

บริษัท อินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ในปี 2563 ถือเป็นปีที่ทั่วโลกต้องเผชิญความท้าทายทางเศรษฐกิจภายใต้วิกฤตครั้งใหญ่ จากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) ที่เริ่มระบาดตั้งแต่ปลายปี 2562 ทั้งนี้รัฐบาลไทยมีมาตรการกีดกันการเคลื่อนย้ายของประชาชน ทำให้บริษัทไม่สามารถเปิดให้บริการทั้ง Index Living Mall และห้าง The Walk เกือบทุกสาขาเป็นระยะเวลาเกือบสองเดือน (ระหว่างวันที่ 22 มีนาคม – 16 พฤษภาคม 2563) สำหรับบริษัท อินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ได้ระดมทั้งความคิด กำลังและความร่วมมือจากทั้งคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจทันทีที่เกิดสถานการณ์ เพื่อนำพาธุรกิจของบริษัทให้สามารถฝ่ามรสุมเศรษฐกิจ และผลักดันธุรกิจให้กลับคืนสู่สภาวะปกติให้ได้เร็วที่สุด

สืบเนื่องจากการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค บริษัทได้พลิกวิกฤตดังกล่าวให้เป็นโอกาสในการสร้างรายได้โดยเฉพาะช่องทางการขายทางออนไลน์เพื่อทดแทนการขายผ่านสาขา ซึ่งการขายออนไลน์นั้นเติบโตอย่างมากในช่วงล็อกดาวน์ และมีการหาช่องทางเพิ่มรายได้อื่นๆ จากฐานธุรกิจเดิมโดยการหาความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัทได้มีการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานภายในบริษัท ให้คล่องตัวและมีแผนฉุกเฉินรองรับการทำงานผ่านออนไลน์มากขึ้น ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ชะลอการลงทุนการเปิดสาขาใหม่และใช้การปรับปรุงพื้นที่ขายแทน โดยเน้นจัดโซนสินค้า และพื้นที่การวางสินค้าใหม่ นอกจากนี้ บริษัทยังใส่ใจเรื่องความปลอดภัย และกำหนดมาตรการป้องกันการแพร่กระจายของ COVID-19 อย่างเคร่งครัด เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ Index Living Mall และผู้ประกอบการภายในพื้นที่เช่าของ The Walk, Little Walk, และ Index Mall ทุกสาขา

บริษัทได้ปรับกลยุทธ์ในการขยายธุรกิจในปี 2563 ผ่านการขยายความร่วมมือทางธุรกิจกับพันธมิตรที่จะช่วยเสริมศักยภาพของฐานธุรกิจค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน อาทิเช่น บริษัทได้ร่วมกับ NocNoc.com ผู้นำแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ หมวดวัสดุก่อสร้างและสินค้าตกแต่งบ้าน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการขยายส่วนแบ่งทางการตลาดและสร้างยอดขายออนไลน์ให้เติบโตยิ่งขึ้น รวมทั้งขยายฐานลูกค้าใหม่ในตลาดออนไลน์ สำหรับ Younique แปรนด์เฟอร์นิเจอร์สั่งตัด บริษัทได้ร่วมมือกับ SCG (ผู้นำด้าน Innovative House) และ บริษัท บุญถาวรเชรามิค จำกัด (ผู้นำธุรกิจศูนย์รวมสินค้าวัสดุก่อสร้าง กระเบื้อง สุขภัณฑ์ ห้องน้ำ ห้องครัว และของแต่งบ้าน) ในการเปิดโชว์รูม “Yunique Customized Furniture นวัตกรรมเฟอร์นิเจอร์สั่งตัดตามใจคุณ” ในอาคาร SCG Experience และร้านบุญถาวร ตามลำดับ อีกทั้ง ยังได้ร่วมมือกับบริษัท แลนด์ไฮม์ (ประเทศไทย) จำกัด ศูนย์รับสร้างบ้านอันดับ 1 ของประเทศไทย เพื่อสร้างโอกาสขยายฐานลูกค้าของ Younique ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีความต้องการเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งอย่างแท้จริง

สำหรับธุรกิจการให้เช่าและให้บริการพื้นที่เช่าได้ปรับปรุงพื้นที่ในสาขา Index Living Mall เพื่อขยายเป็นพื้นที่เช่าเพื่อสร้างรายได้และดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการใน Index Living Mall เพิ่มขึ้น โดยคัดสรรพันธมิตรทางธุรกิจที่แข็งแกร่งมาเพิ่มศักยภาพในการให้บริการและตอบโจทย์ในทุกไลฟ์สไตล์ของลูกค้าต้องการในระยะยาว

นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญในการบริหารจัดการสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยบริหารจัดการสินค้าคงคลังเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยสามารถลดปริมาณสินค้าคงคลังลงจากปี 2562 เป็นมูลค่าประมาณ 500 ล้านบาท อีกทั้ง บริษัทได้ทำ Lean Operation ในดำเนินงานของทุกหน่วยงาน การลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น รวมถึงปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต ลดต้นทุนการผลิต และต้นทุนดำเนินการในทุกส่วนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มสภาพคล่องให้กับบริษัทได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้บริษัทสามารถจ่ายเงินปันผลแก่ผู้ถือหุ้นจากผลประกอบการปี 2562 เมื่อเดือนกรกฎาคม 2563 และเงินปัน

ผลระหว่างกาลของปี 2563 เมื่อเดือนตุลาคม 2563 และบริษัทยังสามารถชำระคืนเงินกู้แก่สถาบันการเงินต่างๆ ได้ก่อนกำหนด ช่วยลดภาระดอกเบี้ยจ่ายในอนาคตได้

ท่ามกลางภาวะวิกฤติที่ผ่านมาในปี 2563 และมีแนวโน้มยืดเยื้อต่อเนื่องนั้น บริษัทมุ่งมั่นในการส่งมอบสินค้าและบริการที่คิดสรรให้สามารถตอบสนองลูกค้าและผู้บริโภคให้ตรงต่อความต้องการแบบ Personalize มากขึ้น ผ่านทุกช่องทางทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้เข้าถึงได้สะดวกและรวดเร็ว รวมถึงเพิ่มพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินกิจการทั้งธุรกิจค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และธุรกิจการให้เช่าและให้บริการพื้นที่เช่า ทั้งนี้ บริษัทยังคงนโยบายในการควบคุมต้นทุนการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับสภาพเศรษฐกิจที่ยังไม่อาจคาดเดาได้ และให้ความสำคัญกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมที่เกี่ยวข้องกับกิจการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในปี 2564 อีกด้วย

วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นที่หนึ่งในใจเรื่องธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านที่ดีที่สุดในภูมิภาคเอเชีย

พันธกิจ (Mission)

1. เราเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านที่เติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยแบรนด์ที่แข็งแกร่ง และทีมผู้บริหารมืออาชีพ
2. เรามุ่งมั่นสู่ความเป็นผู้นำธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน ด้วยการขยายแฟรนไชส์ไปสู่ภูมิภาคเอเชียและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
3. เราเป็นที่หนึ่งในใจลูกค้าเสมอ ด้วยสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดีไซน์ทันสมัย เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น
4. เรามุ่งให้ผลตอบแทนที่ดีแก่พนักงาน คู่ค้า และสร้างสรรค์สิ่งดี ๆ คืนสู่สังคม

ค่านิยมองค์กร (Core value)

รวดเร็ว ทันสมัย และใส่ใจบริการ (Speed Technology & Service : STS)

เป้าหมายในการดำเนินงานของบริษัทหรือกลุ่มบริษัท

บริษัทมีวิสัยทัศน์ในการมุ่งเน้นความเป็นหนึ่งใจเรื่องธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านที่ดีที่สุดในเอเชีย บริษัทใส่ใจถึงพฤติกรรมการใช้ชีวิตและความต้องการของลูกค้าและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้ชีวิตและการจับจ่ายสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไปหลังจากเหตุการณ์การระบาดของ COVID-19 บริษัทเล็งเห็นถึงโอกาสและศักยภาพการทำตลาดผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งมีความจำเป็นอย่างมาก บริษัทจึงให้ความสำคัญในการพัฒนาระบบช่องทางจัดจำหน่ายทางออนไลน์ต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวก รวดเร็ว และประสบการณ์ที่ดีในการช้อปปิ้งออนไลน์ พร้อมทั้งวางกลยุทธ์ทางการตลาด Online เพื่อจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าของบริษัท ผ่านเว็บไซต์ www.indexlivingmall.com เอง เว็บไซต์ Marketplace และ Platform ขึ้นมา รวมทั้งมีช่องทางขาย Social Media ให้ครบทุกช่องทางออนไลน์ นอกจากนี้ บริษัทยังวางแนวทางในการขยายธุรกิจผ่าน

การร่วมมือกับพันธมิตรใหม่ๆ จากหลากหลายธุรกิจ เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้น และเพิ่มศักยภาพในการรับรองความต้องการของผู้บริโภคที่นิยมซื้อขายผ่านทางออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้น

บริษัทยังได้วางแผนสร้างความแข็งแกร่งให้ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์สั่งตัด Yunique ซึ่งสอดคล้องกับกระแสความต้องการ Customized Furniture ของผู้บริโภคที่สูงขึ้น โดยได้ให้ความสำคัญในการขยายการให้บริการผ่านพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น SCG และบุญถาวร ซึ่งมีโอกาสในการขยายการเปิดโชว์รูม "Yunique Customized Furniture นวัตกรรมเฟอร์นิเจอร์สั่งตัดตามใจคุณ" ในสาขาอื่นๆ ที่มีอยู่ทั่วประเทศ นอกจากนี้ บริษัทยังแสวงหาความร่วมมือกับบริษัทรับสร้างบ้านรายอื่นๆ หลังจากประสบความสำเร็จจากการร่วมมือในการขยายธุรกิจกับ บริษัท แลนด์ โฮม (ประเทศไทย) จำกัด ศูนย์รับสร้างบ้านอันดับ 1 ของประเทศไทย มาแล้ว บริษัทยังคงพัฒนาสินค้าที่มีนวัตกรรมและมีฟังก์ชันใช้งานที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์

สำหรับแผนในการขยายร้าน Index Living Mall ทั้งภายในและภายนอกประเทศนั้น ในปี 2564 ด้วยภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อที่ชะลอตัวของประเทศไทย บริษัทจะพิจารณาอย่างรอบคอบสำหรับการลงทุนเปิดสาขาภายในประเทศ ส่วนของตลาดต่างประเทศ บริษัทยังคงมุ่งเน้นในการขยายธุรกิจในต่างประเทศผ่านช่องทาง Franchise โดยให้ความสำคัญกับประเทศในกลุ่ม CLMV ซึ่งมีศักยภาพในการเติบโตสูงเป็นหลัก เช่น เวียดนาม และเมียนมาร์ เป็นต้น

สำหรับธุรกิจให้เช่าและให้บริการพื้นที่เช่า บริษัทมีแผนในการปรับปรุงพื้นที่เพื่อขยายพื้นที่เช่าให้เพิ่มมากขึ้น ทั้งพื้นที่เช่าภายใน Index Living Mall และ The Walk

นอกเหนือจากการขยายธุรกิจผ่านช่องทางจัดจำหน่ายต่าง ๆ แล้ว บริษัทยังคงนโยบายในการลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บริษัทมีความมั่นคงทางสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจภายใต้สภาพเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มชะลอตัวในระยะยาว บริษัทยังมุ่งมั่นในการปรับปรุงกระบวนการผลิต โดยมีการนำนวัตกรรมเครื่องจักรใหม่จากประเทศเยอรมนีที่เป็นเทคโนโลยี Fully Automation มาใช้และให้ความสำคัญในการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อลดต้นทุนการเก็บรักษา ต้นทุนการดำเนินงาน และช่วยเพิ่มสภาพคล่องของธุรกิจอีกทางหนึ่งด้วย

1.2 การเปลี่ยนแปลงและแผนการที่สำคัญ

การเปลี่ยนแปลงและแผนการที่สำคัญในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา

ปี 2561

- เปิดตัวร้านเฟอร์นิเจอร์แบรนด์ MOMENTOUS ที่รวบรวมเฟอร์นิเจอร์สไตล์อเมริกัน ลักซูรี ลิฟวิ่ง ภายใต้คอนเซ็ปต์ "Living in the Moment" ที่ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน
- เปลี่ยนชื่อบริษัทโฮม เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัท อินเด็กซ์ลิฟวิ่งมอลล์ อินเตอร์ จำกัด ซึ่งได้รับโอนธุรกิจแฟรนไชส์จากครอบครัวปัทมสัตยาสนธิ เพื่อให้บริษัทเป็นผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์กับผู้ประกอบการในต่างประเทศ
- ปรับโครงสร้างผู้ถือหุ้นและจดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเพิ่มทุนจดทะเบียนเพื่อรองรับการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ และเสนอขายให้แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก
- ยกเลิกกิจการ Index Living Mall Malaysia SDN. BHD. เนื่องจากผลดำเนินการไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ และยังคงขาดทุนต่อเนื่อง ซึ่งได้หยุดขายสินค้าภายในร้านตั้งแต่วันที่เดือนกันยายน 2561 และอยู่ในระหว่างการค้าเลิกกระบวนการทางกฎหมายเพื่อปิดบริษัทต่อไป

- เปิด Index Living Mall สาขาบางกรวย-ไทรน้อย เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในฝั่งตะวันตกของกรุงเทพมหานคร

ปี 2562

- บริษัทได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (IPO) เมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2562
- เปิด Index Living Mall สาขาชัยพฤกษ์และสาขาจันทบุรี เพื่อครอบคลุมพื้นที่ทางฝั่งธนบุรีและตะวันออกตามลำดับ
- เปิดร้าน WINNER Store สาขาแรกที่จังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นร้านเฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็กภายใต้รูปแบบ COCO (Company Owned Company Operated)
- บริษัทเปิดร้าน Index Living Mall 2 สาขา ที่เวียดนาม ซึ่งเป็นร้าน Franchise ที่โฮจิมินห์ซิตี้ ประเทศเวียดนาม เนื่องจากประเทศเวียดนามเป็นประเทศที่มีศักยภาพการขยายตัวอย่างก้าวกระโดด โดยมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมาอยู่ในระดับสูง

ปี 2563

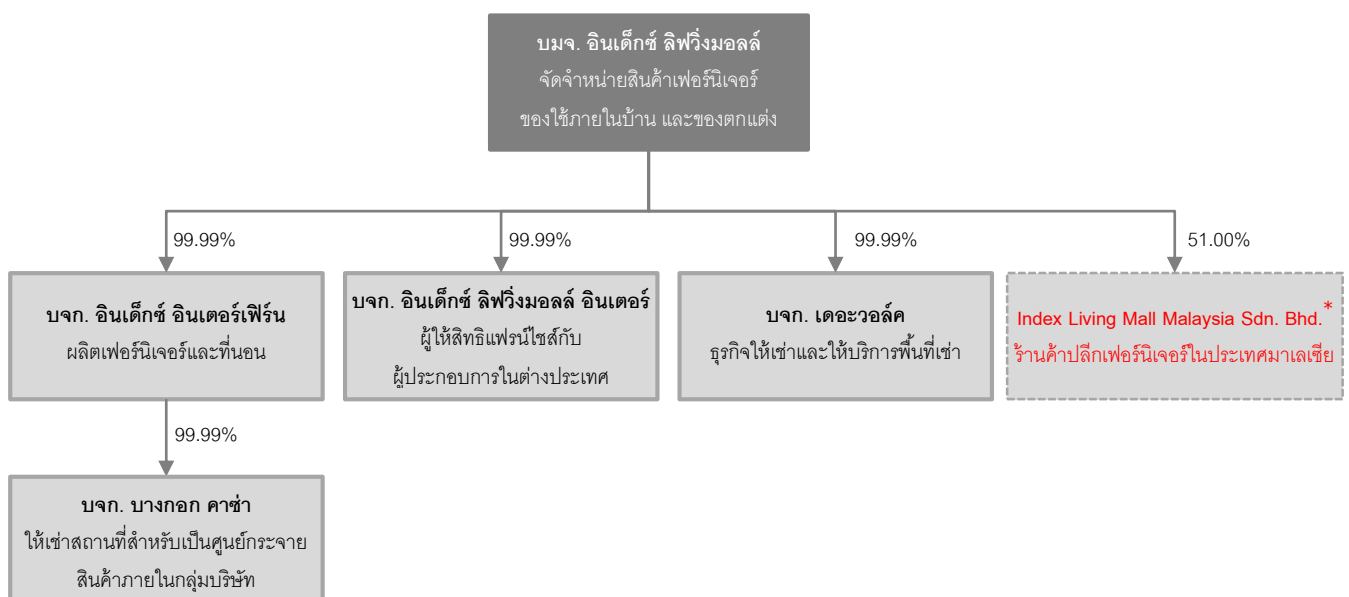
- ปิดสาขาชั่วคราวของ Index Living Mall, The Walk และ Little Walk ตั้งแต่วันที่ 22 มีนาคม ถึงวันที่ 16 พฤษภาคม 2563 ตามคำสั่งการล็อกดาวน์ของรัฐบาล เพื่อสกัดกั้นการแพร่ระบาดของ COVID-19 แต่ยังมีพื้นที่บางส่วนที่อยู่ใน The Walk และ Little Walk บางส่วนที่ยังสามารถให้บริการได้ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร (สำหรับบริการส่งกลับเท่านั้น) และร้านขายยา เป็นต้น ทั้งนี้ สาขาทั้งหมดกลับมาเปิดให้บริการตามปกติแล้วตั้งแต่วันที่ 17 พฤษภาคม 2563
- ปิดร้าน Index Furniture Center สาขา The Mall ท่าพระ เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2563 เนื่องจากหมดสัญญาเช่าพื้นที่ระยะยาว และปิดร้าน Index Furniture Center สาขาสนามบินดอนเมือง เมื่อเดือนมิถุนายน 2563 เป็นต้นมา เนื่องจากมาตรการเพื่อสกัดกั้นการแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้การเดินทางทางอากาศหยุดชะงัก ประกอบกับผลประกอบการไม่มีนัยสำคัญต่อยอดขายรวมของบริษัท บริษัทจึงยุติการดำเนินการของสาขาดังกล่าว
- ปิดร้าน BoConcept สาขา Index Living Mall พัทยา เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2563 หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้ยอดขายของสาขา ซึ่งเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจค่อนข้างมาก เนื่องจากมีรายได้หลักจากการท่องเที่ยว และกำลังซื้อยังไม่กลับฟื้นเป็นปกติ บริษัทจึงตัดสินใจที่จะยุติการดำเนินงานของสาขาดังกล่าว เพื่อเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายและการบริหารงานอย่างเหมาะสม
- เปิดร้านแฟรนไชส์ Index Living Mall ที่เมืองย่างกุ้ง ประเทศเมียนมาร์เป็นสาขาที่ 5 เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2563 และเปิดร้าน Index Living Mall ที่เมืองโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม สาขาที่ 3 เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2563
- เปิดตัวแบรนด์สินค้าใหม่ Furinbox เฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปบรรจุในกล่อง นวัตกรรมสินค้าเฟอร์นิเจอร์แนวคิดใหม่ที่ออกแบบ ที่ผ่านการดีไซน์และพัฒนาให้ตอบโจทย์ฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลายและความสะดวกสบาย ด้วยจุดเด่นด้านราคาย่อมเยา ประกอบติดตั้งง่าย เข้าถึงได้กับทุกพื้นที่ เพื่อเจาะกลุ่มตลาดแมส (Mass Market) และกลุ่มคนรุ่นใหม่ ผ่านช่องทางขายออนไลน์
- ร่วมมือกับ NocNoc.com ผู้นำแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ หมวดวัสดุก่อสร้างและสินค้าตกแต่งบ้าน เพื่อเสริมศักยภาพของบริษัทบนแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ในกลุ่มสินค้า Home Living และสนับสนุนการเติบโตของยอดขายออนไลน์

