

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 และรื้อรับจ้างสาธารณะ เนื่องจากพิจารณาแล้วว่าไม่คุ้มค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ บริษัทฯ ติดตามเก็บเงินจากพอร์ตลูกค้าเดิม 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 ได้พิจารณาการลงทุนในธุรกิจป้ายโฆษณาซึ่งเป็นธุรกิจประเภทเดียวกันกับ AA โดยการเข้าซื้อป้ายโฆษณาจากผู้ประกอบการอื่น รวมถึงการก่อสร้างโครงป้ายโฆษณาใหม่ ต่อมาในปี 2556 ได้ขายและโอนสิทธิทรัพย์สินประกอบการเกี่ยวกับป้ายโฆษณาทั้งหมดของบริษัทฯ ให้กับ AA เพื่อจัดโครงสร้างธุรกิจให้มีความชัดเจน (ตามรายละเอียดข้างต้น)

เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2560 บริษัทฯ เข้าลงทุนในบริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด (“BWM”) ดำเนินธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่ป้ายโฆษณานอกบ้าน ทั้งในรูปแบบป้ายภาพนิ่ง และป้ายดิจิทัล LED โดยการเข้าซื้อ (1) หุ้นสามัญร้อยละ 90 ของหุ้นทั้งหมดหรือเท่ากับ 881,999 หุ้น ในราคาหุ้นละ 697.9592 บาท (ราคาพาร์ 100 บาท) มูลค่าเงินลงทุน 615.60 ล้านบาท (2) หุ้นบุริมสิทธิร้อยละ 10 ของหุ้นทั้งหมด หรือเท่ากับ 136 หุ้น ในราคาหุ้นละ 100 บาท (ราคาพาร์ 100 บาท) มูลค่าเงินลงทุน 13,600 บาท รวมเป็นมูลค่าเงินลงทุนทั้งสิ้น 615.61 ล้านบาท และภายหลังจากการลงทุนใน BWM แล้ว บริษัทฯ มีแผนให้

BWM (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 90) ลงทุนในส่วนของหุ้นบุริมสิทธิทั้งจำนวน และในวันเข้าทำรายการบริษัทต้องให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ BWM จำนวน 146.80 ล้านบาท เพื่อให้ BWM ำไปชำระเงินกู้ยืม รวมทั้งสิ้น 762.41 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2560 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นครั้งที่ 3/2560 ของ BWM มีมติให้ลงทุนในส่วนของหุ้นบุริมสิทธิทั้งจำนวน BWM ได้จดทะเบียนลดทุนกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2560

การลงทุนใน BWM ครั้งนี้จะสามารถทำให้กลุ่มบริษัทสร้างเครือข่ายสื่อโฆษณาครบวงจรทั่วประเทศ ซึ่งจะช่วยให้การวางแผนสื่อสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างและมีผลต่อโอกาสการเติบโตของเม็ดเงินโฆษณาอย่างชัดเจน รวมทั้งจะสามารถทำให้ธุรกิจสื่อโฆษณาของกลุ่มบริษัท สามารถสร้างเครือข่ายสื่อโฆษณาดิจิทัล LED ครบวงจรทั่วประเทศอย่างรวดเร็ว

เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2560 AA ได้เข้าลงทุนโดยการซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เอ็ม.ไอ.เอส. มีเดีย จำกัด (“MIS”) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 100 จากผู้ถือหุ้นเดิม จำนวน 9,998 หุ้น มูลค่าเงินลงทุน 61.13 ล้านบาท ซึ่ง MIS ดำเนินธุรกิจให้เข้าพื้นที่ป้ายโฆษณาออกบ้าน (Out of Home Media) ในรูปแบบป้ายภาพนิ่งในจังหวัดต่าง ๆ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวนป้ายทั้งหมด 8 แห่ง 10 หน้าป้าย และภายหลังจากการลงทุน MIS ได้ก่อสร้างป้ายในที่ดินสิทธิการเช่าที่มีอยู่ ณ วันที่เข้าลงทุนอีก 1 แห่ง รวมเป็น 9 แห่ง 12 หน้าป้าย

- **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-ขายของตลาดหลักทรัพย์ฯ ทำให้บริษัทฯ มีสัดส่วนการถือหุ้น EPCO ร้อยละ 44.15 ของทุนชำระแล้ว
- ❖ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัท มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 38.40 ของทุนชำระแล้ว สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทลดลง เนื่องจากการแปลงสิทธิของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ EPCO-W1
- ❖ ตั้งแต่ปี 2553 จนถึงปัจจุบัน EPCO ได้ขยายธุรกิจเพิ่มไปในด้านพลังงานทดแทน โดยได้เล็งเห็นถึงโอกาสในการพัฒนา และได้ลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพลังงานทดแทน ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตที่สูง และมีความเสี่ยงในการดำเนินงานต่ำ ตลอดจนสามารถสร้างรายได้ที่มั่นคงได้ในระยะยาว
- ❖ ปัจจุบัน EPCO อยู่ระหว่าง Spin-off บริษัท อีสเทอร์น พาวเวอร์ กรุป จำกัด (มหาชน) (EP) ซึ่งประกอบธุรกิจด้านพลังงานทดแทนและเป็นบริษัทย่อยของ EPCO ในสัดส่วนร้อยละ 75 เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ

- **การลงทุนในธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ**

- ❖ ปี 2557 บริษัทฯ ได้เข้าลงทุนในบริษัท ไทย คอนซูเมอร์ ดิสทริบิวชัน 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) และการเข้าซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 1 หุ้น ในราคาหุ้นละ 406 บาท เพื่อให้ได้สิทธิเป็นผู้ถือหุ้นเดิมของ TCDC รวมเป็นมูลค่าเงินลงทุนทั้งสิ้น 475 ล้านบาท และให้นายพลสิทธิ ภูมิวสันะ 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 ล้านบาท ภายหลังการเข้าซื้อหุ้นดังกล่าว TCDC เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในสัดส่วนร้อยละ 100 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด (หุ้นทั้งหมดเท่ากับ 450,000 หุ้น)

- **การลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ**

- ❖ ปี 2559 MANTRA ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 100 เข้าซื้อที่ดินที่จังหวัดเชียงใหม่เพื่อก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างในลักษณะเป็นรีสอร์ทเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรมโดยมีมูลค่าการลงทุนในโครงการนี้ทั้งสิ้น 470 ล้านบาท เพื่อให้บริษัท เดอะเคบิน เชียงใหม่ จำกัด เช่าทรัพย์สินทั้งหมดของโครงการภายหลังก่อสร้างแล้วเสร็จ เพื่อดำเนินธุรกิจฟื้นฟูสุขภาพ (Retreatment Center) เป็นระยะเช่าเวลา 10 ปี และสามารถต่ออายุสัญญาเช่าได้อีก 10 ปี
- ❖ ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2560 โครงการ เดอะเคบิน เชียงใหม่ ก่อสร้างแล้วเสร็จและเปิดดำเนินการ 100% แล้ว

- **การลงทุนอื่นๆ ที่ยังมีการดำเนินงานอยู่**

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

(พิจารณารายละเอียดได้จากข้อ 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท)

ตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นไป บริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนนโยบายการดำเนินธุรกิจ เป็นบริษัทบริหารการลงทุน โดยเลือกลงทุนในธุรกิจที่มีผลการดำเนินงานที่ดี มีศักยภาพ และโอกาสเติบโตในอนาคต เพื่อให้มีผลตอบแทนจากการลงทุนสูงสุด

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

- ปี 2551 เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท ชันโซ่ 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

เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2561 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2561 ได้พิจารณาบททวนวิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัท เป็นดังนี้

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 ดิสทริบิวชันเซ็นเตอร์ จำกัด และบริษัท แอ็คคอมพลิช เวย์ โฮลดิ้ง จำกัด
- (3) ธุรกิจสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ ภายใต้ชื่อ บริษัท มันทรา แอสเซ็ท จำกัด
- (4) ธุรกิจสิ่งพิมพ์ และพลังงานทดแทน ภายใต้บริษัท โรงพิมพ์ ตะวันออก จำกัด (มหาชน)

นอกจากนี้ ยังสรรหาทางเลือกในการลงทุนต่างๆ ที่ดีต่อไปในอนาคต เพื่อให้กลุ่มบริษัทมีผลตอบแทนจากการลงทุนสูงสุด

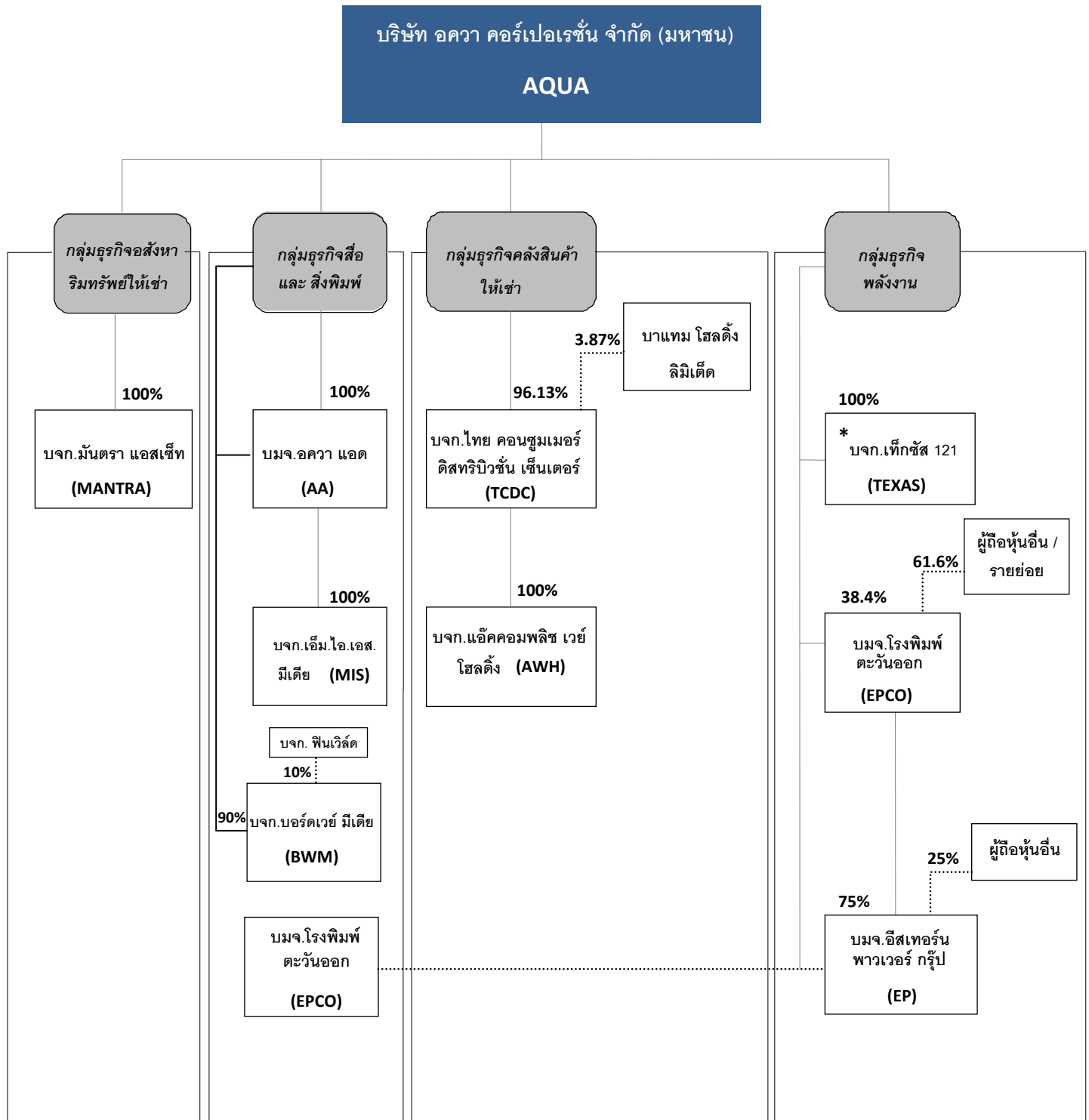
กลยุทธ์ที่นำไปสู่ความยั่งยืน

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

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ตั้งแต่ปี 2550 (ภายหลังหยุดการให้สินเชื่อเข้าซื้อ) 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 ดิสทริบิวชันเซ็นเตอร์ จำกัด (“TCDC”) และ บริษัท แอ็คคอมพลิช เวย์ โฮลดิ้ง จำกัด (“AWH”) รวมถึงการเข้าลงทุนในธุรกิจสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ ภายใต้ชื่อ บริษัท มันทรา แอสเซ็ท จำกัด (“MANTRA”) นอกจากนี้บริษัทได้ขยายการลงทุนในธุรกิจสื่อโฆษณาประเภทจอ LED โดยการเข้าลงทุนในบริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด (“BWM”) ซึ่งจะสามารถทำให้ธุรกิจสื่อโฆษณาของกลุ่มบริษัท สามารถสร้างเครือข่ายสื่อโฆษณา LED ครบวงจรทั่วประเทศอย่างรวดเร็ว

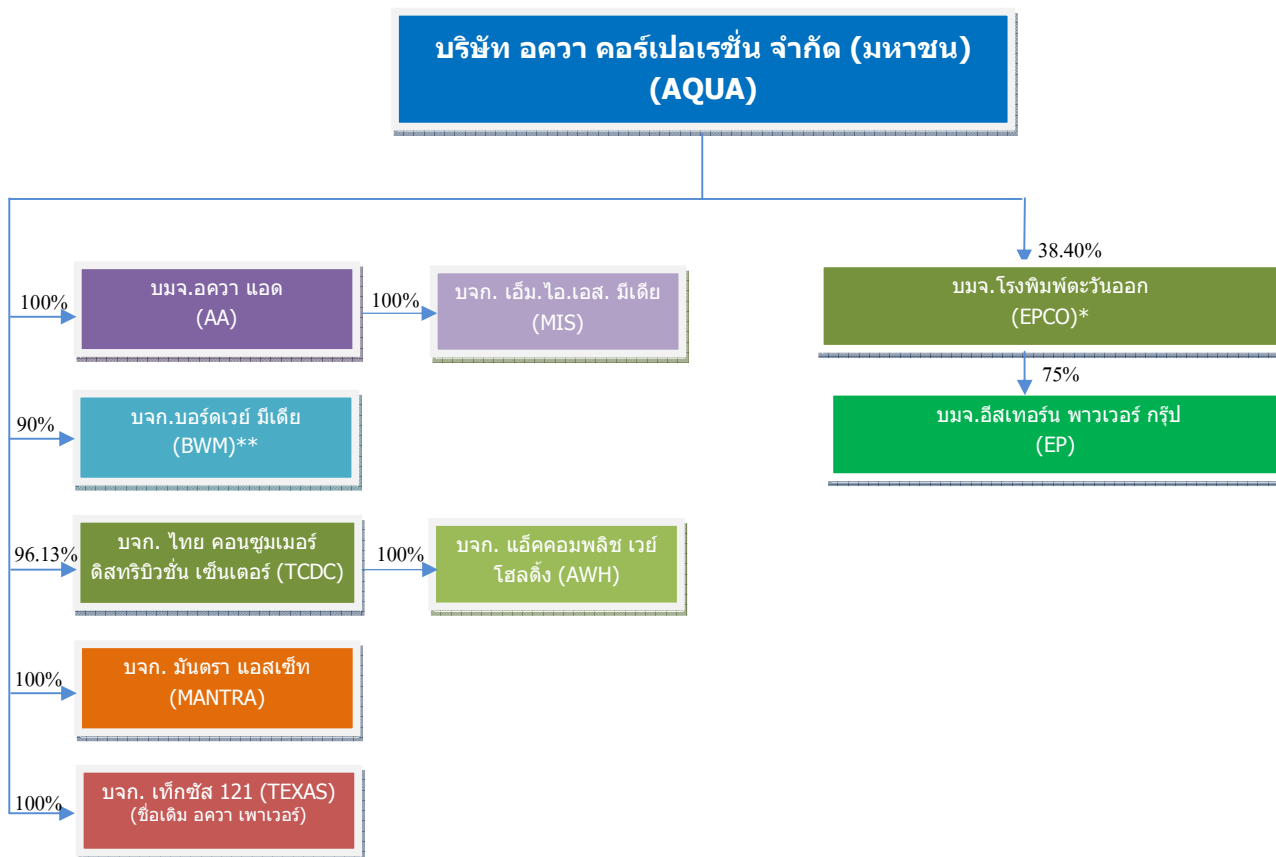
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 การแบ่งการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท มีดังนี้



หมายเหตุ * เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2561 Texas 121 ได้จดทะเบียนเลิกบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์แล้ว

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีบริษัทย่อยทางตรง บริษัทย่อยทางอ้อม และบริษัทร่วม รวมทั้งหมด 8 บริษัท โดยมีโครงสร้างการถือหุ้นของกิจการเป็นดังนี้



หมายเหตุ

- * โครงสร้างการถือหุ้นของ EPCO สามารถพิจารณาได้จาก 56-1 ของ EPCO และในช่วงวันที่ 10 – 17 มกราคม 2561 บริษัทฯ ได้เข้าซื้อหุ้น EPCO ผ่านระบบของ SET ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทเป็น 38.85%
- ** เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2561 บริษัทฯ ได้ซื้อหุ้นสามัญของ BWM เพิ่มเติมจากผู้ถือหุ้นเดิมอีกร้อยละ 5 ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทเป็น 95%

รายละเอียดเกี่ยวกับบริษัทย่อยทางตรง บริษัทย่อยทางอ้อม และบริษัทร่วม ดังนี้

บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) (“AA”)

- **สัดส่วนการถือหุ้น**
บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 100%
- **สถานะที่เกี่ยวข้องกับบริษัท**
บริษัทย่อย
- **ลักษณะการประกอบธุรกิจ**
ประกอบธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่ติดตั้งป้ายโฆษณา จัดหาพื้นที่ รับจ้างผลิตและติดตั้งงานโฆษณาประเภทต่าง ๆ โดยเน้นสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่ ประเภทป้ายภาพนิ่ง เป็นหลัก
- **ข้อมูลสำคัญทางการเงิน**

