

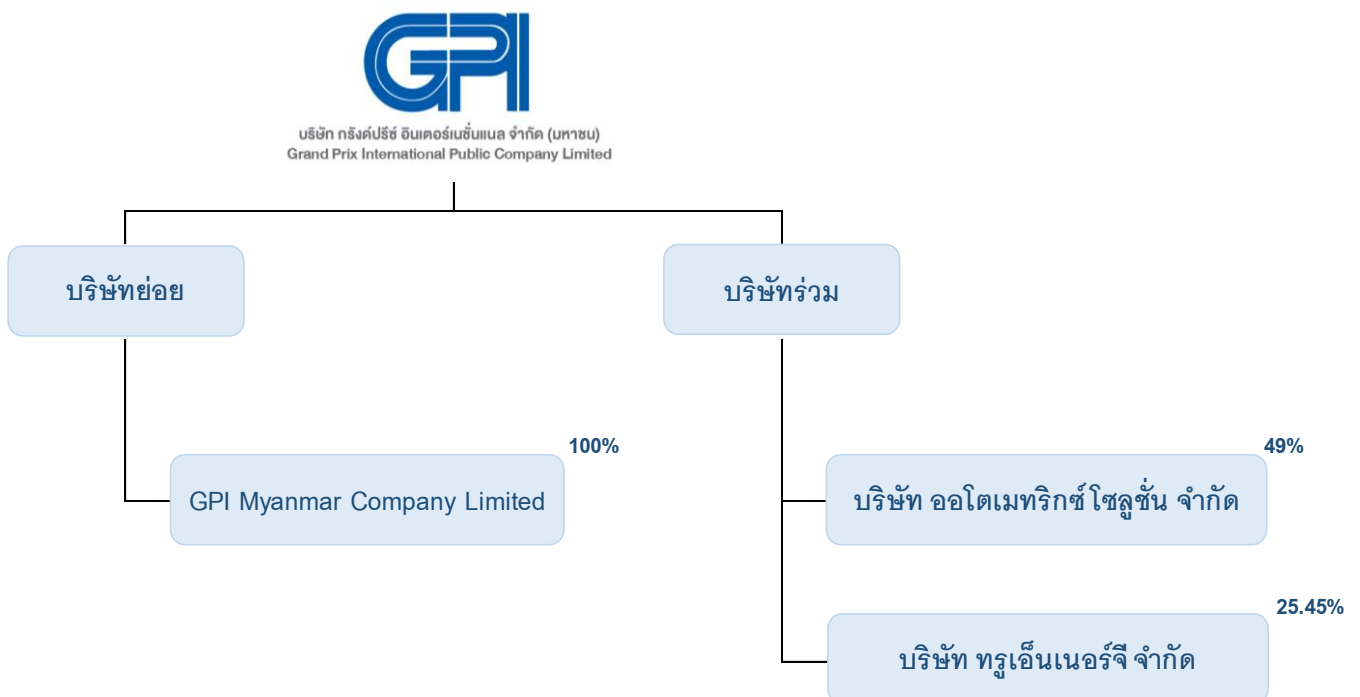
ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ประวัติความเป็นมา

“กรังด์ปรีซ์” เดิมก่อตั้งเมื่อเดือนตุลาคม 2513 ภายใต้ชื่อ “ห้างหุ้นส่วนจำกัดกรังด์ปรีซ์” โดย นายปราจิน เอี่ยมลำเนา เพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายนิตยสารด้านยานยนต์ ในเวลาต่อมาเมื่อธุรกิจได้ขยายตัวขึ้น นายปราจิน เอี่ยมลำเนา จึงได้จัดตั้ง บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2525 ด้วยทุนจดทะเบียน 2.00 ล้านบาท โดยภายหลังบริษัทได้ขยายธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ โดยการออกนิตยสารทั้งด้านยานยนต์ และไลฟ์สไตล์เพิ่มเติมอีกหลายฉบับ ได้แก่ นิตยสารมอเตอร์ไซด์ นิตยสารออฟโรด นิตยสารเอ็กซ์โอ ออโต้สปอร์ต นิตยสารการางไลฟ์ และหนังสือพิมพ์ยวดยาน และจากความสำเร็วดังกล่าว บริษัทจึงได้ขยายธุรกิจไปยังธุรกิจจัดงานแสดงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างๆ โดยงานแสดงสินค้าที่สำคัญของบริษัท ได้แก่ งาน Bangkok International Motor Show ซึ่งเป็นงานแสดงยานยนต์ระดับแนวหน้าของประเทศไทย และงาน Bangkok Used Car Show รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่สำคัญของบริษัท เช่น การจัดการแข่งขันรถยนต์ทางเรียบ และการจัดการแข่งขันรถยนต์ออฟโรด เป็นต้น

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท



ลักษณะการดำเนินธุรกิจ

บริษัทแบ่งกลุ่มธุรกิจออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. กลุ่มธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

งานจัดแสดงสินค้าที่สำคัญของบริษัทฯ ได้แก่ งาน Bangkok International Motor Show และงาน Bangkok Used Car Show และบริษัทฯ ได้มีการจัดงาน Yangon International Motor show ประเทศเมียนมาขึ้นครั้งแรกในปี 2562 ส่วนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดแบ่งเป็น (1) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่เป็นกิจกรรมของบริษัทฯ เอง ได้แก่ การจัดการแข่งขันรถยนต์ทางเรียบ (Motor Sport) การแข่งขันรถยนต์ควอเตอร์ไมล์ การแข่งขันรถยนต์ออฟโรด และการจัดการแข่งขันมอเตอร์ไซค์ทางเรียบ (2) กิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่บริษัทฯ จัดตามความต้องการของลูกค้า เช่น งานทดสอบสมรรถนะของยานยนต์ชั้นนำในประเทศไทย กิจกรรมแรลลี่รถยนต์และการรวนท่องเที่ยว และกิจกรรมคอร์สอบรมการขับอย่างปลอดภัย เป็นต้น และบริษัทยังได้จัดงานแข่งขัน eRacing Sport โดยเป็นผู้จัดแข่งขันเกมส์แข่งรถเสมือนจริง Gran Turismo Sport (GT Sport) สนามใหญ่ผ่านระบบออนไลน์ขึ้นครั้งแรกในปี 2562

2. กลุ่มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อรูปแบบใหม่

บริษัทเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุปกรณ์ตกแต่งนวัตกรรมใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ เช่น นิตยสารกรังด์ปรีซ์ นิตยสารออฟโรด นิตยสารมอเตอร์ไซค์ นิตยสารเอ็กซ์โอ ออโต้สปอร์ต และหนังสือพิมพ์ขั้วคยาน เป็นต้น รวมถึงนิตยสารเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) เช่น นิตยสารการางไลฟ์ เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันได้มีการพัฒนาสื่อดิจิทัล เช่น การร่วมทุนกับ บริษัท วายดีเอ็ม (ไทยแลนด์) จำกัด พัฒนาแอปพลิเคชัน “Car Buddy By GPI” เพื่อเป็นช่องทางขยายธุรกิจด้านออนไลน์เข้ามาเสริม เพื่อตอบสนองความต้องการในการบริโภคสื่อของตลาดที่เปลี่ยนไป

3. กลุ่มธุรกิจรับจ้างพิมพ์

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจรับจ้างพิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์แบบครบวงจร ให้แก่บริษัทอื่น โดยครอบคลุมในอุตสาหกรรมแฟชั่น สิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม อาหาร อสังหาริมทรัพย์ ท่องเที่ยว ยานยนต์ ราชการ ธุรกิจขายตรง รวมถึงได้ขยายฐานลูกค้าใหม่ในธุรกิจต่างๆ เช่น ธุรกิจอาหาร และสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น

วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายระยะยาวของบริษัท

วิสัยทัศน์

- GPI คือ ผู้นำสร้างสรรค์การจัดกิจกรรม ให้บริการข่าวสาร ข้อมูล สาระ เพื่อสร้างประสบการณ์และความบันเทิงที่น่าประทับใจ ตอบสนองทุกไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้ยานยนต์

