

# ส่วนที่ 1

## การประกอบธุรกิจ

## ส่วนที่ 1 : การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”/ “AQUA”) ได้เข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 17 กันยายน 2547 ภายใต้ชื่อ บริษัท ดี อี แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) โดยใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ “DE” และเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2550 บริษัท ไมด้า แอสเซ็ท จำกัด (มหาชน) (MIDA) ได้เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในสัดส่วนร้อยละ 12.95 และเข้ามามีการบริหาร ได้มีนโยบายหยุดการให้สินเชื่อเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า และลดรับจ้างสาธารณชน เนื่องจากพิจารณาแล้วไม่คุ้มค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ บริษัทฯ จะติดตามเก็บเงินจากพอร์ตลูกหนี้เดิมเท่านั้น โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างเครือข่ายของ MIDA ซึ่งทำให้บริษัทฯ มีเงินสดเหลือและสามารถนำไปลงทุนในธุรกิจที่เห็นว่ามีความสามารถในการลงทุนเพื่อจะพัฒนาเป็นธุรกิจหลักของบริษัทฯ ต่อไป ได้แก่

- ปี 2550 ลงทุนในบริษัท เจ.อาร์.ดีล จำกัด (ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และต่อมาในปี 2555 เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) (“AA”/ “AQUA AD”) ในสัดส่วนการลงทุนร้อยละ 50 ของทุนจดทะเบียน 300 ล้านบาท ซึ่งประกอบธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่ติดตั้งป้ายโฆษณา จัดหาพื้นที่ รับจ้างผลิตและติดตั้งงานโฆษณาประเภทต่างๆ โดยเน้นสื่อโฆษณากายนอกที่อยู่อาศัย และสื่อโฆษณาที่ทำรายได้หลักให้กับ AA คือ สื่อโฆษณาประเภทบิลบอร์ด (Billboard) และก่อนการจำหน่ายเงินลงทุนบางส่วนในสัดส่วนร้อยละ 26 ของทุนชำระแล้วของ AA ให้แก่บริษัท วรณ แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) (“WAT”) บริษัทถือหุ้น AA ในสัดส่วนร้อยละ 100 จากการเข้าซื้อหุ้นของ AA ส่วนที่บริษัทไม่ได้ถือจำนวน 225,513,053 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 451,026,106 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท มูลค่าธุรกรรม ณ วันจดทะเบียนเพิ่มทุนเท่ากับ 0.56 บาทต่อหุ้น บริษัทมีส่วนเกินมูลค่าหุ้นจำนวน 27.1 ล้านบาท และส่วนเกินทุนจากการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการลงทุนของกลุ่มบริษัทจำนวน (15.7) ล้านบาท

- ปี 2551 ลงทุนในบริษัท ไอ เอ็ม ซี ซี คอร์ป จำกัด (มหาชน) (ชื่อเดิม บริษัท ไอ เอ็ม ซี ซี จำกัด) (IMCC) ซึ่งประกอบธุรกิจหลักในการนำเข้าและจำหน่ายรถไฟฟ้าเอนกประสงค์ รถจักรยานยนต์สี่ล้อ (เอทีวี) อะไหล่ และอื่นๆ จำนวน 15 ล้านหุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 4.03 ของทุนชำระแล้ว ด้วยเงินลงทุน 37.50 ล้านบาท ต่อมาในเดือนมีนาคม 2556 บริษัทได้จำหน่าย เงินลงทุนใน IMCC ทั้งจำนวน ในราคา 7.45 ล้านบาท มีผลขาดทุนจากการขายเงินลงทุนในปี 2556 จำนวน 30.05 ล้านบาท ซึ่งบริษัทพิจารณาตั้งค่าเผื่อจากการด้อยค่าเงินลงทุนดังกล่าวทั้งจำนวนไว้ในปี 2555 แล้ว จึงไม่กระทบต่อผลการดำเนินงานในปี 2556

- ปี 2553 บริษัทฯ มีการลงทุนดังนี้

- ❖ การลงทุนในบริษัท ออรา ครีม จำกัด (ซึ่งประกอบธุรกิจโรงแรม 209 ห้อง และเซอร์วิส อพาร์ท เมนท์ 88 ห้อง ในจังหวัดนครปฐม) ทั้งนี้โครงการดังกล่าวอยู่ระหว่างก่อสร้าง และคาดว่าจะเปิดใช้งานได้ในปี 2558
- ❖ บริษัทฯและบริษัทย่อยได้เข้าลงทุนโดยจะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนใหม่ของ บริษัท ปาร์กกิ้ง แมนเนจเม้นท์ จำกัด (PKM) ซึ่งประกอบธุรกิจให้บริการจัดการระบบจัดเก็บเงินในที่จอดรถยนต์และจักรยานยนต์ และให้บริการด้านดูแลรักษาความปลอดภัยในสนามบิลเลียดและสวนสาธารณะ ต่อมาในปี 2554 บริษัทฯและบริษัทย่อยได้ดำเนินการยกเลิกสัญญารับรองการให้สิทธิซื้อหุ้นเพิ่มทุน และเรียกเงินค่าจองซื้อหุ้นจำนวน 50 ล้านบาทคืน พร้อมค่าเสียหายจาก PKM ขณะนี้คืออยู่ระหว่างกระบวนการพิจารณาคดีของศาล อย่างไรก็ตามบริษัทฯ และบริษัทย่อยได้พิจารณาตั้งค่าเผื่อการด้อยค่าเงินลงทุนดังกล่าวทั้งจำนวนแล้ว เนื่องจากบริษัทฯ ประเมินว่าเงินลงทุนดังกล่าวไม่อาจก่อให้เกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจใดๆ แก่บริษัทฯ ในอนาคต
- ❖ การเข้าซื้อหุ้นบริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน) “EPCO” ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาด

หลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและประกอบธุรกิจโรงพิมพ์ครบวงจร โดยซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 2 ราย คือ (1) บริษัท เอส แพ็ค แอนด์ พรินท์ จำกัด (มหาชน) “SPACK” จำนวน 128.54 ล้านหุ้น คิดเป็นมูลค่า 249.37 ล้านบาท (2) Asia Special Situations MT1 Limited โดย Somers (U.K.) Limited จำนวน 76.31 ล้านหุ้น คิดเป็นมูลค่า 148.04 ล้านบาท และการเข้าซื้อหุ้นในครั้งนี้ ทำให้บริษัทและบริษัทย่อยถือหุ้นในบริษัท จดทะเบียนเกินร้อยละ 25 ซึ่งบริษัทและบริษัทย่อยจำเป็นต้องจัดทำคำเสนอซื้อหุ้นทั้งหมดของ EPCO ตาม กฎเกณฑ์ของ กสท. ทั้งนี้หุ้นทั้งหมดของ EPCO เท่ากับ 474,177,401 หุ้น (ไม่รวมหุ้นซื้อคืนจำนวน 41,232,800 หุ้น) และการซื้อหุ้นสามัญเพิ่มผ่านระบบการซื้อ-ขายของตลาดหลักทรัพย์มีผลทำให้บริษัทมี สัดส่วนการถือหุ้น EPCO ร้อยละ 44.15 ของทุนชำระแล้ว

และต่อมา EPCO ได้ขายธุรกิจไปสู่การลงทุนในธุรกิจพลังงานทดแทนผ่านบริษัทย่อยของ EPCO (พิจารณารายละเอียดได้จากข้อ 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท)

จากข้อมูลข้างต้น บริษัทฯ ได้เข้าลงทุนในธุรกิจหลายธุรกิจ ธุรกิจบางธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จตามที่คาดการณ์ไว้ รวมทั้งบริษัทไม่มีธุรกิจที่ดำเนินงานภายใต้ชื่อของบริษัทเอง ดังนั้นปลายปี 2554 บริษัทพิจารณาเข้าลงทุนในธุรกิจป้ายโฆษณา ซึ่งเป็นธุรกิจประเภทเดียวกันกับ AA (AA เป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นร้อยละ 100 ของทุนชำระแล้ว) โดยการเข้าซื้อป้าย โฆษณาจากผู้ประกอบการอื่น รวมถึงการก่อสร้างโครงป้ายโฆษณาใหม่จนถึงปลายปี 2556 บริษัทได้ขายและโอนสิทธิ ทรัพย์สินประกอบการเกี่ยวกับป้ายโฆษณาทั้งหมดของบริษัทให้กับ AA เพื่อจัดโครงสร้างธุรกิจให้มีความชัดเจน และขายเงิน ลงทุนในหุ้นสามัญของ AA จำนวน 105,151,997 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26 ของจำนวนหุ้นที่ ชำระแล้ว ในราคาหุ้นละ 2.66 บาท รวมมูลค่า 279,494,008 บาท ให้แก่บริษัท ทรน แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) (“WAT”) ปัจจุบัน บริษัทถือหุ้น AQUA AD คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 74.00

ในปี 2557 เป็นต้นไป บริษัทฯ อาจจะดำรงสถานะเป็น Holding Company (เป็นบริษัทที่ลงทุนในบริษัทอื่น) จนกว่าจะ สามารถหาธุรกิจที่ดำเนินงานภายใต้ชื่อบริษัทได้

นอกจากนี้บริษัทได้มีการเปลี่ยนชื่อเดิมคือ บริษัท ดี อี แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) โดยใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ “DE” เป็น ชื่อดังต่อไปนี้

- ปี 2551 เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท ชันโซ่ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” โดยใช้ชื่อย่อ “SSE”
- ปี 2553 เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท พี พลัส พี จำกัด (มหาชน)” โดยใช้ชื่อย่อ “PLUS”
- ปี 2555 เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” โดยใช้ชื่อย่อ “AQUA” ซึ่งเป็นชื่อที่อยู่ใช้ ในปัจจุบันของบริษัท

## 1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

### วิสัยทัศน์

“มุ่งมั่นในการก้าวสู่การเป็นบริษัทสื่อโฆษณาชั้นนำของเมืองไทยและภูมิภาคอาเซียน ”

## พันธกิจ

AQUA มุ่งมั่นในการก้าวสู่การเป็นบริษัทสื่อโฆษณาครบวงจร สร้างแบรนด์ “AQUA” ให้เป็นที่รู้จัก ด้วยการใช้นวัตกรรมที่โดดเด่น แตกต่างและมีดีไซน์ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ควบคู่ไปกับการคำนึงถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทมุ่งหวังที่จะเป็นผู้นำของตลาดธุรกิจสื่อโฆษณา และขยายธุรกิจบริการทั่วทั้งภูมิภาคอาเซียน

## กลยุทธ์ที่นำไปสู่ความยั่งยืน

- การสร้างความแตกต่างของสื่อ ด้วยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
- การออกแบบที่ทันสมัยและสอดคล้องกับทัศนียภาพ
- สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ด้วยบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพ
- ความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการใช้วัสดุที่ประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เหมาะสมกับทัศนียภาพของส่วนรวม
- ขยายตลาดสื่อโฆษณาครบวงจรทั้งในประเทศและภูมิภาคอาเซียน
- มุ่งเน้นการหาพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อสร้างส่วนแบ่งตลาดร่วมกัน
- สร้างความมั่นคงให้กับพนักงานและผู้ถือหุ้น

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 17 กันยายน 2547 ภายใต้ชื่อ บริษัท ดี อี แคปิตอล จำกัด (มหาชน) โดยใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ “DE” และเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2550 บริษัท ไมด้า แอสเซ็ท จำกัด (มหาชน) (MIDA) ได้เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในสัดส่วนร้อยละ 12.95 และเข้ามามีการบริหาร ได้มีนโยบายหยุดการให้สินเชื่อเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า และรื้อรับจ้างสาธารณะ เนื่องจากพิจารณาแล้วไม่คุ้มค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ บริษัทจะติดตามเก็บเงินจากพอร์ตลูกหนี้เดิมเท่านั้น โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างเครือข่ายของ MIDA ซึ่งทำให้บริษัทมีเงินสดเหลือและสามารถนำไปลงทุนในธุรกิจที่เห็นว่ามีศักยภาพในการลงทุนเพื่อจะพัฒนาเป็นธุรกิจหลักของบริษัทต่อไป

## การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

22 มีนาคม 2550 บริษัทได้ลงทุนในบริษัท เจ.อาร์.ดีล จำกัด ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และเมื่อวันที่ 4 มกราคม 2555 เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) (AQUA AD) ในสัดส่วนการลงทุนร้อยละ 50 ของทุนจดทะเบียน 300 ล้านบาท โดยการซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ AQUA AD จำนวน 1.5 ล้านหุ้น ราคาหุ้นละ 100 บาท มูลค่าเงินลงทุน 150 ล้านบาท ซึ่ง AQUA AD ประกอบธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่ติดตั้งป้ายโฆษณา จัดหาพื้นที่, รับจ้างผลิตและติดตั้งงานโฆษณาประเภทต่าง ๆ โดยเน้นสื่อโฆษณายานนอกที่อยู่อาศัย และสื่อโฆษณาที่ทำรายได้หลักให้กับ AQUA AD คือสื่อโฆษณาประเภทบิลบอร์ด (Billboard) และสัดส่วนการลงทุนลดลงเหลือร้อยละ 44.24 สืบเนื่องจากการเพิ่มทุนจาก 300 ล้านบาทเป็น 316 ล้านบาท และเป็น 339.2 ล้านบาท (ตามลำดับ) ทั้งนี้บริษัทได้สละสิทธิเนื่องจากการเพิ่มทุนให้กับเจ้าของกรรมสิทธิ์โครงข่ายโฆษณาที่ AQUA AD ต้องการซื้อเข้าเป็นสินทรัพย์ของ AQUA AD

