

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1.นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ภาพรวมและนโยบายธุรกิจ

บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน) เป็นหนึ่งในผู้นำในธุรกิจออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) อย่างครบวงจร (One-Stop-Shop Solution) โดยธุรกิจหลักของบริษัทแบ่งออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

- 1) ธุรกิจงานตกแต่งภายใน (Interiors)
- 2) ธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions)
- 3) ธุรกิจการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing)
- 4) ธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Park)

บริษัทฯ มีนโยบายในการให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ ด้วยทีมงานมืออาชีพและการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้บริการที่ตรงตามความต้องการ มีมาตรฐาน และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งเน้นการเป็นพันธมิตรธุรกิจโดยใช้หลักยุทธธรรมแบ่งปัน โดยมุ่งมั่นตั้งใจรับผิดชอบต่อการบริการที่สร้างสรรค์ผลงานสู่สังคมโดยยืนอยู่บนหลักจริยธรรมจรรยาบรรณทางธุรกิจ

บริษัทฯ มีผู้ร่วมทุนที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจคือ Kingsmen Creatives Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศสิงคโปร์ และเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์ ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทชั้นนำในธุรกิจออกแบบและผลิตงานสื่อสารการตลาดระดับโลก ปัจจุบัน Kingsmen Creatives Ltd. มี 19 สำนักงานใน 14 ประเทศในทวีปเอเชียแปซิฟิก และตะวันออกกลาง ทำให้สามารถเชื่อมโยงเข้าสู่เครือข่ายลูกค้าในระดับสากลของ Kingsmen Creatives Ltd. และสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากขึ้น

บริษัทฯ มีการบริหารงานโดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และมุ่งมั่นที่จะขยายฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยได้ขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจไปยังประเทศเมียนมาร์ ภายใต้แบรนด์ Kingsmen ปัจจุบัน บริษัทฯ มีบริษัทย่อย คือ Kingsmen Myanmar Company Limited (“คิงส์แมนเมียนมาร์”) ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศเมียนมาร์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการประกอบธุรกิจออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) ในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) และกิจกรรมการตลาด (Event) ในอาณาเขตประเทศเมียนมาร์เป็นหลัก บริษัทฯ ถือหุ้นในคิงส์แมนเมียนมาร์ ร้อยละ 100

วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมหลัก และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มีวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมหลัก และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจดังนี้

วิสัยทัศน์ บริษัทฯ ที่ได้รับความไว้วางใจ ในการให้บริการด้วยคุณภาพตามมาตรฐานสากล เพื่อสู่ความเป็นเลิศในระดับนานาชาติ
พันธกิจ สร้างสรรค์งานบริการที่มีคุณภาพ โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อความพึงพอใจและประโยชน์สูงสุดของลูกค้า
พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้ถือหุ้น

ค่านิยมหลัก “ยุทธธรรม แบ่งปัน”

ส่วนที่ 1
Langw...

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

- 1) เป็นหนึ่งในผู้นำทางด้านการออกแบบ ตกแต่ง และผลิต (Design & Build) สำหรับ ธุรกิจการตกแต่งภายใน ธุรกิจการแสดงสินค้า และ ธุรกิจการตลาดอย่างครบวงจร (One-Stop-Shop Solution) ในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านที่มุ่งเป้าไว้ ได้แก่ ประเทศเมียนมาร์ ลาว และ กัมพูชา
- 2) ขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจไปยังประเทศเพื่อนบ้านที่มุ่งเป้าไว้ ได้แก่ ประเทศเมียนมาร์ ลาว และ กัมพูชา
- 3) เพิ่มศักยภาพของบริษัทให้พร้อมที่จะลงทุนขยายธุรกิจในอนาคต

ความเป็นมาและพัฒนการที่สำคัญ

- ปี 2532 บริษัทฯ ก่อตั้งขึ้นในนามบริษัท ซี.เอ็ม.ที. ไอ. จำกัด โดยครอบครัวคุณชยวัฒน์ พิเศษสิทธิ์เป็นผู้ก่อตั้งหลัก ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท เพื่อเริ่มดำเนินธุรกิจออกแบบและผลิตงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions)
- ปี 2534 ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) สำหรับงาน Thailand International Motor Expo หนึ่งในงานแสดงยานยนต์ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ซึ่งบริษัทฯ ได้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการจนถึงปัจจุบัน
- ปี 2536 ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) สำหรับงานแสดงสินค้า Thai Metalex จัดโดย บริษัท รีด เทรดเด็กซ์ จำกัด
- ปี 2538 ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) สำหรับงาน Bangkok International Motor Show หนึ่งในงานแสดงยานยนต์ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย โดยบริษัทฯ ได้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการต่อเนื่องมากกว่า 5 ปี จนถึงปี 2542 จึงได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอนุมัติอย่างเป็นทางการ (Approved Contractor) จนถึงปัจจุบัน
- ปี 2543 ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นหนึ่งในสี่ของผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงาน BOI Fair 2000 ซึ่งเป็นมหกรรมแสดงนิทรรศการที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประเทศไทย
- ปี 2544 ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) สำหรับงาน Money Expo ซึ่งเป็นงานมหกรรมการเงินการลงทุนที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประเทศไทย โดยได้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการต่อเนื่องมากกว่า 14 ปีจนถึงปัจจุบัน
- ปี 2545 Kingsmen Creatives Ltd. ผู้ร่วมทุนจากประเทศสิงคโปร์ หนึ่งในบริษัทชั้นนำในธุรกิจออกแบบและผลิตงานสื่อสารการตลาดระดับโลก
- เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที. ไอ. จำกัด
 - เริ่มธุรกิจให้บริการออกแบบและผลิตงานตกแต่งภายใน (Interiors)
- ปี 2547 ได้รับการแต่งตั้งเป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงานนิทรรศการ International AIDS Conference จัดโดย World AIDS Association บริหารงานโดย Congrex จากประเทศสวีเดน
- ปี 2548 เริ่มธุรกิจให้บริการการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing)
- ปี 2552 ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้บริหารและจัดงานเปิดตัวบีเอ็มดับเบิลยู ซีรีส์ 7 (BMW Series 7) ที่ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลเวิลด์
- ปี 2553 เริ่มธุรกิจให้บริการออกแบบและผลิตงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Park)

- ได้รับการแต่งตั้งให้ดำเนินการออกแบบและผลิตงานตกแต่งภายในให้กับร้านอาหารชื่อดัง “Din Tai Fung” ที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์
- ปี 2554 ได้รับการแต่งตั้งให้ดำเนินการออกแบบและผลิตงานตกแต่งภายในให้กับร้านขายสินค้า แบรินด์ชั้นนำ “Uniqlo” รวมกว่า 30 ร้านหรือกว่า 30,000 ตารางเมตรทั่วประเทศไทยมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน
- ปี 2555 ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงานนิทรรศการ Rotary International Convention ซึ่งมีผู้เข้าชมกว่า 40,000 คน จัดโดย Rotary International และ Thai Rotary Districts Foundation
- ได้รับการแต่งตั้งให้ดำเนินการออกแบบและผลิตงานตกแต่งภายในให้กับร้านค้าแบรนด์ชั้นนำ “Uniqlo” “Mango” “Cotton On” “Cath Kidston” “KPN” “Forever XXI” และพื้นที่ส่วนกลางจำนวนรวมกว่า 7,000 ตารางเมตร ในศูนย์การค้าเมกะบางนา
- ปี 2556 ได้รับการแต่งตั้งให้ดำเนินการออกแบบและผลิตงานตกแต่งภายในให้กับร้านค้าแบรนด์ชั้นนำของโลก “Polo” “Ralph Lauren” “Montblanc” “Piaget” “Victoria’s Secret” “Dior” “Mark & Spencer” และ “Leica”
- ปี 2558 จัดตั้ง Kingsmen Myanmar Company Limited ตามกฎหมายของประเทศเมียนมาร์ ในวันที่ 9 มกราคม 2558 มีทุนจดทะเบียน 300,000 ดอลลาร์สหรัฐ และมีทุนชำระแล้ว 50,000 ดอลลาร์สหรัฐ เพื่อประกอบธุรกิจออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) ในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) และกิจกรรมการตลาด (Event) ในอาณาเขตประเทศเมียนมาร์เป็นหลัก บริษัทฯ ถือหุ้นในคิงส์แมนเมียนมาร์ ร้อยละ 100
- วันที่ 1 กรกฎาคม 2558 ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด มีทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท และทุนเรียกชำระแล้ว 75 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 750 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท
 - วันที่ 19 ตุลาคม 2558 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2558 ของบริษัทฯ มีมติอนุมัติการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้เป็นหุ้นละ 0.50 บาท โดยแบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 150 ล้านหุ้น
 - วันที่ 30 พฤศจิกายน 2558 บริษัทฯ ได้จัดตั้ง บริษัทหลักทรัพย์ธนชาติ จำกัด(มหาชน) ให้เป็นผู้จัดการการจำหน่ายและรับประกันการจำหน่ายหุ้นสามัญ
 - วันที่ 2-4 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ ได้ทำการเปิดให้นักลงทุนจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้กับประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก(IPO) ในราคา 5.80 บาท ต่อหุ้น โดยเสนอขายไม่เกิน 50 ล้านหุ้น คิดเป็นไม่เกินร้อยละ 25 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ
 - วันที่ 18 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ ได้นำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ เอ็มเอ ไอ (MAI) เป็นวันแรก
- ปี 2559 ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงาน Myanmar Build & Decor 2016 เทรตแฟร์ ด้านการก่อสร้าง การตกแต่ง และเฟอร์นิเจอร์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศเมียนมาร์
- ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงาน ITU Telecom World 2016 มหกรรมด้านไอซีทีระดับโลก โดยมีผู้นำในแวดวงโทรคมนาคมกว่า 4000 คน จากกว่า 100 ประเทศ
 - ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ในงาน Myanmar FoodBev and Myanmar Retail Expo 2016
 - บริษัทได้มีการขยายโรงงานการผลิตไปที่ คลอง 6
 - เริ่มให้บริการในการตกแต่งงานพื้นที่ส่วนกลางของห้างสรรพสินค้า สนามบิน ธนาคาร โรงพยาบาล และส่วนงานต่างๆ

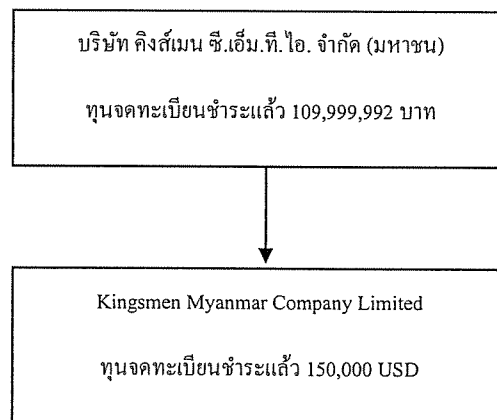
รางวัลและมาตรฐานต่างๆ ที่ได้รับ

- ปี 2546 ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 : 2000 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านคุณภาพในส่วนของการออกแบบและติดตั้ง
คูหาสำหรับงานนิทรรศการ
- ปี 2549 ได้รับรางวัลจรรยาบรรณดีเด่นของสมาคมหอการค้าไทยปี 2549
- ปี 2552 ได้รับรางวัลชมเชยในการออกแบบ Kids World ที่โรงแรมเมริออท ชะอำ ของ A.R.E. design Awards ที่ Las Vegas, USA
- ได้รับรางวัลสุดยอดในการออกแบบร้านค้า (Excellence in Store Design) ของ Marks & Spencer International ที่ประเทศอังกฤษ
 - ได้รับรางวัลธรรมาภิบาลดีเด่น ของสถาบันปวช อึ้งภากรณ์ ร่วมกับสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสมาคมธนาคารไทย
- ปี 2553 ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO9001:2008 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านคุณภาพในส่วนของการออกแบบและติดตั้งคูหา
สำหรับงานนิทรรศการ
- ปี 2555 เข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์กรภาคีสีเขียว เพื่อร่วมส่งเสริมการประกอบธุรกิจของภาคเอกชนให้ยึดหลักการบริหาร
กิจการอย่างมีหลักบรรษัทภิบาล โดยสำนักงานจุดความดีแห่งประเทศไทย
- เข้าร่วมเป็นสมาชิกดาวพิเศษ ซึ่งเป็นโครงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยสมาคมสร้างสรรค์ไทย
- ปี 2556 ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO20121:2012 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านระบบบริหารจัดการงานแสดงสินค้า อย่างยั่งยืน
(Event Sustainability Management System) สำหรับการวางแผนและส่งมอบงาน Money Expo
- ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านจริยธรรมการจ้างงานของผู้ประกอบการทางการค้า จาก Sedex ซึ่งเป็น
มาตรฐานสากลจากประเทศอังกฤษ
- ปี 2557 ได้รับรางวัลชมเชยองค์กร โปร่งใส ของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ
- ปี 2558 ได้รับประกาศนียบัตร โปรแกรมการตรวจประเมินสภาพสถานประกอบการ การรับรองมาตรฐานสถาน
ประกอบการที่ถูกต้องตามหลักชีวอนามัย (WCA) จาก Intertek ดอกย้าถึงการดำเนินงานที่ได้มาตรฐานสากล
ได้รับการยอมรับจากองค์กรระดับโลก
- ปี 2559 ได้รับการรับรองจากธนาคารกสิกรไทยในการเข้าร่วมกิจกรรมโครงการอาคารสีเขียว ตามข้อกำหนดLeadership
in Energy and Environmental Design (LEED) ของสภาอาคารเขียวแห่งประเทศไทยสหรัฐอเมริกา
- วันที่ 1 พฤศจิกายน 2559 บริษัทได้รับ รางวัล Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2016
ระดับดีมาก หรือ 4 ดาว จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors: IOD)
 - วันที่ 13 ธันวาคม 2559 บริษัทได้รับรางวัลบรรษัทภิบาลดีเด่น ประจำปี 2559 (CG Award 2016) ของสำนักงาน
คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) ร่วมกับคณะกรรมการส่งเสริมจรรยาบรรณ
และต่อต้านคอร์รัปชัน หอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ซึ่งยกย่องผู้ประกอบการทั่วไป ที่มีแนวทาง

ในการประกอบธุรกิจการค้าด้วยหลักบรรษัทภิบาล ในส่วนของการเปิดเผยข้อมูลความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และรักษาความสุจริต

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อย 1 บริษัท คือ Kingsmen Myanmar Company Limited (“คิงส์แมนเมียนมาร์”) ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศเมียนมาร์ เพื่อประกอบธุรกิจออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) ในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) และกิจกรรมการตลาด (Event) ภายใต้แบรนด์ Kingsmen แต่เพียงผู้เดียวในประเทศเมียนมาร์ โดยบริษัทฯ ถือหุ้นในคิงส์แมนเมียนมาร์ ร้อยละ 100 และมีโครงสร้างการถือหุ้นแสดงดังแผนภาพต่อไปนี้



ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

กลุ่มบริษัทได้มีการพึ่งพิง ร่วมธุรกิจกับ Kingsmen Creatives Ltd. ซึ่งเป็นผู้ร่วมทุนจากประเทศสิงคโปร์และเป็นหนึ่งในผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ที่ช่วยให้กลุ่มบริษัทสามารถเชื่อมโยงเข้าสู่เครือข่ายลูกค้าในระดับสากลของ Kingsmen Creatives Ltd. และสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากขึ้น

2.ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย จำแนกตามประเภทการให้บริการ ตามงบการเงินรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2557 ถึง 2558 และ และ 2559 มีรายละเอียดดังนี้

	ปี 2557		ปี 2558		ปี 2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ

ธุรกิจงานตกแต่งภายใน (Interiors)	419.2	50.9	475.4	49.9	651.6	55.3
ธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions)	328.6	39.9	391.6	41.1	429.7	36.4
ธุรกิจการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing)	73.0	8.9	73.0	7.7	87.5	7.4
ธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Park)	3.0	0.4	12.3	1.3	10.4	0.9
รวมรายได้จากการให้บริการ	823.8	100.0	952.3	100	1,179.2	100

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) อย่างครบวงจร (One-Stop-Shop Solution) ในงาน ตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) การตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) และงาน พิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Park) โดยมีลักษณะการให้บริการดังนี้

