

# ส่วนที่ 1

## การประกอบธุรกิจ

## ส่วนที่ 1 : การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”/“AQUA”) ได้เข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 17 กันยายน 2547 ภายใต้ชื่อ บริษัท ดี อี แคปิตอล จำกัด (มหาชน) โดยใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ “DE” และในปี 2550 บริษัทฯ ได้มีนโยบายหยุดการให้สินเชื่อเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า และระงับจ้างสาธารณชน เนื่องจากพิจารณาแล้วไม่คุ้มค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ บริษัทฯ คิดตามเก็บเงินจากพอร์ตลูกหนี้เดิม ซึ่งทำให้บริษัทฯ มีเงินสดเหลือและสามารถนำไปลงทุนในธุรกิจที่เห็นว่ามีศักยภาพในการลงทุนเพื่อจะพัฒนาเป็นธุรกิจหลักของบริษัทฯ ต่อไป ได้แก่

- **การลงทุนในสื่อโฆษณา**

ปี 2550 บริษัทฯ ลงทุนในบริษัท เจ.อาร์.ดีล จำกัด (ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) (“AA”/“AQUA AD”) ในสัดส่วนการลงทุนร้อยละ 50 ของทุนจดทะเบียน 300 ล้านบาท ซึ่งประกอบธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่ติดตั้งป้ายโฆษณา จัดหาพื้นที่ รับจ้างผลิตและติดตั้งงานโฆษณาประเภทต่างๆ โดยเน้นสื่อโฆษณากายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) หลังจากนั้นบริษัทฯ ได้มีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการถือหุ้นใน AA หลายครั้งดังนี้

- ❖ ปี 2554 เข้าซื้อหุ้นของ AA จากผู้ถือหุ้นอื่นจำนวน 225,513,053 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 451,026,106 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท มูลค่ายุติธรรม ณ วันจดทะเบียนเพิ่มทุนเท่ากับ 0.56 บาทต่อหุ้น บริษัทฯ มีส่วนเกินมูลค่าหุ้นจำนวน 27.10 ล้านบาท ส่งผลให้บริษัทถือหุ้น AA ในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนที่ชำระแล้ว
- ❖ ปี 2556 บริษัทฯ ได้ขายและโอนสิทธิทรัพย์สินประกอบการเกี่ยวกับป้ายโฆษณาทั้งหมดของบริษัทฯ ให้กับ AA เพื่อจัดโครงสร้างธุรกิจให้มีความชัดเจน และขายเงินลงทุนในหุ้นสามัญของ AA จำนวน 105,151,997 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26 ของจำนวนหุ้นที่ชำระแล้ว ในราคาหุ้นละ 2.66 บาท รวมมูลค่า 279.49 ล้านบาท ให้แก่ POLAR ภายหลังการทำรายการบริษัทถือหุ้น AA คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 74.00
- ❖ ปี 2559 บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นสามัญของ AA จำนวน 105,151,997 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.00 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด ในราคาหุ้นละ 1.52 บาท รวมมูลค่า 160 ล้านบาท คืนจาก POLAR ภายหลังการเข้าซื้อหุ้นดังกล่าว บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ใน AA สัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียน

นอกจากนี้ ปี 2554 บริษัทฯ ได้พิจารณาเข้าลงทุนในธุรกิจป้ายโฆษณาซึ่งเป็นธุรกิจประเภทเดียวกันกับ AA โดยการเข้าซื้อป้ายโฆษณาจากผู้ประกอบการอื่น รวมถึงการก่อสร้างโครงข่ายป้ายโฆษณาใหม่ ต่อมาในปี 2556 ได้ขายและโอนสิทธิทรัพย์สินประกอบการเกี่ยวกับป้ายโฆษณาทั้งหมดของบริษัทฯ ให้กับ AA เพื่อจัดโครงสร้างธุรกิจให้มีความชัดเจน

เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2560 บริษัทฯ เข้าลงทุนในบริษัท บอว์เวย์ มีเดีย จำกัด (“BW”) ดำเนินธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่ป้ายโฆษณากายนอกบ้าน ทั้งในรูปแบบป้าย Billboard และป้ายไฟฟ้า LED โดยการเข้าซื้อ (1) หุ้นสามัญร้อยละ 90 ของหุ้นทั้งหมดหรือเท่ากับ 881,999 หุ้น ในราคาหุ้นละ 697.9592 บาท (ราคาพาร์ 100 บาท) มูลค่าเงินลงทุน 615.60 ล้านบาท (2) หุ้นบุริมสิทธิร้อยละ 100 ของหุ้นทั้งหมด หรือเท่ากับ 136 หุ้น ในราคาหุ้นละ 100 บาท (ราคาพาร์ 100 บาท) มูลค่าเงินลงทุน 13,600 บาท รวมเป็นมูลค่าเงินลงทุนทั้งสิ้น 615.61 ล้านบาท ทั้งนี้ภายหลังจากการเข้าลงทุนในBWแล้ว บริษัทฯ มีแผนให้BW (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 90) ลงทุนในส่วนของหุ้นบุริมสิทธิทั้งจำนวน และในวันเข้าทำรายการบริษัทต้อง

ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ BW จำนวน 146.80 ล้านบาท เพื่อให้ BW นำไปชำระเงินกู้ยืม รวมทั้งสิ้น 762.41 ล้านบาท

การลงทุนใน BW ครั้งนี้จะสามารถทำให้กลุ่มบริษัทสร้างเครือข่ายสื่อโฆษณาครบวงจรทั่วประเทศ ซึ่งจะช่วยให้การวางแผนสื่อสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างและมีผลต่อโอกาสการเติบโตของเม็ดเงินโฆษณาอย่างชัดเจน รวมทั้งจะสามารถทำให้ธุรกิจสื่อโฆษณาของกลุ่มบริษัท สามารถสร้างเครือข่ายสื่อโฆษณา LED ครบวงจรทั่วประเทศอย่างรวดเร็ว

- **การลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน) “EPCO”**

- ❖ ปี 2553 การเข้าซื้อหุ้นสามัญของ EPCO ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ และประกอบธุรกิจโรงพิมพ์ครบวงจร ภายหลังการเข้าซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 2 ราย รวมเป็นจำนวน 207.85 ล้านหุ้นหรือคิดเป็นร้อยละ 43.82 ของหุ้นทั้งหมดของ EPCO เท่ากับ 474,177,401 หุ้น (ไม่รวมหุ้นซื้อคืนจำนวน 41,232,800 หุ้น) คิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนทั้งสิ้น 397.41 ล้านบาท นอกจากนี้การเข้าซื้อหุ้นในครั้งนี้ ทำให้บริษัทและบริษัทย่อยถือหุ้นในบริษัทจดทะเบียนเกินร้อยละ 25 ซึ่งบริษัทและบริษัทย่อยจำเป็นต้องจัดทำคำเสนอซื้อหุ้นทั้งหมดของ EPCO ตามกฎเกณฑ์ของ ก.ล.ด. รวมถึงการซื้อหุ้นสามัญเพิ่มผ่านระบบการซื้อ-ขายของตลาดหลักทรัพย์ ทำให้บริษัทฯ มีสัดส่วนการถือหุ้น EPCO ร้อยละ 44.15 ของทุนชำระแล้ว
- ❖ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 38.40 ของทุนชำระแล้ว สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ ลดลง เนื่องจากการแปลงสิทธิของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ EPCO-W1
- ❖ ตั้งแต่ปี 2553 จนถึงปัจจุบัน EPCO ได้ขยายธุรกิจเพิ่มไปในด้านพลังงานทดแทน โดยได้เล็งเห็นถึงโอกาสในการพัฒนา และได้ลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพลังงานทดแทน ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตที่สูง และมีความเสี่ยงในการดำเนินงานต่ำ ตลอดจนสามารถสร้างรายได้ที่มั่นคงได้ในระยะยาว
- ❖ ปัจจุบัน EPCO อยู่ระหว่าง Spin-off บริษัท อีสเทอร์น พาวเวอร์ กรุ๊ป จำกัด(มหาชน) (EP) ซึ่งประกอบธุรกิจด้านพลังงานทดแทนและเป็นบริษัทย่อยของ EPCO ในสัดส่วนร้อยละ 75 เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ

- **การลงทุนในธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ**

- ❖ ปี 2557 บริษัทฯ ได้เข้าลงทุนในบริษัท ไทย คอนซูมเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด (TCDC) ซึ่งประกอบธุรกิจหลักด้านคลังสินค้าให้เช่าและบริการ โดยกลุ่มลูกค้าหลักคือกลุ่มบริษัทยูนิลีเวอร์ ในสัดส่วนร้อยละ 69 ของทุนจดทะเบียน (1,694,000 หุ้น) เป็นการเข้าซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนใหม่ของ TCDC จำนวน 1,169,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ในราคาหุ้นละ 406.3302 บาท (มีส่วนเกินมูลค่าหุ้น 306.3302 บาท/หุ้น) และ การเข้าซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 1 หุ้น ในราคาหุ้นละ 406 บาท เพื่อให้ได้สิทธิเป็นผู้ถือหุ้นเดิมของ TCDC รวมเป็นมูลค่าเงินลงทุนทั้งสิ้น 475 ล้านบาท และให้นายพลสิทธิ ภูมิวิริยะ ถือหุ้นแทนบริษัทจำนวน 1 หุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 TCDC เรียกชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนแล้วทั้งจำนวน
- ❖ ในปี 2558 บริษัทฯ ได้เข้าซื้อหุ้นสามัญของ TCDC จำนวนหุ้น 459,374 หุ้นจากผู้ถือหุ้นเดิม 5 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.12 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด ในราคาเฉลี่ยหุ้นละ 685.715 บาท (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท) รวมเป็นมูลค่าเงินลงทุนในครั้งนี้ 315.00 ล้านบาท ภายหลังการเข้าซื้อหุ้นดังกล่าว บริษัทเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในสัดส่วนร้อยละ 96.13 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด (หุ้นทั้งหมดเท่ากับ 1,694,000 หุ้น)
- ❖ ไตรมาสที่ 4/2558 TCDC เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท แอ็คคอมพลิช เวย์ โฮลดิ้ง จำกัด (AWH) ซึ่งประกอบธุรกิจหลักด้านคลังสินค้าให้เช่าและบริการ จากผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 449,998 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100

บาท ในราคาเฉลี่ยหุ้นละ 367.632 บาท เป็นเงินทั้งสิ้น 165.43 ล้านบาทภายหลังการเข้าซื้อหุ้นดังกล่าว TCDC เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในสัดส่วนร้อยละ 100 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด (หุ้นทั้งหมดเท่ากับ 450,000 หุ้น)

- การลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ

- ❖ ปี 2559 MANTRA ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 100 เข้าซื้อที่ดินที่จังหวัดเชียงใหม่เพื่อก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างในลักษณะเป็นรีสอร์ท เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรมโดยมีมูลค่าการลงทุนในโครงการนี้ทั้งสิ้นประมาณ 450 ล้านบาท เพื่อให้บริษัท เดอะเคบิน เชียงใหม่ จำกัด เข้าทรัพย์สินทั้งหมดของโครงการภายหลังก่อสร้างแล้วเสร็จ เพื่อดำเนินธุรกิจฟื้นฟูสุขภาพ (Retreatment Center) เป็นระยะเช่าเวลา 10 ปี และสามารถต่ออายุสัญญาเช่าได้อีก 10 ปี

- การลงทุนอื่นๆ ที่ยังมีการดำเนินงานอยู่

- ❖ การลงทุนในบริษัท ออรา คริม จำกัด (ซึ่งประกอบธุรกิจโรงแรม 209 ห้อง และเซอร์วิส อพาร์ท เมนท์ 88 ห้อง ในจังหวัดนครปฐม) ปัจจุบันได้เปิดให้บริการแล้ว ภายใต้ชื่อ “โรงแรม ไมเคิล ทาวเวอร์ แกรนด์”

(พิจารณารายละเอียดได้จากข้อ 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท)

ตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นไป บริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนนโยบายการดำเนินธุรกิจ เป็นบริษัทบริหารการลงทุน โดยเลือกลงทุนในธุรกิจที่มีผลการดำเนินงานที่ดี มีศักยภาพ และโอกาสเติบโตในอนาคต เพื่อให้มีผลตอบแทนจากการลงทุนสูงสุด

นอกจากนี้บริษัทได้มีการเปลี่ยนชื่อเดิมคือ บริษัท ดี อี แคลปดอล จำกัด (มหาชน) โดยใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ “DE” เป็นชื่อตั้งต่อไปนี้

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

## 1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

### วิสัยทัศน์

“มุ่งมั่นในการก้าวสู่การเป็นบริษัทบริหารการลงทุนในธุรกิจที่มีผลการดำเนินงานที่ดี มีศักยภาพ และโอกาสเติบโตในอนาคต เพื่อให้มีผลตอบแทนจากการลงทุนสูงสุด ”

### พันธกิจ

AQUA มุ่งมั่นในการก้าวสู่การเป็นบริษัทบริหารการลงทุนในธุรกิจต่างๆ ที่มีผลการดำเนินงานที่ดี มีศักยภาพ และโอกาสเติบโตในอนาคต นำโดย

- (1) ธุรกิจสื่อโฆษณาครบวงจรภายใต้บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) และบริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด
- (2) ธุรกิจบริการและให้เช่าคลังสินค้า ภายใต้ บริษัท ไทย คอนซูมเมอร์ ดิสทริบิวชั่นเซ็นเตอร์ จำกัด และบริษัท แอ็คคอมพลิช เวย์ โซลูชั่น จำกัด
- (3) ธุรกิจสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ ภายใต้ชื่อ บริษัท มันทรา แอสเซ็ท จำกัด
- (4) ธุรกิจสิ่งพิมพ์ และพลังงานทดแทน ภายใต้บริษัท โรงพิมพ์ ตะวันออก จำกัด (มหาชน)

นอกจากนี้ ยังสรรหาทางเลือกในการลงทุนต่างๆ ที่ดีต่อไปในอนาคต เพื่อให้กลุ่มบริษัทมีผลตอบแทนจากการลงทุนสูงสุด

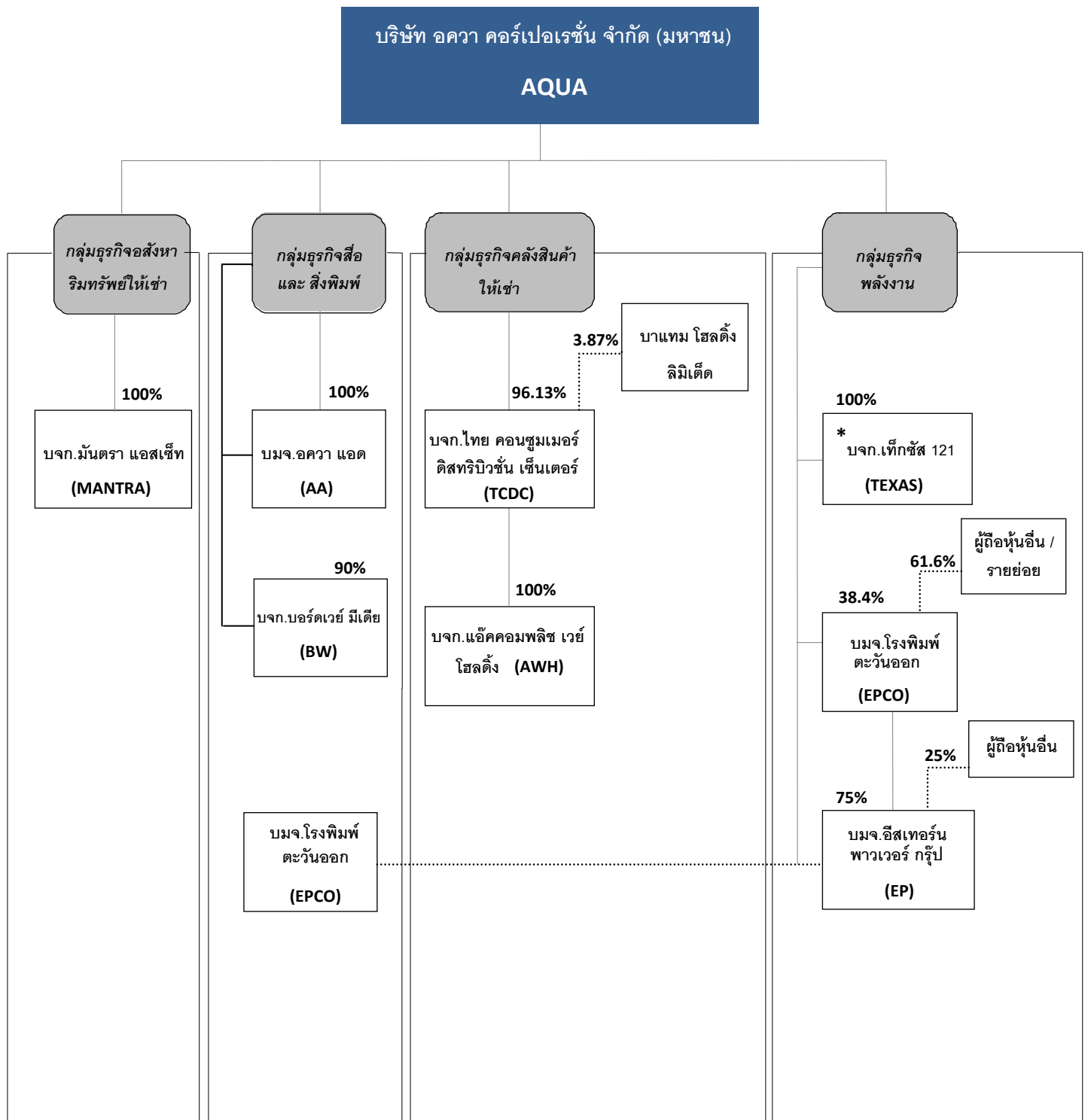
#### กลยุทธ์ที่นำไปสู่ความยั่งยืน

- พิจารณาลงทุนในธุรกิจที่มีผลการดำเนินงานที่ดี มีศักยภาพ และโอกาสเติบโตในอนาคต
- กระจายความเสี่ยงสู่การลงทุนที่หลากหลาย
- พัฒนาธุรกิจที่ลงทุน เพื่อสร้างผลตอบแทนที่ดี และยั่งยืน
- สร้าง Synergy ระหว่างกลุ่มบริษัท เพื่อให้เกิดผลตอบแทนจากการลงทุนสูงสุด
- ผลักดันธุรกิจที่ลงทุน ให้เติบโตไปสู่การเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

