

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

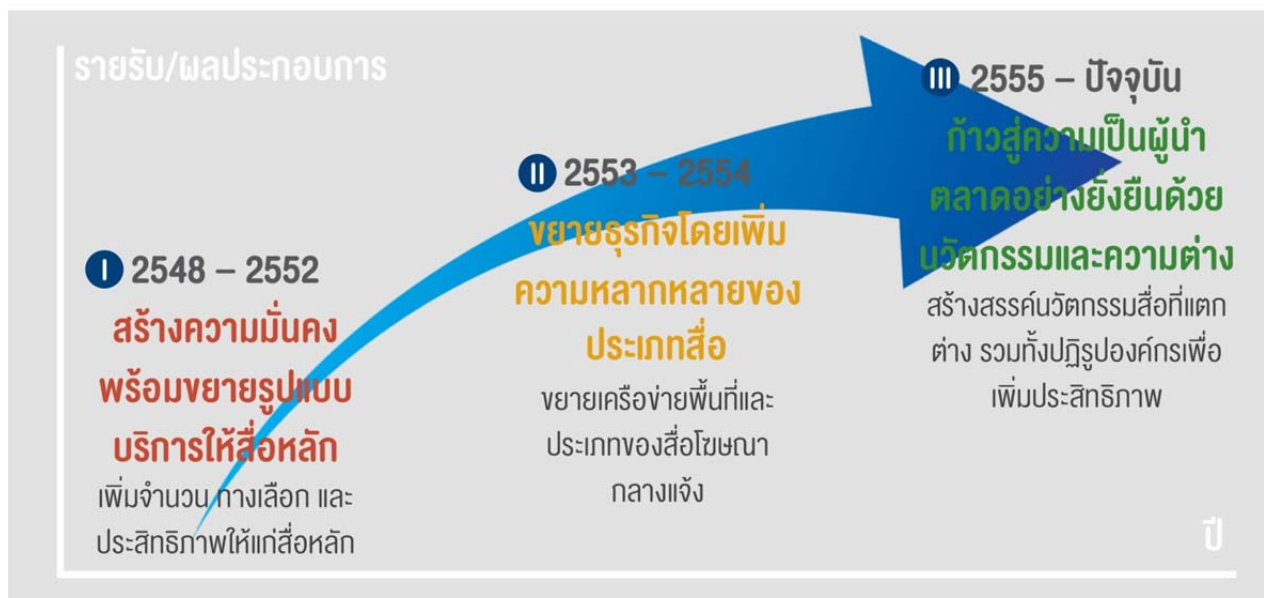
### 2.1 ความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

#### 2.1.1 ความเป็นมา

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) จัดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2548 โดยนายปรินทร์ โฉจรนะโกสินทร์ ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 10.0 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจให้บริการ และรับจ้างผลิตสื่อโฆษณา โดยปัจจุบันบริษัทฯ มุ่งเน้นงานโฆษณาที่ใช้สื่อโฆษณากายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ซึ่งประกอบด้วย สื่อโฆษณานบนระบบขนส่งมวลชน (Transit) สื่อโฆษณากลางแจ้ง (Outdoor) และสื่อโฆษณากายในห้างสรรพสินค้า (In-Store/ In-Mall)

#### 2.1.2 พัฒนาการที่สำคัญ

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ช่วงเวลาที่สำคัญ โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ช่วงที่ 1 ปี 2548 – 2552 : สร้างความมั่นคงพร้อมขยายรูปแบบบริการให้สื่อหลัก

ปี 2548



Full Wrap

- เริ่มธุรกิจด้วยสื่อโฆษณาเคลื่อนที่บนระบบขนส่งมวลชน (Transit) ประเภทรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ

เริ่มธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณากายนอกที่อยู่อาศัย ด้วยสื่อโฆษณาเคลื่อนที่บนระบบขนส่งมวลชน (Transit) ประเภทรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเป็นสื่อแรก โดยได้รับสัญญาสัมปทานจาก ขสมก. ในการเป็นผู้ให้บริการพื้นที่โฆษณากายนอกและภายในรถโดยสารประจำทางปรับอากาศประเภทยูโรทู จำนวนกว่า 1,200 คัน โดยให้บริการเช่าพื้นที่โฆษณาในรูปแบบ Full Wrap คือ รูปแบบโฆษณาที่ครอบคลุมพื้นที่รอบคันรถ



Half Wrap

ภายในปีเดียวกัน บริษัทฯ ได้คิดค้นรูปแบบ Half Wrap คือ รูปแบบโฆษณาที่ครอบคลุมพื้นที่ส่วนกลางของตัวรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ ซึ่งทำให้บริษัทฯ ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากและเป็นเจ้าแรกในประเทศไทยที่ให้บริการรูปแบบสื่อดังกล่าว

ปี 2550



In Bus Media

- ขยายสู่รถโดยสารประจำทางปรับอากาศเอกชน และ ก้าวสู่การเป็นผู้นำสื่อโฆษณาประเภทรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ

ขยายการให้บริการเข้าพื้นที่โฆษณาภายนอกและภายในรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเพิ่มเติม ในรูปแบบรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเอ็นจีวี ที่ได้รับสิทธิจากบริษัทเอกชนประมาณ 1,000 คัน เพื่อไม่ให้เป็นภาระผูกขาดกับ ขสมก.เพียงรายเดียว ส่งผลให้บริษัทฯ ก้าวสู่การเป็นผู้นำธุรกิจสื่อโฆษณาประเภทรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ ด้วยเครือข่ายกว่า 2,000 คัน

ปี 2552



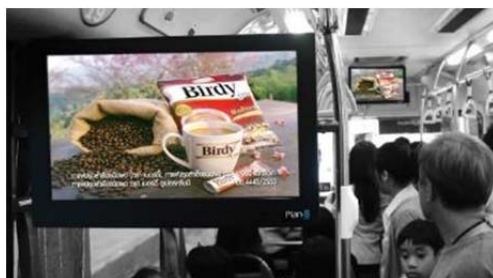
Mock-up 2 มิติ (2D)

- คิดค้นและนำเสนอรูปแบบสื่อ Mock-up 2 มิติ (2D) และ 3 มิติ (3D) และจอแอลซีดี (LCD)

เพิ่มการให้บริการสื่อโฆษณาในรูปแบบ Mock-up 2 มิติ (2D) และ 3 มิติ (3D) บริเวณหลังคารถโดยสารประจำทางปรับอากาศ นอกจากนี้ ยังได้ทำการติดตั้งจอแอลซีดีจำนวน 650 จอ ภายในตัวรถ (LCD on Bus) สำหรับให้บริการพื้นที่โฆษณาในรูปแบบมัลติมีเดีย



Mock-up 3 มิติ (3D)



จอแอลซีดีภายในตัวรถ (LCD on Bus)

ช่วงที่ 2 ปี 2553 – 2554 : ขยายธุรกิจโดยเพิ่มความหลากหลายของประเภทสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย

ปี 2553



Fonebooth

- **เข้าสู่ธุรกิจสื่อโฆษณากลางแจ้ง ประเภท Street Furniture**

เพิ่มบริการเช่าพื้นที่โฆษณาในรูปแบบของโฆษณากลางแจ้ง ประเภทภาพนิ่ง (Static) โดยเริ่มจากสื่อโฆษณาบริเวณตู้โทรศัพท์สาธารณะ (Fonebooth) โดยการนำตู้โทรศัพท์สาธารณะจากบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) เดิมที่มีสภาพเก่าและชำรุด มาปรับปรุงใหม่ จำนวนกว่า 500 จุด ในย่านใจกลางเมือง เช่น สีลม สาทร และ สุขุมวิท เป็นต้น

ปี 2554



Flyover

ขยายเครือข่ายธุรกิจสื่อโฆษณาอย่างรวดเร็ว โดยเพิ่มรูปแบบการให้บริการของสื่อโฆษณาที่หลากหลาย ดังนี้

- **ขยายธุรกิจสื่อโฆษณากลางแจ้ง บริเวณริมถนนและทางด่วน**

ให้บริการสื่อโฆษณากลางแจ้งประเภทภาพนิ่ง (Static) เพิ่มเติม ในรูปแบบของป้ายโฆษณาขนาดใหญ่บริเวณริมถนนและทางด่วน (Roadside & Expressway Billboard) ได้แก่ สื่อโฆษณา Flyover บนทางด่วนชั้นที่ 1 บริเวณพระราม 4 – วิภาวดี ทั้งขาไปและกลับ พร้อมด้วยสื่อโฆษณา Series Pole ริมทางด่วนชั้นที่ 1 บริเวณพระราม 4 – เลียบปอนไก่อ



Serie Pole

- **ขยายธุรกิจสื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน (Transit) ในระบบรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที**

ขยายการให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย ประเภทสื่อเคลื่อนที่บนระบบขนส่งมวลชน (Transit) เพิ่มขึ้นอีก 1 ประเภทคือ สื่อโฆษณาภายในสถานีและรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที โดยเป็นการให้บริการในรูปแบบจอแอลซีดี ผ่านระบบ Passenger Information Display (“PIDs”) จำนวน 607 จอ ในทุกสถานี ทั้งหมด 18 สถานี และบนขบวนรถทั้งหมด 19 ขบวนด้วยกัน โดยทำการติดตั้งจอบริเวณจุดจำหน่ายตั๋ว ทางเข้า ทางออก ซานซาลา รวมถึงภายในขบวนรถไฟฟ้า



PIDs@MRT

- **เริ่มโครงการป้ายรายงานสภาพจราจรอัจฉริยะ**

เริ่มโครงการกับการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ในรูปแบบป้ายรายงานสภาพจราจรอัจฉริยะเพื่อสาธารณะประโยชน์ บริเวณทางด่วนเฉลิมมหานคร (ชั้นที่ 1) หรือ Gateway Billboard จำนวนทั้งสิ้น 12 ป้าย