- ร่วมมือกับ SCG ผู้นำด้าน Innovative House โดยเปิดโชว์รูม "Younique Customized Furniture นวัตกรรมเฟอร์นิเจอร์สั่งตัดตามใจคุณ" อย่างเป็นทางการภายในอาคาร เอสซีจี เอ็กซ์พีเรียนซ์ สร้างโอกาสในการขยายฐานลูกค้าของ Younique
- ร่วมมือกับ บริษัท บุญถาวรเชรามิค จำกัด ผู้นำธุรกิจศูนย์รวมสินค้าวัสดุตกแต่ง กระเบื้อง สุขภัณฑ์ ห้องน้ำ ห้องครัว และของแต่งบ้าน โดยเปิดโชว์รูม "Younique Customized Furniture นวัตกรรมเฟอร์นิเจอร์สั่งตัดตามใจคุณ" ที่บุญถาวร สาขาเกษตรนวมินทร์ สร้างโอกาสในการขยายฐานลูกค้าของ Younique ให้กว้างขึ้น
- ร่วมมือกับ บริษัท แลนด์ โฮม (ประเทศไทย) จำกัด ศูนย์รับสร้างบ้านอันดับ 1 ของประเทศไทย เพื่อสร้างโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าที่อยู่ระหว่างการสร้างบ้านใหม่ได้โดยตรง
- ปิดสาขาชั่วคราวของ Index Living Mall สาขามหาชัย (ระหว่างวันที่ 19 ธันวาคม 2563 ถึง 15 มกราคม 2564) และสาขาระยอง (ระหว่างวันที่ 28 ธันวาคม 2563 ถึง 3 มกราคม 2564) ตามคำสั่งของผู้ว่าราชการจังหวัด เพื่อสกัดกั้นการแพร่ระบาดของ COVID-19 ระลอกใหม่

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทได้แบ่งแยกการดำเนินการอย่างชัดเจนตามประเภทของธุรกิจ โดยบริษัทในเครือ เช่น บริษัทอินเด็กซ์ อินเตอร์เฟิร์น จำกัด ทำหน้าที่ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ เพื่อส่งให้กับบริษัทอินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทเดอะวอลล์ จำกัด ดำเนินธุรกิจการให้เช่าและบริการพื้นที่เช่า นอกจากนี้ ยังมีบริษัทอินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ อินเตอร์ จำกัด ดูแลการให้สิทธิแฟรนไชส์กับผู้ประกอบการในต่างประเทศ

แผนภาพโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



* หยุดดำเนินการแล้ว และอยู่ระหว่างการดำเนินการปิดบริษัท

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทดำเนินธุรกิจค้าปลีกของตกแต่งบ้านครบวงจร โดยมีมุ่งเป็นศูนย์กลางสินค้าของใช้ภายในบ้าน เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์ตกแต่งบ้านและเครื่องใช้ไฟฟ้า ภายใต้แบรนด์ของบริษัทและแบรนด์อื่น ๆ ผ่านช่องทางจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้งหน้าร้านค้าปลีกของบริษัทงานโครงการ ตัวแทนจำหน่าย (Dealer) และออนไลน์ ให้ครอบคลุมการจัดจำหน่ายภายในประเทศ สำหรับตลาดต่างประเทศ บริษัทมีการให้สิทธิแฟรนไชส์กับผู้ประกอบการต่างประเทศ เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทในประเทศนั้น ๆ รวมถึงการขายแบบงานโครงการ และการรับจ้างผลิตสินค้า (OEM) ให้กับผู้ประกอบการในต่างประเทศด้วย นอกจากนี้ บริษัทยังได้ประกอบธุรกิจให้เช่าและให้บริการพื้นที่เช่าภายใน Index Living Mall และรูปแบบคอมมูนิตี้มอลล์ภายใต้แบรนด์ The Walk, Little Walk และ Index Mall

โครงสร้างรายได้ของบริษัทจำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่าย สรุปได้ดังนี้

	2561		2562		2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขาย						
1. ภายในประเทศ						
1.1. หน้าร้านค้าปลีกของบริษัท	7,438.1	81.1	7,472.7	80.9	5,976.0	78.0
1.2. งานโครงการ	1,082.8	11.8	1,189.3	12.9	839.0	11.0
1.3. ตัวแทนจำหน่าย	133.1	1.5	123.6	1.3	83.4	1.1
1.4. ออนไลน์	84.8	0.9	216.4	2.3	549.0	7.2
รวมรายได้จากการขายภายในประเทศ	8,738.9	95.3	9,001.9	97.5	7,447.4	97.3
2. ต่างประเทศ						
2.1. แฟรนไชส์และตัวแทนจำหน่าย	106.9	1.2	107.2	1.2	62.2	0.8
2.2. รับจ้างผลิต (OEM)	43.4	0.5	56.6	0.6	125.3	1.6
2.3. ILM Malaysia ^{1/}	175.4	1.9	-	-	-	-
2.4. งานโครงการต่างประเทศ	109.6	1.2	70.4	0.8	22.2	0.3
รวมรายได้จากการขายต่างประเทศ	435.3	4.7	234.2	2.5	209.7	2.7
รวมรายได้จากการขาย	9,174.2	100.0	9,236.1	100.0	7,657.1	100.0

หมายเหตุ ^{1/} ยกเลิกกิจการ ILM Malaysia ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2561 และอยู่ระหว่างการดำเนินการระงับการทางกฎหมาย

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทมีลักษณะการประกอบธุรกิจ แบ่งได้ดังนี้

2.1.1 ธุรกิจจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ ของใช้ภายในบ้าน อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน และเครื่องใช้ไฟฟ้า

ลักษณะของสินค้า แบ่งได้เป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. สินค้าเฟอร์นิเจอร์

- 1.1. สินค้าเฟอร์นิเจอร์ภายใต้แบรนด์ของบริษัท มีทั้งหมด 6 แบรนด์ ได้แก่ Index Furniture, WINNER, Logica, Trend Design, Younique และ Furinbox ที่ครอบคลุมเฟอร์นิเจอร์ทุกประเภทการใช้งานในบ้านและสำนักงาน เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากไม้ปาร์ติเกิลบอร์ดเป็นหลัก และแผ่นใยไม้อัดความหนาแน่นปานกลาง (MDF) ภายใต้มาตรฐานยุโรป E1 โดยเฟอร์นิเจอร์ภายใต้แบรนด์ดังกล่าวผลิตจากทั้งโรงงานของกลุ่มบริษัท

และผู้ผลิตสินค้าภายนอก สำหรับ Furinbox เป็นแบรนด์สินค้าใหม่ที่เปิดตัวตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ของปี 2563 เป็นเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปบรรจุในกล่องแนวคิดใหม่ที่มีราคาเหมาะสม ประกอบง่าย สะดวก และรวดเร็ว สำหรับกลุ่มลูกค้า Mass Market โดยจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก

- 1.2. สินค้าเฟอร์นิเจอร์ภายใต้แบรนด์อื่น ๆ ประกอบด้วยแบรนด์ BoConcept ที่ขายภายในร้าน BoConcept และแบรนด์ STANLEY และ HOOKER ที่ขายภายในร้าน MOMENTOUS สินค้าเฟอร์นิเจอร์ดังกล่าวเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ เน้นเจาะกลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้สูงขึ้นมา

2. สินค้าเครื่องตกแต่งบ้าน

ครอบคลุมสินค้าตกแต่งบ้านทุกประเภท มากกว่า 16,000 รายการ ที่คัดสรรและออกแบบอย่างทันสมัยภายใต้แบรนด์ Index Home ซึ่งเป็นสินค้าที่มียอดขายรองลงมาจากเฟอร์นิเจอร์ ยังมีแบรนด์สินค้าสำหรับเด็ก (Baby & Kids) อย่าง Baby Journey

3. สินค้าที่นอนและเครื่องนอน

บริษัทจำหน่ายสินค้าที่นอนและเครื่องนอนในร้าน Index Living Mall มีหลากหลายแบรนด์ทั้งที่ผลิตเอง และเป็นสินค้าฝากขาย โดยมีแบรนด์ THERAFLEX, WINNER ซึ่งเป็นแบรนด์ของบริษัทที่ผลิตเอง สำหรับแบรนด์ Serta นั้น บริษัทได้ยกเลิกการขายเมื่อสิ้นปี 2563 หลังจากสิ้นสุดสัญญาการเป็นตัวแทนผลิตและจัดจำหน่าย

สำหรับแบรนด์สินค้าที่นอนและเครื่องนอนฝากขายที่จำหน่าย ได้แก่ Sealy, Dunlopillo, Lotus, SANTAS, Slumberland และ Stevens เป็นต้น รวมทั้งชุดเครื่องนอนอย่างหมอน ฝ่าวม หมอนข้าง และปลอกหมอน ภายใต้แบรนด์ของบริษัทคือ Index Home และแบรนด์ Catherine Brooks

นอกจากนี้ บริษัทมีบริการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพและกายภาพเกี่ยวกับการนอนเต็มรูปแบบเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าที่นอนและเครื่องนอนในโซน Sleeping Clinic

4. สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า

บริษัทรวบรวมสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านหลากหลายประเภทจากแบรนด์สินค้าชั้นนำ รวมทั้งเครื่องใช้ไฟฟ้าแบรนด์ของบริษัทในโซน POWER ONE ภายในร้าน Index Living Mall แบรนด์สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าของบริษัท ได้แก่ แบรนด์ Cusino สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็กและอุปกรณ์เครื่องครัวไฟฟ้า แบรนด์ Cavallini สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ส่วนของเครื่องใช้ไฟฟ้าแบรนด์ชั้นนำที่จำหน่าย ได้แก่ SAMSUNG, LG, ELECTROLUX, HITACHI, PHILLIPS และ SHARP เป็นต้น

ช่องทางการจัดจำหน่าย สามารถแบ่งได้ ดังนี้

1. ร้านค้าปลีก

ศูนย์รวมสินค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Mall) ที่รวบรวมเฟอร์นิเจอร์สำหรับบ้านและสำนักงาน อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องใช้ภายในบ้านอื่น ๆ รายได้ของการขายผ่านร้านค้าปลีกมีสัดส่วนสูงกว่า 70% โดยร้านค้าปลีกของบริษัท ได้แก่

- 1.1 ร้าน Index Living Mall มีจำนวน 35 สาขา โดยแบ่งเป็นรูปแบบร้าน Standalone จำนวน 31 สาขา ซึ่งมีพื้นที่ในส่วนของการขายสินค้าตั้งแต่ประมาณ 3,500 ถึง 18,000 ตารางเมตร กระจายอยู่ทั่วประเทศไทย และรูปแบบร้าน Index Furniture Center ที่อยู่ในพื้นที่ห้างสรรพสินค้าหรือคอมมูนิตีมอลล์จำนวน 4 สาขา โดยมีพื้นที่ในส่วนที่ใช้ขายสินค้าตั้งแต่ประมาณ 530 ถึง 3,300 ตารางเมตร นอกเหนือจากการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน ร้าน Index Living Mall ยังมีการบริการอื่น ๆ ที่ตอบโจทย์เกี่ยวกับบ้าน เช่น Design & Build by Index Living Mall เป็นบริการออกแบบและตกแต่งบ้าน Index Home Service บริการสำหรับคนรักบ้าน เช่น บริการติดตั้งวอลล์เปเปอร์ และผ้าม่าน บริการขนย้าย บริการตกแต่งภายใน บริการทำความสะอาดเครื่องใช้ไฟฟ้า และทำความสะอาดบ้าน บริการจัดส่งและติดตั้งเครื่องใช้ไฟฟ้า รวมถึงบริการอื่นๆ โดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง เช่น บริการตรวจสอบและต่อเติมภายในที่พักอาศัย เป็นต้น เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการให้จำหน่ายสินค้าเฟอร์นิเจอร์อย่างครบวงจร

รายชื่อสาขา Index Living Mall

ลำดับ	สาขา	จังหวัด	ชื่อร้าน
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล			
1	ซีคอน ศรีนครินทร์	กรุงเทพมหานคร	Index Furniture Center
2	เซ็นทรัล บางนา	กรุงเทพมหานคร	Index Furniture Center
3	เดอะมอลล์ บางแค	กรุงเทพมหานคร	Index Furniture Center
4	รังสิต	ปทุมธานี	Index Living Mall
5	บางนา	กรุงเทพมหานคร	Index Living Mall
6	เอกมัย	กรุงเทพมหานคร	Index Living Mall
7	บางใหญ่	นนทบุรี	Index Living Mall
8	รัตนาธิเบศร์	นนทบุรี	Index Living Mall
9	แฟชั่นไอส์แลนด์-รามอินทรา	กรุงเทพมหานคร	Index Furniture Center
10	ราชพฤกษ์	กรุงเทพมหานคร	Index Living Mall
11	เกษตรนวนินทร์	กรุงเทพมหานคร	Index Living Mall
12	มหาชัย	สมุทรสาคร	Index Living Mall
13	แจ้งวัฒนะ	กรุงเทพมหานคร	Index Living Mall
14	นครปฐม	นครปฐม	Index Living Mall
15	พระราม 2	กรุงเทพมหานคร	Index Living Mall
16	บางกวย-ไทรน้อย	นนทบุรี	Index Living Mall
17	ชัยพฤกษ์	นนทบุรี	Index Living Mall
ภาคกลาง			
18	พิษณุโลก	พิษณุโลก	Index Living Mall
19	เดอะวอล์ค นครสวรรค์	นครสวรรค์	Index Living Mall
ภาคตะวันตก			
20	หัวหิน	ประจวบคีรีขันธ์	Index Living Mall
ภาคตะวันออก			
21	ชลบุรี	ชลบุรี	Index Living Mall

ลำดับ	สาขา	จังหวัด	ชื่อร้าน
22	พทยา	ชลบุรี	Index Living Mall
23	ระยอง	ระยอง	Index Living Mall
24	ฉะเชิงเทรา	ฉะเชิงเทรา	Index Living Mall
25	จันทบุรี	จันทบุรี	Index Living Mall
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ			
26	อุบลราชธานี	อุบลราชธานี	Index Living Mall
27	อุดรธานี	อุดรธานี	Index Living Mall
28	ขอนแก่น	ขอนแก่น	Index Living Mall
29	นครราชสีมา	นครราชสีมา	Index Living Mall
30	สุรินทร์	สุรินทร์	Index Living Mall
ภาคเหนือ			
31	เชียงใหม่	เชียงใหม่	Index Living Mall
ภาคใต้			
32	ภูเก็ต	ภูเก็ต	Index Living Mall
33	หาดใหญ่	สงขลา	Index Living Mall
34	สุราษฎร์ธานี	สุราษฎร์ธานี	Index Living Mall
35	นครศรีธรรมราช	นครศรีธรรมราช	Index Living Mall

- 1.2 ร้าน Trend Design ได้เปิดตัวมามากกว่า 10 ปี เพื่อขยายประเภทสินค้าให้ครอบคลุมและรองรับความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ปานกลางถึงสูง (Premium Mass to Premium) จำหน่ายสินค้าเฟอร์นิเจอร์ที่มีคุณภาพสูง เรียบง่าย ในสไตล์โมเดิร์นอิตาเลียน ร้าน Trend Design จะตั้งอยู่ใน Index Living Mall 6 สาขา เป็นร้านค้าแยกตัวออกจาก Index Living Mall อย่างชัดเจนมีพื้นที่วางจำหน่ายสินค้าประมาณ 240.0 ถึง 502.0 ตารางเมตร
- 1.3 ร้าน MOMENTOUS เป็นศูนย์รวมสินค้าเฟอร์นิเจอร์จากหลากหลายแบรนด์ (Multi-brand Living Store) สไตล์อเมริกันลักซูรี่ ที่รวบรวมเฟอร์นิเจอร์ไม้จริง โคมไฟตกแต่ง และของตกแต่งบ้านมากกว่า 200 รายการ ที่นำเข้าจากแบรนด์ชั้นนำ เช่น HOOKER STANLEY เป็นต้น ตั้งอยู่ที่ชั้น 3 ของห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน มีพื้นที่ประมาณ 436 ตารางเมตร
- 1.4 ร้าน BoConcept เป็นแฟรนไชส์ร้านเฟอร์นิเจอร์สัญชาติเดนมาร์ก ภายใต้แนวคิด Urban Danish Design ที่เน้นสินค้าเฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบในสไตล์เรียบง่าย (Minimalist) BoConcept มี 1 สาขา ตั้งอยู่ที่ชั้น 3 ของห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน มีพื้นที่ประมาณ 464.0 ตารางเมตร
- 1.5 ร้าน WINNER ซึ่งเป็นร้านเฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็กภายใต้รูปแบบ COCO (Company Owned Company Operated) โดยเปิด 1 สาขาจังหวัดราชบุรี

2. การขายงานโครงการในประเทศ

การขายสินค้าสำหรับงานโครงการในประเทศของบริษัทโดยหลักจะเป็นสินค้าที่ผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Made to Order) ซึ่งมีทั้งที่เป็นสินค้าภายใต้แบรนด์บริษัทและสินค้าไม่มีแบรนด์ แบ่งเป็น

- 2.1 งานโครงการที่อยู่อาศัย (Home Project) โดยหลักคือ งานตกแต่งบ้าน คอนโดมิเนียม โรงแรม และร้านอาหาร งานผลิตบันไดเหล็กสำเร็จรูป และงานชั้นลอย ซึ่งบริการครอบคลุมถึงการผลิตและติดตั้ง โดยบริษัทได้รับความเชื่อถือจากลูกค้าอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่จำนวนมากในประเทศไทย
- 2.2 งานโครงการสำนักงาน งานเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน (Logica Project) เช่น โต๊ะทำงาน เก้าอี้ ตู้เก็บของ โซฟา ซึ่งบริการครอบคลุมถึงการผลิตและติดตั้ง โดยกลุ่มลูกค้าหลัก ได้แก่ สถาปนิก ผู้ออกแบบตกแต่ง บริษัทเอกชน โรงพยาบาล สถาบันการศึกษา หน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจขนาดกลาง

3. ตัวแทนจำหน่ายในประเทศ

บริษัทมีตัวแทนจำหน่ายมีทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ที่มีพื้นที่ตั้งแต่ประมาณ 240.0 ถึง 1,700.0 ตารางเมตร โดยตัวแทนจำหน่ายจัดจำหน่ายสินค้าแบรนด์ WINNER เป็นหลัก กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ เจ้าของบ้านในบริเวณใกล้เคียงที่ขอสินค้าที่คุ้มค่าและเรียบง่ายตามคอนเซ็ปต์ของแบรนด์ WINNER ปัจจุบันบริษัทมีตัวแทนจำหน่ายในประเทศ 24 ร้านในหัวเมืองใหญ่และหัวเมืองรอง

4. การขายช่องทางออนไลน์

ช่องทางจัดจำหน่ายทางออนไลน์ แบ่งเป็น

- 4.1 เว็บไซต์ www.indexlivingmall.com ที่รวบรวมสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของใช้ภายในบ้าน อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน และเครื่องใช้ไฟฟ้าไว้ทั้งหมดไว้ในที่เดียว และยังมี Virtual Store เพื่อรองรับการเยี่ยมชมและซื้อปิ้งออนไลน์ผ่านหน้าเว็บไซต์
- 4.2 การจำหน่ายผ่าน Line “Index Chat to Shop”, “Facebook Live” และ “Facebook Messenger” เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคชาวไทยที่นิยมใช้ Application ทาง Social Media ในการสื่อสาร เป็นอีกช่องทางจำหน่ายสินค้าออนไลน์ที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง
- 4.3 การจำหน่ายสินค้าผ่าน Marketplace และ Platform อื่นๆ เช่น Lazada, Shopee, JD Central และ NocNoc.com เพื่อให้ครอบคลุมลูกค้าออนไลน์ที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกด้วย

5. การจัดจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ

บริษัทเล็งเห็นถึงโอกาสในการเติบโตในตลาดร้านค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านในต่างประเทศ ทำให้บริษัทได้ร่วมกับผู้ประกอบการท้องถิ่นที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละประเทศในการขายสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายต่างประเทศ สามารถแบ่งได้ดังนี้

- 5.1 ร้านค้าปลีกในต่างประเทศ ในรูปแบบธุรกิจแฟรนไชส์ เป็นร้านค้าปลีกแฟรนไชส์ Index Living Mall เต็มรูปแบบ มีการบริหารงานหน้าร้านเหมือนร้านในประเทศไทย

- 5.2 รับจ้างผลิต (OEM) และการขายสินค้า (Trading) โดยบริษัทได้รับจ้างผลิตสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านตามคำสั่งซื้อ (Made to Order) ที่ไม่มีแบรนด์ให้กับลูกค้าต่างประเทศ เช่น ประเทศอเมริกา เกาหลี ญี่ปุ่น และประเทศในทวีปยุโรป เป็นต้น รวมถึงการขายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัท เช่น Index Furniture, WINNER ให้กับลูกค้าต่างประเทศอีกด้วย
- 5.3 งานโครงการ โดยบริษัทได้เริ่มขายงานโครงการในต่างประเทศตั้งแต่ปี 2559 ซึ่งประกอบด้วย งานตกแต่งที่อยู่อาศัยและงานตกแต่งสำนักงาน ทั้งในรูปแบบการซื้อสินค้าหรือการซื้อสินค้าพร้อมบริการติดตั้ง โดยบริษัทมีเครือข่ายในหลายประเทศ เช่น ผ่านหน้าร้านของเครือข่ายแฟรนไชส์ และตัวแทนจำหน่าย รวมทั้งลูกค้าติดต่อกับบริษัทโดยตรง

2.1.2 ธุรกิจการให้เช่าและให้บริการพื้นที่เช่า

บริษัทประกอบธุรกิจให้เช่าและให้บริการพื้นที่เช่าโดยบริษัทและผ่านบริษัท เดอะวอล์ค จำกัด ตามกลยุทธ์ที่จะผสมผสานจุดเด่นของธุรกิจร้านค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และธุรกิจให้เช่าพื้นที่เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาเยี่ยมชม Index Living Mall โดยแบ่งธุรกิจให้เช่าและให้บริการพื้นที่เช่าออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

- (1) **The Walk หรือคอมมูนิตีมอลล์ขนาดย่อม**
ประกอบด้วยพื้นที่ให้เช่าภายในอาคารหลายชั้น โดยบริษัทได้คัดสรรร้านค้าต่าง ๆ ที่ครบครันและตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์กลุ่มเป้าหมาย ทั้งร้าน Index Living Mall ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร คาเฟ่ ร้านค้า และธนาคาร พร้อมที่จอดรถอย่างสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ โดย ณ สิ้นปี 2563 มีสาขาทั้งสิ้น 3 สาขา ได้แก่ ราชพฤกษ์ เกตรวมมิตร และนครสวรรค์ โดยมีพื้นที่รวมประมาณ 48,000 ตารางเมตร
- (2) **Little Walk หรือคอมมูนิตีมอลล์ขนาดเล็ก**
ประกอบด้วยพื้นที่เช่าในอาคารชั้นเดียว มีจุดเด่นเรื่องความสะดวกสบายในการเข้าถึงร้านค้าทั้งแบบที่เป็น Drive-Through และมีระยะทางจากที่จอดรถไปยังร้านค้าที่สั้น โดย ณ สิ้นปี 2563 มีสาขาทั้งสิ้น 2 สาขา ได้แก่ บางนาและพญา โดยพื้นที่รวมประมาณ 8,800 ตารางเมตร
- (3) **Index Mall**
ประกอบด้วยพื้นที่ให้เช่าภายในอาคารของ Index Living Mall ในรูปแบบ Standalone ที่มีขนาดใหญ่ เพื่อเพิ่มโอกาสและดึงดูดให้คนเข้ามาเยี่ยมชมและเลือกซื้อสินค้าใน Index Living Mall โดย ณ สิ้นปี 2563 มี Index Mall ทั้งสิ้น 4 สาขา ได้แก่ บางใหญ่ พระราม 2 บางนา และชัยพฤกษ์ โดยมีพื้นที่รวมประมาณ 16,000 ตารางเมตร
- (4) **พื้นที่ให้เช่าภายใน Index Living Mall**
ประกอบด้วยพื้นที่ให้เช่าภายในอาคารของ Index Living Mall ซึ่งมีขนาดเล็กกว่า Index Mall ปัจจุบันสาขา Index Living Mall ที่มีพื้นที่ให้เช่ามีทั้งสิ้น 11 สาขา ซึ่งมีพื้นที่ให้เช่าประมาณ 108.0 ถึง 1,000.0 ตารางเมตร โดยมีพื้นที่รวมประมาณ 2,900 ตารางเมตร

บริษัทได้เพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้ โดยซื้อแฟรนไชส์ร้าน Amazon มาเปิดบริการใน The Walk สาขา เกษตรนวมินทร์ เมื่อเดือนมิถุนายน 2563 เพื่อเสริมบริการด้านเครื่องดีมในพื้นที่เช่า และเป็นการดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการภายในสาขาอีกทางหนึ่ง

2.1.3 ธุรกิจอื่น ๆ

บริษัทมีการให้บริการร้านอาหารและเครื่องดีมขนาดเล็ก ภายใต้แบรนด์ Kafé ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการอาหารว่างและเครื่องดีมสำหรับลูกค้าที่มาเลือกชมสินค้าที่ Index Living Mall ทั้งนี้ บริษัทกำลังมีแผนในการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจดังกล่าวให้ตอบโจทย์ความต้องการลูกค้ามากขึ้นในอนาคต ปัจจุบันมีร้าน Kafé อยู่ใน 12 สาขาในร้าน Index Living Mall

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

บริษัทประกอบธุรกิจในตลาดธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ที่มีการแข่งขันสูงที่มีผู้ประกอบการจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการรายเล็ก และมีผู้ประกอบการรายใหญ่เพียงไม่กี่ราย โดยทั่วไปจะแข่งขันในด้านรูปแบบฟังก์ชันการใช้งาน ราคา คุณภาพสินค้า และบริการ ผ่านแบรนด์สินค้าของผู้ประกอบการเอง โดยการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางขายหลากหลาย ทั้งร้านค้าปลีก ตัวแทนจำหน่าย งานโครงการ ออนไลน์ เป็นต้น

ผู้ประกอบการธุรกิจเฟอร์นิเจอร์รายใหญ่ในประเทศที่สำคัญมีดังนี้

- กลุ่ม SB Furniture มีแบรนด์สินค้าหลักคือ SB Furniture และ Koncept เน้นเฟอร์นิเจอร์ที่มีความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทันสมัย และเป็นฟังก์ชันหลากหลาย
- บริษัท อิคาน (ประเทศไทย) จำกัด มีแบรนด์สินค้าหลักคือ IKEA เน้นเฟอร์นิเจอร์ที่ต้องนำมาประกอบเอง (DIY)
- บริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีแบรนด์สินค้าหลักคือ MODERNFORM เน้นเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน และมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นเจ้าของโครงการ กลุ่มราชการ
- บริษัท อีสต์โคสต์เฟอร์นิเจอร์ จำกัด (มหาชน) มีแบรนด์สินค้าหลากหลาย เช่น ELEFA, Finna House, Fur Direct, Leaf เป็นต้น โดยเน้นเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้ปาร์ติเกิลบอร์ดและยางพาราเป็นหลักที่เจาะกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ ซึ่งเป็นการออกแบบและการผลิตตามคำสั่งซื้อ (Made to order) และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่
- บริษัท ชิค รีพับบลิก จำกัด (มหาชน) มีแบรนด์สินค้าหลัก ได้แก่ CHIC, RINA HEY โดยเน้นเฟอร์นิเจอร์รูปแบบหรูหรา เท่ และมีสไตล์ และมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มลูกค้าระดับกลางถึงระดับบน

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีบริษัทซึ่งบริหารงานโดยผู้บริหารและทีมงานมืออาชีพ และมีประสบการณ์มาอย่างยาวนานในธุรกิจค้าปลีก (Retail Industry) และธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน ได้มุ่งเน้นการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละแบรนด์สินค้าของบริษัทให้เป็นจุดจำของลูกค้า ด้วยสินค้าที่หลากหลายและมีคุณภาพตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์ ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งการทำการตลาดแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) ซึ่งครอบคลุมช่องทางการสื่อสารหลากหลายช่องทางทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้การสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพการบริการที่ครบวงจร ผ่านกลยุทธ์ต่าง ๆ ดังนี้

1. กลยุทธ์ในการขยายธุรกิจในประเทศไทย

1.1. การขยายสาขาใหม่

ที่ผ่านมา บริษัทมีกลยุทธ์ในการขยายธุรกิจในประเทศไทยผ่านการขยายสาขาใหม่โดยมุ่งเน้นพื้นที่ที่มีการกระจุกตัวของลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง อย่างไรก็ตาม สืบเนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยชะลอตัวและการบริโภคของภาคเอกชนและครัวเรือนมีแนวโน้มหดตัวลงต่อเนื่อง บริษัทจึงปรับกลยุทธ์โดยระงับการขยายสาขาใหม่และพิจารณาอย่างระมัดระวังเกี่ยวกับโครงการที่ต้องใช้การลงทุนสูงซึ่งจะถูกเลื่อนออกไปก่อน เพื่อรักษาสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัททำการปรับปรุงสาขาเดิมโดยเน้นเรื่องการจัดพื้นที่โซนสินค้าใหม่ จัดพื้นที่การวางและแสดงสินค้าที่น่าสนใจทดแทน รวมทั้งได้จัดกิจกรรมทางการตลาด และโปรโมชั่นที่ดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาเยี่ยมชมและเลือกซื้อสินค้าในสาขาปัจจุบันมากขึ้น ทั้งนี้ บริษัทจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบและระมัดระวังในการลงทุนเปิดสาขาใหม่ในอนาคต

1.2. การขยายธุรกิจผ่านช่องทางการขายที่เติบโต

การปิดร้าน Index Living Mall ทุกสาขาในช่วงมาตรการล็อกดาวน์ประเทศ ทำให้ช่องทางการขายหลักของบริษัทต้องหยุดชะงักไปเป็นระยะเวลาเกือบสองเดือน บริษัทจึงพลิกวิกฤตเป็นโอกาสในการขยายตลาดและกลุ่มลูกค้าผ่านช่องทางการขายทางออนไลน์โดยทันที ซึ่งบริษัทได้ระดมกำลังพนักงานจากสาขาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาระบบและทำงานสนับสนุนช่องทางขายออนไลน์ให้สามารถตอบสนองคำสั่งซื้อของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ที่ดี สะดวกและรวดเร็ว ผ่านทั้งเว็บไซต์ www.indexlivingmall.com เว็บไซต์ Marketplace และ Platform ชื่อนำ และช่องทางขาย Social Media ให้ครบทุกช่องทางออนไลน์ ทำให้ยอดขายออนไลน์เติบโตเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ทั้งนี้ บริษัทได้วางกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ เพื่อจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าของบริษัทและเจาะกลุ่มลูกค้าออนไลน์ใหม่อย่างต่อเนื่อง บริษัทยังเสริมศักยภาพความแข็งแกร่งในการขยายตลาดออนไลน์ โดยร่วมมือกับ NocNoc.com ผู้นำแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ หมวดวัสดุก่อสร้างและสินค้าตกแต่งบ้าน เพื่อเสริมศักยภาพของบริษัทบนแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ในกลุ่มสินค้า Home Living และสนับสนุนการเติบโตของยอดขายออนไลน์

1.3. การขยายธุรกิจผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรเชิงกลยุทธ์

บริษัทเล็งเห็นช่องทางในการขยายธุรกิจผ่านการขยายความร่วมมือทางธุรกิจกับพันธมิตรที่แข็งแกร่ง เพื่อขยายรูปแบบธุรกิจที่ได้พัฒนาขึ้นมาโดยไม่ต้องลงทุนเปิดสาขา Standalone เอง เช่น YOUNIQUE แบรนดเฟอร์นิเจอร์สั่งตัด ที่บริษัทได้ใช้กลยุทธ์ในการร่วมมือกับพันธมิตร เช่น SCG (ผู้นำด้าน Innovative House) และ บริษัท บุญถาวรเชรามิค จำกัด (ผู้นำธุรกิจศูนย์รวมสินค้าวัสดุตกแต่ง กระเบื้อง สุขภัณฑ์ ห้องน้ำ ห้องครัว และของแต่งบ้าน) ในการเปิดโชว์รูม "Younique Customized Furniture นวัตกรรมเฟอร์นิเจอร์สั่งตัดตามใจคุณ" ในอาคาร SCG Experience และร้านบุญถาวร ตามลำดับ ซึ่งมีโอกาสในการขยายการเปิดโชว์รูมไปยังสาขาอื่นๆ ในอนาคต นอกจากนี้ บริษัทยังได้ร่วมมือกับบริษัท แลนด์ ไสม (ประเทศไทย) จำกัด ศูนย์รับสร้างบ้านอันดับ 1 ของประเทศไทย เพื่อสร้างโอกาสขยายฐานลูกค้าของ Younique เจาะกลุ่มลูกค้าที่กำลังสร้างบ้านใหม่ ซึ่งมีความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งและมีการกำลังซื้อสูง

2. กลยุทธ์ในการขยายธุรกิจในตลาดต่างประเทศ

บริษัทมุ่งเน้นที่จะดำเนินการร่วมกับคู่ค้าเดิมในประเทศนั้น ๆ ในการแสวงหาโอกาสในการขยายสาขาใหม่ ๆ ในพื้นที่ยุทธศาสตร์ และพัฒนาการดำเนินการร่วมกันในการบริหารงานเพื่อการเติบโตที่ยั่งยืนและมั่นคง รวมถึงแสวงหาคู่ค้าในประเทศใหม่ๆ โดยเฉพาะประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่บริษัทมองเห็นถึงศักยภาพการเติบโตทั้งด้านเศรษฐกิจมหภาค และธุรกิจค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์ เช่น ประเทศเวียดนาม ประเทศเมียนมาร์ ประเทศอินโดนีเซีย เป็นต้น บริษัทยังได้โอกาสในการขยายธุรกิจในส่วนของการรับจ้างผลิต สินค้า (OEM) ให้ลูกค้าจากประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นผลจากการกีดกันทางการค้าของสหรัฐอเมริกาที่มีต่อประเทศจีน (Trade War)

3. กลยุทธ์ในการผลิตและพัฒนาสินค้าและนวัตกรรมใหม่

จากการเศรษฐกิจที่ชะลอตัว บริษัทจึงพิจารณาปรับแผนการพัฒนาสินค้า และสรรหาลูกค้าใหม่เพื่อให้รองรับกำลังซื้อของผู้บริโภคที่หดลงและมีความระมัดระวังในการจับจ่ายมากขึ้น โดยหันไปเน้นสินค้าที่มีระดับราคาย่อมเยา และปรับ Product Assortment ที่จำเป็นและตรงกับความต้องการของลูกค้าและตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มสินค้า Home Office, Kitchen และสินค้าตกแต่งบ้านเพื่อปรับปรุงและจัดระเบียบภายในบ้าน ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่สัดส่วนการยอดขายดีในช่วงล็อกดาวน์ประเทศไทย

บริษัทยังให้ความสำคัญในการรักษาสมดุลระหว่างฐานลูกค้าเดิม และดึงดูดลูกค้าใหม่ๆ ให้มาเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าของบริษัท ตามที่ความต้องการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา บริษัทจึงต้องพัฒนาสินค้าให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและตอบใจอย่างตรงจุด การพัฒนาสินค้าให้มีนวัตกรรมและความแตกต่างจากคู่แข่งที่มีฟังก์ชันการใช้งาน และดีไซน์ที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ให้ทันกับแนวโน้มในอนาคต โดยทีมพัฒนาสินค้า (Product Development) ร่วมกับทีมการตลาดในการศึกษาแนวโน้มตลาดเฟอร์นิเจอร์ทั้งในและต่างประเทศ และไลฟ์สไตล์ที่คาดว่าจะเป็นในอนาคต รวมถึงร่วมกับทีมพาณิชย์ออนไลน์และค้าส่ง (Commercial) ที่เป็นผู้ดูแลการดำเนินการร้านค้าของบริษัทที่จะเป็นผู้รู้จักพฤติกรรมของลูกค้าปัจจุบันของบริษัทดีที่สุดจากการรับฟังผลตอบรับของลูกค้าเพื่อนำมาเป็นข้อมูลประกอบในการออกแบบและจัดหาสินค้าใหม่ รวมถึงทีมการตลาดจะดำเนินการทำแผนการตลาดรองรับสินค้าใหม่ให้ตรงตามแนวคิดที่วางไว้ และติดตามสถานการณ์ทางตลาดอย่างใกล้ชิดให้สามารถปรับเปลี่ยนแผนอย่างทันทั่วถึง

นอกจากนี้ บริษัทมุ่งเน้นการบริหารต้นทุนในการผลิตสินค้าผ่านการปรับปรุงประสิทธิภาพของโรงงานผลิตในเครือ แสวงหาเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในต้นทุนที่ต่ำ สามารถแข่งขันได้ เนื่องจากธุรกิจเฟอร์นิเจอร์จัดเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันทางด้านราคาสูงจากผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ทั่วโลก เช่น ผู้ผลิตในประเทศจีน และประเทศเวียดนาม ดังนั้น บริษัทมีแผนที่จะปรับสายการผลิตให้เป็น Automate มากขึ้น โดยการเพิ่มประสิทธิภาพของเครื่องจักรโดยการพัฒนาซอฟต์แวร์ และซื้อเครื่องจักรใหม่ที่สามารถปรับเปลี่ยนประเภทการผลิตทำให้ลดปริมาณการผลิตขั้นต่ำ ส่งผลให้บริษัทสามารถจัดการวัตถุดิบและสินค้าคงคลังให้อยู่ในระดับที่ลดลง

4. กลยุทธ์ในการขายและบริการ

จากความกังวลการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) ในปัจจุบัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นการเข้าใช้บริการการเลือกซื้อสินค้าภายในห้างค้าปลีกต่างๆ บริษัทได้ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านสุขภาพของลูกค้า ที่มาเลือกซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์ ของใช้ และของตกแต่งบ้าน หรือมาใช้บริการต่างๆ ภายใน Index Living Mall, The Walk และ Little Walk ทุกสาขาทั่วประเทศ เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้อย่างไร้ความกังวลและไม่ได้รับผลกระทบด้านสุขภาพ เน้นการทำความสะอาดฆ่าเชื้อโรคในพื้นที่ต่างๆ พร้อมกำชับพนักงานสวมหน้ากากป้องกันขณะให้บริการแก่ลูกค้า