- 8 กุมภาพันธ์ 2551 บริษัทลงทุนในบริษัท ไอ เอ็ม ซี ซี คอร์ป จำกัด (มหาชน) (ชื่อเดิม บริษัท ไอ เอ็ม ซี ซี จำกัด) (IMCC) ซึ่งประกอบธุรกิจหลักในการนำเข้าและจำหน่ายรถไฟฟ้าเอนกประสงค์ รถจักรยานยนต์สี่ล้อ (เอทีวี) อะไหล่และอื่นๆ มูลค่า 37.50 ล้านบาท คิดเป็นจำนวนหุ้น 15 ล้านหุ้น หรือสัดส่วนร้อยละ 4.03 ของทุนจดทะเบียน 372.32 ล้านบาท ซึ่งแบ่งเป็นหุ้นสามัญ 372.32 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ในไตรมาสที่ 2/2555 บริษัทพิจารณาตั้งค่าเผื่อจากการด้อยค่าเงินลงทุนดังกล่าวทั้งจำนวน เนื่องจากบริษัท ประเมินว่า เงินลงทุนดังกล่าวไม่อาจก่อให้เกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจใดๆ แก่บริษัทในอนาคต และที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 3/2556 เมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2556 มีมติอนุมัติให้จำหน่ายเงินลงทุนใน IMCC ทั้งจำนวน ในราคา 7.45 ล้านบาท
- 10 มิถุนายน 2551 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2551 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทได้เปลี่ยนชื่อจากเดิม “บริษัท ดี อี แคปปิตอล จำกัด (มหาชน)” เป็น “บริษัท ชันโซ่ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” โดยใช้ชื่อย่อ “SSE” และเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิมหุ้นละ 1 บาท เป็นหุ้นละ 0.10 บาท ส่งผลให้จำนวนหุ้นสามัญของบริษัทเพิ่มขึ้นจาก 792 ล้านหุ้น เป็น 7,920 ล้านหุ้น และได้จดทะเบียนเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2551
- 27 มิถุนายน 2552 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2552 ได้มีมติอนุมัติให้เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิมหุ้นละ 0.10 บาท เป็นหุ้นละ 1 บาท ส่งผลให้จำนวนหุ้นสามัญลดลงจาก 7,920 ล้านหุ้น เป็น 792 ล้านหุ้น
- 2 มีนาคม 2553 บริษัทได้ลงทุนในบริษัท ออรา คริม จำกัด (ซึ่งประกอบธุรกิจโรงแรม 209 ห้อง และเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ 88 ห้อง ในจังหวัดนครปฐม) จำนวน 4.95 ล้านหุ้น ในราคาหุ้นละ 10 บาท ซึ่งบริษัทได้ชำระค่าหุ้นแล้วจำนวน 29.9 ล้านบาท ยังเหลือส่วนที่ต้องชำระให้เต็มมูลค่าที่ตราไว้อีกจำนวน 19.6 ล้านบาท ทั้งนี้โครงการดังกล่าวอยู่ระหว่างก่อสร้าง และคาดว่าจะเปิดใช้งานได้ในปี 2558
- เมษายน 2553 บริษัทและบริษัทย่อยได้ลงทุนเพื่อซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนในใหม่ของบริษัท ปาร์คอิง แมนเนจเม้นท์ จำกัด (ซึ่งประกอบธุรกิจให้บริการจัดการระบบจัดเก็บเงินในที่จอดรถยนต์และจักรยานยนต์ และให้บริการด้านดูแลรักษาความปลอดภัย ในสนามบิงสุวรรณภูมิ) จำนวน 700,000 หุ้นๆ ละ 100 บาท รวม 70 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 มีเงินล่วงหน้าค่าหุ้นของกองเหลือจำนวน 50 ล้านบาท และบริษัทและบริษัทย่อยได้พิจารณาตั้งค่าเผื่อจากการด้อยค่าเงินลงทุนดังกล่าวทั้งจำนวนแล้ว เนื่องจากบริษัทประเมินว่าเงินลงทุนดังกล่าวไม่อาจก่อให้เกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจใดๆ แก่บริษัทในอนาคต
- 27 เมษายน 2553 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2553 ได้มีมติอนุมัติลดทุนจดทะเบียนของบริษัทลง 118,590,218 บาท หรือจากเดิม 792 ล้านบาท เหลือ 673,409,782 บาท เพื่อให้สอดคล้องกับทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว
- 9 สิงหาคม 2553 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2553 ได้มีมติ
- อนุมัติให้เปลี่ยนชื่อจากเดิม “บริษัท ชันโซ่ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” เป็น “บริษัท พี พลัส จำกัด (มหาชน)” โดยใช้ชื่อย่อ “PLUS” และได้จดทะเบียนเมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2553
  - อนุมัติให้เข้าซื้อหุ้นบริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน) “EPCO” ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ในสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 39.75 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว หรือไม่เกิน 204.85 ล้านหุ้น ในราคาหุ้นละ 1.94 บาท คิดเป็นมูลค่ารวม 397.41 ล้านบาท โดยจะซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 2 ราย คือ (1) บริษัท เอส แพ็ค แอนด์ พรินท์ จำกัด (มหาชน) “SPACK” จำนวน 128.54 ล้านหุ้น คิดเป็นมูลค่า 249.37 ล้านบาท (2) Asia Special Situations MT1 Limited โดย Somers (U.K.) Limited จำนวน 76.31 ล้านหุ้น คิดเป็นมูลค่า 148.04 ล้านบาท
- และการเข้าซื้อหุ้นในครั้งนี้ ทำให้บริษัทและบริษัทย่อยถือหุ้นในบริษัทจดทะเบียนเกินร้อยละ 25 ซึ่ง

8 มีนาคม 2554	<p>บริษัทและบริษัทย่อยจำเป็นต้องจัดทำคำเสนอซื้อหุ้นทั้งหมดของ EPCO ตามกฎเกณฑ์ของ กต. ทั้งนี้ หุ้นทั้งหมดของ EPCO เท่ากับ 474,177,401 หุ้น (ไม่รวมหุ้นซื้อคืนจำนวน 41,232,800 หุ้น) ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท ครั้งที่ 1/2554 ได้มีมติ</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ให้ออกและจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท รุ่นที่ 2 (AQUA-W2) จำนวน ไม่เกิน 336,704,891 หน่วย ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทในอัตราส่วน 2 หุ้นสามัญเดิม ต่อใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วย โดยไม่คิดมูลค่า โดยใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วย สามารถใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญได้ 1 หุ้น ในราคาหุ้นละ 1.50 บาท และมีกำหนดการใช้สิทธิในทุกวันสิ้นเดือนของเดือน มิถุนายน และธันวาคมของแต่ละปี ตลอดอายุของใบสำคัญแสดงสิทธิ 3 ปี และวันใช้สิทธิครั้งสุดท้ายคือวันที่ 14 มีนาคม 2557</li> <li>อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจากเดิมจำนวน 673,409,782 บาท เป็นทุนจดทะเบียน 1,010,114,673 บาท โดยทำการเพิ่มทุนรวมทั้งสิ้น 336,704,891 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวน 336,704,891 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท และได้จดทะเบียนเมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2554</li> </ul>
26 เมษายน 2554	<p>ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2554 มีมติอนุมัติเปลี่ยนแปลงจำนวนหุ้นและมูลค่าที่ตราไว้ของบริษัท โดยเพิ่มจำนวนหุ้นจากเดิม 1,010,114,673 หุ้น เป็น 2,020,229,346 หุ้น และเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ จากเดิม หุ้นละ 1 บาท เป็นหุ้นละ 0.50 บาท โดยใบสำคัญแสดงสิทธิ AQUA-W2 ที่ยังไม่ได้ใช้สิทธิ แปลงเป็นหุ้นสามัญรวม 336,693,312 หน่วย เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงจำนวนหุ้นและมูลค่าที่ตราไว้ ส่งผลให้จำนวนใบสำคัญแสดงสิทธิเพิ่มขึ้นเป็น 673,386,624 หน่วย และราคาใช้สิทธิจะเปลี่ยนจากหุ้นละ 1.50 บาท เป็นหุ้นละ 0.75 บาท โดยที่อัตราการใช้สิทธิยังคงเดิม คือ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิต่อ 1 หุ้นสามัญ และได้จดทะเบียนเมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2554</p>
5 กรกฎาคม 2554	<p>ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2554 ได้มีมติ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>อนุมัติให้บริษัทเข้าซื้อหุ้นของ AQUA AD ที่เหลือจำนวน 225,513,053 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 451,026,106 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท มูลค่า ยุติธรรม ณ วันจดทะเบียนเพิ่มทุนเท่ากับ 0.56 บาทต่อหุ้น บริษัทมีส่วนเกินมูลค่าหุ้นจำนวน 27.1 ล้านบาท และส่วนเกินทุนจากการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการลงทุนของกลุ่มบริษัทจำนวน (15.7) ล้านบาท</li> <li>อนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท จำนวน 225,513,053 บาท หรือจากเดิม 1,010,114,673 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 1,235,627,726 บาท เพื่อชำระค่าซื้อหุ้นของ AQUA AD และได้จดทะเบียนเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2554</li> </ul>
10 ตุลาคม 2554	<p>ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/2554 อนุมัติให้บริษัทเข้าซื้อหุ้นสามัญ บริษัท โรงพิมพ์ ตะวันออก จำกัด (มหาชน) (EPCO) จากบริษัทย่อย 2 บริษัท คือ บริษัท มันทรา แอสเซ็ท จำกัด จำนวน 32,271,000 หุ้น และบริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) จำนวน 38,773,000 หุ้น โดยตกลงซื้อหุ้นในราคา หุ้นละ 1.94 บาท คิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนทั้งสิ้นจำนวน 137,825,360 บาท เพื่อให้สอดคล้องกับการจัด โครงสร้างธุรกิจและการลงทุนของกลุ่มบริษัท ซึ่งบริษัทชำระค่าหุ้นที่ซื้อโดยออกตั๋วแลกเงินให้กับ บริษัทย่อย</p>
4 มกราคม 2555	<p>บริษัทย่อยได้เปลี่ยนชื่อจากเดิม “บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” เป็น “บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน)” ได้จดทะเบียนเมื่อวันที่ 4 มกราคม 2555</p>

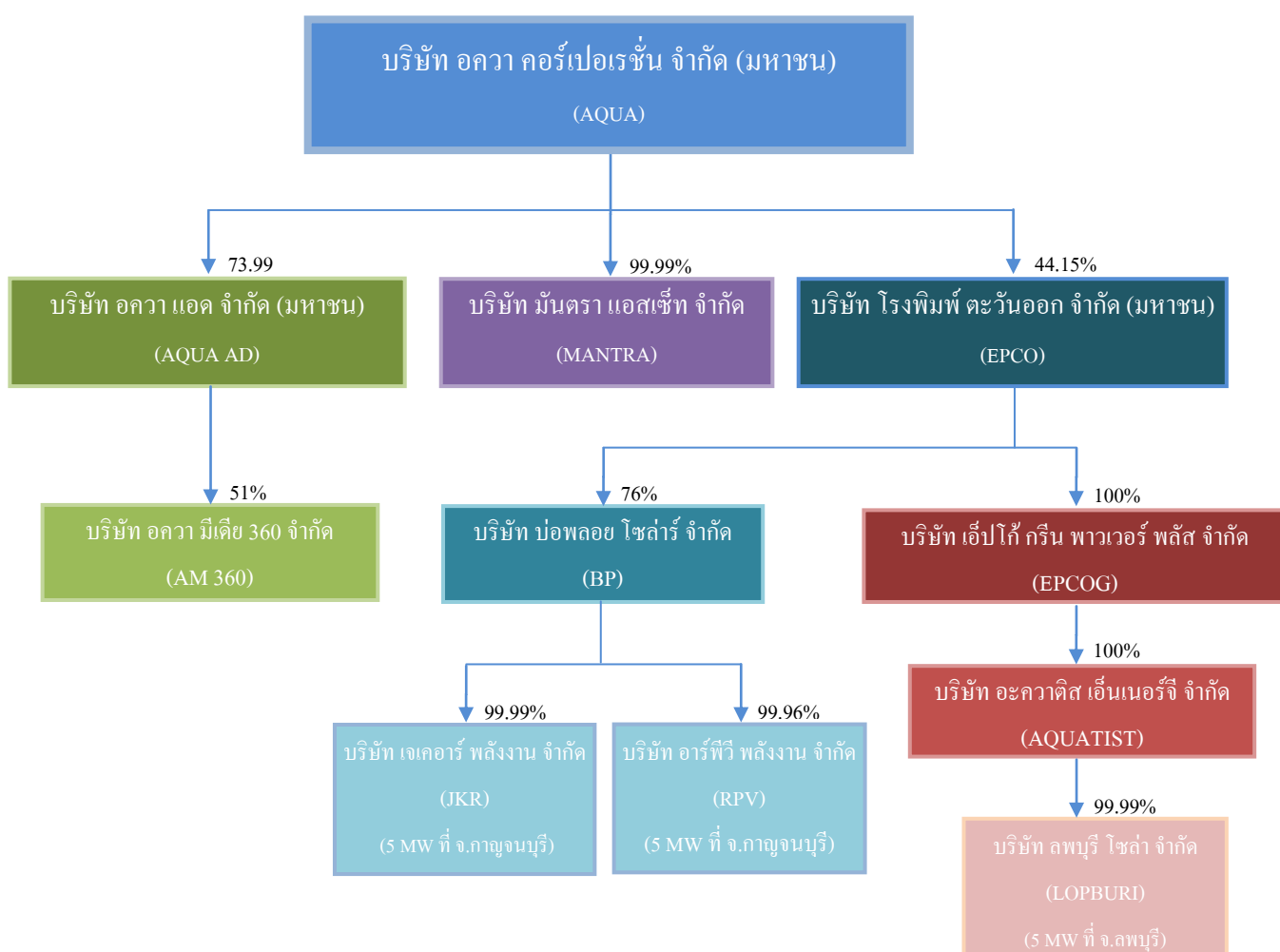
30 มีนาคม 2555	ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2555 ได้มีมติอนุมัติให้เปลี่ยนชื่อจากเดิม “บริษัท พี พลัส พี จำกัด (มหาชน)” เป็น “บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” โดยใช้ชื่อย่อ “AQUA” และได้จดทะเบียนเมื่อวันที่ 2 เมษายน 2555
4 มีนาคม 2556	<p>ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2556 ได้มีมติ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>อนุมัติการออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่บุคคลในวงจำกัด และ/หรือ ผู้ลงทุนสถาบัน และ/หรือ ผู้ลงทุนที่มีลักษณะเฉพาะ (Private Placement) จำนวน 1,500 ล้านหุ้น โดยกำหนดราคาเสนอขายหุ้นละ 0.501 บาท ซึ่งคำนวณโดยอ้างอิงกับราคาถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของหุ้นบริษัทฯ ในตลาดหลักทรัพย์รวม 15 วันทำการก่อนวันที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ คือวันที่ 3 ธันวาคม 2555 ถึง วันที่ 25 ธันวาคม 2555</li> <li>อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจากเดิมจำนวน 1,235,627,726 บาท เป็นทุนจดทะเบียน 1,985,627,726 บาท โดยทำการเพิ่มทุนรวมทั้งสิ้น 750 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 1,500 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.50 บาท และได้จดทะเบียนเมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2556</li> </ul>
23 ธันวาคม 2556	<p>ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 11/2556 อนุมัติให้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ขายและโอนสิทธิทรัพย์สินประกอบการเกี่ยวกับป้ายโฆษณาทั้งหมดของบริษัทให้กับ AQUA AD เพื่อจัดโครงสร้างธุรกิจให้มีความชัดเจน</li> <li>ขายเงินลงทุนในหุ้นสามัญของ AQUA AD จำนวน 105,151,997 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26 ของจำนวนหุ้นที่ชำระแล้ว ในราคาหุ้นละ 2.66 บาท รวมมูลค่า 279,494,008 บาท ให้แก่บริษัท วรณ แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) (“WAT”) ปัจจุบันบริษัทถือหุ้น AQUA AD คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 73.99</li> </ul>
6 กุมภาพันธ์ 2557	<p>ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2557 อนุมัติให้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 1,500 ล้านหุ้น ในราคาหุ้นละ 0.501 บาท ให้แก่บุคคลในวงจำกัดจำนวน 8 ราย และกำหนดระยะเวลาห้ามขาย (Silent Period) 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2557 ถึงวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2558</li> <li>ปรับสิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิ AQUA-W2 เนื่องจากการขายหุ้นเพิ่มทุนให้แก่กลุ่มทุนแบบเฉพาะเจาะจง เป็นดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>อัตราใช้สิทธิ จากเดิมอัตรา 1 Warrant ต่อ 1 หุ้น เป็น 1 Warrant ต่อ 1.301 หุ้น</li> <li>ราคาใช้สิทธิ จากหุ้นละ 0.75 บาท เป็น 0.576 บาท</li> </ul> </li> </ul>
19 กุมภาพันธ์ 2557	<p>ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2557 อนุมัติให้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ลงทุนเพิ่มในหุ้นสามัญ EPCO โดยการจองหุ้นสามัญตามที่ EPCO ได้เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแบบมอบอำนาจทั่วไป (General Mandate) ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้นที่ผู้ถือหุ้นแต่ละคนที่ถืออยู่ (Right offering) อัตราส่วน 5 หุ้นเดิมต่อ 1 หุ้นใหม่ จำนวน 50,976,875 หุ้น ในราคาหุ้นละ 3.20 บาท คิดเป็นเงินลงทุนในครั้งนี้อย่างน้อย 163.13 ล้านบาท ซึ่งมีผลทำให้การถือหุ้นของบริษัทใน EPCO เปลี่ยนจากร้อยละ 44.15 เป็นร้อยละ 45.86 ของทุนชำระแล้วของ EPCO</li> <li>เสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นให้จ่ายเงินปันเป็นเงินสดหุ้นละ 0.027125025 บาท</li> </ul>



