ะทำงาน โต๊ะประชาสัมพันธ์ หรือการนำวิวัฒนาการดิจิทัล เข้ามาเสริมการนำเสนอผลิตภัณฑ์ และบริการให้กับลูกค้าปัจจุบัน และลูกค้ารายใหม่ของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

เป้าหมายของบริษัทฯ ในการดำเนินธุรกิจ ยังคงมุ่งเน้นไปในกลุ่มของ ธุรกิจที่ไม่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มากนัก อาทิ ธุรกิจการประกันภัย ธุรกิจอาหาร และการผลิต ธุรกิจด้านสุขภาพ และ ธุรกิจด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และนวัตกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการปรับองค์กรให้กระชับมากขึ้นโดยการทบทวนกระบวนการทำงาน ระบบงานต่างๆ การปรับลดค่าใช้จ่ายทั้งทางตรง ทางอ้อม การปรับลด ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ค่าใช้จ่ายการขาย และการบริการ รวมถึงการลด เวลาการทำงานในบริษัทฯ ลง และให้ไปทำงานจากบ้านแทน โดยอาศัย การประชุมทางไกลเพื่อติดตามความคืบหน้าของงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศเมียนมาร์

ในช่วงครึ่งปีแรก ตัวเลข GDP ของเมียนมาร์ ถูกปรับตัวเลขลดลงร้อยละ 0.5 คงเหลือร้อยละ 6.4 จากการคาดการณ์การเติบโตทางเศรษฐกิจ ก่อนเกิดโรคระบาด

เศรษฐกิจเมียนมาร์ได้รับกระทบอย่างรุนแรง เช่นเดียวกับประเทศไทย จากสถานการณ์ COVID – 19 ในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 และโดยภาพรวมในครึ่งหลัง ยังคงน่าเป็นห่วงจากตัวเลขผู้ติดเชื้อที่พุ่งสูงขึ้น อย่างต่อเนื่องจากโรคระบาดระลอก 2 จึงทำให้ตัวเลขดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจ ภาคการผลิตเข้าสู่การหดตัวในช่วงเดือนตุลาคมที่ผ่านมา และเป็นตัวเลขต่ำสุดนับ ตั้งแต่ เดือนเมษายน 2563 ซึ่งทำให้ตัวเลข GDP ในครึ่งหลัง ของ เมียนมาร์ถูกคาดการณ์ลดลงเหลืออยู่เพียงร้อยละ 1.7 อันเป็นผลมาจาก มาตรการควบคุมการแพร่ระบาดที่ทำให้เกิดความอ่อนตัวลงของการอุปโภค บริโภคภายในประเทศ รวมถึงการลงทุนอันเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ อีกด้วย

โดยภาพรวม ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ร้านค้า สถานบันเทิง และสินค้าการ เกิดการหดตัว แต่ในส่วนของภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการใช้ อินเทอร์เน็ตยังคงเอาตัวรอดได้จากมาตรการควบคุมการเดินทางของรัฐบาล และความ



ต้องการของภาคธุรกิจ และเอกชนที่ต้องอาศัยนวัตกรรม และวิวัฒนาการดิจิทัล หรือ ระบบออนไลน์ เข้ามาช่วยในการดำรงชีวิต ประจำวันกันมากขึ้น

การคาดการณ์การเติบโตทางเศรษฐกิจของเมียนมาร์ในปี 2563 นั้น ยังคงถูกคาดการณ์ไว้ต่ำอยู่ที่ร้อยละ 2 โดยสะท้อนจากผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และการคงไว้ซึ่งมาตรการ การควบคุมการแพร่ระบาดของโรคของรัฐบาล ตั้งแต่ในช่วงครึ่งแรกของเดือนธันวาคม 2563 หลังจากการประกาศผลการเลือกตั้ง ซึ่งพรรค NLD นาง ออง ซาน ซู จี ได้รับชัยชนะไปอย่างท่วมท้นในช่วงของการเลือกตั้งเดือนพฤศจิกายน

อย่างไรก็ตาม ยังคงมีสัญญาณที่ดีจากภาคการลงทุนใหม่ๆ เช่น การลงทุนด้านการสื่อสาร พลังงาน และ โครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงการอนุมัติ เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำจากรัฐบาลญี่ปุ่นเพื่อใช้เกี่ยวกับธุรกิจโครงสร้างพื้นฐาน และการเงินของประเทศเมียนมาร์ราว 414 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ที่สามารถอุดหนุน GDP ของเมียนมาร์ให้สูงถึงค่าเฉลี่ยร้อยละ 7 ในปี 2021 ได้

แนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศกัมพูชา

แม้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของกัมพูชาจะอยู่ในระดับ ที่ควบคุมได้ แต่ผลจากการบังคับใช้มาตรการปิดเมือง (lockdown) ที่เข้มงวด บวกกับผลกระทบจากอุปสงค์จากต่างประเทศ ที่หดตัวตามภาวะเศรษฐกิจโลกถดถอย ส่งผลกระทบทำให้อุปสงค์ในประเทศ ชะลอตัวลงเป็นอย่างมากเช่นกัน โดยแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ น่าจะเป็นไปอย่างช้า ๆ จากอุปสงค์ทั้งใน และนอกประเทศ ที่ยังคงซบเซา ตามอัตราว่างงานที่พุ่งสูงขึ้น การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในต่างประเทศ ที่ยังสูงขึ้นเรื่อย ๆ และมาตรการปิดประเทศที่ยาวนานต่อเนื่อง รวมถึง ความเสี่ยงรายประเทศที่มีสูงขึ้น เช่น การส่งออกของประเทศกัมพูชา อาจได้รับผลกระทบเพิ่มเติมจากการถูกถอดถอนสิทธิพิเศษทางการค้า Everything But Arms (EBA) บางส่วนโดยสหภาพยุโรป อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ก็ได้รับผลกระทบอย่างหนัก เนื่องจากภาคการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ กัมพูชา (ประมาณร้อยละ 18.2 ของ GDP) ได้รับผลกระทบอย่างมาก และคาดว่าจะซบเซาต่อเนื่องตลอดทั้งปี เนื่องจากหลายประเทศยังคง มีความกังวลเรื่องการแพร่ระบาดอีกระลอกของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยการฟื้นตัว อย่างมีนัยน่าจะต้องรอจนกว่าจะมีวัคซีนใช้อย่างแพร่หลาย ขณะที่ภาค การส่งออกคาดว่าจะฟื้นตัวอย่างช้า ๆ ตามการผ่อนคลาย มาตรการ lockdown ในประเทศคู่ค้าหลัก อย่างไรก็ตาม อุปสงค์ต่อสินค้าส่งออกสำคัญของเศรษฐกิจ เช่น เครื่องนุ่งห่ม และสินค้าวัตถุดิบ ยังคงมี แนวโน้มซบเซาจากการผลิตภาคอุตสาหกรรมและรายได้ครัวเรือนที่ลดลง ทั่วโลก ทั้งนี้สินค้าส่งออกบางกลุ่มของเศรษฐกิจ อาจได้รับ อานิสงค์จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจจีนและอุปสงค์สำหรับสินค้าเพื่อ การทำงานที่บ้าน (work-from-home) ที่ยังแข็งแกร่ง สำหรับการลงทุน ทางตรงจากต่างประเทศยังคงแนวโน้มชะลอตัวต่อเนื่อง โดยเฉพาะการลงทุน ในภาคการผลิต จากความไม่แน่นอนของสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) การฟื้นตัวของอุปสงค์โลก และรายได้ของบริษัทข้ามชาติที่ลดลง



อุปสงค์ภายในประเทศมีแนวโน้มฟื้นตัวช้าจากอัตราการว่างงานที่เร่งสูงขึ้น และรายได้จากการโอนเงินกลับประเทศ(Remittances) ที่ลดลง รวมถึงความเสี่ยงจากการกลับมาระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

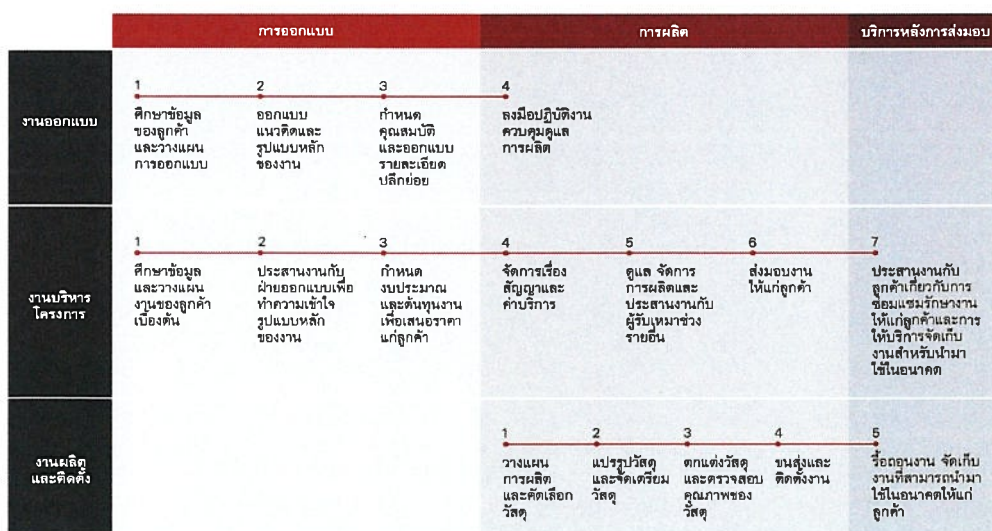
การชะลอตัวของเศรษฐกิจ อาจส่งผลให้เกิดความเสี่ยงเชิงโครงสร้าง ในระยะถัดไป ความเสี่ยงแรกคือระดับหนี้สาธารณะที่สูงขึ้นจากรายได้ภาครัฐที่ลดลงและรายจ่ายที่สูงขึ้น โดยในปี 2562 อ้างอิงจากข้อมูล ของ IMF กัมพูชา มีหนี้สาธารณะสูงถึง 28.5% แต่เกือบทั้งหมดเป็นหนี้ ต่างประเทศ ซึ่งคาดว่าจะส่งผลให้ระดับหนี้สาธารณะ ในสกุลเงินต่างประเทศ สูงขึ้น และอาจส่งผลให้เศรษฐกิจ มีความอ่อนไหวต่อการอ่อนค่า ของเงินสูงขึ้น โดยแรงกดดันด้านการอ่อนค่าของสกุลเงินประเทศ ใน ปี2563 น่าจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ตามแนวโน้มที่จะขาดดุลบัญชีเดินสะพัด สูงขึ้นจากรายได้ของการส่งออกและท่องเที่ยวที่หดตัว

