

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 2.2

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มีเป้าหมายในการเป็นผู้นำในธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ทั้งในประเทศไทยและภาคพื้นเอเชีย โดยบริษัทฯ ตั้งเป้าให้มีเครือข่ายครอบคลุมฐานผู้ชมหรือผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวาง เพื่อตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตทุกรูปแบบ โดยเฉพาะแนวโน้มที่ผู้บริโภคมักใช้ชีวิตภายนอกที่อยู่อาศัยมากขึ้น ทั้งนี้บริษัทฯ มุ่งเน้นรูปแบบในการนำเสนอสื่อโฆษณาที่มีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัวและปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อก้าวให้ทันผู้บริโภค และก้าวล้ำในด้านนวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการและให้เป็นที่ยังพอใจของลูกค้า

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

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในด้านนวัตกรรม (Innovation) ในการพัฒนาและนำเสนอเพื่อให้บริการสื่อโฆษณา ให้น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง ด้วยนวัตกรรมเทคโนโลยี รวมทั้งการสร้างสรรค์รูปแบบสื่อโฆษณาใหม่ๆ เพื่อนำเสนอให้ลูกค้าได้เลือกสรรสื่อโฆษณาที่มีจุดเด่น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในทุกกลุ่มเป้าหมายและทุกช่วงเวลาของการดำเนินชีวิตประจำวัน นอกจากนี้บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะพัฒนาและนำเสนอสื่อโฆษณาที่สร้างสาธารณะประโยชน์ต่อผู้บริโภค 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 ที่แข็งแกร่งทั้งทางด้านการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องและฐานะทางการเงิน เช่น บริษัท พีที อีลิ่ง มาโคตา เทคโนโลยี ทีบีเค เป็นต้น จากจุดแข็งของบริษัทฯ ที่กล่าวมาบริษัทฯ จึงอยู่ในสถานะที่พร้อมจะต่อยอดและพัฒนาความสามารถในการให้บริการไปในสื่ออื่นๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการขยายธุรกิจเพื่อเติบโตทั้งในและต่างประเทศ

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)

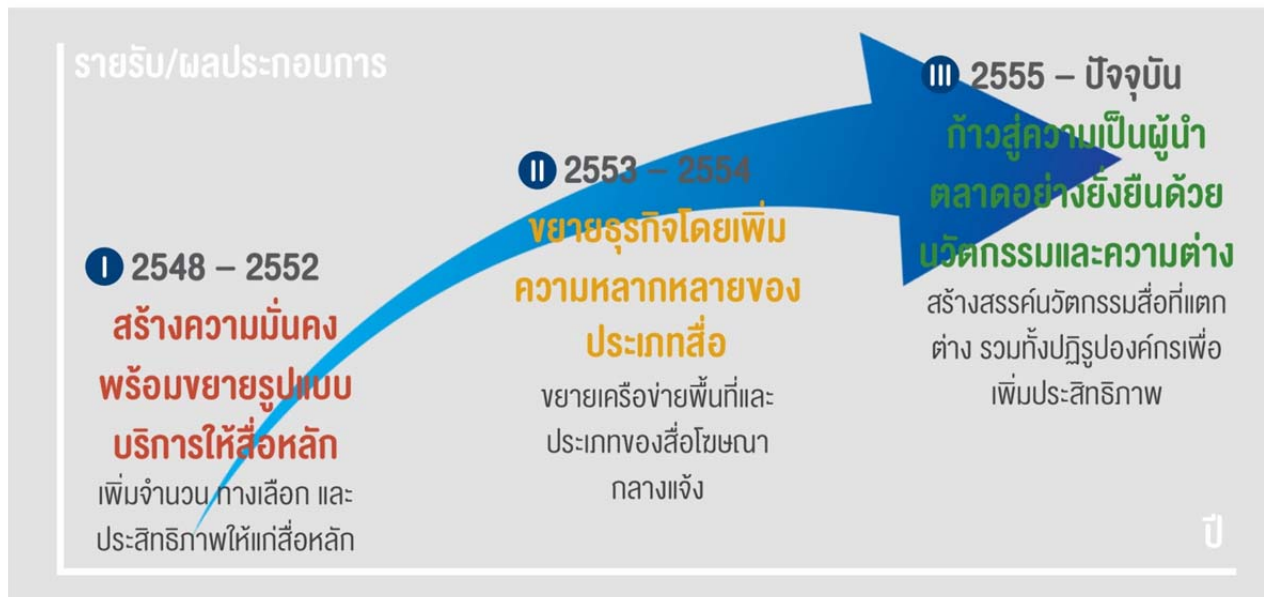
1.2 ความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