หน่วย : ล้านบาท	งบการเงินรวม ปี 2560	งบการเงินเฉพาะกิจการ		
		ปี 2560	ปี 2559	ปี 2558
สินทรัพย์รวม	580.81	574.16	607.44	593.76
หนี้สินรวม	65.96	60.05	91.22	100.78
ส่วนของผู้ถือหุ้น	514.85	514.11	516.22	492.98
รายได้รวม	311.63	301.40	312.42	318.12
กำไรสุทธิ	28.97	28.23	43.87	49.40
กำไรสุทธิต่อหุ้น	0.0716	0.0698	0.1085	0.1222
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น	-	0.05	0.075	0.05

บริษัท เอ็ม.ไอ.เอส. มีเดีย จำกัด (“MIS”)

- **สัดส่วนการถือหุ้น**
บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) เข้าลงทุนเมื่อวันที่ 4 เมษายน 2560 ถือหุ้นในสัดส่วน 100%
- **สถานะที่เกี่ยวข้องกับบริษัท**
บริษัทย่อยทางอ้อม
- **ลักษณะการประกอบธุรกิจ**
ประกอบธุรกิจให้เช่าพื้นที่ป้ายโฆษณานอกบ้าน (Out of Home Media) ในรูปแบบป้ายภาพนิ่งในจังหวัดต่าง ๆ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- **ข้อมูลสำคัญทางการเงิน**

หน่วย : ล้านบาท	ปี 2560	ปี 2559	ปี 2558
สินทรัพย์รวม	18.83	26.16	9.47
หนี้สินรวม	15.09	11.99	0.19
ส่วนของผู้ถือหุ้น	3.74	14.17	9.28
รายได้รวม	12.36	24.06	19.20

หน่วย : ล้านบาท	ปี 2560	ปี 2559	ปี 2558
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	2.67	4.89	4.01
กำไร(ขาดทุน)สุทธิต่อหุ้น	266.86	488.73	400.93
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น *	-		

หมายเหตุ * ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2560 เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2560 มีมติให้จ่ายเงินปันผลจากผลกำไรประจำปี 2559 และกำไรสะสมจำนวน 13.07 ล้านบาทให้กับผู้ถือหุ้น

บริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด (“BWM”)

- สัดส่วนการถือหุ้น

บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เข้าลงทุนเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2560 ถือหุ้นในสัดส่วน 90% ต่อมาเมื่อวันที่ 31 มกราคม 2561 เข้าลงทุนเพิ่มทำให้สัดส่วนการถือหุ้นเป็น 95% และบจ. ฟินเวลด์ ถือหุ้นในสัดส่วน 5%

- สถานะที่เกี่ยวข้องกับบริษัท

บริษัทย่อย

- ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ประกอบธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่ป้ายโฆษณาภายนอกบ้าน (Out of Home Media) ทั้งในรูปแบบป้ายภาพนิ่ง และป้ายดิจิทัลLED โดยรายได้หลักมาจากป้ายดิจิทัล LED

- ข้อมูลสำคัญทางการเงิน

หน่วย : ล้านบาท	ปี 2560	ปี 2559	ปี 2558
สินทรัพย์รวม	694.85	475.39	288.07
หนี้สินรวม	504.19	274.82	134.70
ส่วนของผู้ถือหุ้น	190.66	200.57	153.37
รายได้รวม	322.18	238.54	203.06
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(9.99)	47.21	65.05
กำไร(ขาดทุน)สุทธิต่อหุ้น	(10.10)	48.17	66.38
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น	-	-	-

บริษัท ไทย คอนซุมเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด (“TCDC”)

- สัดส่วนการถือหุ้น

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

- สถานะที่เกี่ยวข้องกับบริษัท

บริษัทย่อย

- ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ประกอบธุรกิจหลักทางด้านคลังสินค้าให้เช่าและให้บริการ โดยลูกค้าหลักของ TCDC ในปัจจุบันได้แก่ กลุ่มบริษัทยูนิลีเวอร์ โดยมีคลังสินค้าให้เช่าจำนวน 2 คลัง คิดเป็นพื้นที่ให้เช่า 108,800 ตารางเมตรโดยประมาณ บนพื้นที่ดินขนาด 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 2560	ปี 2559	ปี 2558
สินทรัพย์รวม	3,008.65	2,893.09	2,960.94
หนี้สินรวม	1,675.59	1,740.20	1,909.96
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,333.06	1,152.89	1,050.98
รายได้รวม	321.73	256.07	305.67
กำไรสุทธิ	188.64	136.30	153.12
กำไรสุทธิต่อหุ้น(**)	111.36	80.46	98.31
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น	3.00	5.00	20.00

งบการเงินรวม

หน่วย : ล้านบาท	ปี 2560	ปี 2559	ปี 2558 (**)
สินทรัพย์รวม	3,270.60	3,165.96	3,232.18
หนี้สินรวม	1,897.21	1,989.77	2,178.57
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,373.39	1,176.18	1,053.62
รายได้รวม	356.94	302.16	311.29
กำไรสุทธิ	205.67	156.95	155.76
กำไรสุทธิต่อหุ้น(**)	121.41	92.65	100.00

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

(***) จำนวนหุ้นของ TCDC ที่นำมาใช้ในการคำนวณกำไรต่อหุ้น เป็นจำนวนหุ้นโดยวิธีถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ตามจำนวนเงินที่ได้รับจากการเพิ่มทุน โดย TCDC ได้รับชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนแล้วทั้งจำนวนในปี 2558

บริษัท แอ็คคอมพลิช เวย์ โฮลดิ้ง จำกัด (“AWH”)

- สัดส่วนการถือหุ้น
บริษัท ไทย คอนซุมเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด (TCDC) เข้าลงทุนเมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2558 ถือหุ้นในสัดส่วน 100%
- สถานะที่เกี่ยวข้องกับบริษัท
บริษัทย่อยทางอ้อม

● 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 จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ออสเตรเลีย และดูแล ครอบคลุมการขนส่งใน 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 และมีคลังสินค้าในเรือทั่วประเทศ 38 แห่ง รวมเนื้อที่ให้บริการคลังสินค้าประมาณ 700,000 ตรม.

● ข้อมูลสำคัญทางการเงิน

หน่วย : ล้านบาท	ปี 2560	ปี 2559	ปี 2558 (*) (1 กค.58 - 31 ธค. 58)
สินทรัพย์รวม	404.71	423.19	414.00
หนี้สินรวม	221.63	257.14	268.61
ส่วนของผู้ถือหุ้น	183.08	166.05	145.39
รายได้รวม (**)	51.82	53.01	85.48
กำไรสุทธิ	26.03	25.16	59.61
กำไรสุทธิต่อหุ้น	57.85	55.91	132.47
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น	12.00	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

(**) เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2558 TCDC ได้เข้าลงทุน และเปลี่ยนแปลงนโยบายการบันทึกต้นทุนอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน จากราคาทุน เป็นราคายุติธรรม ทำให้มีกำไรจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่ายุติธรรมในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน เป็นเงิน 61.39 ล้านบาท

บริษัท มันทรา แอสเซ็ท จำกัด (“MANTRA”)

● สัดส่วนการถือหุ้น

บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 100%

● สถานะที่เกี่ยวข้องกับบริษัท

บริษัทย่อย

● ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ประกอบธุรกิจขายและให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรถรับจ้างสาธารณะ (รถแท็กซี่) เช่นเดียวกับบริษัท และเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2550 มีนโยบายหยุดการให้สินเชื่อเช่าซื้อ เนื่องจากไม่คุ้มต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ปัจจุบันพอร์ตลูกค้านี้เกือบ

ทั้งหมดของบริษัทย่อย ได้พิจารณาตัดสินสัญญาเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง หากภายหลังลูกหนี้ชำระเงินให้กับบริษัทย่อย บริษัทย่อยจะรับเงินและบันทึกเป็นรายได้หนี้สัญญารับคืน ส่วนลูกหนี้ที่ยังไม่ตัดสินสัญญาบริษัทย่อยได้ตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญไว้ทั้งจำนวนแล้ว และในไตรมาสที่ 1/2559 MANTRA ได้เข้าซื้อที่ดินที่จังหวัดเชียงใหม่และก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างพร้อมเฟอร์นิเจอร์เพื่อให้บริษัท เดอะ เคนบิน เชียงใหม่ จำกัด เข้าเพื่อดำเนินธุรกิจฟื้นฟูสุขภาพ (Retreatment Center)

● ข้อมูลสำคัญทางการเงิน

หน่วย : ล้านบาท	ปี 2560	ปี 2559	ปี 2558
สินทรัพย์รวม	719.74	215.49	18.63
หนี้สินรวม	506.72	197.72	0.02
ส่วนของผู้ถือหุ้น	213.03	17.77	18.61
รายได้รวม	262.13	0.32	1.50
กำไรสุทธิ	195.26	0.16	1.12
กำไรสุทธิต่อหุ้น	195.26	0.16	1.12
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น	20.00	-	1.00

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

● สัดส่วนการถือหุ้น

บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 100%

● สถานที่เกี่ยวข้องกับบริษัท

บริษัทย่อย

● ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ประกอบธุรกิจพลังงานและพลังงานทดแทนในประเทศและต่างประเทศ โดยมีการลงทุนในโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ 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 ปีนับจากวัน COD ในอัตราซื้อขายไฟฟ้าแบบ feed-in tariff (FIT) หน่วยละ 36 เยน

เมื่อวันที่ 18 ตุลาคม 2560 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 8/2560 มีมติอนุมัติให้ขายเงินลงทุนโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ในประเทศญี่ปุ่นทั้งหมดคืนให้กับผู้ขายโครงการเดิม (Repurchase) ในราคาคืนทุนที่บริษัทจ่ายเพื่อซื้อโครงการครั้งแรก บวก Carrying Cost และบริษัทฯ ยังคงนโยบายการยุติการดำเนินธุรกิจในด้านพลังงานแสงอาทิตย์และพลังงานทดแทนเพื่อจัดการผลประโยชน์ที่เกิดจากการทำธุรกิจพลังงาน ซึ่งถือว่าเป็นธุรกิจเดียวกันกับ บริษัท อีสเทอร์น พาวเวอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“EP”) (EP เป็นบริษัทย่อยของ EPCO ที่ EPCO ถือหุ้นร้อยละ 75 และบริษัทถือหุ้น EPCO ร้อยละ 38.40) เนื่องจาก EP อยู่ระหว่าง

การเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้อันจะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับ EPCO และต่อบริษัทในฐานะผู้ถือหุ้น EPCO

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทได้รับชำระเงินจากการขายเงินลงทุนในโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ 2 โครงการที่ประเทศญี่ปุ่นครบถ้วนแล้ว ปัจจุบัน TEXAS 121 อยู่ระหว่างชำระบัญชีและปิดบริษัท

บริษัท โรงพิมพ์ ตะวันออก จำกัด (มหาชน)

- สัดส่วนการถือหุ้น

บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 38.40% และการถือหุ้นส่วนที่เหลือของ EPCO สามารถดูได้ที่ Website ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเนื่องจาก EPCO เป็นบริษัทจดทะเบียน

- สถานะที่เกี่ยวข้องกับบริษัท

บริษัทร่วม

- ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้ผลิตสิ่งพิมพ์ และดำเนินธุรกิจโรงพิมพ์ในลักษณะครบวงจร โดยให้บริการตั้งแต่ การวางแผนการผลิตจนกระทั่งเข้าเล่มเป็นสิ่งพิมพ์สำเร็จรูป และเมื่อปลายปี 2554 EPCO ได้ขยายการลงทุนในธุรกิจพลังงานทดแทนจากการลงทุนก่อสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ณ ปัจจุบันสามารถสรุปโครงการโรงไฟฟ้าของกลุ่ม EPCO มีดังนี้

โครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ประเภท Solar Farm ขนาดกำลังการผลิตรวม 20 เมกะวัตต์:-

โครงการ	คู่สัญญา	ที่ตั้งโครงการ		วันที่ลงนามในสัญญา	ขนาดกำลังการผลิต (เมกะวัตต์)	วันเริ่มจ่ายไฟฟ้าในเชิงพาณิชย์ (COD)
		อำเภอ	จังหวัด			
โรงไฟฟ้าบ่อพลอย	JKR-กฟภ.	บ่อพลอย	กาญจนบุรี	7 ก.ย. 52	5	15 ต.ค. 55
โรงไฟฟ้าบ่อพลอย	RPV-กฟภ.	บ่อพลอย	กาญจนบุรี	7 ก.ย. 52	5	15 ต.ค. 55
โรงไฟฟ้าลพบุรี	LOBURI-กฟภ.	โคกสำโรง	ลพบุรี	26 ก.ย. 54	5	4 ก.พ. 57
โรงไฟฟ้าปราจีนบุรี	PS-กฟภ.	เมืองปราจีนบุรี	ปราจีนบุรี	22 ส.ค. 59	5	1 ก.พ. 60

โครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา ขนาดกำลังการผลิตรวมประมาณ 1.5 เมกะวัตต์:-

โครงการ	คู่สัญญา	ที่ตั้งโครงการ		วันที่ลงนามในสัญญา	กำลังการผลิตเสนอขาย (w)	วันเริ่มจ่ายไฟฟ้าในเชิงพาณิชย์ (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
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

โครงการ	คู่สัญญา	ที่ตั้งโครงการ		วันที่ลงนาม ในสัญญา	กำลังการผลิต เสนอขาย (w)	วันเริ่มจ่ายไฟฟ้า ในเชิงพาณิชย์ (COD)
		อำเภอ	จังหวัด			
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

โครงการโรงไฟฟ้าโดยใช้พลังงานความร้อนร่วม (Co-Generation Combined Power Plant) ประกอบด้วย

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

โครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ในประเทศญี่ปุ่น ขนาดกำลังการผลิตรวมประมาณ 35,215 เมกะวัตต์ :-

โครงการ	บริษัทผู้พัฒนาและดำเนิน โครงการ	FIT Price (JPY/kWh)	Approval Capacity (MW)	Installation Capacity (MW)	Expected COD
KURIHARA I	Premier Solution Co., Ltd	40	9.52	11.6802	ไตรมาส 3/2561
KURIHARA II	Premier Solution Co., Ltd	36	12.24	17.864	ไตรมาส 3/2562
KYOTO	Godo Kaisha Green Energy	32	9.99	12.0098	COD 21 พ.ย.2559
SHICHIKASHUKU 1-2	Deneb	36	3.465	4.4075	ภายในปี 2561

งานติดตั้งระบบและควบคุม “โครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา” ดังนี้:-

โครงการ	ผู้ดำเนินการโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	กำลังการผลิต ติดตั้ง (MWdc)	Expected (COD)
EPCO (Self Consumption)	บจก.เอ็ปโก้ กรีน พาวเวอร์ พลัส	เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ	0.024	1 พ.ค. 2560
King Pac	บจก.เอ็ปโก้ กรีน พาวเวอร์ พลัส	อ.เมืองชลบุรี จ.ชลบุรี	2.08	อยู่ระหว่างดำเนินการ
Klintpac	บจก.เอ็ปโก้ กรีน พาวเวอร์ พลัส	อ.พระสมุทรเจดีย์ จ.สมุทรปราการ	1.00	อยู่ระหว่างดำเนินการ

โครงการ	ผู้ดำเนินการโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	กำลังการผลิตติดตั้ง (MWdc)	Expected (COD)
Thai – Lysaght	บจก.เอ็ปโก้ กรีน พาวเวอร์ พลัส	อ.อุทัย จ.พระนครศรีอยุธยา	0.282	อยู่ระหว่างดำเนินการ
Sanroong	บจก.เอ็ปโก้ กรีน พาวเวอร์ พลัส	อ.บ้านบึง จ.ชลบุรี	0.968	อยู่ระหว่างดำเนินการ

● ข้อมูลสำคัญทางการเงิน (งบการเงินรวม)

หน่วย : ล้านบาท	ปี 2560	ปี 2559	ปี 2558
สินทรัพย์รวม	8,478.60	6,930.38	2,578.54
หนี้สินรวม	6,004.65	4,739.12	1,197.56
ส่วนของผู้ถือหุ้น	2,473.95	2,191.25	1,380.98
ส่วนของผู้ถือหุ้น-ส่วนของ EPCO	2,108.78	1,896.22	1,382.41
รายได้รวม	962.63	881.15	889.96
กำไรสุทธิ	233.39	135.73	247.32
กำไรสุทธิ-ส่วนของ EPCO	207.19	118.74	247.18
กำไรสุทธิต่อหุ้น	0.26	0.16	0.32
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น(*)	0.08	0.16	0.22

หมายเหตุ (*) EPCO ประกาศจ่ายปันผลจากการดำเนินงานของแต่ละปีดังนี้

- ปี 2560 จ่ายปันผลเป็นเงินสดหุ้นละ 0.11 บาท และเป็นหุ้นสามัญในอัตรา 20 หุ้นเดิม ต่อ 1 หุ้นปันผล หรือคิดเป็นอัตราการจ่ายหุ้นปันผลในอัตราหุ้นละ 0.05 บาท
- 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 2558-2560 สามารถจำแนกตามกลุ่มธุรกิจได้ดังนี้