Gateway Billboard (เฉลิมมหานคร, ฉลองรัช)





Digital Billboard @ Parc Paragon



Digital Billboard @ Interchange

- เริ่มให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยรูปแบบใหม่ คือ สื่อโฆษณากลางแจ้งประเภทดิจิทัล (Digital Out of Home: DOOH)

ให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยรูปแบบใหม่ คือ สื่อโฆษณากลางแจ้งประเภทดิจิทัล (Digital Out of Home: DOOH) ในพื้นที่ที่เป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญของกรุงเทพฯ โดยเริ่มต้นจาก

- *Digital Billboard @ Parc Paragon* บริเวณใจกลางย่านการค้าของกรุงเทพฯ ที่ลานพาร์ค พารากอน เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ ผู้ใช้บริการบริเวณสยามทั้งหมด รวมถึงผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส สถานีสยาม
- *Digital Billboard @ Interchange* จอเคิ่งขนาดใหญ่กลางสี่แยกอโศก บนอาคารอินเตอร์เซนจ์ ที่เป็นย่านธุรกิจหลักของกรุงเทพฯ เพื่อรับสายตาผู้ขับขี่และสัญจรไปมาบริเวณสี่แยกอโศก-สุขุมวิท รวมถึงผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส สถานีอโศก และรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที สถานีสุขุมวิท

- **เพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 215.0 ล้านบาท เพื่อรองรับการเติบโต**

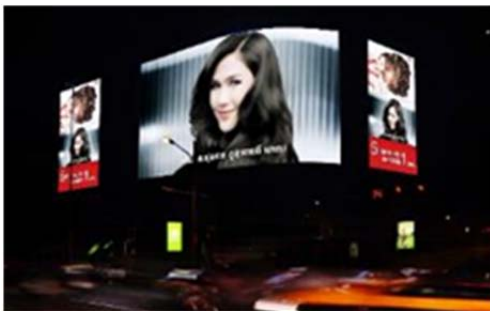
เพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 10.0 ล้านบาท เป็น 225.0 ล้านบาท โดยการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวน 2.15 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.0 บาท

ช่วงที่ 3 ปี 2555 – ปัจจุบัน : ก้าวสู่การเป็นหนึ่งในผู้นำตลาดอย่างยั่งยืนด้วยนวัตกรรมและความต่าง

ปี 2555



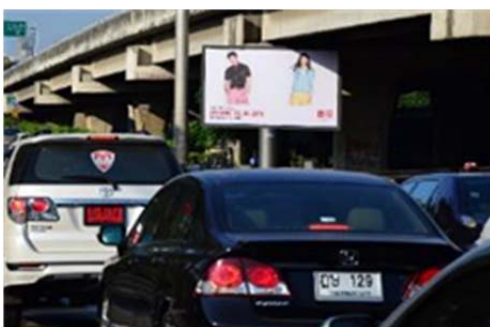
The 90 Degree



Digital Billboard @ CBD



Digital Billboard @ เซ็นทรัลเวิลด์



Serie Poster



Gateway Billboard (ศรีรัช)

ก้าวสู่การเป็นหนึ่งในผู้นำการให้บริการสื่อภายนอกที่อยู่อาศัยประเภทดิจิทัล พร้อมขยายเครือข่ายสื่อโฆษณากลางแจ้งประเภทภาพนิ่งอย่างต่อเนื่อง

- ขยายการให้บริการสื่อโฆษณากลางแจ้งประเภทดิจิทัล (Digital Out of Home: DOOH) ในพื้นที่ที่เป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญของกรุงเทพฯ

ขยายการให้บริการสื่อโฆษณากลางแจ้งประเภทดิจิทัล (Digital Out of Home: DOOH) ในพื้นที่ที่เป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญของกรุงเทพฯ ได้แก่

- *The 90 Degree* บริเวณใจกลางย่านการค้าของกรุงเทพฯ ที่ลานพาร์ค พารากอน ซึ่งเป็นจอขนาดใหญ่รูปแบบ 90 องศา แห่งแรกในประเทศไทย บริเวณอาคารจอยตรอสยามเซ็นเตอร์ ที่สามารถเชื่อมภาพโฆษณาระหว่างจอตั้งกล่าวด้วยกันได้ เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ ผู้ใช้บริการบริเวณสยามทั้งหมด รวมถึงผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส สถานีสยาม
- *Digital Billboard @ CBD* จำนวน 7 จอ ครอบคลุมพื้นที่ย่านธุรกิจของกรุงเทพฯ ไม่ว่าจะเป็นสีลม สาทร รัชดาภิเษก เพชรบุรี เป็นต้น
- *Digital Billboard @ เซ็นทรัลเวิลด์ และ เซ็นทรัล เฟสติวัล พัทยา* โดยนอกจากจะเป็นการเจาะกลุ่มเป้าหมายคนกรุงเทพฯ ที่มีระดับแล้ว ยังเป็นการขยายพื้นที่ให้บริการสื่อในหัวเมืองใหญ่ ในเมืองท่องเที่ยวยอดนิยมของประเทศไทย