- 27 กุมภาพันธ์ 2557 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2557 อนุมัติให้เข้าลงทุนโดยซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ไทย คอนซูเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด (“TCDC”) ซึ่งประกอบธุรกิจหลักทางด้านคลั่งสินค้าให้เช่าและให้บริการแก่กลุ่มบริษัทยูนิลีเวอร์ จำนวน 262,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.00 ของจำนวนหุ้นที่ชำระแล้ว ในราคาเฉลี่ยหุ้นละ 1,047.62 บาท รวมมูลค่า 275 ล้านบาท
- 12 มีนาคม 2557 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2557 ได้มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 101,333,108 บาท จาก 1,985,627,726 บาท เป็น 2,086,960,834 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 202,666,216 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.50 บาท เพื่อรองรับการใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิ AQUA-W2 ที่เพิ่มขึ้นจากการปรับสิทธิตามเงื่อนไขในข้อกำหนดว่าด้วยสิทธิและหน้าที่ของผู้ออก AQUA-W2 และได้จดทะเบียนเมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2557
- 15 มีนาคม 2557 สิ้นสภาพของใบสำคัญแสดงสิทธิ AQUA-W2

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีบริษัทย่อยและบริษัทร่วม รวมทั้งหมด 3 บริษัท โดยมีโครงสร้างการถือหุ้นของกิจการเป็นดังนี้





- หมายเหตุ**
- (1) ณ วันที่ 17 มีนาคม 2557 บริษัทได้รับจัดสรรหุ้น EPCO จากการจองซื้อหุ้นที่ EPCO เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้นทั้งจำนวน มีผลทำให้การถือหุ้นของบริษัทใน EPCO เปลี่ยนจากการถือหุ้นร้อยละ 44.15 เป็นร้อยละ 45.86 ของทุนชำระแล้วของ EPCO
  - (2) เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2557 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท EPCO มีมติให้เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท บ่อพลอย ไชลาร์ จำกัด จำนวน 5,882,400 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 24 ของทุนชำระแล้ว ในราคาหุ้นละ 23.30 บาท เป็นมูลค่าเงินลงทุน 137.06 ล้านบาท ซึ่งเป็นหุ้นในส่วนที่ EPCO ไม่ได้ถือ ภายหลังจากการซื้อเสร็จสิ้นภายในเดือนมีนาคม 2557 สัดส่วนการถือหุ้นของ EPCO ใน บริษัท บ่อพลอย ไชลาร์ จำกัด จะเปลี่ยนจากการถือหุ้นร้อยละ 76 เป็นร้อยละ 100 ของทุนชำระแล้วของ บริษัท บ่อพลอย ไชลาร์ จำกัด

### รายละเอียดเกี่ยวกับบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ดังนี้

#### บริษัท มันทรา แอสเซท จำกัด

- สัดส่วนการถือหุ้น

บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 100%

- ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ประกอบธุรกิจขายและให้เช่าเฟอร์นิเจอร์ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรถรับจ้างสาธารณะ (รถแท็กซี่) เช่นเดียวกับบริษัท และเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2550 มีนโยบายหยุดการให้สินเชื่อเช่าซื้อ เนื่องจากไม่คุ้มต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและเป็นการขจัดความทับซ้อนทางธุรกิจระหว่างบริษัท กับบริษัท ไมด้า แอสเซท จำกัด (มหาชน) ทางบริษัทจะเก็บเงินจากพอร์ตลูกหนี้เดิมเท่านั้น โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างเครือข่ายของ MIDA ปัจจุบัน บริษัทไม่ได้ใช้ระบบการบริหารและจัดเก็บเงินผ่านเครือข่ายของ MIDA แล้ว เนื่องจากพอร์ตลูกหนี้ที่เหลืออยู่ส่วนมากเป็นพอร์ตที่ไม่มีการเคลื่อนไหวแล้ว รวมทั้งต้องใช้การเร่งรัดในการจัดเก็บเงินผ่านขั้นตอนการฟ้องร้องดำเนินคดีและบังคับคดี ทั้งนี้ลูกหนี้เข้าซื้อทั้งหมดของบริษัทได้ตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญไว้ทั้งจำนวนแล้ว

#### บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน)

- สัดส่วนการถือหุ้น

บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 73.99% และบริษัท วรณ แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) (“WAT”) ถือหุ้นในสัดส่วน 26%

- ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ประกอบธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่ติดตั้งป้ายโฆษณา จัดหาพื้นที่ รับจ้างผลิตและติดตั้งงานโฆษณาประเภทต่าง ๆ โดยเน้นสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่ ประเภทบิลบอร์ด (Billboard)

- บริษัทย่อย

- 1) บริษัท อควา มีเดีย 360 จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์และขายเวลาโฆษณา โดยบริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 51
- 2) บริษัท เพนพับ ลิสมิ่ง จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตและขายนิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์ บริหารงานขายโฆษณาโดยบริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 และเมื่อไตรมาสที่ 4/2556 ได้ขายเงินลงทุนดังกล่าวทั้งจำนวนแล้ว

**บริษัท โรงพิมพ์ ตะวันออก จำกัด (มหาชน)**

- **สัดส่วนการถือหุ้น**

บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 44.15% และการถือหุ้นส่วนที่เหลือสามารถดูได้ที่ Website ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเนื่องจากเป็นบริษัทจดทะเบียน

- **ลักษณะการประกอบธุรกิจ**

ประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้ผลิตสิ่งพิมพ์ และดำเนินธุรกิจโรงพิมพ์ในลักษณะครบวงจรโดยให้บริการตั้งแต่ การวางแผนการผลิตจนกระทั่งเข้าเล่มเป็นสิ่งพิมพ์สำเร็จรูป และเมื่อปลายปี 2554 EPCO ได้ขยายธุรกิจเพิ่มในด้านพลังงานทดแทนผ่านบริษัทย่อย โดยได้ลงทุนก่อสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ขนาด 10 เมกกะวัตต์ ที่อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี และเมื่อปลายปี 2555 บริษัทฯ ได้ลงทุนในโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ขนาด 5 เมกกะวัตต์ ที่อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี และต้นปี 2557 ลงทุนในโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ในประเทศญี่ปุ่น ขนาด 23 MW

- **บริษัทย่อย**

- 1) บริษัท บ่อพลอย โซลาร์ จำกัด ประกอบธุรกิจ Holding โดยถือหุ้นในบริษัท อาร์พีวี พลังงาน จำกัด และบริษัท เจเคอาร์ พลังงาน จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 100 ซึ่งทั้ง 2 บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ขนาดกำลังการผลิตรวม 2 บริษัทเท่ากับ 10 MW. ที่จังหวัดกาญจนบุรี โดยบริษัท โรงพิมพ์ ตะวันออก จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 76
- 2) บริษัท เอ็มโป๊ กรีน พาวเวอร์ พลัส จำกัด ประกอบธุรกิจ Holding โดยถือหุ้นในบริษัท อะควาติส เอ็นเนอร์จี้ จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 100 และบริษัท อะควาติส เอ็นเนอร์จี้ จำกัด ถือหุ้นในบริษัท ลพบุรี โซลาร์ จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.97 ซึ่งบริษัท ลพบุรี โซลาร์ จำกัด เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ขนาดกำลังการผลิต 5 MW. ที่จังหวัดลพบุรี โดยบริษัท โรงพิมพ์ ตะวันออก จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในบริษัท เอ็มโป๊ กรีน พาวเวอร์ พลัส จำกัด สัดส่วนร้อยละ 99.99

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างรายได้จากการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย ตั้งแต่ปี 2554-2556 สามารถจำแนกตามกลุ่มธุรกิจได้ดังนี้

กลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการโดย	%การถือหุ้น ของบริษัท	2554		2555		2556	
			ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%
นิคมอุตสาหกรรมและท่าเรือ ประจวบคีรีขันธ์	บจ. เพนพัน ลิซซิ่ง	ถือหุ้น AA 100%	23.92	6.45	54.62	13.56	40.14	6.86
สื่อประชาสัมพันธ์	บริษัท และ บมจ. อควา แอด	100% และ สิ้นปี 56 74%	313.89	84.68	336.67	83.55	356.92	60.96
ให้เช่าซื้อ - ดอกผลเช่าซื้อ - หนี้สูญรับคืน	บริษัท และ บจ. มันทรา แอสเซ็ท	100%	2.67 6.53	0.72 1.76	1.53 2.69	0.38 0.67	4.08 2.06	0.70 0.35
การลงทุน - กำไรจากการจำหน่ายอุปกรณ์ - กำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุน - รายได้ดอกเบี้ยรับ - อื่นๆ	บริษัท บมจ. อควา แอด บจ. มันทรา แอสเซ็ท บจ. เพนพัน ลิซซิ่ง	100% และ สิ้นปี 56 74% 100% ถือหุ้น AA 100%	0.20 14.48 - 8.99	0.08 3.91 - 2.40	- - 1.63 5.80	- - 0.40 1.44	0.47 173.38 4.01 4.48	0.08 29.61 0.68 0.77
รวม			30.20	8.15	10.12	2.51	184.40	31.49
รวมรายได้			370.68	100.00	402.94	100.00	585.54	100.00

### 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

#### ธุรกิจการจัดเก็บเงินจากพอร์ตลูกหนี้เช่าซื้อเดิม

ในอดีตที่ผ่านมา บริษัทดำเนินธุรกิจขายเช่าซื้อสินค้ายี่ห้อ “ไคสตาร์” ประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน เครื่องใช้สำนักงาน รถจักรยานยนต์ และอื่นๆ พร้อมบริการก่อนและหลังการขายถึงบ้านให้แก่ กลุ่มลูกค้ารายย่อยระดับกลาง-ล่าง ที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ ต่อมา ณ วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2550 บริษัท ไมด้า แอสเซ็ท จำกัด (มหาชน) (MIDA) ได้เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท โดยมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 12.95 และเข้ามาบริหาร มีนโยบายหยุดการให้สินเชื่อเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า และรองรับจ้างสาธารณะ(รถแท็กซี่) เนื่องจากไม่คุ้มต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและเป็นการขัดขวางความก้าวหน้าทางธุรกิจระหว่างบริษัท กับ MIDA ทางบริษัทจะเก็บเงินจากพอร์ตลูกหนี้เดิมเท่านั้น โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างเครือข่ายของ MIDA บริษัทจะมีเงินสดจากการเก็บเงินของลูกหนี้ซึ่งจะสามารถลงทุนในธุรกิจอื่นได้

ปัจจุบัน บริษัทไม่ได้ใช้ระบบการบริหารและจัดเก็บเงินผ่านเครือข่ายของ MIDA แล้ว เนื่องจากพอร์ตลูกหนี้ที่เหลืออยู่

ส่วนมากเป็นลูกหนี้ที่มีการเคลื่อนไหวน้อย รวมทั้งต้องใช้เวลาในการเร่งรัดผ่านขั้นตอนการฟ้องร้องดำเนินคดีและบังคับคดี ทั้งนี้ลูกหนี้เข้าซื้อทั้งหมดของบริษัทได้ตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญไว้ทั้งจำนวนแล้ว

ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อ

ลูกหนี้จากการดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อย ประกอบด้วยลูกหนี้เช่าซื้อ 7 ประเภทหลัก และมีมูลค่าคงเหลือ ณ วันสิ้นปี ดังนี้