1) งานตกแต่งภายใน (Interiors) ถือเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจทางการตลาดที่ผู้ขายสินค้าและบริษัทนำมาใช้เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ของแบรนด์สินค้าและบริษัท รวมทั้งดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้เข้ามาในร้านมากขึ้น ซึ่งบริษัทฯ ให้บริการในการตกแต่งภายใน (Interiors) ครบวงจร โดยดำเนินการออกแบบ ผลิตและติดตั้งงานตกแต่งภายในทั้งหมด รวมไปถึงการจัดหาอุปกรณ์ตกแต่งภายใน และเฟอร์นิเจอร์ เพื่อให้เข้ากับภาพลักษณ์ของแบรนด์สินค้าและบริษัท โดยเน้นกลุ่มผู้ขายสินค้าและบริษัทที่อยู่ในตลาดระดับกลางถึงบน ซึ่งมีแผนการขยายสาขาจำนวนมากและเป็นแบรนด์ชั้นนำระดับโลก ในธุรกิจร้านค้าปลีก ร้านอาหาร และสำนักงาน

ผลงานสำคัญในปี 2559 ของบริษัทฯ

- งานตกแต่งภายใน ปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลางชั้น 2 ที่ Siam Discovery โดยมีพื้นที่ก่อสร้าง 3,200 ตารางเมตร ในปี 2558-2559
- งานตกแต่งภายในร้าน Tumi ที่ Siam Discovery 1 สาขา โดยมีพื้นที่ก่อสร้าง 135 ตารางเมตร ในปี 2559
- งานตกแต่งภายใน ปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลางชั้น G ที่ Siam Paragon โดยมีพื้นที่ก่อสร้าง 6,000 ตารางเมตร ในปี 2558-2559
- งานตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลาง GMS Duty Free ที่ภูเก็ต โดยมีพื้นที่ก่อสร้าง 7,000 ตารางเมตร ในปี 2558-2559
- งานตกแต่งภายในร้าน Ferragamo ที่ GMS Duty Free 1 สาขา โดยมีพื้นที่ก่อสร้าง 100 ตารางเมตร ในปี 2559
- งานตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลาง Bluport ที่หัวหิน โดยมีพื้นที่ก่อสร้าง 5,000 ตารางเมตร ในปี 2559
- งานตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนกลาง La Galleria ที่พัทยา โดยมีพื้นที่ก่อสร้าง 3,500 ตารางเมตร ในปี 2559
- งานตกแต่งภายใน Sky Restaurant Park Hyatt ที่ เซ็นทรัลเวิลด์ 1 สาขา พื้นที่ก่อสร้าง 1,200 ตารางเมตร ในปี 2558-2560
- งานตกแต่งภายในร้าน Polo Ralph Lauren ที่สนามบินเสียมเรียบประเทศกัมพูชา 1 สาขา พื้นที่ก่อสร้าง 110 ตารางเมตร ในปี 2559

- งานออกแบบและตกแต่งภายใน Vivit Hostel บริเวณใกล้เคียง ศาลเจ้าพ่อเสือ โดยมีพื้นที่ก่อสร้าง 600 ตารางเมตร ในปี 2559
- งานตกแต่งภายใน ปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลางในส่วนของโรงและบันได สำนักงาน ธนาคารกสิกรไทย ที่แจ้งวัฒนะ 1 สาขา โดยมีพื้นที่ก่อสร้าง 6,200 ตารางเมตร ในปี 2559
- งานตกแต่งภายในร้าน MCM ที่ Central Embassy 1 สาขา พื้นที่ก่อสร้าง 178 ตารางเมตร ในปี 2559

2) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ งานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก และการตลาดทางเลือก (Exhibitions, Museums & Thematic Park and Alternative Marketing or EMA)

2.1) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายสินค้าสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้โดยตรง โดยผู้บริโภคหรือผู้ชมงานสามารถสัมผัสตัวสินค้า ชมการสาธิต และสอบถามข้อมูลจากผู้ผลิตหรือผู้ขายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งบริษัทฯ มีขอบเขตการให้บริการในธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ แบ่งเป็น 2 ประเภทดังนี้

2.1.1) ให้บริการแก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitors) บริษัทฯ ให้บริการในการเป็นผู้รับเหมา (Contractors) อย่างครบวงจร แก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ตั้งแต่การวางแผนคิด ออกแบบ ผลิต และติดตั้ง บูธแสดงสินค้า ตลอดจนการบริหารจัดการบูธแสดงสินค้าในระหว่างการจัดงาน รวมถึงการรื้อถอนบูธแสดงสินค้าเมื่อการจัดงานแล้วเสร็จ

ผลงานสำคัญในปี 2559 ของบริษัทฯ

- บูธ Nissan ในงาน Motor Show และงาน Motor Expo ปี 2549 -2559
- บูธ BMW และ MINI ในงาน Motor Show และงาน Motor Expo ปี 2553 - 2559
- บูธ SUBARU ในงาน Motor Expo ปี 2552, 2554, 2557, 2558 และงาน Motor Show ในปี 2549, 2553, 2559
- บูธ Rolls Royce ในงาน Motor Show ปี 2555 - 2559
- บูธ Aston Martin ในงาน Motor Show ปี 2557 - 2559
- บูธ TATA ในงาน Motor Expo ปี 2552 – 2555, 2558, 2559
- บูธ Mitsubishi ในงาน Motor Expo ปี 2559
- บูธ SCB ในงาน Motor Expo ปี 2559
- บูธ Citibank ในงาน Money Expo ปี 2556 - 2559
- บูธ Krungthai Bank ในงาน Money Expo ปี 2559
- บูธ Nigeria ในงาน ITU 2016
- บูธ Betagro ในงาน FHA 2016 (Food and Hotel Asia 2016) ประเทศสิงคโปร์ และในงาน Seoul Food and Hotel 2016 ประเทศเกาหลี

2.1.2) ให้บริการแก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Organizers) บริษัทฯ ให้บริการในการเป็นผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) และครบวงจร แก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ โดยดำเนินการวางผังงาน (Floor

Plan) ออกแบบ ผลิตและติดตั้งงานส่วนกลาง เช่น คูหามาตรฐาน (Standard Booth) ตู้ทางเข้างาน เวที ป้ายบอกทาง และ ส่วนตกแต่งอื่นของงาน รวมไปถึงบริการอื่นๆ เช่น งานระบบไฟฟ้า และการให้เช่าเฟอร์นิเจอร์ สำหรับกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะอยู่ในธุรกิจยานยนต์ และธุรกิจการเงิน รวมทั้งงานประชุมระดับนานาชาติที่เข้ามาจัดในประเทศไทย

ผลงานสำคัญในปี 2559 ของบริษัทฯ

- งาน Thailand International Motor Expo ปี 2534 - 2559
- งาน Money Expo ปี 2544 - 2559
- งาน ITU Telecom World ปี 2559
- งาน HIMSS Asia Pac ปี 2559

2.2) ธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Park) ถือเป็นส่วนหนึ่งในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมความรู้ เพื่อให้ผู้เข้าชมงานได้รับความรู้และความเข้าใจในเนื้อหาของโครงการนั้นๆ โดยจะอยู่ในรูปของศูนย์การเรียนรู้ (Learning Center) และพิพิธภัณฑ์ (Museums) ส่วนงานสวนสนุกหรืองานสวนแนวคิด (Thematic Park) คือ สถานที่ที่มีเรื่องราวตามหัวข้อหลักที่กำหนด อาจจะเป็นสถานที่ให้ความรู้ หรือความสนุก ขึ้นอยู่กับรูปแบบของโครงการนั้นๆ อาทิ สวนสนุก สวนน้ำ เป็นต้น บริษัทฯ ให้บริการอย่างครบวงจรแก่เจ้าของโครงการ โดยดำเนินการวางแผนแนวคิดของโครงการ ออกแบบ และผลิตโครงการ ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของโครงการ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้บริการในการบริหารจัดการโครงการ ออกแบบพัฒนาเนื้อหา ออกแบบสื่อภาพและเสียง ออกแบบสภาพแวดล้อม และออกแบบกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้เข้าชมงานได้เรียนรู้และเข้าใจเนื้อหาที่จัดแสดงมากยิ่งขึ้น บริษัทฯ มีบริการในการบริหารจัดการและดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์และศูนย์การเรียนรู้ภายหลังการเปิดโครงการ เพื่อให้มีผู้เข้าชมงานอย่างต่อเนื่อง กลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ ส่วนใหญ่จะเป็นหน่วยงานของรัฐ

ผลงานสำคัญปี 2559 ของบริษัทฯ

- งานตกแต่งก่อสร้าง โซน Ice Age ในพิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง Madame Tussauds, Siam Discovery
- ผู้บริหารจัดการข้อมูลเนื้อหาพิพิธภัณฑ์สวนสนุก

2.3) ธุรกิจการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) แบ่งการให้บริการเป็น 2 ประเภทดังนี้

2.3.1) ให้บริการบริหารจัดการกิจกรรมทางการตลาด (Event Management) สำหรับกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Event) เป็นการประชาสัมพันธ์รูปแบบหนึ่งที่แตกต่างจากงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) เนื่องจาก เป็นการสื่อสารทางการตลาดของเจ้าของสินค้าเพียงรายใดรายหนึ่งเท่านั้น และมีวัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่หลากหลาย เช่น การส่งเสริมการขายสินค้า การนำเสนอสินค้าใหม่ หรือการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริโภค ทั้งนี้จะจัดเป็นงานระยะเวลาสั้นๆ ในสถานที่ที่หลากหลาย ตามแต่วัตถุประสงค์ของงานและลูกค้า เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงแรม เป็นต้น บางกรณีอาจมีการจัดงานแบบต่อเนื่อง โดยเปลี่ยนสถานที่จัดไปตามสถานที่และจังหวัดต่างๆ ซึ่งนับเป็นการทำการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ทั้งนี้บริษัทฯ ให้บริการในการเป็นผู้จัดกิจกรรมทางการตลาด (Event Organizer) อย่างครบวงจร ทั้งวางแผนแนวคิด ออกแบบ ผลิตและติดตั้งบูธกิจกรรม การบริหารจัดการกิจกรรมต่างๆ ที่จะมีขึ้นทั้งหมด รวมถึงการหาสถานที่จัดงาน การสรรหาผู้เข้าชมงาน การวางแผนโฆษณา

กิจกรรมก่อนการออกงาน และการวิเคราะห์ข้อมูลผู้เข้าชมงาน ส่วนกลุ่มลูกค้า ส่วนใหญ่จะอยู่ในธุรกิจยานยนต์และธุรกิจการเงิน

ผลงานสำคัญในปี 2559 ของบริษัทฯ

- งาน International Anti-Corruption Day ที่มหาลัทธิมหิดล ศาลายา
- งาน Grand Opening Ceremony Motor Expo ที่อิมแพ็ค เมืองทองธานี
- งานมอบรางวัล Krungthai AXA Brave Heart Club 2016 ที่ CDC Crystal Grand Ballroom
- งาน BMW Series 7 Test Drive 2016 ที่จังหวัดภูเก็ต
- งาน MINI Track Day 2016 ที่แก่งกระเจา จังหวัดเพชรบุรี
- งาน GASMA Print & A Plus 2016 ที่ไบเทค บางนา

2.3.2) ให้บริการในการบริหารจัดการงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition Management) ด้วยการเป็นผู้บริหารจัดการงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Show Manager) อย่างครบวงจร แก่เจ้าของงานนั้นๆ โดยวางแผนงาน การสรรหาผู้ออกงาน (Exhibitors) การขายบูธ การสรรหาผู้เข้าชมงาน การจัดสัมมนาในงาน การหาวิทยากรและผู้เข้าร่วมสัมมนา การวางแผนด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์งาน รวมถึงการบริหารจัดการงานในภาพรวมทั้งหมด ซึ่งจะมีหน่วยงานราชการและสมาคมต่างๆ เป็นกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ

นอกเหนือจากการให้บริการหลักดังกล่าวข้างต้น บริษัทฯ ได้ให้บริการอื่นที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการให้บริการครบวงจร (One-Stop-Shop Solution) เช่น บริการให้เช่าพื้นที่สำหรับออกงานกลางแจ้ง อุปกรณ์ตกแต่งภายใน และเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น โดยบริษัทฯ ให้บริการในการออกแบบ ตกแต่ง และผลิตอุปกรณ์ดังกล่าวแก่ลูกค้าเพื่อนำไปใช้ในงานแสดงสินค้า กิจกรรมทางการตลาด หรือนำไปใช้ในร้านค้า เพื่อความกลมกลืนและสอดคล้องกับแผนการตลาดของสินค้าแต่ละประเภท โดยรายได้จากการให้บริการอื่นที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ได้ถูกจัดประเภทไปตามธุรกิจการให้บริการที่เกี่ยวข้อง

การตลาดและการแข่งขัน

2.1.1 นโยบายทางการตลาด

บริษัทฯ ให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) อย่างครบวงจร (One-Stop-Shop Solution) โดยมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญดังนี้

การวิจัยและออกแบบที่สร้างสรรค์และตรงตามความต้องการของลูกค้า ถือเป็นส่วนสำคัญที่สุดของงาน และเป็นพื้นฐานของงานทั้งหมด ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีการวิจัยเป็นลำดับแรกเพื่อให้เข้าใจลูกค้า และนำมาใช้ออกแบบในเชิงสร้างสรรค์ และมีความแตกต่าง เพื่อให้งานมีความโดดเด่น และเป็นที่น่าสนใจแก่ลูกค้า ทั้งยังตรงตามวัตถุประสงค์และความต้องการของลูกค้า สามารถใช้งานได้จริง นอกจากนี้ ยังออกแบบงานโดยพิจารณาถึงงบประมาณของลูกค้า โดยเลือกใช้วัสดุที่คุ้มค่าในการลงทุน และสามารถปรับปรุงนำมาใช้ใหม่ได้ เพื่อลดการสิ้นเปลือง ประหยัดพลังงาน และรักษาสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทฯ มีทีมออกแบบที่มีประสบการณ์สูงกว่า 30 คนที่พร้อมให้บริการแก่ลูกค้า นอกจากนี้เรายังมีโครงการขยาย Design Studio เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเฉพาะงานออกแบบ และสามารถพัฒนาไปเป็นทีมออกแบบผลิตภัณฑ์และทีมออกแบบกราฟฟิกในอนาคตอีกด้วย

- การมีมาตรฐานและคุณภาพของงานระดับสูง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพของงานที่ตรงตามรายละเอียดในแบบงาน และส่งมอบงานตามความต้องการของลูกค้า โดยทีมงานของบริษัทฯ จะมีการตรวจสอบคุณภาพของงานในทุกขั้นตอนตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการติดตั้ง เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดของงาน และทำให้บริษัทฯ สามารถส่งมอบงานได้ก่อนเวลาและเป็นที่พอใจของลูกค้า ทั้งนี้บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2000 ในปี 2546 และ ISO 9001:2008 ในปี 2553 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านคุณภาพในส่วนของการออกแบบและติดตั้งคูหาสำหรับงานนิทรรศการ รวมถึงมาตรฐาน ISO20121 ในปี 2556 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านระบบบริหารจัดการอย่างยั่งยืน (Event Sustainability Management System) และมาตรฐาน Sedex ในปี 2556 ซึ่งเป็นมาตรฐานทางด้านจริยธรรมการจ้างงานของผู้ประกอบการจากประเทศอังกฤษ ในปี 2558 ได้รับการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการที่ถูกต้องตามหลักชีวอนามัย (WCA) และในปี 2559 บริษัทได้รับการรับรองการเข้าร่วมกิจกรรมโครงการอาคารสีเขียว ตามข้อกำหนด Leadership in Energy and Environmental Design (LEED) ของสภาอาคารเขียวแห่งประเทศสหรัฐอเมริกา และรางวัลบรรษัทภิบาลดีเด่น ประจำปี 2559 (CG Award 2016) และได้รับผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) อยู่ในระดับดีมากหรือ 4 ดาว จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