- ขยายพื้นที่ให้บริการสื่อโฆษณากลางแจ้งเพื่อรองรับการขยายตัวของชุมชนอยู่อาศัย และเขตเศรษฐกิจที่กำลังซื้องสูงในอนาคต

ขยายพื้นที่ให้บริการสื่อโฆษณากลางแจ้งประเภทป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ประเภท Serie Poster เพื่อรองรับการขยายตัวของชุมชนที่อยู่อาศัย และเขตเศรษฐกิจที่กำลังซื้องสูงในอนาคต บริเวณเลียบทางด่วนเอกมัย-รามอินทรา

- ขยายโครงการป้ายรายงานสภาพจราจรอัจฉริยะ

ขยายโครงการป้ายรายงานสภาพจราจรอัจฉริยะบริเวณด่านเก็บค่าผ่านทางบนทางด่วน เพื่อสาธารณะประโยชน์เพิ่มเติม ทำให้สามารถให้บริการได้อย่างครอบคลุมทั้งพื้นที่บริเวณทางด่วน เฉลิมมหานคร (ชั้นที่ 1) และทางด่วนศรีรัช (ชั้นที่ 2) เพิ่มอีก 12 ป้าย



สื่อโฆษณาบริเวณห้างสรรพสินค้าเมกาบางนา



Digital Siam

- **เริ่มให้บริการสื่อโฆษณาบริเวณห้างสรรพสินค้า (In-Store / In-Mall) แบบครบวงจร**  
เริ่มให้บริการสื่อโฆษณาบริเวณห้างสรรพสินค้า แบบครบวงจร โดยเริ่มจากศูนย์การค้าระดับประเทศอย่างเมกาบางนา ซึ่งให้บริการสื่อทั้งภายในและภายนอก ภายในศูนย์การค้า และบริเวณยานพาหนะที่ให้บริการรอบศูนย์การค้า ทั้งในรูปแบบภาพนิ่ง ดิจิตอลและการโฆษณาผ่านระบบ Interactive เช่น การจำหน่ายคูปองแบบดิจิตอล (Digital Coupon) เป็นต้น
- **ขยายสื่อโฆษณาบริเวณห้างสรรพสินค้า สยามพารากอน สยามเซ็นเตอร์**  
ขยายสื่อโฆษณา Digital Siam สื่อจอดิจิตอลแบบ Interactive บริเวณภายในสยามพารากอน สยามเซ็นเตอร์ และบริเวณรอบนอกของห้างสรรพสินค้าดังกล่าว จำนวน 36 จอ

ปี 2556



Metro Poster



Pole Wrap



Unipole

เป็นหนึ่งในผู้นำธุรกิจสื่อโฆษณาที่มีความหลากหลายด้านรูปแบบสื่อ

- **ขยายสื่อโฆษณากลางแจ้ง ประเภทภาพนิ่ง**  
ขยายสื่อโฆษณากลางแจ้ง ประเภทภาพนิ่ง ให้ครอบคลุมทำเลหลักที่มีการจราจรหนาแน่น และตามแยกหลักในพื้นที่กรุงเทพฯ ชั้นใน พื้นที่กรุงเทพฯ ชั้นกลาง ไปจนถึงพื้นที่รอบนอกที่เป็นแหล่งที่อยู่อาศัย ด้วยสื่อต่างๆ ดังต่อไปนี้
  - *Metro Poster* ได้รับสิทธิในการก่อสร้างและบริหารพื้นที่สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย ครอบคลุมทุกพื้นที่ทุกแยกสำคัญต่างๆ ทั้ง 50 เขตในกรุงเทพฯ จำนวน 175 ป้าย คาดว่าจะติดตั้งครบทั้งหมดในไตรมาส 1 ปี 2557
  - *Pole Wrap* สื่อป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ล้อมรอบเสาตอม่อของทางด่วน จำนวนทั้งสิ้น 10 พื้นที่ ซึ่งมีทั้งแบบป้ายต่อเนื่อง (series) ในช่วงที่มีการจราจรหนาแน่นและตามแยกหลักในพื้นที่กรุงเทพฯ ชั้นใน อย่างสีลมและสาทร พื้นที่กรุงเทพฯ ชั้นกลาง บริเวณ อาร์ซีเอ (RCA) พระราม 9 งามคำแหง และ พระราม 3 ไปจนถึงพื้นที่รอบนอกที่เป็นแหล่งที่อยู่อาศัย เช่น เมืองทองธานี เป็นต้น
  - *Unipole* สื่อป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ใน 4 ทำเลหลักของกรุงเทพฯ





Digital Billboard @ Asoke-Petchburi



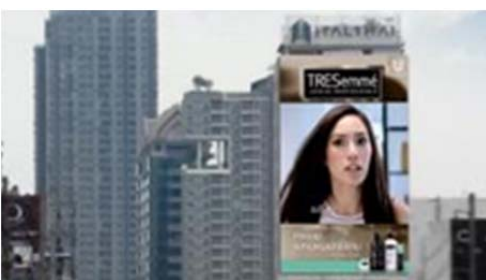
Digital Billboard @ Digital Gateway



Digital @ MRT



PSD @ MRT



Digital Billboard @ Italthai



Digital @ MRT

● ขยายสื่อโฆษณากลางแจ้ง ประเภทดิจิทัล (Digital Out of Home Media : DOOH)