ประเภทลูกหนี้	2556		2555		2554	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
อุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้า						
- รายย่อย	93.65	41.54	94.15	36.90	95.13	35.46
- ตัวแทน	67.31	29.86	81.17	31.82	89.63	33.41
รถยนต์						
- ลูกหนี้สัญญาเช่าซื้อรถยนต์	4.27	1.90	4.54	1.78	7.09	2.64
- ลูกหนี้โอนสิทธิตามสัญญาเช่าซื้อ	1.08	0.48	1.08	0.42	1.08	0.40
- ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าทางการเงิน	5.85	2.59	7.78	3.05	8.84	3.29
โทรศัพท์สาธารณะ	50.88	22.57	64.00	25.09	64.09	23.89
เงินให้กู้ยืม	2.40	1.06	2.40	0.94	2.45	0.91
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>225.44</b>	<b>100.00</b>	<b>255.12</b>	<b>100.00</b>	<b>268.31</b>	<b>100.00</b>

### ธุรกิจให้บริการและผลิตสื่อป้ายโฆษณา

ลักษณะผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจนี้ คือ สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ที่มีความหลากหลายทั้งด้านรูปแบบ ขนาด สถานที่ติดตั้ง เทคนิค นวัตกรรม และการนำเสนอ เพื่อให้สามารถสนองความต้องการของตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน โดยมีจุดติดตั้งครอบคลุมพื้นที่ทั้งในย่านธุรกิจและแหล่งชุมชน ทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑลและต่างจังหวัด

ในการประกอบธุรกิจมีรายได้ 2 รูปแบบ คือ การให้เช่าสื่อโฆษณา และการรับจ้างดำเนินการจัดทำ และผลิตงานโฆษณาประเภทต่างๆ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ลูกค้าที่ต้องการใช้สื่อโฆษณาของบริษัทต้องให้บริษัทเป็นผู้ผลิตภาพโฆษณาด้วย ทั้งนี้เพื่อคุ้มครองในเรื่องการรับประกันภาพโฆษณา

รายละเอียดของสื่อป้ายโฆษณาประเภทต่างๆ

- บิลบอร์ด (Billboard)

บิลบอร์ด (Billboard) เป็นสื่อป้ายโฆษณาภาพนิ่งที่มีขนาดใหญ่ที่สามารถเข้าถึงสายตาของผู้พบเห็นและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก เป็นสื่อโฆษณาที่โดดเด่นชัดเจน และเข้าใจง่ายในเวลาอันรวดเร็ว สามารถเข้าถึงผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ส่วนมากจะพบเห็นได้ในระยะใกล้-ไกล ง่ายแก่การจดจำคุณลักษณะของสินค้า การผลิตสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะ Billboard นั้น สามารถใช้วัสดุได้หลากหลายเพื่อให้ภาพโฆษณาที่ติดตั้งบน Billboard นั้น มีความเหมาะสมกับลักษณะสินค้าและสร้างความดึงดูดใจให้แก่ผู้พบเห็น

- โครงสร้างป้ายโฆษณาใช้วัสดุตามแบบมาตรฐานอุตสาหกรรมโดยผ่านการคำนวณการรับน้ำหนัก การต้านทานแรงลมจากวิศวกรที่มีความชำนาญ และมีประสบการณ์
- ตัวพื้นป้ายเป็นชิ้นงานต่อเนื่องด้วยวัสดุโลหะและอลูมิเนียม เช่น แผ่นอลูมิเนียม แผ่นสังกะสี และแผ่นผ้าไวนิล

- ตัวอักษรมีทั้งแบบลักษณะตัวกล่องอะคลิริก ตัวกล่องโลหะ หรือกล่องโลหะติดสติ๊กเกอร์ หรือเขียนลงบนพื้นวัสดุอื่นๆ การยึดชิ้นงานระหว่างพื้นป้ายกับตัวอักษรมีทั้งแบบเชื่อมร้อยเป็นน็อตสกรู
- ส่วนฐานรากสักระยะกักด้วยเหล็กเส้นตามแบบแปลนที่วิศวกรได้ออกแบบไว้อย่างเหมาะสมกับการรับน้ำหนัก เพื่อความปลอดภัยกับในบริเวณที่ใกล้เคียง
- กลุ่มบริษัทได้มีการพัฒนารูปแบบ โครงสร้างให้มีความหลากหลาย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเจ้าของสินค้า โดย Billboard สามารถแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบได้แก่ โครงสร้างเสาเดี่ยว (Mono Pole), โครงสร้างเสาคู่ (Double Column) และโครงสร้างเหล็กจากถักใยแมงมุม (Steel Truss) ซึ่งโครงสร้างเสาเดี่ยวและโครงสร้างเสาคู่เป็นรูปแบบป้ายโฆษณาขนาดมาตรฐานที่ใช้เพื่อติดตั้งได้ในพื้นที่ ก่อสร้าง ที่จำกัด ในขณะที่โครงสร้างเหล็กจากถักใยแมงมุม ป้ายโฆษณาจะมีขนาดป้ายและการใช้พื้นที่เพิ่มขึ้น สำหรับพื้นที่ก่อสร้าง โครงสร้างป้ายโฆษณา (Billboard) กลุ่มบริษัทได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่โดยมีระยะเวลาสัญญาประมาณ 1-3 ปี

ณ วันสิ้นปี 2554 – 2556 กลุ่มบริษัทมีโครงป้ายโฆษณาประเภท Billboard แบ่งตามจุดติดตั้ง ดังนี้

จุดติดตั้ง	จำนวนโครงป้าย (แห่ง)		
	ปี 2556	ปี 2555	ปี 2554
ริมถนนสายหลักในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล	109	97	57
ริมถนนสายหลักในต่างจังหวัด	31	25	22
<b>รวม</b>	<b>140</b>	<b>122</b>	<b>79</b>

ในปี 2556 มีอัตราการใช้งานเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 77.55% ของสื่อโฆษณาแบบ Billboard ทั้งหมด

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังมีสื่อโฆษณาประเภทอื่น ๆ ได้แก่

- Tri-Vision

Tri-Vision เป็นสื่อป้ายโฆษณารูปแบบใหม่ที่เรียกว่า "ระบบ 3 มิติ Tri-Vision" ที่ได้รับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีจาก Billboard เพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการนำเสนอโดยสามารถนำเสนอภาพนิ่ง 3 ภาพใน 1 ป้าย ป้ายโฆษณาระบบนี้ได้รับการพัฒนาให้มีความก้าวหน้าอยู่ตลอดเวลา มีความแม่นยำแน่นอน และดึงดูดสายตาของผู้ที่ผ่านไปมาได้มากที่สุด ซึ่งจากการวิจัยพบว่าสามารถดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าป้ายที่นำเสนอภาพนิ่ง 1 ป้าย ถึง 4 เท่า ปัจจุบัน Tri-Vision เป็นสื่อป้ายโฆษณาที่ได้มีการพัฒนาขนาดและรูปแบบแตกต่างกัน เพื่อให้สามารถติดตั้งและดึงดูดสายตาผู้พบเห็นได้อย่างเหมาะสมในจุดต่างๆ และยังเป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้ลูกค้าได้มีโอกาสเลือกใช้ให้เหมาะสมกับประเภทของกิจการ

- Platform Lable

เป็นงานสื่อโฆษณาที่เพิ่มความสวยงามให้กับตัวอาคาร หรือสถานที่อื่นๆ โดยใช้วัสดุที่มีความแข็งแรงทนทานอายุการใช้งานยาวนาน สร้างความโดดเด่น และเป็นที่น่าสนใจ

- Banner

เป็นรูปแบบของสื่อโฆษณากลางแจ้งอีกชนิดหนึ่งที่มีความนิยม เพราะมีความสะดวกรวดเร็วในการติดตั้งและเคลื่อนย้ายง่ายในการดูแลรักษามีสีสันที่สดใส เป็นสื่อโฆษณาที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทุกจุด และเห็นได้ชัดประหยัดงบประมาณ เป็นที่นิยมของเจ้าของธุรกิจทั้งใหญ่และเล็ก ใช้วัสดุ ผ้าโพลีเอสเตอร์ ผ้าไนลอน ใช้เขียนหรือพิมพ์สกรีน

- Light Box

เป็นสื่อโฆษณาที่เน้นให้เห็นสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ในช่วงเวลาค่ำคืน หรือในสถานที่ในร่มเพราะว่ามีหลอดไฟที่ให้ความสว่างทะลุผ่านอะคลิริก ซึ่งเป็นจุดสนใจของกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างดี สามารถเห็นได้ง่าย ช่วงเวลาค่ำคืน โครงสร้าง

(FRAME) เป็นวัสดุประเภทสังกะสีหรือสแตนเลส ภายในเพิ่มแสงสว่างด้วยหลอดฟลูออเรสเซนต์

พื้นที่ป้ายใช้แผ่นอะคริลิกหรือไวเนิล ตัวอักษรหรือโลโก้อาจเลือกใช้โพลีอะคริลิก (สติ๊กเกอร์) ซิลค์สกรีน หรือ ตัดแผ่นสีตามแบบ

- Neon Light

ผลิตป้ายสื่อโฆษณาประเภทป้ายนีออนดัด (NEON LIGHT) ซึ่งเป็นสื่อที่ต้องการความโดดเด่นในยามค่ำคืนก่อให้เกิดความหลากหลายในด้านสื่อโฆษณาอย่างมาก และมีคุณภาพที่มีมาตรฐานตลอดทุกชิ้นงาน และดึงดูดสายตาของผู้ที่ผ่านไปมาให้ได้มากที่สุด

- LCD / LED

สื่อโฆษณาประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสื่อโฆษณาที่ให้ทั้งอารมณ์และความรู้สึกรู้สจากการเคลื่อนไหวและการออกเสียงของภาพโฆษณา สร้างจุดสนใจให้กับผู้พบเห็นได้เป็นอย่างดี และมีความโดดเด่นในยามค่ำคืน และเป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน

## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

### อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและภาวะการแข่งขันและผู้ประกอบการธุรกิจเข้าซื้อ

เนื่องจากบริษัท ได้หยุดให้สินเชื่อเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า และอื่นๆ ตั้งแต่ปี 2550 ตามที่แจ้งไว้ข้างต้นแล้ว บริษัทพิจารณาแล้วว่า ข้อมูลส่วนนี้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน และการเปิดเผยข้อมูลในส่วนนี้อาจจะไม่สะท้อนให้เห็นถึงสถานการณ์ที่แท้จริงได้ จึงขอยกเลิกการเปิดเผยข้อมูลในส่วนนี้

### ธุรกิจให้บริการและผลิตสื่อป้ายโฆษณา

#### กลยุทธ์การแข่งขัน

#### 1. การหาพื้นที่ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ

ในการจัดหาพื้นที่ติดตั้งและผลิตสื่อป้ายโฆษณาแต่ละประเภท บริษัทมีการดำเนินการดังต่อไปนี้

- 1.1 ทำการศึกษาและวิจัยเพื่อหาพื้นที่ที่มีศักยภาพในการลงทุนติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา โดยปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการประกอบการพิจารณา ได้แก่
  - ปริมาณของยานพาหนะที่วิ่งผ่านพื้นที่
  - ความดึงดูดสายตาของพื้นที่ติดตั้ง
  - ความหนาแน่นของป้ายบริเวณพื้นที่ติดตั้ง
- 1.2 เมื่อกำหนดจุดติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาที่มีศักยภาพได้แล้ว จะติดต่อเช่าพื้นที่ เพื่อติดตั้งโครงป้ายโฆษณา
- 1.3 หลังจากนั้น ฝ่ายวิศวกรรมและก่อสร้างจะออกแบบโครงสร้างสื่อป้ายโฆษณาให้เหมาะสมกับพื้นที่โดยไม่ขัดกับหลักเกณฑ์การก่อสร้างป้ายโฆษณาตามเทศบัญญัติ การควบคุมอาคารของกรุงเทพมหานคร หรือหน่วยงานของกรมโยธาธิการในท้องถิ่นนั้นๆ
- 1.4 ยื่นแบบขอติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาต่อหน่วยงานราชการในเขตพื้นที่นั้นๆ
- 1.5 หลังจากแบบโครงร่างได้รับการอนุญาตจากเขตแล้ว กลุ่มบริษัทจะให้บริษัทผู้รับเหมาก่อสร้างเป็นผู้ทำการก่อสร้างหรือผลิตสื่อป้ายโฆษณาตามแบบที่ได้รับอนุญาต โดยในการก่อสร้างจะมีทีมงานวิศวกรของบริษัทเป็นผู้ตรวจสอบและควบคุมงาน
- 1.6 การให้ความสำคัญในเรื่องของเทคโนโลยี การสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าของสื่อโฆษณา รวมถึง การเพิ่ม

### ประเภทสื่อโฆษณา

บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาที่มีอยู่ การสรรหานวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสื่อโฆษณา และสามารถสนองความต้องการของตลาดอย่างแท้จริง รวมทั้งดำเนินการสรรหาสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้า โดยมีการศึกษาเทคโนโลยีต่างๆ จากสื่อโฆษณาของต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ ทั้งจากการศึกษานิตยสารด้านโฆษณาชั้นนำในต่างประเทศ และการส่งทีมงานไปศึกษาดูงานสื่อโฆษณาต่างประเทศ เพื่อนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เหมาะสม

### 2. การผลิตงานที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า

บริษัทตระหนักว่างานที่มีคุณภาพจะสามารถสร้างความไว้วางใจที่ดีกับลูกค้า และก่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของชิ้นงานเป็นอย่างมาก โดยมีพันธมิตรที่ทำหน้าที่ในการผลิตภาพโฆษณา ซึ่งทำให้สามารถควบคุมคุณภาพของงานได้อย่างใกล้ชิด รวมทั้งการตรวจสอบคุณภาพของชิ้นงานทั้งในเรื่องของสี รูปแบบ ให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

### 3. การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

บริษัทเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการให้บริการที่มีคุณภาพ รวดเร็ว และตรงตามสัญญาที่ได้ทำไว้กับลูกค้าแล้ว เพื่อสร้างความประทับใจและมอบความรู้สึกที่อบอุ่นให้กับลูกค้า บริษัท เตรียมพร้อมในการสร้างสรรค์กิจกรรมดี ๆ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ที่ดีแก่ลูกค้า เพื่อตอบย้ำ แบนด์และสร้างความเป็นหนึ่งใจลูกค้าตลอดไป

### ลักษณะลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าของบริษัทสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ตามลักษณะการติดต่อ ดังนี้

#### 1. ลูกค้าประเภทบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency)

คือ บริษัทตัวแทนโฆษณา ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการในการติดต่อให้บริษัทเป็นผู้ผลิตและติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการของลูกค้าของตนเอง