นอกจากนี้ World Bank ยังได้ประมาณการเศรษฐกิจกัมพูชาปี 2563 จะหดตัวร้อยละ 2 เนื่องจากภาคส่งออก การท่องเที่ยว และการลงทุนได้รับ ผลกระทบจาก การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อย่างไรก็ตาม คาดว่าเศรษฐกิจจะกลับมาขยายตัวราวร้อยละ 4 ในปี 2564 โดยได้รับแรงหนุนจากการส่งออกและการลงทุนที่มีแนวโน้มฟื้นตัวหลังวิกฤตการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) คลี่คลาย รวมถึงข้อตกลง FTA ระหว่างกัมพูชาและจีน ซึ่งที่เริ่มมีผลบังคับใช้ในปีหน้า จะมีส่วนช่วยเกื้อหนุนการส่งออกไปจีน และดึงดูดการลงทุนจากจีนให้เพิ่มขึ้น

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ขั้นตอนการทำงานโครงการโดยทั่วไปของบริษัทฯ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจหลักในการให้บริการงานตกแต่งภายใน และการจัดงานแสดงสินค้า รวมถึงการจัดงานกิจกรรม ซึ่งในแต่ละธุรกิจ มีขั้นตอนดำเนินงานที่ใกล้เคียงกัน ตามแผนภูมิภาพได้ดังนี้



การให้บริการในแผนภาพภูมิเป็นตัวอย่างการให้บริการแบบครบวงจร เกิดขึ้นหลังจากการที่ส่วนงานการตลาดหรืองานบริหารโครงการได้ติดตาม และได้รับการยืนยันงานจากลูกค้าแล้ว ซึ่งบริษัทฯ บริหารระบบงานโดยแบ่งกลุ่มงานออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ งานออกแบบ งานบริหารโครงการ และงานผลิต โดยขั้นตอนการทำงานของแต่ละหน่วยงานจะมีขั้นตอนการทำงานที่แตกต่างกันตามช่วงเวลาของงาน โดยความรับผิดชอบหลักของแต่ละหน่วยงานดังนี้

- 1) งานออกแบบ มีหน้าที่หลักในการรับความต้องการ และแนวความคิด จากลูกค้าเกี่ยวกับการจัดแสดงงาน หรือการตกแต่งภายในเพื่อนำ กลับมาพัฒนาแนวคิด และการออกแบบงานให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ที่ได้รับ หรือทำการออกแบบแนวคิดหลักของงาน พร้อมรายละเอียดต่างๆ นอกจากนี้กลุ่มออกแบบยังมีหน้าที่ ในการควบคุมดูแลการก่อสร้างให้เป็นไปตามแบบที่วางไว้อีกด้วย
- 2) งานบริหารโครงการ มีหน้าที่หลักในการควบคุมการทำงานในภาพรวม โดยมีหน้าที่ติดต่อประสานงานกับลูกค้า การจัดเตรียมสัญญาจ้าง การกำหนดราคาขาย การประสานงานกับผู้รับเหมาช่วงรายอื่น ส่งมอบงานให้แก่ลูกค้า รวมถึงการประสานงานกับลูกค้า เกี่ยวกับ การบริการหลังการส่งมอบงาน เช่น บริการจัดเก็บชิ้นงาน ให้แก่ลูกค้า สำหรับนำมาใช้ใหม่ในงานถัดไป หรือ การเข้าไปรับงานตกแต่งภายใน เพิ่มเติมจากงานที่ได้ส่งมอบไปแล้ว เป็นต้น
- 3) งานผลิตและติดตั้ง มีหน้าที่หลักในการวางแผนการผลิต การประกอบติดตั้งและก่อสร้าง การแปรรูปวัสดุ การตกแต่ง การติดตั้งงาน รวมถึงการรื้อถอนงานเมื่อถึงกำหนดเวลา อย่างไรก็ตามถึงแม้บริษัทฯ จะมีหน่วยงานการผลิตและติดตั้งเองที่สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ แต่เนื่องจากปริมาณงานมีมาก ประกอบกับงานบางลักษณะต้องการ บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน บริษัทฯ จึงมีการจัดจ้าง ผู้รับเหมาช่วง (Sub-Contractor) ซึ่งได้รับการคัดเลือกตามคุณสมบัติ และมาตรฐานในการทำงานที่จำเป็นและเหมาะสม

การจัดหาวัสดุเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ จัดหาวัสดุเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ ตามบัญชีแสดงปริมาณวัสดุ (Bill of Quantity) สำหรับงานตกแต่งภายใน หรือบัญชีต้นทุนก่อนการทำงาน (Pre Cost) สำหรับงานแสดงสินค้า และงานกิจกรรม ซึ่งเป็นบัญชีที่ระบุชนิด และปริมาณวัสดุที่ต้องใช้ในงาน โครงการนั้นๆ โดยบริษัทฯ สามารถจำแนกการจัดหาวัสดุ เพื่อให้ได้มา ซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ 2 ช่องทางหลักคือ

1. การจัดจ้างผู้รับเหมาช่วง (Sub-Contractor) ซึ่งโดยส่วนมากจะเป็นช่างฝีมือภายนอก และผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้าง ด้านระบบต่างๆ โดยรูปแบบในการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น 2 กรณีดังนี้
 - 1.1 การจัดจ้างผู้รับเหมาช่วง แบบจ้างเฉพาะค่าแรง และบริษัทฯ จะเป็นผู้จัดหาวัสดุให้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการว่าจ้างในงานผลิต และติดตั้งชิ้นงาน งานตกแต่งภายใน งานไม้ และงานโลหะ เป็นต้น

1.2 การว่าจ้างผู้รับเหมาช่วง แบบจ้างเหมาทั้งค่าแรง และค่าวัสดุซึ่งบริษัทฯ จะเป็นผู้กำหนดคุณภาพวัสดุให้ตรงตามแบบของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่จะเป็น งานโครงสร้างเหล็ก งานกระຈก งานระบบไฟฟ้า งานฝ้าและเพดาน และงานพื้น เป็นต้น

ในการจัดจ้างผู้รับเหมาช่วงของบริษัทฯ นั้น บริษัทฯ มีนโยบายในการ จัดทำเป็นสัญญาว่าจ้างแล้วแต่กรณีหรือกรณีที่มีมูลค่างานมากกว่า 1,000,000 บาท นอกจากนี้ กำหนดให้ผู้รับเหมาช่วงวาง เงินค้ำประกัน สัญญาจ้าง ในรูปแบบหนังสือค้ำประกันของธนาคาร หรือเช็ค แล้วแต่กรณี ในมูลค่าประมาณร้อยละ 5-10 ของมูลค่าการจัดจ้าง และจะคืนให้แก่ผู้รับเหมาช่วง เมื่องานแล้วเสร็จ หรือครบกำหนดระยะเวลาประกันผลงานหรือ ซึ่งโดยทั่วไปประมาณ 1 ปี แล้วแต่กรณี และมีนโยบายในการชำระเงิน สำหรับการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วง

บริษัทฯ มีนโยบายในการพิจารณาหรือคัดเลือกผู้รับเหมาช่วง ดังนี้

- คัดเลือกผู้รับเหมาช่วงมากกว่า 1 ราย เพื่อเปรียบเทียบราคา และราคาต้องไม่เกินกว่าราคากลางของบริษัทฯ หรือ ควรมีตัวเปรียบเทียบหากเกินกว่าราคากลางในบางกรณี
- ความน่าเชื่อถือของผู้รับเหมา โดยพิจารณาจากผลงาน การทำงานในอดีตที่ผ่านมา ประสบการณ์การทำงานฝีมือและคุณภาพ โดยพิจารณาจากผลงาน ในอดีตของผู้รับเหมาช่วง
- ความพร้อมของกำลังคนงานผู้รับเหมาช่วง
- การส่งมอบงานที่ตรงเวลาหรือก่อนกำหนด
- ความโปร่งใสของผู้รับเหมาช่วง เช่น งบการเงิน การใช้แรงงานที่ถูกต้องตามกฎหมาย
- บริษัทฯ มีทะเบียนผู้ให้บริการ และมีการจัดกลุ่มประเมินศักยภาพ ของผู้รับเหมาช่วงทั้งก่อนและหลังการจ้างงาน

บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการจัดจ้างผู้รับเหมาช่วงรายใดรายหนึ่ง ให้ทำงานที่มีขนาดใหญ่เกินกว่า 2 งานในเวลาเดียวกัน เพื่อไม่ให้ กระทบต่อคุณภาพของงาน และระยะเวลาการส่งมอบงาน อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อาจพิจารณาศักยภาพของบุคลากรผู้รับเหมาช่วงเป็นรายกรณีไป ทั้งนี้ บริษัทฯ มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้รับเหมาช่วง และมีนโยบาย ในการจัดจ้างผู้รับเหมาอย่างต่อเนื่อง หากผู้รับเหมาช่วงดังกล่าว มีศักยภาพเพียงพอ และบริหารคุณภาพที่ดีอย่างสม่ำเสมอ

2. การจัดซื้อวัสดุสำหรับการก่อสร้างในแต่ละโครงการ ส่วนใหญ่จะเป็นวัสดุประเภท ไม้ สี และวัสดุสิ้นเปลืองอื่นๆ บริษัทฯ มีการเตรียมความพร้อมด้วยการจัดซื้อเข้าคลังวัสดุกลาง (safety stock) เพื่อความพร้อมในการรองรับงาน และ เพียงพอต่อการ ใช้งานในแต่ละโครงการตามแบบการผลิต บริษัทฯ มีนโยบายในการพิจารณาหรือคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัสดุ (Supplier) ดังนี้
 - คัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัสดุ มากกว่า 1 เพื่อเปรียบเทียบราคา และราคาต้องไม่เกินกว่าราคากลางของบริษัทฯ
 - พิจารณาคุณภาพวัสดุให้ตรงตามมาตรฐานและตามทีลู่การค้าได้ระบุ ไว้
 - ความพร้อมในจัดส่งวัสดุให้ตรงเวลาหรือก่อนกำหนด