พันธกิจ

- มุ่งมั่นผลิตสื่อ เผยแพร่ องค์กรความรู้และนวัตกรรมด้านยานยนต์ที่มีคุณภาพอันเป็นประโยชน์ต่อสังคมและผู้บริโภค
- มุ่งมั่นพัฒนางานกิจกรรมด้านยานยนต์ทุกประเภทให้เป็นที่ยังพอใจของลูกค้า
- สร้างแบรนด์สินค้าที่มีคุณค่าสูงและทันสมัยในวงการยานยนต์
- สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า คู่ค้า สังคม แบบมีอาชีพ
- มุ่งมั่นที่จะสรรหานวัตกรรมใหม่ๆ ด้านงานกิจกรรมยานยนต์ เพื่อมอบประสบการณ์ดีๆ ให้ลูกค้าอยู่เสมอ
- มุ่งมั่นจะสร้างองค์กรให้มีคุณค่าสูง โดดเด่น และทันสมัยในวงการยานยนต์
- มุ่งมั่นที่จะพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีศักยภาพ และร่วมกันสร้างวัฒนธรรมในการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ
- มุ่งมั่นจะสร้างรากฐานองค์กรด้วยค่านิยมซึ่งทำให้เราโดดเด่นและแตกต่างจากผู้อื่น
- สร้างผลตอบแทนให้ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัท โดยการสร้างผลกำไร และการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของบริษัท

คณะกรรมการบริษัท กำหนดวัตถุประสงค์ของบริษัท โดยคำนึงถึงการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายและสังคมโดยรวม โดยพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมและปัจจัยที่มีการเปลี่ยนแปลงต่างๆ มีการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีมาใช้อย่างเหมาะสมตามความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย ความพร้อมความชำนาญและความสามารถในการแข่งขันของบริษัท ดังนี้

- (1) บริษัทจะเป็นผู้นำด้านการจัดแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ ที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ มุ่งมั่นที่จะพัฒนางานแสดงสินค้าด้วยนวัตกรรมใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงได้
- (2) บริษัทจะดำเนินธุรกิจให้มีความสามารถในการแข่งขัน และมีผลประกอบการที่ดีเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

- (3) บริษัทจะประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรม มีความโปร่งใส เคารพสิทธิ และมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ทำประโยชน์ต่อสังคม และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถปรับตัวได้ภายใต้สภาวะล้อมและปัจจัยที่มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้กิจการดำรงอยู่ได้อย่างยืนยาว
- (4) บริษัทจะสื่อสาร และเสริมสร้างให้วัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของบริษัทเป็นแนวทางที่ดีในการตัดสินใจ และการดำเนินงานของพนักงานทุกระดับจนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร

เป้าหมายหลักระยะยาว (3-5 ปี) ของบริษัท

ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

บริษัทมุ่งมั่นในการรักษาความเป็นผู้นำในด้านการจัดแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ โดยมุ่งเน้นการพัฒนา รูปแบบการจัดงาน และพัฒนากิจกรรมในงานให้มีความน่าสนใจ มีการให้บริการที่มีคุณภาพและครบวงจร รวมถึงนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาปรับใช้สำหรับงานแสดงกิจกรรม เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้แก่กลุ่มลูกค้า เพื่อเพิ่มความสามารถในการขยายตลาดการจัดงานที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ทั้งในและต่างประเทศ

ธุรกิจสื่อออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์

บริษัทมุ่งมั่นผลิตสื่อออนไลน์ที่มีคุณภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของกลุ่มลูกค้าผู้ชื่นชอบยานยนต์ มีการวิเคราะห์ฐานข้อมูลผู้ใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อนำมาปรับรูปแบบการบริการและพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการกลุ่มลูกค้า รวมถึงมุ่งเน้นพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เดิม ทำการเพิ่มคุณค่าให้เป็นที่น่าสนใจ สร้างตราสินค้าในแต่ละสื่อให้เป็นที่รู้จัก เพื่อให้สามารถพัฒนาหรือนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ๆ ภายใต้ตราสินค้านั้นๆ

ธุรกิจรับจ้างพิมพ์

บริษัทยังคงมุ่งเน้นผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ใช้วัตถุดิบและเทคนิคการพิมพ์ที่ทันสมัย โดยแสวงหานวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต รวมถึงปรับตัวเข้าหากกลุ่มผู้บริโภคและตลาดอยู่เสมอ เพื่อพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลาย ปรับรูปแบบสินค้าให้ตรงต่อความต้องการของตลาดอยู่เสมอ

ธุรกิจ e-Sport

บริษัทมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำด้านการจัดการแข่งขัน Digital Motorsport ในประเทศไทย และในภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (SEA) ทั้งในรูปแบบ Online และ Offline โดยมุ่งเน้นการพัฒนา รูปแบบ และเทคนิค ในการจัดการแข่งขันให้น่าสนใจ และได้มาตรฐาน โดยได้รับการรับรองจากรายานยนต์สมาคม (รยสท.) และ สหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ (FIA) เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มลูกค้าว่าจะได้รับการให้บริการจัดกิจกรรมอย่างมีคุณภาพ และมาตรฐานระดับโลก

ธุรกิจลงทุนโรงไฟฟ้า

บริษัทต้องการกระจายความเสี่ยงจากการพึ่งพาธุรกิจเดิมของบริษัท จึงเข้าไปลงทุนในธุรกิจด้านพลังงานไฟฟ้า ซึ่งบริษัทเห็นว่าเป็นแหล่งพลังงานที่สำคัญ ทั้งสำหรับชุมชน หรือยานยนต์ในอนาคต โดยบริษัทมุ่งเน้นที่จะควบคุมดูแลให้การดำเนินธุรกิจของโรงไฟฟ้า เป็นไปตามมาตรฐานและแผนงานที่ได้วางไว้ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมในการลงทุนเพิ่มเติมในอนาคต

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของบริษัท

- 2559 • บริษัทได้เริ่มจัดทำเว็บไซต์หลักของบริษัทฯ ใหม่ภายใต้ชื่อ www.grandprix.co.th เพื่อเป็นสื่อหลักและศูนย์กลางในการนำเสนอข่าวสารและเนื้อหาสาระทางด้านยานยนต์
- 2560 • บริษัทได้เปิดจำหน่ายหุ้นสามัญ IPO ให้แก่ประชาชนทั่วไป จำนวน 100 ล้านหุ้น ในราคา 3.50 บาท / หุ้น และเริ่มต้นซื้อขายหลักทรัพย์ GPI ในวันที่ 1 ธันวาคม 2560
- 2561 • บริษัทได้จัดซื้อเครื่องพิมพ์ RMGT รุ่น 1050ST-5 + LED UV เพื่อนำมาทดแทนเครื่องพิมพ์ตัวเดิมที่ใช้งานอยู่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจรับจ้างพิมพ์
 - จัดตั้งบริษัท Grand Prix International (Myanmar) Ltd. ในประเทศเมียนมา เพื่อรองรับการจัดงาน Yangon International Motor Show ครั้งที่ 1 ณ ประเทศเมียนมา
 - ร่วมมือกันระหว่างบริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) และบริษัท วายดีเอ็ม (ไทยแลนด์) จำกัด ในโครงการพัฒนาดิจิทัลมีเดีย และการจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ของสื่อและกิจกรรมเกี่ยวกับยานยนต์ในกลุ่ม GPI

เดือนมกราคม

- บริษัทได้จัดงาน Yangon International Motor show ที่ประเทศเมียนมาขึ้นครั้งแรกในปี 2562 โดยจัดขึ้นระหว่างวันที่ 23-27 มกราคม 2562 โดยมีผู้เข้าชมงานรวมประมาณ 20,000 คน และจำนวนยานพาหนะที่มาจัดในงานสามารถขายรถได้ประมาณ 121 คัน โดยมี 6 บริษัทรถยนต์เข้าร่วมจัดงานในครั้งนี้

เดือนมีนาคม

- บริษัทจัดงานแข่งขัน eRacing Sport โดยเป็นผู้จัดแข่งขันเกมส์แข่งรถเสมือนจริง Gran Turismo Sport (GT Sport) สนามใหญ่ผ่านระบบออนไลน์ขึ้นครั้งแรกในปี 2562 โดยจัดแข่งขันในปีแล้ว 4

ครั้ง ครั้งแรกภายในงาน Bangkok International Motor Show 2019 เมื่อเดือนมีนาคม – เมษายน 2562 ครั้งที่ 2 ที่จังหวัดขอนแก่นเมื่อเดือนกรกฎาคม 2562 ครั้งที่ 3 ที่จังหวัดเชียงใหม่เมื่อเดือนตุลาคม 2562 และครั้งที่ 4 ที่จังหวัดกรุงเทพมหานครเมื่อเดือนธันวาคม 2562 ซึ่งเป็นการแข่งขันที่ได้รับการรับรองจากราชยานยนต์สมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์