#### 1.2 การเปลี่ยนแปลงและแผนการที่สำคัญ

ตั้งแต่ปี 2550 (ภายหลังเหตุการณ์ให้สินเชื่อบริษัท) บริษัทได้ลงทุนในธุรกิจสื่อโฆษณา ภายใต้ชื่อ บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) (“AA”) ธุรกิจสิ่งพิมพ์ ภายใต้ชื่อ บริษัท โรงพิมพ์ ตะวันออก จำกัด (มหาชน) (“EPCO”) ต่อมา EPCO ขยายธุรกิจไปสู่การลงทุนในธุรกิจพลังงานทดแทนผ่านบริษัทย่อยของ EPCO ชื่อ บริษัท อีสเทอร์น พาวเวอร์ กรุ๊ป จำกัด(มหาชน) (“EP”) และ อยู่ระหว่างการ Spin-off EP เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ และการลงทุนในธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ ภายใต้ชื่อ บริษัท ไทยคอนซูมเมอร์ ดิสทริบิวชั่นเซ็นเตอร์ จำกัด (“TCDC”) และ บริษัท แอ็คคอมพลิช เวย์ โซลูชั่น จำกัด (“AWH”) รวมถึงการเข้าลงทุนในธุรกิจสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ ภายใต้ชื่อ บริษัท มันทรา แอสเซ็ท จำกัด (“MANTRA”) นอกจากนี้บริษัทได้ขยายการลงทุนในธุรกิจสื่อโฆษณาเพิ่มเติม เพื่อสร้างเครือข่ายสื่อโฆษณาครบวงจรทั่วประเทศ ซึ่งจะช่วยทำให้การวางแผนสื่อสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างและมีผลต่อโอกาสการเติบโตของเม็ดเงินโฆษณาอย่างชัดเจน โดยการเข้าลงทุนในบริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด (“BW”) ซึ่งจะสามารถทำให้ธุรกิจสื่อโฆษณาของกลุ่มบริษัท สามารถสร้างเครือข่ายสื่อโฆษณา LED ครบวงจรทั่วประเทศอย่างรวดเร็ว

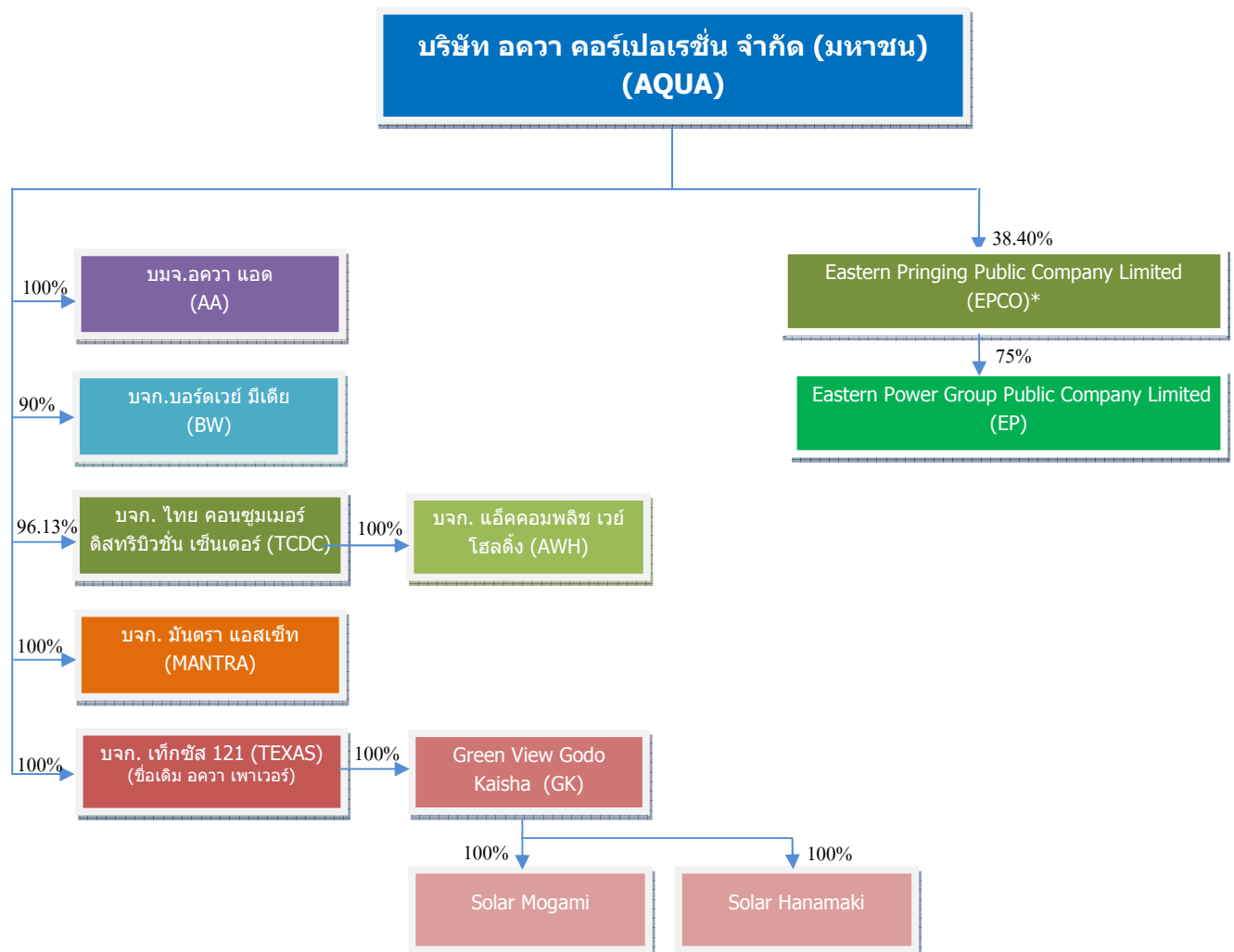
การแบ่งการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท มีดังนี้



**หมายเหตุ** \* อยู่ระหว่างการเสนอขายเงินลงทุนเพื่อยุติการดำเนินธุรกิจพลังงานทดแทน

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีบริษัทย่อยและบริษัทร่วม รวมทั้งหมด 6 บริษัท อย่างไรก็ตามเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2560 บริษัทฯ ได้เข้าลงทุนในบริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด ทำให้โครงสร้างการถือหุ้นของกิจการเป็นดังนี้



\* โครงสร้างการถือหุ้นของ EPCO สามารถพิจารณาได้จาก 56-1 ของ EPCO

รายละเอียดเกี่ยวกับบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ดังนี้

**บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) (“AA”)**

- **สัดส่วนการถือหุ้น**  
บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 100%
- **ลักษณะการประกอบธุรกิจ**  
ประกอบธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่ติดตั้งป้ายโฆษณา จัดหาพื้นที่ รับจ้างผลิตและติดตั้งงานโฆษณาประเภทต่าง ๆ โดยเน้นสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่ ประเภทบิลบอร์ด (Billboard)
- **ข้อมูลสำคัญทางการเงิน**

หน่วย : ล้านบาท	ปี 2559	ปี 2558	ปี 2557
สินทรัพย์รวม	607.44	593.76	598.65
หนี้สินรวม	91.22	100.78	134.85
ส่วนของผู้ถือหุ้น	516.22	492.98	463.80
รายได้รวม	312.42	318.12	318.12
กำไรสุทธิ	43.87	49.40	38.44
กำไรสุทธิต่อหุ้น	0.1074	0.1222	0.0947
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น	0.075	0.05	0.05

**บริษัท บอร์เวย์ มีเดีย จำกัด (“BW”)**

- **สัดส่วนการถือหุ้น**  
บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 90% (โดยเข้าลงทุนเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2560)
- **ลักษณะการประกอบธุรกิจ**  
ประกอบธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่ป้ายโฆษณานอกบ้าน (Out of Home Media) ทั้งในรูปแบบป้าย Billboard และป้ายไฟฟ้า LED
- **ข้อมูลสำคัญทางการเงิน**

หน่วย : ล้านบาท	9 เดือน ปี 2559	ปี 2558	ปี 2557
สินทรัพย์รวม	471.63	288.07	232.43
หนี้สินรวม	284.96	134.70	144.11
ส่วนของผู้ถือหุ้น	186.67	153.37	88.32
รายได้รวม	172.37	203.06	9.14
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	33.30	65.05	(6.27)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิต่อหุ้น	33.97	66.37	(6.40)
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น	-	-	-

หมายเหตุ งบการเงินประจำปี 2559 อยู่ระหว่างการตรวจสอบและรับรองโดยผู้สอบบัญชีของ BW



**บริษัท ไทย คอนซมเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด (“TCDC”)**

• **สัดส่วนการถือหุ้น**

บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 96.13% และบาเทม โฮลดิ้งส์ จำกัด ถือหุ้นในสัดส่วน 3.87%

• **ลักษณะการประกอบธุรกิจ**

ประกอบธุรกิจหลักทางด้านคลังสินค้าให้เช่าและให้บริการ โดยลูกค้าหลักของ TCDC ในปัจจุบันได้แก่ กลุ่มบริษัท ยูนิลีเวอร์ โดยมีคลังสินค้าให้เช่าจำนวน 2 คลัง คิดเป็นพื้นที่ให้เช่า 108,800 ตารางเมตรโดยประมาณ บนพื้นที่ดิน ขนาด 211-0-25 ไร่ ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 39, 39/1 หมู่ 11 ถนน ร.พ.ช. หนามแดง-คลองประเวศบุรีรมย์ ถนนสุวินทวงศ์ (ทล.304) ตำบลคลองเปิ้ง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา

• **ข้อมูลสำคัญทางการเงิน**

**งบเฉพาะกิจการ**

หน่วย : ล้านบาท	ปี 2559	ปี 2558	ปี 2557(*) (1 กค. 57 - 31 ธค. 57)
สินทรัพย์รวม	2,893.09	2,960.94	2,759.25
หนี้สินรวม	1,740.20	1,909.96	1,932.64
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,152.89	1,050.98	826.61
รายได้รวม	256.07	305.67	331.50
กำไรสุทธิ	136.30	153.12	228.94
กำไรสุทธิต่อหุ้น(**)	80.46	98.31	227.38
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น	5.00	20.00	-

**งบการเงินรวม**

หน่วย : ล้านบาท	ปี 2559	ปี 2558 (**)
สินทรัพย์รวม	3,165.96	3,232.18
หนี้สินรวม	1,989.77	2,178.57
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,176.18	1,053.62
รายได้รวม	302.16	311.29
กำไรสุทธิ	156.95	155.76
กำไรสุทธิต่อหุ้น(***)	92.65	100.00

**หมายเหตุ** (\*) ปี 2557 TCDC ได้เปลี่ยนวันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชีจากวันที่ 30 มิถุนายน เป็น วันที่ 31 ธันวาคม โดยเริ่มงวดบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2557 เป็นต้นไป ดังนั้น งบการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 จึงได้จัดทำสำหรับรอบระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2557 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2557

(\*\*) TCDC เริ่มจัดทำงบการเงินรวมตั้งแต่ปี 2558 จากการเข้าลงทุนใน AWH ในไตรมาสที่ 4/2558 โดย TCDC ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด

(\*\*\*) จำนวนหุ้นของ TCDC ที่นำมาใช้ในการคำนวณกำไรต่อหุ้น เป็นจำนวนหุ้นโดยวิธีถ่วงถ่วงน้ำหนัก ตามจำนวนเงินที่ได้รับจากการเพิ่มทุน โดย TCDC ได้รับชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนแล้วทั้งจำนวนในปี 2558

**บริษัท แอ็คคอมพลิช เวย์ โฮลดิ้ง จำกัด (“AWH”)**

● **สัดส่วนการถือหุ้น**

บริษัท ไทย คอนซุมเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด (TCDC) ถือหุ้นในสัดส่วน 100% โดยเข้าซื้อตั้งแต่วันที่ 11 พฤศจิกายน 2558 (TCDC เป็นบริษัทย่อยที่ AQUA ถือหุ้นร้อยละ 96.13)

● **ลักษณะการประกอบธุรกิจ**

ประกอบธุรกิจหลักทางด้านคลังสินค้าให้เช่าและให้บริการ โดยปัจจุบันบริษัทมีสัญญาให้เช่าและบริการคลังสินค้าให้แก่ลูกค้า จำนวน 2 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 100 ของพื้นที่ให้เช่าทั้งหมด (พื้นที่คลังสินค้า 13,845 ตารางเมตร) บนที่ดินขนาด 13-1-74 ไร่ ตั้งอยู่ที่เลขที่ 342 หมู่ 2 ตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยลูกค้าหลักของ AWH ได้แก่

1. Agility : บริษัท อจิลิตี้ จำกัด อยู่ในเครือ Agility ซึ่งเป็นผู้ประกอบการลอจิสติกส์ที่ใหญ่ที่สุดในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จัดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ออสเตรเลีย และดูแลครอบคลุมการขนส่งใน 100 ประเทศทั่วโลก ด้วยพนักงานกว่า 20,000 คน และมีลูกค้าประมาณ 65,000 ราย และมีรายได้กว่า 48,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
2. Ceva : CEVA Logistics (Thailand) Ltd. อยู่ในเครือ CEVA ซึ่งเป็นผู้ประกอบการลอจิสติกส์ชั้นนำของโลก มีเครือข่ายขนส่งที่ครอบคลุม 170 ประเทศ ด้วยพนักงานกว่า 42,000 คน สำหรับในประเทศไทย มีพนักงานกว่า 3,000 คน และมีคลังสินค้าในเครือทั่วประเทศ 38 แห่ง รวมเนื้อที่ให้บริการคลังสินค้าประมาณ 700,000 ตรม.

● **ข้อมูลสำคัญทางการเงิน**

หน่วย : ล้านบาท	ปี 2559	ปี 2558 (*) (1 กค.58 - 31 ธค. 58)	ปี 2558 (สิ้นสุดวันที่ 30 มิย. 58)
สินทรัพย์รวม	423.19	414.00	353.12
หนี้สินรวม	257.14	268.61	267.34
ส่วนของผู้ถือหุ้น	166.05	145.39	85.78
รายได้รวม	53.01	85.48	47.55
กำไรสุทธิ	25.16	59.61	23.75
กำไรสุทธิต่อหุ้น	55.91	132.47	52.78
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น	20.00	10.00	-

**หมายเหตุ** (\*) ปี 2558 AWH ได้เปลี่ยนวันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชีจากวันที่ 30 มิถุนายน เป็น วันที่ 31 ธันวาคม โดยเริ่มงวดบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 เป็นต้นไป ดังนั้น งบการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 จึงได้จัดทำสำหรับรอบระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2558 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2558

**บริษัท มันทรา แอสเซ็ท จำกัด (“MANTRA”)**

● **สัดส่วนการถือหุ้น**

บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 100%

● **ลักษณะการประกอบธุรกิจ**

ประกอบธุรกิจขายและให้เช่าเครื่องดนตรีซึ่งส่วนใหญ่เป็นรถรับจ้างสาธารณะ (รถแท็กซี่) เช่นเดียวกับบริษัท และเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2550 มีนโยบายหยุดการให้สินเชื่อเช่าซื้อ เนื่องจากไม่คุ้มต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ปัจจุบันพอร์ตลูกหนี้เกือบทั้งหมดของบริษัทย่อย ได้พิจารณาตัดหนี้สูญเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง หากภายหลังลูกหนี้ชำระเงินให้กับบริษัทย่อย บริษัทย่อยจะรับเงินและบันทึกเป็นรายได้หนี้สูญรับคืน ส่วนลูกหนี้ที่ยังไม่ตัดหนี้สูญบริษัทย่อยได้ตั้งสำรองหนี้

สงสัยจะสูญไว้ทั้งจำนวนแล้ว และในไตรมาสที่ 1/2559 MANTRA ได้เข้าซื้อที่ดินที่จังหวัดเชียงใหม่และก่อสร้างสิ่งปลูกสร้าง พร้อมเฟอร์นิเจอร์เพื่อให้บริษัท เดอะ เคบิน เชียงใหม่ จำกัด เข้าเพื่อดำเนินธุรกิจฟื้นฟูสุขภาพ (Retreatment Center)

• ข้อมูลสำคัญทางการเงิน

หน่วย : ล้านบาท	ปี 2559	ปี 2558	ปี 2557
สินทรัพย์รวม	215.49	18.63	17.96
หนี้สินรวม	197.72	0.02	0.02
ส่วนของผู้ถือหุ้น	17.77	18.61	17.94
รายได้รวม	0.32	1.50	1.28
กำไรสุทธิ	0.16	1.12	0.51
กำไรสุทธิต่อหุ้น	0.16	1.12	0.51
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น	-	1.00	0.45