ในเรื่องของการขายและบริการทั้งจากหน้าร้านสำหรับลูกค้าปลีก และลูกค้าโครงการ บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาพนักงานขายและพนักงานในกลุ่มที่ให้บริการตรงกับลูกค้า โดยได้จัดอบรมพนักงานปฏิบัติงานตามนโยบายการบริหารจัดการการขายและการบริการข้อมูลรายละเอียดสินค้าที่หลากหลายเพื่อนำเสนอให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อให้มั่นใจว่าผู้บริโภคจะได้รับบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันจากพนักงานปฏิบัติงานในทุกสาขา นอกจากนี้ บริษัทยังจัดโครงสร้างค่าตอบแทนให้อ้างอิงกับผลการขาย และการประเมินคุณภาพการบริการเพื่อเป็นแรงกระตุ้นในการทำงานให้กับพนักงานอีกด้วย

ทั้งนี้ การจัดอบรมให้กับพนักงานขายและพนักงานติดตั้งของบริษัทประกอบไปด้วย (1) การฝึกอบรมพนักงานใหม่ (Orientation Program) เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจหน้าที่และความรับผิดชอบ รวมไปถึงแนวทางในการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละตำแหน่งได้อย่างเหมาะสม (2) การฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ (3) การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะการทำงานให้กับพนักงานปัจจุบัน (Functional & Soft Skill Training) ซึ่งจะเป็นหลักสูตรตามแต่ละสายงานเพื่อให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (4) การฝึกอบรมบทบาทของการเป็นหัวหน้างาน (Leadership Development Program) ให้กับพนักงานในระดับหัวหน้างาน เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานมีความรู้ความเข้าใจ และทักษะในการเป็นผู้นำที่เหมาะสม และ (5) แผนการพัฒนาบุคลากรให้กับผู้รับแฟรนไชส์และตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ เพื่อให้มีคุณภาพได้มาตรฐานกับเดียวสาขาของบริษัท

5. กลยุทธ์ในการกำหนดราคาสินค้าและการปรับราคาสินค้า

การกำหนดราคาสินค้าจะคำนึงถึงต้นทุนสินค้า ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ตำแหน่งของเครื่องหมายการค้า (Brand Positioning) และราคาตลาดของสินค้าที่ใกล้เคียงกันเป็นหลัก ทั้งนี้ หากเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ บริษัทจะคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาษีนำเข้า ค่าขนส่ง เป็นต้น มาประกอบในการกำหนดราคาสินค้า ทั้งนี้ การกำหนดราคาสินค้าสำหรับแต่ละช่องทางทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศจะจัดทำโดยทีมที่รับผิดชอบการขายในแต่ละช่องทาง โดยจะอ้างอิงราคากลางที่ขายในร้าน Index Living Mall เป็นหลัก และจะมีการให้ส่วนลดหรือรายการส่งเสริมการขายตามนโยบายของผู้บริหารเพื่อให้ราคาเหมาะสมกับภาพลักษณ์และประเภทของสินค้าซึ่งตอบโจทย์แต่ละกลุ่มลูกค้าและเป็นที่แข่งขันได้ในตลาด นอกจากนี้ บริษัทยังมีการติดตามยอดขายและผลตอบรับของลูกค้าต่อสินค้าต่าง ๆ ที่วางขาย และมีการพิจารณาราคาย่อยอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ บริษัทมีแผนการตลาดที่กำหนดการจัดโปรโมชั่นในแต่ละช่วงเวลาที่เหมาะสม รวมถึงการจัดการลดราคาพิเศษ (Clearance) สำหรับสินค้าที่เคลื่อนไหว

ช้า (Slow-moving Stock) และสินค้าที่จะไม่มีการจัดซื้อหรือผลิตอีก นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญในการบริหารการสั่งซื้อสินค้าให้สินค้ามีต้นทุนที่เหมาะสม และปริมาณสินค้าเพียงพอต่อการขาย รวมทั้งบริหารจัดการด้านสินค้าคงคลังอย่างใกล้ชิด เพื่อลดระดับสินค้าคงคลังให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมผ่านมาตรการต่างๆ ซึ่งช่วยลดปัญหาสินค้า Slow Movement และสร้างสภาพคล่องให้กับบริษัทได้อย่างมีนัยสำคัญ

6. กลยุทธ์ทางการตลาดและการส่งเสริมการขาย

บริษัทมีนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างให้แบรนด์ Index Living Mall และแบรนด์สินค้าต่าง ๆ ของบริษัทให้เป็นที่จดจำของประชาชนทั่วไปตามเอกลักษณ์ที่บริษัทมุ่งหมาย รวมทั้งสร้างความต้องการในการซื้อสินค้าของบริษัท ดังนั้น บริษัทได้ทุ่มเทในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาเยี่ยมชมร้านและซื้อสินค้าทั้งออนไลน์และออฟไลน์ หรือเชื่อมโยงจากออนไลน์ให้ลูกค้ามาซื้อต่อที่สาขา โดยการสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้าสัมผัสจริง ได้ประสบการณ์จึงบอกต่อ จึงใช้ต่อ จึงกลับมาใช้ซ้ำ และกลับมาซื้อซ้ำ รวมถึงการสื่อสารทางการตลาดผ่านช่องทางต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับแต่ละกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในช่องทางนั้น ๆ มากที่สุด

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

2.3.1 ธุรกิจจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ ของใช้ภายในบ้าน อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน และเครื่องใช้ไฟฟ้า

การจัดหาสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านเพื่อวางขายในร้านค้าปลีกของบริษัท บริษัทจะดำเนินการตั้งแต่การประมาณการยอดขายของปีถัดไปในช่วงเดือนสิงหาคม-กันยายนของทุกปี โดยคำนึงถึงปัจจัย ดังนี้ (1) ยอดขายย้อนหลังในช่วง 1 ถึง 2 ปี ที่ผ่านมา (2) อัตราการเติบโต (3) รายการส่งเสริมการขายในปีนั้น ๆ และ (4) ภาวะเศรษฐกิจและแนวโน้มความต้องการใช้เฟอร์นิเจอร์และการค้าปลีก เพื่อวางแผนจำนวนและเวลาในการสั่งซื้อสินค้ากับโรงงานผลิตของบริษัทและคู่ค้าอื่น ๆ และบริษัท จะมีการทบทวนแผนการสั่งซื้อทุกเดือน และจะสั่งซื้อล่วงหน้ากับคู่ค้าตามระยะเวลาการผลิตและจัดส่ง (Lead Time) และปริมาณการสั่งซื้อขั้นต่ำ (Minimum Order Quantity) ตามที่คู่ค้ากำหนด

นอกจากนี้ บริษัทได้แบ่งประเภทสินค้าออกเป็น 4 ช่วงเวลาหลัก ได้แก่ ช่วง Summer ในระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนกรกฎาคม ช่วง Fall ในระหว่างเดือนสิงหาคมถึงเดือนตุลาคม ช่วง Festive ในระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนธันวาคม และช่วง Spring ในระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคมของทุกปี โดยทีมบริหารสินค้า (Trading) ทีมพัฒนาสินค้า (Product Development) และทีมการตลาดจะร่วมกันวางแผนการจัดหาสินค้าใหม่ทุกสิ้นฤดูกาลนั้น ๆ ซึ่งหากเป็นการจัดหาสินค้าใหม่ บริษัทจะใช้เวลาประมาณ 4 ถึง 6 เดือน ตั้งแต่ศึกษาความต้องการจนถึงการผลิตสินค้า

โรงงานผลิตและกำลังการผลิต

บริษัทมีโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท อินเด็กซ์ อินเตอร์เฟิร์น จำกัด (IDF) ตั้งอยู่ที่บริเวณมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งมีเนื้อที่โรงงานประมาณ 160,000 ตารางเมตร และมีพนักงาน 1,262 คน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ทั้งนี้ สินค้าหลักที่ผลิตจากโรงงาน ได้แก่ (1) เฟอร์นิเจอร์สำหรับบ้าน เช่น ตู้เสื้อผ้า เตียงนอน ตู้โฮมเอ็นเตอร์เทนเมนต์ ตู้วางของและตู้เก็บของ และโต๊ะที่ผลิตจากไม้ปาร์ติเกิลบอร์ด และแผ่นใยไม้อัดความหนาแน่นปานกลางที่ปิดผิวโดยวัสดุตามความต้องการของลูกค้า และโซฟา (2) เฟอร์นิเจอร์บิวท์อิน (3) เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน (4) ชุดเครื่องครัว (5) เฟอร์นิเจอร์ที่มีเหล็กเป็นส่วนประกอบ

เช่น แก้ว บันไดสำเร็จรูป และ (6) ที่นอน ซึ่ง ณ ปัจจุบัน โรงงานผลิตของบริษัทยังมีการผลิตที่เพียงพอสำหรับการรองรับแผนการเติบโตในอนาคต โดยมีกำลังการผลิตสูงสุด ปริมาณการผลิตจริง และอัตราการใช้กำลังการผลิต ซึ่งเป็นอัตราเฉลี่ยต่อเดือนดังนี้

ลำดับ	รายการ	กำลังการผลิตสูงสุด	ปริมาณการผลิตจริง	อัตราการใช้กำลังการผลิต
เฟอร์นิเจอร์สำหรับบ้าน				
1	ตู้เสื้อผ้า	8,000 ชิ้น	3,738 ชิ้น	ร้อยละ 47
2	เตียงนอน	8,000 ชิ้น	5,106 ชิ้น	ร้อยละ 64
3	ตู้โฮมเอ็นเตอร์เทนเมนต์	12,000 ชิ้น	2,485 ชิ้น	ร้อยละ 21
4	ตู้วางของและตู้เก็บของ	12,000 ชิ้น	13,056 ชิ้น	ร้อยละ 109
5	โต๊ะ	6,000 ชิ้น	3,232 ชิ้น	ร้อยละ 54
6	โต๊ะไม้	8,000 ชิ้น	5,299 ชิ้น	ร้อยละ 66
7	โซฟา	2,000 ชิ้น	1,837 ชิ้น	ร้อยละ 92
เฟอร์นิเจอร์บิวท์อิน				
8	เฟอร์นิเจอร์บิวท์อิน	4,200 ชุด	708 ชิ้น	ร้อยละ 17
เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน				
9	โต๊ะทำงาน	4,000 ชิ้น	1,196 ชิ้น	ร้อยละ 30
10	ตู้เก็บของ	5,200 ชิ้น	1,490 ชิ้น	ร้อยละ 29
11	แผงกัน	500 ชิ้น	141 ชิ้น	ร้อยละ 28
ชุดเครื่องครัว				
12	ชุดเครื่องครัว	8,000 ชิ้น	4,615 ชิ้น	ร้อยละ 58
เฟอร์นิเจอร์ที่มีเหล็กเป็นส่วนประกอบ				
13	เก้าอี้	7,000 ชิ้น	2,269 ชิ้น	ร้อยละ 32
14	บันไดสำเร็จรูป	200 ชิ้น	248 ชิ้น	ร้อยละ 124
ที่นอน				
16	ที่นอน	4,000 ชิ้น	2,577 ชิ้น	ร้อยละ 64

หมายเหตุ: กำลังการผลิตสูงสุดคำนวณจากกำลังการผลิตสูงสุดต่อเดือนสำหรับการทำงาน 3 กะเวลาต่อวัน และโรงงานเปิดดำเนินการ 6 วันต่อสัปดาห์ ทั้งนี้ กำลังการผลิตสูงสุดปี 2563 ลดลงจากปี 2562 ประมาณร้อยละ 65 เนื่องจากโรงงานได้ดำเนินการจัดไลน์ผลิตใหม่ ลดจำนวนไลน์การผลิต รวมถึงได้จำหน่ายเครื่องจักรเก่าบางส่วนออกไป และซื้อเครื่องจักรใหม่เพื่อเปลี่ยนการผลิตมาเป็นแบบอัตโนมัติมากขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนการผลิตลง โดยปัจจุบันโรงงานผลิตได้ลดจำนวนลงเหลือ 3 โรงผลิต จากเดิมที่มี 7 โรงผลิต

ในปี 2563 บริษัทได้ปรับปรุงกระบวนการผลิตทางโรงงาน โดยได้มีการนำนวัตกรรมเครื่องจักรใหม่จากประเทศเยอรมนีที่เป็นเทคโนโลยี Fully Automation เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต และสามารถผลิตสินค้าล็อตเล็กลง (Small Batch Size)

การจัดการวัตถุดิบ

การจัดซื้อวัตถุดิบจะจัดทำโดยฝ่ายจัดซื้อของโรงงาน ซึ่งจะจัดหาวัตถุดิบตามจำนวนการสั่งซื้อสินค้าจากฝ่ายจัดซื้อของบริษัท โดยที่จะพิจารณาจากยอดการสั่งซื้อสินค้านั้น ๆ ล่วงหน้า 1 เดือน สินค้าคงคลังในศูนย์กระจายสินค้าและแผนการผลิตของโรงงาน พร้อมกับการทบทวนแผนการผลิตเป็นประจำทุก ๆ สัปดาห์ ทั้งนี้ ตามนโยบายของบริษัทและโรงงาน การคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบจะต้องมีการเปรียบเทียบคู่ค้า 2 ถึง 3 ราย โดยพิจารณาจากปัจจัยหลัก ๆ เช่น คุณภาพวัตถุดิบ ความ

ตรงต่อเวลา ราคา และเงื่อนไขการจ่ายเงิน เป็นต้น ทั้งนี้ ในกรณีที่วัตถุดิบมีคุณลักษณะพิเศษที่บริษัทอาจไม่สามารถหาผู้เทียบได้ บริษัทจะมีการต่อรองราคากับผู้ขายดังกล่าวโดยอ้างอิงจากราคาที่บริษัทเคยซื้อหรือราคาตลาดของวัตถุดิบที่ใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ เพื่อให้เชื่อมั่นว่าวัตถุดิบมีคุณภาพและปริมาณตรงตามการสั่งซื้อ ฝ่ายคลังวัตถุดิบจะตรวจนับจำนวนวัตถุดิบที่สั่งซื้อ และฝ่ายรับประกันคุณภาพจะทำการสุ่มตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบดังกล่าวตามมาตรฐาน MIL STD-105E ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลในการตรวจสอบ

สำหรับสินค้าที่ผลิตโดยโรงงานของบริษัทต้นทุนวัตถุดิบจัดเป็นสัดส่วนที่สำคัญที่สุดของต้นทุนขายของบริษัท โดยต้นทุนวัตถุดิบคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 67.5 ของต้นทุนขายสำหรับสินค้าที่ผลิตจาก IDF สำหรับบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 ทั้งนี้ วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต ได้แก่ ไม้ปาร์ติเกิลบอร์ดและแผ่นใยไม้อัดความหนาแน่นปานกลาง (MDF) ขอบ เหล็ก กระจก วัสดุปิดผิว หนัง ผ้า และอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ (Fitting) เช่น มือจับ บานพับ สปริง รางลิ้นชัก เป็นต้น ทั้งนี้ วัตถุดิบดังกล่าวโดยหลักสามารถจัดหาได้ทั่วไปจากผู้จัดหาวัตถุดิบหลายรายทั้งในประเทศและต่างประเทศ สำหรับบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 10.8 ของยอดซื้อวัตถุดิบของ IDF ซึ่งจะชำระค่าสินค้าเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐเป็นหลัก

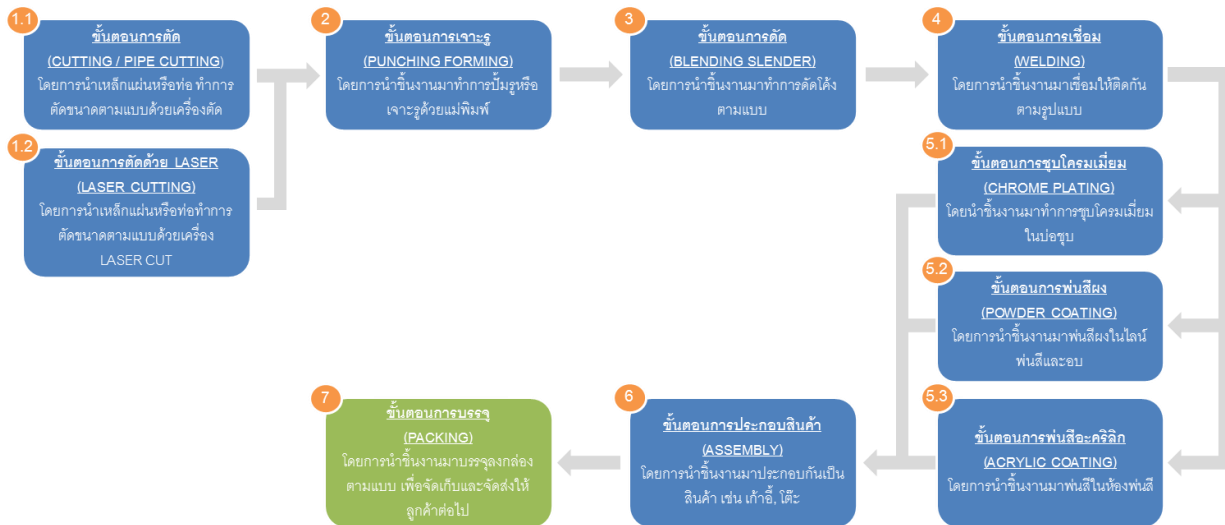
นอกจากนี้ ยอดการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดหาวัตถุดิบ 10 รายแรกเท่ากับร้อยละ 44.4 ของมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบเพื่อผลิตสินค้าจากโรงงานของบริษัทสำหรับบัญชี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 นอกจากนี้ บริษัทไม่มีการพึ่งพิงผู้จัดหาวัตถุดิบรายใดรายหนึ่งมากกว่าร้อยละ 30.0 ของมูลค่าการสั่งซื้อตามงบการเงินรวม รวมทั้งบริษัทได้รักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้จัดหาวัตถุดิบหลักมาเป็นระยะเวลายาวนานและหลายรายเพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบที่อาจเกิดขึ้น และ/หรือ การปรับขึ้นของราคาอย่างมีนัยสำคัญ ลดการหยุดชะงักในกระบวนการผลิต และ/หรือ การปรับตัวขึ้นของราคาวัตถุดิบอย่างมีนัยสำคัญ

กระบวนการผลิต

กระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์จากไม้ปาร์ติเกิลบอร์ด และแผ่นใยไม้อัดความหนาแน่นปานกลาง (MDF)



กระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์หลัก



การจัดหาสินค้าจากผู้ขายหรือผู้ผลิตภายนอก

สินค้าที่ซื้อจากผู้ขายหรือผู้ผลิตจะเป็นทั้งสินค้าที่บริษัทออกแบบเอง และสินค้าที่เป็นแบบหรือลิขสิทธิ์ของผู้ผลิต ซึ่งโดยหลักจะเป็นสินค้าของตกแต่งบ้าน และเครื่องใช้ไฟฟ้าภายใต้แบรนด์ของบริษัท ทั้งนี้ ทีมพัฒนาสินค้าจะดำเนินการคัดเลือกผู้ผลิตสินค้าโดยการเปรียบเทียบกันอย่างน้อย 3 ราย ตามปัจจัยหลัก ๆ ดังนี้ (1) คุณภาพสินค้า (2) ต้นทุนการผลิต (3) ปริมาณการสั่งซื้อขั้นต่ำ (4) ความน่าเชื่อถือ และ (5) ศักยภาพในการเป็นผู้ผลิตหลักในระยะยาว ซึ่งในบางกรณีที่บริษัทจะมีการเปรียบเทียบน้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนดก็ต่อเมื่อสินค้าต้องใช้วัตถุดิบเฉพาะทางและคุณลักษณะพิเศษ สินค้าที่เป็นแบบหรือลิขสิทธิ์ของผู้ผลิต และสินค้าที่มีการซื้อเพิ่ม (Repeat Order) จากผู้ขายหรือผู้ผลิตที่มีการเปรียบเทียบแล้ว ทั้งนี้ ทีมตรวจสอบคุณภาพจะมีการสุ่มตรวจสอบสินค้าในทุกคำสั่งซื้อ รวมถึงร่วมกับทีมพัฒนาสินค้า ทีมบริหารสินค้า (Trading) ทีมวางแผนการจัดหาสินค้า และทีมนำเข้า (Import) จะร่วมกันประเมินผลงานของผู้ขายหรือผู้ผลิตเป็นประจำทุกปีเพื่อพิจารณาว่าจะต้องมีการพัฒนาในส่วนใด และว่าจ้างผู้ขายหรือผู้ผลิตรายดังกล่าวต่อไปหรือไม่