#### 2. ลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรง (Direct)

คือ บริษัท ห้างร้านเอกชน รวมถึงองค์กรของรัฐบาลและรัฐวิสาหกิจทั่วไป ที่เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ ซึ่งเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือบริการโดยตรง ลูกค้าลักษณะนี้จะติดต่อกับบริษัทโดยไม่ผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณา เพื่อให้บริษัทเป็นผู้ผลิตและติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาตามรายละเอียดและรูปแบบที่ได้ตกลงกัน

ในปี 2555 – 2556 บริษัทมีสัดส่วนรายได้แยกตามประเภทลูกค้าได้ดังนี้

ปี	Agency			Direct			รายได้รวม
	ราย	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน(%)	ราย	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน(%)	
2556	69	152.32	42.68	118	204.60	57.32	356.92
2555	67	145.67	43.27	128	191.00	56.73	336.67

และสัดส่วนลูกค้ารายใหญ่ 10 รายแรกของรายได้รวมใน 2555 - 2556 สามารถสรุปได้ดังนี้

	ปี 2556	ปี 2555
สัดส่วนรายได้ลูกค้า 10 รายแรกต่อรายได้รวม (%)	34.64	36.62



### การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ในการจำหน่ายสื่อโฆษณาของบริษัท สามารถสรุปช่องทางการจำหน่ายได้ดังนี้

1. ผ่านพนักงานขายของบริษัท บริษัทจะติดต่อกับลูกค้าที่มีศักยภาพในการใช้สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย เพื่อเสนอทางเลือกในการประชาสัมพันธ์สินค้าของลูกค้าและเป็นการแนะนำบริษัทต่อลูกค้า โดยบริษัทมีการจัดทำเอกสารประกอบการขายซึ่งอธิบายรายละเอียดโดยเบื้องต้นของสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลสู่กลุ่มลูกค้าเป็นไปอย่างสมบูรณ์ ถูกต้องและง่ายต่อการตัดสินใจ
2. ผ่านสื่อโฆษณาของบริษัทเนื่องจากสื่อโฆษณาของบริษัทอยู่ภายนอกที่อยู่อาศัย จึงสามารถจัดเป็นช่องทางการจำหน่ายของบริษัทได้อีกทางหนึ่ง ลูกค้าของบริษัทโดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ติดต่อกับบริษัทจากการพบเห็นสื่อป้ายโฆษณาของบริษัท ซึ่งได้มีการระบุชื่อบริษัทและเบอร์โทรศัพท์ไว้
3. ผ่านการเผยแพร่ข้อมูลบริษัทผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่
  - เว็บไซต์ของบริษัท บริษัทมีการจัดทำเว็บไซต์ [www.aquacorp.co.th](http://www.aquacorp.co.th) เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร และสินค้าของบริษัท เพื่อให้ลูกค้าสามารถทราบถึงข้อมูลเบื้องต้นของบริษัทได้
  - สื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ได้แก่ E-Mail
  - สื่อทางสิ่งพิมพ์ต่างๆ

ช่องทางการจัดจำหน่ายเหล่านี้มีการจัดการบริหารงานอย่างมีระบบ เพื่อประโยชน์ในการจำหน่ายสื่อโฆษณาของบริษัทเป็นสำคัญ โดยภายหลังจากการได้รับการติดต่อจากลูกค้า ส่วนลูกค้าสัมพันธ์จะสอบถามความต้องการของลูกค้าในเบื้องต้น และจัดส่งลูกค้าให้กับฝ่ายการขายและการตลาด ซึ่งมีประสบการณ์ในการเสนอสื่อโฆษณาเป็นผู้ดำเนินการประสานงานติดตามดูแลลูกค้าต่อไป

### นโยบายราคา

ในการกำหนดราคาการใช้บริการสื่อป้ายโฆษณาและการผลิตงานสื่อโฆษณา บริษัทมีนโยบายกำหนดราคาโดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. จุดติดตั้งสื่อโฆษณา เนื่องจากจุดติดตั้งสื่อโฆษณาส่วนใหญ่ของบริษัทอยู่ใน prime location มีความหนาแน่นของชุมชนมาก ทำให้บริษัทสามารถกำหนดราคาค่าเช่าสื่อโฆษณาในอัตราที่สูงได้
2. ต้นทุนการเช่าสถานที่ติดตั้งสื่อโฆษณา และต้นทุนการก่อสร้างสื่อโฆษณานั้นๆ จะมีผลต่อการกำหนดราคาค่าใช้บริการสื่อโฆษณา
3. ต้นทุนการผลิตสื่อประเภทนั้นๆ ทั้งในด้านขนาด และความละเอียดของตัวงาน
4. ระยะเวลาการใช้สื่อโฆษณาของลูกค้าบริษัทกำหนดให้ลูกค้าต้องทำสัญญาในการใช้สื่อโฆษณา เป็นระยะเวลาต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 เดือน อย่างไรก็ตามกรณีที่ลูกค้าทำสัญญาในระยะเวลาที่นานกว่านั้น บริษัทจะกำหนดราคาที่ต่ำลง เนื่องจากบริษัทมีความเสี่ยงในการดำเนินงาน และมีต้นทุนการดำเนินงานที่ลดลง
5. ปริมาณการซื้อสื่อโฆษณาของลูกค้า โดยทั่วไปผลิตภัณฑ์ 1 ผลิตภัณฑ์ จะใช้สื่อโฆษณา 2-3 จุด เพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้ามีการใช้สื่อเพิ่มขึ้น บริษัทจะเสนอราคาที่ต่ำลงในกรณีที่ลูกค้ามีการใช้สื่อโฆษณาหลายจุด หรือหลายประเภท
6. ต้นทุนการดำเนินงานของบริษัทในการกำหนดราคาบริษัทได้คำนึงถึงต้นทุนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านต้นทุนผันแปรที่เกี่ยวข้องกับสื่ออื่นโดยตรง เช่น ค่าเช่า ค่าเบี้ยประกันภัย ค่าไฟฟ้า ค่าภาษีป้าย ค่าบำรุงรักษา และต้นทุนคงที่ เช่น เงินเดือนพนักงาน เพื่อให้บริษัทสามารถสร้างผลกำไรจากการดำเนินงานได้

### แนวโน้มอุตสาหกรรมและ สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ภาพรวมของอุตสาหกรรมโฆษณาปี 2556 มีมูลค่าอยู่ที่ 1.15 แสนล้านบาท มีการเติบโตจากปี 2555 อยู่ที่ 0.95% คิดเป็นมูลค่าที่เพิ่มขึ้น 1,082 ล้านบาท โดยสรุปเปรียบเทียบการใช้สื่อของปี 2555-2556 ได้ดังนี้

ประเภท	ปี 2556 (ล้านบาท)	%	ปี 2555 (ล้านบาท)	%	มูลค่าการเปลี่ยนแปลง (ล้านบาท)	% การเติบโต
สื่อโทรทัศน์	69,249	60.20	68,105	59.77	1,144	1.68
สื่อวิทยุ	6,321	5.50	6,358	5.58	(37)	(0.58)
สื่อหนังสือพิมพ์	15,258	13.26	15,184	13.33	74	0.49
สื่อนิตยสาร	5,518	4.80	5,595	4.91	(77)	(1.38)
สื่อโรงพยาบาล	7,519	6.54	7,906	6.94	(387)	(4.90)
สื่อป้ายโฆษณา	4,153	3.61	4,532	3.98	(379)	(8.36)
สื่อเคลื่อนที่	3,512	3.05	2,962	2.60	550	18.56
สื่อในร้านค้า (In store)	2,623	2.28	2,733	2.40	(110)	(4.02)
สื่ออินเทอร์เน็ต	877	0.76	573	0.50	304	53.05
รวม	115,029	100.00	113,948	100.00	1,082	0.95

แหล่งที่มาของข้อมูล จากหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจฉบับวันที่ 15 มกราคม 2556 โดยอ้างอิงตัวเลขการใช้สื่อโฆษณาปี 2556 โดยบริษัท นิลเส้น ประเทศไทย จำกัด

ในปี 2556 มูลค่าการใช้สื่อรวมเติบโต 0.95% จากปี 2555 โดยกลุ่มสื่อที่มีการเติบโต มี 4 สื่อ ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ มูลค่า 69,249 ล้านบาท เติบโต 1.68% สื่อหนังสือพิมพ์ มูลค่า 15,258 ล้านบาท เติบโต 0.49% สื่อเคลื่อนที่ มูลค่า 3,512 ล้านบาท เติบโต 18.56% และสื่ออินเทอร์เน็ต มูลค่า 877 ล้านบาท เติบโต 53.05%

โดยสื่อส่วนใหญ่อยู่ในภาวะลดลง ประกอบด้วย สื่อวิทยุ มูลค่า 6,321 ล้านบาท ลดลง 0.58% สื่อนิตยสาร มูลค่า 5,518 ล้านบาท ลดลง 1.38% สื่อโฆษณาในโรงพยาบาล มูลค่า 7,519 ล้านบาท ลดลง 4.9% สื่อป้ายโฆษณา มูลค่า 4,153 ล้านบาท ลดลง 8.36% สื่อในร้านค้า (In store) มูลค่า 2,623 ล้านบาท ลดลง 4.02%

ทั้งนี้การเติบโตลดลงของสื่อป้ายโฆษณาดังกล่าว มาจากสถานการณ์การเมืองที่ไม่สงบ ทำให้สินค้าและแบรนด์ต่างๆ ใช้นโยบายและสื่อการตลาดน้อยลง เนื่องจากบางพื้นที่ไม่สามารถใช้เส้นทางจราจรได้ รวมทั้งสภาพเศรษฐกิจโดยรวมเติบโตลดลงจากปัญหาดังกล่าว จากแหล่งข้อมูลที่ยังถึงพบว่า การใช้โฆษณาเดือน ธันวาคม 2556 มีมูลค่า 9,063 ล้านบาท ลดลง 6.53% ซึ่งเป็นอัตราต่ำสุดในรอบปี 2556

สำหรับปี 2557 คาดการณ์ว่า หากในครึ่งปีหลังสถานการณ์การเมืองสงบและมีรัฐบาลที่ความมั่นคงในการบริหารประเทศแล้ว อุตสาหกรรมโฆษณาจะมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากปัจจัยทั้ง 3 ด้าน คือ 1. ผู้บริโภคกล้าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ทำให้เงินหมุนเวียนในตลาดเพิ่มขึ้น 2. รัฐบาลใช้จ่ายงบโฆษณาเพิ่มขึ้นเพื่อกระตุ้นตลาดผู้บริโภค 3. การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือเออีซี (AEC) ที่จะเข้ามาส่งผลให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยมากขึ้น

ในปี 2557 สื่อที่จะได้รับความสนใจเป็นอย่างมากคือสื่อดิจิทัล เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคคนไทยมีไลฟ์สไตล์ชอบความเป็นส่วนตัวมากขึ้น แต่ต้องการสังคมในรูปแบบออนไลน์ควบคู่ไปด้วย สื่อดิจิทัล สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อโฆษณานอกบ้านในปัจจุบันจึงยังคงเติบโต ซึ่งนักการตลาดจำเป็นต้องตอบสนองเครื่องมือการตลาดให้ครอบคลุมผู้บริโภคทั้งหมด

ที่ผ่านมามีสื่อออกบ้าน (Out of Home Media) ได้รับความสนใจจากนักการตลาดเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ แต่ทิศทางปัจจุบันไม่เป็นเช่นนั้นอีกต่อไป ด้วยการขยายตัวทางเศรษฐกิจของ "หัวเมืองหลัก" ที่มีโครงสร้างพื้นฐานทั้งธุรกิจโมเดิร์นเทรด

สนามบิน โครงการอสังหาริมทรัพย์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ใกล้เคียงกรุงเทพฯ อีกทั้งนโยบายเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นับเป็นปัจจัยหลักกระตุ้นการเติบโตของกลุ่ม "หัวเมืองรอง" อีกกว่า 10 จังหวัด ที่จะมีการขยายเศรษฐกิจเชื่อมโยงกับประเทศพื้นฐาน ส่งผลต่อเนื่องให้เกิดการขยายตัวของศูนย์การค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต ฟาสต์ฟู้ด ศูนย์ค้าเฟอร์นิเจอร์ เข้าสู่พื้นที่หัวเมืองรองทั้งหมดล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคท้องถิ่นให้มีไลฟ์สไตล์ใกล้เคียงคนกรุง และแนวโน้มยังขยายตัวต่อเนื่อง จากปัจจัยหลักการเติบโตของสื่อนอกบ้านในต่างจังหวัด"หัวเมืองรอง" ทั่วประเทศ และมีกว่า 10 จังหวัด ที่จะขยับฐานะใกล้เคียงหัวเมืองหลัก

ปัจจัยดังกล่าวจะทำให้คนต่างจังหวัดมีกำลังซื้อสูง อีกทั้งการขยายตัวของโมเดิร์นเทรดสู่ต่างจังหวัด ส่งผลให้คนต่างจังหวัดจะใช้ชีวิตอยู่ในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ต่างจากเมืองกรุง ส่งผลให้สินค้าและแบรนด์ต้องวางกลยุทธ์สื่อสารกับผู้บริโภคผ่านสื่อนอกบ้านในพื้นที่ต่างจังหวัดมากขึ้นต่างๆ ในพื้นที่ต่างจังหวัด จะมีโอกาสเติบโตตามการพัฒนาของนโยบายเศรษฐกิจ โดยคาดว่าในช่วง 3 ปีจากนี้จนถึงเปิดAECในปี 2558 จะเติบโตในอัตราเฉลี่ยปีละ 15-20% ต่อเนื่องทุกปี

จุดเด่นของสื่อโฆษณาออกบ้าน คือ สามารถเห็นและจับต้องได้ทำให้สื่อดังกล่าวมีคุณสมบัติที่สามารถสร้าง “ความน่าไว้วางใจ” “ความพึงพอใจ” “ความตั้งใจซื้อสินค้า” ให้กับตราสินค้าซึ่งจะสร้างพื้นฐานที่แข็งแกร่งและความสำเร็จระยะยาวให้ตราสินค้า ความท้าทายจึงอยู่ที่การเข้าถึงและสร้างความสนใจให้กลุ่มผู้บริโภค ดังนั้นเทคโนโลยี และนวัตกรรมจึงกลายเป็นทางเลือกที่ทรงพลังในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภค

## 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

ในการผลิตงานโฆษณากับลูกค้า กลุ่มบริษัทมีการดำเนินการดังต่อไปนี้

- (1) ทำสัญญาและทำความเข้าใจกับลูกค้าถึงประเภทสื่อป้ายโฆษณา ระยะเวลาในการโฆษณา รูปแบบรายละเอียดของงานโฆษณา
- (2) หลังจากนั้น จะส่งผ่านขั้นตอนการผลิตภาพโฆษณาต่อยังบริษัทอื่น เพื่อทำการผลิตงานตามแบบที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้า ปัจจุบันบริษัทไม่มีนโยบายการผลิตภาพโฆษณาเอง โดยเฉพาะงานผลิตภาพด้วยมือที่ใช้แรงงานคนเป็นสำคัญ เนื่องจากบริษัทพิจารณาแล้วว่า การจ้างผลิตภาพโฆษณามีต้นทุนในการดำเนินงานที่ต่ำกว่าการลงทุนในเครื่องจักรและทำการผลิตเอง อีกทั้งสื่อป้ายโฆษณาในแต่ละประเภทเหมาะกับลักษณะภาพพิมพ์ที่แตกต่างกัน และในช่วงที่บริษัทรับงานพร้อมกันเป็นจำนวนมาก การกระจายงานให้ผู้ผลิตภาพโฆษณาหลายรายทำให้บริษัทสามารถส่งมอบงานได้อย่างรวดเร็วและทันตามกำหนด
- (3) บริษัทผู้ผลิตภาพโฆษณาจะผลิตงานตามที่ได้รับ หลังจากทำการผลิตภาพเสร็จแล้ว บริษัทจะทำการตรวจสอบคุณภาพของภาพโฆษณา ให้ถูกต้องตามแบบที่ลูกค้าระบุไว้ ทั้งในด้าน ขนาด วัสดุ สี และรูปแบบ
- (4) เมื่อส่งมอบภาพโฆษณาแล้ว กลุ่มบริษัทจะติดตั้งภาพโฆษณาในสื่อป้ายโฆษณาตามที่ได้ตกลงกับลูกค้า
- (5) ภายหลังจากติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา ฝ่ายผลิตโฆษณาจะรายงานผลการติดตั้งให้ฝ่ายการตลาดเพื่อตรวจเช็คความถูกต้องและความสมบูรณ์ของงานให้เป็นไปตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญากับลูกค้า เมื่อฝ่ายการตลาดรับรองความถูกต้องของงานแล้ว ส่วนบริการหลังการขายจะทำการถ่ายภาพสื่อป้ายโฆษณาที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว และจัดส่งให้ลูกค้าเพื่อทำการตรวจสอบ
- (6) เมื่อครบกำหนดการติดตั้งงานโฆษณาบริษัทจะรื้อถอนชิ้นงานโฆษณาออกจากจุดติดตั้ง โดยกรรมสิทธิ์ในชิ้นงานจะเป็นไปตามที่ระบุไว้ในสัญญา ส่วนใหญ่ลูกค้าจะไม่ต้องการมีกรรมสิทธิ์ในชิ้นงานโฆษณา เนื่องจากมักจะไม่สามารถนำมาใช้งานต่อได้อีก

### การพัฒนาสื่อโฆษณา

ในการพัฒนาสื่อโฆษณา บริษัทมีการจัดทำแผนโครงการและศึกษาความเป็นไปได้ร่วมกับฝ่ายขายและการตลาดดังรายละเอียดการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. การเตรียมการจัดทำแผน โครงการ
2. ทำการศึกษาและวิจัยวิเคราะห์ แนวโน้มของตลาด และสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ
3. ศึกษาความต้องการของตลาด เพื่อประเมินความเป็นไปได้ทางด้านการขายและการตลาด
4. วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด: วิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค
5. กำหนดกลยุทธ์เพื่อวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เป็นการกำหนดกลยุทธ์เพื่อระบุกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วยการแบ่งส่วนตลาด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และการวางตำแหน่ง
6. วางแผนเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด ทางด้านสินค้าและบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการจัดจำหน่าย
7. ดำเนินการติดต่อ ประสานงานกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้องกับโครงการด้านสถานที่ เทคโนโลยี
8. รวบรวมข้อมูลทางการตลาดจากทางพันธมิตรที่เกี่ยวข้องกับโครงการด้านสถานที่ เทคโนโลยี
9. ประสานงานกับฝ่ายผลิตด้านการผลิตวัสดุ และพันธมิตรด้านการผลิต
10. จัดทำประมาณการ โครงการ (Feasibility Project) เพื่อพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุน
11. สำรวจพื้นที่ และกำหนดจุดติดตั้ง

### การให้บริการหลังการขาย

บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการหลังการขาย โดยบริษัทจัดส่งรูปถ่ายป้ายโฆษณาที่แล้วเสร็จให้ลูกค้ารับทราบ พร้อมขึ้นงานโฆษณาหลังลูกค้ามีการตรวจรับมอบงาน ตลอดจนรายงานสภาพสื่อของป้ายโฆษณาให้แก่ลูกค้าทุกรายได้ทราบเป็นประจำทุกเดือน เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในบริการ

โดยทีมงานฝ่ายปฏิบัติการ จะตรวจสอบสภาพความสมบูรณ์ ความเรียบร้อย ความส่องสว่างของไฟฟ้าในสื่อป้ายโฆษณาทุกประเภท เพื่อการจัดทำจดหมายรายงานสภาพสื่อป้ายโฆษณาพร้อมรูปถ่ายให้แก่ลูกค้าได้รับทราบตลอดอายุสัญญา

นอกจากนี้บริษัทยังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการให้บริการและตรวจสอบแก้ไขสภาพป้ายโฆษณาให้ทันทั่วถึง เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการโฆษณาสินค้าและบริการสูงสุด โดยบริษัทได้ติดเบอร์โทร 02-694-8888 เพื่อรับเรื่องร้องเรียน การแจ้งสภาพป้ายชำรุดขัดข้อง ตลอด 24 ชั่วโมง

และในกรณีที่ลูกค้าครบสัญญาเช่าป้ายโฆษณา ทางฝ่ายการขายและการตลาด จะทำหน้าที่ในการเสนอข้อมูลสนับสนุนเพื่อกระตุ้นต่อการตัดสินใจของลูกค้า อันจะก่อให้เกิดการใช้บริการสื่อป้ายโฆษณาของบริษัทอย่างต่อเนื่อง

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

#### 3.1 ความเสี่ยงจากการบริหารการเก็บเงินของลูกค้าหนี้เข้าซื้อ

เมื่อต้นปี 2550 บริษัทได้หยุดการให้สินเชื่อใหม่สำหรับธุรกิจเข้าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า รวมทั้งหยุดการขายและปล่อยสินเชื่อใหม่รถแท็กซี่ โดยบริษัทได้บริหารจัดการจัดเก็บเงินจากพอร์ตลูกหนี้เดิม ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะทำให้บริษัทมีเงินสดคงเหลือและถือว่าเป็นแหล่งเงินทุนหลักของบริษัทที่ใช้ในการลงทุน ดังนั้น หากการบริหารการเก็บเงินไม่มีประสิทธิภาพจะมีผลกระทบต่อเงินลงทุนของบริษัทโดยตรง อย่างไรก็ตามบริษัทมีวิธีการบริหารการเก็บเงินจากลูกหนี้ดังกล่าว โดยอาศัยเครือข่ายที่มีอยู่ในช่องทางของบริษัท ไมเค้า แอสเซ็ท จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไมเค้า ลิสซิ่ง จำกัด (มหาชน) และกลุ่มพนักงานในพื้นที่บางส่วน โดยกำหนดผลตอบแทนที่ให้อุปกรณ์ดังกล่าวมีความคล่องตัวในการดำเนินการและลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหารงานบางส่วนลงได้ รวมทั้งการเร่งรัดการเก็บเงินโดยผ่านขบวนการยุติธรรมในกรณีที่ลูกหนี้ผิดนัดชำระ ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวบริษัทได้ดำเนินการมาระยะเวลาหนึ่งแล้ว และลูกหนี้ส่วนใหญ่อยู่ในขั้นตอนของการบังคับคดีและขายทอดตลาดทรัพย์สินที่ยึดมา ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งที่บริษัทคาดว่าจะได้รับเงินจากลูกหนี้เพิ่มขึ้น

ปัจจุบัน บริษัทไม่ได้ใช้ระบบการบริหารและจัดเก็บเงินผ่านเครือข่ายของ MIDA แล้ว เนื่องจากพอร์ตลูกหนี้ที่เหลืออยู่ส่วนมากเป็นลูกหนี้ที่มีการเคลื่อนไหวน้อย รวมทั้งต้องใช้งบประมาณเร่งรัดผ่านขั้นตอนการฟ้องร้องดำเนินคดีและบังคับคดี ทั้งนี้ลูกหนี้เข้าซื้อทั้งหมดของบริษัทได้ตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญไว้ทั้งจำนวนแล้ว

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯสรุปรายละเอียดในการบริหารจัดการลูกหนี้ตามสัญญาเข้าซื้อ (รายละเอียดตามข้อ

#### 2.1) ดังนี้

ประเภทลูกหนี้	2556 (ล้านบาท)			การบริหารจัดการ
	ลูกหนี้ก่อน สำรองฯ	สำรองหนี้ สงสัยจะสูญ	ลูกหนี้-สุทธิ	
<b>อุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้า</b>				
- รายย่อย	87.81	87.81	-	เป็นลูกหนี้รายย่อย ซึ่งเป็นผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าผ่านระบบเช่าซื้อของบริษัท ต่อมาเมื่อปี 2549 บริษัทฯได้หยุดปล่อยสินเชื่อเครื่องใช้ไฟฟ้าและบริหารจัดการจัดเก็บเงินโดยมอบให้บุคคลที่เกี่ยวพันงานในพื้นที่ที่เคยเป็นสาขาของบริษัทจัดเก็บ ต่อมาลูกหนี้ดังกล่าวมีความเคลื่อนไหวน้อย ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการจัดเก็บ และไม่คุ้มต่อการดำเนินคดี ดังนั้นในปี 2557 บริษัทฯมีนโยบายตัดหนี้สูญทั้งจำนวน โดยลูกหนี้ดังกล่าวบริษัทได้ตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญไว้ทั้งจำนวนแล้ว หากบริษัทฯดำเนินการตัดหนี้สูญจะไม่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ
- ตัวแทน	63.56	63.56	-	เป็นลูกหนี้ผู้ประกอบการซึ่งมีประสบการณ์ด้านการขายให้เข้าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยบริษัทฯปล่อยสินเชื่อเครื่องใช้ไฟฟ้า เพื่อให้ผู้เช่าซื้อไปขายให้แก่ผู้บริโภครายย่อย เนื่องจากบริษัทต้องการขยายตลาดไปในพื้นที่ที่

ประเภทลูกหนี้	2556 (ล้านบาท)			การบริหารจัดการ
	ลูกหนี้ก่อน สำรอง	สำรองหนี้ สงสัยจะสูญ	ลูกหนี้-สุทธิ	
				สาขาของบริษัทให้บริการไม่ทั่วถึง ต่อมาในปี 2549 บริษัทหยุดการปล่อยสินเชื่อ ทำให้ผู้ประกอบการเหล่านั้นประสบปัญหาการหาแหล่งเงินทุนเพื่อนำสินค้ามาขายต่อ และเงินที่เก็บมาไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ซึ่งลูกหนี้กลุ่มนี้เป็นลูกหนี้ที่บริษัทฯ ได้ฟ้องร้องดำเนินคดีแล้ว และอยู่ในขั้นตอนบังคับคดี ในปี 2557 บริษัทมีนโยบายตัดหนี้สูญโดยใช้สิทธิทางภาษีทั้งจำนวน และลูกหนี้ดังกล่าวบริษัทได้ตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญไว้ทั้งจำนวนแล้ว หากบริษัทฯ ดำเนินการตัดหนี้สูญจะไม่ส่งกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และภายหลังการตัดหนี้สูญหากลูกหนี้ชำระเงินให้แก่บริษัทฯ บริษัทฯ จะรับรู้เป็นรายได้หนี้สูญรับคืน
<b>รถยนต์</b>				
- ลูกหนี้สัญญาเช่าซื้อรถยนต์	3.78	3.78	-	เป็นลูกหนี้รายย่อย พนักงานบริษัท และตัวแทน ที่บริษัทฯ สนับสนุนให้ซื้อรถยนต์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจ เช่น TAXI พนักงานบริษัทหรือตัวแทนที่มีความจำเป็นที่ต้องใช้รถยนต์ในการทำงาน ซึ่งหากเป็นรถยนต์ที่บริษัทซื้อเป็นเงินสดและขายเช่าซื้อ บริษัทจะบันทึกในข้อบัญชี “ลูกหนี้สัญญาเช่าซื้อรถยนต์” หากเป็นการเช่าซื้อจากสถาบันการเงินมาและมาให้ผ่อนต่อ จะบันทึกในข้อบัญชี “ลูกหนี้โอนสิทธิตามสัญญาเช่าซื้อ” ซึ่งลูกหนี้กลุ่มนี้เป็นลูกหนี้ที่บริษัทฯ ได้ฟ้องร้องดำเนินคดีแล้ว และอยู่ในขั้นตอนบังคับคดี ในปี 2557 บริษัทมีนโยบายตัดหนี้สูญโดยใช้สิทธิทางภาษีทั้งจำนวน และลูกหนี้ดังกล่าวบริษัทได้ตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญไว้ทั้งจำนวนแล้ว หาก บริษัทฯ ดำเนินการตัดหนี้สูญจะไม่ส่งกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และภายหลังการตัดหนี้สูญหากลูกหนี้ชำระเงินให้แก่บริษัทฯ บริษัทฯ จะรับรู้เป็นรายได้หนี้สูญรับคืน
- ลูกหนี้โอนสิทธิตามสัญญาเช่าซื้อ	0.96	0.96	-	
- ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าทางการเงิน	4.61	1.15	3.46	เป็นลูกหนี้ 1 ราย ที่บริษัทฯ ได้ปล่อยสินเชื่อสำหรับการซื้อเครื่องพิมพ์ INKJET ปัจจุบันอยู่ระหว่างการผ่อนชำระ แต่เนื่องจากผู้เช่าซื้อประสบปัญหาด้านการเงินทำให้มีค่างวดค้างชำระ และบริษัทฯ อยู่ระหว่างการเจรจาเพื่อปรับสภาพลูกหนี้ให้สามารถผ่อนชำระให้ปกติ