เดือนพฤศจิกายน

- บริษัทได้เข้าทำการซื้อหุ้นของบริษัท คิง ออฟ ออโต้ โปรดักต์ จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดงานแสดงรถยนต์มือสอง และรถใหม่ ภายใต้ชื่องาน “Fast Auto Show” โดยได้ขอซื้อหุ้นจำนวน 15% ของทุนจดทะเบียน เพื่อร่วมเป็นพันธมิตรกับผู้จัดงานแสดงยานยนต์รายย่อย และเป็นการขยายโอกาสทางธุรกิจในอนาคต
- บริษัทได้ร่วมจัดตั้งบริษัทใหม่ ระหว่าง บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท วายดีเอ็ม (ไทยแลนด์) จำกัด เพื่อเป็นการขยายธุรกิจทางด้านดิจิทัลมีเดีย และเพิ่มช่องทางในการจัดเก็บข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันในชื่อ “Car Buddy by GPI” ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่ใช้ค้นหาหรือศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์ ตามประเภทของการซ่อมบำรุงและยี่ห้อของรถยนต์

2563 เดือนมกราคม

- บริษัทได้มีการจัดงาน Yangon International Motor Show ที่ประเทศเมียนมาขึ้นเป็นครั้งที่ 2 โดยจัดขึ้นระหว่างวันที่ 21-23 มกราคม 2563 โดยมีผู้เข้าชมงานรวม 21,596 คน โดยมีบริษัทรถยนต์เข้าร่วมการจัดแสดง 15 บริษัท และมียอดจำหน่ายรถยนต์ภายในงานทั้งสิ้น 272 คัน

เดือนมีนาคม

- บริษัทมีการประกาศเลื่อนการจัดงาน Bangkok International Motor Show ครั้งที่ 41 จำนวนสองครั้งติดต่อกัน สืบเนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 โดยมีการเลื่อนการจัดงานรอบแรกจากเดิมวันที่ 25 มีนาคม – 2 เมษายน 2563 เป็นวันที่ 22 เมษายน – 3 พฤษภาคม 2563 และมีการเลื่อนการจัดงานอีกครั้งโดยในการเลื่อนจัดการครั้งที่สอง ได้มีการเลื่อนมาจัดเป็นวันที่ 15 -26 กรกฎาคม 2563 โดยมีการใช้มาตรการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 ทั้งก่อนจัดงาน และภายในงาน
- บริษัทได้มีการริเริ่มจัดการแข่งขันอีสปอร์ตภายใต้ชื่อ GP e-Racing ซึ่งเป็นการจัดการแข่งขันในรูปแบบเกมส้อมออนไลน์และมีการถ่ายทอดลงในสื่อออนไลน์ต่างๆ ซึ่งมีผู้เข้าชมงานเติบโตมากขึ้นถึง 300% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยทั้งนี้ได้รับปัจจัยสนับสนุนจากมาตรการล็อกดาวน์จากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 ส่งผลให้ผู้ชมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และส่งผลต่อเนื่องทำให้มี

ลูกค้าค่ายรถยนต์หลายแห่งให้ความสนใจในการเข้ามาเป็นสปอนเซอร์ในการจัดเกมส์การแข่งขันอย่างต่อเนื่องจนถึงสิ้นปี โดยสามารถติดตามรายละเอียดรายการจัดการแข่งขันทั้งปี ได้ทาง Opportunity day ในไตรมาส 3/2563

เดือนเมษายน

- บริษัทได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2563 ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2563 ได้มีการอนุมัติให้บริษัทเข้าลงทุนในหุ้นสามัญของ บริษัท TRUE เอ็นเนอร์จี้ จำกัด (“True Energy”) จำนวน 700,000 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 25.45 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายทั้งหมดของ True energy ส่งผลให้ True Energy มีสถานะเป็นบริษัทร่วมของบริษัท

เดือนพฤศจิกายน

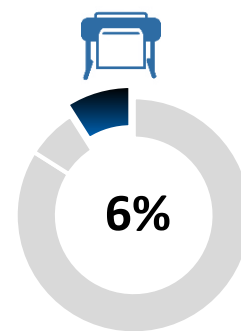
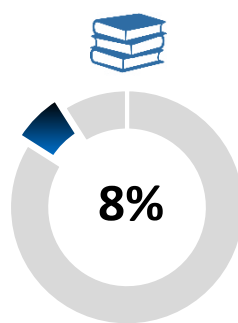
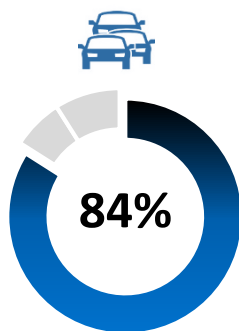
- มีการจัดการแข่งขัน Thailand E-Project 2020 ซึ่งเป็นการแข่งขันมอเตอร์สปอร์ตรูปแบบพลังงานสะอาด ภายใต้การรับรองราชยานยนต์สมาคมแห่งประเทศไทย (ร.ย.ส.ท.) เพื่อรณรงค์การใช้ยานยนต์พลังงานไฟฟ้า ลดปัญหามลพิษที่กำลังรุนแรงในประเทศไทย และทั่วโลก ประกอบด้วยการแข่งขัน E-Kart (รถคาร์ตไฟฟ้า), e-Racing (เกมส์ Simulator) และ E-Auto Khana (รถยนต์ไฟฟ้า) โดยมุ่งเน้นให้เกิดการลดการใช้พลังงานน้ำมันสนับสนุนการใช้พลังงานไฟฟ้าซึ่งเป็นพลังงานสะอาดทดแทน โดยในปีนี้เป็นการจัดแข่งขันต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 โดยได้จัดแถลงข่าวการจัดการแข่งขันอย่างเป็นทางการที่ราชยานยนต์สมาคมแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2563

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

	งบการเงินสำหรับงวดปีสิ้นสุด					
	2561		2562		2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. กลุ่มธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและ กิจกรรมส่งเสริมการตลาด	628.56	84.48	617.53	84.15	437.84	84.40
2. กลุ่มธุรกิจสื่อออนไลน์และสื่อสิ่งพิมพ์	50.83	6.83	49.92	6.80	42.99	8.29
3. กลุ่มธุรกิจรับจ้างพิมพ์	51.96	6.98	51.88	7.07	28.59	5.51
รายได้จากการขายและบริการ	731.65	98.29	719.33	98.02	509.41	98.20
รายได้อื่น	12.72	1.71	14.56	1.98	9.35	1.80
รายได้รวม	744.37	100.00	733.89	100.00	518.76	100.00

สัดส่วนรายได้ ณ งวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563



กลุ่มธุรกิจการจัดงานแสดง
สินค้าและกิจกรรมส่งเสริม
การตลาด

กลุ่มธุรกิจสื่อออนไลน์และ
สื่อสิ่งพิมพ์

กลุ่มธุรกิจรับจ้างพิมพ์

การตลาดและสถานะการแข่งขัน

สถานะการแข่งขันในแต่ละกลุ่มธุรกิจ

กลุ่มธุรกิจจัดงานแสดงสินค้า

อุตสาหกรรมการจัดแสดงมหรหรรยานยนต์ภายในประเทศไทย ถือว่ามีการแข่งขันในระดับกลาง กล่าวคือผู้จัดงานแสดงมหรหรรยานยนต์ในประเทศไทย ปัจจุบันมีอยู่ด้วยกัน 3 ราย โดยช่วงเวลาในการจัดงานแสดงจะถูกแบ่งออกตามช่วงเวลาต่างๆตั้งแต่ต้นปีจนถึงสิ้นปี โดยการจัดงาน Bangkok International Motor Show ของบริษัทจะจัดขึ้นในช่วง มีนาคม ถึง เมษายนของทุกปี ดังนั้นผู้จัดงานที่เหลืออีก 2 รายจะจัดงานขึ้นในช่วง กลางปีและท้ายปี โดยสาเหตุหลักที่บริษัทจัดระดับการแข่งขันเป็นระดับกลาง เนื่องจากบริษัทมองว่า

- กลุ่มธุรกิจการจัดแสดงมหรหรรยานยนต์มีอุปสรรคในการเข้ามาแข่งขันที่สูง (High Barrier to Entry) อันเนื่องมาจากเหตุผลหลายประการ อาทิเช่น ธุรกิจจัดกิจกรรมประเภทนี้ต้องอาศัยผู้จัดงานที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการดำเนินการที่สูง และความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า เป็นต้น
- จำนวนผู้จัดงานที่มีการจัดเรียงตามช่วงเวลาตลอดทั้งปี
- การจัดงานแสดงมหรหรรยานยนต์ถือเป็นค่าใช้จ่ายในการขายของบริษัทรถยนต์ ดังนั้นรูปแบบในการจัดกิจกรรมในแต่ละปีจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงรูปแบบการจัดงานอย่างต่อเนื่องเพื่อสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค
- การจัดกิจกรรมมีความจำเป็นต้องใช้ความเชี่ยวชาญในด้านสื่อและประชาสัมพันธ์ซึ่งถือเป็นหนึ่งในความเชี่ยวชาญของบริษัท สืบเนื่องจากประสบการณ์การจัดงานอย่างต่อเนื่องยาวนาน