- ความน่าเชื่อถือของผู้จัดจำหน่าย โดยพิจารณาจากงบการเงิน หรือความมีตัวตน

ทั้งนี้ ในการให้บริการแก่ลูกค้าของบริษัทฯ นั้น บริษัทฯ มีนโยบายที่จะผลิตชิ้นงานด้วยตนเอง (In-house production) เป็นอันดับแรก และบริษัทฯ จะว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงในกรณีที่งานมีปริมาณมาก และในส่วนที่เป็นงานระบบต่างๆ โดยปัจจุบัน บริษัทฯ มีการผลิตชิ้นงานที่ลูกค้าทดลอง 6

บริษัทฯ มีการประเมินผู้รับเหมาช่วง และร้านค้าผู้จำหน่ายเป็นประจำ ทุกครึ่งปี และพูดคุยกับทุกรายเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ข้อเสนอแนะ ในการ ทำงานร่วมกันเป็นประจำ

การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น จากการผลิตงาน เช่น ฝุ่นละอองจากไม้ เสียงจากการผลิตงาน กลิ่นของสีและน้ำเสียที่อาจเกิดขึ้น เป็นต้น โดยบริษัทฯ ปฏิบัติตาม กฎระเบียบ และขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้บริษัทฯ มีการดำเนินการเพื่อควบคุมและจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมดังนี้

1. ฝุ่นละอองจากไม้ บริษัทฯ มีการติดตั้งระบบดูดฝุ่น จากการผลิตเพื่อกำจัดฝุ่นละอองจากไม้ระหว่างการผลิตชิ้นงานในทุกสถานที่ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิต
2. เสียงจากการผลิตงาน ในกระบวนการผลิต อาจมีเสียงจากการผลิตงาน แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่มีเครื่องจักรหนักที่จะทำให้เกิดเสียงดังจนรบกวนผู้อื่น และมีการตรวจวัดเพื่อระวังเสียง โดยการทำงานจากหน่วยงานภายนอกและจัดส่งรายงานให้ทางกรม สวัสดิการคุ้มครองแรงงานทราบ
3. กลิ่นจากการทำสีชิ้นงาน โรงงานผลิตชิ้นงานที่ลูกค้าทดลอง 6 มีการติดตั้งระบบกำจัดกลิ่นสีจากชิ้นงาน ซึ่งจะดูดอากาศ พร้อมกลิ่นของสีผ่านม่านน้ำ เพื่อแปรสภาพเป็นน้ำปนกากสีและมี การแยกกากสีออกจากน้ำ ทั้งส่งไปให้หน่วยงานที่รับผิดชอบกำจัดต่อไป นอกจากนี้บริษัทฯ อาจมีการทำสีชิ้นงานในโกดังและสถานที่ผลิต ชิ้นงานย่อยโดยเป็นการซ่อมเก็บสีชิ้นงานขนาดเล็กและดำเนินการในพื้นที่ที่เป็นสัดส่วน
4. ขยะมูลฝอย ขยะหมุนเวียน และขยะอันตราย บริษัทฯ มีนโยบายในการจัดการขยะต่างๆ ภายในองค์กร ทั้ง ส่วนสำนักงานและโรงงาน ซึ่งขยะทั่วไปที่ไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ ได้ทางบริษัทส่งไปกำจัดกับหน่วยงานของเทศบาลหรือท้องถิ่น บริษัทฯ คัดกรองขยะหมุนเวียนเพื่อนำมาใช้ใหม่ในการทำชิ้นงานเพื่อให้ชุมชน พนักงาน เกษตรกร หรือผู้ประกอบการอื่นๆ นำไปใช้ประโยชน์ส่วน ขยะอันตราย บริษัทฯ ส่งไปกำจัดอย่างถูกวิธีโดยใช้บริการกับบริษัท ที่ ขึ้นทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม โดยมีหน่วยงานความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานตรวจสอบเป็นระยะ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญ และ/หรือ ให้องค์การบริหารส่วนตำบลที่เกี่ยวข้อง มาประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกปีในทุกสถานที่ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตและ ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ไม่เคยมีข้อพิพาทหรือการฟ้องร้องเกี่ยวกับการสร้าง ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่เคยได้รับการดักเตือนหรือปรับจาก หน่วยงานของรัฐตามกฎหมายที่บริษัทฯ ต้องปฏิบัติแต่อย่างใด จากการที่บริษัทฯ มีปรับกระบวนการทำงานที่เน้นการให้บริการคำนึงถึงปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม อันได้แก่ การคัดแยก ลด