ประเภทรายได้	2558		2559		2560	
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%
1. รายได้จากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ : AA & BWM						
1.1 รายได้จากการขาย	-	-	-	-	29.76	2.16
1.2 รายได้ค่าโฆษณา	258.56	34.52	250.06	36.59	494.78	35.87
1.3 รายได้ค่าจ้างทำของ	54.77	7.31	56.90	8.33	59.74	4.33
รวม	313.33	41.83	306.96	44.92	584.28	42.36
2. รายได้จากธุรกิจคลังสินค้า : TCDC & AWH						
2.1 รายได้ค่าเช่าและค่าบริการ	248.60	33.19	286.01	41.85	283.81	20.58
2.2 กำไรจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่าสุทธิธรรมในอสังหาริมทรัพย์ฯ	46.95	6.27	-	-	69.30	5.02
รวม	295.55	39.46	286.01	41.85	353.11	25.60
3. รายได้จากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ : MANTRA						
3.1 รายได้ค่าเช่าและค่าบริการ	-	-	-	-	37.59	2.73
3.2 กำไรจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่าสุทธิธรรมในอสังหาริมทรัพย์ฯ	-	-	-	-	223.94	16.24
รวม	-	-	-	-	261.53	18.96
4. ส่วนแบ่งกำไรจากบริษัทร่วม : EPCO						
รวม	94.91	12.67	45.60	6.67	79.56	5.77
รวม	94.91	12.67	45.60	6.67	79.56	5.77
5. รายได้อื่น :						
5.1 หนี้สูญรับคืน	3.29	0.44	3.15	0.46	1.27	0.09
5.2 รายได้ดอกเบี้ยเงินฝาก	0.17	0.02	0.41	0.06	0.15	0.01
5.3 กำไรจากการขายเงินลงทุน	-	-	-	-	33.97	2.46
5.4 กำไรจากการจำหน่ายหน่วยงานต่างประเทศ	-	-	-	-	6.53	0.14
5.5 รายได้ดอกเบี้ยรับ	23.25	3.10	20.36	2.98	13.25	0.96
5.6 อื่นๆ	18.58	2.48	20.93	3.06	45.70	3.31
รวม	45.29	6.04	44.85	6.56	100.87	7.31
รวมรายได้	749.08	100.00	683.42	100.00	1,379.35	100.00

หมายเหตุ 1. การดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของกลุ่มบริษัท ตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมา

- 1.1 ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ บมจ. อควา แอ๊ด สัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 74 ของทุนชำระแล้ว ต่อมาเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2559 อควาได้ซื้อหุ้นเพิ่ม ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นเพิ่มจาก 74% เป็น 100%
- 1.2 เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2560 อควาได้เข้าซื้อหุ้นสามัญของ บริษัท บอร์คเวสต์ มีเดีย จำกัดในสัดส่วนร้อยละ 90 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว
- 1.3 เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2560 บมจ. อควา แอ๊ด (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 99.99%) ได้เข้าซื้อหุ้นสามัญของ บริษัท เอ็ม.ไอ.เอส มีเดีย จำกัดในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว
2. เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2558 บจ.ไทย คอนซูมเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 96.13%) ได้เข้าซื้อหุ้นสามัญของ บริษัท แอ็คคิโอมพลิช เวบ โฮลดิ้ง จำกัดในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว
3. ในไตรมาสที่ 1/2559 บจ.มันตรา แอสเซ็ท เข้าลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ และเริ่มรับรู้รายได้จากอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ เฟส 1 ตั้งแต่วันที่เดือนเมษายน 2560 และรับรู้รายได้ตามสัญญา 100% เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2560 เป็นต้นไป

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.1.1 ธุรกิจเช่าซื้อ

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

ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อ

ลูกหนี้จากการดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อย ประกอบด้วยลูกหนี้เช่าซื้อ 7 ประเภทหลัก และมีมูลค่าคงเหลือ ณ วันสิ้นปี ดังนี้

ประเภทลูกหนี้	2560		2559		2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
อุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้า						
- รายย่อย	-	-	-	-	-	-
- ตัวแทน	-	-	-	-	-	-
รถยนต์						
- ลูกหนี้สัญญาเช่าซื้อรถยนต์	-	-	0.27	7.05	0.27	5.21
- ลูกหนี้โอนสิทธิตามสัญญาเช่าซื้อ	-	-	-	-	-	-
- ลูกหนี้ตามสัญญาเช่าทางการเงิน	3.00	100.00	3.56	92.95	4.91	94.79
โทรศัพท์สาธารณะ	-	-	-	-	-	-
เงินให้กู้ยืม	-	-	-	-	-	-
รวมทั้งสิ้น	3.00	100.00	3.83	100.00	5.18	100.00

หมายเหตุ ลูกหนี้ตามตารางข้างต้น บริษัทได้ตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญไว้ทั้งหมดแล้ว

2.1.2 ธุรกิจให้บริการและผลิตสื่อป้ายโฆษณา

เป็นธุรกิจที่ให้บริการและผลิตสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ที่มีความหลากหลายทั้งในด้านรูปแบบ ขนาด สถานที่ติดตั้ง และเทคนิคในการนำเสนอ เพื่อให้ครอบคลุมตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มบริษัทให้บริการสื่อโฆษณาครบวงจร ตั้งแต่ให้คำปรึกษาในการวางแผนการใช้สื่อ และการสร้างเครือข่ายสื่อโฆษณา (Media Network) รวมไปถึงการผลิตชิ้นงานโฆษณา (Media Production) ติดตั้ง และดูแลรักษาสื่อตลอดระยะเวลาของการให้บริการสื่อโฆษณา

การดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณาของกลุ่มบริษัท โดยการให้บริการ มีสื่อหลักมี 2 ประเภทดังนี้






1. สื่อโฆษณาภาพนิ่งกลางแจ้ง (Static Outdoor)
2. สื่อโฆษณาดิจิทัล (Digital Media)

รายละเอียดของสื่อป้ายโฆษณาประเภทต่างๆ

1. สื่อโฆษณาภาพนิ่งกลางแจ้ง (Static Outdoor)

เป็นสื่อป้ายโฆษณาภาพนิ่งที่มีความหลากหลาย ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ที่ตั้งอยู่ริมถนนสายหลัก บนทางด่วน และภายนอกอาคาร โดยมีจุดติดตั้งครอบคลุมพื้นที่ทั้งในย่านธุรกิจ แหล่งชุมชนในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และในหัวเมืองใหญ่ทั่วประเทศ การผลิตสื่อโฆษณาภาพนิ่งกลางแจ้ง (Static Outdoor) นั้น สามารถใช้วัสดุได้หลากหลายเพื่อให้ภาพโฆษณาที่ติดตั้งบนป้ายนั้น มีความเหมาะสมกับลักษณะสินค้าและสร้างความดึงดูดใจให้แก่ผู้พบเห็น รายได้จากการประกอบธุรกิจมี 2 ประเภท คือ รายได้จากการให้เช่าสื่อโฆษณา และรายได้จากการผลิตชิ้นงานโฆษณา (Media Production) คิดตั้ง ซึ่งลูกค้าที่เช่าสื่อโฆษณาของบริษัทต้องให้บริษัทเป็นผู้ผลิตภาพโฆษณาด้วย ทั้งนี้เพื่อคุ้มครองในเรื่องการรับประกันภาพโฆษณาโดย

- โครงสร้างป้ายโฆษณาใช้วัสดุตามแบบมาตรฐานอุตสาหกรรมโดยผ่านการคำนวณการรับน้ำหนัก การต้านทาน แรงลมจากวิศวกรที่มีความชำนาญและมีประสบการณ์
- ตัวพื้นป้ายเป็นชิ้นงานต่อเนื่องด้วยวัสดุโลหะและอะโลหะ เช่น แผ่นอลูมิเนียม แผ่นสังกะสี และแผ่นผ้าไวนิล
- รูปแบบโครงสร้างสื่อโฆษณาภาพนิ่งกลางแจ้ง (Static Outdoor) สามารถแยกประเภทได้ดังนี้ โครงสร้างเสาเดี่ยว (Mono Pole), โครงสร้างเสาคู่ (Double Column) และโครงสร้างเหล็กฉากถักใยแมงมุม (Steel Truss) บนพื้นดิน และบนอาคาร รวมถึง สื่อป้ายโฆษณาแบบกล่องไฟที่ติดตั้งต่อเนื่องบริเวณใต้ทางด่วนเลียบบถนนเอกมัย-รามอินทรา (Serie Poster)

		
<p>เสาเดี่ยว (Mono Pole)</p>	<p>เสาคู่ (Double Column)</p>	<p>เหล็กฉากใยแมงมุมบนพื้นดิน</p>
		
<p>เหล็กฉากใยแมงมุมบนอาคาร</p>	<p>สื่อป้ายโฆษณาแบบกล่องไฟ</p>	

ณ วันสิ้นปี 2558 – 2560 กลุ่มบริษัทมีโครงข่ายสื่อโฆษณาภาพนิ่งกลางแจ้ง (Static Outdoor) แบ่งตามจุดติดตั้ง ดังนี้







จุดติดตั้ง	จำนวนโครงข่าย (หน้าป้าย)		
	ปี 2560	ปี 2559	ปี 2558
ริมถนนสายหลักในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล	195	197	182
ริมถนนสายหลักในต่างจังหวัด	113	72	55
รวม	308	269	237
อัตราการใช้งานเฉลี่ย (%)	46.57	59.55	54.62

2. สื่อโฆษณาดิจิทัล (Digital)

เป็นสื่อป้ายโฆษณาประเภทมัลติมีเดีย ซึ่งเป็นสื่อที่ให้อารมณ์และความรู้สึกจากการเคลื่อนไหวและการออกเสียงของภาพโฆษณา สร้างจุดสนใจให้กับผู้พบเห็นได้เป็นอย่างดี และมีความโดดเด่นในยามค่ำคืน และเป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน โดยบริษัทให้ความสำคัญกับสื่อโฆษณาที่สามารถสร้าง Impact ให้กับผู้พบเห็นได้ ดังนั้นการสร้างสื่อโฆษณาดิจิทัลร้อยละ 90 มีขนาดพื้นที่มากกว่า 120 ตารางเมตรขึ้นไป และติดตั้งเครือข่ายครอบคลุมบริเวณศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพฯ (CBD) ตามเส้นทางที่มีการจราจรหนาแน่นทั่วกรุงเทพฯ แบ่งเป็น กรุงเทพฯ ชั้นในเน้นทำเลที่เข้าลักษณะเป็น Business Area มีห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และความหนาแน่นของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม เช่น ถนนสาทร ถนนพระราม4 ถนนสุขุมวิท ถนนอโศก ถนนเพชรบุรี รวมถึงบริเวณรอบๆ พื้นที่อนุสาวรีย์สมรภูมิ เป็นต้น กรุงเทพฯชั้นกลาง เน้นทำเลรองลงมาจากกรุงเทพฯชั้นใน ลักษณะที่อยู่อาศัยผสมระหว่างหมู่บ้านและคอนโดมิเนียม เป็นที่ตั้งของซูเปอร์เปอร์เซ็นเตอร์ (Discount Store) และซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) ขนาดใหญ่ เช่น ถนนรัชดาภิเษก ถนนพัฒนาการ เป็นต้น กรุงเทพฯชั้นนอก เน้นทำเลรอบๆ กรุงเทพฯ ตามถนนเส้นสำคัญๆ เช่น ถนนแจ้งวัฒนะ ถนนงามวงศ์วาน ถนนรามอินทรา ถนนบางนา เป็นต้น

นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ ยังวางเครือข่ายในหัวเมืองใหญ่ต่างๆ ในพื้นที่เศรษฐกิจ โดยเน้นจังหวัดที่มีสนามบินเพื่อการพาณิชย์ มีห้างสรรพสินค้า รวมทั้งบริษัทฯยังมีพันธมิตรทางธุรกิจที่สามารถเพิ่มเครือข่ายในทำเลที่ไม่มีป้ายของบริษัท ทำให้การบริการของบริษัทครอบคลุมทั่วประเทศได้

เขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

		
Mega X - อาคารพาเลียมเอกประตูนํ้า	พระราม 4 - โรงแรม โซ โฮเทล แบงค็อก	จอมกะเสน คัดกับ โรงแรมอีสติน
		
Palladium World - ศูนย์การค้าพาเลียม สี่แยกประตูนํ้า	วิกตอรี มอลล์ - ศูนย์การค้า วิกตอรี มอลล์ อนุสาวรีย์ฯ	ถนนอโศก สี่แยกอโศก

ต่างจังหวัด

		
จังหวัดชลบุรี - สี่แยกบ้านสวน	จังหวัดอุดรธานี - 5 แยกวงเวียนน้ำพุ	จังหวัดนครสวรรค์ - สี่แยกไฟแดง Big C
		
จังหวัดเชียงใหม่ - แยกท้ายซอยถนนนิมมานเหมินท์	จังหวัดภูเก็ต - หน้าห้างไอเซ็น วงเวียนหอนาฬิกา	จังหวัดสุราษฎร์ธานี - โรงแรมสอาร์ โอเทล อ.ศรีวิชัย

สื่อโฆษณาดิจิทัล (Digital) แบ่งตามจุดติดตั้ง ดังนี้

จุดติดตั้ง	สิ้นปี 2560		ประมาณการสิ้นไตรมาส 2/2561	
	จำนวน(จอ)	พื้นที่โฆษณา(ตรม.)	จำนวน(จอ)	พื้นที่โฆษณา(ตรม.)
เขตกรุงเทพฯและปริมณฑล	20	4,706.52	51	9,337.56
ต่างจังหวัด	19	2,460.44	27	3,281.64
รวม	39	7,166.96	78	12,619.20
อัตราการใช้งานเฉลี่ย (%)	52.97			

ธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ

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



รายละเอียดของโครงการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ดังนี้

อาคารคลังสินค้า	ที่ตั้งโครงการ	อัตราการเช่า (%)	พื้นที่ดิน (ไร่)	พื้นที่(ตรม.)
แห่งที่ 1	ตำบลคลองปรัง อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง	100	75-3-70	47,000
แห่งที่ 2	ตำบลคลองปรัง อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง	100	136-2-55	61,800
แห่งที่ 3	ตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	100	6-2-88	4,525
แห่งที่ 4	ตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	100	6-2-91	9,320
รวม				122,645

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ

กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ โดยเข้าซื้อที่ดินที่จังหวัดเชียงใหม่เพื่อก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างในลักษณะเป็นรีสอร์ท เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม ตามความต้องการของลูกค้า (Built-to-Suit) เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจฟื้นฟูสุขภาพ (Retreatment Center) เข้าโครงการทั้งหมดระยะยาว



อสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ ด.ห้วยทราย อ.แม่ริม จ.เชียงใหม่

รายละเอียดของโครงการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ดังนี้

ที่ตั้งโครงการ	อัตราการใช้	พื้นที่ดิน	พื้นที่ใช้สอย
ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่	100 %	34-1-62.6 ไร่	11,093 ตรม.

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและภาวะการแข่งขันและผู้ประกอบการธุรกิจเข้าซื้อ

เนื่องจากบริษัทได้หยุดให้สินเชื่อเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า และอื่นๆ ตั้งแต่ปี 2550 ตามที่แจ้งไว้ข้างต้นแล้ว บริษัทพิจารณาแล้วว่า ข้อมูลส่วนนี้ไม่มีผลกระทบต่อตัดสินใจของผู้ลงทุน และการเปิดเผยข้อมูลในส่วนนี้อาจจะไม่สะท้อนให้เห็นถึงสถานการณ์ที่แท้จริงได้ จึงยกเลิกการเปิดเผยข้อมูลในส่วนนี้

ธุรกิจให้บริการและผลิตสื่อป้ายโฆษณา

กลยุทธ์การแข่งขัน

สื่อโฆษณาของกลุ่มบริษัทฯ มี 2 ประเภทหลักๆ ที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบันนี้ คือ สื่อโฆษณาภาพนิ่งกลางแจ้ง (Static Outdoor) และสื่อโฆษณาดิจิทัล (Digital Media) ซึ่งกระจายอยู่ในพื้นที่สำคัญๆ ทั่วประเทศ โดยในสัดส่วนในกรุงเทพคิดเป็นร้อยละ 65 และต่างจังหวัดตามหัวเมืองหลักรวม 42 จังหวัดคิดเป็นร้อยละ 35 ทำให้สื่อโฆษณาของบริษัทเป็นที่พบเห็นของผู้คนทุกกลุ่ม ทุกวัย ทุกอาชีพ รวมพื้นที่ให้บริการโฆษณาแบบป้ายนิ่ง 113,959.85 ตารางเมตร จากหน้าป้ายทั้งหมด 308 หน้าป้าย และแบบดิจิทัลมีพื้นที่ให้บริการโฆษณา ณ สิ้นปี 2560 จำนวน 7,166.96 ตารางเมตร จากจำนวนป้ายทั้งหมด 39 จอ และการลงทุนเพิ่มจะทำให้สิ้นไตรมาสที่ 2/2561 พื้นที่ให้บริการโฆษณาจะมีทั้งสิ้นประมาณ 12,000 ตารางเมตร จากจำนวนป้ายทั้งหมด 78 จอ เฉลี่ยพื้นที่โฆษณาประมาณ 154 ตารางเมตรต่อจอดิจิทัล

เป้าหมายของบริษัท เพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาดในธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ให้อยู่กลุ่ม 1 ใน 3 ของอุตสาหกรรมนี้ บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ดังต่อไปนี้