โดยขยายพื้นที่ให้บริการสื่อโฆษณาจอแอลอีดีขนาดใหญ่หลายจุดด้วยกัน คือ

- Digital Billboard @ Asoke-Petchburi บริเวณถนนธุรกิจหลัก คือ ถนนอโศกและถนนเพชรบุรี เพื่อต่อยอดเครือข่ายสื่อดิจิทัลของบริษัท ให้ครอบคลุมกรุงเทพฯ ขึ้นในทั้งหมด
- Digital Billboard @ Digital Gateway สื่อจอดิจิทัล บริเวณทางเข้าและหลังคาของอาคารดิจิทัลเกตเวย์ เอ็ม เซ็นเตอร์พอยท์สยาม ในรูปแบบ ดิจิทัลเรเยอร์ (Digital Layer) จากการให้บริการสื่อดังกล่าวในบริเวณสยามสแควร์ ทำให้บริษัทฯ สามารถมีพื้นที่สื่อครอบคลุมบริเวณสยามได้หมดทั้งสองฝั่ง
- Digital @ MRT สื่อจอดิจิทัลที่มีจุดติดตั้งบริเวณจุดเชื่อมต่อของรถไฟฟ้าบีทีเอส สถานีอโศก และรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที สถานีอโศก-สุขุมวิท

● ขยายสื่อโฆษณาระบบขนส่งมวลชน แบบ PSD

ขยายการให้บริการไปยังสื่อใหม่ในรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที ด้วยสื่อโฆษณา Platform Screen Door (“PSD”) ในรูปแบบโฆษณาบริเวณชานชาลารถไฟฟ้าใต้ดิน ทั้งหมด 18 สถานี

● ติดตั้งจอแอลอีดีที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาค

บริษัทฯ ได้สร้างปรากฏการณ์ สื่อโฆษณากลางแจ้งประเภทดิจิทัลอีกครั้ง กับจอแอลอีดีที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาค คือ Digital Billboard @ Italthai บริเวณถนนเพชรบุรีขาเข้าและขาออก ซึ่งมีการจราจรหนาแน่นตลอดทั้งวัน โดยการติดตั้งจอที่อาคารอิตัลไทยทั้ง 2 ฝั่ง มีพื้นที่รวมกว่า 1,000 ตารางเมตร

● ขยายสัญญา ขสมก. และ สัญญาบนระบบรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที

- ขสมก. อนุมัติขยายอายุสัญญาให้เข้าพื้นที่โฆษณาภายนอกและภายในรถโดยสารประจำทางปรับอากาศประเภทยูโรทูไปจนถึงกลางปี 2570
- บริษัท แบงคอก เมโทร เน็ทเวิร์คส์ จำกัด (“BMN”) อนุมัติขยายอายุสัญญาสิทธิในการดูแลสื่อภายในสถานีรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที และรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที ใน



Central - AEC



เชียงใหม่ - Bus Shelter



Emtek Group ผู้ถือหุ้นเชิงกลยุทธ์



บริษัท เวิร์ชอาย จำกัด ผู้ถือสัญญาเช่าที่ดินบริเวณ  
เลียบทางด่วนก่อนทางลงด่านพระราม 4

ระบบ PIDs และได้ขยายพื้นที่สื่อในบริเวณดังกล่าวเพิ่มเติม ด้วยสื่อ Digital @ MRT ในรูปแบบจอแอลอีดีจำนวนกว่า 200 จุด เพื่อรองรับผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นและเพื่อการเป็นพันธมิตรอย่างยั่งยืนกับ BMN

● **เพิ่มเครือข่าย ขยายสู่หัวเมืองใหญ่**

ทำสัญญาเช่าพื้นที่เพื่อติดตั้งสื่อโฆษณากลางแจ้งในรูปแบบดิจิทัลในเมืองใหญ่ๆ ได้แก่ เชียงใหม่ ขอนแก่น สุราษฎร์ธานี สมุทรสาคร และทำสัญญาเพื่อให้บริการสื่อโฆษณาประเภท Street Furniture ที่จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ที่ปักผู้โดยสารจำนวน 65 จุด และป้ายโฆษณาจำนวน 65 ป้ายเพื่อเพิ่มเครือข่ายการให้บริการให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยคาดว่าจะติดตั้งแล้วเสร็จภายในไตรมาส 1 ปี 2557

● **การเข้ามาของผู้ถือหุ้นเชิงกลยุทธ์**

บริษัท พีที อีลิ่ง มาโคตา เทคโนโลยี ทีบีเค (“Emtek Group”) เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นเชิงกลยุทธ์ของบริษัทฯ โดยการซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นเดิมและหุ้นเพิ่มทุนของบริษัทฯ ซึ่งการเป็นพันธมิตรครั้งนี้จะช่วยให้บริษัทฯ มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้นในการขยายธุรกิจขึ้นไปสู่ระดับภูมิภาคได้ในอนาคต