เศษวัสดุที่เหลือจากการใช้งาน การประหยัดพลังงาน และลดมลพิษทางอากาศ รวมทั้งใช้วัสดุที่มีความยั่งยืน และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ รวมทั้งได้ขอความร่วมมือไปยังผู้รับเหมาและสถานที่จัดงานในการคัดแยกวัสดุและขยะ หลังจากจบงาน 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 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีงานที่อยู่ระหว่างดำเนินการและยังไม่ได้ส่งมอบและยังไม่ได้รับรู้รายได้จำนวน 15.6 ล้านบาท ซึ่งเป็นงานตกแต่งภายใน งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ โดยบริษัทฯ คาดว่าจะส่งมอบงานทั้งหมดได้ภายในปี 2564

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจ และประกอบกิจการให้ได้ผลตามเป้าหมาย แต่ยังคงต้องคำนึงถึงผลกระทบจาก ปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นโดยไม่ทราบล่วงหน้า อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้พิจารณาถึงโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง ในด้านต่างๆ และได้ประเมินตามสถานการณ์ และข้อมูลที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน ซึ่งอาจยังคงมีปัจจัยความเสี่ยงอื่นๆ ที่บริษัทฯ ไม่ทราบในขณะนี้ที่อาจจะมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ในอนาคต ต่อไป ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อ การลงทุน และผลตอบแทนต่อนักลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ โดยบริษัทฯ มีแนวทางในการป้องกันความเสี่ยงได้ดังนี้

● ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนด้านเศรษฐกิจ

ความไม่แน่นอนและความผันผวนทางเศรษฐกิจโดยรวมทั้งในและต่างประเทศ จากการส่งออกที่ลดลง ค่าเงินบาท ที่ แข็งตัวขึ้น และ จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงจากปัจจัยโรคระบาดในปัจจุบัน รวมถึงเสถียรภาพทางการเมืองในประเทศ ย่อมส่งผลกระทบ ต่อการตลาดและงบประมาณของลูกค้าในกลุ่มธุรกิจการแสดงสินค้า งานกิจกรรม และ กลุ่มธุรกิจงาน ตกแต่งภายใน หากกำลังการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในและต่างประเทศลดน้อยลง อันเป็นผลให้เกิดการยกเลิก หรือเลื่อน การจัดงานแสดงสินค้า งานกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือแม้แต่การเลื่อนกำหนดการเปิดสำนักงาน ร้านค้า หรือ ห้างสรรพสินค้าต่างๆ

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

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

● ความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก

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

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

อย่างไรก็ดี นอกจากปัจจัยภายนอกที่ส่งผลเสียแล้ว ยังคงมีปัจจัยบวกจากการขยายตัวในตลาด CLMV ในอนาคต อันใกล้ส่งผลให้ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ ให้ความสนใจในการทำงานแสดงสินค้า และการจัดกิจกรรม มากขึ้น จากจำนวนผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และนักเดินทางจากต่างประเทศ เข้ามาลงทุนในภูมิภาคนี้ และ ประเทศไทยมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวของห้างสรรพสินค้า และร้านค้าปลีกสำหรับสินค้าชั้นนำออกสู่หัวเมืองหลักในประเทศเพื่อนบ้านอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจของบริษัทฯ ด้วยเช่นกัน



พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ได้ทำประกันภัยที่ครอบคลุมถึงความเสียหายอันเนื่องมาจากการเสี่ยงภัยทุกชนิด ซึ่งรวมไปถึงความเสียหายที่เกิดจากน้ำท่วม และประกันภัยธุรกิจหยุดชะงักไว้ด้วย

- ความเสี่ยงจากสภาพคล่องของบริษัท

บริษัทฯ มีลูกค้าหลากหลายกลุ่ม ทั้งบริษัทข้ามชาติขนาดกลางและขนาดใหญ่ รวมถึงบริษัทอื่นๆในประเทศ ที่มีค่านำเชื่อถือ และมีสถานะทางการเงินที่ดี แต่จากความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจในและต่างประเทศ 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 โดยจะมีผลกระทบต่อต้นทุนการทำงานที่เพิ่มขึ้นในบางช่วง

- ความเสี่ยงจากการวางโครงสร้างธุรกิจที่พึงพิงผู้บริหารระดับสูง

บริษัทฯ มีวิธีการบริหารความเสี่ยง คือ ปรับโครงสร้างทางธุรกิจใหม่ และส่งเสริม สนับสนุนสร้างผู้บริหารในหน่วยธุรกิจต่างๆ ในระดับรองลงไป ซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพและมีคุณสมบัติตรงตามนโยบายของบริษัทฯ ได้รับการฝึกฝนอบรมความรู้เพิ่มเติม มอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบให้มีส่วนร่วมในการวางแผนงานขององค์กรและธุรกิจ ประชุมติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเรียนรู้และฝึกทักษะการบริหารงานอย่างต่อเนื่องร่วมกับผู้บริหารระดับสูง