**บริษัท เท็กซัส 121 จำกัด (TEXAS 121) (ชื่อเดิม บริษัท อควา เพาเวอร์ จำกัด)**

• สัดส่วนการถือหุ้น

บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 100%

• ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ประกอบธุรกิจพลังงานและพลังงานทดแทนในประเทศและต่างประเทศ โดยมีการลงทุนในโครงการโรงไฟฟ้า พลังงานแสงอาทิตย์ 2 โครงการที่ประเทศญี่ปุ่น คือ

- (1) โครงการที่เมือง Mogami กำลังการผลิตตามสัญญา 1.935 เมกกะวัตต์ (กำลังการผลิตติดตั้ง 2.39 เมกกะวัตต์) บนที่ดินเช่าเนื้อที่ 55,122 ตารางเมตร
- (2) โครงการที่เมือง Hanamaki กำลังการผลิตตามสัญญา 1.935 เมกกะวัตต์ (กำลังการผลิตติดตั้ง 2.32 เมกกะวัตต์) บนที่ดินเช่าเนื้อที่ 37,346 ตารางเมตร

กำลังการผลิตรวม 3.87 เมกกะวัตต์ (กำลังการผลิตติดตั้ง 4.71 เมกกะวัตต์) รวมมูลค่า 1,526 ล้านบาท หรือประมาณ 455 ล้านบาท โดยทั้งสองโครงการมีหนังสือแจ้งผลการพิจารณาซื้อขายไฟฟ้าที่ผลิตจากพลังงานแสงอาทิตย์ให้กับทางหน่วยงานที่รับซื้อไฟฟ้าในพื้นที่ดังกล่าว เป็นระยะเวลา 20 ปี นับจากวัน COD ในอัตราซื้อขายไฟฟ้าแบบ feed-in tariff (FIT) หน่วยละ 36 บาท

ในไตรมาสที่ 4/2559 บริษัทได้แจ้งการจำหน่ายเงินลงทุนใน TEXAS 121 และโครงการโรงไฟฟ้าในประเทศญี่ปุ่นให้แก่บริษัท แมกซ์ เมทิล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“MAX”) ทั้งนี้ การทำรายการเข้าซื้อกิจการของผู้ซื้อ (MAX) อยู่ระหว่างการตรวจสอบสภาพกิจการและเสนออนุมัติต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น ต่อมาเมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2560 MAX แจ้งยกเลิกการเข้าซื้อเงินลงทุนใน TEXAS 121 อย่างไรก็ตามเพื่อเป็นประโยชน์กับบริษัท อีสเทอร์น พาวเวอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (EP) (EP เป็นบริษัทย่อยของ EPCO ที่ EPCO ถือหุ้นร้อยละ 75 และบริษัทถือหุ้น EPCO ร้อยละ 38.40) ที่จะสามารถเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้อันจะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับ EPCO บริษัทฯยังคงนโยบายการยุติการดำเนินการธุรกิจในด้านพลังงานแสงอาทิตย์และพลังงานทดแทนเพื่อจัดการผลประโยชน์ที่เกิดจากการทำธุรกิจพลังงาน ซึ่งถือว่าเป็นธุรกิจเดียวกันกับ EP โดยบริษัทจะดำเนินการเพื่อเจรจาหาผู้ลงทุนรายใหม่ต่อไป

**บริษัท โรงพิมพ์ ตะวันออก จำกัด (มหาชน)**

- **สัดส่วนการถือหุ้น**  
บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 38.40% และการถือหุ้นส่วนที่เหลือของ EPCO สามารถดูได้ที่ Website ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเนื่องจาก EPCO เป็นบริษัทจดทะเบียน
- **ลักษณะการประกอบธุรกิจ**  
ประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้ผลิตสิ่งพิมพ์ และดำเนินธุรกิจโรงพิมพ์ในลักษณะครบวงจร โดยให้บริการตั้งแต่ การวางแผนการผลิตจนกระทั่งเข้าเล่มเป็นสิ่งพิมพ์สำเร็จรูป และเมื่อปลายปี 2554 EPCO ได้ขยายการลงทุนในธุรกิจพลังงานทดแทนจากการลงทุนก่อสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ณ ปัจจุบันสามารถสรุปโครงการโรงไฟฟ้าของกลุ่ม EPCO มีดังนี้

**โครงการโรงไฟฟ้าโดยใช้พลังงานความร้อนร่วม (Co-Generation Combined Power Plant) ประกอบด้วย**

ลำดับ	ชื่อโครงการ	ขนาดกำลังการผลิต (เมกะวัตต์)	ไอน้ำ (ตัน / ชั่วโมง)	ที่ตั้งโครงการ	เริ่มจำหน่ายไฟฟ้า (COD)
1	PPTC	120	30	เขตนิกมอุตสาหกรรมลาดกระบัง	29 มี.ค. 59
2	SSUT	240	60	เขตนิกมอุตสาหกรรมบางปู	โรงงานที่ 1 : 29 ธ.ค. 59 โรงงานที่ 2 : 3 ธ.ค. 59
รวม		360	90		

**โครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ประเภท Solar Farm ขนาดกำลังการผลิตรวม 15 เมกะวัตต์ :-**

โครงการ	คู่สัญญา	ที่ตั้งโครงการ		วันที่ลงนาม ในสัญญา	กำลังการผลิต เสนอขาย (MW)	วันเริ่มจ่ายไฟฟ้า ในเชิงพาณิชย์ (COD)
		อำเภอ	จังหวัด			
JKR	JKR-กฟภ.	บ่อพลอย	กาญจนบุรี	7 ก.ย. 52	5	15 ต.ค. 55
RPV	RPV-กฟภ.	บ่อพลอย	กาญจนบุรี	7 ก.ย. 52	5	15 ต.ค. 55
LOBURI	LOBURI-กฟภ.	โคกสำโรง	ลพบุรี	26 ก.ย. 54	5	4 ก.พ. 57
PRACHIN	PS-กฟภ.	เมืองปราจีนบุรี	ปราจีนบุรี	22 ส.ค. 59	5	1 ก.พ. 60

**โครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา ขนาดกำลังการผลิตรวมประมาณ 1.5 เมกะวัตต์ :-**

โครงการ	คู่สัญญา	ที่ตั้งโครงการ		วันที่ลงนาม ในสัญญา	กำลังการผลิต เสนอขาย (W)	วันเริ่มจ่ายไฟฟ้า ในเชิงพาณิชย์ (COD)
		อำเภอ	จังหวัด			
KMC994	EPCOG-กฟน.	กิ่งบางเสาธง	สมุทรปราการ	7 พ.ย. 56	214.8	18 ก.ย. 57
KMC995	EPCOG-กฟน.	กิ่งบางเสาธง	สมุทรปราการ	1 พ.ย. 56	214.8	18 ก.ย. 57

โครงการ	คู่สัญญา	ที่ตั้งโครงการ		วันที่ลงนาม ในสัญญา	กำลังการผลิต เสนอขาย (W)	วันเริ่มจ่ายไฟฟ้า ในเชิงพาณิชย์ (COD)
		อำเภอ	จังหวัด			
KMC996	EPCOG-กฟน.	กิ่งบางเสาธง	สมุทรปราการ	30 ต.ค. 56	214.8	18 ก.ย. 57
KMC9911	EPCOG-กฟน.	กิ่งบางเสาธง	สมุทรปราการ	26 พ.ย. 56	214.8	18 ก.ย. 57
KMC9915	EPCOG-กฟน.	กิ่งบางเสาธง	สมุทรปราการ	7 พ.ย. 56	214.8	18 ก.ย. 57
EPCO B2	EPCOG-กฟน.	เขตหลักสี่	กทม.	26 พ.ย. 56	237.16	28 เม.ย. 58
EPCO B3	EPCOG-กฟน.	เขตหลักสี่	กทม.	4 พ.ย. 56	64.68	30 เม.ย. 58
TYT K	EPCOG-กฟน.	เขตจตุจักร	กทม.	4 พ.ย. 56	129.36	10 มิ.ย. 58

โครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ประเทศญี่ปุ่น :-

โครงการ	บริษัทผู้พัฒนาและ ดำเนินโครงการ	FIT Price (JPY/kWh)	Approval Capacity (MW)	Installation Capacity (MW)	Construction start date	Expected COD
KURIHARA	Premier Solution Co., Ltd	36	12.24	12.611	ส.ค. 2559	พ.ค. 2560
KURIHARA	Premier Solution Co., Ltd	40	9.52	12.287	ส.ค. 2559	ก.ย. 2560
KYOTO	Godo Kaisha Green Energy	32	9.99	11.988	ก.พ. 2559	พ.ย. 2559
SHICHIKASHUKU 1-2	Deneb	36	3.465	4.4075	ไตรมาส 4/2559	มิ.ย. 2560

● ข้อมูลสำคัญทางการเงิน (งบการเงินรวม)

หน่วย : ล้านบาท	ปี 2559	ปี 2558	ปี 2557
สินทรัพย์รวม	7,205.70	2,578.54	2,679.52
หนี้สินรวม	4,768.95	1,197.56	1,296.96
ส่วนของผู้ถือหุ้น	2,436.75	1,380.98	1,382.56
รายได้รวม	881.15	889.96	896.28
กำไรสุทธิ	135.73	247.32	225.43
กำไรสุทธิต่อหุ้น	0.16	0.34	0.35
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น(*)	0.16	0.22	0.32

หมายเหตุ (\*) EPCO ประกาศจ่ายปันผลจากการดำเนินงานของแต่ละปีดังนี้

ปี 2559 จ่ายปันผลเป็นเงินสดหุ้นละ 0.12 บาท และเป็นหุ้นสามัญในอัตรา 25 หุ้นเดิม ต่อ 1 หุ้นปันผล หรือคิดเป็นอัตราการจ่ายหุ้นปันผลในอัตราหุ้นละ 0.04 บาท

ปี 2558 จ่ายปันผลเป็นเงินสดหุ้นละ 0.18 บาท และเป็นหุ้นสามัญในอัตรา 25 หุ้นเดิม ต่อ 1 หุ้นปันผล หรือคิดเป็นอัตราการจ่ายหุ้นปันผลในอัตราหุ้นละ 0.04 บาท

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างรายได้จากการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย ตั้งแต่ปี 2557-2559 สามารถจำแนกตามกลุ่มธุรกิจได้ดังนี้

ประเภทรายได้	2557		2558		2559	
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%
<b>1. รายได้จากธุรกิจซื้อขายโฆษณา</b>						
1.1 รายได้ค่าโฆษณา	255.32	33.07	258.56	34.52	250.06	36.59
1.2 รายได้ค่าจ้างทำของ	53.60	6.94	54.77	7.31	56.90	8.33
<b>รวม</b>	<b>308.92</b>	<b>40.02</b>	<b>313.33</b>	<b>41.83</b>	<b>306.96</b>	<b>44.92</b>
<b>2. รายได้จากธุรกิจคลังสินค้า</b>						
2.1 รายได้ค่าบริการและให้เช่าคลังสินค้า	96.11	12.45	248.60	33.19	286.01	41.85
2.2 กำไรจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ดินในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	243.40	31.53	46.95	6.27	-	-
<b>รวม</b>	<b>339.51</b>	<b>43.98</b>	<b>295.55</b>	<b>39.46</b>	<b>286.01</b>	<b>41.85</b>
<b>3. ส่วนแบ่งกำไรจากบริษัทร่วม</b>						
3.1 EPCO	85.14	11.03	94.91	12.67	45.60	6.67
<b>รวม</b>	<b>85.14</b>	<b>11.03</b>	<b>94.91</b>	<b>12.67</b>	<b>45.60</b>	<b>6.67</b>
<b>4. รายได้อื่น :</b>						
4.1 หนี้สูญรับคืน	3.00	0.39	3.29	0.44	3.15	0.46
1.2 รายได้ดอกเบี้ยสุทธิ	0.73	0.09	0.17	0.02	0.41	0.06
4.3 รายได้ดอกเบี้ยรับ	25.19	3.26	23.25	3.10	20.36	2.98
4.4 อื่นๆ	9.46	1.23	18.58	2.48	20.93	3.06
<b>รวม</b>	<b>38.38</b>	<b>4.97</b>	<b>45.29</b>	<b>6.04</b>	<b>44.85</b>	<b>6.56</b>
<b>รวมรายได้</b>	<b>771.95</b>	<b>100.00</b>	<b>749.08</b>	<b>100.00</b>	<b>683.42</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ 1. การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท ตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นมา

- 1.1 ธุรกิจซื้อขายโฆษณา ภายใต้ บมจ. อควา แอด สัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 74 ของทุนชำระแล้ว อควาเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นจาก 74% เป็น 100% เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2559
- 1.2 ธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการภายใต้ ในบจ. ไทย คอนซูมเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ ที่บริษัทเข้าลงทุนเมื่อเดือนมิถุนายน 2557 ในสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 69 ของทุนจดทะเบียน
2. ปลายปี 2558 บจ. ไทย คอนซูมเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 96.13%) ได้เข้าซื้อหุ้นสามัญของ บริษัท แอ็คคอมพลิชเวีย โฮลดิ้ง จำกัดในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว

## 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

### ธุรกิจเช่าซื้อ

ในอดีตที่ผ่านมา บริษัทดำเนินธุรกิจขายเช่าซื้อสินค้าชื่อ “ไคสตาร์” ประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน เครื่องใช้สำนักงาน รถจักรยานยนต์ และอื่นๆ พร้อมบริการก่อนและหลังการขายถึงบ้านให้แก่ กลุ่มลูกค้ารายย่อยระดับกลาง-ล่าง ที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ ต่อมา ณ วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2550 บริษัทฯ มีนโยบายหยุดการให้สินเชื่อเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า และรถจักรยานยนต์สาธารณะ(รถแท็กซี่) เนื่องจากไม่คุ้มต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ปัจจุบันพอร์ตลูกหนี้เกือบทั้งหมดของบริษัท ได้พิจารณาตัดหนี้สูญเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง หากภายหลังลูกหนี้ชำระเงินให้กับบริษัท บริษัทจะรับเงินและบันทึกเป็นรายได้หนี้สูญรับคืน ส่วนลูกหนี้ที่ยังไม่ตัดหนี้สูญบริษัทได้ตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญไว้ทั้งจำนวนแล้ว

### ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อ

ลูกหนี้จากการดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อย ประกอบด้วยลูกหนี้เช่าซื้อ 7 ประเภทหลัก และมีมูลค่าคงเหลือ ณ วันสิ้นปี ดังนี้

ประเภทลูกหนี้	2559		2558		2557	
	ด้านบาท	ร้อยละ	ด้านบาท	ร้อยละ	ด้านบาท	ร้อยละ
อุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้า						
- รายย่อย	-	-	-	-	92.81	42.54
- ตัวแทน	-	-	-	-	65.25	29.91
รถยนต์						
- ลูกหนี้สัญญาเช่าซื้อรถยนต์	0.27	7.05	0.27	5.21	1.41	0.65
- ลูกหนี้โอนสิทธิตามสัญญาเช่าซื้อ	-	-	-	-	-	-
- ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าทางการเงิน	3.56	92.95	4.91	94.79	5.43	2.49
โทรศัพท์สาธารณะ	-	-	-	-	50.88	23.32
เงินให้กู้ยืม	-	-	-	-	2.38	1.09
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>3.83</b>	<b>100.00</b>	<b>5.18</b>	<b>100.00</b>	<b>218.16</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ ลูกหนี้ตามตารางข้างต้น บริษัทได้ตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญไว้ทั้งจำนวนแล้ว

### 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
- ❖ ตัวอักษรมีทั้งแบบลักษณะตัวกล่องอะคริลิก ตัวกล่องโลหะ หรือกล่องโลหะติดสติ๊กเกอร์ หรือเขียนลงบนพื้นวัสดุอื่นๆ การยึดชิ้นงานระหว่างพื้นป้ายกับตัวอักษรมีทั้งแบบเชื่อมร้อยเป็นนอตสกรู
- ❖ ส่วนฐานรากสักระยะติดด้วยเหล็กเส้นตามแบบแปลนที่วิศวกรได้ออกแบบไว้อย่างเหมาะสมกับการรับน้ำหนัก เพื่อความปลอดภัยกับในบริเวณที่ใกล้เคียง
- ❖ กลุ่มบริษัทได้มีการพัฒนารูปแบบโครงสร้างให้มีความหลากหลาย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเจ้าของสินค้า โดย Billboard สามารถแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบได้แก่ โครงสร้างเสาเดี่ยว (Mono Pole), โครงสร้างเสาคู่ (Double Column) และโครงสร้างเหล็กฉากถักใยแมงมุม (Steel Truss) ซึ่งโครงสร้างเสาเดี่ยวและโครงสร้างเสาคู่ เป็นรูปแบบป้ายโฆษณาขนาดมาตรฐานที่ใช้เพื่อติดตั้งได้ในพื้นที่ ก่อสร้าง ที่จำกัด ในขณะที่โครงสร้างเหล็กฉากถักใยแมงมุม ป้ายโฆษณาจะมีขนาดป้ายและการใช้พื้นที่เพิ่มขึ้น สำหรับพื้นที่ก่อสร้างโครงป้ายโฆษณา (Billboard) กลุ่มบริษัทได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่โดยมีระยะเวลาสัญญาประมาณ 1-3 ปี