กลุ่มธุรกิจสื่อออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์

ในช่วงต้นปี 2020 ก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 ทางด้านสื่อออนไลน์ มีการคาดการณ์ว่าเม็ดเงินที่ใช้ในการโฆษณาสื่อทั่วโลกจะมีการเติบโตขึ้นร้อยละ 7.1 อย่างไรก็ดี จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 ส่งผลให้เม็ดเงินสื่อได้รับผลกระทบอย่างมาก โดยหลังการเกิดขึ้นของโรคติดเชื้อ COVID-19 สื่อต่างๆ มีการปรับตัวลดลง ดังนี้ สื่อ Social Media ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 20 เหลือร้อยละ 9.8, Video Online จากร้อยละ 20 เหลือร้อยละ 5, Online Display จากร้อยละ 14.3 เหลือร้อยละ 2.1, Search Engine จากร้อยละ 12.4 เหลือร้อยละ 0.9, ในหมวดออนไลน์อื่นๆจากร้อยละ 6.8 เหลือร้อยละ -10.3, ทีวีจากร้อยละ 2.5 เหลือร้อยละ -13.8, วิทยุจากร้อยละ 1.8 เหลือร้อยละ -16.2, หนังสือพิมพ์จากเดิมคาดการณ์ไว้ที่ร้อยละ -5.9 เหลือร้อยละ -19.5, เมกาซีนจากร้อยละ -5.6 เหลือร้อยละ -21.5 และโฆษณาจากโรงภาพยนตร์จากร้อยละ 5 เหลือร้อยละ -31.6 โดยมีการคาดการณ์ว่าในปี 2563 นั้น กลุ่มธุรกิจที่มีการใช้จ่ายด้านการโฆษณาหดตัวมากที่สุดคือกลุ่มธุรกิจ

ท่องเที่ยวและธุรกิจกิจกรรมบันเทิง โดยทั้งนี้มีการคาดการณ์เพิ่มเติมว่าผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 จะส่งผลให้งบการลงทุนในการโฆษณาหดตัวลงกว่า 1.5 ล้านล้านบาททั่วโลก

กลุ่มธุรกิจสิ่งพิมพ์

ในกลุ่มธุรกิจสิ่งพิมพ์นับเป็นอีกกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องตลอดทุกปี อันเนื่องมาจากการเข้ามาของสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงได้ง่าย ส่งผลให้กลุ่มลูกค้าผู้อ่านหนังสือพิมพ์ หนังสือเล่ม และนิตยสาร เปลี่ยนมาเสพข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มลูกค้าผู้อ่านเดิมได้มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปจากการเสพข้อมูลผ่านการอ่านมาเป็นการเสพข้อมูลผ่านการดูคลิปวิดีโอมากขึ้น ส่งผลให้กลุ่มผู้สนับสนุนและผู้ลงโฆษณามีการย้ายแพลตฟอร์มไปสู่สื่อออนไลน์อย่างรวดเร็ว โดยสภาพการแข่งขันในธุรกิจกลุ่มสิ่งพิมพ์หลังจากนี้จะเป็นการแข่งขันในรูปแบบอื่นที่ต่างออกไป โดยจะไม่เน้นการเน้นการพิมพ์ในปริมาณมากเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในเชิงต้นทุนเหมือนในอดีตที่ผ่านมา

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรม

ภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์

ในปี 2563 ภาวะอุตสาหกรรมรถยนต์โดยรวมมีการหดตัวอย่างชัดเจน โดยมียอดจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศลดลงประมาณร้อยละ 24 จากปีก่อน และมีมูลค่าการส่งออกรถยนต์ไปต่างประเทศลดลงที่ประมาณร้อยละ 24 เช่นเดียวกัน โดยในปี 2563 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกโดยรวมทั้งปีประมาณ 590,000 ล้านบาท ซึ่งนับเป็นยอดรวมมูลค่าการส่งออกรถยนต์น้อยที่สุดในรอบ 8 ปี โดยมีผลกระทบหลักจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 ที่แพร่กระจายไปทั่วโลก ส่งผลต่อเนื่องถึงกำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศ และตลาดส่งออกหดตัวอย่างรุนแรง ในส่วนของยอดจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศ มีจุดต่ำสุดในช่วงเดือนเมษายน โดยมียอดจำหน่ายทั้งเดือนอยู่ที่ประมาณ 30,000 คัน อย่างไรก็ตาม การผลิตและจำหน่ายรถยนต์มีแนวโน้มฟื้นตัวในปี 2564-2565 จากกำลังซื้อและความมั่นใจของผู้บริโภคที่มีต่อสถานะเศรษฐกิจโดยรวม ประกอบกับอุตสาหกรรมยังได้แรงหนุนจาก (1) ความต้องการเปลี่ยนรถใหม่จากโครงการรถคันแรกที่กำลังจะถึง (2) ความต่อเนื่องของการลงทุนของภาครัฐ และการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์และโลจิสติกส์ช่วยหนุนความต้องการรถเพื่อใช้ในการพาณิชย์ (3) ผู้ประกอบการมีแผนเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่เพื่อกระตุ้นตลาดอย่างต่อเนื่อง ทั้งรถยนต์สันดาปภายในและรถยนต์ระบบไฟฟ้า (4) อานิสงส์จากมาตรการค่าเสียภาษีจะช่วยหนุนตลาดส่งออกในภูมิภาค

อุตสาหกรรมรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่รัฐบาลไทยให้การส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาในระยะแรก (ปี 2504-2513) จะเน้นการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า โดยรัฐบาลออกมาตรการหลายด้านเพื่อดึงดูดการลงทุนในอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ อาทิ การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี การลดอัตราภาษีนำเข้าชิ้นส่วนครบชุดสมบูรณ์ (Completely Knocked-Down: CKD) ซึ่งใช้ในการประกอบรถยนต์ และการปรับขึ้นภาษีนำเข้ารถยนต์

ประกอบสำเร็จรูป (Completely Built-up: CBU) จากต่างประเทศในอัตราสูงเพื่อจำกัดการนำเข้ารถยนต์มาจำหน่ายภายในประเทศ ตั้งแต่ปี 2514 เป็นต้นมา รัฐบาลออกนโยบายเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศ โดยส่งเสริมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อรองรับการเติบโตในระยะหน้า อาทิ (1) การปรับขึ้นภาษ้นำเข้าชิ้นส่วน CKD และรถยนต์สำเร็จรูป (2) การบังคับใช้ชิ้นส่วนฯ ที่ผลิตในประเทศ โดยกำหนดเป็นสัดส่วน Local Content Requirements (3) การส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ นโยบายข้างต้นส่งผลให้อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนฯ เติบโตอย่างรวดเร็ว ขณะที่ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมรถยนต์มีความเข้มแข็งขึ้นอย่างเป็นลำดับสะท้อนจากปัจจุบันการผลิตรถยนต์ในไทยใช้ชิ้นส่วนฯ ที่ผลิตภายในประเทศคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 80 ของมูลค่าชิ้นส่วนที่ใช้ในการผลิตรถยนต์ทั้งหมด

ด้านสถานะของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยในตลาดโลก (ข้อมูลปี 2562) พบว่าประเทศไทยมีปริมาณการผลิตรถยนต์ทุกประเภทเป็นอันดับที่ 11 ของโลก อันดับ 5 ของเอเชีย และอันดับ 1 ของอาเซียน

ภาวะอุตสาหกรรมโฆษณา

สภาวะอุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2563 มีมูลค่าโดยรวมอยู่ประมาณ 7 หมื่นล้านบาท ซึ่งมีมูลค่าต่ำสุดในรอบ 20 ปี โกลด์เคิงวิกิตดัมยักัง โดยในปี 2563 มูลค่าเงินโฆษณาในอุตสาหกรรมลดลงประมาณร้อยละ 20 โดยปัจจัยหลักเกิดจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 ซึ่งส่งผลให้มีการล็อกดาวน์และปิดกิจการหลายภาคส่วน ส่งผลต่อเนื่องให้ผู้ประกอบการหลายแห่งมีการปิดการดำเนินงาน อาทิเช่น ธุรกิจค้าปลีก และ ร้านอาหาร ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีการตัดทอนค่าโฆษณาสินค้าในหลายประเภท อาทิ ป้ายโฆษณาภายนอก และป้ายโฆษณาสินค้าในห้างโมเดิร์นเทรด อย่างไรก็ตามสื่อออนไลน์ ยังคงมีการเติบโตของค่าโฆษณาอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากการเติบโตของอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถเชื่อมต่อได้สะดวกและมีราคาที่เข้าถึงได้ ในขณะที่ค่าโฆษณาในบางหมวด อาทิเช่น หนังสือพิมพ์ , แม็กกาซีน , ทีวี , วิทยุ รวมถึง โฆษณาในโรงหนังยังคงมีการหดตัวอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามสื่อออนไลน์เองก็ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 มากเช่นกัน ซึ่งสื่อออนไลน์นั้นพบว่าการเติบโตต่ำสุดในรอบ 10 ปี