● ความเสี่ยงจากผลประกอบการที่ไม่เป็นไปตามแผนงาน และงบประมาณประจำปี

บริษัทฯ ตระหนักถึงโอกาสที่จะเกิดผลกระทบทางธุรกิจที่ส่งผลให้ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และงบประมาณที่วางไว้ประจำปี โดยผู้บริหารในแต่ละระดับได้ร่วมประชุมและวางแผนงานในกรณีที่สถานการณ์เลวร้ายซึ่งส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัท เพื่อกำหนดมาตรการที่ชัดเจน อาทิ การลดค่าใช้จ่ายการบริหารกิจการ ค่าใช้จ่ายทางตรงที่ไม่จำเป็น การเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงาน การลดจำนวนพนักงานที่เกินจำเป็น ในขณะที่ต้องเพิ่มช่องทางธุรกิจใหม่ การขยายธุรกิจไปยังกลุ่มอื่นที่สอดคล้องกับความชำนาญและความถนัดของบริษัทฯ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

สินทรัพย์ถาวรหลักของบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้

รายการ	มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ที่ดินลำลูกกาคลอง 9 เนื้อที่ 11 ไร่ 2 งาน 59 ตารางวา	17.76	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	จดจำนองเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อกับ สถาบันการเงินในวงเงินรวม 300 ล้านบาท
<u>ส่วนปรับปรุงที่ดิน</u>			
- พื้นที่ดินสำนักงานใหม่ลำลูกกา คลอง 6	1.52	บริษัททำสัญญาเช่า	ใช้สัญญาเช่า 20 ปีกับบริษัท กานต์กมล จำกัด เป็นหลัก ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อกับสถาบันการเงิน 300 ล้านบาท
- โกดังและสถานที่ผลิต ชิ้นงานศาลายา	0.04	บริษัททำสัญญาเช่า	เช่าที่ดินคุณอารียา พิเศษสิทธิ์
<u>อาคาร</u>			
- ศาลายา นครปฐม	0.16	บริษัททำสัญญาเช่า	เช่าที่ดินคุณอารียา พิเศษสิทธิ์
- โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำ ลูกกา K1	5.97	บริษัททำสัญญาเช่า	เช่าที่ดินบริษัท กานต์กมล จำกัด
- โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำ ลูกกา K2	1.97	บริษัททำสัญญาเช่า	เช่าที่ดินบริษัท กานต์กมล จำกัด



- อาคารสำนักงานออฟฟิศใหม่ ลำลูกกาคลอง 6	34.53	บริษัททำสัญญาเช่า	ใช้สัญญาเช่า 20 ปีกับบริษัท กานต์กมล จำกัด เป็นหลักค้ำประกันวงเงินสินเชื่อกับสถาบันการเงิน 300 ล้านบาท
- โกดังเก็บของ ลำลูกกา K6	0.64	บริษัททำสัญญาเช่า	เช่าที่ดินบริษัท กานต์กมล จำกัด
<u>ส่วนปรับปรุงอาคาร</u>			
- โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานศาลายา	2.99	บริษัททำสัญญาเช่า	เช่าที่ดินคุณอารียา พิเศษสิทธิ์
- โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6	21.45	บริษัททำสัญญาเช่า	เช่าที่ดินบริษัท กานต์กมล จำกัด
- อาคารสำนักงานใหม่ลำลูกกาคลอง 6	9.52	บริษัททำสัญญาเช่า	ใช้สัญญาเช่า 20 ปีกับบริษัท กานต์กมล จำกัด เป็นหลักค้ำประกันวงเงินสินเชื่อกับสถาบันการเงิน 300 ล้านบาท
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	13.10	บริษัทฯ และบริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	ไม่มี
ยานพาหนะ	2.81	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	มีการระงับตามสัญญาเช่าซื้อ
วัสดุอุปกรณ์จัดงานแสดงสินค้า	0.09	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เครื่องจักรและเครื่องมือเครื่องใช้	10.29	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวม	122.84		

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อย เป็นเจ้าของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ซึ่งมีมูลค่าสุทธิตามบัญชี จำนวน 7.99 ล้านบาท



สัญญาที่สำคัญของบริษัทฯ

1. สัญญาเช่าโกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานศาลายา

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าที่ดินเพื่อใช้เป็นโกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานศาลายา ดังนี้

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

2. สัญญาฝากทรัพย์สินโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีสัญญาฝากทรัพย์สินอาคารโรงงานและที่ดินเพื่อใช้เป็นโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6 ดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สิน	อายุสัญญา	พื้นที่	อัตราค่ารับฝาก	เงื่อนไขการต่ออายุ
บริษัท กานต์กมล จำกัด ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี	1.อาคารโรงงาน เลขที่ 9/3 - 9/6	20 ปี ตั้งแต่ 1 มกราคม 2561 ถึง 1 มกราคม 2581	4 ไร่ 2 งาน 49 ตารางวา	238,000 บาท ต่อเดือน	ต่ออายุการเช่าแจ้งล่วงหน้า 3 เดือน
	2. อาคารโรงงาน เลขที่ 9/7		1 ไร่ 0 งาน 50 ตารางวา	90,000 บาท ต่อเดือน	
	3. อาคารโรงงานเลขที่ 9/8		1 ไร่ 0 งาน 51 ตารางวา	90,000 บาท ต่อเดือน	
	4. อาคารสำนักงาน 3 ชั้นเลขที่ 9/9		1 ไร่ 0 งาน 69 ตารางวา	20,000 บาท ต่อเดือน	