1. เลือกพื้นที่ในการสร้างสื่อโฆษณาที่สามารถเป็นจุดสังเกตหรือสถานที่ที่เป็น "สัญลักษณ์" (Landmark) ประจำปีพื้นที่หนึ่งๆ ได้ เช่น สื่อโฆษณาภาพนิ่งกลางแจ้ง (Static Outdoor) ขนาดใหญ่บริเวณสนามบินสุวรรณภูมิขาออกมอเตอร์เวย์สำหรับลูกค้าธนาคารกรุงเทพ และป้ายบริเวณอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา สำหรับลูกค้ากลุ่มสิงห์คอร์ปอเรชั่น รวมถึงป้ายโฆษณาดิจิทัล (Digital Media) บริเวณอาคารเมกา X แยกประตูน้ำ ซึ่งมีขนาดพื้นที่มากกว่า 1,500 ตารางเมตร ซึ่งถือว่าเป็นป้ายที่มีพื้นที่โฆษณาขนาดใหญ่มากที่สุดในประเทศไทยป้ายหนึ่ง เพื่อสร้างการจดจำในแบรนด์สินค้าของลูกค้า และของบริษัท
2. เลือกการสร้างสื่อโฆษณาดิจิทัลที่มีพื้นที่ให้โฆษณามากกว่า 120 ตารางเมตรขึ้นไป เพื่อสร้าง Impact ให้กับผู้พบเห็นได้ และ เป็นจุดดึงดูดความสนใจที่โดดเด่นมากที่สุดในพื้นที่นั้นๆ เพื่อสร้างความคุ้มค่าต่อลูกค้าในการใช้บริการของบริษัท
3. การขยายป้ายให้มีจำนวนครอบคลุมพื้นที่ทั่วกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดจนสามารถสร้างเครือข่าย (Network) เพื่อให้สื่อสารกับผู้บริโภคได้เป็นจำนวนมากตามความต้องการของตลาดโฆษณา
4. จัดหมวดหมู่ป้ายเป็นกลุ่มเพื่อนำเสนอลูกค้าประเภทองค์กรให้ซื้อในระยะยาว เช่น แบ่งตามภาค หรือ กลุ่มป้ายครอบคลุมทั่วประเทศ
5. การให้บริการที่ยืดหยุ่นและอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าเพื่อชักจูงให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการ รวมทั้งเพิ่มความเชื่อมั่นในการบริการด้วยการจัดส่งรายงานการออกอากาศด้วย Log file และการแก้ไขปัญหาจอ LED ให้เสร็จสิ้นอย่างรวดเร็วไม่เกิน 24 ชั่วโมง
6. การเพิ่มความสามารถที่นอกเหนือจากการแพร่ภาพโฆษณาเพียงอย่างเดียวโดยการถ่ายทอดสดกิจกรรมพิเศษรวมถึงเพิ่มศักยภาพของสื่อด้วยการนำเทคโนโลยีมาร่วมใช้กับจอดิจิทัล (Digital Media) เช่น กิจกรรม Interactive เป็นต้น
7. เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้พบเห็น และให้เข้ากับไลฟ์สไตล์ของคนยุค 4.0 กลุ่มบริษัทฯ ได้ร่วมกับพันธมิตรผู้ประกอบการทีวี ช่อง 19 Spring New รายงานข่าวที่สำคัญทุกชั่วโมงเพื่อตอบสนองวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่ใช้เวลาอยู่นอกบ้านเป็นส่วนใหญ่ เพื่อสร้างสีสันและชีวิตให้กับสื่อโฆษณา รวมทั้งทำให้ผู้คนได้รับทราบข่าวสารที่สำคัญๆ ในแต่วันได้อย่างทันทั่วถึง
8. บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาที่มีอยู่ การสรรหานวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสื่อโฆษณา และสามารถสนองความต้องการของตลาดอย่างแท้จริง รวมทั้งดำเนินการสรรหาสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้า โดยมีการศึกษาเทคโนโลยีต่างๆ จากสื่อโฆษณาของต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ ทั้งจากการศึกษานิตยสารด้านโฆษณาชั้นนำในต่างประเทศ และการส่งทีมงานไปศึกษาดูงานสื่อโฆษณาต่างประเทศ เพื่อนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เหมาะสม

ลักษณะลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าของบริษัทสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ตามลักษณะการติดต่อ ดังนี้

1. ลูกค้าประเภทบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency)
คือ บริษัทตัวแทนโฆษณา ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการในการติดต่อให้บริษัทเป็นผู้ผลิตและติดตั้งสื่อโฆษณาให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการของลูกค้าของตนเอง
2. ลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรง (Direct)

คือ บริษัท ห้างร้านเอกชน รวมถึงองค์กรของรัฐบาลและรัฐวิสาหกิจทั่วไป ที่เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ ซึ่งเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือบริการโดยตรง ลูกค้านี้จะติดต่อกับบริษัทโดยไม่ผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณา เพื่อให้บริษัทเป็นผู้ผลิตและติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาตามรายละเอียดและรูปแบบที่ได้ตกลงกัน

ในปี 2558 – 2560 บริษัทมีส่วนรายได้แยกตามประเภทลูกค้าได้ดังนี้

ปี	Agency			Direct			รายได้รวม
	ราย	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน(%)	ราย	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน(%)	
2560	85	357.01	61.14	209	226.91	38.86	583.92
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

และสัดส่วนลูกค้ารายใหญ่ 10 รายแรกของรายได้รวมใน 2558 - 2560 สามารถสรุปได้ดังนี้

	ปี 2560	ปี 2559	ปี 2558
รายได้ลูกค้า 10 รายแรก (ล้านบาท)	280.46	120.64	106.89
สัดส่วนรายได้ลูกค้า 10 รายแรกต่อรายได้รวม	48.03%	39.30%	34.12%

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ในการจำหน่ายสื่อโฆษณาของบริษัท สามารถสรุปช่องทางการจำหน่ายได้ดังนี้

- ผ่านพนักงานขายของบริษัท บริษัทจะติดต่อกับลูกค้าที่มีศักยภาพในการใช้สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย เพื่อเสนอทางเลือกในการประชาสัมพันธ์สินค้าของลูกค้าและเป็นการแนะนำบริษัทต่อลูกค้า โดยบริษัทมีการจัดทำเอกสารประกอบการขายซึ่งอธิบายรายละเอียดโดยเบื้องต้นของสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลสู่กลุ่มลูกค้าเป็นไปอย่างสมบูรณ์ ถูกต้องและง่ายต่อการตัดสินใจ
- ผ่านสื่อโฆษณาของบริษัทเนื่องจากสื่อโฆษณาของบริษัทอยู่ภายนอกที่อยู่อาศัย จึงสามารถจัดเป็นช่องทางการจำหน่ายของบริษัทได้อีกทางหนึ่ง ลูกค้าของบริษัทโดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ติดต่อกับบริษัทจากการพบเห็นสื่อป้ายโฆษณาของบริษัท ซึ่งได้มีการระบุชื่อบริษัทและเบอร์โทรศัพท์ไว้
- ผ่านการเผยแพร่ข้อมูลบริษัทผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่
 - เว็บไซต์ของบริษัท บริษัทมีการจัดทำเว็บไซต์ www.aquacorp.co.th และ เว็บไซต์ www.boardwaymedia.co.th เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและสินค้าของบริษัท เพื่อให้ลูกค้าสามารถทราบถึงข้อมูลเบื้องต้นของบริษัทได้
 - สื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ได้แก่ E-Mail
 - สื่อทางสิ่งพิมพ์ต่างๆ

ช่องทางการจัดจำหน่ายเหล่านี้มีการจัดการบริหารงานอย่างมีระบบ เพื่อประโยชน์ในการจำหน่ายสื่อโฆษณาของบริษัทเป็นสำคัญ โดยภายหลังจากการได้รับการติดต่อจากลูกค้า ส่วนลูกค้าสัมพันธ์จะสอบถามความต้องการของลูกค้าในเบื้องต้น และจัดส่งลูกค้าให้กับฝ่ายการขายและการตลาด ซึ่งมีประสบการณ์ในการเสนอสื่อโฆษณาเป็นผู้ดำเนินการประสานงานติดตามดูแลลูกค้าต่อไป

นโยบายราคา

เนื่องจากสื่อโฆษณาหลักของบริษัทมี 2 ประเภท ดังนั้นในการกำหนดราคาการใช้บริการสื่อป้ายโฆษณา จึงมีความแตกต่างกัน ดังนี้

1. สื่อโฆษณาภาพนิ่งกลางแจ้ง (Static Outdoor)

สื่อโฆษณาประเภทนี้ บริษัทกำหนดราคาสำหรับการให้เข้าพื้นที่โฆษณาและงานผลิตสื่อภาพโฆษณา โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

- 1.1 จุดติดตั้งสื่อโฆษณา เนื่องจากจุดติดตั้งสื่อโฆษณาส่วนใหญ่ของบริษัทอยู่ใน prime location มีความหนาแน่นของชุมชนมาก ทำให้บริษัทสามารถกำหนดราคาค่าเช่าสื่อโฆษณาในอัตราที่สูงได้
- 1.2 ต้นทุนการเช่าสถานที่ติดตั้งสื่อโฆษณา และต้นทุนการก่อสร้างสื่อโฆษณานั้นๆ จะมีผลต่อการกำหนดราคาค่าใช้บริการสื่อโฆษณา
- 1.3 ต้นทุนการผลิตสื่อประเภทนั้นๆ ทั้งในด้านขนาด และความละเอียดของตัวงาน
- 1.4 ระยะเวลาการใช้สื่อโฆษณาของลูกค้าบริษัทกำหนดให้ลูกค้าต้องทำสัญญาในการใช้สื่อโฆษณาเป็นระยะเวลาต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 เดือน อย่างไรก็ตามกรณีที่ลูกค้าทำสัญญาในระยะเวลาที่นานกว่านั้น บริษัทจะกำหนดราคาที่ต่ำลง เนื่องจากบริษัทมีความเสี่ยงในการดำเนินงาน และมีต้นทุนการดำเนินงานที่ลดลง รวมทั้งเป็นการจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจทำสัญญาระยะยาวขึ้น
- 1.5 ปริมาณการซื้อสื่อโฆษณาของลูกค้า โดยทั่วไปผลิตภัณฑ์ 1 ผลิตภัณฑ์ จะใช้สื่อโฆษณา 2-3 จุด เพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้ามีการใช้สื่อเพิ่มขึ้น บริษัทจะเสนอราคาที่ต่ำลงในกรณีที่ลูกค้ามีการใช้สื่อโฆษณาหลายจุด หรือหลายประเภท
- 1.6 ต้นทุนการดำเนินงานของบริษัทในการกำหนดราคาบริษัทได้คำนึงถึงต้นทุนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านต้นทุนผันแปรที่เกี่ยวข้องกับสื่ออื่นโดยตรง เช่น ค่าเช่า ค่าเบี้ยประกันภัย ค่าไฟฟ้า ค่าภาษีป้าย ค่าบำรุงรักษา และต้นทุนคงที่ เช่น เงินเดือนพนักงาน เพื่อให้บริษัทสามารถสร้างผลกำไรจากการดำเนินงานได้

2. สื่อโฆษณาดิจิทัล (Digital Media)

บริษัทกำหนดแพ็คเกจที่มีจำนวนเครือข่ายที่แตกต่างกันไว้หลายแบบ เพื่อเป็นแพ็คเกจมาตรฐานที่ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการได้ทันทีในราคาที่ถูกลงกว่าแบบที่ลูกค้าเลือกเครือข่ายเอง ซึ่งการให้บริการ 1 แพ็คเกจ จะประกอบด้วยเครือข่ายตั้งแต่ 1 จอขึ้นไป ใน 1 จอจะใช้เวลาในการออกอากาศตามมาตรฐานครั้งละ 1.5 นาทีต่อชั่วโมง หรือเปลี่ยนแปลงตามความต้องการของลูกค้าได้ การเสนอราคาจะพิจารณาตามความต้องการของลูกค้า

แนวโน้มอุตสาหกรรมและ สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

การโฆษณาผ่านสื่อประเภทต่างๆ เป็นที่ยอมรับโดยทั่วกันว่าเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการทำตลาด ซึ่งส่งผลดีต่อบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว เช่น สามารถช่วยเพิ่มยอดขาย สามารถเพิ่มการรับรู้ในตัวตน เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารกับผู้บริโภค รวมไปถึงเป็นการสร้างความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) เป็นต้น ผู้ผลิตสินค้าที่มี

การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ จะได้เปรียบคู่แข่งที่ไม่มีการโฆษณาเป็นอย่างมาก

เนื่องจากค่าใช้จ่ายสื่อโฆษณา ประกอบไปด้วย ค่าใช้จ่ายจากกิจกรรมการตลาดของทุกภาคธุรกิจ ค่าใช้จ่ายในสื่อโฆษณาจึงมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงตามสถานะเศรษฐกิจของประเทศ ในช่วงที่เศรษฐกิจดี ผู้ผลิตสินค้าจะมีแรงจูงใจในการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการโฆษณาเพื่อชิงส่วนแบ่งการตลาดในกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มากขึ้น สำหรับช่วงที่เศรษฐกิจอยู่ในภาวะถดถอย ผู้ผลิตสินค้าสามารถลดงบประมาณในการโฆษณาลงได้ง่ายที่สุดเมื่อเทียบกับ การลดค่าใช้จ่ายด้านอื่นๆ เช่น การลดจำนวนพนักงาน เป็นต้น

ภาพรวมของอุตสาหกรรมโฆษณาปี 2560 มีมูลค่าอยู่ที่ 1.01 แสนล้านบาท ลดลงจากปี 2559 อยู่ที่ 6.00% คิดเป็นมูลค่าที่ลดลง 6,478 ล้านบาท โดยสรุปเปรียบเทียบการใช้สื่อของปี 2559-2560 ได้ดังนี้

ประเภท	ปี 2560 (ล้านบาท)	%	ปี 2559 (ล้านบาท)	%	การเปลี่ยนแปลง (ล้านบาท)	การเติบโต (%)
สื่อโทรทัศน์	40,966	40.38	47,121	43.67	(6,185)	(13.12)
สื่อเคเบิล/ดาวเทียม	2,913	2.87	3,450	3.20	(537)	(15.57)
สื่อโทรทัศน์ดิจิทัล	21,907	21.59	20,393	18.90	1,514	7.42
สื่อวิทยุ	4,476	4.41	5,263	4.88	(787)	(14.95)
สื่อหนังสือพิมพ์	7,706	7.60	9,857	9.13	(2,151)	(21.82)
สื่อนิตยสาร	1,943	1.92	2,926	2.71	(983)	(33.60)
สื่อโรงภาพยนตร์	6,807	6.71	5,445	5.05	1,362	25.01
สื่อป้ายโฆษณา	6,391	6.30	5,667	5.25	724	12.78
สื่อเคลื่อนที่	5,878	5.79	5,337	4.95	541	10.14
สื่อในร้านค้า (In store)	946	0.93	703	0.65	243	34.57
สื่ออินเทอร์เน็ต	1,513	1.49	1,731	1.60	(218)	(12.59)
รวม	101,445	100	107,923	100.00	(6,478)	(6.00)

แหล่งที่มาของข้อมูล The Nielsen Company (Thailand) ผ่านทาง Website สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย www.adassothai.com

ในปี 2560 มูลค่าการใช้สื่อโดยรวมลดลง 6.00% จากปี 2559 โดยกลุ่มสื่อที่มีการเติบโต มี 5 สื่อ ประกอบด้วย สื่อดิจิทัลทีวี มูลค่า 21,907 ล้านบาท เติบโต 7.42% สื่อโรงภาพยนตร์มูลค่า 6,807 ล้านบาท เติบโต 25.01% สื่อป้ายโฆษณา 6,391 ล้านบาท เติบโต 12.78% สื่อเคลื่อนที่ มูลค่า 5,878 ล้านบาท เติบโต 10.14% และสื่อในร้านค้า (In store) มูลค่า 946 ล้านบาท เติบโต 34.57%

โดยสื่อส่วนใหญ่อยู่ในภาวะลดลง ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ มูลค่า 40,966 ล้านบาท ลดลง 13.12% สื่อเคเบิล/ดาวเทียม มูลค่า 2,913 ล้านบาท ลดลง 15.57% สื่อวิทยุ มูลค่า 4,476 ล้านบาท ลดลง 14.95% สื่อหนังสือพิมพ์ มูลค่า 7,706 ล้านบาท ลดลง 21.82% สื่อนิตยสาร มูลค่า 1,943 ล้านบาท ลดลง 33.60% และสื่ออินเทอร์เน็ต มูลค่า 1,513 ล้านบาท ลดลง 12.59%

จากข้อมูลของสภาพัฒน์ (อ้างอิงหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจฉบับวันที่ 19 ธันวาคม 2560) คาดการณ์ด้วยว่า เศรษฐกิจไทยปี 2561 จะขยายตัวร้อยละ 3.6-4.6 จากการขยายตัวของเศรษฐกิจโลก ที่ภาคส่งออกยังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง บวกกับ

แรงขับเคลื่อนจากการลงทุนภาครัฐที่มีแนวโน้มเร่งตัวขึ้น ขณะที่การลงทุนภาคเอกชนมีความชัดเจนมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการจ้างงานและรายได้ของประชาชนถือเป็นข่าวดีที่ทำให้คนในแวดวงอุตสาหกรรมโฆษณาเริ่มมีความหวัง และมีความมั่นใจมากขึ้นว่า ปี 2561 เป็นปีที่ดีของอุตสาหกรรมโฆษณาอีกครั้งหนึ่ง

ธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ

กลยุทธ์การแข่งขัน

กลุ่มบริษัทฯ เริ่มจากเป็นผู้พัฒนาโครงการคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าที่สร้างขึ้นตามความต้องการของผู้เช่า (Built-to-Suit) โดยให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้เช่าในด้านการบริหารจัดการต้นทุนโลจิสติกส์ การใส่ใจและทำความเข้าใจในความต้องการและรูปแบบธุรกิจที่มีความเฉพาะเจาะจงของลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาออกแบบโครงการคลังสินค้าในลักษณะพิเศษเลือกทำเลที่ตั้งให้สอดคล้องกับความต้องการ ส่งมอบโครงการอย่างตรงเวลา ภายใต้ราคาเช่าที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้เช่ามั่นใจได้ว่าการเช่าคลังสินค้าจากกลุ่มบริษัทฯ สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ ซึ่งส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจและให้ลูกค้า ปัจจุบันบริษัทมีคลังสินค้าให้บริการ 4 แห่ง พื้นที่ทั้งหมด 122,645 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 ซึ่งจะนำไปปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางตรงหรือทางอ้อม ระยะสั้นหรือระยะยาวที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้เช่ามาพิจารณาประกอบกัน อาทิเช่น เส้นทางคมนาคม แหล่งสินค้า และสิทธิประโยชน์จากภาครัฐ เป็นต้น

ลักษณะของลูกค้าเป้าหมาย

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

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

จำนวนพื้นที่เช่าทั้งหมดของกลุ่มบริษัทฯ แยกตามประเภทกลุ่มลูกค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

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

จำนวนพื้นที่เช่าทั้งหมดของกลุ่มบริษัทฯ แยกตามประเภทอายุสัญญาเช่าที่เหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

	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 ศักยภาพ คุณภาพ และผลงานในอดีตของผู้ประกอบการเป็นหลัก การจัดหาลูกค้าของกลุ่มบริษัทฯ จึงจำเป็นต้องอาศัยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ารวมถึงต้องอาศัยชื่อเสียงและประสิทธิภาพการทำงานในอดีต โดยช่องทางการจัดหางานหลักของกลุ่มบริษัทฯ ได้แก่