ประเภทลูกหนี้	2556 (ล้านบาท)			การบริหารจัดการ
	ลูกหนี้ก่อน สำรองฯ	สำรองหนี้ สงสัยจะสูญ	ลูกหนี้-สุทธิ	
โทรศัพท์สาธารณะ	40.63	40.63	-	เป็นลูกหนี้ 1 ราย ที่บริษัทฯ ได้ปล่อยสินเชื่อสำหรับการขายเครื่องโทรศัพท์สาธารณะ ซึ่งบริษัทที่เข้าซื้อจากบริษัทฯ ได้ล้มปทาน แต่ผลประกอบการของผู้เข้าซื้อไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ทำให้ไม่สามารถชำระหนี้ค่าเช่าซื้อได้ ปัจจุบันคืออยู่ระหว่างการบังคับคดี
เงินให้กู้ยืม	2.23	2.23	-	ภายหลังที่บริษัทฯ หยุดให้ปล่อยสินเชื่อให้เข้าซื้อ และได้ให้ความช่วยเหลือแก่ประกอบการบางราย โดยการให้กู้ยืมเงินเพื่อไปซื้อสินค้ามาเพื่อจำหน่ายระยะหนึ่ง ซึ่งลูกหนี้กลุ่มนี้เป็นลูกหนี้ที่บริษัทฯ ได้ฟ้องร้องดำเนินคดีแล้ว และอยู่ในขั้นตอนบังคับคดี ในปี 2557 บริษัทฯ มีนโยบายตัดหนี้สูญโดยใช้สิทธิทางภาษีทั้งจำนวน และลูกหนี้ดังกล่าวบริษัทได้ตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญไว้ทั้งจำนวนแล้ว หากบริษัทฯ ดำเนินการตัดหนี้สูญจะไม่ส่งกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และภายหลังการตัดหนี้สูญหากลูกหนี้ชำระเงินให้แก่บริษัทฯ บริษัทฯ จะรับรู้เป็นรายได้หนี้สูญรับคืน
รวมทั้งสิ้น	203.58	200.12	3.46	

### 3.2 ความเสี่ยงจากการที่ผลตอบแทนจากการลงทุนในธุรกิจใหม่ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์

บริษัทจะมีรายได้ประเภทเงินปันผลจากการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ดังนั้นผลประกอบการและความสามารถในการขายธุรกิจของบริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) บริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน) และ/หรือของธุรกิจอื่นที่บริษัทเห็นว่ามีความศักยภาพ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อรายได้ในอนาคต ซึ่งบริษัทอาจไม่มีความชำนาญด้านธุรกิจที่เข้าลงทุนและพึ่งพิงผู้ถือหุ้นอีกฝ่ายในการดำเนินธุรกิจเป็นหลัก อีกทั้งธุรกิจใหม่ยังเป็นรายได้หลักของบริษัทในอนาคตอีกด้วย บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากผลประกอบการของบริษัทที่ลงทุน ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ อันอาจจะส่งผลกระทบต่อการค้าขายของเงินลงทุนซึ่งจะกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทต่อไปได้ แต่เนื่องจากบริษัทมีนโยบายในการประเมินการลงทุนที่รัดกุม ไม่ว่าจะเป็นการพิจารณาถึงโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ การตรวจสอบสถานะของบริษัทก่อนการลงทุน รวมถึง เมื่อบริษัทเข้าลงทุนแล้ว บริษัทได้ส่งตัวแทนเข้าไปช่วยควบคุมและบริหารงาน ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงนี้ลงได้ในระดับหนึ่ง

ในปีที่ผ่านมาบริษัทมีรายละเอียดเงินลงทุนดังนี้

บริษัท	การถือหุ้น ณ 31 ธ.ค. 2556	ประเภทธุรกิจ	การคาดการณ์ / ผลตอบแทนที่ได้รับ
บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) (AA)	73.99%ของทุน ชำระแล้ว	ให้เช่าพื้นที่ติดตั้งป้ายโฆษณา และรับจ้างผลิต โดยเน้น สื่อ	ในปี 2550 บริษัทฯ หยุดปล่อยสินเชื่อทุกประเภทและมีเงินสดคงเหลือจากการเก็บเงินจากพอร์ตลูกหนี้เข้าซื้อ ดังนั้นการลงทุนใน AA บริษัทฯ คาดว่าจะได้รับผลตอบแทนในรูปแบบ



		โฆษณาภายนอกที่อยู่ประเภท บิลบอร์ด (Billboard)	ของเงินปันผลที่สูงกว่าการฝากเงินไว้กับสถาบันการเงิน ที่ผ่านมา AA จ่ายปันผลคิดเป็นอัตราร้อยละ 8.06 ในปี 2554 ร้อยละ 5.76 ในปี 2555 และร้อยละ 8.8 ในปี 2556 เมื่อเทียบกับเงินลงทุน สาเหตุที่อาจทำให้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ประกอบด้วย 1) โครงข่ายที่มีเอกสารการขออนุญาตไม่ครบถ้วนถูกต้อง 2) ปัญหาด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยตรงและการระงับการใช้งบสัโโฆษณาขอธุรกิจบางประเภท
บริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน) (EPCO)	44.15%ของทุนชำระแล้ว	เป็นผู้ผลิตสิ่งพิมพ์ และดำเนินธุรกิจโรงพิมพ์ในลักษณะครบวงจรและพลังงานทดแทน	ปี 2553 บริษัทฯมีเงินสดคงเหลือจากการเก็บเงินจากพอร์ตลูกค้าเข้าซื้อ ดังนั้นการลงทุนใน EPCO บริษัทฯคาดว่าจะได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผลที่สูงกว่าการฝากเงินไว้กับสถาบันการเงิน ที่ผ่านมา EPCO จ่ายปันผลปีละ 2 ครั้ง คิดเป็นอัตราร้อยละ 7.99 ในปี 2554 ร้อยละ 4.64 ในปี 2555 และร้อยละ 8.71 ในปี 2556 เมื่อเทียบกับเงินลงทุน สาเหตุที่อาจทำให้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ได้แก่ การเข้าสู่ระบบดิจิทัลและอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้รูปแบบของการอ่านจากหนังสือหรือสิ่งพิมพ์เปลี่ยนไป อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจโรงพิมพ์ได้
บริษัท ออรา คริม จำกัด	9.9%ของทุนจดทะเบียน	ประกอบธุรกิจโรงแรม 209 ห้อง และเซอร์วิสอพาร์ท เม้นท์ 88 ห้อง ในจังหวัดนครปฐม	บริษัทฯคาดการณ์ว่าจะได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผลที่สูงกว่าการฝากเงินไว้กับสถาบันการเงิน ปัจจุบันโครงการดังกล่าวอยู่ระหว่างก่อสร้าง และคาดว่าจะเปิดใช้งานได้ในปี 2558 สาเหตุที่อาจทำให้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ได้แก่ โรงแรมดังกล่าวไม่เป็นที่นิยมของผู้ใช้บริการอาจส่งต่อผลประกอบการทำให้ไม่สามารถจ่ายปันผลได้

### 3.3 ความเสี่ยงในด้านข้อมูลหมายเหตุควบคู่ไปโฆษณา

การดำเนินธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัทฯคือ ให้บริการเช่าพื้นที่ติดตั้งป้ายโฆษณา จัดหาพื้นที่ รับจ้างผลิตและติดตั้งงานโฆษณาประเภทต่างๆ โดยเน้นสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Outdoor Advertising) ประเภทบิลบอร์ด (Billboard) กระจายอยู่ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ประกอบไปด้วยโครงข่ายที่บริษัทฯ ก่อสร้างเองและโครงข่ายที่ซื้อเข้ามา โดยเป็นโครงข่ายที่มีเอกสารการขออนุญาตก่อสร้างตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 คิดเป็นประมาณร้อยละ 40 ของจำนวนป้ายทั้งหมดที่มีอยู่ สำหรับโครงข่ายส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 60 บางส่วนมีเอกสารการขออนุญาตไม่ครบถ้วนเนื่องจากเป็นโครงข่ายที่ซื้อต่อมาจากเจ้าของเดิมที่มีระบบการจัดเก็บเอกสารไม่สมบูรณ์และบางส่วนไม่มีเอกสารการขออนุญาตก่อสร้าง ดังนั้นจึงถือว่าเป็นความเสี่ยงของบริษัทฯ ในกรณีที่โครงข่ายที่มีเอกสารไม่สมบูรณ์เหล่านั้นถูกตรวจสอบหรือบังคับให้รื้อถอน โดยจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)	ปี 2556	ปี 2555	ปี 2554
จำนวนโครงข่ายทั้งหมดของบริษัท(แห่ง)	134	122	79
จำนวนโครงข่ายที่มีเอกสารการขออนุญาตไม่ครบถ้วน(แห่ง)	83	83	44
ร้อยละของโครงข่ายที่มีเอกสารการขออนุญาตไม่ครบถ้วน	61.94%	68.03%	55.70%
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ	144.22	149.19	60.46

(หน่วย : ล้านบาท)	ปี 2556	ปี 2555	ปี 2554
รายได้ค่าโฆษณา	144.04	122.93	89.35
ร้อยละรายได้ค่าโฆษณา	47.38%	46.33%	37.29%
ผลกระทบต่อรายได้หกร้อยดอนโครงข่าย	(144.04)	(122.93)	(89.35)
ผลกระทบต่อสินทรัพย์รวมและส่วนของผู้ถือหุ้นหกร้อยดอนโครงข่าย	(144.22)	(149.19)	(60.46)

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมากลุ่มบริษัทยังไม่เคยประสบปัญหาการได้รับแจ้งบังคับให้รื้อถอนโครงข่ายโฆษณาจากทางหน่วยงานราชการ นอกจากนั้นทางกลุ่มบริษัทก็มีแนวทางการปฏิบัติภายหลังจากรับโครงข่ายโฆษณาอย่างครบถ้วนตามระเบียบ อาทิเช่น การเสียภาษีป้ายสำหรับป้ายที่มีรายได้ทุกปี การทำประกันภัยทุกโครงข่ายอย่างต่อเนื่อง การตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรงตามพรบ. ทุกปี ให้สมาคมป้ายและโฆษณารับรองความมั่นคงแข็งแรงของโครงข่ายทุกปี และวางแผนการซ่อมบำรุงอย่างสม่ำเสมอเพื่อยืดอายุการใช้งาน นอกจากนั้นทางผู้บริหารได้ติดตามข่าวสารการเจรจาหรือการเปลี่ยนแปลงกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด เพื่อดำเนินการเรื่องการขออนุญาตให้ถูกต้อง รวมทั้งการพิจารณาลงทุนในโครงข่ายโฆษณาที่มีใบอนุญาต เพื่อลดความเสี่ยงในกรณีนี้

ส่วนค่าใช้จ่ายในการรื้อถอนโครงข่าย บริษัทได้ปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 16 เรื่อง ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ซึ่งมาตรฐานฉบับนี้กำหนดบริษัทต้องประมาณการค่าใช้จ่ายในการรื้อถอนเบื้องต้นเป็นส่วนหนึ่งของราคาทุนของทรัพย์สินที่ได้มาไว้ครบถ้วนแล้ว

### 3.4 ความเสี่ยงในด้านการเปลี่ยนแปลงงานโฆษณาในยุคของดิจิทัลและ Online

ภาพรวมของอุตสาหกรรมโฆษณาปี 2556 เติบโต 0.95% จากปี 2555 หรือคิดเป็นมูลค่า 115,029 ล้านบาท โดยทีวียังมีสัดส่วนหลักถึง 60.20% ของ งบโฆษณารวมและแนวโน้มของอุตสาหกรรมโฆษณานี้ คาดว่าจะเติบโตอย่างน้อย 10% ภายใต้สถานการณ์ทางการเมืองสงบ ซึ่งสินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องดื่ม ยานยนต์และเทคโนโลยีการสื่อสาร จะเป็นกลุ่มที่ใช้เม็ดเงินโฆษณามากที่สุดในปีนี้

ในส่วนของบริษัท มองว่าในยุคของดิจิทัลและ Online มีบทบาทสำคัญมากขึ้นในการสื่อสารงานด้านโฆษณาไปยังลูกค้า เพราะลูกค้าต้องการตอบสนองแบบรวดเร็ว และไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวาง แต่ยังคงต้องการให้กลุ่มเป้าหมายจดจำตัวสินค้าอยู่เสมอ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องนำเอาสื่อโฆษณาที่เป็น Billboard ร่วมกับสื่อดิจิทัล และ Online ประกอบกันในงานโฆษณา เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้จดจำตัวสินค้าได้มากที่สุด ในปี 2556 บริษัทได้ศึกษาสื่อโฆษณาทางด้านการดิจิทัลเพื่อให้ทันสมัยและตอบโจทย์ลูกค้าในทุกยุค ทุกสมัยอีกด้วย

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้เข้าซื้อ

ณ 31 ธันวาคม 2554 2555 และ 2556 บริษัทและบริษัทย่อย มีลูกหนี้การค้าและลูกหนี้เข้าซื้อ-สุทธิ ดังนี้

รายการลูกหนี้	31 ธ.ค. 2554		31 ธ.ค. 2555		31 ธ.ค. 2556	
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%
ลูกหนี้การค้า/ลูกหนี้อื่น	131.07	100.00	132.97	100.00	106.08	100.00
หัก : ค่าเผ่อนหนี้สงสัยจะสูญ	5.21	3.97	3.54	2.66	0.81	0.76
ลูกหนี้การค้า-สุทธิ	125.86	94.44	129.43	96.10	105.27	96.82
ลูกหนี้เข้าซื้อ	268.31	100.00	255.12	100.00	225.44	100.00
หัก : ดอกเบี้ยเข้าซื้อรอดตัดบัญชี	25.22	9.40	24.60	9.64	21.86	9.70
หัก : ค่าเผ่อนหนี้สงสัยจะสูญ	235.68	87.84	225.27	88.30	200.12	88.77
ลูกหนี้เข้าซื้อ-สุทธิ	7.41	5.56	5.25	3.90	3.46	3.18
รวมยอดลูกหนี้-สุทธิ	133.27	100.00	134.68	100.00	108.73	100.00