ภาพรวมของปี 2563 และปีหน้า 2564 สื่อออนไลน์และสื่อออนไลน์(Out of Home) จะโตขึ้น แต่สื่อดั้งเดิมอย่าง สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์จะยังคงถดถอยอย่างต่อเนื่อง โดยจะเริ่มเห็นสัดส่วน (Media Mix) ของสื่อโทรทัศน์ ต่ำกว่าร้อยละ 50 และสื่อสิ่งพิมพ์จะต่ำกว่าร้อยละ 5 ตั้งแต่นี้ ซึ่งถือว่าเร็วกว่าที่ผู้เชี่ยวชาญหลายฝ่ายคาดการณ์ไว้ก่อนหน้านี้

ภาวะอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

เป็นที่ทราบกันดีว่าอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์นั้นมีการหดตัวลงทุกปี ในประเภทของสินค้าในกลุ่มหนังสือและนิตยสาร สืบเนื่องจากการเติบโตและการพัฒนาการของสื่อออนไลน์และการเข้าถึงเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคหันมาเสพสื่อในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น โดยยังคง

มีกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่ยังคงซื้อหนังสือในรูปแบบเล่มอ่าน อย่างไรก็ตาม บริษัทมองว่าภาพรวมอุตสาหกรรมการพิมพ์อาจมีความต้องการที่ลดลงในบางชนิดสินค้า แต่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ หรือ ดิจิตอลแพ็คเกจจิ้ง กลับมีความต้องการที่เพิ่มเรื่อยๆ สอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจในกลุ่มค้าปลีกทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ทั้งนี้ในกลุ่มผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ยังมีการปรับตัวในเชิงบวกสำหรับผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่ห่วงการอุตสาหกรรมจากทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ก็ดีพฤติกรรมการใช้จ่ายออนไลน์ ของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ยังคงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมการพิมพ์และการบรรจุภัณฑ์ยังคงเติบโต ไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทอาหาร และเครื่องดื่ม ไปจนถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นของใช้ในชีวิตประจำวัน ล้วนต้องใช้แพ็คเกจจิ้งทั้งสิ้น ทั้งนี้ ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกในปัจจุบัน นับว่าเป็นตลาดการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่ใหญ่ที่สุด โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 42

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงที่ระบุในหัวข้อนี้เป็นปัจจัยความเสี่ยงที่บริษัท เห็นว่ามีนัยสำคัญ และอาจก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบต่อฐานะการเงินของบริษัท ผลการดำเนินงานของบริษัท และมูลค่าหุ้นสามัญของบริษัท นอกเหนือจากความเสี่ยงที่ระบุในรายงานฉบับนี้ อาจมีความเสี่ยงอื่นๆ ที่บริษัทยังไม่อาจทราบได้ในขณะนี้ หรือเป็นความเสี่ยงที่บริษัทพิจารณาในขณะนี้แล้ว เห็นว่าไม่มีผลกระทบในสาระสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

1. ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจในกลุ่มธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

1.1 ความเสี่ยงด้านการแข่งขันและจำนวนคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น

ปัจจุบันบริษัทเป็นผู้นำในการจัดงานแสดงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด โดยเฉพาะสินค้าในอุตสาหกรรมยานยนต์ อย่างไรก็ดีในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา ได้มีผู้ประกอบการรายใหม่ที่ได้เริ่มดำเนินธุรกิจจัดแสดงสินค้าในอุตสาหกรรมยานยนต์ ทั้งในลักษณะที่ใกล้เคียงกับงานจัดแสดงสินค้าของบริษัทหรือในรูปแบบอื่น เช่น การจัดงานในห้างสรรพสินค้า และการจัดงานในหัวเมืองหลัก เช่น สงขลา ขอนแก่น และนครราชสีมา เป็นต้น รวมทั้งปัจจุบันได้เริ่มมีผู้ประกอบการรายใหม่ที่ให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เริ่มมีการจัดแสดงและซื้อขายรถยนต์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น จึงสามารถทำให้เข้าถึงผู้บริโภคโดยตรงมากยิ่งขึ้น จึงอาจส่งผลให้การแข่งขันของธุรกิจการจัดแสดงสินค้ามีความรุนแรงมากขึ้น และอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของบริษัทได้

อย่างไรก็ตามงาน Bangkok International Motor Show ของบริษัทถือเป็นงานแสดงยานยนต์ที่มีขนาดใหญ่ในประเทศไทย มีมาตรฐานในการจัดงานเป็นที่ยอมรับในระดับสากลจนได้รับการรับรองจาก Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles (OICA) ซึ่งเป็นสมาคมที่รับรองการจัดงานมหกรรมยานยนต์ในประเทศต่างๆ ทั่วโลก เพียงประเทศละ 1 งานเท่านั้น จึงเป็นข้อได้เปรียบในเชิงแข่งขัน เมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่นๆ กล่าวคือ งานของบริษัทเป็นงานที่ยิ่งใหญ่ในระดับภูมิภาคอาเซียน โดยมีพื้นที่จัดงานกว่า 170,000 ตารางเมตร และมีผู้เข้าชมงานไม่ต่ำกว่า 1 ล้านคนขึ้นไป แล้วยังเป็นที่ยอมรับจากผู้ผลิตรายชั้นนำต่างๆ ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์ให้ความสำคัญในการนำนวัตกรรมยานยนต์ใหม่ๆ เข้ามาแสดงในงานของบริษัท ซึ่งยังเป็นจุดแข็งกว่าการจัดแสดงสินค้าในอุตสาหกรรมยานยนต์ ทั้งในลักษณะที่ใกล้เคียงกับงานจัดแสดงสินค้าของบริษัทหรือในรูปแบบอื่นที่ยังมีไม่เต็มรูปแบบเท่าเทียมกับงานของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทยังเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านงานจัดแสดงสินค้า และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าอื่นๆ โดยเฉพาะสินค้าในอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งมีความชำนาญในการดำเนินธุรกิจด้านนี้มานานกว่า 40 ปี บริษัทจึงมีประสบการณ์อย่างมาก ในการประสานงานกับสื่อวิทยุโทรทัศน์ รวมถึงสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ และสื่อมวลชนทุกแขนง บริษัทยังเป็นผู้ผลิตสื่อออนไลน์และ

สื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับยานยนต์ ซึ่งถือเป็นช่องทางสำคัญช่องทางหนึ่งในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าของบริษัทได้เป็นอย่างดี

1.2 ความเสี่ยงจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจ ภัยธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงนโยบายของภาครัฐ และความไม่แน่นอนทางการเมือง

การชะลอตัวทางเศรษฐกิจจากปัจจัยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การเปลี่ยนแปลงนโยบายของภาครัฐ โดยเฉพาะนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์ เช่น โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor) โครงการสนับสนุนการใช้รถ ECO Car เฟส 2 และการส่งเสริมให้ใช้ยานยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle) เป็นต้น รวมถึงความไม่แน่นอนทางการเมือง เช่น การชุมนุมประท้วงของกลุ่มต่างๆ เป็นต้น ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อสถานที่จัดงาน และสถานะเศรษฐกิจรอบโลกที่เกิดการชะลอตัวในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเข้าร่วมจัดงานแสดงสินค้าของผู้ประกอบการและผู้เข้าร่วมชมงาน การตัดสินใจว่าจ้างบริษัทจัดงานส่งเสริมการขายต่างๆ รวมทั้งจำนวนผู้เข้าชมงาน ซึ่งเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดสำคัญของความสำเร็จในการจัดงาน ซึ่งหากเกิดเหตุการณ์ที่ร้ายแรง เช่น น้ำท่วมอย่างรุนแรง หรือเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองที่รุนแรง บริษัทอาจจำเป็นต้องยกเลิกหรือเลื่อนการจัดงานแสดงสินค้า จึงอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ฐานะการเงิน และโอกาสทางธุรกิจของบริษัท