1.2.1 ความเป็นมา

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

1.2.2 พัฒนาการที่สำคัญ

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ช่วงเวลาที่สำคัญ โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ช่วงที่ 1 ปี 2548 – 2552 : สร้างความมั่นคงพร้อมขยายรูปแบบบริการให้สื่อหลัก

ปี 2548



Full Wrap



Half Wrap

- เริ่มธุรกิจด้วยสื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน (Transit) ประเภทรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ

เริ่มธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย ด้วยสื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน (Transit) ประเภทรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเป็นสื่อแรก โดยได้รับสัญญาสัมปทานจาก ขสมก. ในการเป็นผู้ให้บริการพื้นที่โฆษณาภายนอกและภายในรถโดยสารประจำทางปรับอากาศประเภทยูโรทู จำนวนกว่า 1,200 คัน โดยให้บริการเช่าพื้นที่โฆษณาในรูปแบบ Full Wrap คือ รูปแบบโฆษณาที่ครอบคลุมพื้นที่รอบคันรถ

ภายในปีเดียวกัน บริษัทฯ ได้คิดค้นรูปแบบ Half Wrap คือรูปแบบโฆษณาที่ครอบคลุมพื้นที่ส่วนกลางของตัวรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ ซึ่งทำให้บริษัทฯ ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากและเป็นเจ้าแรกในประเทศไทยที่ให้บริการรูปแบบสื่อดังกล่าว

ปี 2550



In Bus Media

- ขยายสูตรโดยสารประจำทางปรับอากาศ เอกชน และก้าวสู่การเป็นผู้นำสื่อโฆษณาประเภทรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ ขยายการให้บริการเช่าพื้นที่โฆษณาภายนอกและภายในรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเพิ่มเติม ในรูปแบบรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเอ็นจีวี ที่ได้รับสิทธิจากบริษัทเอกชน ประมาณ 1,000 คัน เพื่อไม่ให้เป็นการผูกขาดกับ ขสมก.เพียงรายเดียว ส่งผลให้บริษัทฯ ก้าวสู่การเป็นผู้นำธุรกิจสื่อโฆษณาประเภทรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ ด้วยเครือข่ายกว่า 2,000 คัน

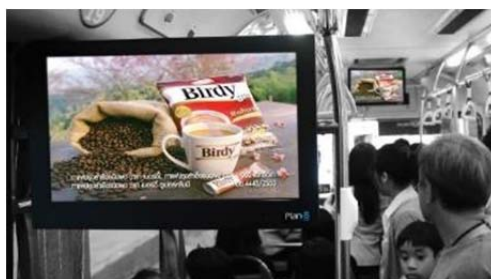
ปี 2552



Mock-up 2 มิติ (2D)



Mock-up 3 มิติ (3D)



จอแอลซีดีภายในตัวรถ (LCD on Bus)

- 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

ช่วงที่ 2	ปี 2553 – 2554 : ขยายธุรกิจโดยเพิ่มความหลากหลายของประเภทสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย
ปี 2553	 Fonebooth เข้าสู่ธุรกิจสื่อโฆษณากลางแจ้ง ประเภท Street Furniture เพิ่มบริการเช่าพื้นที่โฆษณาในรูปแบบของ โฆษณากลางแจ้ง ประเภทภาพนิ่ง (Static) โดยเริ่มจากสื่อโฆษณาบริเวณตู้โทรศัพท์สาธารณะ (Fonebooth) โดยการนำตู้โทรศัพท์สาธารณะจากบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เดิมที่มีสภาพเก่าและชำรุด มาปรับปรุงใหม่จำนวนกว่า 400 จุด ในย่านใจกลางเมือง เช่น สีลม สาทร และ สุขุมวิท เป็นต้น
ปี 2554	 Flyover  Serie Pole  PIDs@MRT  Gateway Billboard (เฉลิมมหานคร, ฉลองรัช) ขยายเครือข่ายธุรกิจสื่อโฆษณาอย่างรวดเร็ว โดยเพิ่มรูปแบบการให้บริการของสื่อโฆษณาที่หลากหลาย ดังนี้ ขยายธุรกิจสื่อโฆษณากลางแจ้ง บริเวณริมถนนและทางด่วน ให้บริการสื่อโฆษณากลางแจ้งประเภท ภาพนิ่ง (Static) เพิ่มเติม ในรูปแบบของป้ายโฆษณาขนาดใหญ่บริเวณริมถนนและทางด่วน (Roadside & Expressway Billboard) ได้แก่ สื่อโฆษณา Flyover บนทางด่วนชั้นที่ 1 บริเวณพระราม 4 – วิภาวดี ทั้งขาไปและกลับ พร้อมด้วยสื่อโฆษณา Series Pole ริมทางด่วนชั้นที่ 1 บริเวณพระราม 4 – เลียบบ่อนไก่ ขยายธุรกิจสื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน (Transit) ในระบบรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที ขยายการให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย ประเภท สื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน (Transit) เพิ่มขึ้นอีก 1 ประเภทคือ สื่อโฆษณาภายในสถานีและรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที โดยเป็นการให้บริการในรูปแบบจอแอลซีดีผ่านระบบ Passenger Information Display (“PIDs”) จำนวน 607 จอ ในทุกสถานีทั้งหมด 18 สถานี และบนขบวนรถ ทั้งหมด 19 ขบวนด้วยกัน โดยทำการติดตั้งจอบริเวณจุดจำหน่ายตั๋ว ทางเข้า ทางออก ขานชาลา รวมถึงภายในขบวนรถไฟฟ้า