บริษัทได้ตั้งค่าเผ่อนหนี้สงสัยจะสูญจากลูกหนี้เข้าซื้อ โดยตั้งค่าเผ่อนหนี้สงสัยจะสูญจากลูกหนี้เข้าซื้อโดยใช้รายงานอายุของลูกหนี้เป็นเกณฑ์ ซึ่งคำนวณจากลูกหนี้ตามสัญญาเข้าซื้อหักด้วยดอกผลเข้าซื้อรอดตัดบัญชี และคำนวณจากลูกหนี้การค้า รวมทั้งพิจารณาจากประสบการณ์การเก็บเงินในอดีต การวิเคราะห์อายุลูกหนี้ และสถานะปัจจุบันของลูกหนี้ค้าง ณ วันที่ในงบดุลของกลุ่มบริษัท โดยมีหลักเกณฑ์การตั้งค่าเผ่อนหนี้สงสัยจะสูญดังนี้

อายุลูกหนี้	ลูกหนี้เข้าซื้อ (ร้อยละของลูกหนี้เข้าซื้อ หลังหักดอกผลรอดตัดบัญชี)	ลูกหนี้การค้า (ร้อยละของลูกหนี้)
ไม่ค้างชำระ	1	-
ค้างชำระ 1 - 2 เดือน	2	-
ค้างชำระ 3 - 6 เดือน	25	-
ค้างชำระ 7 - 12 เดือน	50	50
ค้างชำระมากกว่า 12 เดือนขึ้นไป	100	100

##### 4.2 สินทรัพย์ถาวร

บริษัทมีสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่ที่ 121/68-69 ชั้น 21 อาคารอาร์เอสทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 นอกจากการใช้พื้นที่ดังกล่าวเป็นสถานประกอบการของบริษัทแล้ว ยังจัดสรรพื้นที่ส่วนหนึ่งให้ บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย เช่าเพื่อเป็นสำนักงานด้วย

กลุ่มบริษัทมีโครงข่ายโฆษณาให้บริการเช่าพื้นที่และรับจ้างผลิตสื่อป้ายโฆษณา ทรัพย์สินที่ดิน อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร ของบริษัทและบริษัทย่อย มีรายละเอียดดังนี้

รายการ	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)		
		31 ธ.ค. 2554	31 ธ.ค. 2555	31 ธ.ค. 2556
ที่ดิน	เจ้าของ	17.57	21.77	7.23
อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	เจ้าของ	20.72	20.22	18.99
ส่วนปรับปรุงอาคาร	เจ้าของ	5.52	3.34	1.36
โครงข่ายโฆษณา	เจ้าของ	171.99	241.24	303.31
รวม		215.80	286.57	330.89

AQUA AD ได้ทำสัญญากู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินเป็นวงเงิน 192.69 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 มียอดคงเหลือ 140.68 ล้านบาท) โดยบริษัทนำทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจไปเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมดังนี้

1. โฉนดที่ดินและสิ่งปลูกสร้างซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของ AQUA AD จำนวนในวงเงิน 10 ล้านบาท
2. กรรมสิทธิ์ในอาคารชุดพร้อมสิ่งปลูกสร้างของบริษัท จำนวนในวงเงิน 85 ล้านบาท
3. โฉนดสิทธิการรับเงินตามสัญญาเช่าป้ายโฆษณามูลค่าไม่ต่ำกว่า 130 ล้านบาทต่อปี

#### 4.3 สินค้ำคงเหลือ

ในปี 2554 AQUA AD ได้ลงทุนในบริษัท เพน พับลิชชิ่ง จำกัด ซึ่งเป็นธุรกิจผลิตและขายนิตยสาร สื่อบริหารงานขายโฆษณา และเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2556 AQUA AD ได้ขายเงินลงทุนดังกล่าวไปทั้งหมด ทำให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 และ 2555 มีสินค้ำคงเหลือประเภทนิตยสารจำนวน 24.87 ล้านบาท และ 16.23 ล้านบาท ตามลำดับ และ ณ วันสิ้นปี 2556 ไม่มีมูลค่าสินค้ำคงเหลือในส่วนของบริษัทนี้แล้ว ส่วนยอดสินค้ำคงเหลือตามงบการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 จำนวน 0.41 ล้านบาท เป็นส่วนของเหล็กที่ได้มาจากการรื้อถอนโครงข่ายที่บริษัทจัดเก็บไว้เพื่อนำมาใช้งานใหม่จากการก่อสร้างโครงข่ายใหม่ๆ หรือเพื่อใช้ในการซ่อมแซมโครงข่าย

#### 4.4 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทอื่น

นโยบายในการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม บริษัทจะลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อโฆษณา และธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนที่ดีและมั่นคง ความเสี่ยงในการลงทุนปานกลางถึงต่ำ ซึ่งจะพิจารณาสัดส่วนในการลงทุนเป็นรายๆ ไปโดยดูจากแนวโน้มของธุรกิจ ถ้ามีโอกาสประสบความสำเร็จและสามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันบริษัทจะลงทุนในสัดส่วนที่มากพอที่บริษัทจะสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารและกำหนดนโยบาย

## 5. การเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชีที่สำคัญ

ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 บริษัทฯและบริษัทย่อย ได้ถือปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 12 เรื่องภาษีเงินได้ (ปรับปรุง 2555) ผลสะสมของการเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชีดังกล่าว มีผลกระทบต่อรายการในงบแสดงฐานะการเงินและงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ มีดังนี้

### ▪ งบแสดงฐานะการเงิน

หน่วย : พันบาท	งบการเงินรวม		
	31 ธ.ค. 56	31 ธ.ค. 55 (ปรับปรุงใหม่)	1 ม.ค. 55 (ปรับปรุงใหม่)
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี เพิ่มขึ้น	67,338	80,088	88,109
ขาดทุนสะสม-ยังไม่ได้จัดสรร ลดลง	67,338	80,088	88,109

### ▪ งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

หน่วย : พันบาท	งบการเงินรวม	
	ปี 2556	ปี 2555 (ปรับปรุงใหม่)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ เพิ่มขึ้น (ลดลง)	12,750	8,021
กำไรสุทธิสำหรับปี เพิ่มขึ้น (ลดลง)	(12,750)	(8,021)
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน เพิ่มขึ้น (ลดลง)	(0.0071)	(0.0045)

6. ข้อพิพาททางกฎหมาย  
-ไม่มี-

## 7. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### 7.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทที่ออกหลักทรัพย์

#### (1) ข้อมูลส่วนของบริษัท

ชื่อบริษัท	บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”)
ชื่อย่อ	AQUA
ทะเบียนเลขที่	0107547000397
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	121/68-69 ชั้น 21 อาคารอาร์เอสทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
เว็บไซต์	<a href="http://www.aquacorp.co.th">www.aquacorp.co.th</a>
โทรศัพท์	(02) 694-8888
โทรสาร	(02) 694-8880

- ลักษณะการประกอบธุรกิจ**
- เดิมบริษัทประกอบธุรกิจขายและเช่าซื้อเครื่องใช้ภายในบ้าน ยี่ห้อ “ไคสตาร์” เครื่องใช้สำนักงาน รถจักรยานยนต์ และอื่นๆ จนมาเมื่อต้นปี 2550 บริษัทได้มีนโยบายหยุดการให้สินเชื่อเช่าซื้อทั้งหมด
  - ในเดือนมีนาคม 2550 บริษัท ได้ขยายการดำเนินธุรกิจ โดยการเข้าลงทุนในบริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) (AQUA AD) ซึ่งทำธุรกิจซื้อขายโฆษณา ร้อยละ 50 และ ในปี 2553 ได้เข้าลงทุนในบริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน) (“EPCO”) ซึ่งทำธุรกิจโรงพิมพ์ และเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ถือหุ้นร้อยละ 44.15 ซึ่งต่อมาในปี 2554 EPCO ได้ขยายการดำเนินธุรกิจ โดยเข้าไปลงทุนในธุรกิจโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ปัจจุบันมีขนาดกำลังการผลิตทั้งหมด 15 เมกะวัตต์ และเมื่อวันที่ 7 มกราคม 2557 คณะกรรมการบริษัทของ EPCO มีมติอนุมัติให้จัดตั้งบริษัท เอ็ปโก้ เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด เป็นบริษัทย่อย เพื่อลงทุนในโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ในประเทศญี่ปุ่น ขนาด 23 MW ในเขตพื้นที่ คูริฮาระ จังหวัดมิยาซากิ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีใบอนุญาตขายไฟฟ้าผลิตจากโซลาร์เซลล์ไม่เกิน 10 MW(AC) ที่ราคา 40 เยนต่อหน่วย เป็นเวลา 20 ปี และ 13 MW(AC) ที่ราคา 36 เยนต่อหน่วย เป็นเวลา 20 ปี บนพื้นที่ขนาด 410,172 ตารางเมตร หรือ 256.36 ไร่
  - เมื่อปลายปี 2554 บริษัทได้พิจารณาซื้อโครงข่ายโฆษณาและสิทธิการเช่าจากผู้ประกอบการอื่น รวมถึงการสร้างโครงข่ายโฆษณาใหม่ เพื่อให้มีทรัพย์สินที่สามารถดำเนินธุรกิจในนามของบริษัทได้ และได้มีการปรับโครงสร้างของบริษัทใหม่ โดยการซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นรายอื่นใน AQUA AD จนถือหุ้นใน AQUA AD ร้อยละ 100
  - ในปลายปี 2556 บริษัทได้ขายทรัพย์สินประกอบการที่เกี่ยวข้องกับโครงข่ายโฆษณาทั้งหมด ให้แก่ AQUA AD เพื่อจัดโครงสร้างธุรกิจให้มีความชัดเจนพร้อมทั้งขายหุ้นร้อยละ 26 ของ AQUA AD ให้แก่ บริษัท วรณ แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) (WAT) และถือหุ้นใน AQUA AD คงเหลือร้อยละ 74

#### ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วดังนี้

ทุนจดทะเบียน	1,985,627,726 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 3,971,255,452 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท
ทุนชำระแล้ว	898,922,835 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 1,797,845,670 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท



ณ วันที่ 14 มีนาคม 2557 (ภายหลังจากการใช้สิทธิฯ ของผู้ถือ AQUA-W2) บริษัทมีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วดังนี้

ทุนจดทะเบียน	2,086,960,834 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 4,173,921,668 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท
ทุนชำระแล้ว	2,077,341,581 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 4,154,683,162 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท

รอบระยะเวลาบัญชี 1 มกราคม - 31 ธันวาคม

**(2) ข้อมูลส่วนของบริษัทที่บริษัทถือหุ้นเกินร้อยละ 10**

ชื่อบริษัท	บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) ("AQUA AD")
ทะเบียนเลขที่	0107552000138
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	121/69 ชั้น 21 อาคารอาร์เอสทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
เว็บไซต์	<a href="http://www.aquacorp.co.th">www.aquacorp.co.th</a>
โทรศัพท์	(02) 694-8888
โทรสาร	(02) 694-8880
ประเภทธุรกิจ	ให้บริการเช่าพื้นที่ติดตั้งป้ายโฆษณา จัดหาพื้นที่ รับจ้างผลิตและติดตั้งงานโฆษณาประเภทต่าง ๆ โดยเน้นสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย และสื่อโฆษณาที่ทำรายได้หลักให้กับ AQUA AD คือสื่อโฆษณาประเภทบิลบอร์ด (Billboard)

ทุนจดทะเบียน	404,430,759 บาท (หุ้นสามัญ 404,430,759 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท)
ทุนเรียกชำระแล้ว	404,430,759 บาท (หุ้นสามัญ 404,430,759 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท)
รอบระยะเวลาบัญชี	1 มกราคม - 31 ธันวาคม

ชื่อบริษัท	บริษัท มันทรา แอสเซ็ท จำกัด
ทะเบียนเลขที่	0105536086838
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	121/69 ชั้น 21 อาคารอาร์เอสทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
เว็บไซต์	-
โทรศัพท์	(02) 694-8888
โทรสาร	(02) 694-8880
ประเภทธุรกิจ	เดิมดำเนินธุรกิจขายเช่าสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า และรถยนต์เช่นเดียวกับบริษัท และปัจจุบันได้หยุดการให้สินเชื่อใหม่แล้ว และเก็บเงินจากพอร์ตลูกหนี้เดิมเพียงอย่างเดียว

ทุนจดทะเบียน	10,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 1,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
ทุนเรียกชำระแล้ว	10,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 1,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
รอบระยะเวลาบัญชี	1 มกราคม - 31 ธันวาคม

ชื่อบริษัท	บริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน) (“EPCO”)
ทะเบียนเลขที่	0107536000838
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	51/29 หมู่ที่ 3 ซอยสยามสามัคคี ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ
เว็บไซต์	<a href="http://www.epco.co.th">www.epco.co.th</a>
โทรศัพท์	(02) 551-05141-4
โทรสาร	(02) 552-0905 , (02) 551-0532
ประเภทธุรกิจ	ประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้ผลิตสิ่งพิมพ์ และดำเนินธุรกิจโรงพิมพ์ในลักษณะครบวงจร โดยให้บริการตั้งแต่ การวางแผนการผลิตจนกระทั่งเข้าเล่มเป็นสิ่งพิมพ์สำเร็จรูป และเมื่อปลายปี 2554 บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจเพิ่มในด้านพลังงานทดแทนโดยบริษัทฯ ได้ลงทุนก่อสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ขนาด 10 เมกะวัตต์ ที่อำเภอปอพลอย จังหวัดกาญจนบุรี และเมื่อปลายปี 2555 บริษัทฯ ได้ลงทุนในโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ขนาด 5 เมกะวัตต์ ที่อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี และต้นปี 2557 ลงทุนในโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ในประเทศญี่ปุ่น ขนาด 23 MW
ทุนจดทะเบียน	953,508,751 บาท (หุ้นสามัญ 953,508,751 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท)
ทุนเรียกชำระแล้ว	524,793,567 บาท (หุ้นสามัญ 524,793,567 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท)
รอบระยะเวลาบัญชี	1 มกราคม - 31 ธันวาคม

### (3) ข้อมูลส่วนบุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนผู้ถือหุ้น	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เลขที่ 62 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 0-2229-2800 โทรสาร 0-2359-1259
----------------------	---

ผู้สอบบัญชี	นางสาวชนา วิวัฒน์พนชาติ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4712 สำนักงานปิติเสวี 8/4 ชั้น 1,3 ซอยวิภาวดี 44 (ซอยอมรพันธ์ 4) ถนนวิภาวดี-รังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 0-2941-3584-6 โทรสาร 0-2941-3658
-------------	--

### 7.2 ข้อมูลสำคัญอื่นๆ

- ไม่มี-