การจัดหาสินค้าจากบริษัทเจ้าของแบรนด์สินค้า

การจัดหาสินค้าจากบริษัทเจ้าของแบรนด์สินค้าสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การซื้อขาย และการฝากขาย (Consignment) ทั้งนี้ สำหรับสินค้าเฟอร์นิเจอร์แบรนด์ BoConcept และสินค้าเฟอร์นิเจอร์ที่จัดจำหน่ายในร้าน MOMENTOUS อย่างเช่น แบรนด์ HOOKER และแบรนด์ STANLEY เป็นต้น บริษัทจะนำเข้าสินค้าโดยตรงจากเจ้าของแบรนด์สินค้าซึ่งจะเป็นการซื้อขายสินค้าตามราคากลางที่กำหนด ซึ่งบริษัทจะชำระค่าสินค้าเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐเป็นหลัก โดยบริษัทจะเลือกสินค้าจากแคตตาล็อกสินค้าของแบรนด์นั้น ๆ โดยคำนึงถึงแนวโน้มความต้องการของลูกค้า เช่นเดียวกันกับ สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าของแบรนด์ชั้นนำต่าง ๆ ที่จะเป็นการซื้อขาดจากตัวแทนขายสินค้าของแต่ละแบรนด์สินค้าในประเทศไทย

สินค้าฝากขายโดยหลักที่จำหน่ายในร้านค้าปลีกของบริษัท เช่น ที่นอน เครื่องนอน พรม และวอลเปเปอร์ เป็นต้น โดยบริษัทจะได้รับค่าตอบแทนเป็นสัดส่วนของยอดขาย (Gross Sales) การได้รับค่าตอบแทนการขาย (Rebate Fee) และการสนับสนุนอื่น ๆ ตามที่ตกลงกันกับคู่ค้าแต่ละราย ทั้งนี้ การสั่งซื้อหรือเติมสินค้าจะมีการหารือกันระหว่างบริษัทและคู่ค้า อย่างไรก็ตาม หากสินค้านี้ดังกล่าวเป็นการหมุนเวียนซ้ำกว่าเป้าหมายที่บริษัทวางไว้ บริษัทจะส่งคืนสินค้าฝากขายคืนให้กับคู่ค้าทันที

ยอดการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ขายหรือผู้ผลิตภายนอก 10 รายแรกเท่ากับร้อยละ 27.4 ของมูลค่าการสั่งซื้อสินค้าของบริษัท อินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ จำกัด (มหาชน) สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563

นอกจากนี้ บริษัทสั่งซื้อสินค้าจากผู้ขายหรือผู้ผลิตภายนอกจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 13.7 ของยอดการสั่งซื้อสินค้าของบริษัท อินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ จำกัด (มหาชน) สำหรับปีบัญชี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 ทั้งนี้ บริษัทนำเข้าสินค้าดังกล่าวจากประเทศจีน ซึ่งจะชำระค่าสินค้าเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐเป็นหลัก

การตรวจสอบสินค้า การจัดเก็บและกระจายสินค้า

ในปัจจุบันบริษัทมีศูนย์กระจายสินค้าทั้งหมด 3 แห่ง ได้แก่ ศูนย์กระจายสินค้าบางบอน ศูนย์กระจายสินค้าเอกชัย และศูนย์กระจายสินค้าบางกระดี ซึ่งมีเนื้อที่เก็บสินค้ารวมประมาณ 110,870 ตารางเมตร โดยศูนย์กระจายสินค้าบางบอนและบางกระดีเป็นศูนย์กระจายสินค้าหลักที่กระจายสินค้าให้กับสาขาร้านค้าปลีกของบริษัททั่วประเทศไทย รวมถึงลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากสาขาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ยกเว้นนครปฐม) และศูนย์กระจายสินค้าเอกชัยเป็นที่จัดเก็บสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อจัดส่งให้สาขาร้านค้าปลีก และสินค้าสำรองเพื่อจัดส่งให้กับศูนย์กระจายสินค้าบางบอนต่อไป บริษัทได้มีการจัดหาอุปกรณ์ในการควบคุม ติดตาม และขนย้ายสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐาน พร้อมกับพัฒนาบุคลากร และกระบวนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าที่รับเข้าศูนย์กระจายสินค้ามีปริมาณและคุณภาพตรงตามคำสั่งซื้อโดยการตรวจสอบสินค้าทุกชิ้นสำหรับสินค้าที่แตกหักเสียหายง่ายและสุ่มตรวจสำหรับสินค้าอื่น ๆ ทั้งนี้ บริษัทมีการจัดเก็บสินค้าอย่างมีระบบทำให้สินค้าเสียหายและสูญหายน้อยที่สุด รวมถึงการจัดส่งสินค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว โดยบริษัทมีการกำหนดอัตราสูญเสียขั้นต่ำที่รับได้เท่ากับร้อยละ 0.04 ของจำนวนสินค้าที่จัดเก็บในศูนย์กระจายสินค้าทั้งหมด

นอกจากนี้ กระบวนการจัดส่งสินค้าจะแบ่งออกเป็น 2 แบบ ได้แก่ (1) การจัดส่งและติดตั้งสินค้าโดยศูนย์กระจายสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง จะดำเนินการสำหรับลูกค้าของร้านค้า Index Living Mall ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ยกเว้นสาขานครปฐม) และ (2) การจัดส่งและติดตั้งสินค้าโดยสาขาของบริษัทสำหรับสาขาในจังหวัดอื่น ๆ แต่ละรอบ บริษัทจะมีการวางแผนการเดินทางให้สามารถจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าในจำนวนที่เหมาะสมและประสิทธิภาพมากที่สุด โดยจะคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น เวลาการจัดส่งที่ลูกค้ากำหนด สถานที่ เส้นทางเดินทาง และระยะเวลาในการติดตั้ง เป็นต้น นอกจากนี้ การติดตั้งสินค้าให้กับลูกค้าจะทำโดยทีมงานมืออาชีพที่ได้รับการอบรมจากบริษัท ทำให้การติดตั้งเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและมีข้อบกพร่องน้อย

การบริหารสินค้าหน้าร้าน

ร้านค้าปลีกของบริษัทจะเก็บสินค้าภายในร้านค้าตามประเภทและจำนวนที่แตกต่างกันออกไป โดยจำนวนสินค้าสำหรับสาขาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ยกเว้นสาขานครปฐม) จะน้อยกว่าในสาขาอื่น ๆ และมักจะเป็นสินค้าของตกแต่งบ้าน เนื่องจาก สินค้าเฟอร์นิเจอร์ และอื่น ๆ จะจัดส่งจากศูนย์กระจายสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง นอกจากนี้ บริษัทมีระบบควบคุมการเติมสินค้าไปยังหน้าร้านโดยคำนึงถึงยอดขายเฉลี่ยย้อนหลังในอดีต

ทั้งนี้ ร้าน Index Living Mall อาจมีการโอนย้ายสินค้าระหว่างสาขาหากเป็นกรณีเร่งด่วนหรือจำเป็นเท่านั้น เช่น กรณีที่สาขาใดสาขาหนึ่งมีสินค้าที่มีจำนวนน้อยหรือขาดเป็นพิเศษ ก็จะขอโอนสินค้าดังกล่าวจากสาขาที่มีสินค้าจำนวนมาก การโอนสินค้ากลับศูนย์กระจายสินค้าในกรณีที่หมดช่วงโปรโมชัน และสินค้าชำรุด เป็นต้น และการส่งคืนสินค้ากลับผู้ขายในกรณีที่หมดช่วงโปรโมชัน สินค้ายกเลิกการขาย เปลี่ยนแปลง หรือชำรุด

2.3.2 ธุรกิจการให้เช่าและให้บริการพื้นที่เช่า

การจัดหาพื้นที่ และพัฒนาโครงการ

ปัจจัยหลักที่บริษัทพิจารณาในการหาพื้นที่ตั้งของคอมมูนิตี้มอลล์ ได้แก่ ความหนาแน่นและกำลังการซื้อของประชากร จำนวนห้างสรรพสินค้าและคอมมูนิตี้มอลล์ในบริเวณใกล้เคียง และความสะดวกในการเดินทางและการเข้าถึงร้านค้า รวมถึงวิเคราะห์พฤติกรรมกรจบบ้างใช้สอยของลูกค้าเพื่อให้สามารถออกแบบแปลนอาคารและโซนร้านค้าให้ตอบโจทย์ของความต้องการของลูกค้าได้

ภายหลังจากที่ได้มีการวางแผนและออกแบบอาคารแล้วนั้น บริษัทจะคัดเลือกผู้รับเหมามาตามนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง การก่อสร้าง โดยเปรียบเทียบคุณสมบัติของผู้รับเหมาโดยคำนึงถึงปัจจัยหลัก ได้แก่ คุณภาพ ราคา ระยะเวลาในการส่งมอบงาน และความน่าเชื่อถือ ทั้งนี้ เพื่อให้การก่อสร้างตรงต่อเวลาและเป็นไปตามแผนและเงินลงทุนที่ประมาณการไว้ บริษัทดำเนินการติดตามอย่างสม่ำเสมอโดยฝ่ายก่อสร้างกำกับดูแล โดยบริษัทจะใช้เวลาประมาณ 12 ถึง 18 เดือน ในการจัดหาพื้นที่จนกระทั่งพัฒนาโครงการแล้วเสร็จ

การจัดหาผู้เช่าพื้นที่

ในระยะแรกของการวางแผนการสร้างร้าน Index Living Mall หรือคอมมูนิตี้มอลล์ บริษัทจะมีการวางแผนพื้นที่เช่า ให้มีความสมดุลของพื้นที่ในสถานที่นั้น ๆ ทั้งในเรื่องของขนาดพื้นที่และประเภทธุรกิจของผู้เช่าพื้นที่ โดยบริษัทจะสำรวจความต้องการในการเช่าพื้นที่ในเบื้องต้นกับผู้ประกอบการรายเดิมที่เคยเช่าพื้นที่ในสาขาอื่น ๆ และผู้เช่ารายใหม่ที่บริษัทมองเห็นโอกาสความเป็นไปได้ ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่บริษัทพิจารณาเลือกผู้เช่าพื้นที่ ได้แก่ (1) ก่อให้เกิดการเสริมกันทางด้านธุรกิจกับร้าน Index Living Mall (2) ประเภทธุรกิจที่มีความหลากหลาย เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ และโรงเรียนสอนพิเศษ เป็นต้น นอกจากนี้ หากเป็นคอมมูนิตี้มอลล์ที่มีพื้นที่เช่าขนาดใหญ่ อย่าง The Walk และ Little Walk จะมีซูเปอร์มาร์เก็ตที่จะดึงดูดคนมาเดินในคอมมูนิตี้มอลล์ (3) ร้านค้าที่มีฐานลูกค้าที่แข็งแกร่งเพื่อเพิ่มโอกาสการอยู่รอดของร้านค้านั้น ๆ และ (4) ธุรกิจที่ดึงดูดคนมาเดินในห้าง

ทั้งนี้ บริษัทจะเริ่มเจรจาต่อรองค่าเช่า และเงื่อนไขต่าง ๆ ในสัญญาเช่าพื้นที่กับผู้เช่าแต่ละรายตั้งแต่ออกแบบโครงการ นอกจากนี้ ในช่วงระหว่างการเช่าพื้นที่บริษัทยังให้ความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และช่วยเหลือผู้เช่าทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน

การบริหารพื้นที่เช่า

การบริหารพื้นที่เช่าที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่จะช่วยรักษาผู้เช่ารายเดิม และดึงดูดผู้เช่ารายใหม่ โดยบริษัทได้ดำเนินงานจัดโซนพื้นที่เช่าให้เป็นสัดส่วนและเลือกสรรร้านค้าให้หลากหลาย และยังได้จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครบครัน ทั้งที่จอดรถ ลิฟท์ บันไดเลื่อน และห้องน้ำให้เพียงพอต่อจำนวนผู้มาใช้บริการ อีกทั้งบริษัทมีการบำรุงรักษาและปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคและอาคารอย่างสม่ำเสมอให้มีความปลอดภัยและมีสภาพที่ดีพร้อมใช้งานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงบริษัทยังได้มีการพูดคุยและสอบถามความพึงพอใจหรือคำแนะนำของผู้เช่าอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งยังมีการประชุมร่วมกับผู้เช่าเป็นประจำทุก ๆ ปี

2.4 สิทธิประโยชน์ทางภาษี

ผู้ได้รับการส่งเสริม	บริษัท อินเด็กซ์ อินเตอร์เฟิร์น จำกัด
วันที่อนุมัติให้การส่งเสริม	3 ตุลาคม 2560
วันที่ออกบัตรส่งเสริม	23 พฤษภาคม 2561
ประเภทกิจการ	ผลิตเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน และที่นอน ซึ่งเป็นการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตเพื่อการใช้พลังงานทดแทน
สาระสำคัญของสิทธิประโยชน์และเงื่อนไข	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 50 ของมูลค่าเงินลงทุนเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต โดยไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 3 ปี นับจากวันที่มีรายได้ภายหลังจากได้รับบัตรส่งเสริม (ซึ่งเงินลงทุนดังกล่าวคาดว่าจะมีมูลค่าประมาณ 123.7 ล้านบาท) - ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมซึ่งได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล - ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่คณะกรรมการฯ อนุมัติ ซึ่งจะต้องนำเข้ามาภายในวันที่ 23 พฤษภาคม 2564 - จะต้องมีทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้วไม่น้อยกว่า 960.0 ล้านบาท - ขนาดของกิจการ มีกำลังผลิต ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> • เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนปีละประมาณ 1,950,000 ชุด • ที่นอน ปีละประมาณ 60,000 ชุด (เวลาทำงาน 10 ชั่วโมง/วัน : 300 วัน/ปี) - ตั้งโรงงานในท้องที่จังหวัดสมุทรสาคร โดยต้องไม่อยู่ในเขตหวงห้ามประกาศผังเมืองรวมของจังหวัด และได้รับอนุญาตจากกระทรวงอุตสาหกรรมหรือส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ภายในระยะเวลา 15 ปี นับแต่วันเปิดดำเนินการ จะย้ายโรงงานไปตั้งในท้องที่อื่นมิได้ - คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตหรือประกอบได้จะต้องเป็นไปตามมาตรฐานสากล และหากได้มีการประกาศกำหนดมาตรฐานตามกฎหมายว่าด้วยมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแล้ว จะต้องดำเนินการให้ได้รับใบอนุญาตให้แสดงเครื่องหมายมาตรฐานจากคณะกรรมการฯ มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมด้วย

หมายเหตุ: IDF เริ่มใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีดังกล่าวแล้วตั้งแต่วันที่ 1 ปี 2562

ผู้ได้รับการส่งเสริม	บริษัท อินเด็กซ์ อินเตอร์เฟิร์น จำกัด
วันที่อนุมัติให้การส่งเสริม	14 มกราคม 2562
วันที่ออกบัตรส่งเสริม	15 มีนาคม 2562

ประเภทกิจการ	ผลิตเฟอร์นิเจอร์ เครื่องเรือน หรือชิ้นส่วนในระบบอัตโนมัติหรือหุ่นยนต์
สาระสำคัญของสิทธิประโยชน์และเงื่อนไข	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับ การส่งเสริมรวมกันไม่เกินร้อยละ 50 ของเงินลงทุนในระบบอัตโนมัติหรือหุ่นยนต์มี กำหนดเวลา 3 ปี นับจากวันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการนั้น - ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมซึ่งได้รับยกเว้นภาษีเงิน ได้นิติบุคคล - ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่คณะกรรมการฯ อนุมัติ ซึ่งจะต้อง นำเข้ามาภายในวันที่ 15 กันยายน 2564 - จะต้องมีทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้วไม่น้อยกว่า 960.0 ล้านบาท - ขนาดของกิจการมีกำลังผลิตเฟอร์นิเจอร์ปีละประมาณ 500,000 ชุด (เวลาทำงาน 24 ชั่วโมง/วัน : 300 วัน/ปี) - ขนาดการลงทุน (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) ไม่น้อยกว่า 1 ล้านบาท - ภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ได้รับการยกเว้นมีมูลค่าไม่เกิน 60 ล้านบาท ทั้งนี้จะปรับเปลี่ยน ตามจำนวนเงินลงทุนในระบบอัตโนมัติหรือหุ่นยนต์ที่แท้จริงในวันเปิดดำเนินการ - ต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรอง ISO 9000 หรือ ISO 14000 หรือมาตรฐานสากลอื่น ที่เทียบเท่าภายใน 2 ปีนับแต่วันครบเปิดดำเนินการ - ต้องนำระบบอัตโนมัติหรือหุ่นยนต์มาใช้ในการผลิตหรือการให้บริการตามแผนการ ลงทุนที่ได้รับอนุมัติ - ตั้งโรงงานในท้องที่จังหวัดสมุทรสาคร โดยต้องไม่อยู่ในเขตหวงห้ามประกาศผังเมือง รวมของจังหวัด และได้รับอนุญาตจากกระทรวงอุตสาหกรรมหรือส่วนราชการที่ เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ภายในระยะเวลา 15 ปี นับแต่วันเปิดดำเนินการ จะย้ายโรงงานไปตั้งใน ท้องที่อื่นมิได้

หมายเหตุ: IDF คาดว่าจะเริ่มใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีดังกล่าวแล้วตั้งแต่ไตรมาส 1 ปี 2564

2.5 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้มุ่งเน้นที่จะสรรหาสินค้าที่มีคุณภาพและหลากหลายให้กับลูกค้า ควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทให้ความสำคัญและมีมาตรการสำหรับป้องกันและควบคุมผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท จากการ ดำเนินงานของบริษัท ที่ผ่านมานั้น บริษัทได้ปฏิบัติตามกฎและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมาโดยตลอด ซึ่งของเสียหลัก จากกระบวนการผลิต เช่น น้ำเสีย สารเคมีบางชนิด เศษไม้ และฝุ่นละออง เป็นต้น บริษัทได้ทำการบำบัดของเสียดังกล่าวให้ได้ ตามเกณฑ์มาตรฐานก่อนจะทำการปล่อยน้ำออกจากโรงงาน หรือว่าจ้างผู้รับกำจัดหรือทำลายของเสียตามที่กฎและระเบียบ กำหนด

2.6 งานที่ยังไม่ส่งมอบเฉพาะงานโครงการหรือชิ้นงานที่มีมูลค่าสูงและใช้เวลาในการส่งมอบงาน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีมูลค่างานโครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบ (Back log) ทั้งหมดจำนวน 757.7 ล้านบาท โดยมีรายละเอียด ดังนี้

