

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

ส่วนที่ 1 : การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) (“บริษัท/AQUA”) ได้เข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 17 กันยายน 2547 ภายใต้ชื่อ บริษัท ดี อี แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) โดยใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ “DE” และในปี 2550 บริษัทฯ ได้มีนโยบายหยุดการให้สินเชื่อเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า และรื้อรับจ้างสาธารณะ เนื่องจากพิจารณาแล้วไม่คุ้มค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ บริษัทฯ ติดตามเก็บเงินจากพอร์ตลูกหนี้เดิม ซึ่งทำให้บริษัทฯ มีเงินสดเหลือและสามารถนำไปลงทุนในธุรกิจที่เห็นว่า มีศักยภาพในการลงทุนเพื่อจะพัฒนาเป็นธุรกิจหลักของบริษัทฯ ต่อไป

- 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 โดยเน้นสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) หลังจากนั้นบริษัทฯ ได้มีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการถือหุ้นใน AA หลายครั้ง ดังนี้

- ❖ 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 ได้ขายและโอนสิทธิทรัพย์สินประกอบการเกี่ยวกับป้ายโฆษณาทั้งหมดของบริษัทให้กับ 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
- ❖ ปี 2559 บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นสามัญของ AA จำนวน 105,151,997 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด ในราคาหุ้นละ 1.52 บาท รวมมูลค่า 160 ล้านบาท คืนจาก POLAR ภายหลังการเข้าซื้อหุ้นดังกล่าว บริษัทเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ใน AA สัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียน

นอกจากนี้ ปี 2554 บริษัทฯ ได้พิจารณาเข้าลงทุนในธุรกิจป้ายโฆษณาซึ่งเป็นธุรกิจประเภทเดียวกันกับ AA โดยการเข้าซื้อป้ายโฆษณาจากผู้ประกอบการอื่น รวมถึงการก่อสร้างโครงข่ายป้ายโฆษณาใหม่ ต่อมาในปี 2556 ได้ขายและโอนสิทธิทรัพย์สินประกอบการเกี่ยวกับป้ายโฆษณาทั้งหมดของบริษัทให้กับ AA เพื่อจัดโครงสร้างธุรกิจให้มีความชัดเจน (ตามรายละเอียดข้างต้น)

เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2560 บริษัทฯ เข้าลงทุนในบริษัท บอร์ควีย์ มีเดีย จำกัด (“BWM”) ดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้าน (Out Of Home Media : OOH) ทั้งในรูปแบบป้ายภาพนิ่ง และป้ายดิจิทัล LED โดยการเข้าซื้อ (1) หุ้นสามัญร้อยละ 90 ของหุ้นทั้งหมดหรือเท่ากับ 881,999 หุ้น ในราคาหุ้นละ 697.9592 บาท (ราคาพาร์ 100 บาท) มูลค่าเงินลงทุน 615.60 ล้านบาท (2) หุ้นบุริมสิทธิร้อยละ 100 ของหุ้นทั้งหมด หรือเท่ากับ 136 หุ้น ในราคาหุ้นละ 100 บาท (ราคาพาร์ 100 บาท) มูลค่าเงินลงทุน 13,600 บาท รวมเป็นมูลค่าเงินลงทุนทั้งสิ้น 615.61 ล้านบาท และภายหลังจากการลงทุนใน BWM แล้ว บริษัทมีแผนให้ BWM ลดทุนในส่วน of หุ้นบุริมสิทธิทั้งจำนวน และในวันเข้าทำรายการบริษัทต้องให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ BWM จำนวน 146.80 ล้านบาท เพื่อให้ BWM นำไปชำระเงินกู้ยืม รวมทั้งสิ้น 762.41 ล้านบาท

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

การเข้าลงทุนใน BWM ครั้งนี้ทำให้กลุ่มบริษัทมีเครือข่ายสื่อโฆษณา LED ครอบคลุมทั่วประเทศอย่างรวดเร็ว โดยมีจำนวนจอ LED ณ วันสิ้นปี 2563 จำนวน 116 จอ ซึ่งจะช่วยให้การวางแผนสื่อสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างและมีผลต่อโอกาสการเติบโตของเม็ดเงินโฆษณาอย่างชัดเจน

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 ดำเนินธุรกิจให้เข้าพื้นที่ป้ายโฆษณานอกบ้าน (Out of Home Media) ในรูปแบบป้าย Billboard ในจังหวัดต่าง ๆ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2561 และ วันที่ 11 มิถุนายน 2562 บริษัทฯ ได้ซื้อหุ้นในบริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด เพิ่มเดิมจากผู้ถือหุ้นเดิม ภายหลังการเข้าซื้อหุ้นดังกล่าว สัดส่วนการถือหุ้นใน BWM เป็นร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว คิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนเพิ่มทั้งสิ้น 74.07 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2562 BWM ได้เข้าลงทุนโดยการซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ส.ธนา มีเดีย จำกัด (“STN”) คิดเป็นร้อยละ 99.99 จากผู้ถือหุ้นเดิม จำนวน 49,998 หุ้น มูลค่าเงินลงทุน 380 ล้านบาท ซึ่ง STN ดำเนินธุรกิจให้เข้าพื้นที่ป้ายโฆษณานอกบ้าน (Out of Home Media) ในรูปแบบป้าย Billboard ในจังหวัดต่าง ๆ มีจำนวนป้ายทั้งหมด 56 แห่ง 82 หน้าป้าย

ตั้งแต่ปี 2563 บริษัทฯ ได้ปรับแผนการดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณาของกลุ่มบริษัท ภายใต้แบรนด์ “AQUA” เพียงแบรนด์เดียว โดยให้บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) เป็นผู้บริหารการขายและจัดการสื่อโฆษณาทั้งหมดของ 4 บริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อม และปรับให้ 4 บริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อมเป็นเพียงเจ้าของสื่อโฆษณาและให้บริการก่อสร้างจัดหา ติดตั้ง และซ่อมบำรุงสื่อโฆษณาเท่านั้น

- **การลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท อีสเทอร์น พาวเวอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) “EP” เดิมชื่อ บริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน) “EPCO”**

- ❖ ปี 2553 การเข้าซื้อหุ้นสามัญของ EP ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและประกอบธุรกิจโรงพิมพ์ครบวงจร ภายหลังการเข้าซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 2 ราย รวมเป็นจำนวน 207.85 ล้านหุ้นหรือคิดเป็นร้อยละ 43.82 ของหุ้นทั้งหมดของ EP เท่ากับ 474,177,401 หุ้น (ไม่รวมหุ้นซื้อคืนจำนวน 41,232,800 หุ้น) คิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนทั้งสิ้น 397.41 ล้านบาทการเข้าซื้อหุ้นในครั้งนี้ทำให้บริษัทและบริษัทย่อยถือหุ้นในบริษัทจดทะเบียนเกินร้อยละ 25 ซึ่งบริษัทและบริษัทย่อยจำเป็นต้องจัดทำคำเสนอซื้อหุ้นทั้งหมดของ EP ตามกฎเกณฑ์ของ กสท. รวมถึงการซื้อหุ้นสามัญเพิ่มผ่านระบบการซื้อ-ขายของตลาดหลักทรัพย์ ทำให้บริษัทฯ มีสัดส่วนการถือหุ้น EP ร้อยละ 44.15 ของทุนชำระแล้ว
- ❖ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัท มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 38.40 ของทุนชำระแล้ว สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทลดลง เนื่องจากการแปลงสิทธิของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ EP-W1
- ❖ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัท มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 39.69 ของทุนชำระแล้ว สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทเพิ่มขึ้น เนื่องจากการซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่ EP เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมในสัดส่วน 8 หุ้นเดิมต่อ 1 หุ้นใหม่ รวมถึงการซื้อหุ้นสามัญเพิ่มผ่านระบบการซื้อ-ขายของตลาดหลักทรัพย์
- ❖ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 บริษัท มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 40.08 ของทุนชำระแล้ว สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทเพิ่มขึ้น จากการซื้อหุ้นสามัญเพิ่มผ่านระบบการซื้อ-ขายของตลาดหลักทรัพย์

- ❖ ตั้งแต่ปี 2553 จนถึงปัจจุบัน EP ได้ขยายธุรกิจเพิ่มไปในด้านพลังงานทดแทนโดยดำเนินการผ่านบริษัทย่อยชื่อ บริษัท อีเทอร์นิตี้ พาวเวอร์ จำกัด (มหาชน) (“ETP”) เนื่องจากเล็งเห็นถึงโอกาสในการพัฒนา และการลงทุนใน ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพลังงานทดแทน ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตที่สูง และมีความเสี่ยงในการ ดำเนินงานต่ำ ตลอดจนสามารถสร้างรายได้ที่มั่นคงได้ในระยะยาว
- ❖ ปี 2561 การเข้าลงทุนในบริษัท ตะวันออกการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ จำกัด (“EPPCO”) เนื่องจากปัจจุบัน พฤติกรรมของผู้บริโภคได้เปลี่ยนมาใช้ e-commerce มากขึ้นหลายเท่าตัว ดังนั้น EP จึงมีนโยบายในการขยาย ธุรกิจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นธุรกิจที่ผู้บริหารมีประสบการณ์มากกว่า 20 ปี
- ❖ ปี 2563 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2563 มีมติอนุมัติให้ EP เปลี่ยนชื่อจากเดิม “บริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน)” เป็น “บริษัท อีสเทอร์น พาวเวอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)” และจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2563
- ❖ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทถือหุ้น EP ร้อยละ 39.61 (ลดลงจาก 40.08% เนื่องจากการแปลงสิทธิของผู้ถือ ใบสำคัญแสดงสิทธิ EP-W3) โดย EP ถือหุ้นใน EPPCO ร้อยละ 99.99 ซึ่ง EPPCO ดำเนินธุรกิจรับจ้างพิมพ์ สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ นิตยสาร และบรรจุภัณฑ์ และถือหุ้นใน ETP ร้อยละ 75 ซึ่ง ETP ดำเนินธุรกิจพลังงาน
- การลงทุนในธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ
 - ❖ ปี 2557 บริษัทได้เข้าลงทุนในบริษัท ไทย คอนซูมเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด (TCDC) ซึ่งประกอบธุรกิจ หลักด้านคลังสินค้าให้เช่าและบริการ โดยกลุ่มลูกค้าหลักคือกลุ่มบริษัทยูนิลีเวอร์ ในสัดส่วนร้อยละ 69 ของทุน จดทะเบียน (1,694,000 หุ้น) เป็นการเข้าซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนใหม่ของ TCDC จำนวน 1,169,000 หุ้น มูลค่าที่ตรา ไว้หุ้นละ 100 บาท ในราคาหุ้นละ 406.3302 บาท (มีส่วนเกินมูลค่าหุ้น 306.3302 บาท/หุ้น) และการเข้าซื้อหุ้น จากผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 1 หุ้น ในราคาหุ้นละ 406 บาท เพื่อให้ได้สิทธิเป็นผู้ถือหุ้นเดิมของ TCDC รวมเป็นมูลค่า เงินลงทุนทั้งสิ้น 475 ล้านบาท และให้นายพลสิทธิ ภูมิวสนะ ถือหุ้นแทนบริษัทจำนวน 1 หุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 TCDC เรียกชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนแล้วทั้งจำนวน
 - ❖ ในปี 2558 บริษัทได้เข้าซื้อหุ้นสามัญของ TCDC จำนวนหุ้น 459,374 หุ้นจากผู้ถือหุ้นเดิม 5 ราย คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 27.12 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด ในราคาเฉลี่ยหุ้นละ 685.715 บาท (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท) รวม เป็นมูลค่าเงินลงทุนในครั้งนี้ 315.00 ล้านบาท ภายหลังการเข้าซื้อหุ้นดังกล่าว บริษัทเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในสัดส่วน ร้อยละ 96.13 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด (หุ้นทั้งหมดเท่ากับ 1,694,000 หุ้น)
 - ❖ ไตรมาสที่ 4/2558 TCDC เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท แอ็คคอมพลิช เวย์ โฮลดิ้ง จำกัด (AWH) ซึ่งประกอบธุรกิจ ด้านคลังสินค้าให้เช่าและบริการ จากผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 449,998 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ในราคา เฉลี่ยหุ้นละ 367.632 บาท เป็นเงินทั้งสิ้น 165.43 ล้านบาท ภายหลังการเข้าซื้อหุ้นดังกล่าว TCDC เป็นผู้ถือหุ้น ใหญ่ในสัดส่วนร้อยละ 100 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด (หุ้นทั้งหมดเท่ากับ 450,000 หุ้น)
- การลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ

ปี 2559 MANTRA ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นร้อยละ 100 เข้าซื้อที่ดินที่จังหวัดเชียงใหม่เพื่อก่อสร้างสิ่งปลูก สร้างในลักษณะเป็นรีสอร์ทเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรมโดยมีมูลค่าการลงทุนในโครงการนี้ทั้งสิ้น 470 ล้านบาท เพื่อก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างในลักษณะเป็นรีสอร์ทเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชนบทเกษตรกรรม และเพื่อ

ดำเนินธุรกิจฟื้นฟูสุขภาพ (Retreatment Center) โดยมีมูลค่าการลงทุนในโครงการนี้ทั้งสิ้น 470 ล้านบาท ภายใต้ชื่อโครงการ “เดอะ เคบิน เชียงใหม่”

ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2560 โครงการ เดอะเคบิน เชียงใหม่ ก่อสร้างแล้วเสร็จและเปิดดำเนินการ 100% แล้ว ปัจจุบันมีผู้เช่าได้แก่ บริษัท เดอะเคบิน เชียงใหม่ จำกัด และบริษัท เดอะ เคบิน รีเสป จำกัด โดยเป็นสัญญาเช่าระยะยาว 10 ปี และสามารถต่ออายุสัญญาเช่าได้อีก 10 ปี ต่อมาเมื่อไตรมาสที่ 4/2563 บริษัทย่อยได้บอกเลิกสัญญาเช่ากับ The Cabin และให้ส่งคืนพื้นที่โครงการทั้งหมด ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2563 เป็นต้นไป เนื่องจาก The Cabin ปฏิบัติผิดสัญญาโดยไม่ชำระค่าเช่าและค่าบริการตามสัญญาเป็นเวลาดิฉันต่อกันหลายงวด

- การลงทุนอื่นๆ ที่ยังมีการดำเนินงานอยู่

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

ตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นไป บริษัทได้ปรับเปลี่ยนนโยบายการดำเนินงาน เป็นบริษัทบริหารการลงทุน โดยเลือกลงทุนในธุรกิจที่มีผลการดำเนินงานที่ดี มีศักยภาพและโอกาสเติบโตในอนาคต เพื่อให้มีผลตอบแทนจากการลงทุนที่เหมาะสมและยั่งยืน

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

- ปี 2551 เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท ชัน ไซน์ 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 25 กุมภาพันธ์ 2564 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2564 ได้พิจารณาบททวนวิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัท เป็นดังนี้

วิสัยทัศน์

“มุ่งมั่นในการก้าวสู่การเป็นบริษัทบริหารการลงทุนในธุรกิจที่มีผลการดำเนินงานที่ดี มีศักยภาพ และ โอกาสเติบโตในอนาคต เพื่อให้มีผลตอบแทนจากการลงทุนที่เหมาะสมและยั่งยืน”

พันธกิจ

AQUA มุ่งมั่นในการก้าวสู่การเป็นบริษัทบริหารการลงทุนในธุรกิจต่างๆ ที่มีผลการดำเนินงานที่ดี มีศักยภาพ และโอกาสเติบโตในอนาคต นำโดย

- (1) ธุรกิจสื่อโฆษณาครบวงจรภายใต้ บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) และบริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด
- (2) ธุรกิจบริการและให้เช่าคลังสินค้า ภายใต้ บริษัท ไทย คอนซูมเมอร์ ดิสทริบิวชั่นเซ็นเตอร์ จำกัด
- (3) ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ ภายใต้ชื่อ บริษัท มันทรา แอสเซ็ท จำกัด
- (4) ธุรกิจบรรจุภัณฑ์และพลังงานทดแทน ภายใต้บริษัท อีสเทอร์น พาวเวอร์ กรุป จำกัด (มหาชน)

นอกจากนี้ ยังสรรหาทางเลือกในการลงทุนต่างๆ ที่ดีต่อไปในอนาคต เพื่อให้กลุ่มบริษัทมีผลตอบแทนจากการลงทุนที่เหมาะสมและยั่งยืน

กลยุทธ์ที่นำไปสู่ความยั่งยืน

- พิจารณาลงทุนในธุรกิจที่มีผลการดำเนินงานที่ดี มีศักยภาพ และ โอกาสเติบโตในอนาคต
- กระจายความเสี่ยงสู่การลงทุนที่หลากหลาย
- พัฒนาธุรกิจที่ลงทุน เพื่อสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสมและยั่งยืน
- สร้าง Synergy ระหว่างกลุ่มบริษัท เพื่อให้เกิดผลตอบแทนจากการลงทุนที่เหมาะสมและยั่งยืน
- ผลักดันธุรกิจที่ลงทุนให้เติบโตไปสู่การเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจในช่วงระยะ 3 ปี (ช่วงปี 2564 - 2566)

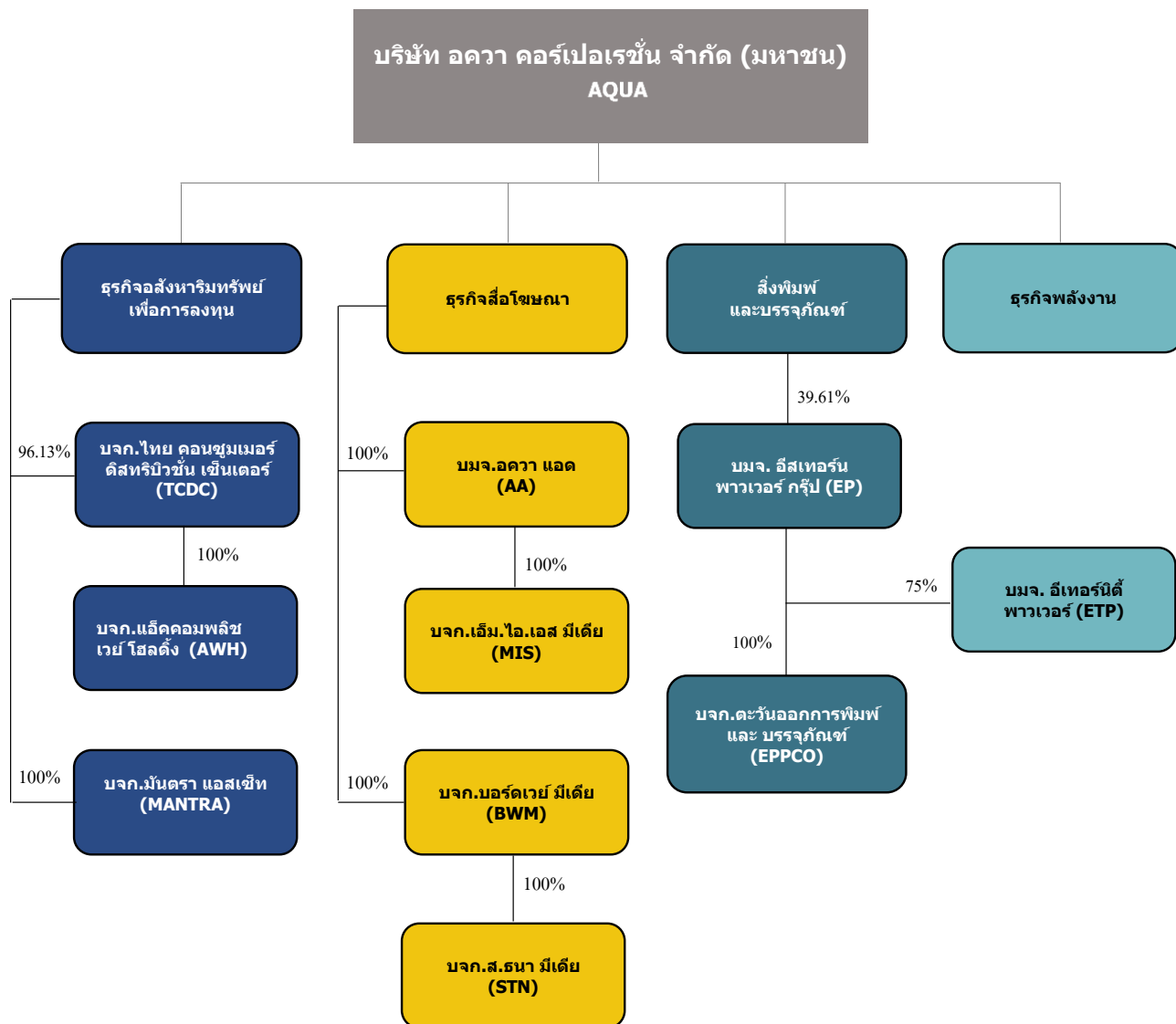
1. บริหารธุรกิจให้มีการเติบโตของรายได้เฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ทุกปี
2. บริหารธุรกิจและการลงทุนให้มีอัตรากำไรสุทธิไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ของรายได้รวม

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ตั้งแต่ปี 2550 (ภายหลังหยุดการให้สินเชื่อเช่าซื้อ) บริษัทได้ลงทุนในธุรกิจดังต่อไปนี้

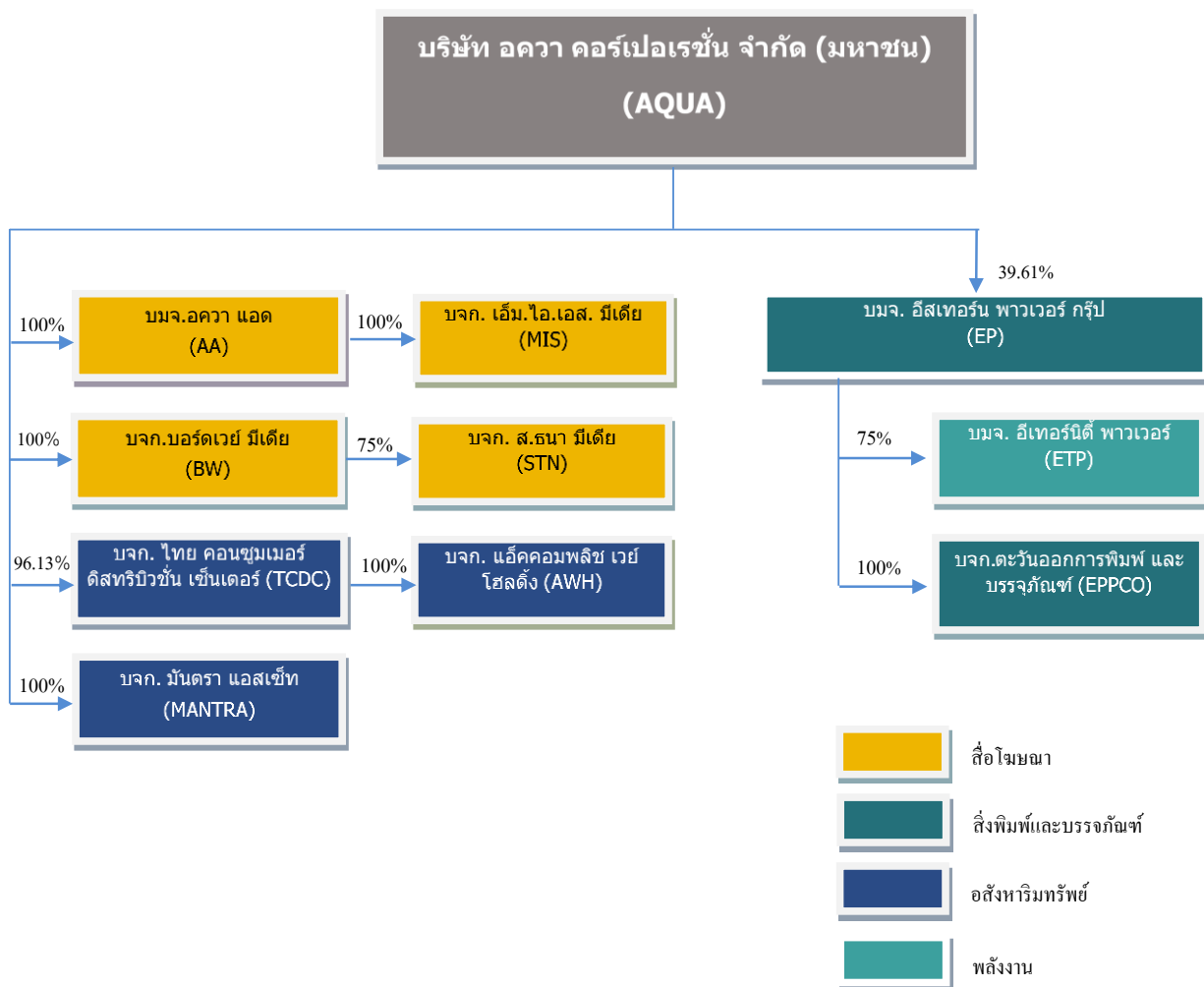
1. ธุรกิจสื่อโฆษณา Out of Home Media ภายใต้ชื่อ กลุ่มบริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) (“AA”) และกลุ่มบริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด (“BWM”)
2. ธุรกิจบรรจุภัณฑ์และพลังงานทดแทน ภายใต้ชื่อ บริษัท อีสเทอร์น พาวเวอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“EP”)
3. ธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ ภายใต้ชื่อกกลุ่มบริษัท ไทยคอนซุมเมอร์ ดิสทริบิวชั่นเซ็นเตอร์ จำกัด (“TCDC”)
4. ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ ภายใต้ชื่อ บริษัท มंत्रา แอสเซ็ท จำกัด (“MANTRA”)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 การแบ่งการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท มีดังนี้