- การประมูลงาน – ลูกค้าที่สนใจจะติดต่อกลุ่มบริษัทฯ โดยตรงเพื่อให้เข้าร่วมประมูลงานแข่งกับผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายอื่น ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ที่มีแผนการลงทุนครั้งแรก หรือต้องการขยายหรือปรับปรุงงานด้านโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยลูกค้าจะพิจารณาจากผลงานที่ผ่านมาในอดีต และติดต่อให้กลุ่มบริษัทฯ ยื่นซองประมูลงาน
- การอ้างอิง (referral) และการขยายพื้นที่เช่าของกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน และผลงานในอดีตของกลุ่มบริษัทฯ จึงเป็นเครื่องพิสูจน์และยืนยันความเชื่อมั่นให้กับทั้งลูกค้าปัจจุบันที่ขยายพื้นที่เช่าอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสนับสนุนกลุ่มบริษัทฯ ให้แก่ลูกค้ารายใหม่ๆ เป็นอย่างดี

นโยบายราคา

การพิจารณาราคาเช่าอาคารคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า ที่กลุ่มบริษัทฯ เรียกเก็บจากผู้เช่าจะถูกกำหนดจากต้นทุนการก่อสร้างร่วมกับอัตราผลตอบแทนที่เหมาะสม ประกอบกับความสามารถในเชิงการแข่งขันด้านการตลาด และการช่วยเพิ่มความคุ้มค่าในการบริหารด้านโลจิสติกส์ให้กับลูกค้า ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ และผู้เช่าจะตกลงอัตราค่าเช่าและระยะเวลาการเช่าให้เรียบร้อยก่อนลงนามในสัญญาเช่าและสัญญาบริการ จึงทำให้กลุ่มบริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการไม่มีผู้เช่าต่ำ รวมถึงสามารถประมาณการและกำหนดอัตราผลตอบแทนของโครงการแต่ละโครงการได้

แนวโน้มอุตสาหกรรมและ สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

จากบทความของธนาคารกรุงศรีอยุธยาได้กล่าวถึงแนวโน้มและสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมคลังสินค้า โดยคาดว่าคลังสินค้าทั่วไปยังเติบโตต่อเนื่องในระยะ 1-3 ปีข้างหน้าตามความต้องการเช่าพื้นที่ แต่คลังสินค้าที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเกษตรยังมีภาวะค่อนข้างซบเซาจากปัญหาพื้นที่คลังสินค้าส่วนเกินที่มีอยู่สูง

- **คลังสินค้าทั่วไป:** ความต้องการเช่าพื้นที่คลังสินค้ามีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น ตามการลงทุนของภาคอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศที่มีแนวโน้มขยายตัว ซึ่งเป็นไปตามการผลักดันการลงทุนใน 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายของรัฐ และภาคการค้า/บริการในประเทศที่ขยายตัวต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ที่คาดว่าจะขยายตัวต่อเนื่อง ทั้งนี้คลังสินค้าของบริษัทจัดอยู่ในประเภทนี้
- **คลังสินค้าแช่เย็น/แช่แข็ง:** คาดว่าความต้องการเช่าพื้นที่คลังสินค้ายังอยู่ในระดับต่ำจึงอาจเผชิญภาวะพื้นที่คลังสินค้าส่วนเกินสูงขึ้น ทำให้อัตราค่าเช่ามีแนวโน้มลดลง เนื่องจากปริมาณการจับสัตว์น้ำมีแนวโน้มชะลอตัวลงหลัง ทางการคุมเข้มการดำเนินการธุรกิจประมงให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ประกอบกับคาดว่า ผลผลิตกุ้งเพาะเลี้ยงของไทยจะยังมีปริมาณต่ำกว่าช่วงก่อน เกิดเหตุน้ำระบาดของโรค EMS มาก ส่วนหนึ่งเนื่องจากผู้เพาะเลี้ยงกุ้ง (ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย) เลิกกิจการไปจำนวนมากในช่วงประสบภาวะโรคระบาด ขณะที่ผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงกุ้งรายใหญ่ที่มีกิจการต่อเนื่องเป็นการแปรรูป อาหารทะเลได้ขยายไปขยายการลงทุนในประเทศอื่นในช่วงที่ไทยเกิดการระบาดรุนแรงของโรค EMS อาทิ ประเทศเวียดนาม อินเดีย เป็นต้น
- **คลังสินค้ารัฐวิสาหกิจหรือโซโล:** พื้นที่ว่างของโซโลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาก มีผลให้กิจการโซโลประสบภาวะขาดสภาพคล่องเนื่องจากปริมาณข้าวในโครงการจำนำข้าวฤดูกาลผลิตปี 2554-2556 จะถูกระบายหมดในปี 2561 ทำให้ผู้ประกอบการโซโลไม่มีรายได้จากการเก็บรักษาข้าวจากโครงการรัฐเช่นที่ผ่านมาและจำเป็นต้องหารายได้ชดเชยด้วยการรับฝากธัญพืชประเภทอื่นๆ ทดแทน อาทิ ข้าวโพด มันสำปะหลัง ข้าว ถั่ว เป็นต้น

ในส่วนของการลงทุนขยายพื้นที่คลังสินค้าทั่วไปคาดว่าจะเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจากกลุ่มทุนอสังหาริมทรัพย์และนิคมอุตสาหกรรมจะมีแนวโน้มขยายพื้นที่คลังสินค้าสมัยใหม่มากขึ้น ซึ่งจะทำให้ภาวะการแข่งขันในธุรกิจรุนแรงขึ้นและอัตราเช่าพื้นที่ยังทรงตัว สำหรับคลังสินค้าทั่วไปในบางทำเลที่มีโอกาสเติบโตและมีรายได้เพิ่มขึ้นต่อเนื่องในระยะข้างหน้า อาทิเช่น

- **คลังสินค้าในท่าเรือหลักแหล่งผลิต:** คาดว่ามีความต้องการเพิ่มขึ้นในพื้นที่เขตอุตสาหกรรมที่มีอยู่และพื้นที่เป้าหมายใหม่ภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาล อาทิ กรุงเทพฯ และปริมณฑล พื้นที่โดยรอบระเบียงเศรษฐกิจ ภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) จังหวัดศูนย์กลางภูมิภาค จังหวัดชายแดนและบริเวณโดยรอบที่คาดว่าจะได้อานิสงส์ จากความคืบหน้าของโครงการพัฒนาพื้นที่ SEZs (อาทิ ตาก มุกดาหาร สระแก้ว ตราด สงขลา เชียงราย นongคาย)
- **คลังสินค้าในท่าเรือค้าปลีกโลก:** ยังมีความต้องการเพื่อใช้เป็นศูนย์กระจายสินค้า และเป็นศูนย์กลางรองรับการขยายตัวของตลาดการค้าออนไลน์ที่เน้นการขนส่งถึงมือลูกค้ารวดเร็ว อาทิ กรุงเทพฯและปริมณฑล จังหวัดศูนย์กลางการค้าของภูมิภาค (อาทิ ชลบุรี พิจิตร โลก นครราชสีมา ขอนแก่น อุบลราชธานี สุราษฎร์ธานี)
- นอกจากนี้ จากศักยภาพในเชิงทำเลที่ตั้งของประเทศไทยที่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และความก้าวหน้าในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งของไทยทั้งระบบราง ถนน หรือระบบการบินที่เชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านทั้งในอาเซียน จีน และ อินเดีย ประกอบกับคลังสินค้าที่ได้มาตรฐานในแถบภูมิภาคนี้ยังมี น้อย และ

หลายประเทศมีการเปิดเสรีให้นักลงทุนจากชาติอาเซียนเข้าไปลงทุนธุรกิจคลังสินค้าได้มากขึ้น อาทิ เวียดนาม (เปิดให้นักลงทุนอาเซียนถือหุ้น 100%) อินโดนีเซีย (49-51%) กัมพูชา (49%) ฟิลิปปินส์ (40%) โดยแนวโน้มการเติบโตของเศรษฐกิจประเทศเพื่อนบ้าน และการขยายตัวอย่างมากของการลงทุนภาคอุตสาหกรรมในประเทศเหล่านี้ ผนวกกับการค้าชายแดนที่เติบโตต่อเนื่อง จะเป็นปัจจัยหนุนให้มีความต้องการใช้พื้นที่คลังสินค้าเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสขยายธุรกิจคลังสินค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้าน และสามารถรับรู้รายได้เพิ่มขึ้น

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ

การดำเนินการในธุรกิจนี้ จะมีลักษณะเดียวกันกับธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ เนื่องจากบริษัทได้พัฒนาตามความต้องการของผู้เช่า (Built-to-Suit) โดยลูกค้าของบริษัทเป็นผู้ประกอบการธุรกิจฟื้นฟูสุขภาพ (Retreatment Center) ที่มีประสบการณ์มาแล้วหลายปี

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

ธุรกิจให้บริการและผลิตสื่อป้ายโฆษณา

2.3.1 การจัดหาสถานที่ติดตั้งสื่อโฆษณา กลุ่มบริษัทมีการดำเนินการดังต่อไปนี้

1) ทำการศึกษา สำรวจ และวิจัยพื้นที่ที่มีศักยภาพและเป็นจุดสนใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของเอเจนซี่ หรือเจ้าของสินค้าและบริการ รวมถึงพฤติกรรม และทัศนคติของผู้บริโภคต่อสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) เพื่อให้ตอบสนองความต้องการในการใช้สื่อของเอเจนซี่ หรือ เจ้าของสินค้าและบริการ และตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) ที่เปลี่ยนแปลงและครอบคลุมผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

2) นำข้อมูลจากการสำรวจที่ได้มาวิเคราะห์และประชุมคณะผู้บริหาร เพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินการของสื่อโฆษณาที่จะติดตั้งในพื้นที่นั้นๆ และแผนการตลาดโดยคำนึงถึงประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย พร้อมศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนตามนโยบายของบริษัท

3) หลังจากที่บริษัทได้ทำการสำรวจครบทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ทางบริษัทจะดำเนินการประชุมคณะกรรมการเพื่อเสนอพิจารณาอนุมัติแผนการดำเนินการติดตั้งสื่อโฆษณา (ถ้ามี)

4) ดำเนินการติดต่อประสานงานเช่าพื้นที่ และ/หรือ เสนอขอเช่าพัฒนาโครงการหรือติดตั้งสื่อโฆษณากับเจ้าของพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ หรือเอกชน โดยบริษัท จะนำเสนอค่าเช่าพื้นที่หรือผลตอบแทนในรูปแบบอื่น เช่น การแบ่งรายได้ เป็นต้น ให้แก่เจ้าของพื้นที่ หรือเจ้าของสัมปทานแล้วแต่กรณี ทั้งนี้ ในการจะเช่าทำสัญญาเช่าพื้นที่ บริษัท มีความมุ่งมั่นที่จะเป็นคู่สัญญารับผิดชอบต่อการใช้พื้นที่โดยตรง ยกเว้นกรณีที่บริษัท ได้เล็งเห็นถึงศักยภาพของสื่อโฆษณาเหล่านั้นภายหลังจากที่มีผู้ได้รับสิทธิไปแล้ว โดยบริษัทมีกระบวนการภายในที่จะพิจารณาตรวจสอบและประเมินถึงความเป็นไปได้ ตลอดจนผลตอบแทนในการลงทุนต่างๆ เพื่อให้แน่ใจว่าการโอนสิทธิ ลงทุน หรือซื้อกิจการก่อให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจต่อบริษัท

5) ทำการออกแบบ และกำหนดวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างติดตั้งสื่อโฆษณาโดยทีมงานผู้ออกแบบและวิศวกรที่มีความเชี่ยวชาญ โดยบริษัทจะทำการคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างที่มีผลงานเป็นที่ยอมรับและดำเนินการยื่นขออนุญาตดำเนินการติดตั้งสื่อโฆษณาต่อหน่วยงาน

6) หลังจากได้รับการอนุญาตจากหน่วยงานราชการในเขตพื้นที่นั้นๆ แล้ว ในการก่อสร้างจะมีทีมงานวิศวกรของบริษัท เป็นผู้ตรวจสอบและควบคุมทุกขั้นตอนไม่ให้ผิดพลาดรวมทั้งควบคุมงบประมาณ และระยะเวลาในการก่อสร้างให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้เพื่อให้งานสื่อโฆษณาออกมาตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด

2.3.2 การผลิตงานโฆษณาของสื่อแต่ละประเภทมีลักษณะดังนี้

1) สื่อภาพนิ่ง

เอเจนซี่ หรือเจ้าของสินค้าและบริการจะส่งแบบงานโฆษณา (Artwork) มาให้บริษัท หรือหากเอเจนซี่ หรือเจ้าของสินค้าและบริการไม่มีแบบงานโฆษณา ทางหน่วยงาน Graphic Design ของบริษัท จะให้บริการออกแบบสื่อโฆษณาเพื่อนำเสนอต่อเอเจนซี่หรือเจ้าของสินค้าและบริการ สำหรับการเลือกวัสดุที่นำมาใช้ บริษัทจะเจาะจงเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพสูงกว่ามาตรฐานที่ใช้ทั่วไป เพื่อให้คุณภาพงานมีความสวยงาม คมชัด เหมาะแก่ระบบให้แสงสว่าง และมีความแตกต่างทางด้านคุณภาพมาตรฐานอย่างเห็นได้ชัด แต่ในขณะเดียวกันก็คุ้มค่ากับการลงทุน ซึ่งผลลัพธ์ที่ผ่านมาสร้างความพึงพอใจให้กับเอเจนซี่ หรือเจ้าของสินค้าและบริการอย่างมาก จากนั้นบริษัทจะทำการคัดเลือกบริษัทสิ่งพิมพ์ (Printing Suppliers) ที่ผ่านการคัดเลือก (Approved Vendor List) ที่มีผลงานราคา และการส่งมอบงานตามคุณภาพมาตรฐานที่บริษัทกำหนด ดำเนินการผลิตให้ภายใต้การควบคุมคุณภาพของบริษัท อย่างใกล้ชิดเพื่อให้ตรงตามมาตรฐานที่บริษัท กำหนดใช้เพื่อให้เกิดความพึงพอใจกับเอเจนซี่ หรือเจ้าของสินค้าและบริการสูงสุด

2) สื่อดิจิทัล

เอเจนซี่ หรือเจ้าของสินค้าและบริการจะเป็นผู้ส่งข้อมูลของงานโฆษณาในรูปแบบดิจิทัลมาให้บริษัททั้งนี้ หลังจากได้รับงานโฆษณาแล้ว ทางหน่วยงาน Digital Media จะดำเนินการตัดต่อ และใส่เทคนิคต่างๆ เพื่อให้เป็นภาพยนตร์โฆษณาที่สมบูรณ์เหมาะสมกับรูปแบบของจอดิจิทัลต่างๆ ของบริษัท จากนั้นบริษัทจะดำเนินการนำภาพยนตร์โฆษณาเข้าสู่ระบบและนำไปออกอากาศตามสื่อโฆษณาตามความต้องการของลูกค้า

2.3.3 การจัดหาอุปกรณ์จอดิจิทัล

บริษัทสั่งซื้อจอแอลอีดีจากตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิต ที่ผ่านการคัดเลือก (Approved Vendor List) ทั้งนี้ บริษัทพิจารณาถึงปัจจัยในการกำหนดคุณสมบัติของจอแอลอีดีที่ใช้สำหรับติดตั้งสื่อโฆษณาของบริษัทดังนี้

1) วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตต้องเป็นวัสดุที่มีรูปทรงสวยงาม และคงทนเป็นที่ยอมรับ เหมาะสมกับการใช้งานในพื้นที่นั้น และได้มาตรฐานตามที่บริษัทกำหนด

2) คุณภาพของจอทีวีดิจิทัลเป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญเนื่องจากคุณภาพของหลอดไฟ และจอทีวีดิจิทัลมีหลายระดับซึ่งแตกต่างในการแสดงภาพ ความสว่าง และความคมชัด รวมถึงอายุการใช้งาน โดยที่ผ่านมามีบริษัทจะเลือกใช้หลอดไฟ และจอทีวีดิจิทัลจากบริษัทผู้ผลิตชั้นนำซึ่งมีราคาค่อนข้างสูง แต่ในขณะเดียวกันก็ให้ประสิทธิภาพในการนำเสนอที่สูง และเป็นที่ยอมรับของเอเจนซี่ หรือเจ้าของสินค้าและบริการ

3) ความมั่นคงของผู้จำหน่ายและผู้ผลิต เป็นอีกปัจจัยที่บริษัทให้ความสำคัญเนื่องจากปัจจุบันมีตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตหลายรายบริษัท ซึ่งบริษัทจะคัดเลือกตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตที่มีความมั่นคงทั้งในด้านฐานะการเงิน ประวัติการดำเนินงาน ผลงานที่ผ่านมา และคุณภาพการให้บริการหลังการขาย เพื่อให้มั่นใจว่าตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตจะสามารถให้บริการที่มีคุณภาพต่อบริษัทถึงแม้ว่าตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตเหล่านี้จะมีค่าบริการที่สูงกว่าตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตอื่นๆ

4) การบริการหลังการขายของตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิต เป็นปัจจัยหนึ่งที่บริษัทให้ความสำคัญเพื่อให้บริษัทมั่นใจในคุณภาพของจอภาพและอุปกรณ์ต่างๆ ให้อยู่ในมาตรฐานคุณภาพที่ดีอยู่เสมอ เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและเอเจนซี่ว่าคุณภาพอุปกรณ์ที่บริษัทเลือกใช้มีคุณภาพที่ดีที่สุด

2.3.4 การจัดหาซอฟต์แวร์และอุปกรณ์ควบคุมการบริหารสื่อดิจิทัล

สำหรับระบบควบคุมบริหารสื่อโฆษณาดิจิทัลมีเดียของบริษัททั้งหมด บริษัทเป็นผู้ออกแบบ จัดหาอุปกรณ์ติดตั้งและพัฒนาซอฟต์แวร์ควบคุมระบบรูปแบบเฉพาะสำหรับการควบคุมการแพร่ภาพสื่อต่างๆ ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทซึ่งระบบดังกล่าวสามารถควบคุมจากส่วนกลาง (Central Control) ในการปรับเปลี่ยนสัญญาณภาพ ปรับระดับความสว่าง เสียง เปิด-ปิด สัญญาณได้แบบตั้งโปรแกรมเฉพาะชั่วโมงและแบบเรียลไทม์ (Real-Time Monitor) โดยการส่งคำสั่งควบคุมจากสำนักงานของบริษัทผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยมีเจ้าหน้าที่ที่มีประสบการณ์ และมีความเชี่ยวชาญสูง รวมถึงการร่วมมือกับผู้ผลิตและจำหน่ายจอในการดำเนินการดังกล่าว

2.3.5 การตรวจสอบ ดูแล ป้ายโฆษณา และส่งมอบงานให้กับลูกค้า

บริษัทมีการดำเนินการทำรายงานสรุปการลงสื่อโฆษณาของบริษัท พร้อมรูปภาพประกอบจัดส่งให้กับทางลูกค้าเป็นประจำตามระยะเวลาที่ระบุในสัญญาเพื่อเป็นการยืนยันว่า บริษัทได้ขึ้นสื่อโฆษณาครบถ้วนตรงตามเวลาในรูปแบบที่ได้ตกลงกันไว้ นอกจากนี้ บริษัทจะมีการสื่อสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อสอบถามถึงความพึงพอใจต่อสื่อโฆษณาของบริษัท เพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าพึงพอใจในระดับที่สูงและกลับมาซื้อบริการสื่อโฆษณาของบริษัทอย่างต่อเนื่อง

บริษัทจะตรวจสอบสภาพความสมบูรณ์ ความเรียบร้อย ความสว่างของไฟฟ้าในสื่อป้ายโฆษณาทุกประเภท เพื่อการจัดทำจดหมายรายงานสภาพสื่อป้ายโฆษณาพร้อมรูปถ่ายให้แก่ลูกค้าได้รับทราบตลอดอายุสัญญา

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

ธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ

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

การจัดหาที่ดิน

กลุ่มบริษัทฯ จัดหาที่ดินจากเจ้าของที่ดินในทำเลที่ตั้งนั้นๆ โดยตรงหรือจัดซื้อหรือเช่าที่ดินจากลูกค้าของกลุ่มบริษัทฯ รวมทั้งการจัดซื้อที่ดินผ่านนายหน้าขายที่ดิน อย่างไรก็ตามในการจัดหาที่ดิน กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายที่จะคัดเลือกที่ดินไว้สองทำเลเป็น

อย่างน้อย ซึ่งช่วยให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถต่อรองและจัดซื้อที่ดินได้ในทำเลที่ตั้งและราคาที่เหมาะสมเสมอมา โดยกลุ่มบริษัทฯ มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาจัดซื้อที่ดินดังต่อไปนี้

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

ฝ่ายบริหารได้มีการศึกษา วิเคราะห์ จัดเก็บและปรับปรุงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับที่ดิน ให้มีความเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ซึ่งช่วยให้กลุ่มบริษัทฯ มีข้อมูลทำเลที่ตั้งและที่ดินที่มีศักยภาพที่เหมาะสมต่อการนำไปพัฒนาโครงการใหม่ๆ รวมทั้งสามารถประเมินและวางกลยุทธ์ในการจัดซื้อและงบประมาณที่จะใช้ในการจัดหาที่ดินได้อย่างถูกต้อง ซึ่งข้อมูลดังกล่าวก็จะถูกส่งต่อไปยังฝ่ายการเงินเพื่อนำไปวางแผนการใช้จ่ายเงินและจัดหาแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมและประหยัดที่สุดเพื่อใช้ในการจัดซื้อที่ดินต่อไป

การคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้าง

รูปแบบในการคัดเลือกบริษัทรับเหมาก่อสร้างของกลุ่มบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะประเภทของโครงการ ดังนี้

1. การคัดเลือกบริษัทรับเหมาก่อสร้างสำหรับโครงการที่พัฒนาตามความต้องการของลูกค้า (Built-to-Suit) กลุ่มบริษัทฯ จะทำการเปิดประมูลข้อเสนอจากบริษัทรับเหมาก่อสร้าง เจริญ พิจารณาคัดเลือกบริษัทรับเหมาก่อสร้าง และตกลงราคากันในเบื้องต้น เพื่อที่จะนำไปเสนอประมูลกับลูกค้า อย่างไรก็ตาม การคัดเลือกบริษัทรับเหมาก่อสร้างอาจไม่ได้ขึ้นอยู่กับผลการพิจารณาของกลุ่มบริษัทฯ ในทุกกรณี อาทิเช่น กรณีที่ผู้เช่าต้องการคัดเลือกบริษัทรับเหมาก่อสร้างเองหรือได้มีการระบุบริษัทรับเหมาก่อสร้างไว้แล้วล่วงหน้า
2. การคัดเลือกบริษัทรับเหมาก่อสร้างสำหรับโครงการสร้างแบบสำเร็จรูปสำหรับลูกค้าทั่วไป (Ready Built) กลุ่มบริษัทฯ จะทำการเปิดประมูลข้อเสนอจากบริษัทรับเหมาก่อสร้าง เจริญ และ คัดเลือกบริษัทรับเหมาก่อสร้างตามกระบวนการและหลักเกณฑ์การคัดเลือกที่กลุ่มบริษัทฯ ได้กำหนดไว้

การจัดหาวัสดุก่อสร้าง

กลุ่มบริษัทฯ ได้มีนโยบายการทำสัญญาการก่อสร้างกับบริษัทรับเหมาก่อสร้างเป็นแบบรวมต้นทุนค่าวัสดุก่อสร้างไว้ในสัญญาจ้างรับเหมาก่อสร้าง จึงเป็นการช่วยลดกระบวนการทำงานภายในองค์กรและช่วยให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถควบคุมต้นทุนค่าก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงานพัฒนาโครงการ

1. กลุ่มบริษัทฯ จะทำการจัดหาผู้เช่าทั้งผ่านการติดต่อโดยตรงจากผู้เช่าปัจจุบันหรือลูกค้าใหม่ที่มีความต้องการเช่าอาคารคลังสินค้าหรือโรงงานที่ติดต่อกับกลุ่มบริษัทฯ โดยตรง ผ่านการประมูลงาน หรือผ่านการแนะนำโดยลูกค้าทางธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ

โดยกลุ่มบริษัทฯ จะติดต่อเพื่อเจรจาในเบื้องต้นเกี่ยวกับลักษณะ ขนาด ที่ตั้ง และราคาค่าเช่าของโครงการ รวมถึงสอบถามถึงแผนธุรกิจทั้งระยะสั้นและระยะยาว และความต้องการในเชิงลึกของผู้เช่าเพื่อวางแผนประมาณความต้องการใช้พื้นที่

2. ขั้นตอนการกำหนดขนาดโครงการ การเลือกสถานที่ตั้ง เงื่อนไขการเช่าและการออกแบบจะเป็นกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างทีมงานของกลุ่มบริษัทฯ และผู้เช่าโดยมีกระบวนการทำงานดังต่อไปนี้ (ขั้นตอนการทำงานบางขั้นอาจเกิดพร้อมๆ กัน)

- เจรจาดำเนินเรื่องลักษณะ/ ขนาดของโครงการ สถานที่ตั้ง ราคาและเงื่อนไขการเช่าระหว่างกลุ่มบริษัทฯ และลูกค้าจะดำเนินไปภายใต้กรอบความพอใจของทั้งสองฝ่าย
- กลุ่มบริษัทฯ จะเริ่มคัดเลือกที่ดินที่มีขนาดเหมาะสมและอยู่ในทำเลที่ตั้งที่ได้ตกลงกันไว้จากฐานข้อมูลของกลุ่มบริษัทฯ โดยเลือกที่ดินที่อยู่ในตำแหน่งที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เหมาะสมกับการคมนาคมขนส่ง มีพื้นที่ที่เหมาะสมกับขนาดของโครงการเมื่อพิจารณาถึงส่วนขยายในอนาคตเพื่อนำเสนอให้แก่ผู้เช่า ในขณะที่เดียวกันกลุ่มบริษัทฯ จะเริ่มติดต่อเพื่อเจรจาดำเนินราคากับเจ้าของที่ดิน และติดต่อกับสถาบันการเงินเพื่อขออนุมัติเงินกู้เพื่อใช้ในการจัดซื้อ/ เช่าที่ดินและก่อสร้างโครงการ
- ภายหลังจากที่กลุ่มบริษัทฯ และผู้เช่าได้ตกลงร่วมกันเรื่องสถานที่ตั้งจนเป็นที่พอใจทั้งสองฝ่ายแล้ว กลุ่มบริษัทฯ จะต่อรองราคาค่าเช่าสุดท้ายและทำสัญญาซื้อขายหรือเช่าที่ดินกับเจ้าของที่ดิน
- เมื่อได้จัดซื้อที่ดินในทำเลตามที่ต้องการแล้ว กลุ่มบริษัทฯ และลูกค้าจะลงนามในสัญญาเช่าและสัญญาการให้บริการ
- ในขณะเดียวกันที่วิศวกรของกลุ่มบริษัทฯ ก็จะเริ่มดำเนินการออกแบบโครงการร่วมกับทีมงานสถาปนิก/ วิศวกรของบริษัทผู้เช่าโดยจะมีการกำหนดความต้องการและลักษณะของโครงการทางเทคนิคอย่างละเอียด

3. กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินการคัดเลือกบริษัทรับเหมาก่อสร้าง โดยพิจารณาถึงราคาที่เสนอและประวัติการทำงานในอดีตประกอบกัน รวมทั้งยื่นคำขออนุญาตการก่อสร้างกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

4. เริ่มดำเนินการก่อสร้าง โดยที่วิศวกรของกลุ่มบริษัทฯ จะทำหน้าที่เป็นผู้บริหารจัดการโครงการที่จะควบคุมดูแลความก้าวหน้าและควบคุมคุณภาพของงานก่อสร้างให้เป็นไปตามแผนงานที่ตกลง งานก่อสร้างโครงการฯ ของกลุ่มบริษัทฯ แต่ละโครงการจะใช้ระยะเวลาในการก่อสร้างโดยเฉลี่ยประมาณ 6-12 เดือน

5. ส่งมอบโครงการฯ ให้แก่ผู้เช่า กลุ่มบริษัทฯ จะทำการส่งมอบโครงการฯ ที่พัฒนาแล้วให้แก่ผู้เช่าในสภาพที่พร้อมสำหรับการติดตั้งเครื่องจักร/ ดำเนินงาน โดยกลุ่มบริษัทฯ จะรับประกันคุณภาพของงานที่ส่งมอบในส่วนโครงสร้างตลอดอายุของสัญญาเช่า

6. การให้บริการหลังการขาย กลุ่มบริษัทฯ จะจัดให้มีหน่วยงานบริการซ่อมบำรุงให้กับลูกค้าในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างของโครงการฯ ตลอดจนทำประกันภัยให้กับโครงการที่กลุ่มบริษัทฯ พัฒนาและได้ส่งมอบให้กับผู้เช่าไปแล้ว

สำหรับโครงการสร้างแบบสำเร็จรูป สำหรับลูกค้าทั่วไป (Ready Built) ที่เป็นโครงการที่ทางกลุ่มบริษัทฯ จัดการก่อสร้างตามแบบของกลุ่มบริษัทฯ ก่อนที่จะมีลูกค้าหรือผู้เช่าเข้ามา ทางฝ่ายบริหารโครงการจะประสานงานกับฝ่ายพัฒนาโครงการเพื่อทำการกำหนดแบบและ โครงสร้างของโครงการเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดในขณะนั้น

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายก่อสร้างอาคารคลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า โดยยึดหลักการจัดการที่ดี และมีการควบคุมอย่างเคร่งครัด โดยให้ความสำคัญกับกระบวนการการก่อสร้างที่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมอย่างเข้มงวด ตลอดจนมีการส่งเสริมและ

สนับสนุนการอนุรักษ์ การประหยัดและใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า โดยก่อนที่ผู้เช่าจะเริ่มดำเนินการต่างๆ กลุ่มบริษัทฯ จะทำการตรวจสอบสถานะความน่าเชื่อถือ, ประวัติบริษัท, สินค้าที่บริษัททำการผลิต และงบการเงินผู้เช่าโครงการในเบื้องต้น รวมทั้งกลุ่มบริษัทฯ ได้ระบุในสัญญาเช่าระหว่างกลุ่มบริษัทฯ และผู้เช่าที่มีการเก็บวัตถุดิบทรายไว้อย่างชัดเจนว่า ผู้เช่าต้องปฏิบัติตามข้อบังคับที่เกี่ยวข้องในเรื่องการรักษาสภาพแวดล้อมอย่างเคร่งครัดเพื่อให้การประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้กลุ่มบริษัทฯ จึงไม่เคยมีปัญหา ไม่เคยละเมิด ไม่เคยฝ่าฝืนกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและไม่เคยมีกรณีพิพาทใดๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ

การจัดหาผลิตภัณฑ์และการให้บริการของธุรกิจนี้ บริษัทดำเนินการในรูปแบบเดียวกันกับธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากการที่ผลตอบแทนจากการลงทุนในธุรกิจใหม่ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์

บริษัทจะมีรายได้ประเภทเงินปันผลจากการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ดังนั้นผลประโยชน์และความสามารถในการขยายธุรกิจของบริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) บริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด บริษัท ไทย คอนซูมเมอร์ดีสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด บริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน) และ/หรือ ของธุรกิจอื่นที่บริษัทเห็นว่ามีความสำคัญ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อรายได้ในอนาคต ซึ่งบริษัทอาจไม่มีความชำนาญด้านธุรกิจที่เข้าลงทุนและพึ่งพิงผู้ถือหุ้นอีกฝ่ายในการดำเนินธุรกิจเป็นหลัก อีกทั้งธุรกิจใหม่ยังเป็นรายได้หลักของบริษัทในอนาคตอีกด้วย บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากผลประโยชน์ของบริษัทที่ลงทุน ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ อันอาจจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของเงินลงทุนซึ่งจะกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทต่อไปได้ แต่เนื่องจากบริษัทมีนโยบายในการประเมินการลงทุนที่รัดกุม ไม่ว่าจะเป็นการพิจารณาถึงโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ การตรวจสอบสถานะของบริษัทก่อนการลงทุน รวมถึง เมื่อบริษัทเข้าลงทุนแล้ว บริษัทได้ส่งตัวแทนเข้าไปช่วยควบคุมและบริหารงาน ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงนี้ลงได้ในระดับหนึ่ง

ในปีที่ผ่านมาบริษัทมีรายละเอียดเงินลงทุนดังนี้

บริษัท	การถือหุ้น ณ 31 ธ.ค. 2560	ประเภทธุรกิจ	ความเสี่ยง และแนวทางแก้ไข
บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) (AA / AQUA AD)	100% ของทุนชำระแล้ว	ให้เข้าพื้นที่ติดตั้งป้ายโฆษณา และรับจ้างผลิต โดยเน้น สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่ประเภทป้ายภาพนิ่ง	<p>ในปี 2550 บริษัทฯ ได้ลงทุนใน AA และบริษัทฯ คาดว่าจะได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผลที่สูงกว่าการฝากเงินไว้กับสถาบันการเงิน ในปี 2560 และปี 2559 AA ปันผลคิดเป็นอัตราร้อยละ 4.18 และ 6.28 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับเงินลงทุน</p> <p>สาเหตุที่อาจทำให้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามเป้าหมายประกอบด้วย 1) โครงข่ายที่มีเอกสารการขออนุญาตไม่ครบถ้วนอาจจะถูกรื้อถอน 2) ปัญหาด้านเศรษฐกิจซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อการใช้งบสัมนาของบริษัท</p> <p>เนื่องจากแหล่งที่มาของทรัพย์สินประเภทโครงข่ายโฆษณาส่วนมากมาจากการซื้อจากผู้ประกอบการอื่น ซึ่งจะมีทั้งที่สามารถนำส่งหลักฐานแสดงการขออนุญาตได้ และบางส่วนไม่สามารถส่งมอบให้ได้ อย่างไรก็ตามหลังจากที่บริษัทได้โครงข่ายมาเป็นทรัพย์สินของบริษัทแล้ว บริษัทได้ปฏิบัติตามกฎหมายทุกประการได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) การเสียภาษีป้ายประจำปี 2) การตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรงตามพรบ. ควบคุมอาคารและโครงข่ายทุกปี 3) การซ่อมบำรุงตามคำแนะนำของวิศวกรที่ตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรง 4) การจัดทำประกันภัยโครงข่าย และบุคคลที่ 3

บริษัท	การถือหุ้น ณ 31 ธ.ค. 2560	ประเภทธุรกิจ	ความเสี่ยง และแนวทางแก้ไข
บริษัท บอร์เวย์ มีเดีย จำกัด (BWM)	90% ของทุนชำระแล้ว	สื่อโฆษณาแบบป้ายภาพนิ่ง และจอดิจิทัล LED	<p>เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2560 บริษัทได้ลงทุนในหุ้นสามัญของ BWM ในสัดส่วนร้อยละ 90 โดยบริษัทคาดหวังว่าจะได้รับค่าผลตอบแทนในรูปของเงินปันผลที่สูงกว่าการฝากเงินไว้กับสถาบันการเงิน และเพื่อให้เป็นบริษัทที่มีเครือข่ายดิจิทัล LED ครอบคลุมทั่วประเทศ ซึ่งจะช่วยให้การวางแผนสื่อสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างและมีผลต่อโอกาสการเติบโตของเม็ดเงินโฆษณาอย่างชัดเจน รวมทั้งจะสามารถทำให้ธุรกิจสื่อโฆษณาของกลุ่มบริษัท สามารถสร้างเครือข่ายสื่อโฆษณาดิจิทัล LED ครอบคลุมทั่วประเทศอย่างรวดเร็ว</p> <p>จากผลประกอบการที่ผ่านมา BWM อยู่ระหว่างการขยายจำนวนป้ายดิจิทัล LED ทำให้ครอบคลุมทั่วประเทศ และคาดว่า มีครบถ้วนตามจำนวนคาดการณ์ภายในไตรมาสที่ 2/2561 ปี 2560 BWM มีผลขาดทุนจากการดำเนินงานไม่สามารถจ่ายเงินปันผลได้</p>
บริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน) (EPCO)	38.40 %ของทุนชำระแล้ว	เป็นผู้ผลิตสิ่งพิมพ์ และดำเนินการธุรกิจโรงพิมพ์ในลักษณะครบวงจรและพลังงานทดแทน	<p>ปี 2553 บริษัทฯ เริ่มลงทุนใน EPCO บริษัทฯคาดว่า จะได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผลที่สูงกว่าการฝากเงินไว้กับสถาบันการเงิน</p> <p>ที่ผ่านมา EPCO จ่ายปันผลปีละ 2 ครั้ง คิดเป็นอัตราร้อยละ 7.97 ในปี 2560 และร้อยละ 7.68 ในปี 2559 เมื่อเทียบกับเงินลงทุน (ปี 2560 และ 2559 EPCO จ่ายเป็นหุ้นปันผลบางส่วนโดยจ่ายในสัดส่วน 20 หุ้นเดิม : 1 หุ้นใหม่ และ 25 หุ้นเดิม : 1 หุ้นใหม่ ตามลำดับ)</p> <p>สาเหตุที่อาจทำให้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามเป้าหมายได้แก่ การเข้าสู่ระบบดิจิทัลและอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้รูปแบบของการอ่านจากหนังสือหรือสิ่งพิมพ์เปลี่ยนไป อาจส่งผลต่อการธุรกิจโรงพิมพ์ได้</p> <p>อย่างไรก็ตาม EPCO ได้ขยายการลงทุนไปในธุรกิจพลังงาน โดยดำเนินการภายใต้บริษัทย่อยชื่อ บริษัท อีสเทิร์น พาวเวอร์ กรู๊ป จำกัด (มหาชน) (“EP”) ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีความมั่นคงของรายได้สูงและให้อัตราผลตอบแทนที่ดี รวมทั้งทั้งการ Spin-off บริษัทย่อย (EP) เข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนใน SET จะสามารถสร้างโอกาสในการขยายธุรกิจและสร้างผลตอบแทนที่ดี รวมถึงการรับรู้ผลกำไรจาก capital gain ให้กับผู้ถือหุ้นของ EP ได้ ซึ่งจะส่งผลถึงผู้ถือหุ้นของ EPCO เช่นกัน</p>

บริษัท	การถือหุ้น ณ 31 ธ.ค. 2560	ประเภทธุรกิจ	ความเสี่ยง และแนวทางแก้ไข
บริษัท ออรา คริม จำกัด	5.98% ของทุนจดทะเบียน	ประกอบธุรกิจโรงแรม 209 ห้อง และเซอร์วิสอพาร์ท เม้นท์ 88 ห้อง ในจังหวัดนครปฐม	บริษัทคาดการณ์ว่าจะได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผลที่สูงกว่าการฝากเงินไว้กับสถาบันการเงิน เมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2558 โครงการดังกล่าวได้เปิดให้บริการแล้ว ภายใต้ชื่อ “ โรงแรม ไมค์ ทาวเวอร์ แกรนด์ ” สาเหตุที่อาจทำให้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามเป้าหมายได้แก่ โรงแรมดังกล่าวไม่เป็นที่นิยมของผู้ใช้บริการอาจจะส่งต่อผลประโยชน์ทำให้ไม่สามารถจ่ายปันผลได้ อย่างไรก็ตามโรงแรมดังกล่าว เป็นโรงแรมที่เป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริการ โดยมีสิ่งที่ทำให้ผู้บริการตัดสินใจมาใช้บริการได้แก่ ความใหม่ ทันสมัยและหรูหราว่าเมื่อเทียบกับโรงแรมอื่นที่มีปริมาณห้องพักที่เท่ากัน
บริษัท ไทย คอนซุมเมอร์ดีสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด (TCDC)	96.13% ของทุนจดทะเบียน	ประกอบธุรกิจ คลังสินค้าให้เช่าและบริการ	เดือนมิถุนายน 2557 บริษัทเข้าลงทุนใน TCDC คาดการณ์ว่าจะได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผลที่สูงกว่าการฝากเงินไว้กับสถาบันการเงิน และการนำบริษัทย่อยนี้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อให้สามารถรับรู้ผลกำไรจาก capital gain สาเหตุที่อาจทำให้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามเป้าหมายได้แก่ การไม่สามารถขยายการลงทุนเพื่อให้ได้ปริมาณพื้นที่เช่าที่เหมาะสมก่อนการเข้าระดมทุนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ และการมีลูกค้ารายใหญ่เพียงรายเดียวคิดเป็น 100% ของรายได้ทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ในปี 2558 TCDC ได้เข้าซื้อหุ้นในบริษัท แอ็คคอม พลิชเวีย โฮลดิ้ง จำกัด (AWH) 100% ทำให้ TCDC มีพื้นที่เพิ่มขึ้น 13,845 ตรม. และสัดส่วนรายได้ของลูกค้ารายใหญ่ลดลง โดย TCDC มีเป้าหมายจะคงสัดส่วนรายได้ของลูกค้ารายใหญ่ต่อรายได้ทั้งหมดไม่เกิน 60% และ ในปี 2560 TCDC จ่ายปันผลคิดเป็นอัตราร้อยละ 0.63 และ ปี 2559 อัตราร้อยละ 1.05 เมื่อเทียบกับเงินลงทุน เหตุผลที่ TCDC มีการจ่ายเงินปันผลต่ำกว่าผลกำไรสุทธิมาก กล่าวคือ คิดเป็นร้อยละ 20.70 ในปี 2560 และร้อยละ 37.7 ในปี 2559 เนื่องจาก TCDC มีภาระเรื่องการชำระคืนเงินกู้สถาบันการเงิน ดังนั้นการบริหารกระแสเงินสดเป็นที่สำคัญ
บริษัท มันทรา แอสเซ็ท จำกัด (MANTRA)	100.00%ของทุนจดทะเบียน	ประกอบธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ	ปี 2559 MANTRA เข้าซื้อที่ดินที่จังหวัดเชียงใหม่เพื่อพัฒนาเป็นสิ่งปลูกสร้างในลักษณะเป็นรีสอร์ท เพื่อให้บริษัท เดอะเคบิน เชียงใหม่ จำกัด(CABIN) เช่าทรัพย์สินทั้งหมด เพื่อดำเนินธุรกิจฟื้นฟูสุขภาพ (Retreatment Center)

บริษัท	การถือหุ้น ณ 31 ธ.ค. 2560	ประเภทธุรกิจ	ความเสี่ยง และแนวทางแก้ไข
			เป็นระยะเช่าเวลา 10 ปี และสามารถต่ออายุสัญญาเช่าได้อีก 10 ปี สาเหตุที่อาจทำให้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ได้แก่ CABIN ไม่ปฏิบัติตามสัญญาหรืออาจจะยกเลิกสัญญาก่อนครบกำหนด อย่างไรก็ตามในการทำสัญญาบริษัทกำหนดให้ CABIN ต้องจ่ายค่าเช่าส่วนที่เหลือ หากยกเลิกสัญญาก่อน 10 ปี โดยไม่ใช้ความผิดของผู้ให้เช่า โดยให้วาง BG ไว้ 75 ล้านบาทสำหรับ 4 ปีแรก 50 ล้านบาทสำหรับ 3 ปีต่อมา และ 25 ล้านบาทสำหรับอีก 3 ปีต่อมารวมถึงเงินสดจำนวน 26 ล้านบาทเพื่อเป็นหลักประกันตามสัญญานี้และในปี 2560 MANTRA จ่ายปันผลคิดเป็นอัตราร้อยละ 2,473.95 เมื่อเทียบกับเงินลงทุน

ธุรกิจให้บริการและผลิตสื่อป้ายโฆษณา

3.2 ความเสี่ยงในด้านข้อกำหนดควบคุมป้ายโฆษณา

การดำเนินธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัทฯ คือ ให้บริการเช่าพื้นที่ติดตั้งป้ายโฆษณา จัดหาพื้นที่ รับจ้างผลิตและติดตั้งงานโฆษณาประเภทต่างๆ โดยเน้นสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ทั้งประเภทป้ายภาพนิ่ง (Static Media) และป้ายดิจิทัล LED กระจายอยู่ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ประกอบไปด้วยโครงป้ายที่บริษัทฯ ก่อสร้างเองและโครงป้ายที่ซื้อมา โดยเป็นโครงป้ายที่มีเอกสารการขออนุญาตก่อสร้างตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 คิดเป็นประมาณร้อยละ 40 ของจำนวนป้ายทั้งหมดที่มีอยู่ สำหรับโครงป้ายส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 60 บางส่วนมีเอกสารการขออนุญาตไม่ครบถ้วนเนื่องจากเป็นโครงป้ายที่ซื้อต่อมาจากเจ้าของเดิมที่มีระบบการจัดเก็บเอกสารไม่สมบูรณ์และบางส่วนไม่มีเอกสารการขออนุญาตก่อสร้าง ดังนั้นจึงถือว่าเป็นความเสี่ยงของบริษัทฯ ในกรณีที่โครงป้ายที่มีเอกสารไม่สมบูรณ์เหล่านั้นถูกตรวจสอบหรือบังคับให้รื้อถอน โดยจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)	ปี 2560	ปี 2559	ปี 2558
จำนวนโครงป้ายทั้งหมดของบริษัท(แห่ง)	243	153	139
จำนวนโครงป้ายที่มีเอกสารการขออนุญาตไม่ครบถ้วน(แห่ง)	150	106	87
ร้อยละของโครงป้ายที่มีเอกสารการขออนุญาตไม่ครบถ้วน	61.73%	69.28%	62.59%
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ	671.16	143.05	161.58
รายได้ค่าโฆษณา	437.07	146.82	146.07
ร้อยละรายได้ค่าโฆษณา	59.82	57.25	56.49%
ผลกระทบต่อรายได้หากรื้อถอนโครงป้าย	(437.07)	(146.82)	(146.07)
ผลกระทบต่อสินทรัพย์รวมและส่วนของผู้ถือหุ้นหากรื้อถอนโครงป้าย	(671.16)	(143.05)	(161.58)

อย่างไรก็ตาม ทางกลุ่มบริษัทได้ปฏิบัติตามหลังจากที่ได้รับโครงป้ายโฆษณาอย่างครบถ้วนตามระเบียบ อาทิเช่น การเสียภาษีป้ายสำหรับป้ายที่มีรายได้ทุกปี การทำประกันภัยทุกโครงป้ายอย่างต่อเนื่อง การตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรงตามพรบ. ทุก

ปี ให้สมาคมป้ายและโฆษณารับรองความมั่นคงแข็งแรงของโครงป้ายทุกปี และวางแผนการซ่อมบำรุงอย่างสม่ำเสมอเพื่อยืดอายุการใช้งาน นอกจากนี้ทางผู้บริหารได้ติดตามข่าวสารการเจรจาหรือการเปลี่ยนแปลงกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด เพื่อดำเนินการเรื่องการขออนุญาตให้ถูกต้อง รวมทั้งการพิจารณาลงทุนในโครงป้ายโฆษณาที่มีใบอนุญาต เพื่อลดความเสี่ยงในกรณีนี้

ส่วนค่าใช้จ่ายในการรื้อถอนโครงป้าย บริษัทได้ปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 16 เรื่อง ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ซึ่งมาตรฐานฉบับนี้กำหนดบริษัทต้องประมาณการค่าใช้จ่ายในการรื้อถอนเบื้องต้นเป็นส่วนหนึ่งของราคาทุนของทรัพย์สินที่ได้มาไว้ครบถ้วนแล้ว

3.3 ความเสี่ยงจากการชะลอตัวของภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

ธุรกิจสื่อโฆษณาของบริษัทมีความสัมพันธ์โดยตรงกับอุตสาหกรรมโฆษณาและภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ในภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัว การใช้จ่ายงบประมาณในสื่อโฆษณามีทิศทางที่จะเพิ่มสูงตามการใช้จ่ายของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลดีต่อธุรกิจของบริษัท แต่ในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว หรือมีเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองไทย หรือเกิดเหตุการณ์อื่นใดที่กระทบความเชื่อมั่นและกำลังซื้อของผู้บริโภค อาจส่งผลให้เจ้าของสินค้าและบริการปรับลดงบประมาณการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อโฆษณาต่างๆ ซึ่งอาจส่งผลให้ยอดขายสื่อโฆษณาของบริษัทปรับลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

โครงสร้างอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในปัจจุบันมีโครงสร้างที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต โดยผู้ผลิตสินค้าและบริการมีแนวโน้มในการจัดสรรงบประมาณโฆษณาไปยังสื่อโฆษณาประเภทใหม่ๆ ที่มีประสิทธิภาพสูง โดยเฉพาะสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อในพื้นที่เมืองได้เป็นอย่างดี และยังเป็นสื่อโฆษณาที่มีต้นทุนอยู่ในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ แต่สามารถส่งผลต่อการรับรู้ของผู้ชมได้สูง ดังเห็นได้จากในช่วงภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวในช่วงปี 2559-2560 ลูกค้าเจ้าของสินค้าและบริการยังคงใช้สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยในการประชาสัมพันธ์สินค้าอยู่อย่างต่อเนื่อง โดยถึงแม้ค่าใช้จ่ายการโฆษณาโดยรวมจะลดลง แต่ค่าใช้จ่ายการโฆษณาในสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม บริษัทไม่สามารถรับรองได้ว่าผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัทจะไม่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ หากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวยังคงดำเนินต่อไป หรือมีความรุนแรงเพิ่มขึ้นในอนาคต

3.4 การรักษาส่วนแบ่งตลาด

เป้าหมายของกลุ่มบริษัท เพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาดในธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ให้อยู่กลุ่ม 1 ใน 3 ของอุตสาหกรรมนี้ ในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมามองเห็นได้ว่า โครงสร้างอุตสาหกรรมสื่อโฆษณามีการเปลี่ยนแปลงไปมาก ลูกค้าต้องการใช้สื่อโฆษณาที่มีรูปแบบทันสมัยและสามารถปรับเปลี่ยนข้อความทางการตลาดที่นำเสนออย่างรวดเร็วทันทั่วทั้งที่ ดังเห็นได้จากการใช้สื่อป้ายโฆษณามีการเติบโตทุกปี ปี 2560 เติบโตคิดเป็นร้อยละ 12.78 และปี 2559 เติบโตร้อยละ 35.20 ดังนั้นหากบริษัทไม่มีการปรับตัวและพัฒนาสื่อโฆษณาที่ทันสมัยตามยุคสมัย และสอดคล้องกับความต้องการผู้ใช้สื่อโฆษณา บริษัทจะไม่สามารถบรรลุเป้าหมายในเรื่องของการรักษาส่วนแบ่งการตลาดได้ ในปี 2560 บริษัทได้ลงทุนและพัฒนาสื่อป้ายโฆษณาแบบดิจิทัล LED เพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้สื่อโฆษณาแล้ว

ธุรกิจค้ำประกันสินเชื่อและบริหาร

3.5 ความเสี่ยงจากการที่เรียกเก็บเงินตามสัญญาเช่าไม่ได้

ความเสี่ยงจากการที่กลุ่มบริษัทฯ ไม่สามารถเรียกเก็บเงินตามสัญญาเช่า อาจเกิดขึ้นในกรณีที่ลูกค้าได้รับผลกระทบในเชิงลบจากสถานะเศรษฐกิจและภาคอุตสาหกรรมหรือจากการดำเนินธุรกิจซึ่งส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงินของกลุ่มลูกค้าจนอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการจ่ายค่าเช่าตามสัญญา อาจจะทำให้กลุ่มบริษัทฯ ขาดสภาพคล่องและส่งผลการชำระหนี้เงินกู้สถาบันการเงินที่มีภาระต้องชำระเป็นรายเดือนได้

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ คาดว่าผลกระทบดังกล่าวไม่น่าจะเกิดขึ้น เนื่องจากกลุ่มลูกค้าของกลุ่มบริษัทฯ เป็นบริษัทชั้นนำ มีความน่าเชื่อถือ และมีความมั่นคงทางการเงินในระดับสูง รวมถึงกลุ่มบริษัทฯ ได้กำหนดให้ผู้เช่าต้องวางเงินประกันค่าเช่าและบริการเป็นเงินสด ซึ่งเงื่อนไขของสัญญาเช่าโครงการ Built-to-Suit ส่วนใหญ่ยังได้กำหนดไว้ว่า หากผู้เช่ายกเลิกสัญญาเช่าก่อนสิ้นสุดระยะเวลาเช่าที่กำหนดไว้ ผู้เช่าจะต้องชำระค่าทดแทนเท่ากับค่าเช่าสำหรับระยะเวลาเช่าที่เหลืออยู่ทั้งหมดให้แก่กลุ่มบริษัทฯ นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ ได้เตรียมสภาพคล่องทางการเงินส่วนหนึ่งที่เพียงพอจะชำระหนี้เงินกู้ในระยะเวลา 3 งวดหากเกิดปัญหาขึ้นจริงจะไม่ส่งผลกระทบต่อภาระหนี้สถาบันการเงินอย่างแน่นอน

3.6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากผู้เช่าน้อยราย

ปัจจุบันบริษัทมีพื้นที่ที่ค้ำประกันสินเชื่อให้เข้าคิดเป็นอัตราเช่าร้อยละ 100 จากลูกค้า 3 กลุ่ม ซึ่งถือว่าบริษัทมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากผู้เช่าน้อยราย ในกรณีที่ลูกค้าได้รับผลกระทบในเชิงลบจากสถานะเศรษฐกิจและภาคอุตสาหกรรมหรือจากการดำเนินธุรกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงินของกลุ่มลูกค้าจนอาจไม่สามารถเช่าครบตามกำหนดสัญญา กลุ่มบริษัทฯ อาจจะได้รับผลกระทบจากรายได้ค่าเช่าที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ คาดว่าผลกระทบดังกล่าวไม่น่าจะเกิดขึ้น เนื่องจากกลุ่มลูกค้าของกลุ่มบริษัทฯ เป็นบริษัทที่มีฐานการผลิตในประเทศไทย และค้ำประกันสินเชื่อที่กลุ่มบริษัทฯ ให้เช่าอยู่ใกล้เคียงกับโรงงานผลิตของผู้เช่า รวมทั้งขนาดพื้นที่เช่ามีขนาดมากกว่า 100,000 ตารางเมตรและอยู่ในบริเวณเดียวกัน ย่อมต่อการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ของผู้เช่า นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ได้กำหนดเงื่อนไขของสัญญาเช่าไว้ว่า หากผู้เช่ายกเลิกสัญญาเช่าก่อนสิ้นสุดระยะเวลาเช่าที่กำหนดไว้ ผู้เช่าจะต้องชำระค่าทดแทนเท่ากับค่าเช่าสำหรับระยะเวลาเช่าที่เหลืออยู่ทั้งหมดให้แก่กลุ่มบริษัทฯ

