

'คิงส์แมน'ปีนี้เทิร์นอะราวด์
ธุรกิจตกแต่งภายในเติบโต
> 14

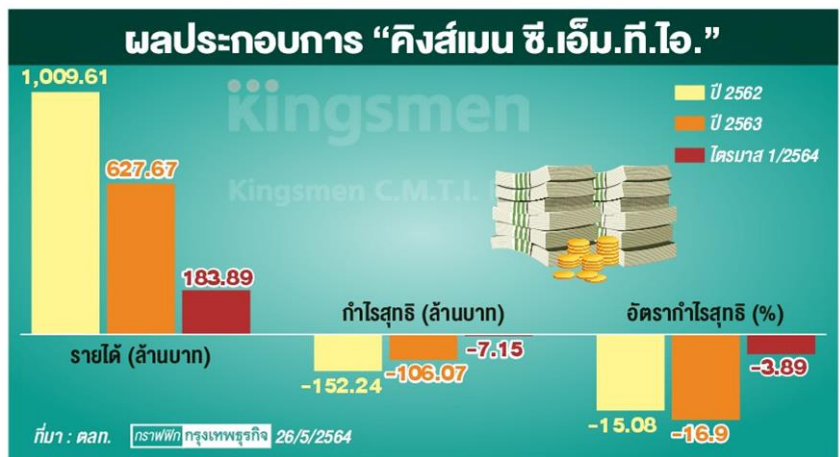
'คิงส์แมน'ปีนี้เทิร์นอะราวด์ ธุรกิจตกแต่งภายในเติบโต



● คาริน ไชยสุนัน
กรุงเทพธุรกิจ

แม้เศรษฐกิจในประเทศและผู้ประกอบการได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา สายพันธุ์ใหม่ 2019 (โควิด-19) นับตั้งแต่ปี 2563 และต่อเนื่องมาในปี 2564 ส่งผลให้โครงการต่างๆ ชะลอออกไป และหนึ่งในผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบเต็มๆ คือ บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน) หรือ K หนึ่งในผู้นำธุรกิจออกแบบ ตกแต่งและก่อสร้าง (Design & Build) และธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ พิพิธภัณฑสถานและสวนสนุก การตลาดอื่นๆ

“ชยวัฒน์ พิเศษสิทธิ์” ประธานกรรมการ บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. จำกัด (มหาชน) หรือ K ให้สัมภาษณ์พิเศษ “หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ” ว่าหลังจากภาพรวมธุรกิจของ “คิงส์แมน” ติดหล่มมานาน 2 ปี แต่ในปี 2564 คาดหวังธุรกิจจะกลับมา “เทิร์นอะราวด์” โดยยอมรับว่าหลังจากบริษัทได้เงินระดมทุนจากการเสนอขายหุ้นไอพีโอบริษัทมีการขยายธุรกิจรวดเร็วไปและมีการใช้จ่ายเงินเกินตัว สะท้อนผ่านการขยายการลงทุนทั้งในและต่างประเทศ โดยในส่วนของในประเทศไทย มีการขยายโรงงานและออฟฟิศใหม่ ขณะที่



ในต่างประเทศมีการเข้าไปลงทุนในประเทศเมียนมาและกัมพูชา แต่ประเด็นสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสะดุดคือ การที่หุ้นส่วนสำคัญ ยกทีมลาออกราว 30-40 คน ในส่วนที่ดูแล “ธุรกิจตกแต่งภายใน” (Interiors หรือ INT) ซึ่งเป็นส่วนที่ก่อนหน้านั้นบริษัทมีการขยายงานโครงสร้างพื้นฐานในธุรกิจ ตกแต่งภายในเพื่อรองรับงานในอนาคต “ดังนั้น เมื่อเราไม่สามารถรักษา (maintain) หุ้นส่วนที่ดูแลในธุรกิจ ตกแต่งภายในไว้ได้ เมื่อขยายงานแล้ว หุ้นส่วนก็แตก ทำให้ธุรกิจเราต้องสะดุดไปเนื่องจาก 2 ปัญหาใหญ่คือ ขยายงานเกินตัว และรักษาหุ้นส่วนสำคัญไว้ไม่ได้” ทั้งนี้บริษัทใช้เวลาในการปรับโครงสร้างภายในใหม่มากกว่า 2 ปี และเคลียร์งานเดิมที่หุ้นส่วนรับงานไว้ประมาณ 4-5 โครงการใหญ่ ซึ่งบริษัทเริ่มตั้งหลักได้เมื่อปลายปี 2563 รวมทั้งการหยุดดำเนินการที่เปิดสาขาทั้งในประเทศไทยเมียนมาและกัมพูชาไว้ชั่วคราวก่อน