ณ วันสิ้นปี 2557 – 2559 กลุ่มบริษัทมีโครงป้ายโฆษณาประเภท Billboard แบ่งตามจุดติดตั้ง ดังนี้

จุดติดตั้ง	จำนวนโครงป้าย (แห่ง)		
	ปี 2559	ปี 2558	ปี 2557
ริมถนนสายหลักในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล	129	102	109
ริมถนนสายหลักในต่างจังหวัด	41	31	33
รวม	170	133	142
อัตราการใช้งานเฉลี่ย (%)	59.55	54.62	61.86

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังมีสื่อโฆษณาประเภทอื่น ๆ ที่สามารถให้บริการได้ ได้แก่

- Tri-Vision

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



ยังเป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้ลูกค้าได้มีโอกาสเลือกใช้ให้เหมาะสมกับประเภทของกิจการ

- Platform Lable

เป็นงานสื่อโฆษณาที่เพิ่มความสวยงามให้กับตัวอาคาร หรือสถานที่อื่นๆ โดยใช้วัสดุที่มีความแข็งแรงทนทาน อายุการใช้งานยาวนาน สร้างความโดดเด่น และเป็นที่น่าจดจำ

- Banner

เป็นรูปแบบของสื่อโฆษณากลางแจ้งอีกชนิดหนึ่งที่มีความนิยม เพราะมีความสะดวกรวดเร็วในการติดตั้ง และเคลื่อนย้ายง่ายในการดูแลรักษามีสีสันที่สดใส เป็นสื่อโฆษณาที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทุกจุด และเห็นได้ชัดประหยัดงบประมาณ เป็นที่นิยมของเจ้าของธุรกิจทั้งใหญ่และเล็ก ใช้วัสดุ ผ้าโพลีเอสเตอร์ ผ้าใบนิล ผ้าไวนิล ผ้าคุณลอน ใช้เขียนหรือพิมพ์สกรีน

- Light Box

เป็นสื่อโฆษณาที่เน้นให้เห็นสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ในช่วงเวลาค่ำคืน หรือในสถานที่ในร่มเพราะว่ามีหลอดไฟ ที่ให้ความสว่างทะลุผ่านอะคลิริก ซึ่งเป็นจุดสนใจของกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างดี สามารถเห็นได้ง่าย ช่วงเวลาค่ำคืน โครงตู้ (FRAME) เป็นวัสดุประเภทสังกะสีหรือสแตนเลส ภายในเพิ่มแสงสว่างด้วยหลอดฟลูออเรสเซนต์

พื้นที่ป้ายใช้แผ่นอะคลิริกหรือไวนิล ตัวอักษรหรือโลโก้เลือกใช้โพลีอะคลิริก (สติ๊กเกอร์) ซิลค์สกรีน หรือ ตัดแผ่นสีตามแบบ

- Neon Light

ผลิตป้ายสื่อโฆษณาประเภทป้ายนีออนดัด (NEON LIGHT) ซึ่งเป็นสื่อที่ต้องการความโดดเด่นในยามค่ำคืน ก่อให้เกิดความหลากหลายในด้านสื่อโฆษณาอย่างมาก และมีความปลอดภัยสูง มีมาตรฐานตลอดทุกชิ้นงาน และดึงดูดสายตาของผู้ที่ผ่านไปมาให้ได้มากที่สุด

- LCD / LED

สื่อโฆษณาประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสื่อโฆษณาที่ให้ทั้งอารมณ์และความรู้สึกรู้สึกจากการเคลื่อนไหวและการออกเสียงของภาพโฆษณา สร้างจุดสนใจให้กับผู้พบเห็นได้เป็นอย่างดี และมีความโดดเด่นในยามค่ำคืน และเป็นที่นิยมในปัจจุบัน

### ธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ

กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการที่พัฒนาขึ้นตามความต้องการของลูกค้า (Built-to-Suit) ที่ส่วนมากจะเป็นโครงการขนาดใหญ่เพียงอย่างเดียว และแผนงานต่อไปจะเริ่มพัฒนาให้บริการคลังสินค้าที่สร้างแบบสำเร็จรูป (Ready Built) เพื่อให้บริการทั้งในรูปแบบ Built-to-Suit เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าหลักบางกลุ่ม และแบบ Ready Built เพื่อรองรับฐานลูกค้ากลุ่มใหม่และเพื่อการดำเนินธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของตลาดได้ทันทั่วถึง

#### รายละเอียดของโครงการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 ดังนี้

อาคารคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า	ที่ตั้งโครงการ	สถานะ	อัตราการใช้ (%)	พื้นที่เช่ารวม (ตรม.)
แห่งที่ 1	ตำบลคลองปรัง อำเภอมะนัง จังหวัดยะลา	รับรู้รายได้แล้ว	100	47,000
แห่งที่ 2	ตำบลคลองปรัง อำเภอมะนัง จังหวัดยะลา	รับรู้รายได้แล้ว	100	61,800
แห่งที่ 3	ตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	รับรู้รายได้แล้ว	100	4,525
แห่งที่ 4	ตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	รับรู้รายได้แล้ว	100	9,320
รวม				122,645

## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

### อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและภาวะการแข่งขันและผู้ประกอบการธุรกิจเข้าซื้อ

เนื่องจากบริษัทได้หยุดให้สินเชื่อเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า และอื่นๆ ตั้งแต่ปี 2550 ตามที่แจ้งไว้ข้างต้นแล้ว บริษัทพิจารณาแล้วว่า ข้อมูลส่วนนี้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน และการเปิดเผยข้อมูลในส่วนนี้อาจจะไม่สะท้อนให้เห็นถึงสถานการณ์ที่แท้จริงได้ จึงยกเลิกการเปิดเผยข้อมูลในส่วนนี้

### ธุรกิจให้บริการและผลิตตู้ปายโฆษณา

#### กลยุทธ์การแข่งขัน

##### 1. การหาพื้นที่ติดตั้งตู้ปายโฆษณาที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ

ในการจัดหาพื้นที่ติดตั้งและผลิตตู้ปายโฆษณาแต่ละประเภท บริษัทมีการดำเนินการดังต่อไปนี้

- 1.1 ทำการศึกษาและวิจัยเพื่อหาพื้นที่ที่มีศักยภาพในการลงทุนติดตั้งตู้ปายโฆษณา โดยปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการประกอบการพิจารณา ได้แก่
  - ปริมาณของยานพาหนะที่วิ่งผ่านพื้นที่
  - ความดึงดูดสายตาของพื้นที่ติดตั้ง
  - ความหนาแน่นของป้ายบริเวณพื้นที่ติดตั้ง
- 1.2 เมื่อกำหนดจุดติดตั้งตู้ปายโฆษณาที่มีศักยภาพได้แล้ว จะติดต่อเช่าพื้นที่ เพื่อติดตั้งโครงปายโฆษณา
- 1.3 หลังจากนั้น ฝ่ายวิศวกรรมและก่อสร้างจะออกแบบโครงสร้างตู้ปายโฆษณาให้เหมาะสมกับพื้นที่โดยไม่ขัดกับหลักเกณฑ์การก่อสร้างป้ายโฆษณาตามเทศบัญญัติ การควบคุมอาคารของกรุงเทพมหานคร หรือหน่วยงานของกรมโยธาธิการในท้องถิ่นนั้นๆ
- 1.4 ขึ้นแบบขอติดตั้งตู้ปายโฆษณาต่อหน่วยงานราชการในเขตพื้นที่นั้นๆ
- 1.5 หลังจากแบบโครงสร้างได้รับการอนุญาตจากเขตแล้ว กลุ่มบริษัทจะให้บริษัทผู้รับเหมาก่อสร้างเป็นผู้ทำการก่อสร้างหรือผลิตตู้ปายโฆษณาตามแบบที่ได้รับอนุญาต โดยในการก่อสร้างจะมีทีมงานวิศวกรของบริษัทเป็นผู้ตรวจสอบและควบคุมงาน
- 1.6 การให้ความสำคัญในเรื่องของเทคโนโลยี การสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าของตู้โฆษณา รวมถึง การเพิ่มประเภทตู้โฆษณา

บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของตู้โฆษณาที่มีอยู่ การสรรหานวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับตู้โฆษณา และสามารถสนองความต้องการของตลาดอย่างแท้จริง รวมทั้งดำเนินการสรรหาตู้โฆษณาประเภทอื่นๆ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้า โดยมีการศึกษาเทคโนโลยีต่างๆ จากตู้โฆษณาของต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ ทั้งจากการศึกษานิตยสารด้านโฆษณาชั้นนำในต่างประเทศ และการส่งทีมงานไปศึกษาดูงานตู้โฆษณาต่างประเทศ เพื่อนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เหมาะสม

##### 2. การผลิตงานที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า

บริษัทตระหนักว่างานที่มีคุณภาพจะสามารถสร้างความไว้วางใจที่ดีกับลูกค้า และก่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของชิ้นงานเป็นอย่างมาก โดยมีพันธมิตรที่ทำหน้าที่ในการผลิตภาพโฆษณา ซึ่งทำให้สามารถควบคุมคุณภาพของงานได้อย่างใกล้ชิด รวมทั้งการตรวจสอบคุณภาพของชิ้นงานทั้งในเรื่องของสินค้ารูปแบบ ให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

### 3. การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

บริษัทเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการให้บริการที่มีคุณภาพ รวดเร็ว และตรงตามสัญญาที่ได้ทำไว้กับลูกค้าแล้ว เพื่อสร้างความประทับใจและมอบความรู้สึกที่อบอุ่นให้กับลูกค้า บริษัท เตรียมพร้อมในการสร้างสรรค์กิจกรรมดี ๆ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ที่ดีแก่ลูกค้า เพื่อคอยย้ำ แบนด์และสร้างความเป็นหนึ่งในใจลูกค้าตลอดไป

#### 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 2557 – 2559 บริษัทมีสัดส่วนรายได้แยกตามประเภทลูกค้าได้ดังนี้

ปี	Agency			Direct			รายได้รวม
	ราย	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน(%)	ราย	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน(%)	
2559	61	121.39	39.55	112	185.57	60.45	306.96
2558	65	119.91	38.27	113	193.41	61.73	313.32
2557	55	125.17	40.52	117	183.75	59.48	308.92

และสัดส่วนลูกค้ารายใหญ่ 10 รายแรกของรายได้รวมใน 2557 - 2559 สามารถสรุปได้ดังนี้

	ปี 2559	ปี 2558	ปี 2557
รายได้ลูกค้า 10 รายแรก (ล้านบาท)	120.64	106.89	95.74
สัดส่วนรายได้ลูกค้า 10 รายแรกต่อรายได้รวม	39.30%	34.12%	30.99%

#### การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ในการจำหน่ายสื่อโฆษณาของบริษัท สามารถสรุปช่องทางการจำหน่ายได้ดังนี้

- ผ่านพนักงานขายของบริษัท บริษัทจะติดต่อกับลูกค้าที่มีศักยภาพในการใช้สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย เพื่อเสนอทางเลือกในการประชาสัมพันธ์สินค้าของลูกค้าและเป็นการแนะนำบริษัทต่อลูกค้า โดยบริษัทมีการจัดทำเอกสารประกอบการขายซึ่งอธิบายรายละเอียดโดยเบื้องต้นของสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลสู่กลุ่มลูกค้าเป็นไปอย่างสมบูรณ์ ถูกต้องและง่ายต่อการตัดสินใจ
- ผ่านสื่อโฆษณาของบริษัทเนื่องจากสื่อโฆษณาของบริษัทอยู่ภายนอกที่อยู่อาศัย จึงสามารถจัดเป็นช่องทางการจำหน่ายของบริษัทได้อีกทางหนึ่ง ลูกค้าของบริษัทโดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ติดต่อกับบริษัทจากการพบเห็นสื่อป้ายโฆษณาของบริษัท ซึ่งได้มีการระบุชื่อบริษัทและเบอร์โทรศัพท์ไว้
- ผ่านการเผยแพร่ข้อมูลบริษัทผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่

- เว็บไซต์ของบริษัท บริษัทมีการจัดทำเว็บไซต์ [www.aquacorp.co.th](http://www.aquacorp.co.th) เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร และสินค้าของบริษัท เพื่อให้ลูกค้าสามารถทราบถึงข้อมูลเบื้องต้นของบริษัทได้
- สื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ได้แก่ E-Mail
- สื่อทางสิ่งพิมพ์ต่างๆ

ช่องทางการจัดจำหน่ายเหล่านี้มีการจัดการบริหารงานอย่างมีระบบ เพื่อประโยชน์ในการจำหน่ายสื่อโฆษณาของบริษัท เป็นสำคัญ 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 รวมทั้งเป็นการจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจทำสัญญาระยะยาวขึ้น
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 2559 มีมูลค่าอยู่ที่ 1.08 แสนล้านบาท ลดลงจากปี 2558 อยู่ที่ 11.69% คิดเป็นมูลค่าที่ลดลง 14,279 ล้านบาท โดยสรุปเปรียบเทียบการใช้สื่อของปี 2558-2559 ได้ดังนี้

ประเภท	ปี 2559 (ล้านบาท)	%	ปี 2558 (ล้านบาท)	%	การเปลี่ยนแปลง (ล้านบาท)	การเติบโต (%)
สื่อโทรทัศน์	47,121	43.67	57,412	46.99	(10,291)	(17.92)
สื่อเคเบิล/ดาวเทียม	3,495	3.24	6,055	4.96	(2,560)	(42.28)
สื่อโทรทัศน์ดิจิทัล	20,393	18.90	20,931	17.13	(538)	(2.57)

ประเภท	ปี 2559 (ล้านบาท)	%	ปี 2558 (ล้านบาท)	%	การเปลี่ยนแปลง (ล้านบาท)	การเติบโต (%)
สื่อวิทยุ	5,262	4.88	5,675	4.64	(413)	(7.28)
สื่อหนังสือพิมพ์	9,843	9.12	12,323	10.09	(2,480)	(20.12)
สื่อนิตยสาร	2,929	2.71	4,268	3.49	(1,339)	(31.37)
สื่อโรงภาพยนตร์	5,445	5.05	5,133	4.20	312	6.08
<b>สื่อป้ายโฆษณา</b>	<b>5,665</b>	<b>5.25</b>	<b>4,190</b>	<b>3.43</b>	<b>1,475</b>	<b>35.20</b>
สื่อเคลื่อนที่	5,311	4.92	4,486	3.67	825	18.39
สื่อในร้านค้า (In store)	700	0.65	645	0.53	55	8.53
สื่ออินเทอร์เน็ต	1,731	1.60	1,058	0.87	673	63.61
รวม	107,896	100.00	122,175	100.00	(14,279)	(11.69)

แหล่งที่มาของข้อมูล The Nielsen Company (Thailand) ผ่านทาง Website สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย [www.adassothai.com](http://www.adassothai.com)

ในปี 2559 มูลค่าการใช้สื่อโดยรวมลดลง 11.69% จากปี 2558 โดยกลุ่มสื่อที่มีการเติบโต มี 5 สื่อ ประกอบด้วย สื่อโรงภาพยนตร์มูลค่า 5,445 ล้านบาท เติบโต 6.08% สื่อป้ายโฆษณา 5,665 ล้านบาท เติบโต 35.20% สื่อเคลื่อนที่ มูลค่า 5,311 ล้านบาท เติบโต 18.39% สื่อในร้านค้า (In store) มูลค่า 700 ล้านบาท เติบโต 8.53% และสื่ออินเทอร์เน็ต มูลค่า 1,731 ล้านบาท เติบโต 63.61%

โดยสื่อส่วนใหญ่อยู่ในภาวะลดลง ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ มูลค่า 47,121 ล้านบาท ลดลง 17.92% สื่อเคเบิล/ดาวเทียม มูลค่า 3,495 ล้านบาท ลดลง 42.28% สื่อโทรทัศน์ดิจิทัล มูลค่า 20,393 ล้านบาท ลดลง 2.57% สื่อวิทยุ มูลค่า 5,262 ล้านบาท ลดลง 7.28% สื่อหนังสือพิมพ์ มูลค่า 9,843 ล้านบาท ลดลง 20.12% และสื่อนิตยสาร มูลค่า 2,929 ล้านบาท ลดลง 31.37%

ในปี 2559 สถานการณ์การเมืองเริ่มผ่อนคลาย การเปิดใช้เส้นทางจราจรมากขึ้นทำให้สินค้าและแบรนด์ต่างๆ เริ่มกลับมาชิงบโฆษณาและสื่อสารการตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะสื่อป้ายโฆษณาในปี 2559 เติบโต 35.20% เป็นการเติบโตในระดับที่ 2 รองจากสื่ออินเทอร์เน็ต ที่เติบโต 63.61% จากปี 2558 อย่างไรก็ตามการเติบโตของสื่อโฆษณาในปี 2559 อาจจะถือว่ายังไม่เติบโต 100% จากเหตุการณ์สวรรคตของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช (รัชกาลที่ 9) ลูกค้ายางรถยนต์การใช้งบเพื่อโฆษณาสินค้าลงเพื่อให้ร่วมกันถวายความอาลัยต่อรัชกาลที่ 9

สำหรับปี 2560 คาดการณ์ว่า อุตสาหกรรมโฆษณาจะมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากปัจจัยทั้ง 3 ด้าน คือ 1. ผู้บริโภคใช้จ่ายเพิ่มขึ้นทำให้เงินหมุนเวียนในตลาดเพิ่มขึ้น 2. รัฐบาลใช้จ่ายงบโฆษณาเพิ่มขึ้นเพื่อกระตุ้นตลาดผู้บริโภค 3. การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือเออีซี (AEC) ที่จะเข้ามาส่งผลให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยมากขึ้น