อย่างไรก็ตาม จากการที่งาน Bangkok International Motor Show ของบริษัทเป็นงานแสดงสินค้าที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลจึงสามารถจัดงานได้เป็นประจำทุกปี ทำให้ที่ผ่านมามีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์ส่วนใหญ่เข้าร่วมงานอย่างสม่ำเสมอทุกปีและมีจำนวนผู้ประกอบการเข้าร่วมงานเพิ่มขึ้นทุกปี รวมไปถึงจำนวนผู้เข้าชมงานที่ก็เพิ่มขึ้นทุกปีเช่นกัน แม้จะอยู่ในช่วงสถานะเศรษฐกิจชะลอตัว หรือมีความไม่แน่นอนทางการเมือง ก็ยังถือเป็นธุรกิจหลักที่สร้างรายได้ให้กับบริษัท นอกจากนี้ในด้านการบริหารจัดการงาน บริษัทมีนโยบายที่จะเพิ่มฐานลูกค้าและมีการเข้าไปถือหุ้นกับบริษัทที่จัดงานแสดงสินค้าในอุตสาหกรรมยานยนต์รายย่อย รวมถึงกระจายการจัดงานที่เกี่ยวข้องในช่วงเวลาต่างๆ ตลอดทั้งปี เพื่อเป็นการส่งเสริมธุรกิจในการเป็นผู้นำทางด้านการจัดงานแสดงสินค้านำถึงให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้นและยังเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับบริษัทอีกด้วย

1.3 ความเสี่ยงเรื่องสถานที่จัดงานแสดงสินค้า

สถานที่จัดงานแสดงสินค้าที่เหมาะสมถือเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่ทำให้การจัดงานแสดงสินค้าของบริษัทประสบความสำเร็จ โดยในปัจจุบันสถานที่หลักที่บริษัทใช้ในการจัดงานแสดงสินค้า คือ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี เนื่องจากมีพื้นที่จัดงานที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทยสามารถรองรับงานแสดงสินค้าในอุตสาหกรรมยานยนต์ของบริษัทได้ แต่เนื่องจากยังมีข้อจำกัดในเรื่องของสถานที่จัดงานแสดงสินค้าที่ต้องการพื้นที่จัดงานขนาดใหญ่ โดยเฉพาะพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งหากบริษัทไม่สามารถใช้สถานที่ดังกล่าวในการจัดแสดงสินค้าได้ รวมไปถึงการขอปรับค่าใช้บริการพื้นที่จัดแสดงงานจากเจ้าของพื้นที่ ก็อาจส่งผล

กระทบต่อการจัดงานแสดงสินค้าของบริษัท ความน่าเชื่อถือ รวมถึงอาจจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของบริษัท

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้เริ่มจัดงาน Bangkok International Motor Show ที่ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี ตั้งแต่ปี 2552 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทได้ร่วมงานกับเจ้าของพื้นที่ด้วยความสัมพันธ์ที่ดีมาโดยตลอด และจัดงาน Bangkok International Motor Show รวมถึงการจัดงาน Bangkok Used Car Show ของบริษัทถือเป็นงานที่มีขนาดใหญ่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ซึ่งยังเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทยในด้านการแสดงความเจริญก้าวหน้าทางอุตสาหกรรมยานยนต์รวมถึงการนำนวัตกรรมยานยนต์ใหม่ๆ ระดับโลก ที่ค่ายรถนำมาจัดแสดงในงานดังกล่าว และยังเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี เพราะฉะนั้น บริษัทจึงเชื่อมั่นว่า บริษัทจะได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีกับเจ้าของพื้นที่จัดงานต่อไปในอนาคต

1.4 ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ในปี 2563 ด้วยปัจจัยด้านความปลอดภัยและความไม่แน่นอน รวมถึงประกาศจากทางภาครัฐ ส่งผลให้บริษัทต้องเลื่อนการจัดงาน Bangkok International Motor Show ออกไปจากเดิมที่จัดในช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน เป็นช่วงเดือนกรกฎาคม โดยบริษัทได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดงานเป็นแบบ New Normal ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย SHA จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ฯลฯ นอกจากนี้ บริษัทได้มีการจำลองบรรยากาศการจัดงานสู่โลกออนไลน์ (Virtual Motor Show) เพิ่มทางเลือกให้ผู้ที่ต้องการเลือกซื้อรถยนต์ เพื่อรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม บริษัทมุ่งมั่นที่จะรับมือกับสถานการณ์โรคระบาด COVID-19 อย่างต่อเนื่อง โดยการติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาด นโยบายจากภาครัฐและมาตรการป้องกันอย่างใกล้ชิด อีกทั้งได้มีการประสานงานกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านความปลอดภัยเป็นสำคัญ นอกจากนี้ บริษัทมุ่งมั่นที่จะรักษาเสถียรภาพทางการเงิน การบริหารห่วงโซ่อุปทานและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียเพื่อให้สามารถขับเคลื่อนธุรกิจต่อไปได้

เพื่อลดผลกระทบจาก COVID-19 ต่อผลประกอบการและรักษาสภาพคล่องของธุรกิจ บริษัทได้มีมาตรการลดค่าใช้จ่าย อาทิ การปรับลดงบประมาณในการจ่ายค่าตอบแทน การปรับโครงสร้างองค์กร การปรับรูปแบบและกระบวนการทำงาน รวมถึงการขอวงเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินไว้ในกรณีฉุกเฉิน ทั้งนี้ ในส่วนของพนักงาน บริษัทมีนโยบายให้ทำงานแบบ Work from home และมีนโยบายการจัดซื้อประกัน COVID-19 ให้พนักงาน รวมถึง

การจัดให้มีการคัดกรอง สวมใส่หน้ากาก ล้างมือบ่อยๆ รักษาระยะห่าง ทำความสะอาดจุดสัมผัสบ่อย และการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้พนักงานในการป้องกันตนเอง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าสถานที่ทำงานมีความปลอดภัย

1.5 ความเสี่ยงจากการผันผวนของรายได้จากธุรกิจจัดงานแสดงสินค้าระหว่างปีบัญชี

รายได้หลักของธุรกิจงานจัดแสดงสินค้าของบริษัทมาจากการจัดงาน Bangkok International Motor Show ซึ่งจะจัดขึ้นในช่วงประมาณเดือนมีนาคมถึงเดือนเมษายนของทุกปี ทำให้บริษัทมีรายได้จากการจัดงานเป็นจำนวนมากในช่วงเวลาดังกล่าว ส่งผลให้บริษัทมีรายได้จากการบริการ และผลกำไรสุทธิจากธุรกิจจัดงานแสดงสินค้าไม่สม่ำเสมอในแต่ละไตรมาส เพราะทำให้การรับรู้รายได้และต้นทุนจากการจัดงาน Bangkok International Motor Show ในไตรมาส 1 และ 2 จะขึ้นอยู่กับจำนวนวันจัดงานในแต่ละไตรมาส ซึ่งอาจแตกต่างกันได้ในแต่ละปี โดยรายละเอียดจำนวนวันจัดงานสำหรับงวดปี 2562 และ ปี 2563 เป็นดังนี้

	งาน Bangkok International Motor Show ครั้งที่ 40 งวดปี 2562	งาน Bangkok International Motor Show ครั้งที่ 41 งวดปี 2563
วันที่จัดงาน	วันที่ 25 มีนาคม 2562 ถึงวันที่ 7 เมษายน 2562	วันที่ 13 กรกฎาคม 2563 ถึงวันที่ 26 กรกฎาคม 2563
จำนวนวันในไตรมาส 1	7 วัน	0 วัน
จำนวนวันในไตรมาส 2	7 วัน	0 วัน
จำนวนวันในไตรมาส 3	0 วัน	14 วัน

อย่างไรก็ตาม บริษัทมีนโยบายที่จะเพิ่มงานแสดงสินค้าในช่วงเวลาอื่นๆ ของปีอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มรายได้ และลดความผันผวนของรายได้จากธุรกิจงานแสดงสินค้า ซึ่งบริษัทได้เข้าทำการซื้อหุ้นของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดงานแสดงรถยนต์มือสอง และรถใหม่ เพื่อเป็นการสร้างพันธมิตรกับผู้จัดงานแสดงยานยนต์รายย่อย และเป็นการขยายโอกาสทางธุรกิจในอนาคต รวมทั้งบริษัทยังมีรายได้จากกลุ่มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อรูปแบบใหม่ที่เป็นลักษณะออนไลน์มากขึ้น จึงทำให้เข้าถึงผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก และกลุ่มธุรกิจรับจ้างพิมพ์ซึ่งช่วยลดความผันผวนของรายได้ของบริษัทในแต่ละไตรมาส และยังเป็นการสร้างรายได้ให้บริษัทได้เพิ่มเติมจากเดิมอีกด้วย

1.6 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีของสื่อที่ใช้ในการนำเสนอ

ในปัจจุบันได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้ในการนำเสนอในงานแสดงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น เทคโนโลยีมัลติมีเดีย เทคโนโลยีด้านแสง สี เสียง และเทคนิคพิเศษต่างๆ โดยในการจัดงานแสดงสินค้า และกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างๆ ได้นำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้ในการดึงดูดผู้เข้าร่วมชม