● **การขายธุรกิจด้วยการซื้อหุ้นทั้งหมด 3 บริษัท**

บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นทั้งหมดของบริษัท เวิร์ชอาย จำกัด ซึ่งเป็นผู้ถือสัญญาเช่าที่ดินบริเวณเลียบทางด่วนก่อนทางลงด่านพระราม 4 เพื่อติดตั้งป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริษัท แอด คูซีน จำกัด ซึ่งเป็นผู้ถือสิทธิสัมปทานป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์จากกรุงเทพมหานคร และบริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ถือสัญญาเช่าป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์บนทางด่วน

● **การเตรียมความพร้อมเข้าจดทะเบียนฯ**

- เพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 225.0 ล้านบาท เป็น 259.7 ล้านบาท โดยการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 0.4 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.0 บาท ณ วันที่ 29 มกราคม 2556
- แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน จำกัด โดยใช้ชื่อว่า บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 1 สิงหาคม 2556 และเปลี่ยนมูลค่าที่ตราไว้จากเดิม 100.0 บาทต่อหุ้น เป็น 1.0 บาทต่อหุ้น



- 
- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2556 เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2556 ได้มีมติอนุมัติจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 97,260,900 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยมีรายละเอียดดังนี้
- (1) จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 89,760,900 หุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชน ซึ่งรวมถึงกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อยด้วย (Initial Public Offering) โดยแบ่งเป็นการจัดสรรให้แก่บุคคลดังต่อไปนี้
- 1) บุคคลทั่วไป จำนวนไม่เกิน 89,760,900 หุ้น
  - 2) กรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อยจำนวนไม่เกิน 1,500,000 หุ้น ในกรณีที่มีหุ้นสามัญเหลือจากการจองซื้อของกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย ตามข้อ 2) นี้ ให้เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนใหม่ที่เหลือดังกล่าวให้แก่ประชาชนพร้อมกับหุ้นสามัญใหม่ตามข้อ 1) ข้างต้น
- ทั้งนี้ ไม่ว่าจะกรณีใดก็ตาม การจัดสรรให้แก่บุคคลตามข้อ 1) และการจัดสรรให้แก่กรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อยให้แก่ข้อ 2) ข้างต้นนี้ เป็นการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 89,760,900 หุ้น
- (2) จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 7,500,000 หุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯและ/หรือบริษัทย่อย
- ส่งผลให้บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนเท่ากับ 357.0 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 357.0 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.0 บาท โดยบริษัทฯ ได้จดทะเบียนการเพิ่มทุนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2556
-

## วิสัยทัศน์ พันธกิจและค่านิยมองค์กร

### วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำของโลกในสื่ออุตสาหกรรมโฆษณา

### พันธกิจ

นำเสนอนวัตกรรมและรูปแบบสื่อโฆษณาที่มีคุณภาพ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับผู้โฆษณาและสังคมเมือง

### ค่านิยมองค์กร

ค่านิยมองค์กร เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความเชื่อในอันที่จะนำไปสู่การกระทำร่วมกันของคนในองค์กรและแสดงถึงความเป็นตัวตน (DNA) ขององค์กรที่เป็นหลักยึดของการดำเนินธุรกิจ