- ทีมงานมีความเป็นมืออาชีพ และพร้อมด้วยประสบการณ์

บริษัทฯ เน้นการสร้างทีมงานและระบบงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้า และรองรับการขยายตัวของงานได้อย่างต่อเนื่องและสามารถจนมาตรฐานและคุณภาพของงานให้อยู่ในระดับสูงได้ โดยบริษัทฯ จัดให้มีโครงสร้างในการบริหารจัดการในแต่ละงาน ซึ่งประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ ทีมบริหารโครงการ ทีมออกแบบ และทีมผลิต ที่มีความเป็นมืออาชีพและมีประสบการณ์สูง และมีการแบ่งขอบเขตและความรับผิดชอบระหว่างทีมงานที่ชัดเจน

- การให้บริการที่ดีของทีมงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการให้บริการที่ดีกับลูกค้า โดยทีมงานของบริษัทฯ ทุกคนล้วนมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำและต่อลูกค้า แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้รวดเร็ว บริหารจัดการงานได้อย่างราบรื่น และส่งมอบงานให้ตรงเวลา ซึ่งจะส่งผลให้งานที่ออกมามีคุณภาพดี และทำให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงานกับลูกค้า ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า ให้ผลิตผลงานอย่างต่อเนื่อง และสามารถบอกต่อไปยังลูกค้ารายอื่น

- การให้บริการอย่างครบวงจร

บริษัทฯ สามารถให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) อย่างครบวงจร (One-Stop-Shop Solution) ในงาน ตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) งานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Park) และการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) ตั้งแต่การวางแผนคิด การออกแบบ การผลิต และติดตั้งงานทั้งหมด รวมไปถึงการจัดหาอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับงาน ทั้งที่เป็นงานพื้นฐานก่อสร้าง เช่น งานโครงสร้าง งานพื้น งานไม้ และงานเหล็ก เป็นต้น

- การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย เช่น ลูกค้า ผู้รับเหมาช่วง ผู้จำหน่ายวัสดุ รวมถึงพนักงานของบริษัทฯ โดยมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อสร้างพันธมิตรและเครือข่ายทางธุรกิจให้กว้างขวางขึ้น ส่งผลให้บริษัทฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายเติบโตไปพร้อมๆ กัน

นโยบายการกำหนดราคา

บริษัทฯ มีนโยบายกำหนดราคาให้บริการจากต้นทุนการให้บริการ บวกอัตรากำไรส่วนเพิ่ม (profit margin) ในอัตราที่เหมาะสม สามารถเปรียบเทียบกับคู่แข่งในระดับเดียวกัน และอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้ โดยกำไรส่วนเพิ่มนั้นจะพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ อาทิ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความซับซ้อนในการออกแบบ ความยากง่ายในการผลิตงาน และความเสี่ยงของงาน เป็นต้น ทั้งนี้บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการตัดราคากับคู่แข่งรายอื่น หากบริษัทฯ มีนโยบายทางการตลาดในระยะยาว โดยพิจารณาราคาให้เหมาะสมกับลูกค้าเป็นรายไป กรณีทีมงานที่ได้รับมีปริมาณงานสูง มีความต่อเนื่องในระยะยาว และสามารถนำไปสู่งานอื่นๆ ในอนาคตได้

ลักษณะลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าแบรนด์ระดับโลกที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีศักยภาพทางการแข่งขันสูงในตลาดโลก มีนโยบายในการทำการตลาดที่ต่อเนื่อง มีแผนการตลาดในการกระตุ้นยอดขายสม่ำเสมอ และมีการขยายตัวของพื้นที่ค้าปลีกอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแบ่งออกได้ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าเอกชน มีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 98 ของรายได้จากการให้บริการรวม ส่วนมากจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตและการแข่งขันสูง

- กลุ่มธุรกิจค้าปลีก: เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีการเติบโตสูงตามการขยายตัวของห้างสรรพสินค้าต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าในกลุ่มธุรกิจเสื้อผ้าและแฟชั่นในตลาดระดับกลางถึงบน และเป็นลูกค้าที่มีแบรนด์จากต่างประเทศ โดยบริษัทฯ จะให้บริการในรูปแบบของงานตกแต่งภายใน (Interiors) เป็นหลัก
- กลุ่มธุรกิจยานยนต์: เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอย่างต่อเนื่อง มีการจัดงานประชาสัมพันธ์กระตุ้นยอดขายสม่ำเสมอทั้งในกรุงเทพฯ และจังหวัดต่างๆ ทั่วทุกภูมิภาค โดยบริษัทฯ จะให้บริการในรูปแบบของงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) และการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) เป็นส่วนใหญ่
- กลุ่มธุรกิจการเงิน: เป็นอีกกลุ่มธุรกิจที่มีการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการตลอดปี ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ส่วนมากจะเป็นงานประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับการลงทุน เพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้าชมงานตัดสินใจในการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบต่างๆ ส่วนใหญ่บริษัทฯ จะให้บริการในรูปแบบของงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) และการตลาดทางเลือก (Alternative Marketing)
- กลุ่มธุรกิจอื่นๆ : บริษัทฯ ยังมีกลุ่มลูกค้ารายใหญ่และรายย่อยที่ประกอบธุรกิจอื่นๆ อีก เช่น ธุรกิจสื่อสาร โทรคมนาคม ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ธุรกิจเครื่องจักรอุตสาหกรรม ธุรกิจอาหาร ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจความงามและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และธุรกิจบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

2. กลุ่มลูกค้าภาครัฐ ซึ่งมีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 2 ของรายได้จากการให้บริการรวม เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมต่างๆ ให้เติบโตอย่างสม่ำเสมอ ส่วนมากจะเป็นการจัดงานหรือกิจกรรมเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนได้รับความรู้ ความเข้าใจ และสร้างกระแสผลักดันการเติบโตในอุตสาหกรรมเป้าหมายต่อไป นอกจากนี้บริษัทฯ ยังเห็นถึงโอกาสการเติบโตของศูนย์ส่งเสริมความรู้และพิพิธภัณฑ์ต่างๆ ซึ่งส่วนมากจะได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเช่นเดียวกัน โดยมีอุตสาหกรรมที่

เกี่ยวข้อง เช่น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมทางการเงิน อุตสาหกรรมเกี่ยวกับการศึกษา ซึ่งบริษัทฯ จะให้บริการในรูปแบบของงานพิพิธภัณฑ์ (Museums) เป็นหลักแก่ลูกค้าในกลุ่มนี้

ลูกค้าหลัก

บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีรายได้จากลูกค้ารายใหญ่ 2 รายแรก คิดเป็นร้อยละ 19 ของรายได้รวม ในปี 2559 และ ร้อยละ 24 ของรายได้จากการให้บริการรวมในปี 2558 ซึ่งบริษัทฯ มีโครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย จำแนกตามประเภทกลุ่มลูกค้า ตามงบการเงินรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2557 ถึง 2558 และ 2559 มีรายละเอียดดังนี้

	ปี 2557		ปี 2558		ปี 2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
กลุ่มลูกค้าเอกชน						
- กลุ่มธุรกิจค้าปลีก	410.3	49.8	373.2	39.2	534.3	45.3
- กลุ่มธุรกิจยานยนต์	243.2	29.5	358.4	37.6	358.3	30.4
- กลุ่มธุรกิจการเงิน	38.4	4.7	79.3	8.3	69.4	5.9
- กลุ่มธุรกิจอื่น ^{1/}	111.3	13.5	120.7	12.7	195.7	16.6
กลุ่มลูกค้าภาครัฐ	20.6	2.5	20.7	2.2	21.5	1.8
รวมรายได้จากการให้บริการ	823.8	100.0	952.3	100.0	1,179.2	100

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

ช่องทางการให้บริการ

- 1.การเสนอผลงานให้ลูกค้าคัดเลือก บริษัทฯ จะมีทีมการตลาดคอยรับหน้าที่ติดตามตารางการจัดงาน ตารางแผนการตลาด การประชาสัมพันธ์ หรือแผนการดำเนินงานของลูกค้าเป้าหมาย เพื่อหาโอกาสติดต่อลูกค้าและนำเสนอผลงานให้ลูกค้าคัดเลือกในเวลาที่เหมาะสม หรือบางกรณี บริษัทฯ อาจได้รับคำเชิญจากลูกค้าเพื่อให้บริษัทฯ ส่งแบบงานเข้านำเสนอ
- 2.ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเก่า บริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการด้วยงานออกแบบที่สร้างสรรค์ มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทฯ ทำให้กลุ่มลูกค้าส่วนมากยังคงใช้บริการกับบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ ล้วนดำเนินธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง จึงมีงบประมาณและแผนการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายเสมอมา
- 3.การแนะนำจากลูกค้าเก่าและพันธมิตรทางการค้า

4.เครือข่ายของกลุ่ม Kingsmen ในประเทศต่างๆ ซึ่งปัจจุบันมี 19 สำนักงานใน 14 ประเทศในทวีปเอเชียแปซิฟิก และตะวันออกกลาง โดยมีการร่วมมือกันระหว่างบริษัทฯ และเครือข่ายของกลุ่ม Kingsmen ในการประสานงานและแนะนำลูกค้าที่มีความต้องการที่จะเข้ามาใช้บริการในประเทศไทย และเมียนมาร์

5. การทำการตลาดผ่านการจัดแสดงนิทรรศการ บริษัทฯ จัดแสดงนิทรรศการสินค้า เพื่อเพิ่มโอกาสในการประชาสัมพันธ์เพิ่มช่องทางการตลาด การให้บริการ และช่องทางในการติดต่อลูกค้า

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

จากรายงานสถานะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี 2559 ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ชี้ให้เห็นว่าเศรษฐกิจโลกยังคงขยายตัว ผลกระทบมวลรวมในประเทศ (GDP) มีการขยายตัว โดยอยู่ที่ร้อยละ 3.5 จากเวลาเดียวกันในปีที่แล้ว ที่ร้อยละ 2.7 และคาดว่าในปี 2560 เศรษฐกิจอาเซียนจะขยายตัวเป็นร้อยละ 4.9 และ GDP ของประเทศไทยจะเติบโต ร้อยละ 3.3

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่เกื้อหนุนและมีผลต่อบริษัทโดยตรง ทั้งนี้จากผลวิเคราะห์โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย การท่องเที่ยวปี 2559 เติบโตร้อยละ 8.6 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 32.5 ล้านคนโดยประมาณ และคาดการณ์ว่าในปี 2560 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นเป็น 35.8 ล้านคน ส่งผลให้พื้นที่ค้าปลีกมีการขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็วเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักลงทุนต่างชาติ

ซึ่งส่วนแล้วแต่เป็นผลดีต่อภาพรวมของธุรกิจให้บริการออกแบบและตกแต่งภายใน (Design & Build) อย่างครบวงจร (One-Stop-Shop Solution) ของบริษัทฯ ทั้งในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) งานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Park) และ การตลาดทางเลือก (Alternative Marketing)

แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานตกแต่งภายใน

เนื่องจากธุรกิจงานตกแต่งภายในของบริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการในการตกแต่งร้านค้าปลีก ร้านอาหาร และสำนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านค้าในศูนย์การค้าต่างๆ ดังนั้นภาวะอุตสาหกรรมค้าปลีก และการขยายตัวของศูนย์การค้า จึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อธุรกิจของบริษัทฯ

ข้อมูลจากสมาคมศูนย์การค้าไทย (TSCA) ระบุว่าในปี 2559 มีพื้นที่ค้าปลีกทั้งหมดประมาณ 18 ล้านตารางเมตร ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว (2558) ที่ประมาณ 7.3 ล้านตารางเมตร และในปี 2560 จะมีพื้นที่ค้าปลีกเพิ่มขึ้นเป็น 18.7 ล้านตารางเมตร จากการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยือนประเทศไทยราว 30 ล้านคน สร้างรายได้ 2.33 ล้านล้านบาท เป็นผลให้สมาชิกผู้ประกอบการศูนย์การค้าต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และเมืองท่องเที่ยวหลัก เร่งพัฒนาโครงการใหม่ระดับเมกะโปรเจกต์ คอมมูนิตี้มอลล์ โลฟิสไต์ชอปปีงมอลล์ แผนการปรับปรุง และแผนการขยายพื้นที่เพื่อดึงดูดนักลงทุนและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่งผลให้บริษัทฯ มีโอกาสจากงานตกแต่งภายในเพิ่มมากขึ้น

ส่วนทางด้านการแข่งขันในภาคธุรกิจงานตกแต่งภายใน แม้จะมีภาวะการแข่งขันที่สูง เนื่องจากมีผู้ให้บริการเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่ผู้ให้บริการรายใหญ่ที่ให้บริการได้อย่างครบวงจร จนถึงผู้ประกอบการรายย่อยที่ให้บริการเฉพาะด้าน ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัทฯ เน้นงานตกแต่งภายในแก่ผู้ขายสินค้าและบริษัทที่อยู่ในตลาดระดับกลางถึงบน โดยเฉพาะผู้ประกอบการจากต่างประเทศที่ให้

ความสำคัญกับมาตรฐานของงานเป็นพิเศษ ดังนั้นคู่แข่งโดยตรงของบริษัทฯ จึงเป็นบริษัทขนาดกลางจนถึงขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงในวงการ อย่างไรก็ดี บริษัทฯ เชื่อว่าบริษัทฯ เป็น 1 ใน 5 ของผู้นำในธุรกิจงานตกแต่งภายใน โดยเฉพาะธุรกิจตกแต่งภายในร้านค้าปลีกที่มีพันธมิตรทางธุรกิจ Kingsmen Creatives Ltd. ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทชั้นนำในธุรกิจออกแบบและตกแต่งภายใน มีบุคลากรมืออาชีพ มีบริการที่ครบวงจร รวมถึงเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ทำให้บริษัทฯ ส่งมอบงานได้ตรงตามเวลา ตรงตามแบบและความต้องการของลูกค้า ปัจจุบันดังกล่าวส่งผลให้บริษัทฯ สามารถประกอบธุรกิจแข่งขันกับคู่แข่งได้เป็นอย่างดี และสามารถส่งมอบงานที่มีคุณภาพระดับสากลให้แก่ลูกค้าได้

แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

ธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ บริษัทฯ จะมุ่งเน้นการให้บริการไปยังศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้า การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของธุรกิจยานยนต์และธุรกิจการเงิน ทำให้ภาวะอุตสาหกรรมทั้ง 2 ส่วน เป็นปัจจัยสำคัญต่อธุรกิจของบริษัทฯ

เศรษฐกิจไทยปี 2559 ส่งสัญญาณฟื้นจากแนวโน้มการลงทุนและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ จากการเปิดตลาด AEC โดยเฉพาะ โอกาสในการเจาะตลาดประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา และเวียดนาม ในปี 2559 ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าอุตสาหกรรมยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง จากภาวะเศรษฐกิจโลกที่เริ่มฟื้นตัว การเติบโตทางด้านการค้าการลงทุนภายในกลุ่ม AEC รวมถึงการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลไทย จากปัจจัยดังกล่าวทำให้ภาคเอกชนมีความเชื่อมั่นในการลงทุนเพื่อที่จะพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าและบริการให้มีศักยภาพทางการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าอุตสาหกรรมปีนี้มีความคึกคักกว่าหลายปีที่ผ่านมาก

จากรายงานของศูนย์กลางการสำรวจอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า 2559 (CEIR) คาดการณ์ไว้ว่า ในปี 2561 อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าโลก จะเติบโตสูงสุดทำลายสถิติปีที่ผ่านๆมา ซึ่งมีอุตสาหกรรมสำคัญ ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลหนัก อุตสาหกรรมก่อสร้าง ซ่อมตึก และบ้าน และอุตสาหกรรมยานยนต์ รายงานระบุว่า ในปี 2560 จะมีแนวโน้มการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าอยู่ที่ ร้อยละ 2.7 และ ร้อยละ 3 ในปี 2561