งาน ดังนั้น หากบริษัทไม่พัฒนาหรือมีความพร้อมด้านเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา อาจส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือ ผลการดำเนินงาน ฐานะการเงิน และโอกาสทางธุรกิจของบริษัท

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ตระหนักและให้ความสำคัญของเทคโนโลยีสื่อที่ใช้ในการนำเสนอ ซึ่งบริษัทได้จัดให้ผู้บริหาร พนักงาน และพันธมิตรหลักเข้าศึกษาดูงานด้านเทคโนโลยีดังกล่าว รวมถึงได้เดินทางไปชมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ เช่น งาน Frankfurt Motor Show งาน Paris Motor Show และงาน Tokyo Motor Show เป็นต้น เพื่อให้บริษัทก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดังกล่าวแล้วนำกลับมาปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบการจัดแสดงสินค้าให้มีความทันสมัยน่าสนใจ เพื่อดึงดูดประชาชนให้เข้าร่วมชมงาน ทั้งนี้ ในปัจจุบันงาน Bangkok International Motor Show ของบริษัทจัดเป็นงานแสดงสินค้าที่มีการพัฒนาและนำเทคโนโลยีในการนำเสนอที่ทันสมัยที่สุดงานหนึ่งในประเทศไทย

2 ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจในกลุ่มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อรูปแบบใหม่และกลุ่มธุรกิจรับจ้างพิมพ์

2.1 ความเสี่ยงจากภาวะผันผวนของอุตสาหกรรมโฆษณา

รายได้หลักจากกลุ่มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ของบริษัท คือ รายได้จากค่าโฆษณา ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาของผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะผันแปรตามภาวะเศรษฐกิจ กล่าวคือ ในช่วงเวลาที่ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ทำให้การดำเนินธุรกิจของภาคเอกชนมีการชะลอตัวลงด้วย และจะรวมไปถึงประชาชนเกิดการชะลอตัวในการบริโภคสินค้า จนส่งผลให้ผู้ประกอบการต่างๆ ต้องจัดสรรค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณาอย่างระมัดระวัง ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน และฐานะการเงินของบริษัท

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นดังกล่าว จึงได้มุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน กล่าวคือ บริษัทได้ปรับแนวทางการขายโฆษณาในนิตยสารหรือแบนเนอร์ในหน้าเว็บไซต์ โดยพยายามรักษาลูกค้าที่มีอยู่ และพัฒนาหรือเพิ่มเติมการให้บริการผลิตเนื้อหา (Content) ตามความต้องการของลูกค้าบริษัทหรืออุปกรณ์บำรุงรักษาและระดับยนต์ต่างๆ ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เพื่อใช้ในการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการให้บริการทำการตลาดแบบดิจิทัลกับลูกค้าแบบครบวงจรตั้งแต่การผลิตเนื้อหา การนำไปประชาสัมพันธ์ จนถึงการจัดกิจกรรมทางการตลาดหรือส่งเสริมการขาย เนื่องจากบริษัทประกอบธุรกิจให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด บริษัทจึงมีข้อได้เปรียบที่สามารถให้บริการโฆษณาควบคู่ไปกับการจัดอีเวนต์ต่างๆ ได้ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่า

2.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในกลุ่มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

ปัจจุบันผู้ประกอบการสื่อสิ่งพิมพ์ส่วนใหญ่จะมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยหันไปบริโภคสื่อประเภทออนไลน์และสื่อโซเชียลมีเดียมากขึ้นนั้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอให้สอดคล้องกับผู้บริโภคด้วย จึงทำให้เริ่มเกิดการแข่งขันสูงในการผลิตเนื้อหาสำหรับ

สื่อออนไลน์ ประกอบกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยและช่องทางการเผยแพร่ในปัจจุบันที่มีอยู่หลายช่องทาง ทำให้สามารถผลิตสื่อออนไลน์ได้ง่ายมากขึ้น จึงทำให้เกิดคู่แข่งรายใหม่เข้ามาอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม บริษัทประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์มานานกว่า 40 ปี ทำให้บริษัทมีความชำนาญและเข้าใจในความต้องการของกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายได้เป็นอย่างดี และบริษัทสามารถนำเสนอเนื้อหาที่ตรงตามความต้องการของผู้อ่าน ทั้งนี้ ในปัจจุบันนิตยสารของบริษัทโดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์จัดเป็นนิตยสารที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในประเทศไทย นอกจากนี้ บริษัทยังติดตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการพิมพ์อย่างใกล้ชิด และพัฒนาโรงพิมพ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้งานพิมพ์ทันสมัย และมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของลูกค้าอยู่เสมอ ทั้งนี้ ในปีที่ผ่านมาบริษัท ได้ดำเนินการจัดซื้อและติดตั้งเครื่องจักรใหม่ที่มีเทคโนโลยีทันสมัย สำหรับงานพิมพ์แล้ว เพื่อรองรับการขยายฐานลูกค้าใหม่ๆ ที่นอกเหนือจากนิตยสาร โดยสามารถรับงานประเภทงานพิมพ์แฟกเก็จได้ ซึ่งเป็นตลาดที่ยังมีแนวโน้มการเติบโตต่อเนื่อง ส่งผลดีต่อการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในธุรกิจรับจ้างพิมพ์ รวมทั้ง ยังได้มีการพัฒนาสื่อออนไลน์ของบริษัทเอง แบ่งเป็นตามเนื้อหาแต่ละประเภท โดยนำเสนอผ่านหลายช่องทาง อาทิ สื่ออินเทอร์เน็ตออนไลน์ Facebook และช่อง YouTube เป็นต้น ที่สอดคล้องกับเนื้อหาที่น่าสนใจในรูปแบบนิตยสาร เพื่อตอบรับกับพฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนหนึ่งที่เปลี่ยนไปด้วย และยังเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับบริษัทอีกช่องทางหนึ่ง

2.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนราคากระดาษ

ต้นทุนหลักของธุรกิจสิ่งพิมพ์ คือ ต้นทุนกระดาษอาร์ต และกระดาษปอนด์ ของต้นทุนจากกลุ่มธุรกิจสิ่งพิมพ์และสื่อรูปแบบใหม่และกลุ่มธุรกิจรับจ้างพิมพ์ โดยบริษัทใช้กระดาษที่ผลิตจากต่างประเทศ ซึ่งได้สั่งซื้อกระดาษทั้งหมดจากผู้จัดจำหน่ายกระดาษในประเทศ กระดาษถือเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity) ซึ่งการเคลื่อนไหวของราคาจะแปรผันตามความต้องการของผู้บริโภคและปริมาณการผลิตของผู้ผลิตและตามทิศทางภาวะเศรษฐกิจอยู่ตลอดเวลา ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่เป็นตัวกำหนดราคาอ้างอิงในตลาดโลก การเปลี่ยนแปลงของราคากระดาษจึงอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของบริษัท

อย่างไรก็ดี บริษัทมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์มาเป็นเวลานาน ทำให้ผู้บริหารของบริษัทเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงราคากระดาษในตลาดโลกเป็นอย่างดี จึงจะมีการสั่งซื้อกระดาษให้มีปริมาณที่เหมาะสมกับการผลิต โดยมีการตกลงราคาและปริมาณสั่งซื้อกระดาษกับผู้จำหน่ายกระดาษล่วงหน้า 1 ปี รวมทั้งยังมีนโยบายการบริหารจัดการจุดจำหน่ายหนังสือที่มีประสิทธิภาพเพื่อควบคุมปริมาณการคืนหนังสือให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม นอกจากนี้ หากราคากระดาษมีแนวโน้มที่จะปรับตัวสูงขึ้นมาก บริษัทอาจจะพิจารณาสั่งซื้อกระดาษเข้ามาสำรองมากขึ้นเพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้น ดังนั้น จากนโยบายดังกล่าวทำให้ที่ผ่านมา ยังไม่ได้รับผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของราคากระดาษอย่างมีนัยสำคัญ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินถาวรหลัก สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญ



ลักษณะสำคัญของทรัพย์สินถาวรหลักที่บริษัทใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

รายการ	มูลค่าทรัพย์สิน* (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์
ที่ดิน	66.42	เป็นเจ้าของ
อาคาร	23.20	เป็นเจ้าของ
ส่วนปรับปรุงอาคาร	8.86	เป็นเจ้าของ
เครื่องตกแต่ง	1.23	เป็นเจ้าของ
เครื่องจักร	35.10	เป็นเจ้าของ
เครื่องมือเครื่องใช้	8.71	เป็นเจ้าของ
เครื่องใช้สำนักงาน	7.37	เป็นเจ้าของ
ยานพาหนะ	15.17	เป็นเจ้าของ
สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	14.04	เป็นเจ้าของ
รวม	178.09	