Digital Billboard @ Parc Paragon



Digital Billboard @ Interchange

- **เริ่มโครงการป้ายรายงานสภาพจราจรอัจฉริยะ**

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

- **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 จอ* โค้งขนาดใหญ่กลางสี่แยกอโศก 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

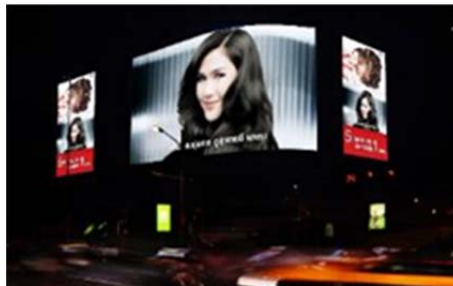
ช่วงที่ 3

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 บริเวณอาคารจอยตรัสยามเซ็นเตอร์ ที่สามารถเชื่อมภาพโฆษณาระหว่างจอตั้งกล่าวด้วยกันได้ เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ ผู้ใช้บริการบริเวณสยามทั้งหมด รวมถึงผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสสถานีสยาม
- Digital Billboard @ CBD จำนวน 7 จอ ครอบคลุมพื้นที่ย่านธุรกิจของกรุงเทพฯ ไม่ว่าจะเป็นสีลม สาทร รัชดาภิเษก เพชรบุรี เป็นต้น
- Digital Billboard @ เซ็นทรัลเวิลด์ และ เซ็นทรัล เฟสติวัล พัทยา โดยนอกจากจะเป็นการเจาะกลุ่มเป้าหมายคนกรุงเทพฯ ที่มีระดับแล้ว ยังเป็นการขยายพื้นที่ให้บริการสื่อในหัวเมืองใหญ่ ในเมืองท่องเที่ยวยอดนิยมของประเทศไทย

- ขยายพื้นที่ให้บริการสื่อโฆษณากลางแจ้งเพื่อรองรับการขยายตัวของชุมชนอยู่อาศัย และเขตเศรษฐกิจที่มีกำลังซื้อสูงในอนาคต

ขยายพื้นที่ให้บริการสื่อโฆษณากลางแจ้ง



สื่อโฆษณาบริเวณห้างสรรพสินค้าเมกาบางนา



Digital Siam

ประเภทป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ประเภท Serie Poster เพื่อรองรับการขยายตัวของชุมชนที่อยู่อาศัย และเขตเศรษฐกิจที่มีกำลังซื้อสูงในอนาคต บริเวณเลียบทางด่วนเอกมัย-รามอินทรา

- **ขยายโครงการป้ายรายงานสภาพจราจรอัจฉริยะ**

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

- **เริ่มให้บริการสื่อโฆษณาบริเวณห้างสรรพสินค้า (In-Store / In-Mall) แบบครบวงจร**

เริ่มให้บริการสื่อโฆษณาบริเวณห้างสรรพสินค้า แบบครบวงจร โดยเริ่มจากศูนย์การค้าระดับประเทศอย่างเมกาบางนา ซึ่งให้บริการสื่อทั้งภายนอก ภายในศูนย์การค้า และบริเวณยานพาหนะที่ให้บริการรอบศูนย์การค้า ทั้งในรูปแบบภาพนิ่ง ดิจิตอลและการโฆษณาผ่านระบบ Interactive เช่น การจำหน่ายคูปองแบบดิจิตอล (Digital Coupon) เป็นต้น