1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีบริษัทย่อยทางตรง บริษัทย่อยทางอ้อม และบริษัทร่วม รวมทั้งหมด 8 บริษัท โดยมีโครงสร้างการถือหุ้นของกิจการเป็นดังนี้



หมายเหตุ

* โครงสร้างการถือหุ้นของ EP สามารถพิจารณาได้จาก 56-1 และ 56-2 ของ EP

รายละเอียดเกี่ยวกับบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ดังนี้

บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) (“AA”)

- สัดส่วนการถือหุ้น
บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 100%
- สถานที่เกี่ยวข้องกับบริษัท
บริษัทย่อย
- ลักษณะการประกอบธุรกิจ
ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาออกบ้าน (Out of Home Media) โดยเน้นสื่อประเภทบิลบอร์ด (Billboard)
- ข้อมูลสำคัญทางการเงิน

หน่วย : ล้านบาท	งบการเงินรวม			งบการเงินเฉพาะกิจการ		
	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
สินทรัพย์รวม	687.91	566.42	571.00	678.09	555.76	561.99
หนี้สินรวม	276.17	99.54	108.34	264.99	90.19	98.43
ส่วนของผู้ถือหุ้น	411.74	466.88	462.66	413.09	465.57	463.57
รายได้รวม	211.69	352.52	354.19	204.76	335.79	339.82
กำไรสุทธิ	(24.03)	59.19	59.03	(21.52)	56.97	60.67
กำไรสุทธิต่อหุ้น	(0.0594)	0.1463	0.1459	(0.0532)	0.1409	0.1500
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น	-	-	-	-	0.130	0.295

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

- สัดส่วนการถือหุ้น
บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) เข้าลงทุนเมื่อวันที่ 4 เมษายน 2560 ถือหุ้นในสัดส่วน 100%
- สถานที่เกี่ยวข้องกับบริษัท
บริษัทย่อยทางอ้อม
- ลักษณะการประกอบธุรกิจ
ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาออกบ้าน (Out of Home Media) โดยเน้นสื่อประเภทบิลบอร์ด (Billboard) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ข้อมูลสำคัญทางการเงิน

หน่วย : ล้านบาท	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
สินทรัพย์รวม	30.86	27.92	20.88
หนี้สินรวม	17.40	14.94	15.60
ส่วนของผู้ถือหุ้น	13.45	12.98	5.28
รายได้รวม	8.08	20.23	15.63
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	0.62	7.69	1.55
กำไร(ขาดทุน)สุทธิต่อหุ้น	62.19	769.31	154.52
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น	-	-	-

บริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด (“BW”)

- สัดส่วนการถือหุ้น
บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 100%
- สถานที่เกี่ยวข้องกับบริษัท
บริษัทย่อย
- ลักษณะการประกอบธุรกิจ
ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาออกบ้าน (Out of Home Media) โดยเน้นสื่อประเภทป้ายดิจิทัล (LED)
- ข้อมูลสำคัญทางการเงิน

หน่วย : ล้านบาท	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ		
	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
สินทรัพย์รวม	1,632.73	1,356.15	1,601.04	1,311.42	849.78
หนี้สินรวม	1,377.87	1,158.32	1,347.07	1,126.78	647.14
ส่วนของผู้ถือหุ้น	254.86	197.83	253.96	184.64	202.64
รายได้รวม	273.57	476.31	234.00	437.31	356.73
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(118.97)	14.72	(106.99)	1.53	11.98
กำไร(ขาดทุน)สุทธิต่อหุ้น	(49.63)	15.02	(44.63)	1.56	12.23
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น	-	-	-	20.00	20.00

บริษัท ส.ธนา มีเดีย จำกัด (“STN”)

- สัดส่วนการถือหุ้น
บริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด เข้าลงทุนเมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2562 ถือหุ้นในสัดส่วน 100%
- สถานที่เกี่ยวข้องกับบริษัท
บริษัทย่อยทางอ้อม
- ลักษณะการประกอบธุรกิจ
ประกอบธุรกิจให้เช่าพื้นที่ป้ายโฆษณาออกบ้าน (Out of Home Media) ในรูปแบบป้าย Billboard
- ข้อมูลสำคัญทางการเงิน

หน่วย : ล้านบาท	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
สินทรัพย์รวม	73.97	65.43	69.62
หนี้สินรวม	38.40	22.93	27.83
ส่วนของผู้ถือหุ้น	35.57	42.50	41.79
รายได้รวม	60.94	96.81	107.94
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	13.38	30.90	36.74
กำไร(ขาดทุน)สุทธิต่อหุ้น	267.65	617.96	734.76
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น	-	600.00	400.00

บริษัท ไทย คอนซมเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด (“TCDC”)

- **สัดส่วนการถือหุ้น**
บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 96.13% และบาแทม โฮลดิ้งส์ ลิมิเต็ด ถือหุ้น 3.87%
- **สถานะที่เกี่ยวข้องกับบริษัท**
บริษัทย่อย
- **ลักษณะการประกอบธุรกิจ**
ประกอบธุรกิจหลักทางด้านคลังสินค้าให้เช่าและให้บริการแก่กลุ่มบริษัทยูนิลีเวอร์ โดยมีคลังสินค้าให้เช่าจำนวน 2 คลัง คิดเป็นพื้นที่ให้เช่า 108,800 ตารางเมตร บนพื้นที่ดินขนาด 211-0-25 ไร่ ตั้งอยู่เลขที่ 39,39/1 หมู่ 11 ถนน ร.พ.ช. หนามแดง-คลองประเวศบุรีรมย์ ถนนสุวินทวงศ์ (ทล.304) ตำบลคลองเป็ง อำเภอมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
- **ข้อมูลสำคัญทางการเงิน**

หน่วย : ล้านบาท	งบการเงินรวม			งบการเงินเฉพาะกิจการ		
	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
สินทรัพย์รวม	3,293.24	3,333.67	3,276.78	3,100.59	3,069.51	3,034.07
หนี้สินรวม	1,401.33	1,586.76	1,739.36	1,268.45	1,417.65	1,547.54
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,891.91	1,746.91	1,537.42	1,832.15	1,651.87	1,486.53
รายได้รวม	280.10	353.15	305.24	267.95	287.26	280.30
กำไรสุทธิ	130.15	212.06	169.12	166.56	167.91	158.56
กำไรสุทธิต่อหุ้น	76.83	125.18	99.83	98.32	99.12	93.60
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น	-	-	-	-	-	2.00

บริษัท แอ็คคอมพลิช เวย์ โฮลดิ้ง จำกัด (“AWH”)

- **สัดส่วนการถือหุ้น**
บริษัท ไทย คอนซมเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด (TCDC) ถือหุ้นในสัดส่วน 100%
- **สถานะที่เกี่ยวข้องกับบริษัท**
บริษัทย่อยทางอ้อม
- **ลักษณะการประกอบธุรกิจ**
ประกอบธุรกิจหลักทางด้านคลังสินค้าให้เช่าและให้บริการ โดยมีพื้นที่คลังสินค้า 13,845 ตารางเมตร บนที่ดินขนาด 13-1-74 ไร่ ตั้งอยู่เลขที่ 342 หมู่ 2 ตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- **ข้อมูลสำคัญทางการเงิน**

หน่วย : ล้านบาท	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
สินทรัพย์รวม	342.40	408.46	385.47
หนี้สินรวม	139.88	170.66	191.82
ส่วนของผู้ถือหุ้น	202.52	237.80	193.64
รายได้รวม	32.10	70.35	49.36
กำไรสุทธิ	(36.41)	47.31	15.96
กำไรสุทธิต่อหุ้น	(80.91)	105.13	35.47
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น	-	-	7.00

บริษัท มันทรา แอสเซ็ท จำกัด (“MANTRA”)

- **สัดส่วนการถือหุ้น**
บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 100%
- **สถานที่เกี่ยวข้องกับบริษัท**
บริษัทย่อย
- **ลักษณะการประกอบธุรกิจ**
ประกอบธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ โดยบริษัท เดอะ เลปิน เชียงใหม่ จำกัด เข้าเพื่อดำเนินธุรกิจฟื้นฟูสุขภาพ (Retreatment Center)
- **ข้อมูลสำคัญทางการเงิน**

หน่วย : ล้านบาท	ปี 2562	ปี 2561	ปี 2560
สินทรัพย์รวม	764.74	724.93	719.74
หนี้สินรวม	537.06	504.30	506.72
ส่วนของผู้ถือหุ้น	228.68	220.63	213.03
รายได้รวม	71.16	67.75	262.13
กำไรสุทธิ	28.05	27.60	195.26
กำไรสุทธิต่อหุ้น	28.05	27.60	195.26
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น	20.00	20.00	20.00

บริษัท อีสเทอร์น พาวเวอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) “EP”

- **สัดส่วนการถือหุ้น**
บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 39.61 และการถือหุ้นส่วนที่เหลือของ EP สามารถดูได้ที่ Website ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเนื่องจาก EP เป็นบริษัทจดทะเบียน
- **สถานที่เกี่ยวข้องกับบริษัท**
บริษัทร่วม
- **ลักษณะการประกอบธุรกิจ**
ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการรับจ้างพิมพ์สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ นิตยสาร และบรรจุภัณฑ์ และลงทุนในธุรกิจผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน ประกอบด้วย
 - 1) ผลิตสิ่งพิมพ์ที่ดำเนินธุรกิจโรงพิมพ์ในลักษณะครบวงจร ตั้งแต่วางแผนการผลิตจนกระทั่งเข้าเล่มเป็นสิ่งพิมพ์สำเร็จรูป รวมทั้งการขยายธุรกิจโดยการลงทุนในธุรกิจบรรจุภัณฑ์
 - 2) ผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียนทั้งในและต่างประเทศ ลงทุนในบริษัทร่วม ซึ่งประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าและไอน้ำ โดยโรงไฟฟ้าแบบพลังงานความร้อนร่วม (Cogeneration) ให้บริการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาและบำรุงรักษาโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์

● ข้อมูลสำคัญทางการเงิน

หน่วย : ล้านบาท	งบการเงินรวม			งบการเงินเฉพาะกิจการ		
	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
สินทรัพย์รวม	8,381.96	11,555.42	10,599.33	3,105.24	4,119.96	3,564.10
หนี้สินรวม	3,520.39	7,658.04	7,319.07	1,153.12	2,331.56	1,881.08
ส่วนของผู้ถือหุ้น	4,861.57	3,897.39	3,280.27	1,952.12	1,788.40	1,683.01
ส่วนของผู้ถือหุ้น-ส่วนของ EP	3,937.22	3,299.52	2,573.33	1,952.12	1,788.40	1,683.01
รายได้รวม	2,763.22	2,103.73	1,184.66	789.00	734.92	500.84
กำไรสุทธิ	1,565.11	901.73	408.69	315.53	196.59	34.14
กำไรสุทธิ-ส่วนของ EP	1,135.31	651.72	342.77	315.53	196.59	34.14
กำไรสุทธิต่อหุ้น	1.23	0.71	0.41	0.34	0.21	0.04
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น(*)	-	-	-	0.25	0.20	0.15

หมายเหตุ (*) EP ประกาศจ่ายปันผลจากการดำเนินงานของแต่ละปีดังนี้

ปี 2563 เสนอที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2564 จ่ายปันผลเป็นเงินสดหุ้นละ 0.25 บาท

ปี 2562 เสนอที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 จ่ายปันผลเป็นเงินสดหุ้นละ 0.20 บาท

ปี 2561 จ่ายปันผลเป็นเงินสดหุ้นละ 0.15 บาท

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างรายได้จากการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย ตั้งแต่ปี 2561 - 2563 สามารถจำแนกตามกลุ่มธุรกิจได้ดังนี้

ประเภทรายได้	2561		2562		2563	
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%
1. รายได้จากธุรกิจสื่อป้ายโฆษณา :						
1.1 รายได้ค่าโฆษณา - Static	377.18	30.82	398.09	26.06	319.10	23.37
1.2 รายได้ค่าโฆษณา - LED	311.57	25.46	403.05	26.39	255.13	18.69
1.3 รายได้จากการขายจอ LED	6.85	0.56	7.41	0.49	-	-
รวม	695.60	56.83	808.55	52.93	574.23	42.06
2. รายได้จากธุรกิจคลังสินค้า :	289.40	23.65	271.04	17.74	276.09	20.22
3. รายได้จากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ :	65.44	5.35	66.56	4.36	47.59	3.49
4. ส่วนแบ่งกำไรจากบริษัทร่วม : EP	136.05	11.12	261.21	17.10	449.70	32.94
5. รายได้อื่น :						
5.1 กำไรจากการขายเงินลงทุน	-	-	14.83	0.97	-	-
5.2 รายได้ดอกเบี้ยรับและอื่นๆ	22.41	1.83	26.71	1.75	17.68	1.29
5.3 กำไรจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่ายุติธรรมในอสังหาริมทรัพย์	15.01	1.23	78.62	5.15	-	-
รวม	37.42	3.06	120.16	7.87	17.68	1.29
รวมรายได้	1,223.91	100.00	1,527.52	100.00	1,365.29	100.00

หมายเหตุ 1. ปี 2563 การรับรู้ส่วนแบ่งกำไรจากบริษัทร่วม (EP) มีสัดส่วนร้อยละ 39.61 ส่วนปี 2561-2562 มีสัดส่วนร้อยละ 40.08 ลดลงเนื่องจากการแปลงสิทธิของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ EP-W3

2. บจ.มันตรา แอสเซท เข้าลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ และเริ่มรับรู้รายได้จากอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ เฟส 1 ตั้งแต่เดือนเมษายน 2560 และรับรู้รายได้ตามสัญญา 100% เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2560 เป็นต้นไป ต่อมาเมื่อไตรมาสที่ 4/2563 บริษัทย่อยได้บอกเลิกสัญญาเช่ากับ The Cabin และให้ส่งคืนพื้นที่โครงการทั้งหมด ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2563 เป็นต้นไป เนื่องจาก The Cabin ปฏิบัติผิดสัญญาโดยไม่ชำระค่าเช่าและค่าบริการตามสัญญาเป็นเวลาดึกต่อกันหลายงวด

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 และรถรับจ้างสาธารณะ(รถแท็กซี่) เนื่องจากไม่คุ้มต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ปัจจุบันพอร์ตลูกหนี้เกือบทั้งหมดของบริษัท ได้พิจารณาตัดหนี้สูญเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง หากภายหลังลูกหนี้ชำระเงินให้กับบริษัท บริษัทจะรับเงินและบันทึกเป็นรายได้หนี้สูญรับคืน ส่วนลูกหนี้ที่ยังไม่ตัดหนี้สูญบริษัทได้ตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญไว้ทั้งจำนวนแล้ว

2.1.2 ธุรกิจให้บริการและผลิตสื่อป้ายโฆษณา

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

การดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณาของกลุ่มบริษัท มีสื่อที่ให้บริการหลัก 2 ประเภทดังนี้

1. สื่อโฆษณาภาพนิ่งกลางแจ้ง (Static Outdoor)
2. สื่อโฆษณาดิจิทัล LED (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) ติดตั้ง ซึ่งลูกค้าที่เช่าสื่อโฆษณาของบริษัทต้องให้บริษัทเป็นผู้ผลิตภาพโฆษณาด้วย ทั้งนี้เพื่อคุ้มครองในเรื่องการรับประกันภาพโฆษณาโดย

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

		
เสาเดี่ยว (Mono Pole)	เสาคู่ (Double Column)	เหล็กถักใยแมงมุมบนพื้นดิน
		
เหล็กถักใยแมงมุมบนอาคาร	สื่อป้ายโฆษณาแบบกล่องไฟ	

ณ วันสิ้นปี 2562 - 2563 กลุ่มบริษัทมีโครงข่ายสื่อโฆษณาภาพนิ่งกลางแจ้ง (Static Outdoor) แบ่งตามจุดติดตั้ง ดังนี้

จุดติดตั้ง	จำนวนโครงข่าย (หน้าป้าย)		
	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
ริมถนนสายหลักในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล	171	213	173
ริมถนนสายหลักในต่างจังหวัด	119	146	114
รวม	290	359	287
อัตราการใช้งานเฉลี่ย (%)	40.40	51.53	52.82

หมายเหตุ ปี 2563 มีสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด 19 อัตราการใช้งานเฉลี่ยลดลงอย่างมาก โดยในไตรมาสที่ 4 บริษัทพิจารณาลดจำนวนป้ายหนึ่งที่มิได้รับการสนใจจากลูกค้าเนื่องจากเส้นทางจราจรเปลี่ยน หรือถูกบดบังจากเส้นทางรถไฟเพื่อลดต้นทุน

2. สื่อโฆษณาดิจิทัล LED

เป็นสื่อโฆษณาประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสื่อโฆษณาที่ให้ทั้งอารมณ์และความรู้สึกรักจากการเคลื่อนไหวและการออกเสียงของภาพโฆษณา สร้างจุดสนใจให้กับผู้พบเห็นได้เป็นอย่างดี มีความโดดเด่นในยามค่ำคืน และเป็นที่นิยมในปัจจุบัน โดยบริษัทให้ความสำคัญกับสื่อโฆษณาที่สามารถสร้าง Impact ให้กับผู้พบเห็นได้ การสร้างสื่อโฆษณาดิจิทัลของกลุ่มบริษัทจึงมีจุดเด่น ดังนี้

1) Prime Location พื้นที่ติดตั้งเครือข่ายครอบคลุมบริเวณศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพฯ (CBD) ตามเส้นทางที่มีการจราจรหนาแน่นทั่วกรุงเทพฯ แบ่งเป็น กรุงเทพฯชั้นใน เน้นทำเลที่เข้าลักษณะเป็น Business Area มีห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และความหนาแน่นของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม เช่น เส้นถนนสาทร ถนนพระราม 4 ถนนสุขุมวิท ถนนนโศก ถนนเพชรบุรี รวมถึงบริเวณรอบๆ พื้นที่อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ เป็นต้น กรุงเทพฯชั้นกลาง เน้นทำเลรองลงมาจากกรุงเทพฯชั้นใน ลักษณะที่อยู่อาศัยผสมระหว่างหมู่บ้านและคอนโดมิเนียม เป็นที่ตั้งของซูเปอร์มาร์เก็ต (Discount Store) และซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) ขนาดใหญ่ เช่น เส้นถนนรัชดาภิเษก ถนนพัฒนาการ เป็นต้น กรุงเทพฯชั้นนอก เน้นทำเลรอบๆ กรุงเทพฯ ตามถนนเส้นสำคัญๆ เช่น ถนนแจ้งวัฒนะ ถนนงามวงศ์วาน ถนนรามอินทรา ถนนบางนา เป็นต้น

2) Grand Size พื้นที่ให้บริการจอดรถมีขนาดใหญ่ เพื่อดึงดูดสายตา โดยร้อยละ 90 ของเครือข่ายมีขนาดพื้นที่มากกว่า 120 ตารางเมตรขึ้นไป เพื่อสร้าง Impact ให้กับผู้พบเห็นได้และเป็นจุดดึงดูดความสนใจที่โดดเด่นมากที่สุดในพื้นที่นั้นๆ เพื่อสร้างความคุ้มค่าต่อลูกค้าในการใช้บริการของบริษัท

3) Network มีการขยายจุดติดตั้งป้ายให้มีจำนวนครอบคลุมพื้นที่ทั่วกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดจนสามารถสร้างเครือข่าย (Network) เพื่อให้สื่อสารกับผู้บริโภคได้เป็นจำนวนมากตามความต้องการของอุตสาหกรรมโฆษณา

ปัจจุบัน ธุรกิจสื่อโฆษณาของบริษัทฯ มีจำนวนจอดิจิทัล LED ทั้งหมด 118 จอทั่วประเทศ (รวม Series Pole จำนวน 34 จอ) และในการทำการตลาดเพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า บริษัทได้จัดแบ่งแพ็คเกจ Network ให้เหมาะสมกับตามความต้องการของลูกค้าเพื่อช่วยการตัดสินใจในการใช้บริการของลูกค้า ดังนี้

Platinum : มีจอดิจิทัล LED ทั้งหมด 37 จอ ตั้งอยู่กรุงเทพฯชั้นใน เน้นทำเลที่เข้าลักษณะเป็น Business Area มีห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และความหนาแน่นของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม เช่น เส้นถนนสาทร ถนนพระราม 4 ถนนสุขุมวิท ถนนโอศก ถนนเพชรบุรี รวมถึงบริเวณรอบๆ พื้นที่อนุสาวรีย์สมรภูมิ เป็นต้น รวมถึงป้ายโฆษณาดิจิทัล LED บริเวณอาคารพาเลเดียมแยกประตูน้ำ ซึ่งมีขนาดพื้นที่มากกว่า 1,500 ตารางเมตร ซึ่งถือว่าเป็นป้ายที่มีพื้นที่โฆษณาขนาดใหญ่มากที่สุดในประเทศไทยป้ายหนึ่ง เพื่อสร้างการจดจำในแบรนด์สินค้าของลูกค้า

Silver : มีจอดิจิทัล LED ทั้งหมด 27 จอ สัดส่วนร้อยละ 80 อยู่กรุงเทพฯชั้นใน และร้อยละ 20 อยู่กรุงเทพฯชั้นกลางและชั้นนอก กรุงเทพฯชั้นกลาง เน้นทำเลรองลงมาจากกรุงเทพฯชั้นใน ลักษณะที่อยู่อาศัยผสมระหว่างหมู่บ้านและคอนโดมิเนียม เป็นที่ตั้งของซูเปอร์เซ็นเตอร์ (Discount Store) และซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) ขนาดใหญ่ เช่น เส้นถนนรัชดาภิเษก ถนนพัฒนาการ เป็นต้น กรุงเทพฯชั้นนอก เน้นทำเลรอบๆ กรุงเทพฯ ตามถนนเส้นสำคัญๆ เช่น ถนนแจ้งวัฒนะ ถนนงามวงศ์วาน ถนนรามอินทรา ถนนบางนา เป็นต้น