จำนวนโครงการ (โครงการ)	บริษัท	ปีที่ทำสัญญา	อายุสัญญา	มูลค่า
56	บริษัท พญา เรียวเอสเตท จำกัด (มหาชน)	2561 - 2562	4 เดือน ถึง 3 ปี	757.7 ล้านบาท
	บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน)	2562 - 2563		
	กลุ่มบริษัท เอฟ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)	2562 - 2563		
	บริษัท ซีพีเอ็น เรซซิเด็นซ์ จำกัด	2562 - 2563		
	บริษัท สิริน พร็อพเพอร์ตี้ แอนด์ ดีเวลลอป เมนต์ จำกัด	2563		
	อื่นๆ	2561 - 2563		

3. การบริหารความเสี่ยงและปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยง โดยได้มีการตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อทำหน้าที่ในการกำกับดูแลให้บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงในระดับองค์กร กำหนดแผนงานรองรับในการป้องกัน และควบคุมความเสี่ยงด้านต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และแก้ไขสถานการณ์ได้ในระยะเวลาที่ทันทั่วทั้ง หากเกิดความเสี่ยงนั้นขึ้น

ปัจจัยความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจของบริษัทและแนวทางในการป้องกันความเสี่ยง สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

3.1.1 ความเสี่ยงจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจจากการแพร่ระบาดของ COVID-19

ในปี 2563 ภาพรวมของเศรษฐกิจไทยยังคงชะลอตัวอย่างหนักเป็นผลจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) โดยเฉพาะมาตรการปิดสถานประกอบการต่างๆ และการจำกัดการเดินทางเข้าประเทศ ทำให้รายได้หลักของประเทศไทย โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวและการส่งออกหดตัวลงอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้เกิดการชะงักงันของเศรษฐกิจ และการบริโภคภาคเอกชนและครัวเรือนหดตัวอย่างรุนแรง แม้จะมีการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด และเริ่มเปิดประเทศ รวมทั้ง มีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ กำลังซื้อของลูกค้าและภาคเอกชนยังไม่สามารถกลับคืนมาเป็นสภาวะปกติได้ ผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายจากความกังวลต่อสภาวะเศรษฐกิจและสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2564 สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้รายงานผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศปี 2663 ติดลบร้อยละ 6.1 เมื่อเทียบกับปี 2562

บริษัทได้มีติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจอย่างใกล้ชิด และมีการปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งการทำงานให้สามารถรองรับวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน โดยบริษัทหันมาเน้นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น ในช่วงมาตรการล็อกดาวน์ของรัฐบาล โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่ม Home Office เครื่องครัว และสินค้าตกแต่งบ้าน ซึ่งมีความต้องการสูงขึ้น และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง พร้อมให้บริการจัดส่งสินค้าฟรีในช่วงดังกล่าว เพื่ออำนวยความสะดวกต่อลูกค้าในการซื้อสินค้า และดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าทางออนไลน์ ทำให้เป็นช่องทางขายที่มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด ในช่วงสถานการณ์คลี่คลาย บริษัทได้จัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด ทั้งออนไลน์และทางหน้าร้าน เพื่อกระตุ้นการจับจ่ายของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ภายใต้เศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง บริษัทลดความเสี่ยงในการขยายธุรกิจและการลงทุนเปิดสาขาใหม่ โดยมุ่งเน้นการขยายธุรกิจผ่านการร่วมมือกับพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ที่สามารถขับเคลื่อนให้ธุรกิจการค้าเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านมีช่องทางในการเจาะตลาดไปยังกลุ่มลูกค้ากลุ่มอื่นๆ เช่นที่บริษัทได้ร่วมมือกับ NocNoc.com ในการขยายตลาดทางออนไลน์ อีกทั้ง บริษัทได้ร่วมมือกับบริษัทชั้นนำอย่าง SCG, บุญถาวร และ Landy Home ในการให้บริการ Younique Customized Furniture กับกลุ่มลูกค้าของพันธมิตรดังกล่าว

เพื่อลดความเสี่ยงเรื่องการขาดสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ บริษัทบริหารค่าใช้จ่ายและปรับปรุงการทำงานภายในบริษัท โดยการนำ Lean Operation ที่เน้นการลดค่าใช้จ่ายที่สามารถลดได้จากช่วงมาตรการล็อกดาวน์ ให้สามารถลดได้อย่างต่อเนื่องแบบถาวร เช่น ปรับโครงสร้างองค์กรให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน ลดค่าใช้จ่ายพนักงาน การใช้เทคโนโลยีในการทำงานเพื่อลดขั้นตอนการทำงาน รวมถึงการติดตั้งระบบ Solar Rooftop เพื่อ

ประหยัดค่าพลังงานไฟฟ้า เป็นต้น เพื่อให้สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งบริหารจัดการสินค้าคงคลังให้กลับมาเป็นสภาพคล่องให้ได้มากที่สุด

3.1.2 ความเสี่ยงจากสภาวะการแข่งขันในตลาดเฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่งบ้าน และธุรกิจให้เช่าและให้บริการพื้นที่เช่า และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงในยุค New Normal

ในช่วงปี 2563 การแข่งขันในตลาดเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านมีระดับที่สูงขึ้น โดยมีการแข่งขันกันทั้งด้านราคา รายการส่งเสริมการขายและโปรโมชั่นที่รุนแรงขึ้น เพื่อกำจัดยอดขายและการระบายสินค้าคงคลังในช่วงผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) และเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและส่วนแบ่งทางการตลาด อีกทั้ง การแพร่ระบาดดังกล่าวได้กระตุ้นให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปเมื่อต้องลดการออกนอกบ้าน และต้องระมัดระวังในการใช้ชีวิต ทำให้ช่องทางการขายสินค้าออนไลน์เติบโตอย่างรวดเร็ว มีผลกระทบโดยตรงกับการดำเนินการร้านค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านเพิ่มมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม หลังจากภาวะล็อกดาวน์ที่ประชาชนต้องอยู่บ้าน และ Work from Home ทำให้มีการใช้เวลาในบ้านมากขึ้น และมีความต้องการที่จะปรับปรุงที่อยู่อาศัย ช้อเฟอร์นิเจอร์ สินค้าตกแต่งบ้านและอุปกรณ์ใช้งานภายในบ้านเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุงประสิทธิภาพของช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่านทางระบบออนไลน์ (Online) เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น ขยายช่องทางผ่าน Line และ Facebook Messenger ในการรับคำสั่งซื้อที่สะดวกสำหรับลูกค้าทุกกลุ่ม มีการจัดทำ Virtual Store เพื่อจำลองสาขาและสินค้าภายในสาขาให้ลูกค้าได้ช้อปปิ้งเสมือนเดินอยู่ในสาขาจริง นอกจากนี้ บริษัทยังร่วมกับ Marketplace เช่น Lazada และ Shopee ในการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเทศกาล 9-9 , 10-10, 11-11 ซึ่งเป็นแคมเปญที่เป็นที่นิยมของลูกค้าออนไลน์ ทำให้บริษัทเป็นแบรนด์ที่มียอดขายสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านเป็นอันดับหนึ่งในทุกแพลตฟอร์มอย่างต่อเนื่อง

บริษัทใส่ใจในความปลอดภัยของผู้บริโภค คู่ค้า พนักงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย จึงออกมาตรการดูแลความปลอดภัย โดยพื้นที่ที่รับทราบประกาศมาตรการปิดห้างสรรพสินค้า สถานบริการ สถานประกอบการบางส่วน เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) สำหรับร้าน Index Living Mall และ The Walks ทุกสาขา ตั้งแต่การตรวจคัดกรอง การกำหนดจำนวนผู้เข้าสาขา มีจุดให้เช็กอินไทยชนะ รวมทั้งดำเนินการตามมาตรการของราชการในแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้สาขามีความปลอดภัย และสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า และผู้ประกอบการที่มาใช้บริการในสาขา รวมทั้งเพิ่มมาตรการใส่ใจความปลอดภัยของลูกค้า เพื่อยับยั้งการแพร่ระบาดของ COVID-19 ตั้งแต่โรงงานผลิตถึงการจัดส่งและติดตั้งสินค้าให้ลูกค้า ให้สินค้าที่จะส่งมอบให้ลูกค้ามีความปลอดภัย ช่างประกอบติดตั้งและพนักงานจัดส่งต้องทำความสะอาดมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ก่อนทุกครั้ง พร้อมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาที่ทำการประกอบติดตั้ง และจัดส่งสินค้าที่บ้านลูกค้า รวมถึงทำความสะอาดเครื่องมือก่อนและหลังการให้บริการ นอกจากนี้ บริษัทยังได้ปรับปรุงสาขาโดยเน้นเรื่องการจัดพื้นที่โซนสินค้าใหม่ จัดพื้นที่การวางและแสดงสินค้าใหม่ เพื่อให้สาขามีความสวยงาม สดชื่น และน่าเดินมากขึ้น รวมถึงการปรับสินค้าเพื่อขาย และได้จัดโปรโมชั่นเฉพาะสาขาหรือภูมิภาคนั้นๆ เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าในแต่ละสาขา ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าเข้ามาเยี่ยมชมและเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น

บริษัทมีการจัดการความเสี่ยงเรื่องของการแข่งขันโดยการปรับกลยุทธ์ในการพัฒนาสินค้า และสรรหาสินค้าใหม่ให้เน้นไปทางสินค้าที่มีระดับราคาย่อมเยาตามกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มีความระมัดระวังในการจับจ่ายมากขึ้น และปรับ Product Assortment ให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าและตลาดมากขึ้น เพื่อเพิ่มสัดส่วนกลุ่มสินค้าที่มียอดขายดี และที่สำคัญ บริษัทยังให้ความสำคัญในการพัฒนาสินค้าให้มีนวัตกรรมและความแตกต่างจากคู่แข่ง ที่มีฟังก์ชันและดีไซน์ที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของลูกค้า เพื่อให้หลีกเลี่ยงการแข่งขันที่รุนแรง

นอกจากนี้ บริษัทบริหารต้นทุนในการผลิตสินค้าผ่านการปรับปรุงประสิทธิภาพของโรงงานผลิตในเครือ รวมทั้งแสวงหาเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีรูปแบบดีไซน์โดดเด่นและแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในต้นทุนที่ต่ำ สามารถแข่งขันได้

3.1.3 ความเสี่ยงจากการส่งออกผลิตภัณฑ์และขยายธุรกิจในต่างประเทศ

บริษัทมีแผนในการขยายตลาดต่างประเทศผ่านการส่งออกขายสินค้าเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ตกแต่งบ้านในต่างประเทศผ่านร้านค้าแฟรนไชส์และตัวแทนจำหน่าย งานรับจ้างผลิตสินค้า (OEM) และงานโครงการในต่างประเทศเพื่อเพิ่มโอกาสการเติบโตในระยะยาว

ด้วยสถานะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวในปี 2563 ส่งผลให้ผลประกอบการของร้านค้าแฟรนไชส์และตัวแทนจำหน่าย และการขยายธุรกิจในต่างประเทศ (คิดเป็นประมาณร้อยละ 2.7 ของรายได้จากการขายรวมของบริษัท) อาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด และส่งผลให้แผนในการเปิดร้านค้าแฟรนไชส์ และงานโครงการต้องเลื่อนออกไป โดยเฉพาะแผนการขยายธุรกิจใน กลุ่ม CLMV อาทิ เวียดนาม เมียนมาร์ ลาว เป็นต้น ซึ่งกลุ่มประเทศดังกล่าวก็ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) เช่นกัน

อย่างไรก็ตาม สืบเนื่องจาก Trade War ระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกาและจีนที่เกิดขึ้น ส่งผลให้สินค้า OEM ของบริษัทมียอดขายเติบโตสูงขึ้นในปี 2563 และเป็นโอกาสในการเจาะตลาดลูกค้าในกลุ่มดังกล่าวเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทดำเนินการลดความเสี่ยงในการขยายธุรกิจ โดยใช้แนวทางการหาพันธมิตรที่มีความสามารถและประสบการณ์ในการทำธุรกิจในประเทศนั้น ๆ มาร่วมพัฒนาธุรกิจเพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้กันและกัน บริษัทยังมีการติดตามผลการดำเนินงานของการขายสินค้าเฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์ตกแต่งบ้านในต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกเดือน หากบริษัทพบว่า ผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ ประสิทธิภาพขาดทุน หรือคู่สัญญาแฟรนไชส์หรือคู่สัญญาตัวแทนจำหน่ายไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทจะมีการเตรียมวางแผนรองรับความเสี่ยง และสามารถเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที

บริษัทไม่หยุดนิ่งในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และการผลิตเพื่อให้สามารถแข่งขันทั้งด้านคุณภาพและราคากับผู้ประกอบการอื่น ซึ่งจะส่งเสริมให้การดำเนินธุรกิจในต่างประเทศเป็นไปอย่างราบรื่นและยั่งยืน

3.2 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk)

3.2.1 ความเสี่ยงจากการบริหารสินค้าคงคลัง

บริษัทมีความพยายามอย่างต่อเนื่องในการลดระดับสินค้าคงคลังลง โดยการนโยบายปรับและกระบวนการในการวางแผนการสั่งซื้อสินค้า และทำงานร่วมกับผู้ขายหลักอย่างใกล้ชิดเพื่อให้สามารถสำรองและจัดการคำสั่งซื้อให้มีความยืดหยุ่นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะกับโรงงานผลิตของบริษัทย่อย เพื่อให้สามารถสั่งซื้อสินค้าได้อย่างเหมาะสม และไม่ให้สินค้าขาดแคลนหรือสูญเสียโอกาสในการขาย ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2563 ปี 2562 และ ปี 2561 บริษัทมีสินค้าคงเหลือสุทธิจำนวน 1,757 ล้านบาท 2,258 ล้านบาทและ 2,379 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมูลค่าสินค้าคงเหลือลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมา

ในขณะเดียวกัน บริษัทมีการติดตามและประเมินความเคลื่อนไหวของสินค้าคงคลังอยู่อย่างสม่ำเสมอ พร้อมมีแผนรองรับเพื่อให้สินค้าดังกล่าวเกิดการเคลื่อนไหว และลดปัญหาสินค้าล้าสมัยหรือเสื่อมสภาพอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดโปรโมชั่น การให้ส่วนลด หรือการลดล้างสต็อก เป็นประจำทุกปี เป็นต้น ทำให้บริษัทสามารถควบคุมปริมาณสินค้าคงคลังได้มีประสิทธิภาพ โดยในปี 2563 บริษัทประสบความสำเร็จในการลดสินค้าคงคลัง ได้ประมาณ 502 ล้านบาทจากปี 2562 ช่วยให้อัตราหมุนเวียนของสินค้าเพิ่มขึ้นและปรับฐานสินค้าคงคลังของบริษัทให้อยู่ในระดับที่น่าพอใจ บริษัทเล็งเห็นความสำคัญของการบริหารสินค้าคงคลังอย่างต่อเนื่อง และจะยังคงใช้นโยบายในการลดปริมาณสินค้าคงเหลือต่อไปในอนาคต

3.2.2 ความเสี่ยงในการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี

เพื่อรองรับการเติบโตของยอดขายจากช่องทางออนไลน์ที่ขยายตัวอย่างก้าวกระโดด บริษัทคำนึงถึงความเสี่ยงในความพร้อมของบริษัทในการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมทั้งเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของลูกค้าที่ต้องการความสะดวกรวดเร็ว เข้าถึงง่าย และได้รับการให้บริการได้ตลอดเวลา ซึ่งปัจจัยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัทและทำให้เสียโอกาสทางธุรกิจได้ หากไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าออนไลน์ได้ทุกกลุ่ม หรือมีการให้บริการกับลูกค้าที่ไม่ทันทั่วถึง

บริษัทเล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาเทคโนโลยี โดยได้วางแผนเพื่อพัฒนาระบบให้รองรับการขายผ่านช่องทางขายออนไลน์ และเชื่อมโยงกับช่องทางขายอื่นๆ อย่างต่อเนื่องและทันต่อแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้มีการปรับกระบวนการขาย และการสื่อสารกับลูกค้า เชื่อมโยงการให้บริการจากทั้งออนไลน์และออฟไลน์ นอกจากนี้ บริษัทต้องปรับตัวในการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับคู่แข่งทางตรงและทางอ้อม และสามารถคว้าโอกาสใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น โดยนำเทคโนโลยีใหม่ (เช่น Transport Management System, Virtual Reality, Big Data Analysis, AI Technology เป็นต้น) มาพัฒนาเครื่องมือในการให้บริการและปฏิบัติงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและคู่ค้าให้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งพัฒนาความรู้ความสามารถและการปรับตัวของพนักงานให้พร้อมรับกับความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

3.2.3 ความเสี่ยงจากการหยุดชะงักจากภาวะวิกฤตต่างๆ

บริษัทได้ตระหนักถึงเหตุการณ์หรือภาวะวิกฤตต่างๆ ที่ทำให้การผลิต การขาย และการให้บริการของทั้งโรงงาน ศูนย์กระจายสินค้า และสาขาเองต้องเกิดหยุดชะงัก จากทั้งอัคคีภัย หรือการหยุดทำงานของเครื่องจักร นอกเหนือจากที่กำหนดไว้ตามแผนงาน ปัญหาการนัดหยุดงานของพนักงาน มาตรการภาครัฐ รวมทั้งภัยธรรมชาติ

เช่น อุทกภัย วาตภัย เป็นต้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ฐานะทางการเงิน ชื่อเสียง ผลการดำเนินงาน และโอกาสทางธุรกิจของบริษัท

บริษัทมีการจัดการความเสี่ยงเกี่ยวกับความต่อเนื่องของการผลิตเฟอร์นิเจอร์ของโรงงาน โดยให้ความสำคัญกับการวางแผนกระบวนการผลิต เพื่อควบคุมและพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ของบริษัทอย่างต่อเนื่อง มีกระบวนการตรวจสอบคุณภาพที่ได้ถือปฏิบัติเรื่องคุณภาพอย่างเคร่งครัด เพื่อให้แน่ใจได้ว่าเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตมีคุณภาพตามมาตรฐานและข้อกำหนดต่างๆ ของบริษัท รวมถึงมีแผนซ่อมบำรุงเครื่องจักรของบริษัทตามกำหนดอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทสามารถผลิตเฟอร์นิเจอร์ได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทยังจัดหาสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านจากบุคคลภายนอก เพื่อเป็นการลดการพึ่งพิงโรงงานของบริษัทย่อย และเป็นแผนสำรองในกรณีที่ไม่สามารถนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นการบริหารต้นทุนของบริษัทอีกด้วย

บริษัทได้จัดทำแผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) เพื่อรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นได้ข้างต้น รวมทั้งดำเนินการซ้อมแผนและนำมาปรับปรุงเป็นประจำทุกปี สำหรับกระบวนการดำเนินงานของศูนย์กระจายสินค้า และสำนักงานใหญ่ โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เข้ามาช่วยสนับสนุนในการทำงานเพื่อให้เกิดความคล่องตัว รวดเร็ว พร้อมรองรับให้พนักงานสามารถทำงานจากที่ไหนก็ได้ หากมีเหตุที่บริษัทต้องใช้มาตรการ Work from Home เพื่อระงับการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) นอกจากนี้ บริษัทยังได้ทำประกันภัยที่ครอบคลุมความเสียหายของทรัพย์สินของบริษัท รวมถึงสินค้าคงคลังที่อยู่ในโรงงานของบริษัท ศูนย์กระจายสินค้า และสาขาต่างๆ อีกด้วย

3.2.4 ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยด้านข้อมูลสารสนเทศ (IT Security) และภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Security Risk)