คาดว่าจะต้องใช้เวลามากกว่า 2 ปี ในการกลับไปเปิดดำเนินการธุรกิจอีกครั้ง เนื่องจากสถานการณ์ไม่เอื้ออำนวยในการลงทุนต่อ ประกอบกับตั้งแต่เปิดธุรกิจมาทั้งสองประเทศ มีผลประกอบการที่ขาดทุนทุกปี แผนธุรกิจในปีนี้บริษัทจะเน้นรับงานอย่าง “ระมัดระวัง” และไม่รับงานเกินตัว ในทั้ง 2 ธุรกิจ คือ ธุรกิจตกแต่งภายใน (Interiors หรือ INT) และธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ พิพิธภัณฑสถานและสวนสนุก การตลาดอื่นๆ (Exhibitions & Events, Thematic & Museums, Alternative Marketing หรือ EMA) โดยในปีนี้ธุรกิจที่มีการเติบโตที่ดีจะเป็นในส่วนของธุรกิจตกแต่งภายใน โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าที่เป็นโรงแรมและห้างสรรพสินค้า สะท้อนผ่านบริษัทได้รับงานตกแต่งภายในของ “โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น” ที่ลงทุนในส่วนของศูนย์ประชุม มูลค่างาน 330 ล้านบาท คาดส่งมอบงานภายในเดือนมิ.ย.นี้

โดยบริษัททยอยรับรู้รายได้เข้ามาตั้งแต่ไตรมาส 1-3 ของปี 2564 และงานในส่วนของห้างสรรพสินค้าของกลุ่มเซ็นทรัลตามแผนที่จะเปิดห้างสรรพสินค้าใหม่

อย่างไรก็ตาม ในปีนี้บริษัทยังไม่ได้หาลูกค้าใหม่เพิ่มเข้ามา เนื่องจากลูกค้าเก่ายังมีงานเข้ามาอีกจำนวนมาก ซึ่งเราจะเน้นรับงานอย่างระมัดระวังและไม่รับงานเกินตัว นอกจากนี้บริษัทยังหันมาปรับงานตกแต่งภายในชอปแบรินด์เนมสินค้าระดับไฮเอนที่มีการขยายงานในส่วนนี้ค่อนข้างมาก เป็นลักษณะขอประยะสั้นประมาณ 6 เดือน เนื่องจากกลุ่มลูกค้าระดับบนไม่ได้ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ยังมีกำลังซื้อสินค้าแบรนด์เนมต่างๆ

โดยศักยภาพการรับงานตกแต่งภายในบริษัทสามารถรับงานได้มูลค่า 600-700 ล้านบาทต่อปี เดิมบริษัทเคยรับงานได้ถึงระดับ 2,150 ล้านบาท (ปี 2561) ซึ่งคาดว่าภายใน 2-3 ปีข้างหน้า บริษัทจะสามารถกลับไปรับงานมูลค่าได้เท่าเดิม หลังภาวะเศรษฐกิจกลับมาขยายตัว

สำหรับเป้าหมายปีนี้ตั้งเป้ารายได้เด็บโต 1,150 ล้านบาท ซึ่งปัจจุบันมีมูลค่างานในมือ (Backlog) ประมาณ 617.50 ล้านบาท และปัจจุบันมีเสนอราคาประมูลงานจำนวน 20-30 โปรเจค คิดเป็นมูลค่า 750 ล้านบาท แม้ในปีนี้อาจคาดว่าปริมาณงานในตลาดคงยังไม่กลับมาปกติ สะท้อนผ่านหลายงานมีการยกเลิก เพราะการกลับมาระบาดของโควิด-19 คาดว่าเศรษฐกิจจะกลับมาในปีหน้า แต่คงยังไม่กลับมาปกติเท่าก่อนโควิด-19