ในปัจจุบันสื่อที่จะได้รับความสนใจเป็นอย่างมากคือ สื่อดิจิทัล เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคคนไทยมีไลฟ์สไตล์ชอบความเป็นส่วนตัวมากขึ้น แต่ต้องการสังคมในรูปแบบออนไลน์ควบคู่ไปด้วย สื่อดิจิทัล สื่อโซเชียล และสื่อโฆษณานอกบ้านในปัจจุบันจึงยังคงเติบโต ซึ่งนักการตลาดจำเป็นต้องตอบสนองเครื่องมือการตลาดให้ครอบคลุมผู้บริโภคทั้งหมด

ที่ผ่านมาสื่อออนไลน์ (Out of Home Media) ได้รับความสนใจจากนักการตลาดเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ แต่ทิศทางปัจจุบันไม่เป็นเช่นนั้นอีกต่อไป ด้วยการขยายตัวของเศรษฐกิจของ "หัวเมืองหลัก" ที่มีโครงสร้างพื้นฐานทั้งธุรกิจโมเดิร์นเทรด สนามบิน โครงการอสังหาริมทรัพย์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ใกล้เคียงกรุงเทพฯ อีกทั้งนโยบายเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นับเป็นปัจจัยหลักกระตุ้นการเติบโตของกลุ่ม "หัวเมืองรอง" อีกกว่า 10 จังหวัด ที่จะมีการขยายเศรษฐกิจเชื่อมโยงกับประเทศพื้นฐาน ส่งผลต่อเนื่องให้เกิดการขยายตัวของศูนย์การค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต ฟาสต์ฟู้ด ศูนย์ค้าเฟอร์นิเจอร์ เข้า

สู่พื้นที่หัวเมืองรองทั้งหมดล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคท้องถิ่นให้มีไลฟ์สไตล์ใกล้เคียงคนกรุง และแนวโน้มยังขยายตัวต่อเนื่อง จากปัจจัยหลักการเติบโตของสื่อนอกบ้านในต่างจังหวัด"หัวเมืองรอง" ทั่วประเทศ และมีกว่า 10 จังหวัด ที่จะขยับฐานะใกล้เคียงหัวเมืองหลัก

ปัจจัยดังกล่าวจะทำให้คนต่างจังหวัดมีกำลังซื้อสูง อีกทั้งการขยายตัวของโมเดิร์นเทรดสู่ต่างจังหวัด ส่งผลให้คนต่างจังหวัดจะใช้ชีวิตอยู่ในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ต่างจากเมืองกรุง ส่งผลให้สินค้าและแบรนด์ต้องวางกลยุทธ์สื่อสารกับผู้บริโภคผ่านสื่อนอกบ้านในพื้นที่ต่างจังหวัดมากขึ้นต่าง ๆ ในพื้นที่ต่างจังหวัด จะมีโอกาสเติบโตตามการพัฒนาของนโยบายเศรษฐกิจ โดยคาดว่าในช่วง 3 ปี จะเติบโตในอัตราเฉลี่ยปีละ 10-20% ต่อเนื่องทุกปี

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

### **ธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ**

#### **กลยุทธ์การแข่งขัน**

กลุ่มบริษัทฯ เริ่มจากเป็นผู้พัฒนาโครงการคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าที่สร้างขึ้นตามความต้องการของผู้เช่า (Built-to-Suit) โดยให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้เช่าในด้านการบริหารจัดการต้นทุน โลจิสติกส์ การใส่ใจและความเข้าใจในความต้องการและรูปแบบธุรกิจที่มีความเฉพาะเจาะจงของลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาออกแบบโครงการคลังสินค้าในลักษณะพิเศษ เลือกทำเลที่ตั้งให้สอดคล้องกับความต้องการ ส่งมอบโครงการอย่างตรงเวลา ภายใต้อัตราค่าเช่าที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้เช่ามั่นใจว่าการเช่าคลังสินค้าจากกลุ่มบริษัทฯ สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ ซึ่งส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจและให้ลูกค้ารายเดิมขอให้งานขยายโครงการคลังสินค้าขนาดใหญ่กว่าเดิมเพิ่มอีก 1 โครงการ พื้นที่เช่าเพิ่มจาก 47,000 ตารางเมตร เป็น 108,800 ตารางเมตร

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีแผนพัฒนาและขยายพื้นที่ให้เช่าอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากลูกค้าปัจจุบันและลูกค้ารายใหม่โดยจุดเด่นและกลยุทธ์ที่กลุ่มบริษัทฯ ใช้ในการแข่งขัน เป็นดังนี้

1. คุณภาพของโครงการคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า และการออกแบบที่ตรงกับความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของผู้เช่า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการด้านโลจิสติกส์ให้กับผู้เช่า
2. คุณภาพของคลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า สร้างแบบสำเร็จรูปสำหรับลูกค้าทั่วไป (Ready Built) เพื่อรองรับความต้องการขยายพื้นที่ของลูกค้าปัจจุบัน และตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั่วไป
3. บริการที่ครบวงจร
4. ประสิทธิภาพและความเชี่ยวชาญ
5. การเลือกสถานที่ตั้ง ที่เป็นจุดยุทธศาสตร์ด้านโลจิสติกส์ และสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้า ได้ในเรื่องค่าขนส่ง และระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งและกระจายสินค้า โดยการตัดสินใจเลือกสถานที่ตั้งนั้นจะเป็นกระบวนการตัดสินใจร่วมกันระหว่างผู้เช่าและกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งจะนำไปสู่ปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางตรงหรือทางอ้อม ระยะสั้นหรือระยะยาวที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของผู้เช่ามาพิจารณาประกอบกัน อาทิเช่น เส้นทางคมนาคม แหล่งสินค้า และสิทธิประโยชน์จากรัฐ เป็นต้น

## ลักษณะของลูกค้าเป้าหมาย

1. ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าจากทั้งในและต่างประเทศ ผู้เข้ากลุ่มนี้มีความต้องการอาคารคลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า เพื่อกระจายสินค้าไปยังลูกค้าและผู้บริโภคทั้งในเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล และภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย ตลอดจนในระหว่างภูมิภาคของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community หรือ AEC) ด้วย อาคารคลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า ที่อยู่ในความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้จะต้องสามารถตอบสนองความต้องการการใช้งานที่ซับซ้อนได้เต็มรูปแบบ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจและต้นทุนด้านโลจิสติกส์โดยรวมของผู้เข้ากลุ่มนี้

2. ผู้ประกอบธุรกิจการจัดการด้านโลจิสติกส์ (Third Party Logistics providers: 3PLs) โดยส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทชั้นนำจากต่างประเทศที่มีความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์โดยทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลการกระจายสินค้าและการขนส่งที่ไม่ใช่ธุรกิจหรือความสามารถหลักของบริษัทเจ้าของสินค้า โดยบริษัทเหล่านี้จะเป็นผู้ลงทุนในการสร้างเครือข่ายการกระจายสินค้านับตั้งแต่การจัดหาพาหนะขนส่ง การจัดหาลังสินค้า การจัดหาบุคลากรปฏิบัติงาน อุปกรณ์ และระบบสนับสนุนการปฏิบัติงาน เป็นต้น

จำนวนพื้นที่เช่าทั้งหมดของกลุ่มบริษัทฯ แยกตามประเภทกลุ่มลูกค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

	กลุ่มลูกค้า	พื้นที่เช่า (ตารางเมตร)	ร้อยละ
1	ผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค	108,902	100
2	ผู้ให้บริการโลจิสติกส์	13,845	100
	รวม	122,747	100

จำนวนพื้นที่เช่าทั้งหมดของกลุ่มบริษัทฯ แยกตามประเภทอายุสัญญาเช่าที่เหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

	อายุสัญญาเช่า	พื้นที่เช่า(ตารางเมตร)	ร้อยละ
1	1-3 ปี	-	-
2	มากกว่า 3 – 5 ปี	-	-
3	มากกว่า 5 – 10 ปี	122,747	100
	รวม	122,747	100

## การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

การพิจารณาเช่าโครงการของกลุ่มลูกค้าจะพิจารณาจากประสิทธิภาพ คุณภาพ และผลงานในอดีตของผู้ประกอบการเป็นหลัก การจัดหาลูกค้าของกลุ่มบริษัทฯ จึงจำเป็นต้องอาศัยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้ารวมถึงต้องอาศัยชื่อเสียงและประสิทธิภาพการทำงานในอดีต โดยช่องทางการจัดหางานหลักของกลุ่มบริษัทฯ ได้แก่

- การประมูลงาน – ลูกค้าที่สนใจจะติดต่อกลุ่มบริษัทฯ โดยตรงเพื่อให้เข้าร่วมประมูลงานแข่งขันกับผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายอื่น ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ที่มีแผนการลงทุนครั้งแรก หรือต้องการขยายหรือปรับปรุงงานด้านโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยลูกค้าจะพิจารณาจากผลงานที่ผ่านมาในอดีต และติดต่อให้กลุ่มบริษัทฯ ขึ้นซองประมูลงาน
- การอ้างอิง (referral) และการขยายพื้นที่เช่าของกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน และผลงานในอดีตของกลุ่มบริษัทฯ จึงเป็นเครื่องมือพิสูจน์และยืนยันความเชื่อมั่นให้กับทั้งลูกค้าปัจจุบันที่ขยายพื้นที่เช่าอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสนับสนุนกลุ่มบริษัทฯ ให้แก่ลูกค้ารายใหม่ๆ เป็นอย่างดี



## นโยบายราคา

การพิจารณาราคาเข้าโครงการคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า ที่กลุ่มบริษัทฯ เรียกเก็บจากผู้เช่าจะถูกกำหนดจากต้นทุนการก่อสร้างร่วมกับอัตราผลตอบแทนที่เหมาะสม ประกอบกับความสามารถในเชิงการแข่งขันด้านการตลาด และการช่วยเพิ่มความคุ้มค่าในการบริหารด้านโลจิสติกส์ให้กับลูกค้า ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ และผู้เช่าจะตกลงอัตราค่าเช่าและระยะเวลาการเช่าให้เรียบร้อยก่อนลงนามในสัญญาเช่าและสัญญาบริการ จึงทำให้กลุ่มบริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการไม่มีผู้เช่าต่ำ รวมถึงสามารถประมาณการและกำหนดอัตราผลตอบแทนของโครงการแต่ละโครงการได้

## แนวโน้มอุตสาหกรรมและ สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ธุรกิจคลังสินค้ามีแนวโน้มที่จะเติบโต จากปัจจัยหลายด้าน ทั้งจากแนวโน้มความต้องการจากการบริโภคภาคเอกชนที่คาดว่าจะขยายตัว และการก้าวไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ซึ่งจะทำให้ความต้องการสินค้าและการขนส่งไปยังประเทศเพื่อนบ้านมีแนวโน้มขยายตัวสูงขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมมีการปรับตัวเพิ่มฐานการผลิต ส่งผลให้ความต้องการคลังสินค้าสูงขึ้น อีกทั้งจากการวางแผนป้องกันความเสียหายจากน้ำท่วม โดยย้ายคลังสินค้าไปอยู่ในบริเวณที่ปลอดภัยจากน้ำท่วม โดยเฉพาะภาคตะวันออกและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งส่งผลต่อราคาที่ดินปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 5-10 เนื่องจากความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ในบริเวณดังกล่าวยังเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ต่อการลดต้นทุนโลจิสติกส์ เนื่องจากสะดวกต่อการขนส่งสินค้าไปยังท่าเรือแหลมฉบังที่จะมีการขยาย และก่อสร้างรถไฟทางคู่ ซึ่งการขนส่งเหล่านี้จะช่วยลดต้นทุนขนส่งสินค้า และยังเพิ่มช่องทางการค้าระหว่างประเทศให้สะดวกยิ่งขึ้น เพื่อพัฒนาโครงข่ายโลจิสติกส์ในประเทศ และรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

นอกจากนี้ ธุรกิจคลังสินค้ายังมีแรงหนุนจากปัจจัยหลายด้าน อาทิ แนวโน้มการเติบโตของความเป็นเมือง (Urbanization) ความต้องการพื้นที่เช่าคลังสินค้าที่เพิ่มขึ้น การฟื้นตัวของภาคอุตสาหกรรมการผลิต อีกทั้งความต้องการสินค้าและบริการในภูมิภาคต่างๆ ที่เติบโตรวดเร็ว ไม่เฉพาะในแค่ตัวเมือง แต่ยังเป็นตามหัวเมืองสำคัญต่างๆ ในแต่ละภูมิภาค ซึ่งจะทำให้มีความต้องการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าในบริเวณที่สำคัญต่อการคมนาคมในแต่ละภูมิภาค เพื่อใช้เป็นจุดเชื่อมต่อสำคัญในการทำการค้าขายกับประเทศเพื่อนบ้าน จากการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานจากภาครัฐ และมูลค่าการค้าชายแดนเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากปัจจัยทั้งหลายทั้งปวงที่กล่าวมานี้ นับเป็นสิ่งที่สนับสนุนให้ธุรกิจคลังสินค้าให้เข้ามือนาคค่อนข้างสดใส

## 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

### ธุรกิจให้บริการและผลิตสื่อป้ายโฆษณา

ในการผลิตงานโฆษณากับลูกค้า กลุ่มบริษัทมีการดำเนินการดังต่อไปนี้

- (1) ทำสัญญาและทำความเข้าใจกับลูกค้าถึงประเภทสื่อป้ายโฆษณา ระยะเวลาในการโฆษณา รูปแบบรายละเอียดของงานโฆษณา
- (2) หลังจากนั้น จะส่งผ่านขั้นตอนการผลิตภาพโฆษณาไปยังบริษัทอื่น เพื่อทำการผลิตงานตามแบบที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้า ปัจจุบันบริษัทไม่มีนโยบายการผลิตภาพโฆษณาเอง โดยเฉพาะงานผลิตภาพด้วยมือที่ใช้แรงงานคนเป็นสำคัญ เนื่องจากบริษัทพิจารณาแล้วว่า การจ้างผลิตภาพโฆษณามีต้นทุนในการดำเนินงานที่ต่ำกว่าการลงทุนในเครื่องจักรและทำการผลิตเอง อีกทั้งสื่อป้ายโฆษณาในแต่ละประเภทเหมาะกับลักษณะภาพพิมพ์ที่แตกต่างกัน และในช่วงที่บริษัทรับงานพร้อมกันเป็นจำนวนมาก การกระจายงานให้ผู้ผลิตภาพโฆษณาหลายรายทำให้บริษัทสามารถส่งมอบงานได้อย่างรวดเร็วและทันตามกำหนด
- (3) บริษัทผู้ผลิตภาพโฆษณาจะผลิตงานตามที่ได้รับ หลังจากทำการผลิตภาพเสร็จแล้ว บริษัทจะทำการตรวจสอบ



- คุณภาพของภาพโฆษณา ให้ถูกต้องตามแบบที่ลูกค้าระบุไว้ ทั้งในด้าน ขนาด วัสดุ สี และรูปแบบ
- (4) เมื่อส่งมอบภาพโฆษณาแล้ว กลุ่มบริษัทจะติดตั้งภาพโฆษณาในสื่อป้ายโฆษณาตามที่ได้ตกลงกับลูกค้า
  - (5) ภายหลังการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา ฝ่ายผลิตโฆษณาจะรายงานผลการติดตั้งให้ฝ่ายการตลาดเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของงานให้เป็นไปตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญาเกี่ยวกับลูกค้า เมื่อฝ่ายการตลาดรับรองความถูกต้องของงานแล้ว ส่วนบริการหลังการขายจะทำการถ่ายภาพสื่อป้ายโฆษณาที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว และจัดส่งให้ลูกค้าเพื่อทำการตรวจสอบ
  - (6) เมื่อครบกำหนดการติดตั้งงานโฆษณาบริษัทจะรื้อถอนชิ้นงานโฆษณาออกจากจุดติดตั้ง โดยกรรมสิทธิ์ในชิ้นงานจะเป็นไปตามที่ระบุไว้ในสัญญา ส่วนใหญ่ลูกค้าจะไม่ต้องมีการมีกรรมสิทธิ์ในชิ้นงานโฆษณา เนื่องจากมักจะไม่สามารถนำมาใช้งานต่อได้อีก

### การพัฒนาสื่อโฆษณา

ในการพัฒนาสื่อโฆษณา บริษัทมีการจัดทำแผน โครงการและศึกษาความเป็นไปได้ร่วมกับฝ่ายขายและการตลาดดังรายละเอียดการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. การเตรียมการจัดทำแผนโครงการ
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. จัดทำประมาณการโครงการ (Feasibility Project) เพื่อพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุน
11. สำรวจพื้นที่ และกำหนดจุดติดตั้ง

### การให้บริการหลังการขาย

บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการหลังการขาย โดยบริษัทจัดส่งรูปถ่ายป้ายโฆษณาที่แล้วเสร็จให้ลูกค้ารับทราบ พร้อมชิ้นงานโฆษณาหลังลูกค้ามีการตรวจรับมอบงาน ตลอดจนรายงานสภาพสื่อของป้ายโฆษณาให้แก่ลูกค้าทุกรายได้ทราบเป็นประจำทุกเดือน เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในบริการ

โดยทีมงานฝ่ายปฏิบัติการ จะตรวจสอบสภาพความสมบูรณ์ ความเรียบร้อย ความสว่างของไฟฟ้าในสื่อป้ายโฆษณาทุกประเภท เพื่อการจัดทำจดหมายรายงานสภาพสื่อป้ายโฆษณาพร้อมรูปถ่ายให้แก่ลูกค้าได้รับทราบตลอดอายุสัญญา

นอกจากนี้ บริษัทยังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการให้บริการและตรวจสอบแก้ไขสภาพป้ายโฆษณาให้ทันทั่วทั้ง เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการโฆษณาสินค้าและบริการสูงสุด โดยบริษัทได้ติดเบอร์โทร 02-694-8888 เพื่อรับเรื่องร้องเรียน การแจ้งสภาพป้ายชำรุดขัดข้อง ตลอด 24 ชั่วโมง

และในกรณีที่ลูกค้าครบสัญญาเช่าป้ายโฆษณา ทางฝ่ายการขายและการตลาด จะทำหน้าที่ในการเสนอข้อมูลสนับสนุน เพื่อกระตุ้นต่อการตัดสินใจของลูกค้า อันจะก่อให้เกิดการใช้บริการสื่อป้ายโฆษณาของบริษัทอย่างต่อเนื่อง

### **ธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ**

ที่ดินจัดเป็นต้นทุนที่สำคัญทางธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ โดยกลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายจัดหาให้ได้มาซึ่งที่ดินเพื่อนำมาพัฒนาโครงการตามความต้องการใช้ที่ดินในแต่ละช่วงเวลา และไม่มีนโยบายที่จะถือครองที่ดินเปล่าโดยจะจัดซื้อที่ดินตามแผนงานการลงทุนเท่านั้นเพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การพัฒนาโครงการฯ ขึ้นตามความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะเจาะจง (Built-to-Suit) และเพื่อเป็นการลดภาระดอกเบี้ยอันอาจเกิดขึ้นจากการลงทุนซื้อและสะสมที่ดินจำนวนมากทั้งที่ยังไม่มีโครงการในอนาคตรองรับ อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ อาจพิจารณาซื้อที่ดินมากกว่าพื้นที่โครงการปัจจุบันในกรณีที่ที่ดินเป็นผืนใหญ่ติดกันเพื่อนำมาพัฒนาโครงการส่วนขยายให้แก่ผู้เช่าที่แสดงความต้องการขยายพื้นที่การเช่าในอนาคตอย่างชัดเจน

#### **การจัดหาที่ดิน**

กลุ่มบริษัทฯ จัดหาที่ดินจากเจ้าของที่ดินในทำเลที่ตั้งนั้นๆ โดยตรงหรือจัดซื้อหรือเช่าที่ดินจากลูกค้าของกลุ่มบริษัทฯ รวมทั้งการจัดซื้อที่ดินผ่านนายหน้าขายที่ดิน อย่างไรก็ตามในการจัดหาที่ดิน กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายที่จะคัดเลือกที่ดินไว้สองทำเลเป็นอย่างน้อย ซึ่งช่วยให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถต่อรองและจัดซื้อที่ดินได้ในทำเลที่ตั้งและราคาที่เหมาะสมเสมอมา โดยกลุ่มบริษัทฯ มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาจัดซื้อที่ดินดังต่อไปนี้

- ทำเลที่ตั้งของที่ดินจะต้องมีความเหมาะสม มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกตรงตามความต้องการและข้อกำหนดของผู้เช่า ตลอดจนเป็นจุดยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่อยู่ใกล้ท่าเรือหรือเขตที่จะได้รับสิทธิประโยชน์จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่จะมาเช่ารายใหม่อื่นๆ ได้ ภายหลังจากที่ผู้เช่าเดิมหมดสัญญา
- ราคาของที่ดินต้องไม่สูงเกินไปทั้งในกรณีเป็นกรรมสิทธิ์ในการครอบครอง (Freehold) และสิทธิการเช่า (Leasehold) และต้องสะท้อนกลับมาเป็นค่าเช่าต่อเดือนที่ทำให้กลุ่มบริษัทฯ มีความได้เปรียบในการแข่งขันด้านราคา
- ที่ดินจะต้องมีขนาดที่เหมาะสมสำหรับการจัดทำโครงการในครั้งแรก และรองรับการขยายโครงการของผู้เช่าในอนาคต ตลอดจนมีความยืดหยุ่นสูงในการตอบสนองความต้องการของผู้ที่จะมาเช่ารายใหม่อื่นๆ ได้

ฝ่ายบริหาร ได้มีการศึกษา วิเคราะห์ จัดเก็บและปรับปรุงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับที่ดิน ให้มีความเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ซึ่งช่วยให้กลุ่มบริษัทฯ มีข้อมูลทำเลที่ตั้งและที่ดินที่มีศักยภาพที่เหมาะสมต่อการนำไปพัฒนาโครงการใหม่ๆ รวมทั้งสามารถประเมินและวางกลยุทธ์ในการจัดซื้อและงบประมาณที่จะใช้ในการจัดหาที่ดินได้อย่างถูกต้อง ซึ่งข้อมูลดังกล่าวก็จะถูกส่งต่อไปยังฝ่ายการเงินเพื่อนำไปวางแผนการใช้เงินและจัดหาแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมและประหยัดที่สุดเพื่อใช้ในการจัดซื้อที่ดินต่อไป

#### **การคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้าง**

รูปแบบในการคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างของกลุ่มบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะประเภทของโครงการ ดังนี้

1. การคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างสำหรับโครงการที่พัฒนาตามความต้องการของลูกค้า (Built-to-Suit) กลุ่มบริษัทฯ จะทำการเปิดประมูลข้อเสนอจากบริษัทรับเหมาก่อสร้าง เปรียบเทียบราคาและพิจารณาเลือกผู้รับเหมาก่อสร้าง และตกลงราคากันในเบื้องต้น เพื่อที่จะนำไปเสนอประมูลกับลูกค้า อย่างไรก็ตาม การคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างอาจไม่ได้ขึ้นอยู่กับผลการพิจารณาของกลุ่มบริษัทฯ ในทุกกรณี อาทิเช่น กรณีที่ผู้เช่าต้องการคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้าง

ก่อสร้างเองหรือได้มีการระบุบริษัทรับเหมาก่อสร้างไว้แล้วล่วงหน้า

2. การคัดเลือกบริษัทรับเหมาก่อสร้างสำหรับโครงการสร้างแบบสำเร็จรูปสำหรับลูกค้าทั่วไป (Ready Built) กลุ่มบริษัท จะทำการเปิดประมูลข้อเสนอจากบริษัทรับเหมาก่อสร้าง เปรียบ และ คัดเลือกบริษัทรับเหมาก่อสร้างตามกระบวนการและหลักเกณฑ์การคัดเลือกที่กลุ่มบริษัท ได้กำหนดไว้

### การจัดหาวัสดุก่อสร้าง

กลุ่มบริษัท ได้มีนโยบายการทำสัญญาการก่อสร้างกับบริษัทรับเหมาก่อสร้างเป็นแบบรวมต้นทุนค่าวัสดุก่อสร้างไว้ในสัญญาจ้างก่อสร้าง จึงเป็นการช่วยลดกระบวนการทำงานภายในองค์กรและช่วยให้กลุ่มบริษัท สามารถควบคุมต้นทุนค่าก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### ขั้นตอนการดำเนินงานพัฒนาโครงการ

1. กลุ่มบริษัท จะทำการจัดหาผู้เช่าทั้งผ่านทางติดต่อโดยตรงจากผู้เช่าปัจจุบันหรือลูกค้าใหม่ที่มีความต้องการเช่าอาคารคลังสินค้าหรือโรงงานที่ติดต่อกับกลุ่มบริษัท โดยตรง ผ่านการประมาณงาน หรือผ่านการแนะนำโดยคู่ค้าทางธุรกิจของกลุ่มบริษัท โดยกลุ่มบริษัท จะติดต่อเพื่อเจรจาเบื้องต้นเกี่ยวกับลักษณะ ขนาด ที่ตั้ง และราคาค่าเช่าของโครงการ รวมถึงสอบถามถึงแผนธุรกิจทั้งระยะสั้นและระยะยาว และความต้องการในเชิงลึกของผู้เช่าเพื่อวางแผนประมาณความต้องการใช้พื้นที่

2. ขั้นตอนการกำหนดขนาดโครงการ การเลือกสถานที่ตั้ง เงื่อนไขการเช่าและการออกแบบจะเป็นกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างทีมงานของกลุ่มบริษัท และผู้เช่าโดยมีกระบวนการทำงานดังต่อไปนี้ (ขั้นตอนการทำงานบางขั้นอาจเกิดพร้อมๆ กัน)

- เปรียบเทียบเรื่องลักษณะ/ ขนาดของโครงการ สถานที่ตั้ง ราคาและเงื่อนไขการเช่าระหว่างกลุ่มบริษัท และลูกค้า จะดำเนินการไปภายใต้กรอบความพอใจของทั้งสองฝ่าย
- กลุ่มบริษัท จะเริ่มคัดเลือกที่ดินที่มีขนาดเหมาะสมและอยู่ในทำเลที่ตั้งที่ได้ตกลงกันไว้จากฐานข้อมูลของกลุ่มบริษัท โดยเลือกที่ดินที่อยู่ในตำแหน่งที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เหมาะสมกับการคมนาคมขนส่ง มีพื้นที่ที่เหมาะสมกับขนาดของโครงการเมื่อพิจารณาถึงส่วนขยายในอนาคตเพื่อนำเสนอให้แก่ผู้เช่า ในขณะเดียวกันกลุ่มบริษัท จะเริ่มติดต่อเพื่อเจรจาดำเนินการกับเจ้าของที่ดิน และติดต่อกับสถาบันการเงินเพื่อขออนุมัติเงินกู้เพื่อใช้ในการจัดซื้อ/ เช่าที่ดินและก่อสร้างโครงการ
- ภายหลังจากที่กลุ่มบริษัท และผู้เช่าได้ตกลงร่วมกันเรื่องสถานที่ตั้งจนเป็นที่พอใจทั้งสองฝ่ายแล้ว กลุ่มบริษัท จะต่อรองราคาสินค้าและทำสัญญาซื้อขายหรือเช่าที่ดินกับเจ้าของที่ดิน
- เมื่อได้จัดซื้อที่ดินในทำเลตามที่ต้องการแล้ว กลุ่มบริษัท และลูกค้าจะลงนามในสัญญาเช่าและสัญญาการให้บริการ
- ในขณะเดียวกันที่วิศวกรของกลุ่มบริษัท ก็จะเริ่มดำเนินการออกแบบโครงการร่วมกับทีมงานสถาปนิก/ วิศวกรของบริษัทผู้เช่าโดยจะมีการกำหนดความต้องการและลักษณะของโครงการทางเทคนิคอย่างละเอียด

3. กลุ่มบริษัท ดำเนินการคัดเลือกบริษัทรับเหมาก่อสร้าง โดยพิจารณาถึงราคาที่เสนอและประวัติการทำงานในอดีต ประกอบกัน รวมทั้งยื่นคำขออนุญาตการก่อสร้างกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

4. เริ่มดำเนินการก่อสร้าง โดยที่วิศวกรของกลุ่มบริษัท จะทำหน้าที่เป็นผู้บริหารจัดการโครงการที่จะควบคุมดูแลความก้าวหน้าและควบคุมคุณภาพของงานก่อสร้างให้เป็นไปตามแผนงานที่ตกลง งานก่อสร้างโครงการฯ ของกลุ่มบริษัท แต่ละโครงการจะใช้ระยะเวลาในการก่อสร้างโดยเฉลี่ยประมาณ 6-12 เดือน

5. ส่งมอบโครงการฯ ให้แก่ผู้เช่า กลุ่มบริษัทฯ จะทำการส่งมอบโครงการฯ ที่พัฒนาแล้วให้แก่ผู้เช่าในสภาพที่พร้อมสำหรับการติดตั้งเครื่องจักร/ ดำเนินงาน โดยกลุ่มบริษัทฯ จะรับประกันคุณภาพของงานที่ส่งมอบในส่วนโครงสร้างตลอดอายุของสัญญาเช่า

6. การให้บริการหลังการขาย กลุ่มบริษัทฯ จะจัดให้มีหน่วยงานบริการซ่อมบำรุงให้กับลูกค้าในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างของโครงการฯ ตลอดจนทำประกันภัยให้กับโครงการที่กลุ่มบริษัทฯ พัฒนาและได้ส่งมอบให้แก่ผู้เช่าไปแล้ว

สำหรับโครงการสร้างแบบสำเร็จรูป สำหรับลูกค้าทั่วไป (Ready Built) ที่เป็นโครงการที่ทางกลุ่มบริษัทฯ จัดการก่อสร้างตามแบบของกลุ่มบริษัทฯ ก่อนที่จะมีลูกค้าหรือผู้เช่าเข้ามา ทางฝ่ายบริหารโครงการจะประสานงานกับฝ่ายพัฒนาโครงการเพื่อทำการกำหนดแบบและ โครงสร้างของโครงการเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดในขณะนั้น

#### **ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม**

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายก่อสร้างอาคารคลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า โดยยึดหลักการจัดการที่ดี และมีการควบคุมอย่างเคร่งครัด โดยให้ความสำคัญกับกระบวนการก่อสร้างที่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมอย่างเข้มงวด ตลอดจนมีการส่งเสริมและสนับสนุนการอนุรักษ์ การประหยัดและใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า โดยก่อนที่ผู้เช่าจะเริ่มดำเนินการต่างๆ กลุ่มบริษัทฯ จะทำการตรวจสอบสถานะความน่าเชื่อถือ, ประวัติบริษัท, สินค้าที่บริษัททำการผลิต และงบการเงินผู้เช่าโครงการในเบื้องต้น รวมทั้งกลุ่มบริษัทฯ ได้ระบุในสัญญาเช่าระหว่างกลุ่มบริษัทฯ และผู้เช่าที่มีการเก็บวัดอุณหภูมิต่อวันอย่างชัดเจนว่า ผู้เช่าต้องปฏิบัติตามข้อบังคับที่เกี่ยวข้องในเรื่องการรักษาสภาพแวดล้อมอย่างเคร่งครัดเพื่อให้การประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้กลุ่มบริษัทฯ จึงไม่เคยมีปัญหา ไม่เคยละเมิด ไม่เคยฝ่าฝืนกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและไม่เคยมีกรณีพิพาทใดๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับสิ่งแวดล้อม

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

#### 3.1 ความเสี่ยงจากการที่ผลตอบแทนจากการลงทุนในธุรกิจใหม่ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์

บริษัทจะมีรายได้ประเภทเงินปันผลจากการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ดังนั้นผลประโยชน์และความสามารถในการขยายธุรกิจของบริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) บริษัท ไทย คอนซิวเมอริคัลสทรีวิชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด บริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน) และ/หรือ ของธุรกิจอื่นที่บริษัทเห็นว่ามีความศักยภาพ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อรายได้ในอนาคต ซึ่งบริษัทอาจไม่มีความชำนาญด้านธุรกิจที่เข้าลงทุนและพึ่งพิงผู้ถือหุ้นอีกฝ่ายในการดำเนินธุรกิจเป็นหลัก อีกทั้งธุรกิจใหม่ยังเป็นรายได้หลักของบริษัทในอนาคตอีกด้วย บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากผลประโยชน์ของบริษัทที่ลงทุน ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ อันอาจจะส่งผลกระทบต่อการต่ออายุของเงินลงทุนซึ่งจะกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทต่อไปได้ แต่เนื่องจากบริษัทมีนโยบายในการประเมินการลงทุนที่รัดกุม ไม่ว่าจะเป็นพิจารณาถึงโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ การตรวจสอบสถานะของบริษัทก่อนการลงทุน รวมถึง เมื่อบริษัทเข้าลงทุนแล้ว บริษัทได้ส่งตัวแทนเข้าไปช่วยควบคุมและบริหารงาน ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงนี้ลงได้ในระดับหนึ่ง

ในปีที่ผ่านมาบริษัทมีรายละเอียดการลงทุนดังนี้

บริษัท	การถือหุ้น ณ 31 ธ.ค. 2559	ประเภทธุรกิจ	ความเสี่ยง และแนวทางแก้ไข
บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) (AA)	100% ของทุน ชำระแล้ว	ให้เช่าพื้นที่ติดตั้งป้าย โฆษณา และรับจ้าง ผลิต โดยเน้น สื่อ โฆษณาภายนอกที่อยู่ ประเภท บิลบอร์ด (Billboard)	ในปี 2550 บริษัทฯ ได้ลงทุนใน AA และบริษัทฯ คาดว่าจะได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผลที่สูงกว่าการฝากเงินไว้กับสถาบันการเงิน ในปี 2559 และปี 2558 AA ปันผลคิดเป็นอัตราร้อยละ 6.28 และ 4.63 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับเงินลงทุน  สาเหตุที่อาจทำให้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามเป้าหมายประกอบด้วย 1) โครงข่ายที่มีเอกสารการขออนุญาตไม่ครบถ้วนอาจจะถูกรื้อถอน 2) ปัญหาด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยตรงและการระงับการใช้งบประมาณของธุรกิจบางประเภท  เนื่องจากแหล่งที่มาของทรัพย์สินประเภทโครงข่ายโฆษณาส่วนมากมาจากการซื้อจากผู้ประกอบการอื่น ซึ่งจะมีทั้งที่สามารถนำเสนอหลักฐานแสดงการขออนุญาตได้ และบางส่วนไม่สามารถส่งมอบให้ได้ อย่างไรก็ตามหลังจากที่บริษัทได้โครงข่ายมาเป็นทรัพย์สินของบริษัทแล้ว บริษัทได้ปฏิบัติตามกฎหมายทุกประการได้แก่  1) การเสียภาษีป้ายประจำปี 2) การตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรงตามพรบ. ควบคุมอาคารและโครงข่ายทุกปี 3) การซ่อมบำรุงตามคำแนะนำของวิศวกรที่ตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรง 4) การจัดทำประกันภัยโครงข่าย และบุคคลที่ 3