3.7 ความเสี่ยงจากนโยบายการจัดซื้อที่ดินเพื่อนำมาพัฒนาโครงการในอนาคต

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการจัดซื้อที่ดิน โดยมุ่งเน้นที่จะจัดหาที่ดินที่มีศักยภาพและสามารถนำมาพัฒนาโครงการได้ทันทีหรือในอนาคตอันใกล้ ดังนั้นกลุ่มบริษัทฯ จึงไม่มีนโยบายในการซื้อที่ดินสะสม (Land Bank) ไว้เป็นจำนวนมากๆ โดยที่ยังไม่มีแผนการพัฒนารองรับหรือยังไม่มีแผนการชัดเจนว่าจะมีผู้จะมาเช่าหรือไม่ แต่เนื่องจากการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นจึงทำให้มีการแข่งขันเพื่อซื้อหรือเช่าที่ดินในทำเลที่ระหว่างผู้ประกอบการต่างๆ จึงอาจทำให้กลุ่มบริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการที่ราคาที่ดินมีการปรับตัวสูงขึ้น หรือการที่กลุ่มบริษัทฯ จะไม่สามารถจัดซื้อที่ดินในทำเลที่ตั้งที่ต้องการภายใต้ต้นทุนที่ต้องการได้ ซึ่งอาจส่งผลให้ต้นทุนในการพัฒนาโครงการฯ ของกลุ่มบริษัทฯ สูงขึ้น หรือกลุ่มบริษัทฯ อาจตัดสินใจไม่ลงทุนเนื่องจากอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนอาจไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กลุ่มบริษัทฯ ได้กำหนดไว้

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ มีการจัดทำแผนการสำรวจและจัดซื้อที่ดินให้สอดคล้องกับการนำไปพัฒนาโครงการฯ ของกลุ่มบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ ได้เล็งเห็นว่า การซื้อที่ดินสะสมไว้เป็นจำนวนมากๆ โดยไม่มีแผนการพัฒนารองรับนั้น

หรือยัง ไม่มีความชัดเจนว่าจะมีผู้จะมาเช่าหรือไม่ ไม่สอดคล้องกับแผนธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ รวมทั้งยังอาจก่อให้เกิดปัญหาสภาพคล่องทางการเงินต่อกลุ่มบริษัทฯ ได้ ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการจัดซื้อที่ดินไว้ในปริมาณที่สอดคล้องกับแผนธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ โดยเป็นที่ดินที่สามารถนำมาพัฒนาโครงการได้ทันทีหรือในอนาคตอันใกล้ หรือเป็นที่ดินที่มีการวางแผนร่วมกันกับลูกค้า สำหรับส่วนต่อขยายโครงการของลูกค้า และยังมีนโยบายในการลงทุนในสิทธิการเช่าที่ดินสำหรับที่ดินบางแปลง โดยคำนึงถึงการศึกษาความเป็นไปได้ของผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นสำคัญ ซึ่งช่วยให้ กลุ่มบริษัทฯ สามารถจัดหาที่ดินที่มีศักยภาพเพื่อนำมาพัฒนาโครงการในทำเลที่ตั้งที่ได้ตกลงร่วมกันกับผู้เช่าได้ดีกว่าการสะสมที่ดินดังเช่นผู้ประกอบการรายอื่นๆ ตลอดจนมีความยืดหยุ่นในการที่จะรองรับการขยายธุรกิจของผู้เช่า และสามารถควบคุมราคาค่าที่ดินให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

3.8 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ต้องใช้เงินลงทุนสูง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมียอดเงินกู้ยืมจำนวน 2,226.16 ล้านบาท แยกเป็นเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน 2,067.61 ล้านบาท และ เงินกู้จากการจำหน่ายหุ้นกู้จำนวน 158.55 ล้านบาท ดังนั้นหากอัตราดอกเบี้ยในตลาดปรับตัวสูงขึ้น กลุ่มบริษัทฯ ก็จะมีภาระในการจ่ายดอกเบี้ยที่สูงขึ้น ซึ่งจะมีผลกระทบทำให้กำไรของกลุ่มบริษัทฯ ลดลง

อย่างไรก็ตาม เงินกู้ของบริษัทร้อยละ 63.99 เมื่อเทียบกับเงินกู้ทั้งหมด มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ ส่วนที่เหลือเป็นอัตราดอกเบี้ยแบบลอยตัว ซึ่งเงินกู้ของบริษัทส่วนใหญ่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ซึ่งสามารถลดความเสี่ยงได้ระดับหนึ่ง ประกอบกับแผนการจัดการเงินทุนเพื่อพัฒนาโครงการฯ ของกลุ่มบริษัทฯ นั้นไม่ได้พึ่งพิงการใช้เงินกู้จากสถาบันทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่กลุ่มบริษัทฯ ยังได้มีนโยบายจัดหาเงินทุนและระดมทุนจากแหล่งเงินทุนอื่นๆ อย่างสมดุล โดยเฉพาะส่วนการระดมทุนผ่านทางตลาดหลักทรัพย์ และจากการจำหน่ายทรัพย์สินผ่านกองทุนรวมฯ ซึ่งจะเป็นแหล่งเงินทุนสำคัญที่นำมาใช้ในการลงทุนในอนาคต ซึ่งถือได้ว่าเป็นการช่วยลดความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราดอกเบี้ย ด้วยการกำหนดอัตราดอกเบี้ยแบบคงที่ (Fixed Interest Rate)

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้เข้าซื้อ

บริษัทและบริษัทย่อย มีลูกหนี้การค้าและลูกหนี้เข้าซื้อ-สุทธิ ดังนี้

รายการลูกหนี้	31 ธ.ค. 2558		31 ธ.ค. 2559		31 ธ.ค. 2560	
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%
ลูกหนี้การค้า/ลูกหนี้อื่น	113.07	100.00	102.66	100.00	275.98	100.00
หัก : ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	1.13	1.00	2.33	2.27	-	-
ลูกหนี้การค้า-สุทธิ	111.94	100.00	100.33	100.00	275.98	100.00
ลูกหนี้เข้าซื้อ	5.18	100.00	3.83	100.00	3.00	100.00
หัก : ดอกเบี้ยเข้าซื้อหรือตัดบัญชี	0.82	15.83	0.40	10.44	0.22	7.33
หัก : ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	4.36	84.17	3.43	89.56	2.78	92.67
ลูกหนี้เข้าซื้อ-สุทธิ	-	-	-	-	-	-
รวมยอดลูกหนี้-สุทธิ	111.94	100.00	100.33	100.00	275.98	100.00

บริษัทได้ตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญจากลูกหนี้เข้าซื้อ โดยตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญจากลูกหนี้เข้าซื้อโดยใช้รายงานอายุของลูกหนี้เป็นเกณฑ์ ซึ่งคำนวณจากลูกหนี้ตามสัญญาเข้าซื้อหักด้วยดอกผลเข้าซื้อหรือตัดบัญชี และคำนวณจากลูกหนี้การค้า รวมทั้งพิจารณาจากประสบการณ์การเก็บเงินในอดีต การวิเคราะห์อายุลูกหนี้ และสถานะปัจจุบันของลูกหนี้คงค้าง ณ วันที่ในงบดุลของกลุ่มบริษัท โดยมีหลักเกณฑ์การตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญดังนี้

อายุลูกหนี้	ลูกหนี้เข้าซื้อ (ร้อยละของลูกหนี้เข้าซื้อ หลังหักดอกผลหรือตัดบัญชี)	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 ย่อยทุกบริษัทเช่าเพื่อเป็นสำนักงานด้วย

ณ วันสิ้นสุดบัญชี กลุ่มบริษัทมีทรัพย์สินที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ มีรายละเอียดดังนี้

รายการ	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)		
		31 ธ.ค. 2558	31 ธ.ค. 2559	31 ธ.ค. 2560
ที่ดิน	เจ้าของ	11.04	11.04	56.23
อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	เจ้าของ	16.53	15.30	17.50
ส่วนปรับปรุงอาคาร	เจ้าของ	1.04	0.83	0.63
โครงข่ายโฆษณา	เจ้าของ	277.44	286.15	806.48
อุปกรณ์คลังสินค้า	เจ้าของ	-	-	40.67
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	เจ้าของ	3,112.92	3,283.22	3,840.93
รวม		3,418.97	3,596.54	4,762.44

บริษัทใหญ่

บริษัทฯ ได้ทำสัญญากู้ยืมเงินระยะยาวจากสถาบันการเงิน โดยแยกเป็นเงินกู้ระยะเวลา 3-4 ปี วงเงิน 700 ล้านบาท และทำสัญญาใช้เงินวงเงิน 100 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 คงเหลือ 625.03 ล้านบาท) โดยบริษัทนำทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจไปเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมดังนี้

1. โฉนดสิทธิเรียกร้องในการรับเงินปันผลจากหุ้นของทุกบริษัทที่บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้น ซึ่งธนาคารจะรับโฉนดสิทธิดังกล่าวต่อเมื่อบริษัทฯ ผิดนัดชำระหนี้กับธนาคาร
2. จำนองห้องชุด ชั้นที่ 21 อาคารชุด อาร์ เอส ทาวเวอร์ กรรมสิทธิ์ของบริษัทฯ
3. จำนองหุ้น บริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด
4. จดทะเบียนจำนองลำดับที่สอง โฉนดที่ดินเลขที่ 33678 และ 33679 พร้อมสิ่งปลูกสร้างกรรมสิทธิ์ ของบริษัท แอ็คคอมพลิช เวย์ โฮลดิ้ง จำกัด

บริษัทย่อยทางตรง

TCDC ได้ทำสัญญากู้ยืมเงินระยะยาวระยะเวลา 10 ปี จากสถาบันการเงินเป็นวงเงิน 1,657 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 คงเหลือ 1,265.95 ล้านบาท) โดยบริษัทนำทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจไปเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมดังนี้

1. จำนองที่ดิน 18 แปลงพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่ตั้งอยู่บนที่ดิน
2. สิทธิเรียกร้องในการรับเงินตามสัญญาเช่าและบริการ
3. สิทธิในสัญญาประกันภัย
4. คำประกันโดยบริษัทฯ เต็มจำนวน

AA และ BWM ได้รับวงเงินสินเชื่อใช้ร่วมกันจากสถาบันการเงินวงเงิน 100 ล้านบาท แยกเป็น เงินเบิกเกินบัญชีบริษัทละ 5 ล้านบาท ทำสัญญาใช้เงินวงเงิน 40 ล้านบาท และวงเงินหนังสือค้ำประกัน 50 ล้านบาท โดยบริษัทนำทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจไปเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมดังนี้

1. จำนองโฉนดที่ดินเลขที่ 98464 98465 และ 1655 ถนนลาดพร้าว เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ พร้อมสิ่งปลูกสร้างกรรมสิทธิ์ของ AA

2. จำนองโฉนดที่ดินเลขที่ 126704 และ 126705 ถนนพระราม 4 เขตสาทร กรุงเทพฯ พร้อมสิ่งปลูกสร้างกรรมสิทธิ์ของ BWM
3. ค้ำประกันโดยบริษัทฯ เต็มจำนวน

บริษัทย่อยทางอ้อม

AWH ได้ทำสัญญากู้ยืมเงินระยะจากสถาบันการเงิน โดยเป็นเงินกู้วงเงิน 285 ล้านบาท และวงเงินเบิกเกินบัญชี 1 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 คงเหลือ 176.63 ล้านบาท ส่วนเงินเบิกเกินบัญชียังไม่มีเบิกใช้) โดยบริษัทนำทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจไปเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมดังนี้

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

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทอื่น

นโยบายในการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม บริษัทจะลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อโฆษณา ธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ และธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนที่ดีและมั่นคง ความเสี่ยงในการลงทุนปานกลางถึงต่ำ ซึ่งจะพิจารณาสัดส่วนในการลงทุนเป็นรายๆ ไปโดยดูจากแนวโน้มของธุรกิจ ถ้ามีโอกาสประสบความสำเร็จและสามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันบริษัทจะลงทุนในสัดส่วนที่มากพอที่บริษัทจะสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารและกำหนดนโยบาย

5. การเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชีที่สำคัญ
- ในปี 2560 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	www.aquacorp.co.th
โทรศัพท์	(02) 694-8888
โทรสาร	(02) 694-8880
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	- เดิมบริษัทประกอบธุรกิจขายและเช่าซื้อเครื่องใช้ภายในบ้าน ยี่ห้อ “ไคสตาร์” เครื่องใช้สำนักงาน รถจักรยานยนต์ และอื่นๆ จนมาเมื่อต้นปี 2550 บริษัทได้มีนโยบายหยุดการให้สินเชื่อเช่าซื้อทั้งหมด - ตั้งแต่ปี 2550 ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการบริหารการลงทุนในธุรกิจอื่น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 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	www.aquacorp.co.th
โทรศัพท์	(02) 694-8888
โทรสาร	(02) 694-8880
ประเภทธุรกิจ	ให้บริการเช่าพื้นที่ติดตั้งป้ายโฆษณา จัดหาพื้นที่ รับจ้างผลิตและติดตั้งงานโฆษณาประเภทต่าง ๆ โดยเน้นสื่อโฆษณากายนอกที่อยู่อาศัย ประเภทป้ายภาพนิ่ง (Static Media)
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

ชื่อบริษัท	บริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด (“BMW”)
ทะเบียนเลขที่	0105556182484
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	121/68 ชั้น 21 อาคารอาร์เอสทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
เว็บไซต์	www.boardwaymedia.co.th
โทรศัพท์	(02) 694-8888
โทรสาร	(02) 694-8880
ประเภทธุรกิจ	ให้บริการเช่าพื้นที่ติดตั้งป้ายโฆษณาภายนอกบ้าน(Out of Home Media)ทั้งในรูปแบบป้ายภาพนิ่ง (Static Media) และป้ายดิจิทัล LED
ทุนจดทะเบียน	98,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 980,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)
ทุนเรียกชำระแล้ว	98,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 980,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)
รอบระยะเวลาบัญชี	1 มกราคม - 31 ธันวาคม
สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท	ร้อยละ 90 ของทุนชำระแล้ว
ชื่อบริษัท	บริษัท มंत्रา แอสเซ็ท จำกัด (“MANTRA”)
ทะเบียนเลขที่	0105536086838
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	45/18 ตรอกประตู แขวงบางค้อแหลม เขตบางค้อแหลม กรุงเทพมหานคร 10120
เว็บไซต์	-
โทรศัพท์	(02) 694-8888
โทรสาร	(02) 694-8880
ประเภทธุรกิจ	เดิมดำเนินธุรกิจขายเช่าซื้อสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า และรถยนต์ และปัจจุบันได้หยุดประกอบธุรกิจดังกล่าวแล้ว โดยปี 2559 เริ่มประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ
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
สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท	ร้อยละ 100
ชื่อบริษัท	บริษัท ไทย คอนซุมเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด (“TCDC”)
ทะเบียนเลขที่	0105544083141
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	39,39/1 หมู่ที่ 11 ตำบลคลองปรัง อำเภอชะเอมบุรี จังหวัดชะเอมบุรี
เว็บไซต์	www.tcdc.co.th
โทรศัพท์	(02) 694-8888
โทรสาร	(02) 694-8880 , (02) 694-8889
ประเภทธุรกิจ	ประกอบธุรกิจหลักทางด้านคลังสินค้าให้เช่าและให้บริการ

ทุนจดทะเบียน 169,400,000 บาท (หุ้นสามัญ 1,694,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)

ทุนเรียกชำระแล้ว 169,400,000 บาท (หุ้นสามัญ 1,694,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)

รอบระยะเวลาบัญชี 1 มกราคม - 31 ธันวาคม

สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท ร้อยละ 96.13 ของทุนจดทะเบียน

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

ทะเบียนเลขที่ 0105558001088

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ 121/68 ชั้น 21 อาคารอาร์เอสทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

เว็บไซต์ [-](#)

โทรศัพท์ (02) 694-8888

โทรสาร (02) 694-8880 , (02) 694-8889

ประเภทธุรกิจ ประกอบธุรกิจพลังงานทดแทนทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)

ทุนเรียกชำระแล้ว 1,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)

รอบระยะเวลาบัญชี 1 มกราคม - 31 ธันวาคม

สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท ร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียน (ปัจจุบันบริษัทอยู่ระหว่างการชำระบัญชีและปิดบริษัทนี้)

ชื่อบริษัท บริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน) (“EPCO”)

ทะเบียนเลขที่ 0107536000838

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ 51/29,51/61 ซอยวิภาวดี 66 (สยามสามัคคี) ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ

เว็บไซต์ www.epco.co.th

โทรศัพท์ (02) 551-05141-4

โทรสาร (02) 552-0905 , (02) 551-0532

ประเภทธุรกิจ ประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้ผลิตสิ่งพิมพ์และดำเนินธุรกิจโรงพิมพ์ในลักษณะครบวงจร โดยให้บริการ
บริการตั้งแต่ 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 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ : 0-2009-9000 โทรสาร : 0-2009-9991
SET Contact center: 0 2009-9999
Website: <http://www.set.or.th/tsd>
E-mail: SETContactCenter@set.or.th

ผู้สอบบัญชี

นางสาวชานา วิวัฒน์พนชาติ	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 4712
นางสาววันเพ็ญ อุ่นเรือน	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 7750
นางสาวพรทิพย์ อมรชัยเลิศพัฒนา	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 9589

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-