ส่วนการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของธุรกิจยานยนต์และธุรกิจการเงิน ซึ่งเป็นลูกค้าหลักของบริษัทฯ ปกติจะมีการจัดงานเป็นประจำทุกปี ที่สำคัญ ได้แก่ งาน The Bangkok International Motor Show ซึ่งจัดในช่วงไตรมาสแรกของปี งาน Thailand International Motor Expo ซึ่งจัดในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี โดยคาดว่าผู้เข้าชมงานดังกล่าวรวมกว่า 3 ล้านคน และงาน Money Expo ซึ่งจัดต่อเนื่องเป็นจำนวนทั้งสิ้น 6 ครั้งต่อปี นอกจากงานขนาดใหญ่ดังกล่าวแล้ว ยังมีการจัดงานขนาดกลางและขนาดย่อมอื่นๆ อาทิ งานมอเตอร์โชว์เคส งานเบงค็อก มอเตอร์ไบค์ เฟสติวัล และงานบิ๊กมอเตอร์เชลล์ เป็นต้น

ทางด้านการแข่งขันการให้บริการแก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในฐานะผู้รับเหมา (Contractor) มีการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากบริษัทฯ จะต้องแข่งขันกับผู้ให้บริการในการออกแบบและก่อสร้างบูธเป็นจำนวนมากทั้งรายใหญ่และรายเล็ก ในขณะที่พื้นที่งานที่จัดและจำนวนบูธที่จัดมีจำกัด ผู้ให้บริการรายใหญ่มักมีข้อได้เปรียบเนื่องจากมีความพร้อมทางด้านบุคลากรและเทคโนโลยี ทำให้สามารถส่งมอบงานที่มีมาตรฐานสูงกว่า นอกจากนี้ ผู้รับเหมารายใหญ่ยังรับงานในจำนวนที่มากกว่า ส่งผลให้มีอำนาจในการต่อรองสั่งซื้อวัสดุมากขึ้น ทำให้ต้นทุนลดต่ำลง

ด้านการให้บริการแก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในฐานะผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) นั้น มีการแข่งขันในระดับปานกลาง เนื่องจากมีบริษัทที่แข่งขันกันในตลาดเพียงไม่กี่ราย ซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ที่อยู่ในวงการมายาวนาน ผู้จัดงานมักใช้บริการผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่งเป็นประจำ โดยผู้จัดงานและผู้ให้บริการมีประสบการณ์ในการทำงาน

ร่วมกัน ผู้ให้บริการเข้าใจเนื้อหาของการจัดงานเป็นอย่างดี และในบางกรณีผู้ให้บริการสามารถนำชิ้นส่วนของงานบางอย่างกลับมาใช้ใหม่ ทำให้ผู้จัดงานสามารถลดต้นทุนในการจัดงานลงได้

คู่แข่งทางตรงของบริษัทฯ ในธุรกิจนี้ ได้แก่ บริษัทขนาดใหญ่ที่สามารถให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน มีกำลังการผลิตมากพอในการรับงานทั้งในฐานะผู้รับเหมา (Contractor) และผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) และสามารถส่งมอบงานที่มีมาตรฐานในระดับสูงแก่ลูกค้าได้ ซึ่งมีจำนวนไม่เกิน 10 ราย อาทิ บริษัท พีโก (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีเอ็มโอ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

บริษัทฯ เป็นผู้นำในธุรกิจออกแบบและก่อสร้างบูธในงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในฐานะผู้ให้บริการ เนื่องจาก บริษัทฯ มีประสบการณ์ในธุรกิจมาตั้งแต่แรกเริ่ม มีความรู้ความชำนาญในธุรกิจมานาน มีทีมงานที่ดี ทำให้บริษัทฯ สามารถส่งมอบงานที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้าได้ นอกจากนี้ยังรับงานขนาดใหญ่ได้จำนวนมากในระยะเวลาเดียวกันและส่งมอบงานที่มีคุณภาพได้ตามสัญญา ส่งผลให้บริษัทฯ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี

แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานการตลาดทางเลือก

ด้านการแข่งขันในธุรกิจการตลาดทางเลือกมีการแข่งขันในระดับสูง เนื่องจากมีคู่แข่งจำนวนมาก ทั้งผู้ให้บริการโดยตรงในการรับจัดงานกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Event Management) และผู้ให้บริการด้านการออกแบบและตกแต่งอย่างครบวงจร ซึ่งครอบคลุมถึงการรับจัดงานกิจกรรมทางการตลาด ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่มีงบประมาณทางการตลาดสูง และมีนโยบายในการจัดกิจกรรมทางการตลาดอยู่เป็นประจำ มักเลือกใช้บริการกับผู้ให้บริการเพียงไม่กี่รายในรอบปี เนื่องจาก ผู้ประกอบการต้องการความต่อเนื่องของกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ รวมถึงการออกแบบและคงคอนเซ็ปต์ของกิจกรรมให้ไปในทิศทางเดียวกันตลอดทั้งปี

คู่แข่งทางตรงของบริษัทฯ ซึ่งดำเนินธุรกิจการตลาดทางเลือก จะรวมถึงผู้ประกอบการทุกขนาดที่สามารถให้บริการในการจัดงานกิจกรรมทางการตลาดได้ อย่างไรก็ดี เนื่องจากบริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ ที่มีนโยบายในการทำการตลาดทางเลือกเป็นประจำ ดังนั้นคู่แข่งทางตรงของบริษัทฯ จึงเป็นบริษัทที่สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกันกับบริษัทฯ

แนวโน้มและการแข่งขันภาคธุรกิจงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก

ในอดีตพิพิธภัณฑ์ส่วนมากจะก่อตั้งโดยทางราชการ เป็นสถานที่สำหรับรวบรวม ค้นคว้าข้อมูล เพื่อที่จะทราบถึงความ เป็นมา หรือสิ่งที่ต้องการอนุรักษ์ รวมถึงการจัดแสดงซึ่งต้องอาศัยการสื่อความหมายเข้ามาเป็นส่วนประกอบการจัดแสดง แต่ในปัจจุบันได้มีองค์กรต่างๆ รวมถึงภาคเอกชนจัดตั้งพิพิธภัณฑ์สำหรับเก็บรวบรวมความรู้ ความเป็นมา และภูมิปัญญาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับตนเองนำมาจัดแสดงเพื่อเป็นการเผยแพร่ความรู้ให้กว้างขวางขึ้น จึงมีแนวโน้มที่จะจัดตั้งและก่อสร้างพิพิธภัณฑ์เพิ่มมากขึ้นในทุกๆ ปี โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่ร้อยละ 2.8 นอกจากนี้ ยังมีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ซึ่งเป็นสถานที่สำหรับเก็บรวบรวม ข้อมูลความรู้ เพื่อเผยแพร่ต่อประชาชนอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งส่วนมากจะจัดตั้งอยู่ภายในหน่วยงานราชการ

ในส่วนของงานสวนสนุกหรืองานสวนแนวคิด (Thematic Park) ในประเทศไทยนั้น ส่วนมากจะอยู่ในรูปของสวนน้ำ ตาม จังหวัดท่องเที่ยวต่างๆ เช่น พัทยา ภูเก็ต หัวหิน เป็นต้น ปัจจุบันสวนสนุกในประเทศไทย ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก เนื่องจากยังไม่มี สวนสนุกที่มีชื่อเสียงระดับโลกมาเปิดบริการ อย่างไรก็ดี ธุรกิจสวนสนุกในเอเชียมีการเติบโตเป็นอย่างมาก เมื่อเทียบกับธุรกิจสวน สนุกในทวีปอื่นๆ ซึ่งในปี 2558 ที่มีการเปิด AEC อาจเป็นแรงผลักดันสำคัญให้สวนสนุกระดับโลก ตัดสินใจเข้ามาลงทุนในอาเซียน หรือประเทศไทยได้ในอนาคต

ด้านการแข่งขันในธุรกิจงานพิธีภัณฑ์และสวนสนุก มีการแข่งขันในระดับสูง เนื่องจากจำนวนงานในแต่ละปีมีไม่มากนัก เมื่อเทียบกับผู้ให้บริการที่มีจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ผู้ว่าจ้างโดยทั่วไปมักคัดเลือกผู้ให้บริการเบื้องต้น จากผลงานที่ผ่านมา ดังนั้น ผู้ให้บริการที่มีประวัติการทำงานยาวนานและจำนวนผลงานสะสมมาก มักมีข้อได้เปรียบในการแข่งขัน คู่แข่งโดยตรงของบริษัทฯ ได้แก่ บริษัทขนาดกลางจนถึงขนาดใหญ่ที่สามารถให้บริการด้านงานตกแต่งและออกแบบแบบครบวงจร ซึ่งส่วนมากจะให้บริการครอบคลุมถึงธุรกิจงานพิธีภัณฑ์และสวนสนุก โดยบริษัทดังกล่าวมีจำนวน ไม่เกิน 10 ราย และมักเป็นคู่แข่งในธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ และการตลาดทางเลือกด้วย อาทิ บริษัท ปิโก (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) บริษัท ชิตินีออน ดิสเพลส แอนด์ คอนสตรัคชั่นส์ (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท ไรท์แมน จำกัด เป็นต้น

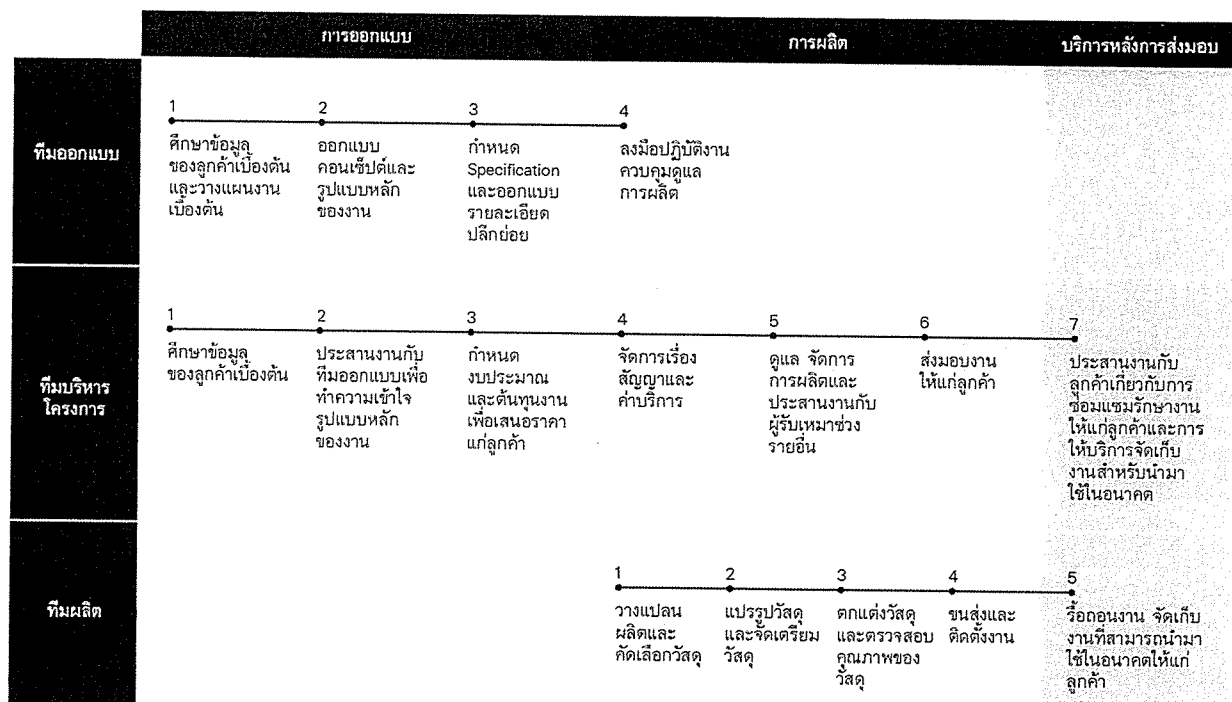
แนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศเมียนมาร์

ในปี 2559 GDP ประเทศเมียนมาร์มีการเติบโตถึง 8.2% จากการเปิดประเทศ มีคณะรัฐบาลใหม่และปัจจัยการลงทุน สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานจำนวนมาก ในปีนี้ ประเทศเมียนมาร์เปิดตัวติละวา (Thilawa) ซึ่งเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษแห่งแรกของประเทศ ซึ่งเขตเศรษฐกิจนี้ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเมียนมาร์ให้เกิดศูนย์บริการ ครบวงจร (One Stop Service) ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 1.5 หมื่นไร่ มีศักยภาพในการรองรับอุตสาหกรรมที่ไม่สามารถแข่งขันได้ในประเทศไทยเนื่องจากสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร เพื่อส่งออกไปยังสหภาพยุโรป ปัจจุบันมีผู้ประกอบการจากประเทศไทยเข้าลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษติละวา 11 ราย เป็นอันดับ 2 รองจากประเทศญี่ปุ่น นอกจากนี้ประเทศเมียนมาร์กำลังพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษอีก 2 แห่ง คือเขตเศรษฐกิจทวายและเจ้าฟาว

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ขั้นตอนการทำงานในแต่ละโครงการในการออกแบบและผลิตงานโดยทั่วไปของบริษัทฯ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจหลักในการให้บริการงานตกแต่งภายใน และการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ซึ่งในแต่ละธุรกิจมีขั้นตอนการดำเนินงานที่ใกล้เคียงกัน โดยมีขั้นตอนการประกอบธุรกิจโดยแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้



การให้บริการในแผนภาพเป็นตัวอย่างการให้บริการแบบครบวงจร เกิดขึ้นหลังจากการที่ฝ่ายการตลาดหรือฝ่ายบริหารโครงการได้ติดตามและติดต่อกับลูกค้าได้แล้ว ซึ่งบริษัทฯ บริหารระบบงานโดยแบ่งทีมงานออกเป็น 3 ทีมหลัก ได้แก่ ทีมออกแบบ ทีมบริหารโครงการ และทีมผลิต โดยขั้นตอนการทำงานของแต่ละทีมจะมีขั้นตอนการทำงานที่แตกต่างกันตามช่วงระยะเวลาของงาน โดยความรับผิดชอบหลักของแต่ละทีมมีดังนี้

- 1) ทีมออกแบบ มีหน้าที่หลักในการรับแนวความคิดจากลูกค้าเกี่ยวกับการจัดแสดงงาน หรือแบบตกแต่งภายในของร้านค้า แล้วนำมาทำการออกแบบงานให้สอดคล้องกับโจทย์ที่ได้รับ หรือทำการออกแบบแนวคิดทั้งหมดของงาน รวมถึงรายละเอียดต่างๆ นอกจากนี้ทีมออกแบบยังมีหน้าที่ในการควบคุมดูแลการก่อสร้างให้เป็นไปตามแบบที่วางไว้อีกด้วย
- 2) ทีมบริหารโครงการ มีหน้าที่หลักในการควบคุมการทำงานในภาพรวม โดยมีหน้าที่ติดต่อประสานงานกับลูกค้า การจัดเตรียมสัญญาจ้าง การกำหนดราคา การประสานงานกับผู้รับเหมาช่วงรายอื่น ส่งมอบงานให้แก่ลูกค้า รวมถึงการประสานงานกับลูกค้าเกี่ยวกับบริการหลังการส่งมอบงาน เช่น บริการจัดเก็บชิ้นงานให้แก่ลูกค้าสำหรับนำมาใช้ใหม่ในงานถัดไป เป็นต้น
- 3) ทีมผลิต มีหน้าที่หลักในการก่อสร้าง การแปรรูปวัสดุ การตกแต่ง การติดตั้งงาน รวมถึงการรื้อถอนงานเมื่อถึงกำหนดเวลา อย่างไรก็ตามถึงแม้ทางบริษัทฯ จะมีทีมงานก่อสร้างที่สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ แต่เนื่องจากปริมาณงานมีมาก ประกอบกับงานบางลักษณะต้องการบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน บริษัทฯ จึงมีการจ้างผู้รับเหมาช่วง (Sub-Contract) ซึ่งได้รับการคัดเลือกว่ามีคุณสมบัติและมาตรฐานในการทำงาน

การจัดหาวัสดุเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ จัดหาวัสดุเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ ตามบัญชีแสดงปริมาณวัสดุ (Bill of Quantity) สำหรับงานตกแต่งภายใน หรือบัญชีต้นทุนก่อนการทำงาน (Pre Cost) สำหรับงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ซึ่งเป็นบัญชีที่ระบุชนิดและปริมาณวัสดุที่ต้องใช้ในงานโครงการนั้นๆ โดยบริษัทฯ สามารถจำแนกการจัดหาวัสดุเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ ได้ 2 ช่องทางหลักคือ