3. สัญญาเช่าสำนักงานของ Kingsmen Myanmar Company Limited

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าอาคารสำนักงานเพื่อใช้เป็นอาคารสำนักงานของ Kingsmen Myanmar Company Limited ดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สินที่เช่า	อายุสัญญาเช่า	พื้นที่เช่า	ค่าเช่าและค่าบริการ	เงื่อนไขการต่ออายุ
Ko Ni Aung Khaing Myint	อาคารสำนักงาน No.34 Theik Di Street, Ward No. 3. Mayangone Township, Yangon, Myanmar	3 ปีตั้งแต่ 1 ธันวาคม 2560 ถึง 30 พฤศจิกายน 2563 (ครบอายุสัญญา)	-	42,000 ดอลลาร์สหรัฐ ในปีที่ 1 44,100 ดอลลาร์สหรัฐ ในปีที่ 2 46,308 ดอลลาร์สหรัฐ ในปีที่ 3	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้ โดยตกลงกับผู้ให้เช่าไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนสัญญาหมดอายุ
Daw Moe Min Khaing (12/MaYaKa (N) 072816)	อาคารสำนักงาน No (107-B), Kyaik Waing Pagoda Road, (6) Ward, Mayangone Township, Yangon	3 ปีตั้งแต่ 1 ธันวาคม 2563 ถึง 30 พฤศจิกายน 2566	-	เดือนละ 1,800,000 จ๊าดพม่า	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้ โดยตกลงกับผู้ให้เช่าไม่น้อยกว่า 2 เดือนก่อนสัญญาหมดอายุ

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

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 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 ดอลลาร์สหรัฐในปีที่ 1-2	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้โดยตกลงกับผู้ให้เช่าไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนสัญญาหมดอายุ
				1,200 ดอลลาร์สหรัฐในปีที่ 3-4	
				1,800 ดอลลาร์สหรัฐในปีที่ 4-10	

สัญญาอนุญาตให้ใช้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้า (License Agreement)

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

ภายใต้สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า Kingsmen Creatives Ltd. มีหน้าที่ให้ความช่วยเหลือบริษัทฯ ในด้านต่างๆ ซึ่งรวมถึงการให้คำแนะนำแก่บริษัทฯ ในการประกอบธุรกิจฯ และช่วยในการดำเนินการเพื่อให้บุคคลากรของ

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

ทั้งนี้ สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าเป็นสัญญาที่ไม่มีกำหนดระยะเวลา ซึ่งบริษัทฯ สามารถใช้แบรนด์ Kingsmen ในการประกอบธุรกิจฯ ของบริษัทฯ ได้จนกว่าสัญญาจะสิ้นสุดลง ซึ่งการสิ้นสุดของสัญญารวมถึงการที่บริษัทฯ หรือ Kingsmen Creatives Ltd. บอกเลิกสัญญาโดยการต้องบอกกล่าวล่วงหน้าให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบเป็นเวลานานไม่น้อยกว่า 6 เดือน ทั้งนี้ การที่ Kingsmen Creatives Ltd. มิได้เป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ จะไม่มีผลกระทบต่อสิทธิของบริษัทฯ ในการใช้ แบรนด์ Kingsmen ภายใต้สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าในการประกอบธุรกิจฯ แต่อย่างใด

เงินลงทุน บัญชี

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีเงินลงทุนใน 1 บริษัท โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	ทุนชำระ แล้ว (บาท)	สัดส่วนเงิน ลงทุน (ร้อยละ)	ราคาทุน (บาท)	มูลค่าเงิน ลงทุนสุทธิ (บาท)
บริษัท ยูเท็กซ์ เหนือ จำกัด	รับเหมางานระบบไฟฟ้าสำหรับ งานแสดงสินค้า	1,100,000	12.7	140,000	0
รวม				140,000	0

การลงทุนในบริษัทข้างต้น บริษัทฯ ได้เข้าร่วมลงทุนกับบริษัทรับเหมาก่อสร้างและตกแต่งงานแสดงสินค้าอีกหลายราย เพื่อร่วมกันทำธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่ในอดีตที่ผ่านมา แต่อย่างไรก็ตามบริษัทดังกล่าวมิได้มีกิจกรรมทางธุรกิจที่มีนัยสำคัญแต่อย่างใด และบริษัทฯ ได้ตั้งค่าเผื่อการลดมูลค่าเงินลงทุนทั้งจำนวนแล้ว



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

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

ทั้งนี้ การขออนุมัติในการลงทุนของบริษัทจะต้องเป็นไปตามกฎ ระเบียบ หรือกฎเกณฑ์ว่าด้วยการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ตามที่ได้ประกาศโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุด ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาทที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ



6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลบริษัทฯ

บริษัท	:	บริษัท คิงส์เมน 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 ถนนเลียบคลอง 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
Website	:	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

ระบบการติดตาม ตรวจสอบ และการรับเรื่องร้องเรียน

ช่องทางการร้องเรียน กรุณาติดต่อ teeratath@yahoo.com

อาจารย์ธีรรัช โปษยานนท์

กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ