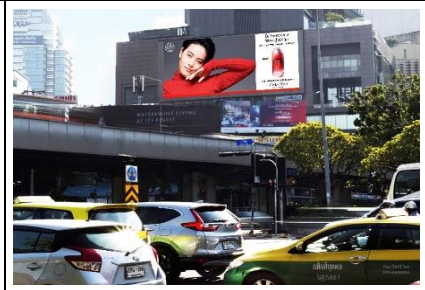





Cities connect : มีจอดิจิทัล LED ทั้งหมด 27 จอ กระจายอยู่หัวเมืองใหญ่ทั่วภูมิภาคของประเทศไทย ซึ่งจะวางเครือข่ายในหัวเมืองใหญ่ต่างๆ ในพื้นที่เศรษฐกิจ โดยเน้นจังหวัดที่มีสนามบินเพื่อการพาณิชย์ มีห้างสรรพสินค้า รวมทั้งบริษัทฯยังมีพันธมิตรทางธุรกิจที่สามารถเพิ่มเครือข่ายในทำเลที่ไม่มีป้ายของบริษัทฯ เพื่อให้การบริการของบริษัทครอบคลุมทั่วประเทศได้

LED Series Pole : ติดตั้งอยู่ที่ต่อม่อ Airport link บริเวณเส้นทางสัญจรหลักเข้าออกสนามบินสุวรรณภูมิ ขาเข้าและขาออกฝั่งละ 17 จอ รวม 34 จอ โดยมีรูปแบบการนำเสนอสื่อเป็นซีรีส์ LED นับว่าเป็นสื่อโฆษณาที่แปลกใหม่ ดึงดูดความสนใจ และโดดเด่นมากที่สุดในพื้นที่นั้น

ในส่วนของรูปแบบของการบริหารการขาย บริษัทจะเน้นให้บริการที่ยืดหยุ่นและอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการ โดยสามารถนำแพ็คเกจ Network ต่างๆมารวมกันเพื่อให้ครอบคลุมถึงกลุ่มเป้าหมายได้ นอกจากนี้ บริษัทฯสามารถจัดแพ็คเกจให้เหมาะสมตามงบประมาณของลูกค้าได้อีกด้วย รวมทั้งเพิ่มความเชื่อมั่นในการบริการด้วยการจัดส่งรายงาน และการแก้ไขปัญหาจอ LED ให้เสร็จสิ้นอย่างรวดเร็วไม่เกิน 24 ชั่วโมง

ภาพรวม Network LED ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลปัจจุบัน มีทั้งหมด 57 จอ กระจายครอบคลุมทุกพื้นที่ในกรุงเทพฯชั้นใน ชั้นกลางและชั้นนอก และเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าให้มีความหลากหลายของพื้นที่ ในปี 2564 บริษัทมีแผนเพิ่มเครือข่าย Network ใน CBD ให้มากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และความต้องการของลูกค้า โดยมีการลงทุนในจอดิจิทัล LED เพื่อเสริม Network เดิม อีกประมาณ 15-20 จอ ในกรุงเทพฯชั้นใน โดยมีภาพตัวอย่าง Network LED ดังนี้

- เขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

		
Mega X - ศูนย์การค้าพลาซ่าสยาม สี่แยกประตูน้ำ	เกษตรศาสตร์ฯ – บางเขน	โรงแรมโซโซไฟเทล-พระราม4
		
ปตท. นานา	หัวลำโพง	ถนนดินแดง
		
Suvarnabhumi Series Pole (Inbound)	Suvarnabhumi Series Pole (Outbound)	

- ต่างจังหวัด



สื่อโฆษณาดิจิทัล LED แบ่งตามจุดติดตั้ง ดังนี้

จุดติดตั้ง	จำนวนจอ		
	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
เขตกรุงเทพฯและปริมณฑล	89	86	53
ต่างจังหวัด	27	27	26
รวม	116	113	79
อัตราการใช้งานเฉลี่ย (%)	59.12	69.02	72.34

หมายเหตุ ปี 2563 มีสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด 19 อัตราการใช้งานเฉลี่ยลดลงอย่างมาก

3. โครงการ MEGA CONNECT

เป็นสื่อโฆษณาดิจิทัล LED ที่บริษัทฯ จะออกเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับตลาดสื่อโฆษณา สร้างโอกาสและเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า โดยชื่อว่า “MEGA CONNECT” ซึ่งจะเป็นแพ็คเกจ LED ที่มีขนาดใหญ่ระดับ Mega Size อยู่ใน Location ที่เป็นย่านธุรกิจระดับ A+ ซึ่งบริษัทฯ วางแผนที่จะลงทุนประมาณ 15-20 จอ ภายในปี 2564 โดยผลิตภัณฑ์ใหม่ “MEGA CONNECT” มีความแตกต่างจากระบบเครือข่าย LED เดิม ดังนี้

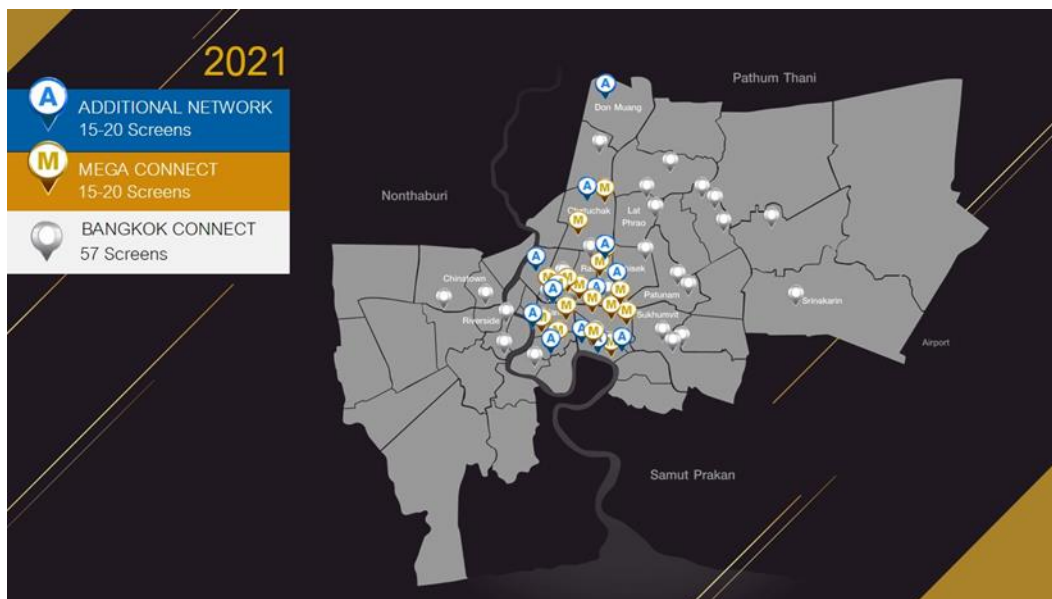
- 1) Mega Size : พื้นที่ให้บริการของจอจะมีขนาดใหญ่ โดยพื้นที่เฉลี่ยของจอจะมีขนาดมากกว่า 500 ตารางเมตร เพื่อดึงดูดสายตาของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี
- 2) Premium Design : เป็นจอที่มีการออกแบบโดดเด่นไม่เหมือนใคร มีลักษณะที่มีความ Premium ทั้งรูปแบบของกรอบจอและความละเอียดคมชัดระดับ HD
- 3) Premium Location : เป็นจอที่ติดตั้งอยู่ในใจกลางเมือง ย่านธุรกิจที่เป็นพื้นที่ Prime Area ที่สำคัญของกรุงเทพฯ

- 4) Outstanding Content : สื่อที่แสดงถึงศักยภาพของจอ LED ด้วยขนาดจอที่ใหญ่ และมีความคมชัดระดับ HD จึงสามารถสร้างสรรค์ Content ที่สวยงามและโดดเด่นดึงดูดสายตาได้เป็นอย่างดี และเพิ่มความน่าสนใจให้กับจอ LED ด้วยการทำ Interactive Content ที่สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยมีภาพตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์ใหม่ “MEGA CONNECT” ดังนี้

	
<p>ทางด่วนมักกะสัน (ขาออก) ตรงข้าม โรงแรมบางกอกพาเลส</p> <p>Screen Size : W40.32 x H20.16 m. : 812.85 Sq.m.</p>	<p>ทางด่วนอากนครงค์ (เฉลิมมหานคร)</p> <p>Screen Size : W64.51 x H15.36 m. : 990.90 Sq.m.</p>
	
<p>แยกอรัญญิก</p> <p>Screen Size : W27.84 x H9.60 m. : 267.26 Sq.m.</p>	<p>สุขุมวิท 55-ทองหล่อ</p> <p>Screen Size : W32.64 x H8.64 m : 282.01 Sq.m.</p>
	
<p>ทางด่วนพระราม4 – ราษฎร์บูรณะ</p> <p>Screen Size : W29.76 x H11.52 m.: 342.84 Sq.m.</p>	<p>ถนนเพชรบุรี ตรงข้ามโรงแรม AVANI</p> <p>Screen Size : W14.40 x H20.16 m. : 290.30 Sq.m.</p>

ภาพรวม Network LED ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภายหลังการลงทุน จะมีทั้งหมดประมาณ 90-100 จอ ครอบคลุมพื้นที่ตามในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ดังนี้



2.3 ธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ

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



คลังสินค้า แห่งที่ 1-2



คลังสินค้า แห่งที่ 3



คลังสินค้า แห่งที่ 4

รายละเอียดของโครงการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ดังนี้

อาคารคลังสินค้า	ที่ตั้งโครงการ	อัตราการใช้ (%)	พื้นที่เช่ารวม (ตรม.)
แห่งที่ 1	ตำบลคลองเปรง อำเภอมะนังจังหวัดยะลา	100.00	47,102
แห่งที่ 2	ตำบลคลองเปรง อำเภอมะนังจังหวัดยะลา	100.00	61,800
แห่งที่ 3*	ตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	9.94	4,525
แห่งที่ 4	ตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	100.00	9,320
รวม		96.68	122,747

2.4 ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ

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



อสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ ต.ห้วยทราย อ.แม่ริม จ.เชียงใหม่

รายละเอียดของโครงการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ดังนี้

ที่ตั้งโครงการ	อัตราการใช้ (%)	พื้นที่ดิน	พื้นที่ใช้สอย (ตรม.)
ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่	88.33	34-1-62.6 ไร่	11,093

หมายเหตุ เมื่อไตรมาสที่ 4/2563 บริษัทขอยกเลิกสัญญาเช่ากับ The Cabin และให้ส่งคืนพื้นที่โครงการทั้งหมด ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2563 เป็นต้นไป เนื่องจาก The Cabin ปฏิบัติผิดสัญญาโดยไม่ชำระค่าเช่าและค่าบริการตามสัญญาเป็นเวลาติดต่อกันหลายงวด

2.5 การลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท อีสเทอร์น พาวเวอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) “EP”

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทถือหุ้น EP ในสัดส่วนร้อยละ 39.61 ลดลงจากร้อยละ 40.08 เนื่องจากการแปลงสิทธิของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ EP-W3 โดย EP มีสถานะเป็นบริษัทร่วมของบริษัท และการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

1) ผลิตสิ่งพิมพ์ที่ดำเนินธุรกิจโรงพิมพ์ในลักษณะครบวงจร ตั้งแต่วางแผนการผลิตจนกระทั่งเข้าเล่มเป็นสิ่งพิมพ์สำเร็จรูป และให้บริการผลิตสิ่งพิมพ์ประเภทบรรจุภัณฑ์กระดาษสำหรับอาหาร รวมถึงให้บริการผลิตสิ่งพิมพ์ที่เป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องลูกฟูก โดยมีกำลังการผลิต ดังนี้

กำลังการผลิต (ฉบับต่อปี)	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	อัตราการใช้กำลังผลิตต่อปี
1.หนังสือพิมพ์	30,500,000	30,500,000	30,500,000	ไม่เกิน 80%
2.หนังสือ เข็มลวด	25,000,000	25,000,000	25,000,000	
3.หนังสือ ไสกาว	27,000,000	27,000,000	27,000,000	
4.หนังสือปกแข็ง	3,000,000	3,000,000	3,000,000	
5.ใบปลิวแผ่นพับ	170,000,000	170,000,000	170,000,000	

2) ผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียนทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าและไอน้ำ โดยโรงไฟฟ้าแบบพลังงานความร้อนร่วม (Cogeneration) ให้บริการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาและบำรุงรักษาโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีโครงการและกำลังการผลิตดังนี้



โครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์



โครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา



โครงการโรงไฟฟ้าแบบพลังงานความร้อนร่วม (Cogeneration)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่ม EP มีโรงไฟฟ้า ดังนี้

ลำดับ	โครงการ	รายละเอียดโครงการ	กำลังการผลิต (เมกะวัตต์)	จำหน่ายไฟฟ้าเชิง พาณิชย์ (COD)
1	Shichikashuku 1	โรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ เมืองชิจิกะซุกุ จังหวัดมียางิ ประเทศญี่ปุ่น	1.98	23 กันยายน 2563
2	Shichikashuku 2	โรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ เมืองชิจิกะซุกุ จังหวัดมียางิ ประเทศญี่ปุ่น	1.49	ภายในไตรมาส 4/2564
3	PPCT	โครงการผลิตไฟฟ้าแบบพลังงานความร้อนร่วม (Co-Generation Combined Power Plant) เขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง จ. กรุงเทพฯ	120	29 มีนาคม 2559
4	SSUT	โครงการผลิตไฟฟ้าแบบพลังงานความร้อนร่วม (Co-Generation Combined Power Plant) เขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จ. สมุทรปราการ	240	โรงงานที่ 1 : 21/12/59 โรงงานที่ 2 : 3/12/59
5	Houng Linh 3 (HL3) **	โครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานลม (WIND) ในพื้นที่เขต Huong Linh จังหวัด Quang Tri ประเทศเวียดนาม	30	ภายใน เดือน ตุลาคม 2564
6	Houng Linh 4 (HL4) **	โครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานลม (WIND) ในพื้นที่เขต Huong Linh จังหวัด Quang Tri ประเทศเวียดนาม	30	ภายใน เดือน ตุลาคม 2564
7	Che Bien Tay Nguyen (TN)**	โครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานลม (WIND) ในพื้นที่เขต Ban Can จังหวัด Gia Lai ประเทศเวียดนาม	50	ภายใน เดือน ตุลาคม 2564
8	Phat Tien Mien Nui (MN)**	โครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานลม (WIND) ในพื้นที่เขต Ban Can จังหวัด Gia Lai ประเทศเวียดนาม	50	ภายใน เดือน ตุลาคม 2564
9	รวม 8 โครงการ	โครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา ที่มีสัญญา กับการไฟฟ้านครหลวง	1.51	ก.ย .2557 ถึง มิ.ย .2558
10	รวม 6 โครงการ	โครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา ที่มีสัญญา กับภาคเอกชน	6.43	2563 ถึง ไตรมาส 1/2564
11	รวม 11 โครงการ	งานติดตั้งระบบและควบคุม “โครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ที่ติดตั้งบนหลังคา”	7.42	2560 ถึง ไตรมาส 2/2564
รวม			538.83 MW	

(**) ลำดับที่ 5-8 โดยที่ EPVN W1 และ EPVN W2 บริษัทย่อยทางอ้อม เป็นผู้เข้าลงทุนก่อสร้างในโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานลมที่ประเทศเวียดนาม กำลังการผลิตรวม 160 เมกะวัตต์ ดังกล่าว สรุปรายละเอียดประมาณการลงทุน ดังนี้ :-

โครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานลม	กำลังการผลิต (เมกะวัตต์)	ระยะเวลาก่อสร้าง	วันที่คาดว่าจะ จะ COD	มูลค่าโครงการรวมการ ก่อสร้าง(EPC) (ล้านบาท)
โครงการ HL3	30	12 เดือน	ต.ค.2564	1,316.58
โครงการ HL4	30	12 เดือน	ต.ค.2564	1,388.51
โครงการ TN	50	12 เดือน	ต.ค.2564	2,142.03
โครงการ MN	50	12 เดือน	ต.ค.2564	2,402.90
รวม	160			7,250.02

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและภาวะการแข่งขันและผู้ประกอบการธุรกิจเข้าซื้อ

เนื่องจากบริษัทได้หยุดให้สินเชื่อเช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า และอื่นๆ ตั้งแต่ปี 2550 ตามที่แจ้งไว้ข้างต้นแล้ว บริษัทพิจารณาแล้วว่า ข้อมูลส่วนนี้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน และการเปิดเผยข้อมูลในส่วนนี้อาจจะไม่สะท้อนให้เห็นถึงสถานการณ์ที่แท้จริงได้ จึงยกเลิกการเปิดเผยข้อมูลในส่วนนี้

ธุรกิจให้บริการและผลิตสื่อป้ายโฆษณา

กลยุทธ์การแข่งขัน

สื่อโฆษณาของกลุ่มบริษัทฯ มี 2 ประเภทหลักๆ ที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบันนี้ คือ สื่อโฆษณาภาพนิ่งกลางแจ้ง (Static Outdoor) และสื่อโฆษณาดิจิทัล LED (Digital Media) ซึ่งกระจายอยู่ในพื้นที่สำคัญๆ ทั่วประเทศ โดยในสัดส่วนในกรุงเทพคิดเป็นร้อยละ 64 และต่างจังหวัดตามหัวเมืองหลักรวม 42 จังหวัดคิดเป็นร้อยละ 36 ทำให้สื่อโฆษณาของบริษัทเป็นที่พบเห็นของผู้คนทุกกลุ่ม ทุกวัย ทุกอาชีพ ณ สิ้นปี 2563 รวมพื้นที่ให้บริการโฆษณาแบบป้ายนิ่ง 113,211 ตารางเมตร จากหน้าป้ายทั้งหมด 290 หน้าป้าย และแบบดิจิทัลมีพื้นที่ให้บริการโฆษณา จำนวน 14,429 ตารางเมตร จากจำนวนป้ายทั้งหมด 116 จอ เฉลี่ยพื้นที่โฆษณาประมาณ 124 ตารางเมตรต่อจอดิจิทัล

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

1. เลือกพื้นที่ในการสร้างสื่อโฆษณาที่สามารถเป็นจุดสังเกตหรือสถานที่ที่เป็น "สัญลักษณ์" (Landmark) ประจำพื้นที่หนึ่งๆ ได้ เช่น สื่อโฆษณาภาพนิ่งกลางแจ้ง (Static Outdoor) ขนาดใหญ่บริเวณสนามบินสุวรรณภูมิขาออกมอเตอร์เวย์สำหรับลูกค้าธนาคารกรุงเทพ และป้ายบริเวณอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา สำหรับลูกค้ากลุ่มสิงห์คอร์ปอเรชั่น รวมถึงป้ายโฆษณาดิจิทัล LED บริเวณอาคารพาเลดเคมแชนแปรงน้ำ ซึ่งมีขนาดพื้นที่มากกว่า 1,500 ตารางเมตร ซึ่งถือว่าเป็นป้ายที่มีพื้นที่โฆษณาขนาดใหญ่มากที่สุดในประเทศไทยป้ายหนึ่ง เพื่อสร้างการจดจำในแบรนด์สินค้าของลูกค้า
2. เลือกการสร้างสื่อโฆษณาดิจิทัลที่มีพื้นที่ให้โฆษณาขนาดมากกว่า 120 ตารางเมตรขึ้นไป เพื่อสร้าง Impact ให้กับผู้พบเห็นได้ และเป็นจุดดึงดูดความสนใจที่โดดเด่นมากที่สุดในพื้นที่นั้นๆ เพื่อสร้างความคุ้มค่าต่อลูกค้าในการใช้บริการของบริษัท
3. การขยายป้ายให้มีจำนวนครอบคลุมพื้นที่ทั่วกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดจนสามารถสร้างเครือข่าย (Network) เพื่อให้สื่อสารกับผู้บริโภคได้เป็นจำนวนมากตามความต้องการของตลาดโฆษณา
4. จัดหมวดหมู่ป้ายเป็นกลุ่มเพื่อนำเสนอลูกค้าประเภทองค์กรให้ซื้อในระยะยาว เช่น แบ่งตามภาค หรือ กลุ่มป้ายครอบคลุมทั่วประเทศ
5. การให้บริการที่ยืดหยุ่นและอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าเพื่อชักจูงให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการ รวมทั้งเพิ่มความเชื่อมั่นในการบริการด้วยการจัดส่งรายงานการออกอากาศด้วย Log file และการแก้ไขปัญหาจอ LED ให้เสร็จสิ้นอย่างรวดเร็วไม่เกิน 24 ชั่วโมง
6. การเพิ่มความสามารถที่นอกเหนือจากการแพร่ภาพโฆษณาเพียงอย่างเดียวโดยการถ่ายทอดสดกิจกรรมพิเศษรวมถึงเพิ่มศักยภาพของสื่อด้วยการนำเทคโนโลยีมาร่วมใช้กับจอดิจิทัล LED เช่นกิจกรรม Interactive เป็นต้น
7. เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้พบเห็น และให้เข้ากับไลฟ์สไตล์ของคนยุค 4.0 กลุ่มบริษัทฯ ได้ร่วมกับพันธมิตรผู้ประกอบการทีวี ช่อง 22 Nation รายงานข่าวที่สำคัญทุกชั่วโมงเพื่อตอบสนองวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่ใช้เวลาอยู่นอกบ้านเป็นส่วนใหญ่ เพื่อสร้างสีสันและชีวิตให้กับสื่อโฆษณา รวมทั้งทำให้ผู้คนได้รับทราบข่าวสารที่สำคัญๆ ในแต่วันได้อย่างทันทั่วถึง

บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาที่มีอยู่ การสรรหานวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสื่อโฆษณา และสามารถสนองความต้องการของตลาดอย่างแท้จริง รวมทั้งดำเนินการสรรหาสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้า โดยมีการศึกษาเทคโนโลยีต่างๆ จากสื่อโฆษณาของต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ ทั้งจากการศึกษานิตยสารด้านโฆษณาชั้นนำในต่างประเทศ และการส่งทีมงานไปศึกษาดูงานสื่อโฆษณาต่างประเทศ เพื่อนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เหมาะสม

ลักษณะลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าของบริษัทสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ตามลักษณะการติดต่อ ดังนี้

1. ลูกค้าประเภทบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency)

คือ บริษัทตัวแทนโฆษณา ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการในการติดต่อให้บริษัทเป็นผู้ผลิตและติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการของลูกค้าของตนเอง

2. ลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรง (Direct)

คือ บริษัท ห้างร้านเอกชน รวมถึงองค์กรของรัฐบาลและรัฐวิสาหกิจทั่วไป ที่เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ ซึ่งเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือบริการโดยตรง ลูกค้าลักษณะนี้จะติดต่อกับบริษัทโดยไม่ผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณา เพื่อให้บริษัทเป็นผู้ผลิตและติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาตามรายละเอียดและรูปแบบที่ได้ตกลงกัน

ในปี 2561 - 2563 บริษัทมีสัดส่วนรายได้แยกตามประเภทลูกค้าได้ดังนี้

ปี	Agency			Direct			รายได้รวม
	ราย	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน(%)	ราย	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน(%)	
2563	80	333.34	58.05	175	240.89	41.95	574.23
2562	99	511.22	63.81	221	289.92	36.19	801.14
2561	120	477.19	69.28	176	211.57	30.72	688.76

และสัดส่วนลูกค้ารายใหญ่ 10 รายแรกของรายได้รวมใน 2561 - 2563 สามารถสรุปได้ดังนี้

	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
รายได้ลูกค้า 10 รายแรก (ล้านบาท)	213.41	371.04	277.34
สัดส่วนรายได้ลูกค้า 10 รายแรกต่อรายได้รวม	37.16%	46.31%	40.27%

การประเมินผลความพึงพอใจ

บริษัทเริ่มจัดให้มีการประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าตั้งแต่ปี 2563 เป็นปีแรก โดยสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่มีการใช้บริการสื่อโฆษณาในปี 2563 และลูกค้าที่มีขอใช้บริการสื่อโฆษณามากอยู่ระดับต้นๆของบริษัท จำนวน 27 ราย ทั้งนี้ยอดขายรวมของกลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 47 ของรายได้ค่าโฆษณาปี 2563 โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมมีระดับคะแนนเท่ากับ 4.67 คะแนน จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน มีรายละเอียดดังนี้

คุณลักษณะความต้องการของลูกค้า (Customer Requirement)			ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ (Satisfaction Mean)
บุคลากร	1	พนักงานขายมีความรู้ ความเข้าใจ ตอบคำถามเกี่ยวกับสื่อโฆษณาของบริษัทได้	4.7
	2	พนักงานขายตอบสนองความต้องการตามคำร้องขอได้อย่างรวดเร็ว	4.9
	3	พนักงานขายสามารถอธิบายขั้นตอนการลงสื่อโฆษณาได้	4.8
	4	พนักงานขายสามารถตอบข้อร้องเรียนลูกค้าและแก้ไขปัญหาได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ	4.8
ผลิตภัณฑ์	5	สินค้ามีคุณภาพตรงตามความต้องการ	4.7
	6	สินค้ามีความหลากหลายครอบคลุมตามความต้องการ	4.2
การให้บริการ	7	การดำเนินงานสามารถจัดทำได้ตรงตามเวลาที่กำหนด	4.8
	8	การรายงานเรื่องการขึ้นสื่อโฆษณาจัดสร้างงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.5
	9	มีการแก้ไขข้อผิดพลาดของการลงสื่อโฆษณาทำได้อย่างครบถ้วนและถูกต้องเมื่อต้องแก้ไข	4.7
การบริการ หลังการขาย	10	การประสานงานการจัดส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานขายได้	4.7
	11	การดูแลและให้บริการหลังการขายช่วยให้ได้รับรู้ข้อมูลและข่าวสารของบริษัทอย่างต่อเนื่อง	4.7

หมายเหตุ ความพึงพอใจ แต่ละข้อมีคะแนนสูงสุดเท่ากับ 5 คะแนน

แนวโน้มอุตสาหกรรมและ สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

การโฆษณาผ่านสื่อประเภทต่างๆ เป็นที่ยอมรับโดยทั่วกันว่าเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการทำการตลาด ซึ่งส่งผลดีต่อบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว เช่น สามารถช่วยเพิ่มยอดขาย สามารถเพิ่มการรับรู้ในตัวสินค้า เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารกับผู้บริโภค รวมไปถึงเป็นการสร้างความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) เป็นต้น ผู้ผลิตสินค้าที่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ จะได้เปรียบคู่แข่งที่ไม่มีมีการโฆษณาเป็นอย่างมาก

เนื่องจากค่าใช้จ่ายสื่อโฆษณา ประกอบไปด้วย ค่าใช้จ่ายจากกิจกรรมการตลาดของทุกภาคธุรกิจ ค่าใช้จ่ายในสื่อโฆษณาจึงมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงตามสภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ในช่วงที่เศรษฐกิจดี ผู้ผลิตสินค้าจะมีแรงจูงใจในการเพิ่มการใช้จ่ายในการโฆษณาเพื่อชิงส่วนแบ่งการตลาดในกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มากขึ้น สำหรับช่วงที่เศรษฐกิจอยู่ในภาวะถดถอยผู้ผลิตสินค้าสามารถลดงบประมาณในการโฆษณาลงได้มากที่สุดเมื่อเทียบกับ การลดค่าใช้จ่ายด้านอื่นๆ เช่น การลดจำนวนพนักงาน เป็นต้น

ภาพรวมของอุตสาหกรรมโฆษณาปี 2563 มีมูลค่าอยู่ที่ 1.06 แสนล้านบาท ลดลงจากปี 2562 อยู่ที่ 14.08% คิดเป็นมูลค่าที่ลดลง 17,408 ล้านบาท โดยสรุปเปรียบเทียบการใช้สื่อของปี 2562-2563 ได้ดังนี้

ประเภท	ปี 2563 (ล้านบาท)	%	ปี 2562 (ล้านบาท)	%	การเปลี่ยนแปลง (ล้านบาท)	การเติบโต (%)
สื่อโทรทัศน์ / โทรทัศน์ดิจิทัล	63,177	59.46	70,310	56.86	(7,133)	(10.15)
สื่อวิทยุ	3,602	3.39	4,741	3.83	(1,139)	(24.02)
สื่อหนังสือพิมพ์ / นิตยสาร	3,833	3.61	5,671	4.59	(1,838)	(32.41)
สื่อโรงภาพยนตร์	4,317	4.06	8,838	7.15	(4,521)	(51.15)
สื่อบีเอ็มเอ	11,041	10.39	13,509	10.92	(2,468)	(18.27)
สื่อในร้านค้า (In store)	674	0.63	1,040	0.84	(366)	(35.19)
สื่ออินเทอร์เน็ต	19,610	18.46	19,555	15.81	55	0.28
รวม	106,255	100.00	123,663	100.00	(17,408)	(14.08)

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

ธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ

กลยุทธ์การแข่งขัน

กลุ่มบริษัทเริ่มจากเป็นผู้พัฒนาโครงการคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าที่สร้างขึ้นตามความต้องการของผู้เช่า (Built-to-Suit) โดยให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้เช่าในด้านการบริหารจัดการต้นทุนโลจิสติกส์ การใส่ใจและทำความเข้าใจในความต้องการและรูปแบบธุรกิจที่มีความเฉพาะเจาะจงของลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาออกแบบโครงการคลังสินค้าในลักษณะพิเศษ เลือกทำเลที่ตั้งให้สอดคล้องกับความต้องการ ส่งมอบโครงการอย่างตรงเวลา ภายใต้ราคาค่าเช่าที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้เช่ามั่นใจได้ว่าการเช่าคลังสินค้าจากกลุ่มบริษัทสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ ซึ่งส่งผลให้กลุ่มบริษัทได้รับความไว้วางใจและให้ลูกค้ารายเดิมขอให้ลงทุนขยายโครงการคลังสินค้าขนาดใหญ่กว่าเดิมเพิ่มอีก 1 โครงการ พื้นที่เช่าเพิ่มจาก 47,000 ตารางเมตร เป็น 108,800 ตารางเมตร

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังมีแผนพัฒนาและขยายพื้นที่ให้เช่าอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากลูกค้าปัจจุบันและลูกค้ารายใหม่โดยจุดเด่นและกลยุทธ์ที่กลุ่มบริษัทใช้ในการแข่งขัน เป็นดังนี้

1. คุณภาพของโครงการคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า และการออกแบบที่ตรงกับความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของผู้เช่า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการด้านโลจิสติกส์ให้กับผู้เช่า
2. คุณภาพของคลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า สร้างแบบสำเร็จรูปสำหรับลูกค้าทั่วไป (Ready Built) เพื่อรองรับความต้องการขยายพื้นที่ของลูกค้าปัจจุบัน และตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั่วไป
3. บริการที่ครบวงจร
4. ประสิทธิภาพและความเชี่ยวชาญ
5. การเลือกสถานที่ตั้ง ที่เป็นจุดยุทธศาสตร์ด้านโลจิสติกส์ และสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้า ได้ในเรื่องค่าขนส่ง และระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งและกระจายสินค้า โดยการตัดสินใจเลือกสถานที่ตั้งนั้นจะเป็นกระบวนการตัดสินใจร่วมกันระหว่างผู้เช่าและกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งจะนำปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางตรงหรือทางอ้อม ระยะสั้นหรือระยะยาวที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของผู้เช่ามาพิจารณาประกอบกัน 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. ผู้ประกอบธุรกิจการจัดการด้านโลจิสติกส์ (Third Party Logistics providers: 3PLs) โดยส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทชั้นนำจากต่างประเทศที่มีความเชี่ยวชาญในการบริหารและจัดการด้านโลจิสติกส์โดยทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลการกระจายสินค้าและการขนส่งที่ไม่ใช่ธุรกิจหรือความสามารถหลักของบริษัทเจ้าของสินค้า โดยบริษัทเหล่านี้จะเป็นผู้ลงทุนในการสร้างเครือข่ายการกระจายสินค้านับตั้งแต่การจัดหาพาหนะขนส่ง การจัดหาลังสินค้า การจัดหาบุคลากรปฏิบัติงาน อุปกรณ์ และระบบสนับสนุนการปฏิบัติงาน เป็นต้น

จำนวนพื้นที่เช่าทั้งหมดของกลุ่มบริษัทฯ แยกตามประเภทกลุ่มลูกค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

	กลุ่มลูกค้า	พื้นที่เช่า (ตารางเมตร)	ร้อยละ
1	ผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค	108,902	100.00
2	ผู้ให้บริการลอจิสติกส์	12,920	70.57
	รวม	121,822	96.68

จำนวนพื้นที่เช่าทั้งหมดของกลุ่มบริษัทฯ แยกตามประเภทอายุสัญญาเช่าที่เหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

	อายุสัญญาเช่า	พื้นที่เช่า(ตารางเมตร)	ร้อยละ
1	1-3 ปี	60,022	93.31
2	มากกว่า 3 – 5 ปี	61,800	100
3	มากกว่า 5 – 10 ปี	-	-
	รวม	121,822	96.68

แนวโน้มอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

- ธุรกิจคลังสินค้าทั่วไปในระยะ 1-3 ปี ปีข้างหน้ายังมีภาวะทรงตัว แม้ความต้องการเช่าพื้นที่จะขยายตัวต่อเนื่องตามการลงทุนของภาคอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโตและภาคการค้า/บริการในประเทศที่ขยายตัวต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) แต่การลงทุนขยายพื้นที่คลังสินค้าที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง อาจมีผลให้พื้นที่คลังสินค้าส่วนเกินเพิ่มขึ้นในบางพื้นที่ ทำให้การปรับเพิ่มค่าเช่าทำได้ยาก
- ธุรกิจคลังสินค้าแช่เย็น/แช่แข็ง และคลังสินค้ารัฐพิธี (ไซโล) ซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจการเกษตรยังมีแนวโน้มขยายเนื่องจากปัญหาพื้นที่คลังสินค้าส่วนเกินที่มีอยู่สูง
- คลังสินค้าในท่าเลที่มีโอกาสเติบโตต่อเนื่องในระยะข้างหน้า ได้แก่ พื้นที่ในเขตอุตสาหกรรมทั้งกรุงเทพฯ และปริมณฑล พื้นที่โดยรอบระเบียง เศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) จังหวัดศูนย์กลางภูมิภาค จังหวัดชายแดนที่ได้โอกาสจากการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone: SEZs) รวมทั้งพื้นที่คลังสินค้าที่ทุนไทยเข้าไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน

ในส่วนของการลงทุนขยายพื้นที่คลังสินค้าทั่วไปคาดว่าจะเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจากกลุ่มทุนอสังหาริมทรัพย์และนิคมอุตสาหกรรมจะมีแนวโน้มขยายพื้นที่คลังสินค้าสมัยใหม่มากขึ้น ซึ่งจะทำให้ภาวะการแข่งขันในธุรกิจรุนแรงขึ้นและอัตราเช่าพื้นที่ยังทรงตัว สำหรับคลังสินค้าทั่วไปในบางท่าเลที่มีโอกาสเติบโตและมีรายได้เพิ่มขึ้นต่อเนื่องในระยะข้างหน้า อาทิเช่น

- **คลังสินค้าในท่าเลใกล้แหล่งผลิต:** คาดว่าจะมีความต้องการเพิ่มขึ้นในพื้นที่เขตอุตสาหกรรมที่มีอยู่และพื้นที่เป้าหมายใหม่ภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาล อาทิ กรุงเทพฯ และปริมณฑล พื้นที่โดยรอบระเบียงเศรษฐกิจ ภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) จังหวัดศูนย์กลางภูมิภาค จังหวัดชายแดนและบริเวณโดยรอบที่คาดว่าจะได้อานิสงส์จากความคืบหน้าของโครงการพัฒนาพื้นที่ SEZs (อาทิ ตาก มุกดาหาร สระแก้ว ตราด สงขลา เชียงราย นนทบุรี)
- **คลังสินค้าในท่าเลใกล้ตลาดผู้บริโภค:** ยังมีความต้องการเพื่อใช้เป็นศูนย์กลางกระจายสินค้า และเป็นศูนย์กลางรองรับการขยายตัวของตลาดการค้าออนไลน์ที่เน้นการขนส่งถึงมือลูกค้ารวดเร็ว อาทิเช่น กรุงเทพฯและปริมณฑล จังหวัดศูนย์กลางการเติบโตของภูมิภาค (อาทิ ชลบุรี ภูเก็ต โลก นครราชสีมา ขอนแก่น อุบลราชธานี สุราษฎร์ธานี)

นอกจากนี้ จากศักยภาพในเชิงทำเลที่ตั้งของประเทศไทยที่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และความก้าวหน้าในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งของไทยทั้งระบบราง ถนน หรือระบบการบินที่เชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านทั้งในอาเซียน จีน และ อินเดีย ประกอบกับคลังสินค้าที่ได้มาตรฐานในแถบภูมิภาคนี้ยังมี น้อย และหลายประเทศมีการเปิดเสรีให้นักลงทุนจากชาติอาเซียนเข้าไปลงทุนธุรกิจคลังสินค้าได้มากขึ้น อาทิ เวียดนาม (เปิดให้นักลงทุนอาเซียนถือหุ้น 100%) อินโดนีเซีย (49-51%) กัมพูชา (49%) ฟิลิปปินส์ (40%) โดยแนวโน้มการเติบโตของเศรษฐกิจประเทศเพื่อนบ้าน และการขยายตัวอย่างมากของการลงทุนภาคอุตสาหกรรมในประเทศเหล่านี้ ผสมกับการค้าชายแดนที่เติบโตต่อเนื่อง จะเป็นปัจจัยหนุนให้มีความต้องการใช้พื้นที่คลังสินค้าเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสขยายธุรกิจคลังสินค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้าน และสามารถรับรู้รายได้เพิ่มขึ้น

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ

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

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

ธุรกิจให้บริการและผลิตสื่อป้ายโฆษณา

2.3.1 การจัดหาสถานที่ติดตั้งสื่อโฆษณาของกลุ่มบริษัทที่มีการดำเนินการดังต่อไปนี้

1) ทำการศึกษาสำรวจและวิจัยพื้นที่ที่มีศักยภาพและเป็นจุดสนใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของเอเจนซี่ หรือเจ้าของสินค้าและบริการรวมถึงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคต่อสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) เพื่อให้ตอบสนองความต้องการในการใช้สื่อของเอเจนซี่หรือเจ้าของสินค้าและบริการและตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) ที่เปลี่ยนแปลงและครอบคลุมผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

2) นำข้อมูลจากการสำรวจที่ได้มาวิเคราะห์และประชุมคณะผู้บริหาร เพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินการของสื่อโฆษณาที่จะติดตั้งในพื้นที่นั้นๆ และแผนการตลาดโดยคำนึงถึงประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย พร้อมศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนตามนโยบายของบริษัท

3) หลังจากที่บริษัทได้ทำการสำรวจครบทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ทางบริษัทจะดำเนินการประชุมคณะกรรมการ เพื่อเสนอพิจารณาอนุมัติแผนการดำเนินการติดตั้งสื่อโฆษณา (ถ้ามี)

4) ดำเนินการติดต่อประสานงานเช่าพื้นที่ และ/หรือ เสนอขอเช่าพัฒนาโครงการหรือติดตั้งสื่อโฆษณากับเจ้าของพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนโดยบริษัทจะนำเสนอค่าเช่าพื้นที่หรือผลตอบแทนในรูปแบบอื่น เช่น การแบ่งรายได้เป็นต้นให้แก่เจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของสัมปทานแล้วแต่กรณีทั้งนี้ในการจะเช่าทำสัญญาเช่าพื้นที่ บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นคู่สัญญารับสิทธิในการใช้พื้นที่โดยตรงยกเว้นกรณีที่บริษัทได้เล็งเห็นถึงศักยภาพของสื่อโฆษณาเหล่านั้นภายหลังจากที่มีผู้ได้รับสิทธิไปแล้ว โดยบริษัทมีกระบวนการภายในที่จะพิจารณาตรวจสอบและประเมินถึงความเป็นไปได้ตลอดจนผลตอบแทนในการลงทุนต่างๆ เพื่อให้แน่ใจว่าการโอนสิทธิลงทุนหรือซื้อกิจการก่อให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจต่อบริษัท

5) ทำการออกแบบและกำหนดวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างติดตั้งสื่อโฆษณาโดยทีมงานผู้ออกแบบและวิศวกรที่มีความเชี่ยวชาญ โดยบริษัทจะทำการคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างที่มีผลงานเป็นที่ยอมรับและดำเนินการยื่นขออนุญาตดำเนินการติดตั้งสื่อโฆษณาต่อหน่วยงาน

6) หลังจากได้รับการอนุญาตจากหน่วยงานราชการในเขตพื้นที่นั้นๆแล้ว ในการก่อสร้างจะมีทีมงานวิศวกรของบริษัทเป็นผู้ตรวจสอบและควบคุมทุกขั้นตอนไม่ให้ผิดพลาด รวมทั้งควบคุมงบประมาณและระยะเวลาในการก่อสร้างให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้เพื่อให้งานสื่อโฆษณาออกมาตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด

2.3.2 การผลิตงานโฆษณาของสื่อแต่ละประเภทมีลักษณะดังนี้

1) สื่อภาพนิ่ง

เอเจนซี่หรือเจ้าของสินค้าและบริการจะส่งแบบงานโฆษณา (Artwork) มาให้บริษัทหรือหากเอเจนซี่หรือเจ้าของสินค้าและบริการไม่มีแบบงานโฆษณาทางหน่วยงาน Graphic Design ของบริษัทจะให้บริการออกแบบสื่อโฆษณา เพื่อนำเสนอต่อเอเจนซี่หรือเจ้าของสินค้าและบริการสำหรับการเลือกวัสดุที่นำมาใช้บริษัทจะเจาะจงเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพสูงกว่ามาตรฐานที่ใช้ทั่วไป เพื่อให้คุณภาพงานมีความสวยงามคมชัดเหมาะสมแก่ระบบให้แสงสว่างและความแตกต่างทางด้านคุณภาพมาตรฐานอย่างเห็นได้ชัด แต่ในขณะเดียวกันก็คุ้มค่ากับการลงทุนซึ่งผลลัพธ์ที่ผ่านมามีสร้างความพึงพอใจให้กับเอเจนซี่หรือเจ้าของสินค้าและบริการอย่างมาก จากนั้นบริษัทจะทำการคัดเลือกบริษัทสิ่งพิมพ์ (Printing Suppliers) ที่ผ่านการคัดเลือก (Approved Vendor List) ที่มีผลงานราคาและการส่งมอบงานตามคุณภาพมาตรฐานที่บริษัทกำหนดดำเนินการผลิตให้ภายใต้การควบคุมคุณภาพของบริษัทอย่างใกล้ชิดเพื่อให้ตรงตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนดใช้เพื่อให้เกิดความพึงพอใจกับเอเจนซี่หรือเจ้าของสินค้าและบริการสูงสุด

2) สื่อดิจิทัล LED

เอเจนซี่หรือเจ้าของสินค้าและบริการจะเป็นผู้ส่งข้อมูลของงานโฆษณาในรูปแบบดิจิทัลมาให้บริษัททั้งนี้หลังจากได้รับงานโฆษณาแล้วทางหน่วยงาน Digital Media จะดำเนินการตัดต่อและใส่เทคนิคต่างๆเพื่อให้เป็นภาพยนตร์โฆษณาที่สมบูรณ์เหมาะสมกับรูปแบบของจอดิจิทัลต่างๆของบริษัทจากนั้นบริษัทจะดำเนินการนำภาพยนตร์โฆษณาเข้าสู่ระบบและนำไปออกอากาศตามสื่อโฆษณาตามความต้องการของลูกค้า

2.3.3 การจัดหาอุปกรณ์จอดิจิทัล LED

บริษัทสั่งซื้อจอแอลอีดีจากตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตที่ผ่านการคัดเลือก (Approved Vendor List) ทั้งนี้บริษัทพิจารณาถึงปัจจัยในการกำหนดคุณสมบัติของจอแอลอีดีที่ใช้สำหรับติดตั้งสื่อโฆษณาของบริษัทดังนี้

1) วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตต้องเป็นวัสดุที่มีรูปทรงสวยงามและคงทนเป็นที่ยอมรับเหมาะสมกับการใช้งานในพื้นที่นั้น และได้มาตรฐานตามที่บริษัทกำหนด

2) คุณภาพของจอทีวีดิจิทัลเป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญมาก เนื่องจากคุณภาพของหลอดไฟและจอทีวีดิจิทัลมีหลายระดับซึ่งแตกต่างในการแสดงภาพความสว่างและความคมชัดรวมถึงอายุการใช้งาน โดยที่ผ่านมามีบริษัทจะเลือกใช้หลอดไฟและจอทีวีดิจิทัลจากบริษัทผู้ผลิตชั้นนำซึ่งมีราคาค่อนข้างสูงแต่ในขณะเดียวกันก็ให้ประสิทธิภาพในการนำเสนอที่สูงและเป็นที่ยอมรับต่อเอเจนซี่หรือเจ้าของสินค้าและบริการ

3) ความมั่นคงของผู้จำหน่ายและผู้ผลิตเป็นอีกปัจจัยที่บริษัทให้ความสำคัญ เนื่องจากปัจจุบันมีตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตหลายรายบริษัทซึ่งบริษัทจะคัดเลือกตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตที่มีความมั่นคง ทั้งในด้านฐานะการเงินประวัติการดำเนินงานผลงานที่ผ่านมาและคุณภาพการให้บริการหลังการขาย เพื่อให้มั่นใจว่าตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตจะสามารถให้บริการที่มีคุณภาพต่อบริษัท ถึงแม้ว่าตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตเหล่านี้จะมีค่าบริการที่สูงกว่าตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตอื่นๆ

4) การบริการหลังการขายของตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตเป็นปัจจัยหนึ่งที่บริษัทให้ความสำคัญ เพื่อให้บริษัทมั่นใจในคุณภาพของจอภาพและอุปกรณ์ต่างๆ ให้อยู่ในมาตรฐานคุณภาพที่ดีอยู่เสมอเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและเอเจนซี่ว่าคุณภาพอุปกรณ์ที่บริษัทเลือกใช้มีคุณภาพที่ดีที่สุด

2.3.4 การจัดหาซอฟต์แวร์และอุปกรณ์ควบคุมการบริหารสื่อดิจิทัล

สำหรับระบบควบคุมบริหารสื่อโฆษณาดิจิทัลมีเดียของบริษัททั้งหมด บริษัทเป็นผู้ออกแบบจัดหาอุปกรณ์ติดตั้งและพัฒนาซอฟต์แวร์ควบคุมระบบรูปแบบเฉพาะสำหรับการควบคุมการแพร่ภาพสื่อต่างๆที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทซึ่งระบบดังกล่าวสามารถควบคุมจากส่วนกลาง (Central Control) ในการปรับเปลี่ยนสัญญาณภาพปรับระดับความสว่างเสียงเปิด-ปิดสัญญาณได้แบบตั้งโปรแกรมเฉพาะชั่วโมงและแบบเรียลไทม์ (Real-Time Monitor) โดยการส่งคำสั่งควบคุมจากสำนักงานของบริษัทผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยมีเจ้าหน้าที่ที่มีประสบการณ์ และมีความเชี่ยวชาญสูง รวมถึงการร่วมมือกับผู้ผลิตและจำหน่ายจอในการดำเนินการดังกล่าว

2.3.5 การตรวจสอบดูแลป้ายโฆษณาและส่งมอบงานให้กับลูกค้า

บริษัทมีการดำเนินการทำรายงานสรุปการลงสื่อโฆษณาของบริษัท พร้อมรูปภาพประกอบจัดส่งให้กับทางลูกค้าเป็นประจำตาม ระยะเวลาที่ระบุในสัญญาเพื่อเป็นการยืนยันว่าบริษัทได้ขึ้นสื่อโฆษณาครบถ้วนตรงตามเวลาในรูปแบบที่ได้ตกลงกันไว้ นอกจากนี้บริษัทก็จะมีการสื่อสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อสอบถามถึงความพึงพอใจต่อสื่อโฆษณาของบริษัท เพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าพึงพอใจในระดับที่สูงและกลับมาซื้อบริการสื่อโฆษณาของบริษัทอย่างต่อเนื่อง

บริษัทจะตรวจสอบสภาพความสมบูรณ์ ความเรียบร้อย ความสว่างของไฟฟ้าในสื่อป้ายโฆษณาทุกประเภท เพื่อการจัดทำจดหมายรายงานสภาพสื่อป้ายโฆษณาพร้อมรูปถ่ายให้แก่ลูกค้าได้รับทราบตลอดอายุสัญญา

นอกจากนี้บริษัทยังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการให้บริการและตรวจสอบแก้ไขสภาพป้ายโฆษณาให้ทันทั่วถึง เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการโฆษณาสินค้าและบริการสูงสุด โดยบริษัทได้ติดเบอร์โทร เพื่อรับเรื่องร้องเรียน การแจ้งสภาพป้าย 8888-694-02 ชั่วโมง 24 ชั่วโมงตลอด 7 วัน

ธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ

ที่ดินจัดเป็นต้นทุนที่สำคัญทางธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ โดยกลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายจัดหาให้ได้มาซึ่งที่ดินเพื่อนำมาพัฒนาโครงการตามความต้องการใช้ที่ดินในแต่ละช่วงเวลา และไม่มีนโยบายที่จะถือครองที่ดินเปล่าโดยจะจัดซื้อที่ดินตามแผนงานการลงทุนเท่านั้นเพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การพัฒนาโครงการฯ ขึ้นตามความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะเจาะจง (Built-to-Suit) และเพื่อเป็นการลดภาระดอกเบี้ยอันอาจจะเกิดขึ้นจากการลงทุนซื้อและสะสมที่ดินจำนวนมากทั้งที่ยังไม่มีโครงการในอนาคตรองรับ อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ อาจจะพิจารณาซื้อที่ดินมากกว่าพื้นที่โครงการปัจจุบันในกรณีที่ดินเป็นผืนใหญ่ติดกันเพื่อนำมาพัฒนาโครงการส่วนขยายให้แก่ผู้เช่าที่แสดงความต้องการขยายพื้นที่การเช่าในอนาคตอย่างชัดเจน

การจัดหาที่ดิน

กลุ่มบริษัทฯ จัดหาที่ดินจากเจ้าของที่ดินในทำเลที่ตั้งนั้นๆ โดยตรงหรือจัดซื้อหรือเช่าที่ดินจากลูกค้าของกลุ่มบริษัทฯ รวมทั้งการจัดซื้อที่ดินผ่านนายหน้าขายที่ดิน อย่างไรก็ตามในการจัดหาที่ดิน กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายที่จะคัดเลือกที่ดินไว้สองทำเลเป็นอย่างน้อย ซึ่งช่วยให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถต่อรองและจัดซื้อที่ดินได้ในทำเลที่ตั้งและราคาที่เหมาะสมเสมอมา โดยกลุ่มบริษัทฯ มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาจัดซื้อที่ดินดังต่อไปนี้

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

- ที่ดินจะต้องมีขนาดที่เหมาะสมสำหรับการจัดทำโครงการในครั้งแรก และรองรับการขยายโครงการของผู้เช่าในอนาคต ตลอดจนมีความยืดหยุ่นสูงในการตอบสนองความต้องการของผู้ที่จะมาเช่ารายใหม่อื่นๆ ได้

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 จะทำการจัดหาผู้เช่าทั้งผ่านทางติดต่อโดยตรงจากผู้เช่าปัจจุบันหรือลูกค้าใหม่ที่มีความต้องการเช่าอาคารคลังสินค้าหรือโรงงานที่ติดต่อกับกลุ่มบริษัทฯ โดยตรง ผ่านการประมูลงาน หรือผ่านการแนะนำโดยลูกค้าทางธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ โดยกลุ่มบริษัทฯ จะติดต่อเพื่อเจรจาในเบื้องต้นเกี่ยวกับลักษณะ ขนาด ที่ตั้ง และราคาเช่าของโครงการ รวมถึงสอบถามถึงแผนธุรกิจทั้งระยะสั้นและระยะยาว และความต้องการในเชิงลึกของผู้เช่าเพื่อวางแผนประมาณความต้องการใช้พื้นที่
2. ขั้นตอนการกำหนดขนาดโครงการ การเลือกสถานที่ตั้ง เงื่อนไขการเช่าและการออกแบบจะเป็นกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างทีมงานของกลุ่มบริษัทฯ และผู้เช่าโดยมีกระบวนการทำงานดังต่อไปนี้ (ขั้นตอนการทำงานบางขั้นอาจเกิดพร้อมๆ กัน)
 - เจริญต่อรองเรื่องลักษณะ/ ขนาดของโครงการ สถานที่ตั้ง ราคาและเงื่อนไขการเช่าระหว่างกลุ่มบริษัทฯ และลูกค้าที่จะดำเนินไปภายใต้กรอบความพอใจของทั้งสองฝ่าย
 - กลุ่มบริษัทฯ จะเริ่มคัดเลือกที่ดินที่มีขนาดเหมาะสมและอยู่ในทำเลที่ตั้งที่ได้ตกลงกันไว้จากฐานข้อมูลของกลุ่มบริษัทฯ โดยเลือกที่ดินที่อยู่ในตำแหน่งที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เหมาะสมกับการคมนาคมขนส่ง มีพื้นที่ที่เหมาะสมกับขนาดของโครงการเมื่อพิจารณาถึงส่วนขยายในอนาคตเพื่อนำเสนอให้แก่ผู้เช่า ในขณะที่เดียวกันกลุ่มบริษัทฯ จะเริ่มติดต่อ

เพื่อเจรจาต่อรองราคากับเจ้าของที่ดิน และติดต่อกับสถาบันการเงินเพื่อขออนุมัติเงินกู้เพื่อใช้ในการจัดซื้อ/เช่าที่ดินและก่อสร้างโครงการ

- ภายหลังจากที่กลุ่มบริษัทฯ และผู้เช่าได้ตกลงร่วมกันเรื่องสถานที่ตั้งจนเป็นที่พอใจทั้งสองฝ่ายแล้ว กลุ่มบริษัทฯ จะต่อรองราคาขั้นสุดท้ายและทำสัญญาซื้อขายหรือเช่าที่ดินกับเจ้าของที่ดิน
- เมื่อได้จัดซื้อที่ดินในทำเลตามที่ต้องการแล้ว กลุ่มบริษัทฯ และลูกค้าจะลงนามในสัญญาเช่าและสัญญาการให้บริการ
- ในขณะเดียวกันทีมวิศวกรของกลุ่มบริษัทฯ ก็จะเริ่มดำเนินการออกแบบโครงการร่วมกับทีมงานสถาปนิก/วิศวกรของบริษัทผู้เช่าโดยจะมีการกำหนดความต้องการและลักษณะของโครงการทางเทคนิคอย่างละเอียด

3. กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินการคัดเลือกบริษัทรับเหมาก่อสร้าง โดยพิจารณาถึงราคาที่เหมาะสมและประวัติการทำงานในอดีตประกอบกัน รวมทั้งยื่นคำขออนุญาตการก่อสร้างกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

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

5. ส่งมอบโครงการฯ ให้แก่ผู้เช่า กลุ่มบริษัทฯ จะทำการส่งมอบโครงการฯ ที่พัฒนาแล้วให้แก่ผู้เช่าในสภาพที่พร้อมสำหรับการติดตั้งเครื่องจักร โดยกลุ่มบริษัทฯ จะรับประกันคุณภาพของงานที่ส่งมอบในส่วนโครงสร้างตลอดอายุของสัญญาเช่า ดำเนินงาน /

6. การให้บริการหลังการขาย กลุ่มบริษัทฯ จะจัดให้มีหน่วยงานบริการซ่อมบำรุงให้กับลูกค้าในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างของโครงการฯ ตลอดจนทำประกันภัยให้กับโครงการที่กลุ่มบริษัทฯ พัฒนาและได้ส่งมอบให้กับผู้เช่าไปแล้ว

สำหรับโครงการสร้างแบบสำเร็จรูป สำหรับลูกค้าทั่วไป (Ready Built) ที่เป็นโครงการที่ทางกลุ่มบริษัทฯ จัดการก่อสร้างตามแบบของกลุ่มบริษัทฯ ก่อนที่จะมีลูกค้าหรือผู้เช่าเข้ามา ทางฝ่ายบริหารโครงการจะประสานงานกับฝ่ายพัฒนาโครงการเพื่อทำการกำหนดแบบและโครงสร้างของโครงการเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดในขณะนั้น

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายก่อสร้างอาคารคลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า โดยยึดหลักการจัดการที่ดี และมีการควบคุมอย่างเคร่งครัด โดยให้ความสำคัญกับกระบวนการการก่อสร้างที่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมอย่างเข้มงวด ตลอดจนมีการส่งเสริมและสนับสนุนการอนุรักษ์ การประหยัดและใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า โดยก่อนที่ผู้เช่าจะเริ่มดำเนินการต่างๆ กลุ่มบริษัทฯ จะทำการตรวจสอบสถานะความน่าเชื่อถือ, ประวัติบริษัท, สินค้าที่บริษัททำการผลิต และงบการเงินผู้เช่าโครงการในเบื้องต้น รวมทั้งกลุ่มบริษัทฯ ได้ระบุในสัญญาเช่าระหว่างกลุ่มบริษัทฯ และผู้เช่าที่มีการเก็บวัตถุดิบทรายไว้อย่างชัดเจนว่า ผู้เช่าต้องปฏิบัติตามข้อบังคับที่เกี่ยวข้องในเรื่องการรักษาสภาพแวดล้อมอย่างเคร่งครัดเพื่อให้การประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้กลุ่มบริษัทฯ จึงไม่เคยมีปัญหา ไม่เคยละเมิด ไม่เคยฝ่าฝืนกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและไม่เคยมีกรณีพิพาทใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ

การจัดหาผลิตภัณฑ์และการให้บริการของธุรกิจนี้ บริษัทดำเนินการในรูปแบบเดียวกันกับธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากการที่ผลตอบแทนจากการลงทุนในธุรกิจใหม่ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์

บริษัทจะมีรายได้ประเภทเงินปันผลจากการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ดังนั้นผลประโยชน์และความสามารถในการขยายธุรกิจสื่อโฆษณา ภายใต้บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) และบริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการภายใต้บริษัท ไทย คอนซูมเมอร์ดีสทริบิวชัน เซ็นเตอร์ จำกัดและบริษัท มันทรา แอสเซ็ท จำกัด รวมถึงธุรกิจสิ่งพิมพ์ และพลังงาน ภายใต้บริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน) และ/หรือ ของธุรกิจอื่นที่บริษัทเห็นว่ามีความสำคัญ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อรายได้ในอนาคต ซึ่งบริษัทอาจไม่มีความชำนาญด้านธุรกิจที่เข้าลงทุนและพึ่งพิงผู้ถือหุ้นอีกฝ่ายในการดำเนินธุรกิจเป็นหลัก อีกทั้งธุรกิจใหม่ยังเป็นรายได้หลักของบริษัทในอนาคตอีกด้วย บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากผลประโยชน์ของบริษัทที่ลงทุน ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ อันอาจจะส่งผลกระทบต่อค่าของเงินลงทุนซึ่งจะกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทต่อไปได้ แต่เนื่องจากบริษัทมีนโยบายในการประเมินการลงทุนที่รัดกุม ไม่ว่าจะเป็นการพิจารณาถึงโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ การตรวจสอบสถานะของบริษัทก่อนการลงทุน รวมถึง เมื่อบริษัทเข้าลงทุนแล้ว บริษัทได้ส่งตัวแทนเข้าไปช่วยควบคุมและบริหารงาน ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงนี้ลงได้ในระดับหนึ่ง

ในปีที่ผ่านมาบริษัทมีรายละเอียดการลงทุนดังนี้

บริษัท	การถือหุ้น ณ 31 ธ.ค. 63	ประเภทธุรกิจ	ความเสี่ยงและแนวทางแก้ไข
บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) (AA)	100% ของทุนชำระแล้ว หรือคิดเป็นเงินลงทุนจำนวน 483.23 ล้านบาท	ธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้าน(Out of Home Media) โดยเน้นสื่อประเภทป้ายนิ่ง (STATIC)	บริษัทได้ลงทุนใน AA และคาดว่าจะได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผลที่สูงกว่าการฝากเงินไว้กับสถาบันการเงิน ในปี 2562 และปี 2561 AA จ่ายเงินปันผลคิดเป็นอัตราร้อยละ 10.88 และ 24.69 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับเงินลงทุน สาเหตุที่อาจทำให้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ประกอบด้วย 1) โครงข่ายที่มีเอกสารการขออนุญาตไม่ครบถ้วนอาจจะถูกรื้อถอน 2) ปัญหาด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยตรงและการระงับการใช้งบสื่อโฆษณาของธุรกิจบางประเภท เนื่องจากแหล่งที่มาของทรัพย์สินประเภทโครงข่ายโฆษณาส่วนมากมาจากการซื้อจากผู้ประกอบการอื่น ซึ่งจะมีทั้งที่สามารถนำส่งหลักฐานแสดงการขออนุญาตได้ และบางส่วนไม่สามารถส่งมอบให้ได้ อย่างไรก็ตามหลังจากที่บริษัทได้โครงข่ายมาเป็นทรัพย์สิน ของบริษัทแล้ว บริษัทได้ปฏิบัติตามกฎหมายทุกประการได้แก่ (1) การเสียภาษีป้ายประจำปี (2) การตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรงตามพรบ. ควบคุมอาคารและโครงข่ายทุกปี (3) การซ่อมบำรุงตามคำแนะนำของวิศวกรที่ตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรง (4) การจัดทำประกันภัยโครงข่าย และบุคคลที่ 3 ปี 2563 AA งดจ่ายเงินปันผล เนื่องจากมีผลการดำเนินงานติด

บริษัท	การถือหุ้น ณ 31 ธ.ค. 63	ประเภทธุรกิจ	ความเสี่ยงและแนวทางแก้ไข
			<p>ลบ ซึ่งเป็นกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด 19 อย่างไรก็ตามบริษัทได้ปรับแนวทางการดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณาออกบ้านของกลุ่มบริษัท ภายใต้แบรนด์ “AQUA” เพียงแบรนด์เดียว โดยให้ บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นผู้บริหารการขายและจัดการสื่อโฆษณาทั้งหมด ส่วนบริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อมให้ปรับเปลี่ยนเป็นเพียงเจ้าของสื่อโฆษณาและให้บริการก่อสร้าง จัดหา ติดตั้งและซ่อมบำรุงสื่อโฆษณาดังกล่าวเท่านั้น ทำให้ปี 2563 บริษัทมีกำไรจากการเป็นผู้บริหารการขายแทนเงินปันผล</p>
บริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด (BWM)	100% ของทุนชำระแล้ว หรือคิดเป็นเงินลงทุนจำนวน 891.66 ล้านบาท	ธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้าน(Out of Home Media) โดยเน้น สื่อประเภทป้ายดิจิทัล LED	<p>เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2560 บริษัทได้ลงทุนในหุ้นสามัญของ BWM ในสัดส่วนร้อยละ 90 และปัจจุบันได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นจาก 90% เป็น 100% แล้ว โดยบริษัทคาดหวังว่าจะได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของเงินปันผลที่สูงกว่าการฝากเงินไว้กับสถาบันการเงิน ซึ่งคิดเป็นอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 0.80-1.30 ต่อปี โดยในปี 2562 และปี 2561 BWM จ่ายเงินปันผลคิดเป็นอัตราร้อยละ 2.84 และ 2.86 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับเงินลงทุน เพื่อให้บริษัทมีเครือข่าย ดิจิทัล LED ครบวงจรทั่วประเทศ ซึ่งจะช่วยให้การวางแผนสื่อสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างและมีผลต่อโอกาสการเติบโตของเม็ดเงินโฆษณาอย่างรวดเร็ว</p> <p>จากผลประกอบการปี 2560-2562 BWM อยู่ระหว่างการเพิ่มป้ายดิจิทัล LED ให้มีเครือข่ายเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า ซึ่ง ณ วันสิ้นปี 2562 บริษัทมีเครือข่ายจอ LED ที่เหมาะสมได้ระดับหนึ่ง ส่วนในปี 2563 BWM จ่ายเงินปันผลเนื่องจากมีผลการดำเนินงานดีลบล ซึ่งเป็นกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด 19 อย่างไรก็ตามบริษัทได้ปรับแนวทางการดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านของกลุ่มบริษัท ภายใต้แบรนด์ “AQUA” เพียงแบรนด์เดียว โดยให้ บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) เป็นผู้บริหารการขายและจัดการสื่อโฆษณาทั้งหมด ส่วนบริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อมให้ปรับเปลี่ยนเป็นเพียงเจ้าของสื่อโฆษณาและให้บริการก่อสร้าง จัดหา ติดตั้งและซ่อมบำรุงสื่อโฆษณาดังกล่าวเท่านั้น ทำให้ปี 2563 บริษัทมีกำไรจากการเป็นผู้บริหารการขายแทนเงินปันผล</p> <p>ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีเงินให้กู้ยืมแก่ BWM จำนวน 744.67 ล้านบาท ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการที่จะไม่ได้รับชำระคืนเงินกู้ยืมจาก BWM หากผลประกอบการของ BWM</p>

บริษัท	การถือหุ้น ณ 31 ธ.ค. 63	ประเภทธุรกิจ	ความเสี่ยงและแนวทางแก้ไข
			ตกต่ำลงอย่างมีนัยสำคัญในอนาคต อย่างไรก็ตามบริษัทพิจารณาว่า การให้เงินกู้ยืมแก่ BMW เพื่อให้ BMW นำไปลงทุนขยายธุรกิจสื่อนอกบ้าน LED ซึ่งมีระยะเวลาคืนทุน 3-5 ปี และธุรกิจสื่อนอกบ้านที่ผ่านมามีแนวโน้มที่เติบโตทุกปี ยกเว้นปี 2563 เนื่องจากสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 จึงจะไม่ทราบจุดสิ้นสุดของการแพร่ระบาด แต่บริษัทเห็นว่าเป็นสถานการณ์ชั่วคราวเท่านั้น
บริษัท อีสเทอร์น พาวเวอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (EP)	39.61% ของทุนชำระแล้ว หรือคิดเป็นเงินลงทุนจำนวน 778.29 ล้านบาท	ธุรกิจ โรงพิมพ์บรรจุภัณฑ์ และพลังงานทดแทน	ปี 2553 บริษัทและบริษัทย่อย ร่วมลงทุนใน EP คิดเป็นการถือหุ้นทางตรงและทางอ้อมร้อยละ 32.23 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว หรือคิดเป็นเงินลงทุนจำนวน 338.63 ล้านบาท โดยบริษัทคาดว่าจะได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผลที่สูงกว่าการฝากเงินไว้กับสถาบันการเงิน ในปี 2561-2563 EP จ่ายปันผลคิดเป็นอัตราร้อยละ 6.83, 9.49 และร้อยละ 11.87 ตามลำดับเมื่อเทียบกับเงินลงทุน สาเหตุที่อาจทำให้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ได้แก่ การเข้าสู่ระบบดิจิทัลและอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้รูปแบบของการอ่านจากหนังสือหรือสิ่งพิมพ์เปลี่ยนไปอาจจะส่งผลต่อการธุรกิจโรงพิมพ์ได้ อย่างไรก็ตาม EP ได้ขยายการลงทุนไปในธุรกิจพลังงานทดแทนโดยดำเนินการภายใต้บริษัทย่อย ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีความมั่นคงของรายได้สูงและให้อัตราผลตอบแทนที่ดี รวมทั้งการเข้าลงทุนในบริษัท ตะวันออกการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ จำกัด (“EPSCO”) เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคได้เปลี่ยนมาใช้ e-commerce มากขึ้นหลายเท่าตัว ดังนั้น EP จึงมีนโยบายในการขยายธุรกิจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นธุรกิจที่ผู้บริหารมีประสบการณ์มากกว่า 20 ปี
บริษัท ออรา ครีမ် จำกัด	5.98% ของทุนจดทะเบียน หรือคิดเป็นเงินลงทุนจำนวน 29.90 ล้านบาท	ธุรกิจ โรงแรม 209 ห้อง และ เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ 88 ห้อง ใน จังหวัด นครปฐม	บริษัทคาดการณ์ว่าจะได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผลที่สูงกว่าการฝากเงินไว้กับสถาบันการเงิน เมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2558 โครงการดังกล่าวได้เปิดให้บริการแล้ว ภายใต้ชื่อ “โรงแรม ไมค์ ทาวเวอร์ แกรนด์” สาเหตุที่อาจทำให้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ได้แก่ โรงแรมดังกล่าวไม่เป็นที่นิยมของผู้ใช้บริการประกอบกับได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งจะส่งต่อผลประกอบการทำให้ไม่สามารถจ่ายปันผลได้ ทั้งนี้โดยมิได้มีการมีการหรือผู้บริหารของบริษัทดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัท ออราครีမ် จำกัด เนื่องจากบริษัทถือหุ้น

บริษัท	การถือหุ้น ณ 31 ธ.ค. 63	ประเภทธุรกิจ	ความเสี่ยงและแนวทางแก้ไข
			ในอัตราส่วนที่น้อยมาก (ร้อยละ 5.98)
บริษัท ไทย คอนซูมเมอร์ดีสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด (TCDC)	93.13% ของทุนจดทะเบียนหรือคิดเป็นเงินลงทุนจำนวน 778.24 ล้านบาท	ประกอบธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ	<p>เดือนมิถุนายน 2557 บริษัทเข้าลงทุนใน TCDC คาดการณ์ว่าจะได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผลที่สูงกว่าการฝากเงินไว้กับสถาบันการเงิน</p> <p>สาเหตุที่อาจทำให้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย เนื่องจากมีภาระที่ต้องจ่ายชำระคืนเงินกู้ให้แก่สถาบันการเงินเป็นระยะเวลาประมาณ 10 ปี นับจากปี 2558 คิดเป็นเงินต้นและดอกเบี้ยปีละประมาณ 196.80 ล้านบาท อาจจะทำให้เงินสดคงเหลือที่เหลือไม่สามารถนำมาจ่ายปันผลได้ ทั้งนี้ ที่ผ่านมา บริษัทได้ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ TCDC เพื่อนำไปให้บริษัทย่อยของ TCDC (AWH) กู้เพื่อไปชำระคืนเงินกู้สถาบันการเงินประมาณเดือนละ 5 แสนบาท เนื่องจากพื้นที่เช่าของ AWH อยู่ระหว่างการจัดหาผู้เช่า และ TCDC มีเงินสดคงเหลือเพียงพอสำหรับรายจ่ายปกติของ TCDC เท่านั้น โดยในปี 2562 บริษัทได้ให้ความช่วยเหลือเป็นเงิน 5.50 ล้านบาท และ ในระหว่างปี 2563 ให้ความช่วยเหลือเพิ่มจำนวน 13.30 ล้านบาท โดยเงินกู้ทั้งหมดได้มีการชำระคืนครบแล้ว</p> <p>อย่างไรก็ตาม บริษัทอยู่ระหว่างการพิจารณานำสินทรัพย์เข้าบริหารภายใต้ Real Estate Investment Trust (“REIT”) เพื่อเพิ่มสภาพคล่องและนำไปเพิ่มการลงทุนใหม่ให้กับบริษัท</p>
บริษัท มันทรา แอสเซ็ท จำกัด (MANTRA)	100% ของทุนจดทะเบียนหรือคิดเป็นเงินลงทุนจำนวน 0.81 ล้านบาท	ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ	<p>ปี 2559 MANTRA เข้าซื้อที่ดินที่จังหวัดเชียงใหม่เพื่อพัฒนาเป็นสิ่งปลูกสร้างในลักษณะเป็นรีสอร์ท เพื่อให้บริษัท เดอะเคบิน เชียงใหม่ จำกัด (CABIN) และบริษัท เดอะ เคบิน รีเสพ จำกัด (ผู้เช่า) เช่าทรัพย์สินทั้งหมด เพื่อดำเนินธุรกิจฟื้นฟูสุขภาพ (Retreatment Center) เป็นระยะเช่าเวลา 10 ปี และสามารถต่ออายุสัญญาเช่าได้อีก 10 ปี</p> <p>สาเหตุที่อาจทำให้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ได้แก่ CABIN ไม่ปฏิบัติตามสัญญาหรืออาจจะยกเลิกสัญญาก่อนครบกำหนด อย่างไรก็ตามในการทำสัญญาบริษัทกำหนดให้ CABIN ต้องจ่ายค่าเช่าส่วนที่เหลือ หากยกเลิกสัญญาก่อน 10 ปี โดยไม่ใช้ความผิดของผู้ให้เช่า โดยให้วาง BG ไว้ 75 ล้านบาท สำหรับ 4 ปีแรก 50 ล้านบาทสำหรับ 3 ปีต่อมา และ 25 ล้านบาทสำหรับอีก 3 ปีต่อมา รวมถึงเงินสดจำนวน 26 ล้านบาทเพื่อเป็นหลักประกันตามสัญญานี้</p> <p>ในช่วงไตรมาสที่ 1/2563 ผู้เช่าไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้จากผลกระทบจากการ Lockdown ประเทศ จากการแพร่ระบาดของ</p>

บริษัท	การถือหุ้น ณ 31 ธ.ค. 63	ประเภทธุรกิจ	ความเสี่ยงและแนวทางแก้ไข
			<p>COVID-19 เนื่องจากลูกค้าของผู้เข้าเป็นชาวต่างชาติ ต่อมาเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2563 MANTRA ได้มีออกหนังสือบอกเลิกสัญญาและให้ส่งคืนสินทรัพย์ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในสภาพที่ระบุไว้ในสัญญาเช่า ซึ่งภายหลังมีการส่งมอบพื้นที่แล้ว MANTRA จะหยุดรับรู้รายได้ตามสัญญาเช่าและบริการเดือนละประมาณ 5.5 ล้านบาท และ MANTRA จะเร่งหาผู้เช่ารายใหม่ หรืออาจจะพิจารณาขายโครงการนี้ต่อไป</p> <p>ส่วนหนี้ที่ค้างชำระอยู่ระหว่างเจรจา โดยเสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทของ MANTRA มีมติอนุมัติให้บันทึกค่าเผื่อการด้อยค่าสินทรัพย์ทางการเงินไว้ทั้งจำนวนแล้ว และหากผู้เช่าไม่สามารถชำระค่าเช่าที่ค้างอยู่ได้ อาจจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานลดลงอย่างมีนัยสำคัญและไม่สามารถจ่ายเงินปันผลได้</p> <p>ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีเงินให้กู้ยืมแก่ MANTRA จำนวน 484.92 ล้านบาท ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการที่จะไม่ได้รับชำระคืนเงินกู้ยืมจาก MANTRA เนื่องจากผู้เช่าไม่สามารถชำระหนี้ค่าเช่าได้ และต้องส่งมอบทรัพย์สินคืน MANTRA จะหยุดรับรู้รายได้ตามสัญญาเช่าและบริการ และมีความเสี่ยงจากการเร่งหาผู้เช่ารายใหม่ หรือการพิจารณาขายโครงการ อย่างไรก็ตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มูลค่าสินทรัพย์ของโครงการมีมูลค่ายุติธรรมตามวิธีต้นทุนทดแทนจำนวน 425 ล้านบาท</p> <p>ในปี 2562 และ ปี 2561 MANTRA จ่ายปันผลคิดเป็นอัตราร้อยละ 2,473.95 เมื่อเทียบกับเงินลงทุน ส่วนปี 2563 จดจ่ายเงินปันผล</p>

ธุรกิจสื่อป้ายโฆษณา

3.2 ความเสี่ยงในด้านข้อกฎหมายควบคุมป้ายโฆษณา

การดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ของกลุ่มบริษัทฯ มีสื่อโฆษณาให้บริการอยู่ 2 ประเภทหลัก คือ ประเภทป้ายนิ่ง (Static) และประเภทป้ายจอดิจิทัล LED (Digital Media) กระจายอยู่ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ประกอบไปด้วยโครงป้ายที่บริษัทก่อสร้างเองและโครงป้ายที่ซื้อมา โดยเป็นโครงป้ายที่มีเอกสารการขออนุญาตก่อสร้างตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 คิดเป็นประมาณร้อยละ 43 ของจำนวนป้ายทั้งหมดที่มีอยู่ สำหรับโครงป้ายส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 57 บางส่วนมีเอกสารการขออนุญาตไม่ครบถ้วนเนื่องจากเป็นโครงป้ายที่ซื้อต่อมาจากเจ้าของเดิมที่มีระบบการจัดเก็บเอกสารไม่สมบูรณ์และบางส่วนไม่มีเอกสารการขออนุญาตก่อสร้าง ดังนั้นจึงถือว่า เป็นความเสี่ยงของบริษัทฯ ในกรณีที่โครงป้ายที่มีเอกสารไม่สมบูรณ์เหล่านั้นถูกตรวจสอบหรือบังคับให้รื้อถอน โดยจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)	ปี 2563	ปี 2562	ปี 2561
จำนวนโครงป้ายทั้งหมดของบริษัท(แห่ง)	292	315	258
จำนวนโครงป้ายที่มีเอกสารการขออนุญาตไม่ครบถ้วน(แห่ง)	168	180	164
ร้อยละของโครงป้ายที่มีเอกสารการขออนุญาตไม่ครบถ้วน	57.53%	57.14%	63.57%
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ	660.11	592.72	562.13
รายได้ค่าโฆษณา	327.81	436.03	352.29
ร้อยละรายได้ค่าโฆษณารวม	59.22	54.23	54.96
ผลกระทบต่อรายได้หากรื้อถอนโครงป้าย	(327.81)	(436.03)	(352.29)
ผลกระทบต่อสินทรัพย์รวมและส่วนของผู้ถือหุ้นหากรื้อถอนโครงป้าย	(660.11)	(592.72)	(562.13)

อย่างไรก็ตาม ทางกลุ่มบริษัทได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่ได้รับโครงป้ายโฆษณาอย่างครบถ้วนตามระเบียบ อาทิเช่น การเสียภาษีป้ายสำหรับป้ายที่มีรายได้ทุกปี การทำประกันภัยทุกโครงป้ายอย่างต่อเนื่อง การตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรงตามพรบ. ทุกปี ให้สมาคมป้ายและโฆษณารับรองความมั่นคงแข็งแรงของโครงป้ายทุกปี และวางแผนการซ่อมบำรุงอย่างสม่ำเสมอเพื่อยืดอายุการใช้งาน นอกจากนี้ทางผู้บริหารได้ติดตามข่าวสารการเปลี่ยนแปลงกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด เพื่อดำเนินการเรื่องการขออนุญาตให้ถูกต้อง

ส่วนค่าใช้จ่ายในการรื้อถอนโครงป้าย บริษัทได้ปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 16 เรื่อง ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ซึ่งมาตรฐานฉบับนี้กำหนดบริษัทต้องประมาณการค่าใช้จ่ายในการรื้อถอนเบื้องต้นเป็นส่วนหนึ่งของราคาทุนของทรัพย์สินที่ได้มาไว้ครบถ้วนแล้ว

3.3 ความเสี่ยงจากการชะลอตัวของภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

ธุรกิจสื่อโฆษณาของบริษัทมีความสัมพันธ์โดยตรงกับอุตสาหกรรมโฆษณาและภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ในภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัว การใช้จ่ายงบประมาณในสื่อโฆษณามีทิศทางที่จะเพิ่มสูงตามการใช้จ่ายของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัท แต่ในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว หรือมีเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองไทย หรือเกิดเหตุการณ์อื่นใดที่กระทบความเชื่อมั่นและกำลังซื้อของผู้บริโภค อาจส่งผลให้เจ้าของสินค้าและบริการปรับลดงบประมาณการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อโฆษณาต่างๆ ซึ่งอาจส่งผลให้ยอดขายสื่อโฆษณาของบริษัทปรับลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

จากสภาวะเศรษฐกิจในปี 2562 ที่ชะลอตัวมาตั้งแต่ปลายไตรมาส 3 และคาดว่าจะต่อเนื่องถึงในปี 2563 นับเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อถึงการใช้จ่ายในโฆษณาทำให้ภาพรวมเม็ดเงินโฆษณาในปี 2563 น่าจะทรงตัว แต่สิ่งหนึ่งที่ต้องจับตาคือการเติบโตของเม็ดเงินโฆษณาในสื่อดิจิทัล ซึ่งรวมถึงสื่อดิจิทัล LED ของบริษัทด้วย เนื่องจากบริษัทต่างๆ มองว่า สื่อดิจิทัลเป็นช่องทางที่เข้าถึง

ผู้บริโภคได้คุ้มค่าและสามารถวัดผลได้ อย่างไรก็ตามสื่อออนไลน์และสื่อออนไลน์ยังเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง แต่ไม่อาจทดแทนการหดตัวของสื่อดั้งเดิมได้ ต่อมาในช่วงต้นปี 2563 มีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 และเริ่มคลี่คลายหรือเริ่มดีขึ้นในปลายไตรมาส 2 ของปี อุตสาหกรรมสื่อโฆษณาจะเริ่มกลับมาในไตรมาส 3-4 ของปี จากมาตรการต่างๆ ที่ภาครัฐออกมาเพื่อช่วยกระตุ้นระบบเศรษฐกิจภายในประเทศ

ในช่วงปลายเดือนธันวาคม 2563 – ไตรมาสที่ 1/2564 มีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 รอบใหม่เกิดขึ้น ซึ่งรอบนี้มีจำนวนคนที่ติดเชื้อมากกว่ารอบแรกหลายเท่าตัว แต่ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจ และทราบถึงวิธีป้องกันตัวเอง รวมทั้งการออกมาตรการต่างๆ เพื่อป้องกันเฉพาะพื้นที่ที่จำเป็นจึงไม่ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจเท่ากับไตรมาสที่ 2/2563

อย่างไรก็ตาม บริษัทเห็นว่า การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจทั่วโลก ประเทศที่พัฒนาแล้วก็เร่งพัฒนาวัคซีนออกมาเพื่อฉีดให้กับประชาชนของตนเองอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งประเทศไทยเองก็เร่งจัดหาวัคซีน และมาตรการช่วยเหลือประชาชนและระบบเศรษฐกิจของประเทศออกมาอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ซึ่งสถานการณ์นี้ถึงแม้ยังไม่ทราบจุดสิ้นสุด แต่จะเป็นสถานการณ์ชั่วคราว บริษัทจึงตัดสินใจขยายธุรกิจสื่อออนไลน์ในช่วงที่วิกฤต ซึ่งบริษัทมองเห็นโอกาสที่โครงข่ายโฆษณาที่เป็นป้ายหนึ่งของผู้ประกอบการอื่นที่ตั้งอยู่แนวถนนทางด่วน หรือใจกลางเมืองย่านธุรกิจ ไม่มีลูกค้ามาใช้บริการป้ายโฆษณา ซึ่งทำเลที่ตั้งป้ายเหล่านั้นที่ไม่สามารถหาได้แล้วในปัจจุบัน จึงได้เข้าเจรจาชื้อเพื่อเปลี่ยนหน้าป้ายโฆษณาจากป้ายนิ่งเป็นหน้าป้ายดิจิทัล LED ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมในการให้บริการสื่อดิจิทัล ภายหลังจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สิ้นสุดหรือเบาบางลง ซึ่งบริษัทคาดการณ์ว่า รายได้จากสื่อโฆษณาในปี 2564 จะเติบโตจากป้ายโฆษณาที่มีในปัจจุบันไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับปี 2563 และในช่วง 6 เดือนหลังของปี 2564 จะรับรู้รายได้จากป้ายโฆษณาที่ลงทุนใหม่ระหว่างปี ประมาณ 10-20% ของรายได้ปี 2563

3.4 การรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด

เป้าหมายของกลุ่มบริษัท เพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาดในธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ให้อยู่กลุ่ม 1 ใน 3 ของอุตสาหกรรมนี้ ในช่วงที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่า โครงสร้างอุตสาหกรรมสื่อโฆษณามีการเปลี่ยนแปลงไปมาก ลูกค้าต้องการใช้สื่อโฆษณาที่มีรูปแบบทันสมัยและสามารถปรับเปลี่ยนข้อความทางการตลาดที่นำเสนออย่างรวดเร็วทันทั่วถึง ดังจะเห็นได้จากการใช้สื่อป้ายโฆษณาที่มีการเติบโตทุกปี ในปี 2561- 2562 เติบโตร้อยละ 5.35 และร้อยละ 4.60 ตามลำดับ ส่วนในปี 2563 ยอดการใช้สื่อป้ายลดลงร้อยละ 18.27 ผลจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ดังนั้นการปรับตัวเพื่อพัฒนาสื่อโฆษณาที่ทันสมัยตามยุคสมัย และสอดคล้องกับต้องการผู้ใช้สื่อโฆษณา การขยายเครือข่ายการให้บริการให้ครอบคลุมพื้นที่ตามเส้นทางจราจรใหม่ๆ ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องจำเป็นในการรักษาส่วนแบ่งการตลาดและการเพิ่มสัดส่วนส่วนแบ่งการตลาดให้เพิ่มขึ้น โดยบริษัทมีเป้าหมายที่จะมีส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ที่ 10% ของธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) (ปัจจุบันส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทอยู่ประมาณ 5-6%)

ธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ

3.5 ความเสี่ยงจากการที่เรียกเก็บเงินตามสัญญาเช่าไม่ได้

ความเสี่ยงจากการที่กลุ่มบริษัทไม่สามารถเรียกเก็บเงินตามสัญญาเช่า อาจเกิดขึ้นในกรณีที่ลูกค้าได้รับผลกระทบในเชิงลบจากสถานะเศรษฐกิจและภาคอุตสาหกรรมหรือจากการดำเนินธุรกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงินของกลุ่มลูกค้าจนอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการจ่ายค่าเช่าตามสัญญา อาจจะทำให้กลุ่มบริษัทขาดสภาพคล่องและส่งผลกระทบต่อชำระหนี้เงินกู้สถาบันการเงินที่มีภาระต้องชำระเป็นรายเดือนได้

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทคาดว่าผลกระทบดังกล่าวไม่น่าจะเกิดขึ้น เนื่องจากกลุ่มลูกค้าของกลุ่มบริษัทเป็นบริษัทชั้นนำ มีความน่าเชื่อถือ และมีความมั่นคงทางการเงินในระดับสูง รวมถึงกลุ่มบริษัทได้กำหนดให้ผู้เช่าต้องวางเงินประกันค่าเช่าและบริการเป็นเงินสด ซึ่งเงื่อนไขของสัญญาเช่าโครงการ Built-to-Suit ส่วนใหญ่ยังได้กำหนดไว้ว่า หากผู้เช่ายกเลิกสัญญาเช่าก่อนสิ้นสุดระยะเวลาการเช่าที่กำหนดไว้ ผู้เช่าจะต้องชำระค่าทดแทนเท่ากับค่าเช่าสำหรับระยะเวลาการเช่าที่เหลืออยู่ทั้งหมดให้แก่กลุ่มบริษัท นอกจากนี้กลุ่มบริษัทได้เตรียมสภาพคล่องทางการเงินส่วนหนึ่งที่จะเพียงพอจะชำระหนี้เงินกู้ในระยะเวลา 3 งวดหากเกิดปัญหาขึ้นจริงจะไม่ส่งผลกระทบต่อภาระหนี้สถาบันการเงินอย่างแน่นอน

3.6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากผู้เช่าน้อยราย

ปัจจุบันบริษัทมีพื้นที่คลังสินค้าให้ผู้เช่าคิดเป็นอัตราการใช้ร้อยละ 96.68 จากลูกค้า 2 กลุ่ม ซึ่งถือว่าบริษัทมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากผู้เช่าน้อยราย ในกรณีที่ลูกค้าได้รับผลกระทบในเชิงลบจากภาวะเศรษฐกิจและภาคอุตสาหกรรมหรือจากการดำเนินธุรกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงินของกลุ่มลูกค้าจนอาจไม่สามารถเช่าครบตามกำหนดสัญญา กลุ่มบริษัทอาจจะได้รับผลกระทบจากรายได้ค่าเช่าที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทคาดว่าผลกระทบดังกล่าวไม่น่าจะเกิดขึ้น เนื่องจากกลุ่มลูกค้าของกลุ่มบริษัทเป็นบริษัทที่มีฐานการผลิตในประเทศไทย และคลังสินค้าที่กลุ่มบริษัทให้ผู้เช่าอยู่ใกล้เคียงกับโรงงานผลิตของผู้เช่า รวมทั้งขนาดพื้นที่เช่ามีขนาดมากกว่า 100,000 ตารางเมตรและอยู่ในบริเวณเดียวกัน ง่ายต่อการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ของผู้เช่า นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทได้กำหนดเงื่อนไขของสัญญาเช่าไว้ว่า หากผู้เช่ายกเลิกสัญญาเช่าก่อนสิ้นสุดระยะเวลาการเช่าที่กำหนดไว้ ผู้เช่าจะต้องชำระค่าทดแทนเท่ากับค่าเช่าสำหรับระยะเวลาการเช่าที่เหลืออยู่ทั้งหมดให้แก่กลุ่มบริษัท

3.7 ความเสี่ยงจากนโยบายการจัดซื้อที่ดินเพื่อนำมาพัฒนาโครงการในอนาคต

กลุ่มบริษัทมีนโยบายในการจัดซื้อที่ดิน โดยมุ่งเน้นที่จะจัดหาที่ดินที่มีศักยภาพและสามารถนำมาพัฒนาโครงการได้ทันที หรือในอนาคตอันใกล้ ดังนั้นกลุ่มบริษัทจึงไม่มีนโยบายในการซื้อที่ดินสะสม (Land Bank) ไว้เป็นจำนวนมากๆ โดยที่ยังไม่มีแผนการพัฒนาหรือยังไม่มีแผนการที่จะมีผู้เช่ามาเช่าหรือไม่ แต่เนื่องจากการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นจึงทำให้มีการแข่งขันเพื่อซื้อหรือเช่าที่ดินในทำเลที่ตรงระหว่างผู้ประกอบการต่างๆ จึงอาจทำให้กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากการที่ราคาที่ดินมีการปรับตัวสูงขึ้น หรือการที่กลุ่มบริษัทจะไม่สามารถจัดซื้อที่ดินในทำเลที่ตั้งที่ต้องการภายใต้ต้นทุนที่ต้องการได้ ซึ่งอาจส่งผลให้ต้นทุนในการพัฒนาโครงการของกลุ่มบริษัทสูงขึ้น หรือกลุ่มบริษัทอาจตัดสินใจไม่ลงทุนเนื่องจากอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนอาจจะไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กลุ่มบริษัทได้กำหนดไว้

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทมีการจัดทำแผนการสำรวจและจัดซื้อที่ดินให้สอดคล้องกับการนำไปพัฒนาโครงการๆ ของกลุ่มบริษัทอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้กลุ่มบริษัทได้สังเกตเห็นว่า การซื้อที่ดินสะสมไว้เป็นจำนวนมากๆ โดยไม่มีแผนการพัฒนานั้นหรือยังไม่มีแผนการที่จะมีผู้เช่ามาเช่าหรือไม่ ไม่สอดคล้องกับแผนธุรกิจของกลุ่มบริษัทรวมทั้งยังอาจก่อให้เกิดปัญหาสภาพคล่องทางการเงินต่อกลุ่มบริษัทได้ ดังนั้นกลุ่มบริษัทจึงมุ่งเน้นการจัดซื้อที่ดินไว้ในปริมาณที่สอดคล้องกับแผนธุรกิจของกลุ่มบริษัทโดยเป็นพื้นที่ที่สามารถนำมาพัฒนาโครงการได้ทันทีหรือในอนาคตอันใกล้ หรือเป็นพื้นที่ที่มีการวางแผนร่วมกันกับลูกค้าสำหรับส่วนต่อขยายโครงการของลูกค้า และยังมีนโยบายในการลงทุนในสิทธิการเช่าที่ดินสำหรับที่ดินบางแปลง โดยคำนึงถึงการศึกษาความเป็นไปได้ของผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นสำคัญ ซึ่งช่วยให้กลุ่มบริษัทสามารถจัดหาที่ดินที่มีศักยภาพเพื่อนำมาพัฒนาโครงการในทำเลที่ตั้งที่ได้ตกลงร่วมกันกับผู้เช่าได้ดีกว่าการสะสมที่ดินดังเช่นผู้ประกอบการรายอื่นๆ ตลอดจนมีความยืดหยุ่นในการที่จะรองรับการขยายธุรกิจของผู้เช่า และสามารถควบคุมราคาค่าที่ดินให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

3.8 ความเสี่ยงจากความเสี่ยงของอัตราดอกเบี้ย

ในการลงทุนและพัฒนาโครงการต่างๆของบริษัท บริษัทมีแหล่งเงินทุนจากการพึ่งพิงแหล่งเงินทุนจากภายนอก เป็นหลัก ได้แก่ เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เงินกู้ยืมระยะยาวกับธนาคารพาณิชย์ และหุ้นกู้ คิดเป็นสัดส่วนรวมร้อยละ 72 ของหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยทั้งหมด

การพึ่งพิงแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินในสัดส่วนที่สูงดังกล่าว ทำให้บริษัทมีภาระในการชำระดอกเบี้ยและเงินต้นของหุ้นกู้ รวมถึงมีภาระในการชำระคืนเงินกู้ยืมและดอกเบี้ยตามที่ธนาคารพาณิชย์กำหนด และก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อบริษัทในด้านต่างๆ อันเนื่องมาจากข้อกำหนดและเงื่อนไขที่ธนาคารพาณิชย์และข้อกำหนดสิทธิหุ้นกู้ได้กำหนดไว้ เช่น เรื่องการดำรงอัตราส่วนทางการเงิน หากบริษัทไม่สามารถชำระดอกเบี้ยหรือเงินต้นหรือปฏิบัติตามที่ข้อกำหนดและเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้ บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการถูกเรียกให้ชำระคืน หุ้นกู้ และเงินกู้ยืมระยะยาวกับธนาคารพาณิชย์ บางส่วนหรือทั้งหมดในทันที

อย่างไรก็ตาม การลงทุนของบริษัทจะเป็นการลงทุนในธุรกิจที่มีความมั่นคงของรายได้และมีอัตราผลตอบแทนที่สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยที่กู้มาลงทุน รวมทั้งการกู้ยืมเงินเกือบทั้งหมดบริษัทได้จัดให้มีหลักประกันตามความเหมาะสมเพื่อเป็นหลักประกันให้กับผู้ให้ การสนับสนุนเงินกู้ให้แก่บริษัท รวมทั้งการดำรงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ ตามข้อกำหนดธนาคารพาณิชย์และข้อกำหนดสิทธิหุ้นกู้ บริษัทสามารถดำรงอัตราส่วนทางการเงินดังกล่าวไว้ได้ เป็นดังนี้

สถาบันการเงิน	วงเงินกู้ยืม (ล้านบาท)	ยอดเงินกู้คงเหลือ 31 ธันวาคม 2563 (ล้านบาท)	วัตถุประสงค์	การดำรงอัตราส่วนทางการเงินที่ ระบุในสัญญา	อัตราส่วนของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563
สถาบันการเงินแห่ง ที่ 1	1,109.79	335.39	เพื่อซื้อหุ้นใน บริษัท บอร์ด เวย์ มีเดีย จำกัด, ลงทุนใน ธุรกิจสื่อโฆษณาและ คลังสินค้า	D/E ¹⁾ ไม่เกิน 1.5 เท่า และ DSCR ²⁾ ไม่ต่ำกว่า 1.2 เท่า	D/E = 0.85 เท่า DSCR = 0.99 เท่า
สถาบันการเงินแห่ง ที่ 2	2,156.48	1,226.53	เพื่อซื้อหุ้นใน บริษัท บอร์ด เวย์ มีเดีย จำกัด เพิ่มอีก 5%, ลงทุนในธุรกิจสื่อโฆษณา คลังสินค้า และการลงทุนใน หุ้นสามัญของบริษัทรวม	D/E ¹⁾ ไม่เกิน 1.5 เท่า และ Interest Bearing Debt / EBITDA ³⁾ ไม่เกิน 6 เท่า	D/E = 0.85 เท่า Interest Bearing Debt / EBITDA = 6.36 เท่า (เกินเนื่องจากบริษัทออก หุ้นกู้จำนวน 453 ล้านบาทในวันที่ 9 ธค.63 เพื่อขยายการลงทุนและได้รับ การผ่อนผันจากธนาคารแล้ว)
สถาบันการเงินแห่ง ที่ 3	138.80	99.44	ลงทุนในธุรกิจสื่อโฆษณา	ไม่มี	ไม่มี

1) D/E หมายถึง อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

2) DSCR หมายถึง ถ้าไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย / เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี

3) Interest Bearing Debt / EBITDA หมายถึง หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยทั้งหมด / ถ้าไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (annualized)

ตราสารหนี้	อัตราส่วนของหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Total Debt to Equity Ratio) ตามข้อกำหนดสิทธิฯ หุ้นกู้	อัตราส่วนของหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Total Debt to Equity Ratio) ตามข้อกำหนดสิทธิฯ หุ้นกู้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563
หุ้นกู้ของบริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 1/2562 ครบกำหนดไถ่ถอน พ.ศ. 2564	ไม่เกิน 1.50 : 1 (หนึ่งจุดห้าต่อหนึ่ง) ณ วันสิ้นงวดบัญชีรายไตรมาสของผู้ถือหุ้นกู้ในแต่ละไตรมาส ตามงบการเงินรวมรายไตรมาส และ ณ วันสิ้นปีบัญชีของผู้ถือหุ้นกู้ในแต่ละปี ตามงบการเงินรวมประจำปี	0.85
หุ้นกู้มีประกันของบริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 2/2562 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2564		
หุ้นกู้มีประกันของบริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 2/2563 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2565	ไม่เกิน 2 : 1 (สองต่อหนึ่ง) ณ วันสิ้นงวดบัญชีรายไตรมาสของผู้ถือหุ้นกู้ในแต่ละไตรมาส ตามงบการเงินรวมรายไตรมาส และ ณ วันสิ้นปีบัญชีของผู้ถือหุ้นกู้ในแต่ละปี ตามงบการเงินรวมประจำปี	

อย่างไรก็ตาม ปี 2563 บริษัทได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 อาจส่งผลให้อัตราส่วนทางการเงินเกี่ยวกับ DSCR และ Interest Bearing Debt / EBITDA ได้ ซึ่งบริษัทได้แจ้งให้สถาบันการเงินทราบอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

3.9 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยรวมจำนวน 2,756.51 ล้านบาท แยกเป็นเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินจำนวน 1,890.42 ล้านบาท และเงินกู้จากการจำหน่ายหุ้นกู้จำนวน 866.10 ล้านบาท โดยเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินของบริษัทมี (1) อัตราดอกเบี้ยลอยตัวจำนวน 1,705.57 ล้านบาท (2) อัตราดอกเบี้ยคงที่จำนวน 184.85 ล้านบาท และหุ้นกู้ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยคงที่ ดังนั้นหากอัตราดอกเบี้ยในตลาดปรับตัวสูงขึ้น กลุ่มบริษัทก็จะมีภาระในการจ่ายดอกเบี้ยที่สูงขึ้น ซึ่งจะมีผลกระทบทำให้กำไรของกลุ่มบริษัทลดลง

จากการที่หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยส่วนใหญ่ของบริษัทมีอัตราดอกเบี้ยลอยตัว อย่างไรก็ตามอัตราดอกเบี้ยที่บริษัทได้รับจากสถาบันการเงินเป็นอัตราดอกเบี้ยสำหรับลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี (MLR) ลบ 1-3% ซึ่งสามารถลดความเสี่ยงได้ระดับหนึ่ง ประกอบกับแผนการจัดหาเงินทุนเพื่อพัฒนาโครงการของกลุ่มบริษัทนั้นไม่ได้พึ่งพิงการใช้เงินกู้จากสถาบันการเงินเพียงอย่างเดียว แต่กลุ่มบริษัทยังได้มีนโยบายจัดหาเงินทุนและระดมทุนจากแหล่งเงินทุนอื่นๆ อย่างสมดุล โดยเฉพาะส่วนการระดมทุนผ่านทางตลาดหลักทรัพย์ฯ และจากการจำหน่ายทรัพย์สินผ่านกองทุนรวมซึ่งจะเป็นแหล่งเงินทุนสำคัญที่นำมาใช้ในการลงทุนในอนาคต ซึ่งถือได้ว่าเป็นการช่วยลดความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราดอกเบี้ย ด้วยการกำหนดอัตราดอกเบี้ยแบบคงที่ (Fixed Interest Rate)

3.10 ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของ COVID-19

จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ในประเทศไทยมีการแพร่กระจายไปทั่ว ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจไปทั้งในและนอกประเทศไทย ส่งผลกระทบต่องานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การผลิต การส่งออก และอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น ธุรกิจของบริษัทที่ได้รับกระทบ มีดังนี้

1. ธุรกิจสื่อโฆษณาออกบ้าน (Out of Home media : OOH) ได้รับผลกระทบอย่างมากในไตรมาสที่ 2 ปี 2563 ที่มีรายได้ลดลงร้อยละ 49 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 2563 จากการ Lockdown และคนออกมาใช้ชีวิตนอกบ้านมีปริมาณน้อยลง ส่งผลให้ลูกค้าใช้บริการสื่อลดลง โดยบริษัทมีการปรับตัว เช่น การช่วยเหลือเรื่องราคาให้กับลูกค้าให้สอดคล้องกับงบประมาณของลูกค้า หรือช่วยเหลือลูกค้าที่การดัดงบประมาณก่อนสัญญาโฆษณาสิ้นสุด ซึ่งทางบริษัทก็ยินยอมยกเลิกสัญญาโดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ อย่างไรก็ตาม ในไตรมาสที่ 3 ปี 2563 ยอดรายได้มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 2 ปี 2563 คิดเป็นร้อยละ 31 ขณะที่ในไตรมาสที่ 4 ปี 2563 เดบิตคิดเป็นร้อยละ 20 จากไตรมาสที่ 3/2563 ด้วยมาตรการต่างๆ ที่รัฐบาลออกมารกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ ซึ่งคาดว่าจะช่วยให้เกิดการค้าการขายและการหมุนเวียนภายในประเทศเพิ่มขึ้น และบริษัทมองเห็นว่าการทำการตลาดผ่านสื่อโฆษณายังเป็นกลยุทธ์ที่ยังใช้ได้
2. ธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและบริการ เป็นธุรกิจที่มีการทำสัญญาระยะยาวกับบริษัทชั้นนำ จึงไม่ได้รับผลกระทบ
3. ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ เพื่อดำเนินกิจการศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพที่จังหวัดเชียงใหม่ ดำเนินการภายใต้บริษัทย่อย คือ บจ. มันทรา แอสเซ็ท (MANTRA) ในช่วง COVID-19 ผู้เช่าโครงการได้รับผลกระทบ 100% เนื่องจากลูกค้าของผู้เช่าเป็นชาวต่างชาติทั้งหมด ทำให้มีการค้างชำระค่าเช่าและค่าบริการ และ MANTRA ได้บอกเลิกสัญญาและให้ส่งคืนสินทรัพย์ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ซึ่งจะทำให้ต้องหยุดรายได้ตามสัญญาเดือนละประมาณ 5.5 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม MANTRA จะต้องเร่งหาผู้เช่ารายใหม่ หรืออาจพิจารณาขายโครงการนี้ต่อไป เนื่องจากโครงการนี้ออกแบบรองรับการเป็นศูนย์สุขภาพ (Wellness Center) ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มที่ดี
4. การลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท อีสเทอร์น พาวเวอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) “EP” ธุรกิจที่ดำเนินการภายใต้ EP ประกอบด้วย ธุรกิจพลังงาน โรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ โดยผลกระทบสรุปได้ดังนี้
 - 4.1 ธุรกิจพลังงาน เนื่องจากรายได้ส่วนใหญ่มาจากสัญญาซื้อขายไฟซึ่งได้ทำสัญญาไว้ล่วงหน้าแล้ว จึงไม่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าว ยกเว้นผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เนื่องจากทางกลุ่มพลังงานของ EP มีการกู้ยืมเงินเป็นเงินต่างประเทศ โดยมาตรฐานบัญชีกำหนดให้มีการรับรู้ส่วนต่างของอัตราแลกเปลี่ยนทุกวันสิ้นงวดบัญชี
 - 4.2 โรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากธุรกิจโรงพิมพ์ครบวงจรเป็นธุรกิจดั้งเดิมของ EP ซึ่งหลายปีที่ผ่านมาธุรกิจโรงพิมพ์เริ่มถดถอย ทาง EP จึงได้มีการลงทุนในธุรกิจพลังงานตามที่กล่าวไว้ข้างต้น รวมทั้งการขายการลงทุนในธุรกิจบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตจากพฤติกรรมของผู้บริโภคได้เปลี่ยนมาใช้ e-commerce และ Online มากขึ้น ซึ่งในช่วงที่มี Lockdown และคนออกมาใช้ชีวิตนอกบ้านมีปริมาณน้อยลง การค้าขายผ่านระบบ Online จึงมีการขายตัวอย่างมาก ส่งผลดีต่อธุรกิจบรรจุภัณฑ์ของกลุ่ม EP

อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจในช่วง COVID-19 การบริหารกระแสเงินสดของกิจการเป็นเรื่องสำคัญ บริษัทมีการบริหารการเงินได้รับการยอมรับและเชื่อถือจากสถาบันการเงินจึงทำให้ผ่านช่วงเวลาดังกล่าวไปได้อย่างราบรื่น โดยในช่วงวิกฤตดังกล่าวบริษัทไม่มีนโยบายลดจำนวนพนักงานหรือลดเงินเดือน เนื่องจากบริษัทตระหนักดีว่าบุคลากรของกลุ่มเป็นทรัพยากรหรือสินทรัพย์ที่มีมูลค่าที่สุด ทุกคนทุกตำแหน่งร่วมกับบริษัทเพื่อมองหาแนวทางลดค่าใช้จ่าย เพื่อสร้างความมั่นคงในการดำรงอยู่ของบริษัทต่อไป รวมทั้งผลตอบแทนที่มั่นคงหลังจากที่วิกฤตผ่านพ้นไป

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้เข้าซื้อ

บริษัทและบริษัทย่อย มีลูกหนี้การค้าและลูกหนี้เข้าซื้อสุทธิ ดังนี้-

รายการลูกหนี้	ณ วันที่ 31 ธ.ค.2561		ณ วันที่ 31 ธ.ค.2562		ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2563	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ลูกหนี้การค้าลูกหนี้อื่น/ หัก: ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	337.65 -	100.00 -	313.98 5.75	100.00 1.83	383.60 94.82	100.00 24.72
ลูกหนี้การค้าสุทธิ-	337.65	100.00	308.23	98.17	288.78	75.28
ลูกหนี้เข้าซื้อ	2.98	100.00	2.98	100.00	0.93	100.00
หัก: ดอกเบี้ยเข้าซื้อหรือตัดบัญชี	0.22	7.38	0.22	7.38	-	-
หัก: ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	2.76	92.62	2.76	92.62	0.93	100.00
ลูกหนี้เข้าซื้อสุทธิ-	-	-	-	-	-	-
รวมยอดลูกหนี้สุทธิ-	337.65	100.00	308.28	100.00	288.78	100.00

นโยบายการตั้งค่าเผื่อการด้อยค่าสินทรัพย์ทางการเงินที่ถือปฏิบัติตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563

บริษัทและบริษัทย่อยใช้วิธีการอย่างง่ายในการคำนวณผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น สำหรับลูกหนี้การค้าและสินทรัพย์ที่เกิดจากสัญญา ดังนั้นทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน บริษัทและบริษัทย่อยจึงไม่มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของความเสียหายด้านเครดิต แต่จะรับรู้ค่าเผื่อผลขาดทุนจากผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดอายุของลูกหนี้การค้าและสินทรัพย์ที่เกิดจากสัญญา โดยอ้างอิงจากข้อมูลผลขาดทุนด้านเครดิตจากประสบการณ์ในอดีต ปรับปรุงด้วยข้อมูลการคาดการณ์ไปในอนาคตเกี่ยวกับลูกหนี้และสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ

ในกรณีที่ความเสี่ยงด้านเครดิตของสินทรัพย์ไม่ได้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญนับตั้งแต่การรับรู้รายการเริ่มแรก บริษัท และบริษัทย่อยวัดมูลค่าผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นโดยพิจารณาจากการผิดสัญญาที่อาจจะเกิดขึ้นใน 12 เดือนข้างหน้า ในขณะที่หากความเสี่ยงด้านเครดิตของสินทรัพย์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญนับตั้งแต่การรับรู้รายการเริ่มแรก บริษัทฯ และบริษัทย่อยวัดมูลค่าผลขาดทุนด้วยจำนวนเงินที่เท่ากับผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดอายุที่เหลืออยู่ของเครื่องมือทางการเงิน

บริษัทและบริษัทย่อยพิจารณาว่าความเสี่ยงด้านเครดิตจะเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อมีการค้างชำระการจ่ายเงินตามสัญญาเกินกว่า 30 วัน และพิจารณาว่าสินทรัพย์ทางการเงินนั้นมีการผิดสัญญา เมื่อมีการค้างชำระการจ่ายเงินตามสัญญาเกินกว่า 90 วัน อย่างไรก็ตาม ในบางกรณี บริษัทฯ และบริษัทย่อยอาจพิจารณาว่าสินทรัพย์ทางการเงินนั้นมีการเพิ่มขึ้นของความเสี่ยงด้านเครดิตอย่างมีนัยสำคัญและมีการผิดสัญญา โดยพิจารณาจากข้อมูลภายในหรือข้อมูลภายนอกอื่น เช่น อันดับความน่าเชื่อถือด้านเครดิตของผู้ออกตราสาร

4.2 สินทรัพย์ถาวร

บริษัทมีสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่ที่ 121/68-69 ชั้น 21 อาคารอาร์เอสทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 นอกจากการใช้พื้นที่ดังกล่าวเป็นสถานประกอบการของบริษัทแล้ว ยังจัดสรรพื้นที่ส่วนหนึ่งให้บริษัทย่อยทุกบริษัทเช่าเพื่อเป็นสำนักงานด้วย

ณ วันสิ้นงวดบัญชี กลุ่มบริษัทมีทรัพย์สินที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ มีรายละเอียดดังนี้

รายการ	ผู้ถือกรรมสิทธิ์ / ลักษณะ กรรมสิทธิ์	มูลค่าทางบัญชีคงเหลือ (ล้านบาท)			ภาระผูกพัน (ล้านบาท)					
		ณ วันที่ 31 ธ.ค.2561	ณ วันที่ 31 ธ.ค.2562	ณ วันที่ 31 ธ.ค.2563	บริษัท	AA	BWM	TCDC	AWH	รวม
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์										
แห่งที่ 1 วงเงินร่วม AA และ BWM										
- ที่ดินและอาคารบนโฉนดเลขที่ 98464 เนื้อที่ 16 ไร่.	AA / เจ้าของ	5.45	5.18	4.92	-			-	-	
- ที่ดินและอาคารบนโฉนดเลขที่ 98465 เนื้อที่ 16 ไร่.										
- ที่ดินและอาคารบนโฉนดเลขที่ 1655 เนื้อที่ 18 ไร่ 3/10 ไร่.	AA / เจ้าของ	4.69	4.66	4.62	-	100.00		-	-	100.00
- ที่ดินและอาคารบนโฉนดเลขที่ 12670 เนื้อที่ 412 ไร่.	BWM / เจ้าของ	17.01	16.94	16.88	-			-	-	
- ที่ดินและอาคารบนโฉนดเลขที่ 126705 เนื้อที่ 15 ไร่.										
รวมวงเงินแห่งที่ 1		27.15	26.78	26.42	-	100.00		-	-	100.00
แห่งที่ 3										
- ที่ดินและอาคารบนโฉนดเลขที่ 126850 เนื้อที่ 19 ไร่ 1/10 ไร่.	BWM / เจ้าของ	31.43	31.32	31.21	-	2.80	18.00	-	-	20.80
รวมวงเงินแห่งที่ 3		31.43	31.32	31.21	-	2.80	18.00	-	-	20.80
- ที่ดินโฉนดเลขที่ 32882 เนื้อที่ 1 งาน 71 ไร่.	AA / เจ้าของ	3.81	3.81	3.81	-	-	-	-	-	-
รวมที่ดินและอาคาร		62.39	61.91	61.44	-	120.80		-	-	120.80
อาคารชุด										
แห่งที่ 1										
- สำนักงาน ห้องชุดเลขที่ 121/68-69 พื้นที่ 1,089 ตรม. โฉนดเลขที่ 14124	บริษัท / เจ้าของ	9.94	9.02	8.08	837.79	-	-	-	-	837.79
ส่วนปรับปรุงอาคาร	บริษัท / เจ้าของ	0.38	0.10	0.05	-	-	-	-	-	-
เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์	บริษัท / เจ้าของ	3.45	3.07	2.59	-	-	-	-	-	-
ยานพาหนะ	บริษัท / เจ้าของ	0.81	5.73	8.38	-	-	-	-	-	-
ยานพาหนะตามสัญญาเช่าระยะยาว	บริษัท / เจ้าของ	6.45	6.11	5.05	-	-	-	-	-	-
โครงข่ายโฆษณาและอุปกรณ์										
แห่งที่ 1										
ส่วนที่ -1.1	AA / เจ้าของ	294.44	256.96	221.97	-	-	-	-	-	-

รายการ	ผู้ถือกรรมสิทธิ์ / ลักษณะ กรรมสิทธิ์	มูลค่าทางบัญชีคงเหลือ (ล้านบาท)			ภาระผูกพัน (ล้านบาท)					
		ณ วันที่ 31 ธ.ค.2561	ณ วันที่ 31 ธ.ค.2562	ณ วันที่ 31 ธ.ค.2563	บริษัท	AA	BWM	TCDC	AWH	รวม
- ส่วนที่ 1.2	AA / เจ้าของ	-	-	83.96	-	55.16	-	-	-	55.16
ส่วนที่ -2.1	BWM / เจ้าของ	640.85	585.07	505.84	-	-	-	-	-	-
- ส่วนที่ 2.2	BWM / เจ้าของ	-	131.62	188.29	-	-	171.77	-	-	171.77
รวมวงเงินแห่งที่ 1		935.29	973.65	1,000.06	-	55.16	171.77	-	-	226.93
ส่วนที่ -3	บริษัท เจ้าของ /	-	-	2.74	-	-	-	-	-	-
ส่วนที่ -4	MIS / เจ้าของ	52.29	45.88	38.28	-	-	-	-	-	-
ส่วนที่ -5	STN / เจ้าของ	-	130.77	123.54	-	-	-	-	-	-
อุปกรณ์คลังสินค้า										
แห่งที่ -1	MANTRA	9.43	6.92	4.39	-	-	-	-	-	-
แห่งที่ -2	TCDC	44.13	39.10	34.06	-	-	-	-	-	-
- แห่งที่ 3	AWH	-	0.01	0.01	-	-	-	-	-	-
งานระหว่างก่อสร้าง										
ส่วนที่ -1	AA / เจ้าของ	2.45	17.69	31.55	-	-	-	-	-	-
ส่วนที่ -2	BWM / เจ้าของ	29.25	36.96	28.96	-	-	-	-	-	-
ส่วนที่ -3	บริษัท เจ้าของ /	-	-	1.37	-	-	-	-	-	-
ส่วนที่ -4	MIS / เจ้าของ	0.20	8.92	9.16	-	-	-	-	-	-
ส่วนที่ -5	STN / เจ้าของ	-	4.62	6.10	-	-	-	-	-	-
รวม		1,156.46	1,350.46	1,365.82	837.79	347.73		-	-	1,185.52

*บริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) (“AA”/“AQUAAD”), บริษัท บอร์คเวย์ มีเดีย จำกัด (“BWM”), บริษัท ไทย คอนซูมเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด (“TCDC”), บริษัท มันทรา แอสเซ็ท จำกัด (“MANTRA”)

**บริษัทย่อยทางอ้อม ได้แก่ บริษัท ส. ธนา มีเดีย จำกัด (“STN”), บริษัท เอ็ม.ไอ.เอส. มีเดีย จำกัด (“MIS”), บริษัท แอ็คคอมพลิช เวย์ โฮลดิ้ง จำกัด (“AWH”)

รายการ	ผู้ถือกรรมสิทธิ์ / ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าทางบัญชีคงเหลือ (ล้านบาท)			ภาระผูกพัน (ล้านบาท)					
		ณ วันที่ 31 ธ.ค.2561	ณ วันที่ 31 ธ.ค.2562	ณ วันที่ 31 ธ.ค.2563	บริษัท	AA	BWM	TCDC	AWH	รวม
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน										
-ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง โฉนดเลขที่ 49088 , 44915 เนื้อที่ 34-1-62.6 ไร่	MANTRA / เจ้าของ	685.13	687.45	469.17	-	-	-	-	-	-
แห่งที่ 1 - ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง โฉนดเลขที่ 33678 เนื้อที่ 6-2-83 ไร่ - ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง โฉนดเลขที่ 33679 เนื้อที่ 6-2-91 ไร่	AWH / เจ้าของ	362.50	399.20	330.60	837.79	-	-	-	Loan 272 ลบ. OD 1 ลบ.	1,110.79
รวมวงเงินกู้แห่งที่ 1		362.50	399.20	330.60	837.79	-	-	-	273.00	1,110.79
แห่งที่ 2 ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง โฉนดที่ดิน 18 แปลง เนื้อที่รวม 211-0-25 ไร่ โฉนดเลขที่ 5453, 6349, 6353, 11261, 11262, 11263, 6352, 7701, 6355, 6610, 11782, 12367, 12368, 12369, 22990, 22991, 30659, 55492	TCDC / เจ้าของ	2,805.41	2,844.41	2,863.21	459.48	Loan 20 ลบ. OD 1 ลบ.	Loan 20 ลบ. OD 1 ลบ.	Loan 1,657 ลบ. OD 3 ลบ.	-	2,161.48
รวมวงเงินกู้แห่งที่ 2		2,805.41	2,844.41	2,863.21	459.48	21.00	21.00	1,660.00	-	2,161.48
- ที่ดินโฉนดเลขที่ 5996 เนื้อที่ 10 ไร่	MANTRA / เจ้าของ	3.00	3.00	3.00	-	-	-	-	-	-
รวม		3,856.04	3,934.06	3,665.98	1,297.27	21.00	21.00	1,660.00	273.00	3,272.27

บริษัทใหญ่

บริษัทฯ ได้ทำสัญญากู้ยืมเงินระยะยาวจากสถาบันการเงิน 3 แห่ง เป็นเงินกู้ระยะเวลา 3-5 ปี ดังนี้

แห่งที่หนึ่ง วงเงิน 837.79 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 คงเหลือ 233.64 ล้านบาท) โดยบริษัทนำทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจไปเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมและเงื่อนไข ดังนี้

1. โฉนดสิทธิเรียกร้องในการรับเงินปันผลจากหุ้นของทุกบริษัทที่บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้น ซึ่งธนาคารจะรับโอนสิทธิดังกล่าวต่อเมื่อบริษัทฯ ผิดนัดชำระหนี้กับธนาคาร
2. จำนวนห้องชุด ชั้นที่ 21 อาคารชุด อาร์ เอส ทาวเวอร์ กรรมสิทธิ์ของบริษัทฯ
3. จำน่าหุ้น บริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด
4. จดทะเบียนจำนองลำดับที่สอง และ สาม โฉนดที่ดินเลขที่ 33678 และ 33679 พร้อมสิ่งปลูกสร้างกรรมสิทธิ์ของบริษัท แอ็ค คอมพลีช เวย์ โฮลดิ้ง จำกัด

แห่งที่สอง วงเงิน 459.48 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 คงเหลือ 391.04 ล้านบาท) โดยบริษัทนำทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจไปเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมและเงื่อนไข ดังนี้

1. ดำรงสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด ร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว
2. จดทะเบียนจำนองลำดับที่สอง โฉนดที่ดิน 18 แปลงพร้อมสิ่งปลูกสร้างกรรมสิทธิ์ของบจก. ไทย คอนซุมเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์

แห่งที่สาม วงเงินเบิกเกินบัญชีจากสถาบันการเงิน 15 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มียอดที่ยังไม่ได้เบิกใช้ เงินเบิกเกินบัญชีวงเงิน 14.99 ล้านบาท) โดยบริษัทจำนำหุ้น บริษัท อีสเทอร์น พาวเวอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“EP”) จำนวน 10 ล้านหุ้น

บริษัทย่อยทางตรง

TCDC ได้ทำสัญญากู้ยืมเงินระยะยาวระยะเวลา 10 ปี จากสถาบันการเงินเป็นวงเงิน 1,657 ล้านบาท และวงเงินเบิกเกินบัญชี 3 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 คงเหลือ 795.49 ล้านบาท ส่วนเงินเบิกเกินบัญชียังไม่ได้เบิกใช้) โดยบริษัทนำทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจไปเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมและเงื่อนไข ดังนี้

1. จำนองที่ดิน 18 แปลงพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่ตั้งอยู่บนที่ดิน
2. สิทธิเรียกร้องในการรับเงินตามสัญญาเช่าและบริการ
3. สิทธิในสัญญาประกันภัย
4. ค่าประกันโดยบริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) เต็มจำนวน

AA ได้ทำสัญญากู้ยืมเงินระยะยาวจากสถาบันการเงิน 3 แห่ง เป็นเงินกู้ระยะเวลา 2-5 ปี ดังนี้

แห่งที่หนึ่ง ทำสัญญาขายและเช่าซื้อทรัพย์สิน โครงสร้างโฆษณาถาวรกลับคืน จำนวน 1 ฉบับ วงเงินรวม 55.16 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 คงเหลือ 48.32 ล้านบาท) โดยบริษัทนำทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจไปเป็นหลักประกันและเงื่อนไข ดังนี้

1. ป้ายโฆษณา STATIC จำนวน 11 ป้าย ซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท
2. บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ค่าประกันเต็มวงเงิน

แห่งที่สอง วงเงิน 20 ล้านบาท และวงเงินเบิกเกินบัญชี 1 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 คงเหลือ 20 ล้านบาท ส่วนเงินเบิกเกินบัญชียังไม่ได้เบิกใช้) โดยบริษัทนำทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจไปเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมดังนี้

- 3 จดทะเบียนจำนองลำดับที่สอง โฉนดที่ดิน 18 แปลงพร้อมสิ่งปลูกสร้างกรรมสิทธิ์ของบริษัท ไทย คอนซุมเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด
- 4 บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ค้ำประกันเต็มวงเงิน

แห่งที่สาม วงเงิน 30.80 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 คงเหลือ 21.44 ล้านบาท) โดยบริษัทนำทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจไปเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมและเงื่อนไข แยกตามวงเงินกู้ยืมดังนี้

วงเงิน 28 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 กันยายน 2563 คงเหลือ 18.64 ล้านบาท)

1. หุ่นสามัญของบริษัท อีสเทอร์น พาวเวอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“EP”) จำนวน 19 ล้านหุ้น ซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท
2. โฉนดสิทธิการรับเงินค่างานตามสัญญาซื้อขายโฆษณาบริเวณทางต่างระดับขาออกสนามบินสุวรรณภูมิตามสัญญาเลขที่ BB2561/07-001 ลงวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562 (คู่สัญญากับ บริษัท อควา แอด จำกัด(มหาชน))
3. บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ค้ำประกันเต็มวงเงิน

วงเงิน 2.80 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 คงเหลือ 2.8 ล้านบาท)

1. จำนองที่ดินโฉนดเลขที่ 126850 เนื้อที่ 19 1/10 ไร่ พร้อมสิ่งปลูกสร้างกรรมสิทธิ์ของบริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด
2. บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ค้ำประกันเต็มวงเงิน

BWM ได้ทำสัญญากู้ยืมเงินระยะยาวจากสถาบันการเงิน 3 แห่ง เป็นเงินกู้ระยะเวลา 2-5 ปี ดังนี้

แห่งที่หนึ่ง ทำสัญญาขายและเช่าซื้อทรัพย์สินโครงข่ายโฆษณาถาวร จำนวน 3 ฉบับ วงเงินรวม 171.77 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 คงเหลือ 112.30 ล้านบาท) โดยบริษัทนำทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจไปเป็นหลักประกันและเงื่อนไข ดังนี้

1. ป้ายโฆษณา LED จำนวน 19 ป้าย ซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท
2. บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ค้ำประกันเต็มวงเงิน

แห่งที่สอง วงเงิน 20 ล้านบาท และวงเงินเบิกเกินบัญชี 1 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 คงเหลือ 20 ล้านบาท ส่วนเงินเบิกเกินบัญชี) โดยบริษัทนำทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจไปเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมและเงื่อนไข ดังนี้

1. จดทะเบียนจำนองลำดับที่สอง โฉนดที่ดิน 18 แปลงพร้อมสิ่งปลูกสร้างกรรมสิทธิ์ของบริษัท ไทย คอนซุมเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด
2. บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) ค้ำประกันเต็มวงเงิน

แห่งที่สาม วงเงิน 108 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 คงเหลือ 78 ล้านบาท) โดยบริษัทนำทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจไปเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมและเงื่อนไข แยกตามวงเงินกู้ยืมดังนี้

วงเงิน 90 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 คงเหลือ 60 ล้านบาท)

1. หุ้นสามัญของบริษัท อีสเทอร์น พาวเวอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“EP”) จำนวน 60 ล้านหุ้น ซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท
2. โอนสิทธิการรับเงินค่างานตามสัญญาซื้อขายบริเวณทางต่างระดับขาออกสนามบินสุวรรณภูมิตามสัญญาเลขที่ BB2561/07-001 ลงวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562 (คู่สัญญากับ บริษัท อควา แอด จำกัด(มหาชน))
3. บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ค้ำประกันเต็มวงเงิน

วงเงิน 18 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 คงเหลือ 18 ล้านบาท)

1. จำนวนที่ดินโฉนดเลขที่ 126850 เนื้อที่ 19 1/10 ไร่ พร้อมสิ่งปลูกสร้างกรรมสิทธิ์ของบริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด
2. บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท อควา แอด จำกัด(มหาชน) ค้ำประกันเต็มวงเงิน

แห่งที่หนึ่ง ใช้ร่วมกันของ AA และ BMW วงเงิน 100 ล้านบาท

AA และ BMW ได้รับวงเงินสินเชื่อใช้ร่วมกันจากสถาบันการเงินแห่งที่หนึ่ง วงเงิน 100 ล้านบาท แยกเป็น เงินเบิกเกินบัญชีวงเงิน 10 ล้านบาท (บริษัทละ 5 ล้านบาท) ตัวสัญญาใช้เงินวงเงินรวม 40 ล้านบาท และวงเงินร่วมหนังสือค้ำประกัน 50 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ส่วนเงินเบิกเกินบัญชียังไม่ได้เบิกใช้ และวงเงินร่วมหนังสือค้ำประกัน 24.85 ล้านบาท โดยบริษัทนำทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจไปเป็นหลักประกันเงินกู้ยืม และเงื่อนไข ดังนี้

1. จำนวนโฉนดที่ดินเลขที่ 98464 , 98465 , 1655 ถนนลาดพร้าว เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ พร้อมสิ่งปลูกสร้างกรรมสิทธิ์ของ AA
2. จำนวนโฉนดที่ดินเลขที่ 126704 และ 126705 ถนนพระราม 4 เขตสาทร กรุงเทพฯ พร้อมสิ่งปลูกสร้างกรรมสิทธิ์ของ BMW
3. ค้ำประกันโดยบริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เต็มจำนวน

บริษัทย่อยทางอ้อม

AWH ได้ทำสัญญากู้ยืมเงินระยะจากสถาบันการเงิน โดยเป็นเงินกู้วงเงิน 272 ล้านบาท และวงเงินเบิกเกินบัญชี 1 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 คงเหลือ 101.75 ล้านบาท ส่วนเงินเบิกเกินบัญชียังไม่ได้เบิกใช้) โดยบริษัทนำทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจไปเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมและเงื่อนไข ดังนี้

1. ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง โฉนดเลขที่ 33678 , 33679 ตั้งอยู่ในตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. สิทธิในสัญญาประกันภัย
3. เงินสำรองในบัญชี Debt Service ไม่ต่ำกว่า 9 ล้านบาท
4. ค้ำประกันโดย บริษัท ไทย คอนซูมเมอร์ คิสทริবিভান শ্রেন্দেওর জাকদ

4.3 สินทรัพย์สิทธิการใช้

ณ วันสิ้นงวดบัญชี กลุ่มบริษัทมีสินทรัพย์สิทธิการใช้ ตามมาตรฐานบัญชีใหม่ (TFRS 16) ที่มีผลบังคับใช้เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 เป็นต้นไป ประกอบด้วยรายการดังนี้

สินทรัพย์สิทธิการใช้ตามสัญญาเช่า	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าทางบัญชีคงเหลือ (ล้านบาท)		
		ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2561	ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2562	ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2563
รถยนต์	ผู้เช่าใช้	-	-	3.28
พื้นที่ตั้งโครงข่ายโฆษณา	ผู้เช่า	-	-	422.59
รวม		-	-	425.87

4.4 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทอื่น

นโยบายในการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม บริษัทจะลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อโฆษณา ธุรกิจคลังสินค้า ให้เช่าและบริการ และธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนที่ดีและมั่นคง ความเสี่ยงในการลงทุนปานกลางถึงต่ำ ซึ่งจะพิจารณาสัดส่วนในการลงทุนเป็นกรณี ๆ ไป โดยดูจากแนวโน้มของธุรกิจ ถ้ามีโอกาสประสบความสำเร็จและสามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน บริษัทจะลงทุนในสัดส่วนที่มากพอที่บริษัทจะสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารและกำหนดนโยบาย

5. การเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชีที่สำคัญ

ในปี 2563 ไม่มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชี

6. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมาย ที่อาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่า ร้อยละ 5 ของสัดส่วนของผู้ถือหุ้น แต่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุดที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ดังนี้

ส่วนของบริษัท

1. บริษัทถูกฟ้องร้องเป็นจำเลยร่วมกับบริษัทแห่งหนึ่งในฐานความผิดละเมิด โดยเกิดเหตุการณ์น้ำรั่วของบริษัทฯ ทำให้ทรัพย์สินส่วนกลางเสียหาย ซึ่งศาลชั้นต้นพิพากษาให้บริษัทจ่ายค่าเสียหายจำนวน 3.23 ล้านบาท ปัจจุบันบริษัทฯ อยู่ระหว่างการยื่นอุทธรณ์ เนื่องจากกรรมสิทธิ์ที่คุ้มครองทรัพย์สินส่วนกลาง บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ห้องชุดเป็นผู้เอาประกันภัย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ตั้งสำรองประมาณการหนี้สินค่าเสียหายจากคดีความดังกล่าวไว้ในงบการเงินสำหรับปี 2563 แล้ว โดยเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นระหว่างปี 2562 ในช่วงวันปิดทำการของบริษัทซึ่งบริษัทได้พาพนักงานไปทำกิจกรรม Outing และ CSR ที่ต่างจังหวัด ในวันเดียวกันนั้นท่อส่งน้ำภายในสำนักงานของบริษัทชำรุดทำให้น้ำรั่วออกมาและไหลลงไปยังส่วนของลิฟต์อาคาร ทำให้ลิฟต์อาคารเกิดความเสียหาย ทางนิติบุคคลได้ซ่อมแซมและเคลมความเสียหาย กับบริษัทประกันภัย เนื่องจากลิฟต์เป็นทรัพย์สินส่วนกลางของอาคาร ซึ่งทางนิติบุคคลได้ทำประกันภัยเพื่อคุ้มครองทรัพย์สินของส่วนกลาง และจะเรียกเก็บค่าเบี้ยประกันภัยตามสัดส่วนของพื้นที่จากเจ้าของร่วม ซึ่งในการเกิดความเสียหายครั้งนี้บริษัทพิจารณาว่าบริษัทเป็นผู้เอาประกันในทรัพย์สินส่วนกลางด้วย ดังนั้นกรณีที่เกิดความเสียหายทางบริษัทประกันภัยจะต้องรับผิดชอบและไม่มีสิทธิ์มาเรียกร้องความเสียหายจากเจ้าของร่วมที่เป็นผู้จ่ายค่าเบี้ยประกันและเป็นเอาผู้ประกัน ดังนั้นเมื่อตกลงกันไม่ได้ ทางบริษัทประกันจึงดำเนินการเรียกร้องตามขั้นตอนของกฎหมาย

บริษัทย่อยทางตรง : บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน)

2. ในเดือนกรกฎาคม 2563 บริษัทย่อยถูกฟ้องร้องในคดีแพ่งในฐานผิดสัญญาเช่าจากบริษัทแห่งหนึ่ง โดยมีทุนทรัพย์ที่ฟ้องจำนวน 2.92 ล้านบาท ปัจจุบันคดีความอยู่ระหว่างการนัดไกล่เกลี่ย โดยเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้านี้สัญญาติดมากับป้ายที่บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) ชื้อมาได้ทำการลงนามสัญญาเช่าป้ายเพื่อนำไปขายต่อให้กับเจ้าของสินค้าอื่นๆ ก่อนหน้าที่บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) จะลงนามซื้อขายป้ายกับผู้ขาย โดยอ้างว่ามีการลงนามในสัญญาที่มีระยะเวลายาวถึง 38 เดือน เริ่มตั้งแต่วันที่ 1/11/2562 สิ้นสุดวันที่ 31/12/2565 ในราคาที่ต่ำกว่าที่ควรจะเป็นสำหรับการทำธุรกรรมระยะยาวเช่นนี้ ดังนั้นในการทำสัญญาซื้อขายป้าย บริษัทได้แจ้งผู้ขายว่าบริษัทจะไม่ขอรับโอนสิทธิ์ลูกค้ารายนี้ เนื่องจากบริษัทมีฝ่ายขายของบริษัทเอง ดังนั้นในการลงทุนซื้อป้ายมาบริษัทต้องนำมาให้ฝ่ายขายของบริษัทขายเพื่อให้สอดคล้องการลงทุน อย่างไรก็ตามบริษัทได้มีการแจ้งให้ผู้ขายทราบล่วงหน้าโดยคำนึงถึงสัญญาที่ลูกค้าของผู้ขาย(ผู้ฟ้อง)ได้นำไปขายต่อแล้ว แต่ผู้ฟ้องไม่ยินยอมจึงใช้สิทธิ์เรียกร้องตามกฎหมาย
3. ในเดือนสิงหาคม 2563 บริษัทย่อยถูกฟ้องร้องในคดีแพ่งฐานผิดสัญญาซื้อขายโครงป้ายโฆษณาจากบริษัทเจ้าหนี้แห่งหนึ่ง ด้วยทุนทรัพย์เป็นเงิน 19.26 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทย่อยได้ยกเลิกสัญญา และไม่จ่ายชำระค่าโครงป้ายที่ส่งมอบแต่ถูกสั่งให้รื้อถอนในภายหลัง ปัจจุบันคดีความอยู่ในระหว่างการนัดสืบพยาน โดยเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นจากการที่บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) ได้ซื้อป้ายโฆษณาจากผู้ประกอบการรายหนึ่ง ทั้งหมด 11 ป้าย และทราบว่ามี 2 ป้ายมีคำสั่งให้รื้อป้าย ก่อนการจ่ายเงินงวดสุดท้าย ดังนั้นบริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) จึงได้แจ้งให้ผู้ขายให้แก้ไขปัญหามาและได้ระงับการจ่ายเงินสำหรับ 2 ป้าย

นี้เป็นเงิน 19.26 ล้านบาทจนกว่าผู้ขายจะแก้ไขปัญหาหนี้เสร็จสิ้นภายในกำหนดเวลา แต่ผู้ขายไม่ดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวให้เสร็จสิ้น บริษัทย่อยจึงไม่สามารถจ่ายเงินดังกล่าวได้ ทางผู้ขายจึงใช้สิทธิ์เรียกร้องทางกฎหมาย

บริษัทย่อยทางอ้อม : บริษัท แอ็คคอมพลิช เวย์ โฮลดิ้ง จำกัด

4. ในปี 2562 บริษัทย่อยถูกฟ้องร้องในฐานะผิดสัญญา ซึ่งมีทุนทรัพย์ที่ฟ้องจำนวน 4.86 ล้านบาท โดยโจทก์ได้ยกเลิกสัญญาเช่าและเรียกให้บริษัทย่อยคืนเงินประกันการเช่า แต่บริษัทย่อยไม่คืนเงินประกันการเช่าดังกล่าวเนื่องจากโจทก์ยังไม่ส่งมอบทรัพย์สินที่เช่าในสภาพที่ดีซึ่งไม่เป็นไปตามสัญญาเช่า ปัจจุบันศาลได้ไต่ถามคดีให้บริษัทย่อย คืนเงินประกันส่วนหนึ่งจำนวน 2.35 ล้านบาทให้แก่โจทก์ โดยบริษัทย่อยได้จ่ายชำระคืนเงินจำนวนดังกล่าวแล้วในวันที่ 31 มกราคม 2563 และเมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2563 ทั้งสองฝ่ายได้ตกลงทำสัญญาประนีประนอมยอมความ โดยโจทก์ให้บริษัทย่อยคืนเงินประกันให้แก่โจทก์อีกจำนวน 0.90 ล้านบาท บริษัทย่อยได้จ่ายชำระคืนเงินจำนวนดังกล่าวและคดีสิ้นสุดแล้ว โดยเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นจากการที่ผู้เช่าคลังสินค้าพื้นที่ 4,525 ตารางเมตรได้สิ้นสุดการเช่าตามสัญญา เมื่อบริษัท แอ็ค คอมพลิช เวย์ โฮลดิ้ง จำกัด ไปปรับพื้นที่ที่พบว่าอาคารมีการชำรุดจากการใช้งานซึ่งตามสัญญาผู้เช่าจะต้องทำการ ซ่อมแซมพื้นที่ให้อยู่ในสภาพเดิม แต่ทางผู้เช่าไม่ดำเนินการ ทางบริษัท แอ็คคอมพลิช เวย์ โฮลดิ้ง จำกัด ได้ติดต่อหา ผู้รับเหมามาประเมินราคาค่าซ่อมแต่ทางผู้เช่าไม่ยินยอมจึงได้ยึดเหนี่ยวเงินประกันไว้ก่อนเพื่อเจรจาค่าซ่อมแซมกันแต่ไม่สามารถตกลงกันได้ ทางผู้เช่าจึงใช้สิทธิ์ทางกฎหมายเพื่อเรียกร้องเงินประกันคืน ซึ่งในกระบวนการศาล ได้ไต่ถามคดี ได้ข้อสรุปว่า ให้ทางบริษัท แอ็คคอมพลิช เวย์ โฮลดิ้ง จำกัด หักเงินประกันไว้ 1.61 ล้านบาทสำหรับค่า ซ่อมแซมส่วนที่เหลือ 3.25 ล้านบาทให้คืนแก่ผู้เช่า

7. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

7.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทที่ออกหลักทรัพย์

(1) ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

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 2563 บริษัทมีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วดังนี้

ทุนจดทะเบียน	: 2,996,500,000 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
รอบระยะเวลาบัญชี	: 1 มกราคม - 31 ธันวาคม

(2) ข้อมูลส่วนของบริษัทที่บริษัทถือหุ้นเกินร้อยละ 10

ชื่อบริษัท : บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) (“AQUA AD / AA”)
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
ลักษณะการประกอบธุรกิจ : สื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) โดยเน้นสื่อป้ายนิ่ง (STATIC)
ทุนจดทะเบียน : 404,430,759 บาท (หุ้นสามัญ 404,430,759 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563
ทุนชำระแล้ว : 404,430,759 บาท (หุ้นสามัญ 404,430,759 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563
รอบระยะเวลาบัญชี : 1 มกราคม - 31 ธันวาคม
สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท : ร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียน

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
ลักษณะการประกอบธุรกิจ : ปี 2559 เริ่มประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าและบริการ
ทุนจดทะเบียน : 10,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 1,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563
ทุนชำระแล้ว : 10,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 1,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563
รอบระยะเวลาบัญชี : 1 มกราคม - 31 ธันวาคม
สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท : ร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียน

ชื่อบริษัท : บริษัท ไทย คอนซุมเมอร์ ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด (“TCDC”)
ทะเบียนเลขที่ : 0105544083141
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 39,39/1 หมู่ที่ 11 ตำบลคลองเปรง อำเภอลำลูกเกด จังหวัดลำพูน
เว็บไซต์ : www.tcdc.co.th
โทรศัพท์ : (02) 694-8888
โทรสาร : (02) 694-8880
ลักษณะการประกอบธุรกิจ : ประกอบธุรกิจหลักทางด้านคลังสินค้าให้เช่าและให้บริการ
ทุนจดทะเบียน : 169,400,000 บาท (หุ้นสามัญ 1,694,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)
ทุนชำระแล้ว : 169,400,000 บาท (หุ้นสามัญ 1,694,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)
รอบระยะเวลาบัญชี : 1 มกราคม - 31 ธันวาคม
สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท : ร้อยละ 96.13 ของทุนจดทะเบียน

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
ลักษณะการประกอบธุรกิจ : สื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) โดยเน้นสื่อป้ายดิจิทัล LED
ทุนจดทะเบียน : 300,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 3,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)
ทุนชำระแล้ว : 300,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 3,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)
รอบระยะเวลาบัญชี : 1 มกราคม - 31 ธันวาคม
สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท : ร้อยละ 100 ของทุนชำระแล้ว

ชื่อบริษัท	: บริษัท อีสเทอร์น พาวเวอร์ กรุป จำกัด (มหาชน) (“EP”)
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
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: ธุรกิจพลังงาน โรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ต่างๆ
ทุนจดทะเบียน	: 1,579,018,686 บาท (หุ้นสามัญ 1,579,018,686 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563
ทุนชำระแล้ว	: 932,507,097 บาท (หุ้นสามัญ 932,507,097 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563
รอบระยะเวลาบัญชี	: 1 มกราคม - 31 ธันวาคม
สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท	: ร้อยละ 39.61 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 นางสาวชวนา 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

ที่ปรึกษากฎหมาย -ไม่มี -

สถาบันการเงินที่ติดต่อประจำ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ 1 ซอยราษฎร์บูรณะ 27/1 ถนนราษฎร์บูรณะ แขวงราษฎร์บูรณะ เขต
ราษฎร์บูรณะ กรุงเทพฯ 10140. โทร: 02-2220000
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ 1222 ถนนพระรามที่ 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ
10120. โทร: 02-2962000

เลขานุการบริษัท : นางสาวเรวดี หวานจิต

7.2 ข้อมูลสำคัญอื่นๆ

- ประวัติผิคนัดชำระหนี้เงินต้นหรือดอกเบี้ยของตราสารหนี้หรือผิคนัดชำระหนี้เงินกู้ยืมจากธนาคารพาณิชย์บริษัทเงินทุน บริษัทเครดิตฟองซิเอร์หรือสถาบันการเงินที่มีกฎหมายเฉพาะจัดตั้งขึ้น 3 ปีย้อนหลัง : -ไม่มี-
- ประวัติการผิดเงื่อนไขในการปฏิบัติตามข้อกำหนดสิทธิ 3 ปีย้อนหลัง : -ไม่มี-