1. การว่าจ้างผู้รับเหมาช่วง (Sub-Contract) ซึ่งโดยส่วนมากจะเป็นช่างฝีมือภายนอก และผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้าง ด้านระบบต่างๆ โดยรูปแบบในการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น 2 กรณีดังนี้

- 1.1) การว่าจ้างผู้รับเหมาช่วง แบบจ้างเฉพาะค่าแรง และบริษัทฯ จะเป็นผู้จัดหาวัสดุให้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการว่าจ้างในงานผลิตและติดตั้งเฟอร์นิเจอร์ งานตกแต่งภายใน และงานไม้ เป็นต้น
- 1.2) การว่าจ้างผู้รับเหมาช่วง แบบจ้างเหมาทั้งค่าแรง และค่าวัสดุซึ่งบริษัทฯ เป็นผู้กำหนดคุณภาพวัสดุให้ตรงตามแบบของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่จะเป็นงานโครงสร้างหลัก งานกระเบื้อง งานระบบไฟฟ้า งานฝ้าและเพดาน และงานพื้น เป็นต้น

ในการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงของบริษัทฯ นั้น บริษัทฯ มีนโยบายในการจัดทำเป็นสัญญาว่าจ้าง กรณีที่มีมูลค่างานมากกว่า 500,000 บาท นอกจากนี้ อาจกำหนดให้ผู้รับเหมาช่วงวางเงินค้ำประกันสัญญาจ้าง ในรูปแบบหนังสือค้ำประกันของธนาคาร หรือเช็คแล้วแต่กรณี ในมูลค่าประมาณร้อยละ 5-10 ของมูลค่าการว่าจ้าง และจะคืนให้แก่ผู้รับเหมาช่วงเมื่องานแล้วเสร็จ หรือครบกำหนดระยะเวลาประกันผลงาน ซึ่งโดยทั่วไปประมาณ 6 เดือน แล้วแต่กรณี และมีนโยบายในการชำระเงินสำหรับการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วง

โดยให้มีการวางบิลในวันที่ 8 และ 20 ของทุกเดือน และทำการจ่ายเงินวันที่ 10 25 และ 26 ของทุกเดือน โดยมี Credit term เป็นเวลา 30-60 วัน

บริษัทฯ มีนโยบายในการพิจารณาหรือคัดเลือกผู้รับเหมาช่วง ดังนี้

1. คัดเลือกผู้รับเหมาช่วงมากกว่า 1 ราย เพื่อเปรียบเทียบราคา และราคาต้องไม่เกินกว่าราคากลางของบริษัทฯ
2. ความน่าเชื่อถือของผู้รับเหมา โดยพิจารณาจากผลงานการทำงานในอดีตที่ผ่านมา ประสิทธิภาพการทำงาน ฝีมือและคุณภาพ โดยพิจารณาจากผลงานในอดีตของผู้รับเหมาช่วง
3. ความพร้อมของทีมงานผู้รับเหมาช่วง
4. การส่งมอบงานที่ตรงเวลาหรือก่อนกำหนด
5. ความโปร่งใสของผู้รับเหมาช่วง เช่น งบการเงิน การใช้แรงงานที่ถูกต้องตามกฎหมาย
6. บริษัทฯ มี Vendor List และมีการจัดกลุ่มและประเมินศักยภาพของผู้รับเหมาช่วงทั้งก่อนและหลังการจ้างงาน
7. บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงรายใดรายหนึ่งให้ทำงานที่มีขนาดใหญ่เกินกว่า 2 งานในเวลาเดียวกัน เพื่อไม่ให้กระทบต่อคุณภาพของงาน และระยะเวลาการส่งมอบงาน อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อาจพิจารณาศักยภาพของทีมงานผู้รับเหมาช่วงเป็นรายกรณีไป ทั้งนี้ บริษัทฯ มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้รับเหมาช่วง และมีนโยบายในการว่าจ้างผู้รับเหมาอย่างต่อเนื่อง หากผู้รับเหมาช่วงดังกล่าวมีศักยภาพเพียงพอ

2. การจัดซื้อวัสดุสำหรับการก่อสร้างในแต่ละโครงการ ส่วนใหญ่จะเป็นวัสดุจำพวก ไม้ สี สกรู น๊อต และวัสดุสิ้นเปลืองอื่นๆ บริษัทฯ จะมีการเตรียมความพร้อมในจัดซื้อให้เพียงพอต่อการใช้งานในแต่ละโครงการตามแบบการผลิต และจะจัดซื้อวัสดุทันทีเมื่อทราบว่าบริษัทฯ ได้รับงานโครงการนั้นๆ แล้ว

บริษัทฯ มีนโยบายในการชำระเงินสำหรับการจัดซื้อวัสดุ โดยให้มีการวางบิลในวันที่ 8 ของทุกเดือน และทำการจ่ายเงินวันที่ 25 และ 26 ของทุกเดือน โดยมี Credit term เป็นเวลา 30-60 วัน

บริษัทฯ มีนโยบายในการพิจารณาหรือคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัสดุ (Supplier) ดังนี้

1. คัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัสดุ มากกว่า 1 เพื่อเปรียบเทียบราคา และราคาต้องไม่เกินกว่าราคากลางของบริษัทฯ
2. พิจารณาคุณภาพวัสดุให้ตรงตามมาตรฐานและตามที่ลูกค้าได้ระบุไว้
3. ความพร้อมในจัดส่งวัสดุให้ตรงเวลาหรือก่อนกำหนด
4. ความน่าเชื่อถือของผู้จัดจำหน่าย โดยพิจารณาจากงบการเงิน หรือความมีตัวตน

ทั้งนี้ ในการให้บริการแก่ลูกค้าของบริษัทฯ นั้น บริษัทฯ มีนโยบายที่จะผลิตชิ้นงานด้วยตนเอง (In-house production) เป็นอันดับแรก และบริษัทฯ จะว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงในกรณีที่งานมีปริมาณมาก และในส่วนที่เป็นงานระบบต่างๆ โดยปัจจุบัน บริษัทฯ มีการผลิตชิ้นงานที่ สถานที่ผลิตชิ้นงานลำลูกกาคลอง 6 และสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11

การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการผลิตงาน เช่น ฝุ่นละอองจากไม้ เสี่ยงจากการผลิตงาน กลิ่นของสีและน้ำเสียที่อาจเกิดขึ้น เป็นต้น โดยบริษัทฯ ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ และขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการดำเนินการเพื่อควบคุมและจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมดังนี้

- 1) ฝุ่นละอองจากไม้: บริษัทฯ มีการติดตั้งระบบดูดฝุ่นเพื่อกำจัดฝุ่นละอองจากไม้ระหว่างการผลิตชิ้นงาน ในทุกสถานที่ที่บริษัทฯ ดำเนินการ ผลิต

- 2) เสี่ยงจากการผลิตงาน: บริษัทฯ อาจมีเสี่ยงจากการผลิตงาน แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่มีเครื่องจักรหนักที่จะทำให้เกิดเสี่ยงดังจนรบกวนผู้อื่น และมีการตรวจวัดเฝ้าระวังเสี่ยงจากการทำงานจากหน่วยงานภายนอกและจัดส่งรายงานให้ทางกรมสวัสดิการคุ้มครองแรงงานทราบ
- 3) กลิ่นจากการทำสีชิ้นงาน: บริษัทฯ มีห้องทำสีซึ่งตั้งอยู่ที่โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6 โดยมีการติดตั้งระบบกำจัดกลิ่นดังกล่าว ซึ่งจะดูดอากาศพร้อมกลิ่นของสี เพื่อแปรสภาพเป็นน้ำปนากาสี และมีการแยกกาสออกจากน้ำทิ้ง ส่งไปให้หน่วยงานที่รับผิดชอบกำจัดต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ อาจมีการทำสีชิ้นงานในโกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานย่อย โดยเป็นการซ่อมเก็บสีชิ้นงานขนาดเล็ก และดำเนินการในพื้นที่ที่เป็นสัดส่วน
- 4) ขยะมูลฝอย ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย: บริษัทมีนโยบายในการจัดการขยะมูลฝอย ขยะรีไซเคิล และขยะอันตรายภายในองค์กร ทั้งส่วนสำนักงานและโรงงาน ขยะทั่วไปที่ไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ ทางบริษัทส่งไปกำจัดกับหน่วยงานของเทศบาลหรือท้องถิ่น บริษัทคัดกรองขยะรีไซเคิลเพื่อนำมาใช้ใหม่ในการทำชิ้นงานหรือให้ทางชุมชน พนักงาน เกษตรกร หรือผู้ประกอบการอื่นๆ นำไปใช้ประโยชน์ ส่วนขยะอันตราย บริษัทส่งไปกำจัดอย่างถูกวิธีโดยใช้บริการกับบริษัท ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม โดยมีแผนความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ตรวจสอบเป็นระยะ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญ และ/หรือ วิศวกรจัดการบริหารส่วนตำบลที่เกี่ยวข้อง มาประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกปี ในทุกสถานที่ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิต และที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่เคยมีข้อพิพาทหรือฟ้องร้องเกี่ยวกับการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่เคยได้รับการดักเตือนหรือปรับจากหน่วยงานของรัฐตามกฎหมายที่บริษัทฯ ต้องปฏิบัติแก่อย่างใด

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีงานที่อยู่ระหว่างดำเนินการและยังไม่ได้ส่งมอบและยังไม่ได้รับรู้รายได้จำนวน 175 ล้านบาท ประกอบด้วยงานทั้งหมดจำนวน 3 งานซึ่งทั้งหมดเป็นงานตกแต่งภายใน (Interiors) ซึ่งบริษัทฯ จะส่งมอบ ในปี 2560 จนถึงไตรมาสแรก ปี 2561 (สรุป ณ วันที่ 13 กพ.60)

ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจ และ ประกอบการให้ได้ผลตามเป้าหมาย แต่ยังคงต้องคำนึงถึงผลกระทบจาก ปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นโดยไม่ทราบล่วงหน้า แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้พิจารณาถึงโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง ในด้านต่างๆ และได้ประเมินไว้ตามสถานการณ์และข้อมูลที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน ซึ่งอาจยังคงมีปัจจัยความเสี่ยงอื่นๆ ที่บริษัทฯ ไม่ทราบในขณะนี้ ที่อาจจะมีผลกระทบต่อ การดำเนินงาน ของบริษัทฯ ในอนาคต และอาจจะ กระทบต่อผลตอบแทนจากการลงทุน ของนักลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ โดยบริษัทฯ มีแนวทางในการป้องกันความเสี่ยง สรุปได้ดังนี้

1. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงกลุ่มผู้บริหารระดับสูง

บริษัทฯ มีการพึ่งพิงกลุ่มผู้บริหารระดับสูงที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วย

- 1) นายชยวัฒน์ พิเศษสิทธิ์ ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการ และ ประธานกรรมการบริหาร
- 2) นายประวิทย์ ศรีบัณฑิตมงคล ดำรงตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ
- 3) นางพูนสุข พิเศษสิทธิ์ ดำรงตำแหน่ง รองกรรมการผู้จัดการ กำกับงานการเงินและการบัญชี

4) นางสาวสุนิสา รัตนเนย์ ดำรงตำแหน่ง กรรมการบริหาร ธุรกิจงานแสดงสินค้า พิพิธภัณฑสถานและ กิจกรรมการตลาด

5) นายดำรงค์ วงษ์ประยูร ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการบริหาร ธุรกิจตกแต่งภายใน

กลุ่มผู้บริหารระดับสูงดังกล่าว ปัจจุบันเป็นผู้กำหนดนโยบายและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งการกำกับดูแล ผู้ได้ บังคับในสายธุรกิจที่รับผิดชอบ รวมทั้งการดูแลความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย คู่ค้าและพันธมิตร ให้เกิด ความสัมพันธ์ที่ดีและยืนยาว และเพื่อให้สามารถส่งมอบงานให้ได้ตามกำหนด ด้วยคุณภาพของงานและการบริการที่ดี

อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการลดโอกาสของความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นหากผู้บริหารระดับสูงดังกล่าวไม่สามารถ กำกับดูแลธุรกิจ ได้ต่อไป ด้วยเหตุอันไม่คาดคิดใดๆก็ตาม ในปัจจุบันบริษัทฯ มีแนวทางป้องกันด้วยการสร้าง และฝึกฝน ผู้บริหารระดับรอง ตามสาย ธุรกิจต่างๆ และ สายงานที่รับผิดชอบอยู่ เพื่อให้สามารถสานต่อนโยบายและเจตนารมณ์ ที่ฝ่ายบริหารได้กำหนดไว้ ทำให้เกิดความ ต่อเนื่อง ทั้งด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า คู่ค้าและพันธมิตรของบริษัท และ ยังคงความเป็นมืออาชีพในการส่งมอบงานได้ตรงเวลาใน มาตรฐานที่ลูกค้าพึงพอใจต่อไป

นอกเหนือจากผู้บริหารระดับรองแล้ว บริษัทฯ ยังได้เล็งเห็นความสำคัญของบุคลากรในระดับกลุ่มคนรุ่นใหม่ พร้อม แผนพัฒนา และแผนเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ เพื่อให้สอดคล้องกับระบบบริหารงานของบริษัท เพื่อการพัฒนาอย่าง ต่อเนื่องและยั่งยืน

2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะทาง

บริษัทฯ มีการพึ่งพิงบุคลากรที่มีความชำนาญ เฉพาะด้าน เช่น การออกแบบ การประมาณราคา การควบคุมโครงการที่หน้า งาน และงานฝีมือเฉพาะทางต่างๆ โดยความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับการสร้างสรรค์งานแบบที่ดี มีต้นทุนในการ ทำงานที่ต่ำหรือสามารถ แข่งขันในตลาดได้ และการควบคุมงานให้ได้ตามต้นทุนและคุณภาพที่ตกลงกับลูกค้าเอาไว้ ดังนั้น จึงเป็น ปัจจัยความเสี่ยง ด้านหนึ่งที่บริษัทฯ ได้ประเมินเอาไว้ซึ่งอาจจะมีผลต่อผลประโยชน์ของบริษัทฯ ได้หากเกิดขึ้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการพัฒนา ฝึกฝนและอบรมบุคลากร ให้มีความเชี่ยวชาญ ชำนาญการเพิ่มเติมเพื่อรองรับงานได้ อย่างต่อเนื่องในมาตรฐานเดียวกัน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยัง สามารถจัดจ้างผู้รับเหมาช่วง (Sub-Contracts) หรือบุคลากรชั่วคราว เฉพาะด้านต่างๆ ในกรณีที่มียานเกินจำนวน บุคลากรของบริษัทฯ ที่มีอยู่ เพื่อทำให้เกิดความต่อเนื่องของการทำงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพ

3. ความเสี่ยงที่เกิดจากการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วง (Sub-Contractors) เฉพาะทาง

แม้ว่าบริษัทฯ มีหน่วยงานสำหรับการก่อสร้างและผลิตชิ้นงานเอง แต่ยังคงมีความต้องการช่างผู้ชำนาญการเฉพาะด้าน เช่น งานด้านระบบไฟฟ้า ระบบแสง เสียง หรือการผลิตด้วยวัสดุต่างๆ เช่น โลหะ กระจก เพื่อให้สามารถมอบหมายงานได้ตามแผนงานที่ กำหนดไว้ โดยในบางโครงการจำเป็นต้องว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงมากถึง 3-4 ราย ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความเชี่ยวชาญในงาน ของผู้รับเหมาแต่ละราย และในบางประเภทงาน อาทิ งานศิลป์ หรืองานระบบที่มีความซับซ้อน อาจมีความจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาผู้ที่มี ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ซึ่งมีจำนวนน้อยราย ในขณะที่บริษัทอื่นๆ ได้ว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงเหล่านี้ในระยะเวลาเดียวกัน จึงอาจส่งผล ให้เกิดการขาดแคลนผู้รับเหมาช่วง เหล่านี้ ที่มีฝีมือบางราย รวมทั้งความเสี่ยงจากการส่งมอบงานช้า ทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถส่งมอบ งานให้ลูกค้าได้ทันเวลา