บริษัท	การถือหุ้น ณ 31 ธ.ค. 2559	ประเภทธุรกิจ	ความเสี่ยง และแนวทางแก้ไข
บริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน) (EPCO)	38.40 %ของทุนชำระแล้ว	เป็นผู้ผลิตสิ่งพิมพ์ และดำเนินธุรกิจโรงพิมพ์ในลักษณะครบวงจรและพลังงานทดแทน	ปี 2553 บริษัทฯ เริ่มลงทุนใน EPCO บริษัทฯ คาดว่าจะได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผลที่สูงกว่าการฝากเงินไว้กับสถาบันการเงิน ที่ผ่านมา EPCO จ่ายปันผลปีละ 2 ครั้ง คิดเป็นอัตราร้อยละ 7.68 ในปี 2559 และร้อยละ 10.15 ในปี 2558 เมื่อเทียบกับเงินลงทุน (ปี 2558 และ 2559 EPCO จ่ายเป็นหุ้นปันผลบางส่วนโดยจ่ายในสัดส่วน 25 หุ้นเดิม : 1 หุ้นใหม่) สาเหตุที่อาจทำให้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ได้แก่ การเข้าสู่ระบบดิจิทัลและอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้รูปแบบของการอ่านจากหนังสือหรือสิ่งพิมพ์เปลี่ยนไป อาจส่งผลต่อการธุรกิจโรงพิมพ์ได้ อย่างไรก็ตาม EPCO ได้ขยายการลงทุนไปในธุรกิจพลังงาน โดยดำเนินการภายใต้บริษัทย่อยชื่อ บริษัท อีสเทิร์น พาวเวอร์ กรุป จำกัด (มหาชน) (“EP”) ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีความมั่นคงของรายได้สูงและให้อัตราผลตอบแทนที่ดี รวมทั้งการ Spin-off บริษัทย่อย (EP) เข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนใน SET จะสามารถสร้างโอกาสในการขายธุรกิจและสร้างผลตอบแทนที่ดี รวมถึงการรับรู้ผลกำไรจาก capital gain ให้กับผู้ถือหุ้นของ EP ได้ ซึ่งจะส่งผลถึงผู้ถือหุ้นของ EPCO เช่นกัน
บริษัท ออรา ครีม จำกัด	5.98% ของทุนจดทะเบียน	ประกอบธุรกิจโรงแรม 209 ห้อง และเซอร์วิสอพาร์ท เม้นท์ 88 ห้อง ในจังหวัดนครปฐม	บริษัทคาดการณ์ว่าจะได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผลที่สูงกว่าการฝากเงินไว้กับสถาบันการเงิน เมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2558 โครงการดังกล่าวได้เปิดให้บริการแล้ว ภายใต้ชื่อ “ โรงแรม ไมด้า ทาวเวอร์ แกรนด์ ” สาเหตุที่อาจทำให้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ได้แก่ โรงแรมดังกล่าวไม่เป็นที่นิยมของผู้ใช้บริการอาจจะส่งผลต่อการประกอบทำให้ไม่สามารถจ่ายปันผลได้ อย่างไรก็ตามโรงแรมดังกล่าว เป็นโรงแรมที่เป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้ใช้บริการ โดยมีสิ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจมาใช้บริการ ได้แก่ ความใหม่ ทันสมัยและหรูหรากว่าเมื่อเทียบกับโรงแรมอื่นที่มีปริมาณห้องพักที่เท่ากัน
บริษัท ไทย คอนซุมเมอร์ดีสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด (TCDC)	96.13%ของทุนจดทะเบียน	ประกอบธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ	เดือนมิถุนายน 2557 บริษัทฯ ลงทุนใน TCDC คาดการณ์ว่าจะได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผลที่สูงกว่าการฝากเงินไว้กับสถาบันการเงิน และการนำบริษัทย่อยนี้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อให้สามารถรับรู้ผลกำไรจาก capital gain สาเหตุที่อาจทำให้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ได้แก่ การไม่สามารถขยายการลงทุนเพื่อให้ได้ปริมาณพื้นที่เช่าที่เหมาะสมก่อนการเข้าระดมทุนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ และการมีลูกค้ารายใหญ่เพียงรายเดียว

บริษัท	การถือหุ้น ณ 31 ธ.ค. 2559	ประเภทธุรกิจ	ความเสี่ยง และแนวทางแก้ไข
			คิดเป็น 100%ของรายได้ทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ในปี 2558 TCDC ได้เข้าซื้อหุ้นในบริษัท แอ็กคอม พลิกเวย์ โฮลดิ้ง จำกัด (AWH) 100% ทำให้ TCDC มีพื้นที่เพิ่มขึ้น 13,845 ตรม. และสัดส่วนรายได้ของ ลูกค้ารายใหญ่ลดลง โดย TCDC มีเป้าหมายจะคงสัดส่วน รายได้ของลูกค้ารายใหญ่ต่อรายได้ทั้งหมดไม่เกิน 60% และ ในปี 2559 TCDC จ่ายปันผลคิดเป็นอัตราร้อยละ 1.05 และ ปี 2558 อัตราร้อยละ 4.18 เมื่อเทียบกับเงินลงทุน
บริษัท มันทรา แอสเซ็ท จำกัด (MANTRA)	100.00%ของทุน จดทะเบียน	ป ระ ก อ บ ธุ ร กิ จ อสังหาริมทรัพย์ให้เช่า และบริการ	ปี 2559 บริษัทอนุมัติให้ MANTRA ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่ บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 100 เข้าซื้อที่ดินที่จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อพัฒนาเป็นสิ่งปลูกสร้างในลักษณะเป็นรีสอร์ท เพื่อให้ บริษัท เดอะเคบิน เชียงใหม่ จำกัด(CABIN) เช่าทรัพย์สิน ทั้งหมด เพื่อดำเนินธุรกิจฟื้นฟูสุขภาพ (Retreatment Center) เป็นระยะเช่าเวลา 10 ปี และสามารถต่ออายุสัญญาเช่าได้อีก 10 ปี สาเหตุที่อาจทำให้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ได้แก่ (1) เนื่องจากโครงการดังกล่าวอยู่ระหว่างก่อสร้าง ดังนั้นอาจเกิด Cost Overrun ได้ ดังนั้นในการทำสัญญา ได้กำหนดค่าก่อสร้างส่วนที่เกิน 370 ล้านบาทแต่ต้องไม่ เกิน 390 ล้านบาท จะคิดเพิ่มในค่าเช่าที่ Rate 15% ต่อปี (เพิ่มขึ้นจาก rate ปกติที่คิด 13%ต่อปี) หากเกิน 390 ล้าน บาทต้องมาตกลงกันใหม่ (2) CABIN ไม่ปฏิบัติตามสัญญา หรืออาจจะยกเลิกสัญญาก่อนครบกำหนด อย่างไรก็ตามใน การทำสัญญากับบริษัทกำหนดให้ CABIN ต้องจ่ายค่าเช่าส่วน ที่เหลือ หากยกเลิกสัญญาก่อน 10 ปี โดยไม่ใช้ความผิดของ ผู้ให้เช่า โดยให้วาง BG ไว้ 75 ล้านบาทสำหรับ 4 ปีแรก 50 ล้านบาทสำหรับ 3 ปีต่อมา และ 25 ล้านบาทสำหรับอีก 3 ปี ต่อมา รวมถึงเงินสดจำนวน 26 ล้านบาทเพื่อเป็น หลักประกันตามสัญญา

### ธุรกิจให้บริการและผลิตสื่อป้ายโฆษณา

#### 3.2 ความเสี่ยงในด้านข้อกฎหมายควบคุมป้ายโฆษณา

การดำเนินธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัทฯ คือ ให้บริการเช่าพื้นที่ติดตั้งป้ายโฆษณา จัดหาพื้นที่ รับจ้างผลิตและติดตั้งงาน  
โฆษณาประเภทต่างๆ โดยเน้นสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ประเภทบิลบอร์ด (Billboard) กระจายอยู่  
ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ประกอบไปด้วยโครงป้ายที่บริษัทฯ ก่อสร้างเองและโครงป้ายที่ซื้อมา โดยเป็นโครงป้าย  
ที่มีเอกสารการขออนุญาตก่อสร้างตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 คิดเป็นประมาณร้อยละ 40 ของจำนวนป้าย  
ทั้งหมดที่มีอยู่ สำหรับโครงป้ายส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 60 บางส่วนมีเอกสารการขออนุญาต ไม่ครบถ้วนเนื่องจากเป็นโครง  
ป้ายที่ซื้อต่อมาจากเจ้าของเดิมที่มีระบบการจัดเก็บเอกสาร ไม่สมบูรณ์และบางส่วนไม่มีเอกสารการขออนุญาตก่อสร้าง ดังนั้นจึง



ถือว่า เป็นความเสี่ยงของบริษัทฯ ในกรณีที่โครงข่ายที่มีเอกสารไม่สมบูรณ์เหล่านั้นถูกตรวจสอบหรือบังคับให้รื้อถอน โดยจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)	ปี 2559	ปี 2558	ปี 2557
จำนวนโครงข่ายทั้งหมดของบริษัท(แห่ง)	153	139	145
จำนวนโครงข่ายที่มีเอกสารการขออนุญาตไม่ครบถ้วน(แห่ง)	106	87	88
ร้อยละของโครงข่ายที่มีเอกสารการขออนุญาตไม่ครบถ้วน	69.28%	62.59%	60.69%
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ	143.05	161.58	190.04
รายได้ค่าโฆษณา	146.82	146.07	146.53
ร้อยละรายได้ค่าโฆษณารวม	57.25	56.49%	57.39%
ผลกระทบต่อรายได้หารื้อถอนโครงข่าย	(146.82)	(146.07)	(146.53)
ผลกระทบต่อสินทรัพย์รวมและส่วนของผู้ถือหุ้นหารื้อถอนโครงข่าย	(143.05)	(161.58)	(190.04)

อย่างไรก็ตาม ทางกลุ่มบริษัทได้ปฏิบัติตามหลังจากที่ได้รับโครงข่ายโฆษณาอย่างครบถ้วนตามระเบียบ อาทิเช่น การเสียภาษีป้ายสำหรับป้ายที่มีรายได้ทุกปี การทำประกันภัยทุกโครงข่ายอย่างต่อเนื่อง การตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรงตาม พรบ. ทุกปี ให้สมาคมป้ายและโฆษณารับรองความมั่นคงแข็งแรงของโครงข่ายทุกปี และวางแผนการซ่อมบำรุงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อยืดอายุการใช้งาน นอกจากนี้ทางผู้บริหารได้ติดตามข่าวสารการเจรจาหรือการเปลี่ยนแปลงกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด เพื่อดำเนินการเรื่องการขออนุญาตให้ถูกต้อง รวมทั้งการพิจารณาลงทุนในโครงข่ายโฆษณาที่มีใบอนุญาต เพื่อลดความเสี่ยงในกรณีนี้

ส่วนค่าใช้จ่ายในการรื้อถอนโครงข่าย บริษัทได้ปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 16 เรื่อง ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ซึ่งมาตรฐานฉบับนี้กำหนดบริษัทต้องประมาณการค่าใช้จ่ายในการรื้อถอนเบื้องต้นเป็นส่วนหนึ่งของราคาทุนของทรัพย์สินที่ได้มาไว้ครบถ้วนแล้ว

### 3.3 ความเสี่ยงในด้านการเปลี่ยนแปลงงานโฆษณาในยุคของดิจิทัลและ Online

ภาพรวมของอุตสาหกรรมโฆษณาปี 2559 เติบโตลดลง 11.69% จากปี 2558 หรือคิดเป็นมูลค่า 107,896 ล้านบาท โดยโทรทัศน์และโทรทัศน์ดิจิทัล มีสัดส่วนหลักถึง 62.57% ของงบโฆษณารวมและแนวโน้มของอุตสาหกรรมโฆษณานี้ คาดว่า จะเติบโตอย่างน้อย 5% ภายใต้สถานการณ์ทางการเมืองสงบ ซึ่งสินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องดื่ม ยานยนต์และเทคโนโลยีการสื่อสาร จะเป็นกลุ่มที่ใช้เม็ดเงินโฆษณามากที่สุดในปีนี้

ในส่วนของบริษัท มองว่าในยุคของดิจิทัลและ Online มีบทบาทสำคัญมากขึ้นในการสื่อสารงานด้านโฆษณาไปยังลูกค้า เพราะลูกค้าต้องการตอบสนองแบบรวดเร็ว และไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวาง แต่ยังคงต้องการให้กลุ่มเป้าหมายจดจำตัวสินค้าอยู่เสมอ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องนำเอาสื่อโฆษณาที่เป็น Billboard ร่วมกับสื่อดิจิทัล และ Online ประกอบกันในงานโฆษณา เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้จดจำตัวสินค้าได้มากที่สุด เมื่อต้นปี 2560 บริษัทได้ลงทุนในสื่อโฆษณาทางด้านการดิจิทัล เพื่อให้ทันสมัยและตอบโต้ลูกค้าในทุกยุค ทุกสมัยอีกด้วย

### ธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ

#### 3.5 ความเสี่ยงจากการที่เรียกเก็บเงินตามสัญญาเช่าไม่ได้

ความเสี่ยงจากการที่กลุ่มบริษัทฯ ไม่สามารถเรียกเก็บเงินตามสัญญาเช่า อาจเกิดขึ้นในกรณีที่ลูกค้าได้รับผลกระทบในเชิงลบจากภาวะเศรษฐกิจและภาคอุตสาหกรรมหรือจากการดำเนินธุรกิจซึ่งส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงินของกลุ่มลูกค้า



จนอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการจ่ายค่าเช่าตามสัญญา อาจจะทำให้กลุ่มบริษัทขาดสภาพคล่องและส่งผลกระทบต่อชำระหนี้เงินกู้สถาบันการเงินที่มีภาระต้องชำระเป็นรายเดือน ได้

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ คาดว่าผลกระทบดังกล่าวไม่一定会เกิดได้ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าของกลุ่มบริษัทฯ เป็นบริษัทชั้นนำ มีความน่าเชื่อถือ และมีความมั่นคงทางการเงินในระดับสูง รวมถึงกลุ่มบริษัทฯ ได้กำหนดให้ผู้เช่าต้องวางเงินประกันค่าเช่าและบริการเป็นเงินสด ซึ่งเงื่อนไขของสัญญาเช่าโครงการ Built-to-Suit ส่วนใหญ่ยังได้กำหนดไว้ว่า หากผู้เช่ายกเลิกสัญญาเช่าก่อนสิ้นสุดระยะเวลาเช่าที่กำหนดไว้ ผู้เช่าจะต้องชำระค่าทดแทนเท่ากับค่าเช่าสำหรับระยะเวลาเช่าที่เหลืออยู่ทั้งหมดให้แก่กลุ่มบริษัทฯ นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ ได้เตรียมสภาพคล่องทางการเงินส่วนหนึ่งที่เพียงพอจะชำระหนี้เงินกู้ในระยะเวลา 3 งวดหากเกิดปัญหาขึ้นจริงจะไม่ส่งผลกระทบต่อชำระหนี้สถาบันการเงินอย่างแน่นอน

### 3.6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากผู้เช่ารายเดียว

ปัจจุบันแหล่งรายได้ของธุรกิจนี้มาจากผู้เช่าซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทเดียวกัน 100% อาจเกิดขึ้นในกรณีที่ลูกค้าได้รับผลกระทบในเชิงลบจากภาวะเศรษฐกิจและภาคอุตสาหกรรมหรือจากการดำเนินธุรกิจซึ่งส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงินของกลุ่มลูกค้าจนอาจเข้าครบบตามกำหนดสัญญา กลุ่มบริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบจากรายได้ค่าเช่าที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ คาดว่าผลกระทบดังกล่าวไม่一定会เกิดได้ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าของกลุ่มบริษัทฯ เป็นบริษัทที่มีฐานการผลิตในประเทศไทย และคลังสินค้าที่กลุ่มบริษัทฯ ให้เช่าอยู่ใกล้เคียงกับโรงงานผลิตของผู้เช่า รวมทั้งขนาดพื้นที่เช่ามีขนาดมากกว่า 100,000 ตารางเมตรและอยู่ในบริเวณเดียวกัน ง่ายต่อการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ของผู้เช่า นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ ได้กำหนดเงื่อนไขของสัญญาเช่าไว้ว่า หากผู้เช่ายกเลิกสัญญาเช่าก่อนสิ้นสุดระยะเวลาเช่าที่กำหนดไว้ ผู้เช่าจะต้องชำระค่าทดแทนเท่ากับค่าเช่าสำหรับระยะเวลาเช่าที่เหลืออยู่ทั้งหมดให้แก่กลุ่มบริษัทฯ รวมทั้งในปี 2558 กลุ่มบริษัทฯ ได้เข้าซื้อหุ้นในบริษัท แอ็คคอม พลิกเวย์ โฮลดิ้ง จำกัด (AWH) 100% ทำให้ กลุ่มบริษัทฯ มีพื้นที่เพิ่มขึ้น 13,845 ตรม. และสัดส่วนรายได้ของลูกค้ารายใหญ่ลดลง โดยกลุ่มบริษัทฯ มีเป้าหมายจะคงสัดส่วนรายได้ของลูกค้ารายใหญ่ต่อรายได้ทั้งหมดไม่เกิน 60%