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เท่ากับ 10.14 ล้านบาท โดยสินทรัพย์ไม่มีตัวตนประกอบด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และโปรแกรมระหว่างติดตั้ง เป็นต้น

ในการดำเนินธุรกิจงานจัดแสดงสินค้าของบริษัท บริษัทได้จัดทำสัญญาสัญญางานสำหรับงาน Bangkok International Motor Show ซึ่งดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกระทรวงพาณิชย์เรียบร้อยแล้ว และอยู่ในระหว่างการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสำหรับงาน Bangkok Used Car Show โดยคาดว่าจะสามารถจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสำหรับงานดังกล่าวได้ภายในปี 2563 เครื่องหมายการค้าของบริษัท มีดังนี้

เครื่องหมายการค้า	ชื่องาน
	Bangkok International Motor Show
	Bangkok Used Car Show

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทจะส่งบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม เพื่อเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการหรือผู้บริหารตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม เพื่อกำหนดนโยบายที่สำคัญและควบคุมการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม และสร้างประโยชน์สูงสุดแก่กลุ่มบริษัทโดยรวม นอกจากนี้ ตัวแทนของบริษัทที่มีหน้าที่ติดตามการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมอย่างใกล้ชิด และรายงานฐานะการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมแก่คณะกรรมการบริษัท

ประกันธุรกิจและการประกันภัยทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทได้ทำประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สินซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. กรมธรรม์เลขที่ 720-01112-1896

ผู้ทำประกัน	บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
บริษัทผู้รับประกันภัย	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)
ระยะเวลาให้ความคุ้มครอง	วันที่ 28 เมษายน 2563 ถึงวันที่ 28 เมษายน 2566
ความคุ้มครอง	ความเสียหายต่อทรัพย์สิน รวมถึงภัยเพิ่มเติม และเงื่อนไขพิเศษ
จำนวนเงินเอาประกันภัย	27,445,289 บาท
ทรัพย์สินที่เอาประกัน	<ul style="list-style-type: none"> สิ่งปลูกสร้างตัวอาคาร (ไม่รวมรากฐาน) รวมส่วนต่อเติมปรับปรุงอาคาร อาคารย่อย รั้ว กำแพง และประตู สต็อกสินค้าต่างๆ ที่อยู่ภายในโกดังเก็บสินค้า
สถานที่ตั้งทรัพย์สิน	69 หมู่ 2 ต.บึงศาล อ.องครักษ์ จ.นครนายก 26120
ผู้เอาประกันภัย	บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
ผู้รับผลประโยชน์	บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

2. กรมธรรม์เลขที่ 2020-P1413728-SMG

ผู้ทำประกัน	บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
บริษัทผู้รับประกันภัย	บริษัท แอ็กซ่า ประกันภัย จำกัด (มหาชน)
ระยะเวลาให้ความคุ้มครอง	วันที่ 1 กรกฎาคม 2563 ถึงวันที่ 1 กรกฎาคม 2564
ความคุ้มครอง	ความสูญเสียหรือความเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัย อันเนื่องมาจากไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยระเบิด ภัยลมพายุ ภัยจากการลูกไหม้หรือการระเบิดเนื่องจากการระอุตามธรรมชาติ ภัยจากการระอุ ภัยแผ่นดินไหว ภัยอากาศยาน ภัยจากขบวนการพาหนะ ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยลูกเห็บ ภัยจากควัน ภัยไฟฟ้า จลาจล และนัดหยุดงาน ภัยจากการกระทำอย่างป่าเถื่อนและเจตนาร้าย การโจรกรรม การปล้นทรัพย์ ซึ่งทรัพย์สิน และการลักทรัพย์ที่ปรากฏร่องรอยต่ออาณาเขตสถานที่เอาประกันภัย รวมถึงอุบัติเหตุที่มีสาเหตุจากปัจจัยภายนอก และเกิดขึ้นอย่างฉับพลัน โดยมิได้คาดหมาย ซึ่งมีได้ระบุไว้ในข้อยกเงินของกรมธรรม์ (AXA FORM)
จำนวนเงินเอาประกันภัย	190.00 ล้านบาท
ทรัพย์สินที่เอาประกัน	<ul style="list-style-type: none"> สิ่งปลูกสร้างและโครงสร้าง อาคารทุกอาคาร (รวมฐานราก) รวมทั้งส่วนปรับปรุงต่อเติมอาคาร โครงสร้างถาวรต่างๆ และรวมงานระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ แอร์ และเครื่องใช้สำนักงานต่างๆ เฟอร์นิเจอร์ รวมเครื่องตกแต่งติดตั้งเครื่องใช้ต่างๆ สต็อกวัตถุดิบ สต็อกสินค้า ยานพาหนะ เครื่องจักรการพิมพ์และอุปกรณ์ต่างๆ ทรัพย์สินอื่นๆ ที่อยู่ในความดูแลรับผิดชอบของผู้เอาประกันภัยทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของ เช่า เช่าซื้อ หรือให้เช่า
สถานที่ตั้งทรัพย์สิน	เลขที่ 4/299, 4/133, 4/137, 4/409 หมู่ 5 ซอยลาดปลาเค้า 66 ถนนลาดปลาเค้า แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร
ผู้เอาประกันภัย	บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
ผู้รับผลประโยชน์	บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงเทพ (มหาชน) สำนักธุรกิจลาดพร้าว (เนื่องจากเป็นอาคารที่บริษัทนำไปจำนองกับธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงเทพจึงเป็นผู้รับผลประโยชน์เฉพาะมูลค่าวงเงินที่บริษัทติดจำนอง สำหรับผลประโยชน์ส่วนเกิน ธนาคารจะคืนให้กับบริษัท)

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ในรอบปีที่ผ่านมา จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัท ไม่มีข้อพิพาทด้านแรงงานที่บริษัทเป็นคู่ความหรือคู่กรณี ซึ่งอาจมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลบริษัท

ชื่อบริษัท	บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	4/299 หมู่ 5 ซอยลาดปลาเค้า 66 ถนนลาดปลาเค้า แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร
ประเภทธุรกิจ	สื่อและสิ่งพิมพ์
เลขทะเบียนบริษัท	0107557000322
ทุนจดทะเบียน	300,000,000 บาท
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	300,000,000 บาท
จำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้ว	600,000,000 หุ้น
ชนิดของหุ้น	หุ้นสามัญ
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	หุ้นละ 0.5 บาท
โทรศัพท์ / โทรสาร	0-2522-1731-8 / 0-2971-7342
Home page	https://investor.grandprix.co.th/th

บริษัทย่อย

ชื่อบริษัท	GPI Myanmar Company Limited
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	GEMS 4#03 3rd floor, GEMS garden condominium, Thazin Street, Hlaing Township, Yangon, Myanmar
ประเภทธุรกิจ	ธุรกิจการจัดการแสดงสินค้าที่ประเทศเมียนมา
ทุนจดทะเบียน	50,000 เหรียญสหรัฐ
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	50,000 เหรียญสหรัฐ
จำนวนหุ้นที่บริษัทถือ	50,000 เหรียญสหรัฐ
ร้อยละการถือหุ้น	100%

บริษัทร่วม

ชื่อบริษัท	บริษัท ออโตเมทริกซ์ โซลูชั่นส์ จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	139/26 ซอยลาดพร้าว 53 (โชคชัย 4) แขวงสะพานสอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร

ประเภทธุรกิจ	เป็นตลาดกลางในการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
ทุนจดทะเบียน	4,000,000 บาท
ร้อยละการถือหุ้น	49%
ชื่อบริษัท	บริษัท ทูเอ็นเนอร์จี จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	109 หมู่ 10 ตำบลลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
ประเภทธุรกิจ	ผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้า
ทุนจดทะเบียน	257,000,000 บาท
ร้อยละการถือหุ้น	25.45%
บุคคลอ้างอิง	
นายทะเบียน	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 0-2009-999
ผู้สอบบัญชี	บริษัท สอบบัญชี ดี ไอ เอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เลขที่ 316/32 ซอยสุขุมวิท 22 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 0-2259-5300-2 โทรสาร 0-2260-1553 และ 0-2259-8959
เลขานุการบริษัท	นางสาวกิติ์กัลยา ส้ารวมรัมย์ โทรศัพท์ 0-2522-1731-8 ต่อ 250 E-mail : kitkallaya@gandprix.co.th
นักลงทุนสัมพันธ์	นายณัฐพล แสงชัยลาภวัฒนา โทรศัพท์ : 0-2522-1731-8 ต่อ 309 E-mail : ir@gandprix.co.th