อย่างไรก็ตาม ก่อนการจ้างผู้รับเหมาช่วง บริษัทฯ มีขั้นตอนการคัดเลือกผู้รับเหมาช่วงที่เหมาะสมต่อการทำงาน และบริษัทฯ ยังมียุทธศาสตร์ในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้รับเหมาช่วง ส่งผลให้กลายเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ ที่มีความพร้อมจะรับงานอย่าง

ต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังสรรหาผู้รับเหมาช่วง และพันธมิตรรายใหม่ๆ อยู่เป็นประจำ เพื่อรองรับปริมาณงานที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

4. ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของแผนการตลาดและการขยายกิจการของลูกค้า

ความไม่แน่นอนและผันผวนทางเศรษฐกิจโดยรวมทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงเสถียรภาพของการเมืองในประเทศ ย่อมส่งผลกระทบต่อการวางแผนการตลาดและงบประมาณของลูกค้าในกลุ่มธุรกิจการแสดงสินค้า งานกิจกรรม และ กลุ่มธุรกิจงานตกแต่งภายใน ซึ่งจะมีผลกระทบอย่างยิ่งหากกำลังการจับจ่ายของนักท่องเที่ยวในและต่างประเทศ ลดน้อยลง อันเป็นผลให้เกิดการยกเลิกงานแสดงสินค้า งานกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือแม้แต่การเลื่อนกำหนดการเปิดร้านค้า หรือ ในห้างสรรพสินค้าต่างๆ

อย่างไรก็ดี ธุรกิจของบริษัทฯรองรับกับการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในขณะที่การท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทฯขยายกิจการเพื่อเติบโตไปพร้อมกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

บริษัทฯ ตระหนักถึงปัจจัยความเสี่ยงที่เกิดขึ้นนี้ จึงมุ่งเน้น ไปยังการขยายฐานลูกค้าในหลากหลายสาขาอุตสาหกรรม เพื่อกระจายความเสี่ยงของการถดถอยจากการชะลอตัวของธุรกิจในกลุ่มต่างๆ ที่อาจจะไม่เกิดขึ้นพร้อมกัน อีกทั้งยังมุ่งเป้าไปยัง กลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของตราสินค้า(แบรนด์)ระดับโลก ที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และขีดความสามารถในการแข่งขันสูงในตลาดโลก หรือในประเทศไทย รวมทั้งมีการขยายตัวของพื้นที่ค้าปลีกอย่างต่อเนื่อง ส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้าดังกล่าวจะมีนโยบายและงบประมาณที่ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจค้าปลีก กลุ่มธุรกิจอาหาร โรงแรม และ สินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ เป็นต้น อีกทั้ง บริษัทฯ มีแผนงานเพื่อขยายและพัฒนาธุรกิจ เพื่อรองรับกับสถานการณ์ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ กระตุ้นยอดขายอย่างสม่ำเสมอ

5. ความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก

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

บริษัทฯ ตระหนักถึงความไม่แน่นอนและความผันผวนเหล่านี้ จึงได้มีแผนให้พนักงาน ใฝ่ใจและติดตามสถานการณ์ และปัจจัยภายนอกที่อาจจะส่งผลต่อแผนงานของลูกค้า อีกทั้งการใกล้ชิดกับลูกค้าหลัก และ ลูกค้าประจำของบริษัทฯ ทำให้สามารถทราบสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงแผนงานหรืองบประมาณของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว หรือ อย่างน้อยทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น นอกจากนี้ ยังมุ่งขยายฐานลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้นเสมอ เพื่อกระจายความเสี่ยง ไปยังกลุ่มอื่นๆ ที่อาจจะมีผลกระทบน้อยกว่ากลุ่มที่บริษัทฯ ให้บริการอยู่

อย่างไรก็ดี นอกจากปัจจัยภายนอกที่ส่งผลเสียแล้ว ยังคงมีปัจจัยบวกจากการขยายตัวในตลาด CLMV ในอนาคตอันใกล้ ส่งผลให้ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ ให้ความสนใจในการทำงานแสดงสินค้า และการจัดกิจกรรม มากขึ้น จากจำนวนผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และนักเดินทางจากต่างประเทศ เข้ามาลงทุนในภูมิภาคนี้ และ ประเทศไทยมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวของห้างสรรพสินค้า และร้านค้าปลีกสำหรับสินค้าชั้นนำออกสู่หัวเมืองหลัก ในประเทศ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจของบริษัทฯอย่างต่อเนื่อง พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ได้ทำประกันภัยที่ครอบคลุมถึงความเสียหายอันเนื่องมาจากการเสี่ยงทุกชนิด ซึ่งรวมไปถึงความเสียหายที่เกิดจากน้ำท่วม และประกันภัยธุรกิจหยุดชะงักไว้ด้วย

6. ความเสี่ยงจากการที่ลูกค้าไม่ชำระเงินตามสัญญา

ลูกค้าของบริษัทฯ ส่วนใหญ่เป็นบริษัทข้ามชาติรายใหญ่ๆเกือบทั้งหมด โอกาสไม่ชำระเงินตามสัญญา จะเกิดขึ้นน้อยมาก ธุรกิจงานตกแต่งภายใน บริษัทฯจะเก็บเงินมัดจำงวดแรกประมาณร้อยละ 20-30 ของมูลค่าสัญญา ก่อนการเริ่มทำงาน และทยอยเก็บเงินส่วนที่เหลือตามความสำเร็จของงาน ส่วนธุรกิจงานแสดงสินค้าและงานกิจกรรมนั้น บริษัทฯ จะเก็บเงินมัดจำงวดแรกประมาณร้อยละ 40-60 ของมูลค่าสัญญาก่อนการเริ่มทำงาน และเก็บเงินส่วนที่เหลือ ภายหลังจากที่การจัดงานดังกล่าวจบลง นอกจากนี้ ในระหว่างการทำงานลูกค้าอาจมีการปรับเปลี่ยนหรือลดงาน ซึ่งจะถูกรับปรุงในการเก็บเงินงวดสุดท้าย

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการที่ลูกค้าไม่ชำระเงินตามสัญญาในบางงวดหรือทั้งหมด อันเนื่องมาจากการตรวจรับงานของลูกค้าที่ล่าช้ากว่าที่กำหนดส่งมอบงานตามแผนงาน หรือ จากสถานการณ์ด้านการเงิน ของลูกค้าเองก็ตาม ทำให้ บริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบด้านกระแสเงินสด ฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้

บริษัทฯ มีการบริหารจัดการลูกหนี้การค้าโดยในงานที่มีมูลค่าสูงบริษัทฯ จะกำหนดวงวดการชำระเงินให้มีความถี่ มากขึ้นตามความสำเร็จของงาน และให้เครดิตเทอมแก่ลูกค้าประมาณ 30-60 วัน นอกจากนี้ หากลูกหนี้รายใดมีปัญหา การชำระเงินหรือมี ยอดค้างชำระสะสมเป็นจำนวนหนึ่ง บริษัทฯ จะติดตามทวงถามเป็นระยะๆ และจะชะลอการให้บริการ ครั้งใหม่จนกว่าลูกค้ารายดังกล่าวจะชำระเงินของงานเดิมก่อน

7. ความเสี่ยงจากสัญญาที่กลุ่มบริษัทคิงส์แมน ให้ใช้ชื่อและเครื่องหมายการค้าสิ้นสุดลง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงาน และ ผลประกอบการของบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้ทำสัญญาในการใช้ชื่อและเครื่องหมายการค้า Kingsmen หลังจากการร่วมทุนตั้งแต่ปี 2546 เป็นต้นมา ทำให้ บริษัทฯ เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และได้รับความเชื่อมั่นต่อคุณภาพและบริการของ กลุ่มบริษัทคิงส์แมน ที่ผ่านมา ทำให้บริษัทฯ ได้รับผลประโยชน์จากการที่ มีลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และส่งผลให้รายได้จากการประกอบธุรกิจฯ เพิ่มขึ้นตามลำดับ ดังนั้น หากสัญญาดังกล่าว สิ้นสุดลง ทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถใช้ชื่อและเครื่องหมายการค้า Kingsmen ได้อีก อาจส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไม่มั่นใจในคุณภาพและบริการที่จะได้รับ และไม่ใช้บริการของบริษัทฯ อีกต่อไป ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในอนาคต

จากการที่กลุ่มบริษัท Kingsmen แนะนำลูกค้าใหม่ในครั้งแรกๆ และ ประกอบกับบริษัทฯ ให้บริการ งานด้วยคุณภาพและส่งมอบตรงเวลา ทำให้ลูกค้าต่างๆเหล่านั้น ได้รู้จักกระบวนการทำงาน และ เกิดความมั่นใจใน คุณภาพและบริการของบริษัทฯ พร้อมทั้งมั่นใจที่จะกลับมาใช้บริการของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่องในภายหลัง เนื่องจากสัดส่วนรายได้จากลูกค้าใหม่ผ่านการแนะนำจากเครือข่าย Kingsmen ในปัจจุบันเหลือเพียง ไม่เกินร้อยละ 1 ของรายได้รวมเท่านั้น ดังนั้น บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าจะไม่มีผลกระทบ เป็นนัยสำคัญมากนัก

8. ความเสี่ยงจากการที่บริษัทฯ ประกอบธุรกิจอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง

ลักษณะของการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยทั่วไปแล้ว เป็นธุรกิจที่ได้รับการว่าจ้างจากลูกค้าเป็นรายโครงการๆไป ผ่านการร่วมประมูลงานร่วมกับบริษัทคู่แข่งอยู่เป็นประจำ และอาจมีการแข่งขันสูง ทำให้บริษัทฯ ไม่ได้รับการว่าจ้างจากลูกค้าไม่ว่าจะเป็นลูกค้ารายเดิมและลูกค้ารายใหม่ สาเหตุมาจากแบบงานที่เสนอไปที่ไม่เป็นที่พอใจของลูกค้า หรืองบประมาณที่สูงกว่าคู่แข่ง ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาหน่วยออกแบบ รวมถึงหน่วยประมาณราคาและหน่วยบริหาร โครงการให้มีความสามารถสร้างสรรค์ผลงานได้ตรงตามความต้องการและงบประมาณของ ลูกค้าได้ ประกอบกับการมี

ความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ส่งมอบงานที่มีคุณภาพและมาตรฐานให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เน้นการให้บริการที่เป็นกันเองและยืดหยุ่น จะทำให้บริษัทฯ มีข้อได้เปรียบการแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ได้เป็นอย่างดี

นอกจากนั้น การมีเครือข่ายของกลุ่มบริษัท Kingsmen ที่แข็งแกร่ง ในหลากหลายประเทศ ซึ่งมีความเป็นมืออาชีพและมีประสบการณ์สูง สามารถให้คำปรึกษาและ แนะนำโครงการใหม่ๆ ครอบคลุมทั่วภูมิภาคหลักๆของโลก ทำให้บริษัทฯ สามารถทำงานระหว่างประเทศกับลูกค้าที่หลากหลายได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ ส่งมอบงานได้ครบถ้วน

9. ความเสี่ยงจากวิวัฒนาการ และวิทยาการ ยุค 4.0

ยุคเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมใหม่ หรือ การนำวิทยาการด้านสารสนเทศ และ ดิจิทัลเข้ามาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจและอุตสาหกรรมในปัจจุบัน อาจมีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจของบริษัท เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีที่ทำให้พฤติกรรมการค้าชีวิตของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป จาก internet ไปสู่ mobile internet และ เปลี่ยนไปเป็น Internet of Things (IOT) ซึ่งแนวโน้มจะพัฒนาไปสู่ Artificial Intelligence (AI) ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการประชุมร่วมกันกับผู้บริหารในกลุ่มบริษัทในเครือ ทัวเอเชียแปซิฟิก เพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองทัศนคติ เกี่ยวกับยุคเศรษฐกิจและสถานการณ์ที่กำลังจะเกิดขึ้น เพื่อเตรียมความพร้อม จึงทำให้บริษัทฯ พร้อมที่จะรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัท รวมถึงการวางแผนล่วงหน้าในทุกๆด้านของธุรกิจ

10. ความเสี่ยงจากการมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 2 กลุ่มถือหุ้นของบริษัทรวมกันเกินกว่าร้อยละ 50

กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ทั้ง 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มครอบครัวพิเศษสิทธิ์ ถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 48.2 และ Kingsmen Creatives Ltd. ถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 10 รวมถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 58.2 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดซึ่งสัดส่วนการถือหุ้นดังกล่าว ทำให้กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ทั้ง 2 กลุ่ม สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทุกเรื่องที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น เว้นแต่เรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียงไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นๆ อาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นดังกล่าวเสนอให้ที่ประชุมพิจารณาได้

อย่างไรก็ตาม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ทั้ง 2 กลุ่ม ล้วนแต่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการบริหารงานธุรกิจของบริษัทฯ เป็นอย่างดี โดยนายชยวัฒน์ พิเศษสิทธิ์ เป็นผู้ริเริ่มและก่อตั้งบริษัทฯ เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในธุรกิจ มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจมาอย่างยาวนานกว่า 28 ปี เช่นเดียวกันกับ Kingsmen Creatives Ltd. ที่มีประสบการณ์และความชำนาญในธุรกิจมาอย่างยาวนานกว่า 41 ปี และมีเครือข่ายสำนักงานทั่วโลก ดังนั้น การเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของทั้ง 2 กลุ่ม จะเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริหารของบริษัทฯ บริหารงานเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น และช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และผู้เกี่ยวข้องอื่นที่มีผลประโยชน์ร่วมกับบริษัทต่อไปในอนาคต

4.ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

สินทรัพย์ถาวรหลักของบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้

รายการ	มูลค่าสุทธิ ตามบัญชี [NS1] ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
	(ล้านบาท)		
ที่ดินลำลูกกาคลอง 9 เนื้อที่ 11 ไร่ 2 งาน 59 ตารางวา	17.76	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	จดจำนองเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ กับสถาบันการเงินในวงเงินรวม 60 ล้านบาท
ที่ดิน รัชโยธิน คลอง 11 เนื้อที่ 6 งาน 100 ตารางวา	10.50		จดจำนองเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ กับสถาบันการเงินในวงเงินรวม 100 ล้านบาท
ส่วนปรับปรุงที่ดินศาลาया			
- ที่ดินลำลูกกาคลอง 9	0.18	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงาน ศาลาया	0.13	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
อาคาร			
- ศาลาया นครปฐม	0.48	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- คลอง 11	19.74	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
ส่วนปรับปรุงอาคาร			
- สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร	1.03	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานศาลาया	1.86	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6	2.84	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงาน คลอง 11	5.41	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	8.66	บริษัทฯ และบริษัท ย่อยเป็นเจ้าของ	ไม่มี

ยานพาหนะ	6.46	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพันตามสัญญาเช่าซื้อบางส่วนจำนวน 1.3 ล้านบาท
วัสดุอุปกรณ์จัดงานแสดงสินค้า	2.35	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เครื่องจักร	16.10	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพันตามสัญญาเช่าซื้อบางส่วนจำนวน 0.09 ล้านบาท
งานระหว่างก่อสร้าง	2.59	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวม	96.09		

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีต้นทุนอุปกรณ์รถการตัดบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 จำนวน 11.55 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.58 ของสินทรัพย์รวม ซึ่งเป็นผลมาจากบริษัทฯ ได้ทำสัญญาระยะยาวกับลูกค้ารายหนึ่งให้ออกแบบและผลิตบูธแสดงสินค้าที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้เป็นระยะเวลา 5 ปี สำหรับงาน Motor Expo และงาน Motor Show ซึ่งจะจัดในไตรมาส 4 และไตรมาส 1 ของทุกปี ตามลำดับ โดยบริษัทฯ จะทยอยรับรู้เป็นต้นทุนการให้บริการเมื่องานแล้วเสร็จ

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ และบริษัทย่อย เป็นเจ้าของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ซึ่งมีมูลค่าสุทธิตามบัญชี จำนวน 3.46 ล้านบาท