### 3.7 ความเสี่ยงจากนโยบายการจัดซื้อที่ดินเพื่อนำมาพัฒนาโครงการในอนาคต

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการจัดซื้อที่ดิน โดยมุ่งเน้นที่จะจัดหาที่ดินที่มีศักยภาพและสามารถนำมาพัฒนาโครงการได้ทันที หรือในอนาคตอันใกล้ ดังนั้นกลุ่มบริษัทฯ จึงไม่มีนโยบายในการซื้อที่ดินสะสม (Land Bank) ไว้เป็นจำนวนมากๆ โดยที่ยังไม่มีแผนการพัฒนารองรับหรือยังไม่มีแผนการที่จะมีผู้จะมาเช่าหรือไม่ แต่เนื่องจากการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นจึงทำให้มีการแข่งขันเพื่อซื้อหรือเช่าที่ดินในทำเลที่ดีระหว่างผู้ประกอบการต่างๆ จึงอาจทำให้กลุ่มบริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการที่ราคาที่ดินมีการปรับตัวสูงขึ้น หรือการที่กลุ่มบริษัทฯ จะไม่สามารถจัดซื้อที่ดินในทำเลที่ตั้งที่ต้องการภายใต้ต้นทุนที่ต้องการได้ ซึ่งอาจส่งผลให้ต้นทุนในการพัฒนาโครงการฯ ของกลุ่มบริษัทฯ สูงขึ้น หรือกลุ่มบริษัทฯ อาจตัดสินใจไม่ลงทุนเนื่องจากอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนอาจจะไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กลุ่มบริษัทฯ ได้กำหนดไว้

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ มีการจัดทำแผนการสำรวจและจัดซื้อที่ดินให้สอดคล้องกับการนำไปพัฒนาโครงการฯ ของกลุ่มบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ ได้เล็งเห็นว่า การซื้อที่ดินสะสมไว้เป็นจำนวนมากๆ โดยไม่มีแผนการพัฒนารองรับนั้นหรือยังไม่มีแผนการที่จะมีผู้จะมาเช่าหรือไม่ ไม่สอดคล้องกับแผนธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ รวมทั้งยังอาจก่อให้เกิดปัญหาสภาพคล่องทางการเงินต่อกลุ่มบริษัทฯ ได้ ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการจัดซื้อที่ดินไว้ในปริมาณที่สอดคล้องกับแผนธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ โดยเป็นที่ดินที่สามารถนำมาพัฒนาโครงการได้ทันทีหรือในอนาคตอันใกล้ หรือเป็นที่ดินที่มีการวางแผนร่วมกันกับลูกค้าสำหรับส่วนต่อขยายโครงการของลูกค้า และยังมีนโยบายในการลงทุนในสิทธิการเช่า

ที่ดินสำหรับที่ดินบางแปลง โดยคำนึงถึงการศึกษาความเป็นไปได้ของผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นสำคัญ ซึ่งช่วยให้ กลุ่มบริษัทฯ สามารถจัดหาที่ดินที่มีศักยภาพเพื่อนำมาพัฒนาโครงการในทำเลที่ตั้งที่ได้ตกลงร่วมกันกับผู้เช่าได้ดีกว่าการสะสมที่ดิน ดังเช่นผู้ประกอบการรายอื่นๆ ตลอดจนมีความยืดหยุ่นในการที่จะรองรับการขยายธุรกิจของผู้เช่า และสามารถควบคุมราคาคืนทุนที่ดินให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

### 3.8 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ต้องใช้เงินลงทุนสูง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มียอดเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน 1,616.48 ล้านบาท ดังนั้นหากอัตราดอกเบี้ยในตลาดปรับตัวสูงขึ้น กลุ่มบริษัทฯ ก็จะมีภาระในการจ่ายดอกเบี้ยที่สูงขึ้นซึ่งจะมีผลกระทบทำให้กำไรของกลุ่มบริษัทฯ ลดลง

อย่างไรก็ตาม เงินกู้จำนวน 1,407.07 ล้านบาท ใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้คงที่ ในระยะ 5 ปีแรก(นับจาก ปี 2558) และใน 5 ปีหลัง อัตราดอกเบี้ย MLR-3%ต่อปี ส่วนที่จำนวน 209.41 ล้านบาท เป็นอัตราดอกเบี้ยแบบลอยตัว ซึ่งเงินกู้ของบริษัทส่วนใหญ่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ซึ่งสามารถลดความเสี่ยงได้ระดับหนึ่ง ประกอบกับแผนการจัดหาเงินทุนเพื่อพัฒนาโครงการฯ ของกลุ่มบริษัทฯ นั้นไม่ได้พึ่งพิงการใช้เงินกู้จากสถาบันทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่กลุ่มบริษัทฯ ยังได้มีนโยบายจัดหาเงินทุนและระดมทุนจากแหล่งเงินทุนอื่นๆ อย่างสมดุล โดยเฉพาะส่วนการระดมทุนผ่านทางตลาดหลักทรัพย์ และการจำหน่ายทรัพย์สินผ่านกองทุนรวมฯ ซึ่งจะเป็นแหล่งเงินทุนสำคัญที่นำมาใช้ในการลงทุนในอนาคต และด้วยการวางแผนที่จะนำบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งถือได้ว่าเป็นการช่วยลดความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราดอกเบี้ย ด้วยการกำหนดอัตราดอกเบี้ยแบบคงที่ (Fixed Interest Rate)

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้เข้าซื้อ

ณ 31 ธันวาคม 2557 2558 และ 2559 บริษัทและบริษัทย่อย มีลูกหนี้การค้าและลูกหนี้เข้าซื้อ-สุทธิ ดังนี้

รายการลูกหนี้	31 ธ.ค. 2557		31 ธ.ค. 2558		31 ธ.ค. 2559	
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%
ลูกหนี้การค้า/ลูกหนี้อื่น	127.47	100.00	113.07	100.00	102.66	100.00
หัก : ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	1.06	0.83	1.13	1.00	2.33	2.27
ลูกหนี้การค้า-สุทธิ	126.41	100.00	111.94	100.00	100.33	100.00
ลูกหนี้เข้าซื้อ	218.16	100.00	5.18	100.00	3.83	100.00
หัก : ดอกเบี้ยเข้าซื้อรอดตัดบัญชี	20.97	9.61	0.82	15.83	0.40	10.44
หัก : ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	197.19	90.39	4.36	84.17	3.43	89.56
ลูกหนี้เข้าซื้อ-สุทธิ	-	-	-	-	-	-
รวมยอดลูกหนี้-สุทธิ	126.41	100.00	111.94	100.00	100.33	100.00

บริษัทได้ตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญจากลูกหนี้เข้าซื้อ โดยตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญจากลูกหนี้เข้าซื้อโดยใช้รายงานอายุของลูกหนี้เป็นเกณฑ์ ซึ่งคำนวณจากลูกหนี้ตามสัญญาเข้าซื้อหักด้วยดอกผลเข้าซื้อรอดตัดบัญชี และคำนวณจากลูกหนี้การค้า รวมทั้งพิจารณาจากประสบการณ์การเก็บเงินในอดีต การวิเคราะห์อายุลูกหนี้ และสถานะปัจจุบันของลูกหนี้คงค้าง ณ วันที่ในงบดุลของกลุ่มบริษัท โดยมีหลักเกณฑ์การตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญดังนี้

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) และ บริษัท ไทย คอนซมเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย เช่าเพื่อเป็นสำนักงานด้วย

กลุ่มบริษัทมีโครงการโฆษณาให้บริการเช่าพื้นที่และรับจ้างผลิตสื่อป้ายโฆษณา อาคารคลังสินค้าเพื่อให้เช่าและบริการ(อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน) ทรัพย์สินที่ดิน อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร ของบริษัทและบริษัทย่อย มีรายละเอียดดังนี้

รายการ	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)		
		31 ธ.ค. 2557	31 ธ.ค. 2558	31 ธ.ค. 2559
ที่ดิน	เจ้าของ	7.23	11.04	11.04
อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	เจ้าของ	17.76	16.53	15.30
ส่วนปรับปรุงอาคาร	เจ้าของ	1.30	1.04	0.83
โครงข่ายโฆษณา	เจ้าของ	330.41	277.44	286.15
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	เจ้าของ	2,663.94	3,112.92	3,319.18
รวม		<b>3,020.64</b>	<b>3,418.97</b>	<b>3,632.50</b>

#### บริษัทย่อยทางตรง

AA ได้ทำสัญญากู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินเป็นวงเงิน 192.69 ล้านบาท โดยบริษัทนำทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจไปเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมดังนี้

1. โฉนดที่ดินและสิ่งปลูกสร้างซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของ AA จำนวนในวงเงิน 10 ล้านบาท
2. กรรมสิทธิ์ในอาคารชุดพร้อมสิ่งปลูกสร้างของบริษัท จำนวนในวงเงิน 85 ล้านบาท
3. โฉนดสิทธิการรับเงินตามสัญญาเช่าป้ายโฆษณามูลค่าไม่ต่ำกว่า 130 ล้านบาทต่อปี
4. จำนำสมุดบัญชีเงินฝากธนาคารประเภทออมทรัพย์ของบริษัทย่อยดังกล่าว ในวงเงิน 13.80 ล้านบาท
5. ค่าประกันโดยบริษัทฯ เต็มจำนวน

ในไตรมาส 3 ปี 2559 บริษัทได้จ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวดังกล่าวแล้วทั้งจำนวน พร้อมกับไถ่ถอนหลักประกันในข้อ 2 ถึงข้อ 4 ข้างต้น ส่วนหลักประกันข้อ 1 และ ข้อ 5 คงใช้ค้ำประกันวงเงินเบิกเกินบัญชีของบริษัทย่อยจำนวน 7 ล้านบาท วงเงินหนังสือค้ำประกัน 3 ล้านบาท รวมทั้งบริษัทได้รับวงเงินหนังสือค้ำประกัน 20 ล้านบาท หากมีการใช้วงเงินนี้ AA ต้องวางเงินสดค้ำประกันเพิ่มในสัดส่วน 40%ของยอดที่ใช้

TCDC ได้ทำสัญญากู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินเป็นวงเงิน 1,657 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มียอดคงเหลือ 1,407.07 ล้านบาท) โดยบริษัทนำทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจไปเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมดังนี้

1. จำนวนที่ดิน 18 แปลงพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่ตั้งอยู่บนที่ดิน
2. สิทธิเรียกร้องในการรับเงินตามสัญญาเช่าและบริการ
3. สิทธิในสัญญาประกันภัย
4. ค่าประกันโดยบริษัทฯ เต็มจำนวน

#### บริษัทย่อยทางอ้อม

AWH ได้ทำสัญญากู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินเป็นวงเงิน 285 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มียอดคงเหลือ 209.41 ล้านบาท) โดยบริษัทนำทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจไปเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมดังนี้

1. ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง โฉนดเลขที่ 33678,33679 ตั้งอยู่ในตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. สิทธิในสัญญาประกันภัย
3. ค่าประกันโดย บริษัท ไทยคอนซุมเมอร์ คิสทริบิวชั่น จำกัด
4. เงินสำรองในบัญชี Debt Service ไม่ต่ำกว่า 9 ล้านบาท

#### 4.3 สินค้ำคงเหลือ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 และ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีสินค้ำคงเหลือ จำนวน 1.19 ล้านบาท และ 1.36 ล้านบาท ตามลำดับ เป็นส่วนของเหล็กที่ได้มาจากการรื้อถอนโครงปายที่บริษัทจัดเก็บไว้เพื่อนำมาใช้งานใหม่จากการก่อสร้างโครงปายใหม่ๆ หรือเพื่อใช้ในการซ่อมแซมโครงปาย

#### 4.4 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทอื่น

นโยบายในการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม บริษัทจะลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อโฆษณา ธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ และธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนที่ดีและมั่นคง ความเสี่ยงในการลงทุนปานกลางถึงต่ำ ซึ่งจะพิจารณาสัดส่วนในการลงทุนเป็นรายๆ ไป โดยดูจากแนวโน้มของธุรกิจ ถ้ามีโอกาสประสบความสำเร็จและสามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันบริษัทจะลงทุนในสัดส่วนที่มากพอที่บริษัทจะสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารและกำหนดนโยบาย

5. การเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชีที่สำคัญ

ในปี 2559 ไม่มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชี

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 - ตั้งแต่นั้นปี 2550 ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการบริหารการลงทุนในธุรกิจอื่น

#### ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วดังนี้

ทุนจดทะเบียน	2,296,500,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 4,593,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท
ทุนชำระแล้ว	2,296,500,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 4,593,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท
หุ้นทุนซื้อคืน	หุ้นสามัญ 86,038,700 หุ้น คิดเป็นมูลค่าหุ้นทุนซื้อคืน 66,385,217.71 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 ประเภทบิลบอร์ด (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
สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท	ร้อยละ 100 ของทุนชำระแล้ว



<b>ชื่อบริษัท</b>	บริษัท มันทรา แอสเซ็ท จำกัด (“MANTRA”)
<b>ทะเบียนเลขที่</b>	0105536086838
<b>ที่ตั้งสำนักงานใหญ่</b>	45/18 ตรอกประตู แขวงบางค้อแหลม เขตบางค้อแหลม กรุงเทพมหานคร 10120
<b>เว็บไซต์</b>	-
<b>โทรศัพท์</b>	(02) 694-8888
<b>โทรสาร</b>	(02) 694-8880
<b>ประเภทธุรกิจ</b>	เดิมดำเนินธุรกิจขายเข้าซื้อสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า และรถยนต์ และปัจจุบันได้หยุดประกอบธุรกิจดังกล่าวแล้ว โดยปี 2559 เริ่มประกอบธุรกิจสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ
<b>ทุนจดทะเบียน</b>	10,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 1,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
<b>ทุนเรียกชำระแล้ว</b>	10,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 1,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
<b>รอบระยะเวลาบัญชี</b>	1 มกราคม - 31 ธันวาคม
<b>สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท</b>	ร้อยละ 100
<b>ชื่อบริษัท</b>	บริษัท ไทย คอนซุมเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด (“TCDC”)
<b>ทะเบียนเลขที่</b>	0105544083141
<b>ที่ตั้งสำนักงานใหญ่</b>	39,39/1 หมู่ที่ 11 ตำบลคลองเปรง อำเภोजะเขิขเตรา จังหวัดจะเขิขเตรา
<b>เว็บไซต์</b>	<a href="http://www.tcdc.co.th">www.tcdc.co.th</a>
<b>โทรศัพท์</b>	(02) 694-8888
<b>โทรสาร</b>	(02) 694-8880 , (02) 694-8889
<b>ประเภทธุรกิจ</b>	ประกอบธุรกิจหลักทางด้านคลังสินค้าให้เช่าและให้บริการ
<b>ทุนจดทะเบียน</b>	169,400,000 บาท (หุ้นสามัญ 1,694,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)
<b>ทุนเรียกชำระแล้ว</b>	169,400,000 บาท (หุ้นสามัญ 1,169,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)
<b>รอบระยะเวลาบัญชี</b>	1 มกราคม - 31 ธันวาคม
<b>สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท</b>	ร้อยละ 96.13 ของทุนจดทะเบียน
<b>ชื่อบริษัท</b>	บริษัท เท็กซัส 121 จำกัด (TEXAS 121) (ชื่อเดิม บริษัท อควา เพาเวอร์ จำกัด)
<b>ทะเบียนเลขที่</b>	0105558001088
<b>ที่ตั้งสำนักงานใหญ่</b>	121/68 ชั้น 21 อาคารอาร์เอสทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
<b>เว็บไซต์</b>	-
<b>โทรศัพท์</b>	(02) 694-8888
<b>โทรสาร</b>	(02) 694-8880 , (02) 694-8889
<b>ประเภทธุรกิจ</b>	ประกอบธุรกิจพลังงานทดแทนทั้งในประเทศและต่างประเทศ
<b>ทุนจดทะเบียน</b>	1,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
<b>ทุนเรียกชำระแล้ว</b>	1,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
<b>รอบระยะเวลาบัญชี</b>	1 มกราคม - 31 ธันวาคม
<b>สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท</b>	ร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียน

ชื่อบริษัท	บริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน) (“EPCO”)
ทะเบียนเลขที่	0107536000838
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	51/29,51/61 ซอยวิภาวดี 66 (สยามสามัคคี) 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	ประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้ผลิตสิ่งพิมพ์และดำเนินธุรกิจโรงพิมพ์ในลักษณะครบวงจร โดยให้บริการตั้งแต่ การวางแผนการผลิตจนกระทั่งเข้าเล่มเป็นสิ่งพิมพ์สำเร็จรูป และเมื่อปลายปี 2554 EPCO ได้ขยายธุรกิจเพิ่มในด้านพลังงานแสงอาทิตย์
ทุนจดทะเบียน	861,283,589.00 บาท (หุ้นสามัญ 861,283,589 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท)
ทุนเรียกชำระแล้ว	765,585,412.00 บาท (หุ้นสามัญ 765,585,412 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท)
รอบระยะเวลาบัญชี	1 มกราคม - 31 ธันวาคม
สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท	ร้อยละ 38.40 ของทุนชำระแล้ว

### (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 บริษัท สำนักงานปิติเสวี จำกัด 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-