บริษัทอาจมีความเสี่ยงหากระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีที่เชื่อมโยงกับโปรแกรมขายหน้าร้านเกิดมีปัญหาก็เกิดการรั่วไหลของข้อมูล ข้อมูลถูกทำลาย ความเสี่ยงจากการโจรกรรมข้อมูลสำคัญ การลักลอบเข้ามาแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อมูล หรือการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์หลอกลวง (Phishing) เป็นต้นซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผลกระทบเชิงลบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัท

บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการบริหารข้อมูลสารสนเทศเพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และทันเหตุการณ์ เพื่อประกอบการตัดสินใจ และจัดเก็บอย่างรัดกุมเพื่อความปลอดภัยของข้อมูล โดยบริษัทได้กำหนดนโยบายความปลอดภัยเป็นส่วนตัวและนโยบายความปลอดภัยของข้อมูลไว้ และมีมาตรการป้องกันและบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความปลอดภัยไซเบอร์ มีดังนี้

- กำหนดสิทธิการเข้าถึงการทำงานของแต่ละระบบปฏิบัติการตามความจำเป็นและบทบาทหน้าที่ที่รับผิดชอบ
- กำหนดรอบการตรวจสอบการทำงานของระบบ และ IT Infrastructure พร้อมกับมีเจ้าหน้าที่ด้านระบบที่ดูแลควบคุมการทำงาน และแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นตลอดเวลา รวมถึงพัฒนาระบบ Hardware และ Software อย่างต่อเนื่อง ให้มีความทันสมัยเพื่อรับมือกับอาชญากรรมทางไซเบอร์รูปแบบใหม่และป้องกันการเข้าถึงข้อมูลโดยผู้ไม่เกี่ยวข้อง

- ติดตั้งระบบและอุปกรณ์ในการป้องกันการคุกคาม (Firewall) และอุปกรณ์ด้าน security เช่น IPS, Antivirus (Malware) เป็นต้น รวมถึงมีการติดตามเฝ้าระวังพฤติกรรมภัยคุกคามทั้งในส่วนของสำนักงานใหญ่และสาขา พร้อมทั้งรายงานการโจมตีและผลการแก้ไข เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำมาตรการป้องกันต่อไป
- สื่อสารและสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยไซเบอร์ที่เกี่ยวกับภัยคุกคาม วิธีการป้องกันและกฎหมายด้านไอทีที่เกี่ยวข้องให้พนักงานอย่างต่อเนื่อง
- จัดตั้ง Back up Site เพื่อรองรับข้อมูลสำรองในการทำงานผ่านระบบสารสนเทศทุกระบบที่บริษัทได้กำหนดไว้
- กำหนดให้มีแผนฉุกเฉินกรณีมีเหตุการณ์ที่ทำให้สถานะการทำงานของระบบหยุดลง (Disaster Recovery Plan: DRP) โดยมีการซ้อมใช้แผนเป็นประจำทุกปี เพื่อให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ได้อย่างทัน่วงที ลดทอนความเสียหายของระบบสารสนเทศของบริษัทและเพื่อให้ธุรกิจของบริษัทดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง

3.3 ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk)

3.3.1 ความเสี่ยงสภาพคล่องของบริษัท

ด้วยเหตุการณ์ที่ต้องปิดสาขาตามมาตรการล็อกดาวน์ประเทศของภาครัฐเนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงในเรื่องของสภาพคล่องเพื่อหมุนเวียนใช้ในการดำเนินธุรกิจ และภาระการชำระหนี้จากหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยของบริษัท ได้แก่ เงินกู้ระยะสั้นและเงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงิน และหนี้สินตามสัญญาเช่า เป็นสกุลเงินบาทรวมจำนวน 5,869.7 ล้านบาท

อย่างไรก็ดี บริษัทสามารถบริหารจัดการสภาพคล่องได้เป็นอย่างดี ผ่านการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และการลดสินค้าคงคลัง ในขณะที่จำนวนพนักงานลดลง ส่งผลให้สามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้อย่างมีนัยสำคัญ และสามารถทำการชำระหนี้เงินกู้ระยะยาวได้ก่อนกำหนด โดยนับจากต้นปี 2563 บริษัทชำระหนี้เงินกู้ระยะยาวไป 1,502.3 ล้านบาท คงเหลือหนี้ระยะยาวจำนวน 2,746.4 ล้านบาท โดยเป็นการชำระหนี้เงินกู้ระยะยาวมากกว่ากำหนดชำระปกติ 1,156.3 ล้านบาท

3.3.2 ความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าในต่างประเทศและรายได้จากค่าธรรมเนียม (Royalty Fee) เป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐเป็นหลัก เช่นเดียวกับรายจ่ายสำหรับต้นทุนวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศที่ชำระเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐและสกุลเงินยูโร ในจำนวนที่มีนัยสำคัญ หากอัตราแลกเปลี่ยนเปลี่ยนแปลงหรือผันผวนไปในทิศทางลบอาจส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน และกระแสเงินสดของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีการบริหารเงินตราต่างประเทศให้รายได้บางส่วนสอดคล้องกับรายจ่ายในสกุลเดียวกัน (Natural Hedge) จากธุรกรรมการขายสินค้า และซื้อวัตถุดิบของบริษัทหน่วยงานฝ่ายขายที่เกี่ยวข้องทำการทบทวนการตั้งราคาขายและค่าใช้จ่ายนำเข้าให้ครอบคลุมต่อความเสี่ยงของการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายการจัดการความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ด้วยการเข้าทำสัญญาเงินตราต่างประเทศ โดยเข้าทำสัญญาอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตรา

แลกเปลี่ยนในบางช่วงเวลา นอกจากนี้ บริษัทยังติดตามข่าวสารและทิศทางการเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลต่าง ๆ อย่างใกล้ชิด ทั้งผ่านข่าวสารและข้อมูลจากธนาคาร เพื่อประเมินสถานการณ์และหาทางป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทไม่มียอดคงเหลือจากสัญญาอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าที่เปิดสถานะไว้กับสถาบันทางการเงิน

3.4 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance Risk)

3.4.1 ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมาย และพระราชบัญญัติที่บังคับใช้ใหม่

บริษัทให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามข้อกำหนดและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อยเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สามารถเชื่อถือได้ มีความโปร่งใสและเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย บริษัทมีการจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น โดยเตรียมการในการศึกษากฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อเตรียมความพร้อมในการปรับตัวสำหรับกลุ่มบริษัทให้สามารถดำเนินการตามแผนธุรกิจ และปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่ใช้บังคับอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ บริษัทได้มีการดำเนินมาตรการในการป้องกันความเสี่ยงด้านความปลอดภัยไซเบอร์ ตามพระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.) การรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ.2562 โดยมีการบริหารจัดการด้านรักษาข้อมูลความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า มีจัดทำระบบสำรองข้อมูล ติดตั้งระบบและอุปกรณ์ในการป้องกันการคุกคาม (Firewall) รวมทั้งติดตามและแจ้งเตือนเพื่อให้มีความมั่นใจว่าข้อมูลที่สำคัญจะไม่สูญหาย หรือรั่วไหล ระบบการดำเนินงานสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง และให้ข้อมูลมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และทันเหตุการณ์เพื่อประกอบการตัดสินใจ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ**4.1 ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ซึ่งมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิเท่ากับ 5,410.0 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 41.8 ของสินทรัพย์รวม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

รายการ	เจ้าของกรรมสิทธิ์	ราคาตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน	IDF	174.7	ไม่มี
2. อาคารและส่วนปรับปรุง	กลุ่มบริษัท	3,125.7	จดจำนองเป็นหลักประกัน เงินกู้ยืมกับสถาบันการเงิน
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์	กลุ่มบริษัท	233.4	ไม่มี
4. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	กลุ่มบริษัท	823.4	ไม่มี
5. ยานพาหนะ	กลุ่มบริษัท	15.2	ไม่มี
6. ระบบสาธารณูปโภค	กลุ่มบริษัท	1,012.3	ไม่มี
7. สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง	กลุ่มบริษัท	25.3	ไม่มี
รวม		5,410.0	

4.2 สินทรัพย์สิทธิการใช้

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีที่สิทธิการใช้ ซึ่งมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิเท่ากับ 3,322.8 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 25.7 ของสินทรัพย์รวม ซึ่งตามรายละเอียดต่อไปนี้

รายการ	เจ้าของกรรมสิทธิ์	ราคาตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน	กลุ่มบริษัท	3,020.3	จดจำนองเป็นหลักประกัน เงินกู้ยืมกับสถาบันการเงิน
2. อาคาร	กลุ่มบริษัท	228.2	จดจำนองเป็นหลักประกัน เงินกู้ยืมกับสถาบันการเงิน
3. ยานพาหนะ	กลุ่มบริษัท	74.3	ไม่มี
รวม		3,322.8	

4.3 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนซึ่งมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิเท่ากับ 1,525.8 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 11.8 ของสินทรัพย์รวม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

รายการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ราคาตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน	บริษัท	262.3	ไม่มี
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	กลุ่มบริษัท	680.6	จดจำนองเป็นหลักประกัน เงินกู้ยืมกับสถาบันการเงิน
3. ระบบสาธารณูปโภค	กลุ่มบริษัท	207.1	ไม่มี
4. สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง	กลุ่มบริษัท	1.4	ไม่มี
5. สินทรัพย์สิทธิการใช้	กลุ่มบริษัท	374.3	จดจำนองเป็นหลักประกัน เงินกู้ยืมกับสถาบันการเงิน
รวม		1,525.8	

4.4 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน คือ ซอฟต์แวร์หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งกลุ่มบริษัทเป็นเจ้าของสินทรัพย์ดังกล่าว โดยมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีตามงบการเงินรวมของบริษัทเท่ากับ 58.5 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.5 ของสินทรัพย์รวม

4.5 เครื่องหมายการค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัท เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าในประเทศทั้งสิ้น 73 รายการ ซึ่งสามารถสรุปรายละเอียดการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ดังนี้

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	เจ้าของ กรรมสิทธิ์	สำหรับผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาคุ้มครอง
	ค154487	บริษัท	ที่นอนสปริง หมอน	29 ม.ค. 44 – 28 ม.ค. 74
	ค239344	บริษัท	ที่นอนสปริง	19 ก.ย.48 – 15 ธ.ค. 69
	บ28892	บริษัท	บริการติดตั้งเฟอร์นิเจอร์	18 มี.ค. 48 – 17 มี.ค.68
	ค231869	บริษัท	ตู้เสื้อผ้า ชั้นวางของ และโต๊ะทำงาน	18 มี.ค. 48 – 17 มี.ค. 68
	ค248539	บริษัท	เตียง	25 ม.ค. 49 – 24 ม.ค. 69
	บ32112	บริษัท	จัดการธุรกิจจำหน่ายสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์	25 ม.ค. 49 – 24 ม.ค. 69
	บ36905	บริษัท	บริการออกแบบ และตกแต่งภายในด้วยคอมพิวเตอร์	22 ธ.ค. 49 – 21 ธ.ค. 69

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	เจ้าของกรรมสิทธิ์	สำหรับผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาคุ้มครอง
Indexlivingmall	บ48724	บริษัท	บริหารจัดการขายอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้า และเครื่องใช้ในครัวเรือน	14 ส.ค. 52 – 13 ส.ค. 72
	ค320889	บริษัท	เตียง ตู้เสื้อผ้า โต๊ะ เก้าอี้ ชั้นวางทีวี โต๊ะเครื่องแป้ง และโซฟา	14 ส.ค. 52 – 13 ส.ค. 72
Index	บ60076	บริษัท	จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน	13 มิ.ย. 55 – 12 มิ.ย. 65
	ค376859	บริษัท	เตียง ตู้เสื้อผ้า โต๊ะ เก้าอี้ ชั้นวางทีวี โต๊ะเครื่องแป้ง โซฟา ตู้ ที่นอน และกระจก	13 มิ.ย. 55 – 12 มิ.ย. 65
	บ70413	บริษัท	บริการให้เช่าพื้นที่เพื่อจำหน่ายสินค้า	6 ก.พ. 57 – 5 ก.พ. 67
	บ69801	บริษัท	สถานบริการด้านความบันเทิง บริการสถานที่ และอุปกรณ์สนับสนุนการ	6 ก.พ. 57 – 5 ก.พ. 67
	181122134	บริษัท	บริการจัดการธุรกิจในห้องสรรพสินค้าและบริการจัดการขายเครื่องใช้ไฟฟ้า	6 ก.พ. 57 – 5 ก.พ. 67
	บ69802	บริษัท	บริการจัดการธุรกิจในห้องสรรพสินค้าและบริการจัดการขายเครื่องใช้ไฟฟ้า	6 ก.พ. 57 – 5 ก.พ. 67
	บ69803	บริษัท	บริการให้เช่าพื้นที่เพื่อจำหน่ายสินค้า	6 ก.พ. 57 – 5 ก.พ. 67
	บ69804	บริษัท	สถานบริการด้านความบันเทิง บริการสถานที่ และอุปกรณ์สนับสนุนการ	6 ก.พ. 57 – 5 ก.พ. 67

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	เจ้าของกรรมสิทธิ์	สำหรับผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาคุ้มครอง
Bestley	ค268715	บริษัท	เครื่องบดอาหาร เครื่องผสมอาหาร เครื่องปั่น น้ำผลไม้ เครื่องสกัดน้ำผลไม้ ที่คั้นน้ำส้มไฟฟ้า เครื่องตีไข่ เครื่องดูดฝุ่น เครื่องฉีดน้ำแรงดันสูง เครื่องซักผ้า และเครื่องล้างจาน	22 ธ.ค. 49 – 21 ธ.ค. 69
	ค268722	บริษัท	เตารีด และเตารีดไอน้ำ	22 ธ.ค. 49 – 21 ธ.ค. 69
	ค271289	บริษัท	เตาอบไมโครเวฟ เครื่องปั่นขนมปัง เตารีดไฟฟ้า กาต้มน้ำไฟฟ้า กระจกน้ำร้อนไฟฟ้า หม้อต้มกาแฟ เครื่องชงกาแฟ เครื่องทำวาฟเฟิล เตารีด Inductive หม้อหุงข้าวไฟฟ้า หม้อหุงข้าว Digital ที่นั่งอาหาร พัดลม เตาย่างไร้ควัน เตาบาบีคิว เตาไฟฟ้า หม้อตุ๋น หม้ออัดความดัน หม้อทอดไฟฟ้า เครื่องฟอกอากาศ ตู้เย็น เครื่องอบผ้า เครื่องดูดควัน กระทะไฟฟ้า และไดร์เป่าผม	22 ธ.ค. 49 – 21 ธ.ค. 69


เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	เจ้าของกรรมสิทธิ์	สำหรับผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาคุ้มครอง
Cusino	ค374503	บริษัท	เครื่องคั้นน้ำผลไม้ไฟฟ้า เครื่องบดกาแฟชนิดใช้ไฟฟ้า (ส่วนของเครื่องจักร) เครื่องปั่นน้ำผลไม้ เครื่องสกัดน้ำผลไม้ (ส่วนของเครื่องจักร) และเครื่องจักรใช้ผสมอาหารชนิดใช้ไฟฟ้า	12 เม.ย. 55 – 11 เม.ย. 65
	ค371228	บริษัท	มีด ช้อน และส้อม	12 เม.ย. 55 – 11 เม.ย. 65
	ค371229	บริษัท	เครื่องทำขนมปังชนิดใช้ไฟฟ้า เครื่องทำแซนวิช เครื่องทำขนมวอฟเฟิล เครื่องทำโดนัท กาต้มน้ำที่ใช้ไฟฟ้า หม้อไฟฟ้า หม้ออบความดันไฟฟ้า หม้อหุงข้าวไฟฟ้า เต้าไฟฟ้า เต้าแก๊ส เต้าอบไฟฟ้า เต้าอบไมโครเวฟ เครื่องทำไอศกรีมชนิดใช้ไฟฟ้า กระทะไฟฟ้า เครื่องคั่วข้าวโพดใช้ไฟฟ้า เครื่องปิ้งขนมปัง และกระทิกน้ำร้อนไฟฟ้า	12 เม.ย. 55 – 11 เม.ย. 65
	ค371951	บริษัท	หม้อใช้ในการทำอาหาร กระทะในการทำอาหาร ที่นั่งอาหาร ตะหลิว ทัพพี กระทง ที่ตักของที่ใช้ในครัวเรือน กระบวยใช้ในครัวเรือน ที่ชูดที่ใช้ในครัวเรือน ที่ปอกผักผลไม้ชนิดไม่ใช้ไฟฟ้า สำหรับใช้ในครัวเรือน ถังแช่ไวน์เหยือกน้ำ กระทิกน้ำ กาต้มน้ำที่ไม่ใช้ไฟฟ้า ที่คีบอาหาร แม่พิมพ์ใช้น้ำแข็ง แม่พิมพ์ใช้ทำอาหาร และภาชนะที่เก็บหรือใส่ของที่ใช้ในครัวเรือน	12 เม.ย. 55 – 11 เม.ย. 65
	ค415245	บริษัท	เครื่องชงกาแฟไฟฟ้า หม้อนั่งอาหารชนิดใช้ไฟฟ้า และหม้อต้มสุกไฟฟ้า	24 มิ.ย. 56 – 23 มิ.ย. 66
	ค401951	บริษัท	พิมพ์เค้ก	24 มิ.ย. 56 – 23 มิ.ย. 66

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	เจ้าของกรรมสิทธิ์	สำหรับผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาคุ้มครอง
Cavallini	ค371230	บริษัท	เครื่องดูดฝุ่น เครื่องพ่นไอน้ำ เครื่องเย็บผ้า เครื่องซักผ้า เครื่องล้างจานชนิดใช้ไฟฟ้า และเครื่องฉีดน้ำ	12 เม.ย. 55 – 11 เม.ย 65
	ค370741	บริษัท	เครื่องโกนหนวดไฟฟ้า	12 เม.ย. 55 – 11 เม.ย 65
	ค371231	บริษัท	เตารีดไฟฟ้า เต้าเสียบปลั๊กไฟ ถ่านไฟฉาย เครื่องชาร์จยูเอสบีซีไฟฟ้ าว เครื่องวัดอุณหภูมิ เครื่องชั่งน้ำหนัก แท่นชาร์จถ่าน แบตเตอรี่อัลคาไลด์ และชุดอัดไฟสำหรับไฟฉาย	12 เม.ย. 55 – 11 เม.ย 65
	ค371232	บริษัท	พัดลมไฟฟ้า เครื่องฟอกอากาศ ตู้ทำน้ำเย็นและร้อน เครื่องกรองน้ำ ตู้เย็น ตู้แช่ไวน์ หลอดไฟ เครื่องเป่าผม เครื่องควบคุมการทำความชื้น เครื่องอบผ้า และกระบอกไฟฉาย	12 เม.ย. 55 – 11 เม.ย 65
studio carelli	ค370037	บริษัท	หมอนหนุน หมอนข้าง หมอนอิง เบาะที่นั่ง และเก้าอี้ถ่วงถั่ว	18 ต.ค. 55 – 17 ต.ค. 65
	ค371952	บริษัท	ผ้าปูที่นอน ปลอกหมอนหนุน ปลอกหมอนข้าง ปลอกผ้าวม ผ้าห่ม ผ้าวม ผ้าขนหนู ผ้าขนหนูใช้เช็ดหน้า ผ้าขนหนูใช้เช็ดตัว ผ้าขนหนูใช้เช็ดมือ ปลอกหมอนอิง ผ้าปูที่นอนทำจากสิ่งทอ ผ้าปูที่นอนประตุ ผ้าปูที่นอนติดหน้าต่าง ผ้ารองที่นอน และฉลากทำด้วยสิ่งทอ	18 ต.ค. 55 – 17 ต.ค. 65
	ค370038	บริษัท	พรม พรมปูพื้น พรมเช็ดเท้า พรมขนสัตว์ พรมทำจากใยสังเคราะห์ และพรมสังเคราะห์	18 ต.ค. 55 – 17 ต.ค. 65
	ค372962	บริษัท	ไส้ผ้านวมทำด้วยใยสังเคราะห์	5 เม.ย. 56 – 4 เม.ย. 66
	ค380741	บริษัท	ผ้าเช็ดเท้าทำด้วยผ้าขนหนู	24 มิ.ย. 56 – 23 มิ.ย. 66