สัญญาที่สำคัญของบริษัทฯ

1.สัญญาเช่าพื้นที่อาคารที่ตั้งสำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าพื้นที่อาคารซึ่งเป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานกรุงเทพมหานคร จำนวน 2 ฉบับ ดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สินที่เช่า	อายุสัญญาเช่า	พื้นที่เช่า	ค่าเช่าและค่าบริการ	เงื่อนไขการต่ออายุ
บริษัท ชัมโก เซอร์วิส จำกัด	อาคาร 3 ชั้นเลขที่ 122/4 ถนน กรุงเทพมหานคร แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ	3 ปี ตั้งแต่ 15 สิงหาคม 2557 ถึง 14 สิงหาคม 2560	1,712 ตารางเมตร	257,824 บาทต่อเดือนในปีที่ 1 และ 2 270,716 บาทต่อเดือนในปีที่ 3	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้อีก 3 ปี และผู้ให้เช่าสามารถปรับค่าเช่าและค่าบริการได้ไม่เกินร้อยละ 10

บริษัท ชัมโก เซอร์วิส จำกัด	อาคาร 3 ชั้นเลขที่ 122/5 ถนน เทพกรีทา แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ	3 ปี ตั้งแต่ 1 พฤษภาคม 2558 ถึง 30 เมษายน 2561	1,712 ตาราง เมตร	264,952 บาทต่อ เดือนในปีที่ 1 และ 2 278,199 บาทต่อ เดือนในปีที่ 3	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้อีก 3 ปี และผู้ให้เช่าสามารถปรับค่าเช่าและ ค่าบริการได้ไม่เกินร้อยละ 10
--------------------------------	---	--	---------------------	---	--

2. สัญญาเช่าโกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานสาธิต

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าที่ดินเพื่อใช้เป็นโกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานสาธิต ดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สินที่เช่า	อายุสัญญาเช่า	พื้นที่ เช่า	ค่าเช่าและ ค่าบริการ	เงื่อนไขการต่ออายุ
นางอารียา พิเศษสิทธิ์	ที่ดินโฉนดเลขที่ 57537 ตำบลบาง เตย อำเภอสสามพราณ จังหวัด นครปฐม	10 ปี ตั้งแต่ 1 กุมภาพันธ์ 2558 ถึง 31 มกราคม 2568	5 ไร่	83,000 บาทต่อ เดือนในปีที่ 1-3 91,300 บาทต่อ เดือนในปีที่ 4-6 100,430 บาทต่อ เดือนในปีที่ 7-9 111,075 บาทต่อ เดือนในปีที่ 10	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้อีกคราวละ 10 ปีโดย บอกกล่าวต่อผู้ให้เช่าไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อน สัญญาหมดอายุ

3. สัญญาฝากทรัพย์สินโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีสัญญาฝากทรัพย์สินอาคาร โรงงานและที่ดินเพื่อใช้เป็นโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6 ดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สิน	อายุสัญญา	พื้นที่	อัตราค่ารับ ฝาก	เงื่อนไขการต่ออายุ
บริษัท กานต์ กมล จำกัด	1.อาคารโรงงาน เลขที่ 9/3 2. อาคารโรงงาน เลขที่ 9/4 3. ที่ดิน เลขที่ 9/5 ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูก กา จังหวัดปทุมธานี	3 ปี ตั้งแต่ 1 มกราคม 2558 ถึง 1 มกราคม 2561	1,920 ตาราง เมตร และที่ดิน 400 ตารางวา	200,000 บาท ต่อเดือน	ผู้ฝากสามารถขอต่ออายุสัญญาได้อีก 3 ปี และผู้ให้ฝากคิดค่าเช่าเพิ่มร้อยละ 10

4.สัญญาเช่าและสัญญาจะซื้อจะขายที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้างจำนวน 2 ฉบับ และสัญญาซื้อขายที่ดินจำนวน 1 ฉบับ เพื่อใช้เป็นโรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11 ดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สินที่เช่า	อายุสัญญาเช่า	พื้นที่เช่า	ค่าเช่าและค่าบริการ	เงื่อนไขการต่ออายุ
บริษัท เอกสิน การ์เด็นโฮม จำกัด	ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เลขที่ 98/4 ตำบลบึงน้ำรักษ์ อำเภอรัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ในโครงการเอกสิน แฟคทอรี	3 ปีตั้งแต่ 1 กันยายน 2558 ถึง 1 กันยายน 2561	1,632 ตารางเมตร	125,000 บาท ต่อเดือน	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้อีก 3 ปี และผู้ให้เช่าคิดค่าเช่าเพิ่มไม่เกินร้อยละ 10
บริษัท เอกสิน การ์เด็นโฮม จำกัด	ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เลขที่ 98/5 ตำบลบึงน้ำรักษ์ อำเภอรัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ในโครงการเอกสิน แฟคทอรี	3 ปีตั้งแต่ 1 กันยายน 2558 ถึง 1 กันยายน 2561	1,632 ตารางเมตร	125,000 บาท ต่อเดือน	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้อีก 3 ปี และผู้ให้เช่าคิดค่าเช่าเพิ่มไม่เกินร้อยละ 10

อนึ่ง หากบริษัทฯ ประสงค์จะซื้อที่ดินและสิ่งปลูกสร้างดังกล่าวข้างต้น ผู้ให้เช่าตกลงขายที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในราคา 17.5 ล้านบาทต่อแปลง ภายในระยะเวลาไม่เกิน 10 กรกฎาคม 2559 ซึ่ง ณ ปัจจุบัน บริษัทฯ ไม่ได้ซื้อที่ดินทั้ง 2 แปลงตามที่มีเงื่อนไขเสนอขายดังกล่าว

นอกจากนี้ ณ วันที่ 10 กรกฎาคม 2558 บริษัทฯ ได้ลงนามในสัญญาจะซื้อจะขายที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างในโครงการเอกสิน แฟคทอรี จำนวน 2 ฉบับ โฉนดที่ดินเลขที่ 112478 และ 112479 ซึ่งตั้งอยู่ที่ 98/34-35 ตำบลบึงน้ำรักษ์ อำเภอรัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยแต่ละแปลงมีพื้นที่อาคารสำนักงานขนาด 360 ตารางเมตร พร้อมโกดังเก็บสินค้าขนาด 755.10 ตารางเมตร ในราคารวม 31.8 ล้านบาท จากบริษัท เอกสิน การ์เด็นโฮม จำกัด โดยแบ่งเป็นเงินจองและเงินทำสัญญาจำนวนรวม 1.0 ล้านบาท เงินดาวน์จำนวนรวม 3.0 ล้านบาท ผ่อนจ่ายจำนวน 5 เดือน และไปทำสัญญาซื้อขายรวมสองโฉนดและจดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์ เมื่อวันที่ 27 มกราคม 2559

5.สัญญาเช่าสำนักงานของ Kingsmen Myanmar Company Limited

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าอาคารสำนักงานเพื่อใช้เป็นอาคารสำนักงานของ Kingsmen Myanmar Company Limited ดังนี้

คู่สัญญา	รายละเอียดทรัพย์สินที่เช่า	อายุสัญญาเช่า	พื้นที่เช่า	ค่าเช่าและค่าบริการ	เงื่อนไขการต่ออายุ
Ko Ni Aung Khaing Myint	อาคารสำนักงาน No.34 Theik Di Street, Ward No. 3. Mayangone Township, Yangon, Myanmar	3 ปีตั้งแต่ 1 ธันวาคม 2557- ถึง 30 พฤศจิกายน 2560		30,000 ดอลลาร์สหรัฐในปีที่ 1 33,000 ดอลลาร์สหรัฐในปีที่ 2 36,300 ดอลลาร์สหรัฐในปีที่ 3	ผู้เช่าสามารถขอต่ออายุได้โดยตกลงกับผู้ให้เช่าไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนสัญญาหมดอายุ

สัญญาอนุญาตให้ใช้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้า (License Agreement)

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

ภายใต้สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า Kingsmen Creatives Ltd. มีหน้าที่ให้ความช่วยเหลือบริษัทฯ ในด้านต่างๆ ซึ่งรวมถึงการให้คำแนะนำแก่บริษัทฯ ในการประกอบธุรกิจ และช่วยในการดำเนินการเพื่อให้บุคลากรของบริษัทฯ ได้รับการอบรมทั้งในและต่างประเทศเพื่อพัฒนาฝีมือและศักยภาพของพนักงาน โดยบริษัทฯ ต้องจ่ายค่าสิทธิในการใช้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้าเป็นรายปีให้แก่ Kingsmen Creatives Ltd. ในอัตราระหว่างร้อยละ 0.5-1.5 ของรายได้จากยอดขาย แต่ทั้งนี้ จะไม่เกิน 148,000 เหรียญสิงคโปร์ต่อปี ซึ่งค่าสิทธิดังกล่าวสามารถปรับขึ้นได้ทุกๆ 5 ปีตามที่คู่สัญญาจะได้ออกกัน แต่ทั้งนี้จะไม่เกินกว่าร้อยละ 50 ของค่าสิทธิก่อนหน้านี้ นอกจากนี้ Kingsmen Creatives Ltd. ยังตกลงที่จะไม่ประกอบธุรกิจใดๆ อันจะเป็นการแข่งขันกับธุรกิจ ของบริษัทฯ ในประเทศไทยและประเทศเมียนมาร์ และในทางกลับกัน บริษัทฯ ได้ตกลงที่จะไม่ประกอบธุรกิจใด ๆ อันจะเป็นการแข่งขันกับธุรกิจ ของ Kingsmen Creatives Ltd. ในประเทศสิงคโปร์ รวมถึงประเทศอื่นๆ ที่ Kingsmen Creatives Ltd. มีสำนักงานอยู่

ทั้งนี้ สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าเป็นสัญญาที่ไม่มีกำหนดระยะเวลา ซึ่งบริษัทฯ สามารถใช้แบรนด์ Kingsmen ในการประกอบธุรกิจ ของบริษัทฯ ได้จนกว่าสัญญาจะสิ้นสุดลง ซึ่งการสิ้นสุดของสัญญารวมถึงการที่บริษัทฯ หรือ Kingsmen Creatives Ltd. บอกเลิกสัญญาโดยการต้องบอกกล่าวล่วงหน้าให้ผู้สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน ทั้งนี้ การที่ Kingsmen Creatives Ltd. มิได้เป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ จะไม่มีผลกระทบต่อสิทธิของบริษัทฯ ในการใช้ แบรนด์ Kingsmen ภายใต้สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าในการประกอบธุรกิจ แต่อย่างใด

สัญญาระหว่างผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ ได้เข้าทำสัญญาระหว่างผู้ถือหุ้น ฉบับลงวันที่ 17 กรกฎาคม 2558 กับ นายชยวัฒน์ พิเศษสิทธิ์ และ Kingsmen Creatives Ltd. ภายใต้สัญญาดังกล่าว Kingsmen Creatives Ltd. ตกลงที่จะไม่ขายหุ้นของบริษัทฯ ที่ตนถืออยู่ทั้งหมดจำนวน

150,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ณ วันที่ทำสัญญา) ให้แก่บุคคลภายนอก เว้นแต่ (ก) จะขายหุ้นดังกล่าวพร้อมกับการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (initial public offering: IPO) ของบริษัทฯ ในครั้งนี้ ภายใต้เงื่อนไขว่าการขายหุ้นดังกล่าวจะต้องไม่ทำให้ Kingsmen Creatives Ltd. ถือหุ้นในบริษัทฯ จนเหลือน้อยกว่าร้อยละ 10 ของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ หรือ (ข) จะเสนอขายหุ้นดังกล่าวให้แก่นายชยวัฒน์ พิเศษสิทธิ์ ก่อน

ทั้งนี้ เนื่องจากที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2558 ของบริษัทฯ ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2558 ได้มีมติอนุมัติการเปลี่ยนแปลงจำนวนหุ้นและมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ของบริษัทฯ โดยเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิมหุ้นละ 0.10 บาท เป็นหุ้นละ 0.50 บาท เป็นผลให้จำนวนหุ้นที่ Kingsmen Creatives Ltd. ถืออยู่ในบริษัทฯ ซึ่งติดข้อจำกัดการโอนหุ้นภายใต้สัญญาระหว่างผู้ถือหุ้นดังกล่าวลดลงเหลือจำนวน 30,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท อย่างไรก็ตาม การลดลงของจำนวนหุ้นดังกล่าวซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ของบริษัทฯ นั้น ไม่ส่งผลกระทบต่อสาระสำคัญของสัญญาระหว่างผู้ถือหุ้นนี้แต่อย่างใด นอกจากนี้ Kingsmen Creatives Ltd. ยังมีสิทธิในการเสนอซื้อบุคคลเพื่อให้แต่งตั้งเป็นกรรมการของบริษัทฯ ได้ 1 ท่าน ซึ่งสิทธิดังกล่าวจะสิ้นสุดไปหากสัดส่วนการถือหุ้นของ Kingsmen Creatives Ltd. ในบริษัทฯ ต่ำกว่าร้อยละ 10

การประกันภัยทรัพย์สิน

บริษัทฯ ได้ทำประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน ประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก และประกันภัยความรับผิดตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอก สำหรับสำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานครฯ โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานศาลาया โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6 โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11 และประกันภัยงานติดตั้งและรื้อถอนบูธ งานตกแต่ง งานระบบประกอบอาคาร และงานอื่นๆ ตามสัญญา โดยมีจำนวนเงินเอาประกันภัยรวมทั้งสิ้น 727 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเภทกรรมธรรม์	บริษัทประกัน	สถานที่/ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	ทุนประกัน (ล้านบาท)	ระยะเวลาเอา ประกัน	ผู้เอา ประกันภัย
ประกันภัยความเสี่ยงภัย ทรัพย์สิน ^{1,2/}	บริษัท ฟอล คอน ประกันภัย จำกัด (มหาชน)	1. สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานครฯ เลขที่ 122/4 2. สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานครฯ เลขที่ 122/5 3. โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานศาลาया เลขที่ 83 4. โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิต คลอง 11 เลขที่ 98/4-98/5 5. โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิต คลอง 11 เลขที่ 98/34-98/35	40.0 40.0 70.0 35.0 25.0 ทุนรวม 210.0	1 ก.ย. 2559 ถึง 1 ก.ย. 2560	บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน)
ประกันภัยความเสี่ยงภัย ทรัพย์สิน และ	บริษัท ฟอล คอน ประกันภัย	โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง เลขที่ 9/3-9/4 ส่วนที่ 1 ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน	6 ทุนรวม 82.0	1 ก.ย. 2559 ถึง 1 ก.ย. 2560	บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ.

ประกันภัยธุรกิจ หยุดชะงัก	จำกัด (มหาชน)	1. สิ่งปลูกสร้าง 2. สต็อกสินค้าต่างๆ 3. เครื่องจักรรวมอะไหล่และอุปกรณ์ต่างๆ ส่วนที่ 2 ประกันธุรกิจหยุดชะงัก	12.0 10.0 23.0 37.0		จำกัด (มหาชน)
ประกันภัยธุรกิจ หยุดชะงัก ^{1,2,3/}	บริษัท ฟอล คอน ประกันภัย จำกัด (มหาชน)	1. สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร เลขที่ 122/4 2. สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร เลขที่ 122/5 3. โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานสาธิต เลขที่ 83 4. โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิต คลอง 11 เลขที่ 98/4-98/5 5. โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิต คลอง 11 เลขที่ 98/34-98/35	ค่าไถ่ขึ้นต้น รวม 30.0	1 ก.ย. 2559 ถึง 1 ก.ย. 2560	บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที. ไอ. จำกัด (มหาชน)
ประกันภัยความรับผิด ตามกฎหมายต่อ บุคคลภายนอก ^{1,2/}	บริษัท ฟอล คอน ประกันภัย จำกัด (มหาชน)	1. สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร เลขที่ 122/4 2. สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร เลขที่ 122/5 3. โกดังและสถานที่ผลิตชิ้นงานสาธิต เลขที่ 83 4. โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิต คลอง 11 เลขที่ 98/4-98/5 5. โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิต คลอง 11 เลขที่ 98/34-98/35 6. สถานที่ที่เป็นที่ตั้งของงานแสดงสินค้า ในช่วงที่จัดงาน 7. โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลำลูกกาคลอง 6 เลขที่ 9/3-4 ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำ ลูกกา จังหวัดปทุมธานี	ความเสียหาย แต่ละครั้งรับ ผิดไม่เกิน 5.0 แต่รวมความ เสียหาย ทั้งหมด แล้วไม่เกิน 10.0	1 ก.ย. 2559 ถึง 1 ก.ย. 2560	บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที. ไอ. จำกัด (มหาชน)
ประกันความเสี่ยงภัย สำหรับธุรกิจ	บริษัท แอ ซ่าประกันภัย จำกัด (มหาชน)	โรงงานและสถานที่ผลิตชิ้นงานรังสิตคลอง 11 เลขที่ 98/34-98/35 โครงการเอกสิน แพคทอรี ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลบึงน้ำ รักย์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี	25.0	6 ก.ค. 2559-6 ก.ค. 2560 * เอาประกันภัย เพิ่มเติม เนื่องจากจุด	บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที. ไอ. จำกัด (มหาชน)

				ทะเบียนจําจอง กับธนาคาร ธนาชาติ	
ประกันงานติดตั้งและ รื้อถอนบูร งานตกแต่ง งานระบบประกอบ อาคาร และงานอื่นๆ ตามสัญญา	บริษัท กรุงเทพ ประกันภัย จำกัด (มหาชน)	ภายในสถานที่ปฏิบัติงานตามสัญญาระหว่าง ผู้เอาประกันภัยและผู้ว่าจ้างในแต่ละโครงการ ตามที่ผู้เอาประกันภัยจะแจ้งให้บริษัทฯ ทราบเป็นครั้งๆ ไป ในเขตประเทศไทย	370.0	25 พ.ย.2559-24 พ.ย.2560	บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที. ไอ. จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุ: 1/ ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย ได้แก่ ตัวอาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร (ไม่รวมฐานราก) ระบบสาธารณูปโภคทุกชนิด เฟอร์นิเจอร์
อุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ทุกชนิด เครื่องใช้สำนักงานและเครื่องคอมพิวเตอร์ทุกชนิด สต็อกทรัพย์สินทุกชนิด วัตถุดิบ สินค้าที่อยู่ในระหว่างการผลิต
สินค้าสำเร็จรูป และทรัพย์สินอื่นทั้งหมดทุกชนิดที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ

2/ ความคุ้มครอง ครอบคลุม การเสี่ยงภัยทุกชนิด เช่น ไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยระเบิด ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยจากอากาศยาน รวมถึงภัยจาก
ปัจจัยภายนอก ความสูญเสียหรือความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการโจรกรรม ชิงทรัพย์ ปล้นทรัพย์ นอกจากนี้ ความคุ้มครองยังครอบคลุม ความเสียหายที่เกิด
จากน้ำท่วม ภัยลมพายุและแผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด คลื่นใต้น้ำหรือสึนามิ (จำกัดความรับผิดชอบสำหรับความเสียหายในส่วนหลัง)

3/ การประกันภัยธุรกิจหยุดชะงักครอบคลุมถึง การสูญเสียรายได้ที่เกิดขึ้นจากภาวะธุรกิจหยุดชะงัก อันเป็นผลสืบเนื่องจาก
ความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อทรัพย์สินที่ได้เอาประกันภัยไว้

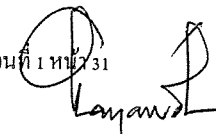
เงินลงทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีเงินลงทุนใน 2 บริษัท โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้^[NS2]

ชื่อบริษัท	ประเภทกิจการ	ทุนชำระ แล้ว (บาท)	สัดส่วนเงิน ลงทุน (ร้อยละ)	ราคา ทุน (บาท)	มูลค่าเงินลงทุน สุทธิ (บาท)
บริษัท ยูเท็กซ์ เหนือ จำกัด	รับเหมางานระบบไฟฟ้าสำหรับงาน แสดงสินค้า	1,100,000	12.7	140,000	0
รวม				140,000	0

การลงทุนใน 2 บริษัทข้างต้น บริษัทฯ ได้เข้าร่วมลงทุนกับบริษัทรับเหมาก่อสร้างและตกแต่งงานแสดงสินค้าอีกหลายราย
เพื่อร่วมกันทำธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่ในอดีตที่ผ่านมา แต่อย่างไรก็ตาม ทั้ง 2 บริษัทดังกล่าว มิได้มี
กิจกรรมทางธุรกิจที่มีนัยสำคัญแต่อย่างใด และบริษัทฯ ได้ตั้งค่าเผื่อการลดมูลค่าเงินลงทุนทั้งจำนวนแล้ว

ณ วันที่ 9 มกราคม 2558 บริษัทฯ ได้จัดตั้ง Kingsmen Myanmar Company Limited ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย
ของประเทศพม่า โดยมีทุนจดทะเบียน 300,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ และมีทุนชำระแล้ว 150,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีวัตถุประสงค์ใน
การประกอบธุรกิจออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) ในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ
(Exhibitions) และกิจกรรมการตลาด (Event) ในอาณาเขตประเทศเมียนมาร์เป็นหลัก บริษัทฯ ถือหุ้นในคิงส์แมนเมียนมาร์ ร้อยละ 100

ส่วนที่ 1 หน้า 31


นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน) มีนโยบายการลงทุนและบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยจะลงทุนในธุรกิจที่มีความเกี่ยวเนื่อง ใกล้เคียง หรือก่อให้เกิดประโยชน์และสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัท เพื่อเสริมสร้างความมั่นคง และผลการดำเนินงานของบริษัท

ในการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้น บริษัทฯ จะส่งตัวแทนที่มีคุณสมบัติและประสบการณ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจที่บริษัทฯ เข้าลงทุน เข้ามาเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัทดังกล่าว โดยตัวแทนของบริษัทฯ ต้องปราศจากผลประโยชน์ขัดแย้งกับธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมเหล่านั้น ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทสามารถควบคุมดูแลกิจการและการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมได้เสมือนเป็นหน่วยงานหนึ่งของบริษัท โดยตัวแทนของบริษัทจะต้องบริหารจัดการธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้เป็นไปตามระเบียบและกฎเกณฑ์ ตามข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแทนที่ส่งไปนั้นให้เป็นไปตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท และ/หรือข้อตกลงร่วมกันในกรณีของบริษัทร่วม ซึ่งทางบริษัทจะติดตามผลประกอบการและผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมอย่างใกล้ชิด รวมถึงกำกับให้มีการจัดเก็บข้อมูลและบันทึกบัญชีของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้บริษัทตรวจสอบ

ทั้งนี้ การขออนุมัติในการลงทุนของบริษัทจะต้องเป็นไปตามกฎ ระเบียบ หรือกฎเกณฑ์ว่าด้วยการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ตามที่ได้ประกาศโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

โครงการในอนาคต

โครงการลงทุนขยายสถานที่ผลิตชิ้นงานลำลูกกาคลอง 6

ที่ตั้ง : 9/3-5 ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

เดิม : เนื่องจากธุรกิจหลักของบริษัทฯ ทั้งธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ งานพิธีภัณฑ์และสวนสนุก รวมถึงธุรกิจตกแต่งภายใน ส่วนแต่มีความจำเป็นในการใช้เฟอร์นิเจอร์ ไม่ว่าจะเป็นการใช้ประกอบการแสดงสินค้า นิทรรศการ ประดับตกแต่งบูธ การประกอบกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ รวมถึงใช้ในการตกแต่งภายในเพื่อความสวยงาม บริษัทฯ จึงมีแผนลงทุนขยายโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ชนิดสั่งทำ (Custom made) โดยใช้เครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีทันสมัย เพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้าโดยตรง

ปัจจุบัน : บริษัทฯ เล็งเห็นโอกาสในการประหยัดต้นทุน และก่อให้เกิดความสะดวกคล่องตัวในการติดต่อสื่อสาร ทำงาน และขนส่ง อีกทั้งอัตราใช้กำลังการผลิตของสถานที่ผลิตชิ้นงาน ลำลูกกาคลอง 6 ยังไม่เต็มประสิทธิภาพ บริษัทฯ จึงเห็นควรให้เปลี่ยนวัตถุประสงค์การลงทุนจากโรงงานรังสิต-นครนายก คลอง 11 (ที่เหลืต้องลงทุนอยู่ 51.4 ล้านบาท) มาลงทุนที่ ลำลูกกาคลอง 6 ตามรายละเอียดดังนี้

- | | |
|----------------------------|------------------------|
| • สร้างโรงงานเพิ่ม 2-3 โรง | จำนวนเงิน 30 ล้านบาท |
| • สร้างสำนักงาน | จำนวนเงิน 20 ล้านบาท |
| • ค่าเช่าโรงงาน และที่ดิน | จำนวนเงิน 1.4 ล้านบาท |
| รวมเป็นเงินทั้งสิ้น | จำนวนเงิน 51.4 ล้านบาท |

โครงการลงทุนในโรงงานรังสิต-นครนายก คลอง 11

ที่ตั้ง : 98/4-5, 34-35 ตำบลบึงนาราง อำเภอสว่างวีรจักร จังหวัดพิจิตร, ในโครงการเอกสิน แฟคทอรี

เดิม : บริษัทฯ มีแผนลงทุนในโรงงานผลิตชิ้นงานใหม่เพื่อรองรับการขยายตัวของกิจการในประเทศไทยระยะยาว โดยรวมการผลิตชิ้นงานสำหรับงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) การตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) และงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Park) ไว้ใกล้เคียงกันเพื่อสะดวกในการบริหารจัดการ โดยทำสัญญาจะซื้อจะขายโรงงาน 2 โรง มีเนื้อที่รวม 700 ตารางวา และ ทำสัญญาเช่าโรงงาน 2 โรง มีพื้นที่รวม 3,264 ตารางเมตร

ปัจจุบัน : บริษัทฯ มีการเปลี่ยนวัตถุประสงค์การใช้เงิน โดยย้ายการลงทุนที่เหลือทั้งหมดจากโรงงานรังสิต-นครนายก คลอง 11 (วัตถุประสงค์เดิมจะใช้เงินลงทุนอีก 51.4 ล้านบาท) ไปยังสถานที่ผลิตชิ้นงาน ลำลูกกาคลอง 6 และคาดว่าจะทำการขายโรงงาน 2 โรงที่บริษัทฯ ได้ซื้อมา เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัทฯ ในส่วนของโรงงานอีก 2 โรง ที่ทำสัญญาเช่านั้น บริษัทฯ ยังคงใช้เพื่อเก็บสินค้าและผลิตชิ้นงานบางส่วนต่อไป

โครงการลงทุนขยายธุรกิจในประเทศเมียนมาร์

ที่ตั้ง : No.34 Theik Di Street, Ward No. 3. Mayangone Township, Yangon, Myanmar

บริษัทฯ เล็งเห็นช่องทางการเติบโตในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศใกล้เคียง โดยเฉพาะประเทศเมียนมาร์ ซึ่งมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงจากการเปิดประเทศไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้มีการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ การขยายตัวของห้างสรรพสินค้าในประเทศมากขึ้น ขณะเดียวกัน บริษัทฯ เชื่อมั่นว่ามีข้อได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งท้องถิ่น อาทิ การออกแบบที่โดดเด่น คุณภาพมาตรฐานของงาน รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีในการผลิตชิ้นงานที่ทันสมัย และการให้บริการอย่างเป็นกันเอง

ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้รับงานจากลูกค้าประเทศใกล้เคียงมากขึ้น และเล็งเห็นโอกาสในการขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจ จึงได้เปิดบริษัทในต่างประเทศเพื่อสามารถเข้าถึงลูกค้าโดยตรง โดยบริษัทฯ ได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในประเทศเมียนมาร์ ภายใต้แบรนด์ Kingsmen ตามสัญญาอนุญาตให้ใช้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้า (License Agreement) และเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2558 บริษัทฯ ได้จัดตั้ง Kingsmen Myanmar Company Limited ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศเมียนมาร์ โดยมีทุนจดทะเบียน 300,000 ดอลลาร์สหรัฐ และมีทุนชำระแล้ว 150,000 ดอลลาร์สหรัฐ ถือหุ้นร้อยละ 100 โดย บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน) เพื่อดำเนินธุรกิจในประเทศเมียนมาร์

จากแผนการใช้เงินสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีเงินลงทุนคงเหลือจำนวน 39 ล้านบาท ซึ่งบริษัทฯ คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจในพม่ายังคงรอความชัดเจนทางด้านนโยบายหลังการเลือกตั้งเสร็จ และบริษัทฯ มีความระมัดระวังในการใช้จ่ายเงินเพื่อการลงทุนมากขึ้น ดังนั้น บริษัทฯ จึงตัดสินใจปรับเปลี่ยนแผนการใช้เงิน ดังต่อไปนี้ :

- | | |
|--------------------------------|-----------------------|
| • ชำระทุนจดทะเบียนที่เหลืออยู่ | จำนวนเงิน 5.5 ล้านบาท |
| • ค่าเช่าโรงงาน และ ที่ดิน | จำนวนเงิน 2.7 ล้านบาท |
| • เงินทุนหมุนเวียนของบริษัท | จำนวนเงิน 6.8 ล้านบาท |
| รวมเป็นเงินทั้งสิ้น | จำนวนเงิน 15 ล้านบาท |

รายละเอียดดังตารางนี้

วัตถุประสงค์เดิมในหนังสือชื้อชวน				
ลำดับ	วัตถุประสงค์ของการใช้เงิน (หน่วย : ล้านบาท)	แผนการใช้เงิน	จำนวนเงินที่ใช้ไป ณ สิ้นปี 2559	จำนวนเงินคงเหลือ ณ สิ้นปี 259
1	โรงงานล้ายุคกาลคลอง 6	10.6	10.6	-
2	ลงทุนในเมียนมาร์	44.5	5.5	39
3	โรงงานคลอง 11	96.5	45.1	51.4
4	ชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น	104	104	-
5	เงินหมุนเวียนในกิจการ	20.3	20.3	-
รวมทั้งสิ้น		275.9	185.5	90.4

วัตถุประสงค์ใหม่ที่ได้รับอนุมัติ			
ลำดับ	วัตถุประสงค์ของการใช้เงิน (หน่วย : ล้านบาท)	แผนการใช้เงิน	จำนวนเงินที่ใช้ไป ณ สิ้นปี 2560
1	โรงงานล้ายุคกาลคลอง 6	51.4	ภายในไตรมาส 4 ของปี 2560
2	ลงทุนในเมียนมาร์	15	ภายในไตรมาส 4 ของปี 2560
3	โรงงานคลอง 11	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
4	ชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
5	เงินหมุนเวียนในกิจการ	24	ภายในไตรมาส 4 ของปี 2560
รวมทั้งสิ้น		90.4	

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุด ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาทที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลบริษัทฯ

บริษัท	:	บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”)
ประเภทธุรกิจ	:	ให้บริการออกแบบและตกแต่งงาน (Design & Build) อย่างครบวงจร (One-Stop-Shop Solution) ในงานตกแต่งภายใน (Interiors) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) การตลาดทางเลือก (Alternative Marketing) และงานพิพิธภัณฑ์และสวนสนุก (Museums & Thematic Park)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	122/4 ถนนกรุงเทพกรีฑา แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10250
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107558000296
ทุนจดทะเบียน	:	110,000,000 บาท ชำระแล้ว 109,999,992 บาท
จำนวนหุ้นสามัญ	:	219,999,984 หุ้น ราคาที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท
ปีที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	:	18 ธันวาคม 2558
รอบปีบัญชี	:	1 มกราคม - 31 ธันวาคม
Home Page	:	www.kingsmen-cmti.com

โทรศัพท์	:	02-735-8000
โทรศัพท์ - นักลงทุนสัมพันธ์	:	02-735-8000 ต่อ 244
โทรสาร	:	02-735-8005

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์	:	02-009-9000
โทรสาร	:	02-009-9991

ผู้สอบบัญชี

บริษัท	:	บริษัท เอเอสที มาสเตอร์ จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	790/12 อาคารทองหล่อทาวเวอร์ ซอยทองหล่อ 18 ถนนสุขุมวิท 55 แขวงคลองตัน เขตวัฒนา กรุงเทพฯ
โทรศัพท์	:	02-714-8842 หรือ 02-185-0342
โทรสาร	:	02-185-0225

ผู้ตรวจสอบภายใน

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

ที่ปรึกษากฎหมาย

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