**P**assion

**L**eadership

**A**ccountability

**N**onconformity

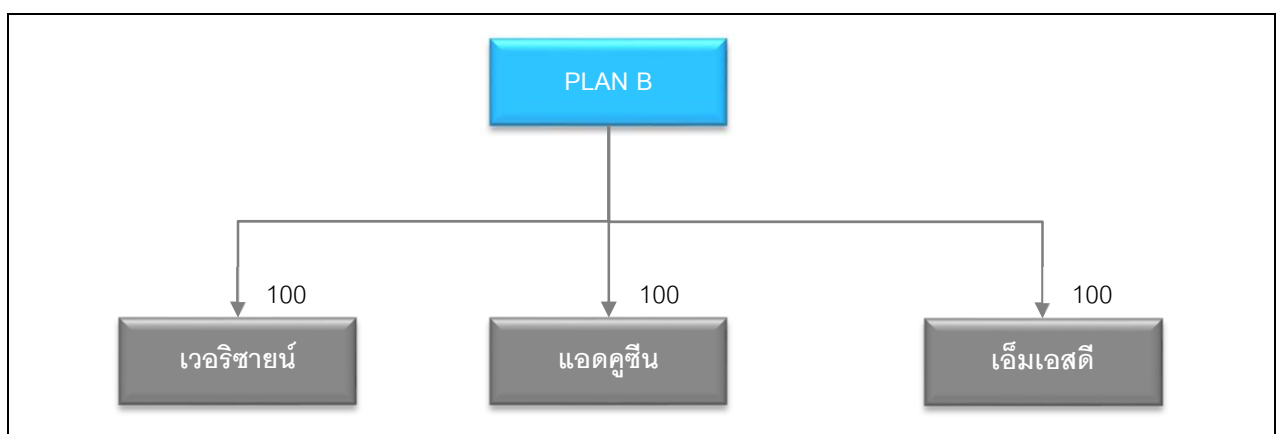
**B**rilliance

### ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่และรับจ้างผลิตสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ที่มีความหลากหลายทั้งในด้านรูปแบบ ขนาด สถานที่ติดตั้ง และเทคนิคในการนำเสนอ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า โดยบริษัทฯ ให้บริการสื่อโฆษณาครบวงจร ตั้งแต่ให้คำปรึกษาในการวางแผน การตลาด การคิดเนื้อหาและนำเสนอสื่อโฆษณา (Content Development) การสร้างเครือข่ายสื่อโฆษณา (Media Network) รวมไปถึงการจัดหาผู้ผลิตชิ้นงานโฆษณา (Media Production) ติดตั้ง และดูแลรักษาสื่อตลอดระยะเวลาของการบริหารจัดการสื่อโฆษณา การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลักดังนี้ สื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน (Transit) สื่อโฆษณากลางแจ้ง (Outdoor) สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า (In-Store/ In-Mall)

### โครงสร้างบริษัทฯ

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2556 กลุ่มบริษัทฯ มีโครงสร้างทางธุรกิจ ดังนี้

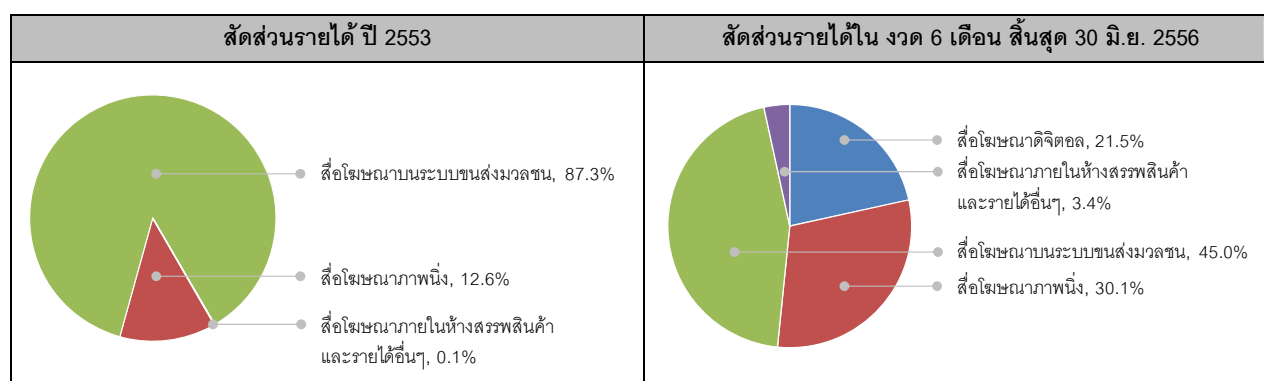


รายชื่อของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย

- 1) **บริษัท เวิร์ชอายน์ จำกัด** (“เวิร์ชอายน์”) บริษัทย่อยของบริษัทฯ ที่ถือหุ้นร้อยละ 100.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 126.0 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจโฆษณา โดยเวิร์ชอายน์เป็นผู้ถือสัญญาเช่าที่ดินบริเวณเลียบบางทวนก่อนทางลงด่านพระรวม 4 เพื่อติดตั้งป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์
- 2) **บริษัท แอด คูซีน จำกัด** (“แอดคูซีน”) บริษัทย่อยของบริษัทฯ ที่ถือหุ้นร้อยละ 100.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 10.0 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจให้เช่าพื้นที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยแอดคูซีน เป็นผู้ถือสิทธิสัมปทานป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์จากกรุงเทพมหานคร
- 3) **บริษัท มาสเตอร์ สเตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด** (“เอ็มเอสดี”) บริษัทย่อยของบริษัทฯ ที่ถือหุ้นร้อยละ 100.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 12.0 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจให้เช่าสื่อโฆษณา โดย เอ็มเอสดี เป็นผู้ถือสัญญาเช่าป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์เลียบบางทวน

2.2 โครงสร้างรายได้

รายได้จากการขาย	ปี 2553		ปี 2554		ปี 2555		งวด 6 เดือน สิ้นสุด 30 มิ.ย. 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. สื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน	333.3	87.3	456.5	67.2	549.0	54.2	290.0	45.0
2. สื่อโฆษณากลางแจ้ง	48.3	12.6	220.9	32.5	431.1	42.6	332.7	51.6
2.1 สื่อโฆษณาภาพนิ่ง	48.3	12.6	212.5	31.3	303.1	29.9	193.8	30.1
2.2 สื่อโฆษณาดิจิทัล	-	-	8.4	1.2	128.0	12.6	138.9	21.5
3. สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า	-	-	-	-	30.0	3.0	20.5	3.2
4. อื่น	0.3	0.1	2.0	0.3	2.2	0.2	1.5	0.2
<b>รวม</b>	<b>381.9</b>	<b>100.0</b>	<b>679.4</b>	<b>100.0</b>	<b>1,012.3</b>	<b>100.0</b>	<b>644.6</b>	<b>100.0</b>