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	เจ้าของกรรมสิทธิ์	สำหรับผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาคุ้มครอง
	ค375854	บริษัท	หมอนหนุน หมอนข้าง หมอนอิง เบาะที่นั่ง และเก้าอี้ดูดแก้ว	18 ต.ค. 55 – 17 ต.ค. 65
	ค376860	บริษัท	ผ้าปูที่นอน ปลอกหมอนหนุน ปลอกหมอนข้าง ปลอกผ้าคลุม ผ้าห่ม ผ้าคลุมผ้าขนหนู ผ้าขนหนูใช้เช็ดหน้า ผ้าขนหนูใช้เช็ดตัว ผ้าขนหนูใช้เช็ดมือ ปลอกหมอนอิง ผ้าปูที่นอนทำจากสิ่งทอ ผ้าปูที่นอนผัด ผ้าม่านติดหน้าต่าง ผ้าม่านที่นอน และฉากทำด้วยสิ่งทอ	18 ต.ค. 55 – 17 ต.ค. 65
	ค370039	บริษัท	พรม พรมปูพื้น พรมเช็ดเท้า พรมขนสัตว์ พรมทำจากใยสังเคราะห์ และพรมสังเคราะห์	18 ต.ค. 55 – 17 ต.ค. 65
	ค372963	บริษัท	ไส้ผ้าคลุมทำด้วยใยสังเคราะห์	5 เม.ย. 56 – 4 เม.ย. 66
	ค376858	บริษัท	ผ้าเช็ดเท้าทำด้วยสิ่งทอ	15 พ.ค. 56 – 14 พ.ค. 66
	171128825	บริษัท	บริการนำสินค้าหลายชนิดมารวมกันเพื่อความสะดวกของผู้ซื้อ	31 มี.ค. 59 – 30 มี.ค. 69
	171128826	บริษัท	เก้าอี้เด็ก ชุดนั่งเล่นเด็ก เตียนนอนเด็ก เตียนนอนสำหรับเด็กชนิดมีที่กั้นโดยรอบ โต๊ะเด็ก โต๊ะสำหรับเปลี่ยนผ้าอ้อมเด็ก ไม่ได้ทำด้วยโลหะ ที่นอนเด็ก และเบาะเด็ก	31 มี.ค. 59 – 30 มี.ค. 69
	171128823	บริษัท	บริการนำสินค้าหลายชนิดมารวมกันเพื่อความสะดวกของผู้ซื้อ	31 มี.ค. 59 – 30 มี.ค. 69
	171128824	บริษัท	บริการนำสินค้าหลายชนิดมารวมกันเพื่อความสะดวกของผู้ซื้อ	31 มี.ค. 59 – 30 มี.ค. 69

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	เจ้าของกรรมสิทธิ์	สำหรับผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาคุ้มครอง
	บ55293	TW	บริการจัดการธุรกิจในห้างสรรพสินค้า บริการจัดการธุรกิจด้านจำหน่ายสินค้า ประเภทเฟอร์นิเจอร์ บริการนำสินค้า หลายชนิดมารวมกันเพื่อความสะดวก ของผู้ซื้อ บริหารธุรกิจเกี่ยวกับซูเปอร์ มาร์เก็ต วางแผนจัดการและจัดงานแสดง สินค้า	10 ส.ค. 54 – 9 ส.ค. 64
	บ55294	TW	ให้เช่าพื้นที่เพื่อจำหน่ายสินค้า	10 ส.ค. 54 – 9 ส.ค. 64
	บ55295	TW	สถานบริการด้านความบันเทิง ให้บริการ สถานที่ และอุปกรณ์สันทนาการ	10 ส.ค. 54 – 9 ส.ค. 64
	บ55296	TW	บริการจัดหาอาหาร และเครื่องดื่ม	10 ส.ค. 54 – 9 ส.ค. 64
	บ55297	TW	บริการสถานดูแลรักษาสุขภาพ (สปา)	10 ส.ค. 54 – 9 ส.ค. 64
	บ50377	TW	บริการจัดการธุรกิจในห้างสรรพสินค้า บริการจัดการธุรกิจด้านจำหน่ายสินค้า ประเภทเฟอร์นิเจอร์ และบริการนำสินค้า หลายชนิดมารวมกันเพื่อความสะดวก ของผู้ซื้อ	17 ธ.ค. 53 – 16 ธ.ค. 73
	บ50378	TW	ให้เช่าพื้นที่เพื่อจำหน่ายสินค้า	17 ธ.ค. 53 – 16 ธ.ค. 73
	บ50379	TW	สถานบริการด้านความบันเทิง ให้บริการ สถานที่และอุปกรณ์สันทนาการ	17 ธ.ค. 53 – 16 ธ.ค. 73
	บ50380	TW	บริการจัดหาอาหารและเครื่องดื่ม	17 ธ.ค. 53 – 16 ธ.ค. 73
	บ50376	TW	บริการสถานดูแลรักษาสุขภาพแบบสปา	17 ธ.ค. 53 – 16 ธ.ค. 73
	ค216745	บริษัท	โต๊ะ ตู้ เติียง เก้าอี้ และชั้นวางของ	31 ส.ค. 47 – 30 ส.ค. 67
	บ25734	บริษัท	จำหน่ายสินค้าประเภท เฟอร์นิเจอร์	31 ส.ค. 47 – 30 ส.ค. 67
	ค384774	บริษัท	เตียง ตู้เสื้อผ้า โต๊ะ เก้าอี้ ชั้นวางทีวี โต๊ะเครื่องแป้ง โซฟา ตู้ ที่นอน และกระจก	13 มิ.ย. 55 – 12 มิ.ย. 65
	บ48725	บริษัท	บริการจัดการขายอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน	14 ส.ค. 52 – 13 ส.ค. 72
	ค388673	บริษัท	เตียง ตู้เสื้อผ้า โต๊ะ เก้าอี้ ชั้นวางทีวี โต๊ะ เครื่องแป้ง โซฟา ตู้ ที่นอน และกระจก	13 มิ.ย. 55 – 12 มิ.ย. 65
	บ48726	บริษัท	บริการจัดการขายอุปกรณ์ เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน	14 ส.ค. 52 – 13 ส.ค. 72
	ค328590	บริษัท	เตียง ตู้เสื้อผ้า โต๊ะ เก้าอี้ ชั้นวางทีวี โต๊ะ เครื่องแป้ง และโซฟา	30 ต.ค. 52 – 29 ต.ค. 72
	บ48732	บริษัท	บริการจัดการขายอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน	30 ต.ค. 52 – 29 ต.ค. 72

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	เจ้าของกรรมสิทธิ์	สำหรับผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาคุ้มครอง
	201112937	บริษัท	เก้าอี้ ชั้นวางโทรทัศน์ โต๊ะทำด้วยไม้ โต๊ะเครื่องแป้ง โซฟา ตู้เสื้อผ้า เติยงนอนทำด้วยไม้ บริการจัดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน	17 ก.ค.61 – 16 ก.ค.71
	201112938	บริษัท	เก้าอี้ ชั้นวางโทรทัศน์ โต๊ะทำด้วยไม้ โต๊ะเครื่องแป้ง โซฟา ตู้เสื้อผ้า เติยงนอนทำด้วยไม้	17 ก.ค.61 – 16 ก.ค.71
	บ26256	บริษัท	บริการจัดการธุรกิจด้านจำหน่ายสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์	31 ส.ค. 47 – 30 ส.ค. 67
	ค216746	บริษัท	โต๊ะ ตู้ เติยง เก้าอี้ และชั้นวางของ	31 ส.ค. 47 – 30 ส.ค. 67
	ค207612	บริษัท	โต๊ะทำงาน เก้าอี้ ตู้ลิ้นชักเก็บเอกสาร และพาร์ทิชั่น (ฉาก) ใช้ภายในอาคาร	16 เม.ย. 47 – 15 เม.ย. 67
	บ24230	บริษัท	บริการจัดขายสินค้าเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน	16 เม.ย. 47 – 15 เม.ย. 67
	191100303	บริษัท	บริการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ บริการจัดจำหน่ายสินค้าและประเภทของตกแต่งบ้าน	17 ส.ค. 60 – 16 ส.ค. 70
	191116298	บริษัท	ก๊อกน้ำ เครื่องสุขภัณฑ์ กรอบรูป กระຈກเงา กล่องไม้ รางผ้าม่าน รางมู่ลี่ รางผ้าม่าน ไม้แขวนเสื้อ โต๊ะรีดผ้า โต๊ะเข็นสำหรับเสิร์ฟอาหาร ชั้นวาง ชั้นเก็บของ กล่องรับจดหมาย ขาตั้งตู้เก็บของ โต๊ะ หมอน ที่นอน รูปปั้น ของตกแต่ง ไม้หนีบผ้า รางแขวนผ้า ตะกร้า ผ้า มีอบรูปพื้น ถาดใส่อาหาร ชุดภาชนะใช้บนโต๊ะอาหาร กระทะ หม้อ ผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน ผ้านวม ผ้าห่ม ผ้าเช็ดตัว ผ้าขนหนู ผ้าปูม่าน พรม วัสดุปูกันลื่น หญ้าเทียม และวอลล์เปเปอร์	31 พ.ค.61 – 30 พ.ค.71
	191107589	บริษัท	เตียงนอน ตู้เสื้อผ้า ชุดติดผนังในห้องครัว ตู้เก็บของ ชุดโต๊ะและเก้าอี้สำนักงาน ชุดโต๊ะและเก้าอี้รับแขก ชุดโต๊ะและเก้าอี้รับประทานอาหาร ชุดโต๊ะเครื่องแป้ง โต๊ะกลางชุดรับแขก เก้าอี้ ชั้นวางทีวี ชั้นวางรองเท้า บริการจัดการธุรกิจด้านจำหน่ายสินค้า ประเภทเฟอร์นิเจอร์	17 ส.ค.60 – 16 ส.ค.70

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	เจ้าของกรรมสิทธิ์	สำหรับผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาคุ้มครอง
			บริการจัดการธุรกิจด้านจำหน่ายสินค้าประเภทของตกแต่งบ้าน และบริการออกแบบตกแต่งภายใน	
	201105882	บริษัท	การจัดการธุรกิจในห้องสรรพสินค้า	4 ต.ค.61 – 4 ต.ค.71
	201100786	บริษัท	ชุดมีดซ้อนซ้อนสำหรับเด็ก กระเป๋าเดินทางขนาดเล็ก กระเป๋าใส่ผ้าอ้อมเด็ก เก้าอี้เด็ก คอกกั้นเด็ก ชั้นเก็บของ ชุดลินชัก ตู้เก็บของ ตู้เสื้อผ้า ชุดนั่งเล่นเด็ก โต๊ะสำหรับเด็ก โต๊ะสำหรับเปลี่ยนผ้าอ้อมเด็ก เตียนนอนเด็ก เปลเด็ก เบาะเด็ก แผ่นรองนอนสำหรับเด็ก หมอนข้าง หมอนรองให้นมเด็ก ไม้แขวนเสื้อ ชุดผ้าปูที่นอนและปลอกหมอน ผ้าขนหนู ผ้าคลุมให้นมบุตร ผ้าห่มเด็ก ผ้าห่อตัวเด็ก และบริการนำสินค้าหลายชนิดมารวมกันเพื่อความสะดวกของผู้ซื้อ	17 ก.ค.61 – 16 ก.ค.71

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทอยู่ในระหว่างการยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าทั้งสิ้น 3 รายการ สามารถสรุป ดังนี้

ซึ่ง

เครื่องหมายการค้า	เลขคำขอ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	สำหรับบริการ	วันที่ยื่นจดทะเบียน
	180122659	บริษัท	ที่นอน ที่นอนสปริง เตียนนอน เตียนนอนที่ปรับระดับด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ และฐานรองที่นอน	17 ก.ค. 61
	180122658	บริษัท	ชุดมีดซ้อนซ้อนสำหรับเด็ก กระเป๋าเดินทางขนาดเล็ก กระเป๋าใส่ผ้าอ้อมเด็ก เก้าอี้เด็ก คอกกั้นเด็ก ชั้นเก็บของ ชุดลินชัก ตู้เก็บของ ตู้เสื้อผ้า ชุดนั่งเล่นเด็ก โต๊ะสำหรับเด็ก โต๊ะสำหรับเปลี่ยนผ้าอ้อมเด็ก เตียนนอนเด็ก เปลเด็ก เบาะเด็ก แผ่นรองนอนสำหรับเด็ก และหมอนข้าง หมอนรองให้นมเด็ก ไม้แขวนเสื้อ ชุดผ้าปูที่นอนและปลอกหมอน ผ้าขนหนู ผ้าคลุมให้นมบุตร ผ้าห่มเด็ก ผ้าห่อตัวเด็ก และบริการนำสินค้าหลายชนิดมารวมกันเพื่อความสะดวกของผู้ซื้อ	17 ก.ค. 61
	200112903	บริษัท	เก้าอี้ / เก้าอี้ชนิดปรับได้ / เก้าอี้ชนิดพับได้ / เก้าอี้ชนิดมีพนักพิง / เก้าอี้ชนิดมีล้อ / เก้าอี้ชายหาด / เก้าอี้ชุดรับแขก / เก้าอี้ใช้กับโต๊ะเครื่องแป้ง / เก้าอี้โซฟา / เก้าอี้เด็ก / เก้าอี้ที่ปรับเอนนอนได้ / เก้าอี้ที่มีที่วางแขน /	10 เม.ย.63

เครื่องหมายการค้า	เลขคำขอ	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	สำหรับบริการ	วันที่ยื่นจด ทะเบียน
			<p>เก้าอี้นวม / เก้าอี้นอนชนิดปรับด้วยไฟฟ้า / เก้าอี้นอนแบบโยกได้ / เก้าอี้นึ่งแบบสตูล / เก้าอี้บาร์ / เก้าอี้แบบสองที่นั่ง / เก้าอี้ปิคนิก / เก้าอี้เปาลม / เก้าอี้ผ้า / เก้าอี้ผ้าใบ / เก้าอี้สนาม / เก้าอี้สำนักงาน / เก้าอี้หวาย / เก้าอี้เหล็ก / ขาตั้งใช้แขวนเครื่องแต่งกาย / คอกกั้นเด็ก / จากกั้นใช้ประดับตกแต่ง ฯลฯ</p> <p>และบริการจัดการขายอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน / บริการจัดการขายอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าพร้อมอุปกรณ์ / บริการจัดการขายอุปกรณ์เครื่องใช้ในครัวเรือน</p>	

นอกจากการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในประเทศไทยแล้ว บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าหลักหรือเริ่มดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในประเทศอื่น ๆ ที่บริษัทมีการให้แฟรนไชส์หรือบริษัทเห็นว่ามีความจำเป็นในการเปิดร้านในอนาคต เช่น ประเทศมาเลเซีย กัมพูชา และจีน เป็นต้น

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทและบริษัทย่อย ไม่มีคดีความ คดีอนุญาโตตุลาการ หรือกระบวนการพิจารณาคดีอื่นใดที่มีนัยสำคัญและเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับบริษัทและบริษัทย่อย ซึ่งเชื่อว่าจะส่งผลกระทบในทางลบอย่างร้ายแรงต่อสินทรัพย์ของบริษัทและบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5.0 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 และไม่มีกรรมการหรือผู้บริหารท่านใดเป็นคู่ความกับบริษัท

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

6.1.1 บริษัท

ชื่อบริษัท	: บริษัท อินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ จำกัด (มหาชน)
ชื่อตลาดหลักทรัพย์ที่จดทะเบียน	: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ชื่อที่ใช้ในการซื้อขาย	: ILM
ประเภทธุรกิจ	: ธุรกิจร้านค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 147 ซอยพระรามที่ 2 ซอย 50 ถนนพระรามที่ 2 แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107561000226
โทรศัพท์	: 0 2898 6420-5
โทรสาร	: 0 2898 6940
เว็บไซต์/โฮมเพจบริษัท	: www.indexlivingmall.com
ทุนจดทะเบียน	: 2,525.0 ล้านบาท
ทุนชำระแล้ว	: 2,525.0 ล้านบาท
จำนวนหุ้นที่ออกและชำระแล้ว	: หุ้นสามัญ 505 ล้านหุ้น (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท)

6.1.2 บริษัทย่อย

6.1.2.1 บริษัท อินเด็กซ์ อินเตอร์เฟิร์น จำกัด

ชื่อบริษัทภาษาไทย	: บริษัท อินเด็กซ์ อินเตอร์เฟิร์น จำกัด
ประเภทธุรกิจ	: ผลิตเครื่องเฟอร์นิเจอร์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 143 ซอยพระรามที่ 2 ซอย 50 ถนนพระรามที่ 2 แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105552064096
โทรศัพท์	: 0 2415 0077
โทรสาร	: 0 2415 7399
เว็บไซต์/โฮมเพจบริษัท	: www.index-interfurn.com
ทุนจดทะเบียน	: 960.0 ล้านบาท
ทุนชำระแล้ว	: 960.0 ล้านบาท

6.1.2.2 บริษัท เดอะ วอลล์ จำกัด

ชื่อบริษัทภาษาไทย	: บริษัท เดอะ วอลล์ จำกัด
ประเภทธุรกิจ	: ปลอยเช่าพื้นที่ศูนย์การค้า
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 147 ซอยพระรามที่ 2 ซอย 50 ถนนพระรามที่ 2 แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105555116551
โทรศัพท์	: 0 2898 6420-5
ทุนจดทะเบียน	: 25.0 ล้านบาท
ทุนชำระแล้ว	: 15.4 ล้านบาท

6.1.2.3 บริษัท บางกอก คาซ่า จำกัด

ชื่อบริษัทภาษาไทย	: บริษัท บางกอก คาซ่า จำกัด
ประเภทธุรกิจ	: บริการรับฝากสินค้า
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 143 ซอยพระรามที่ 2 ซอย 50 ถนนพระรามที่ 2 แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105534058616
โทรศัพท์	: 0 2898 6420-5
ทุนจดทะเบียน	: 250.0 ล้านบาท
ทุนชำระแล้ว	: 250.0 ล้านบาท

6.1.2.4 บริษัท อินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ อินเตอร์ จำกัด

ชื่อบริษัทภาษาไทย	: บริษัท อินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ อินเตอร์ จำกัด
ประเภทธุรกิจ	: ให้สิทธิแฟรนไชส์ร้านค้า Index Living Mall ในต่างประเทศ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 147 ซอยพระรามที่ 2 ซอย 50 ถนนพระรามที่ 2 แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105559003602
โทรศัพท์	: 0 2898 6420-5
ทุนจดทะเบียน	: 5.0 ล้านบาท
ทุนชำระแล้ว	: 5.0 ล้านบาท

6.1.3 บุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์

นายทะเบียนหลักทรัพย์	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์	:	0 2009 9000
โทรสาร	:	0 2009 9991

ผู้สอบบัญชี

ผู้สอบบัญชี	:	บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	1 อาคาร เอ็มไพร์ ทาวเวอร์ ชั้น 48-51 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์	:	0 2677 2000
โทรสาร	:	0 2677 2222