## 2.3 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มีเป้าหมายในการเป็นผู้นำในธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ทั้งในประเทศไทย และภาคพื้นเอเชีย โดยบริษัทฯ ตั้งเป้าให้มีเครือข่ายครอบคลุมฐานผู้ชมหรือผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวาง เพื่อตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตทุกรูปแบบ โดยเฉพาะแนวโน้มที่ผู้บริโภคมักใช้ชีวิตภายนอกที่อยู่อาศัยมากขึ้น ทั้งนี้บริษัทฯ มุ่งเน้นรูปแบบในการนำเสนอสื่อโฆษณาที่มีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัวและปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อก้าวให้ทันผู้บริโภค และก้าวล้ำในด้านนวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการและให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งเน้นที่จะเพิ่มพื้นที่สื่อโฆษณาจากปัจจุบันเพื่อเพิ่มความหลากหลายและครอบคลุมตลอดจนพัฒนาสื่อโฆษณาให้สามารถตอบสนองการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลง และสามารถครอบคลุมจุดยุทธศาสตร์สำคัญๆ ต่างๆ ในสายตาผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ตั้งแต่ผู้บริโภคออกจากบ้าน ไปยังสถานที่ทำงาน โรงเรียน ตลอดจนสถานที่พักผ่อน จนถึงเวลากลับบ้าน เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าที่ต้องการเข้าถึงพื้นที่โฆษณาที่เจาะได้ถึงกลุ่มเป้าหมายผู้ชมทุกระดับชั้นและทุกสถานที่ บริษัทฯ จึงมีเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยที่มีเครือข่ายสื่อโฆษณาของบริษัทฯ ที่มีความหลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด (Most Diversified)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในด้านนวัตกรรม (Innovation) ในการพัฒนาและนำเสนอเพื่อให้บริการสื่อโฆษณา ให้น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง ด้วยนวัตกรรมเทคโนโลยี รวมทั้งการสร้างสรรคูปแบบสื่อโฆษณาใหม่ๆ เพื่อนำเสนอให้ลูกค้าได้เลือกสรรสื่อโฆษณาที่มีจุดเด่น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในทุกกลุ่มเป้าหมายและทุกช่วงเวลาของการดำเนินชีวิตประจำวัน นอกจากนี้บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะพัฒนาและนำเสนอสื่อโฆษณาที่สร้างสาระประโยชน์ต่อผู้บริโภค เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ของสื่อโฆษณาของบริษัทฯ และสร้างความพึงพอใจให้กับคู่สัญญาของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีเป้าหมายในการให้บริการที่ครบวงจร (Total Solution) ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก เช่น การให้บริการตั้งแต่ให้คำปรึกษาในการวางแผน การตลาด การคิดเนื้อหาและนำเสนอสื่อโฆษณา (Content Development) การสร้างเครือข่ายสื่อโฆษณา (Media Network) รวมไปถึงการผลิตชิ้นงานโฆษณา (Media Production) ติดตั้งและดูแลรักษาสื่อตลอดระยะเวลาของการให้บริการเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าสื่อโฆษณาของลูกค้าจะอยู่ในสภาพสมบูรณ์ที่สุด

บริษัทฯ มีแผนเพิ่มพื้นที่สื่อโฆษณาและขยายเครือข่ายทั้งในกรุงเทพฯ ปริมณฑล ตลอดจนในหัวเมืองใหญ่ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องในอนาคต นอกจากนี้ บริษัทฯ มีเป้าหมายในการที่จะขยายธุรกิจของบริษัทฯ เข้าไปในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยบริษัทฯ มีศักยภาพและความสามารถในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายดังกล่าว เช่น มีประสบการณ์และความชำนาญในฐานะผู้ให้บริการงานโฆษณาที่ใช้สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) มาอย่างยาวนาน และประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างสูง มีตราสินค้า (Branding) ที่แข็งแกร่งเป็นที่ยอมรับในธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) และมีพันธมิตรทางธุรกิจหรือผู้ถือหุ้นเชิงกลยุทธ์ของบริษัทฯ ที่แข็งแกร่งทั้งทางด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้องและฐานะทางการเงิน เช่น บริษัท พีที อีลิ่ง มาโคตา เทคโนโลยี ทีบีเค เป็นต้น จากจุดแข็งของบริษัทฯ ที่กล่าวมาบริษัทฯ จึงอยู่ในสถานะที่พร้อมจะต่อยอดและพัฒนาความสามารถในการให้บริการไปในสื่ออื่นๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการขยายธุรกิจเพื่อเติบโตทั้งในและต่างประเทศ