- **ขยายสื่อโฆษณาบริเวณห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน สยามเซ็นเตอร์**

ขยายสื่อโฆษณา Digital Siam สื่อจอดิจิตอลแบบ Interactive บริเวณภายในสยามพารากอน สยามเซ็นเตอร์ และบริเวณรอบนอกของห้างสรรพสินค้าดังกล่าว จำนวน 36 จอ

ปี 2556



Metro Poster



Pole Wrap



Unipole



Digital Billboard @ Asoke-Petchburi



Digital Billboard @ Digital Gateway



Digital LED @ MRT

เป็นหนึ่งในผู้นำธุรกิจสื่อโฆษณาที่มีความหลากหลายด้านรูปแบบสื่อ

- ขยายสื่อโฆษณากลางแจ้งประเภทภาพนิ่ง ขยายสื่อโฆษณากลางแจ้ง ประเภทภาพนิ่ง ให้ครอบคลุมทำเลหลักที่มีการจราจรหนาแน่น และตามแยกหลักในพื้นที่กรุงเทพฯ ชั้นในพื้นที่กรุงเทพฯ ชั้นกลาง ไปจนถึงพื้นที่รอบนอกที่เป็นแหล่งที่อยู่อาศัย ด้วยสื่อต่างๆ ดังต่อไปนี้

- Metro Poster ได้รับสิทธิในการก่อสร้างและบริหารพื้นที่สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย ครอบคลุมทุกพื้นที่ทุกแยกสำคัญต่างๆ ทั้ง 50 เขตในกรุงเทพฯ จำนวน 175 ป้าย

- Pole Wrap สื่อป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ล้อมรอบเสาตอม่อของทางด่วน จำนวนทั้งสิ้น 10 พื้นที่ ซึ่งมีทั้งแบบป้ายต่อเนื่อง (series) ในช่วงที่มีการจราจรหนาแน่น และตามแยกหลักในพื้นที่กรุงเทพฯ ชั้นใน อย่างสีลม และสาทร พื้นที่กรุงเทพฯ ชั้นกลาง บริเวณ อาร์ซีเอ (RCA) พระราม 9 รามคำแหง และ พระราม 3 ไปจนถึงพื้นที่รอบนอกที่เป็นแหล่งที่อยู่อาศัย เช่น เมืองทองธานี เป็นต้น

- Unipole สื่อป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ ใน 4 ทำเลหลักของกรุงเทพฯ

- ขยายสื่อโฆษณากลางแจ้ง ประเภท ดิจิตอล (Digital Out of Home Media : DOOH)

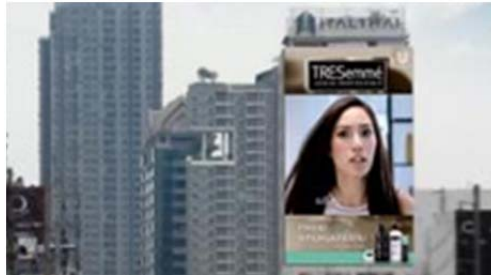
โดยขยายพื้นที่ให้บริการสื่อโฆษณาจอแอลอีดีขนาดใหญ่ หลายจุดด้วยกัน คือ

- Digital Billboard @ Asoke-Petchburi บริเวณถนนธุรกิจหลัก คือ ถนนอโศกและถนนเพชรบุรี เพื่อต่อยอดเครือข่ายสื่อดิจิตอลของบริษัทฯ ให้ครอบคลุมกรุงเทพฯ ชั้นในทั้งหมด

- Digital Billboard @ Digital Gateway สื่อจอดิจิตอลบริเวณทางเข้าและหลังคาของอาคารดิจิตอลเกตเวย์ แอท เซ็นเตอร์พอยท์สยาม ในรูปแบบ ดิจิตอลเลเยอร์ (Digital Layer) จาก การให้บริการสื่อดังกล่าวในบริเวณสยาม



PSD @ MRT



Digital Billboard @ Italthai



Digital @ MRT



Emtek Group ผู้ถือหุ้นเชิงกลยุทธ์



บริษัท เวิร์ชอาย จำกัด ผู้ถือสัญญาเช่าที่ดินบริเวณเสียบ
ทางด่วนก่อนทางลงด้านพระราม 4

สแควร์ ทำให้บริษัทฯ สามารถมีพื้นที่สื่อ
ครอบคลุมบริเวณสยามได้หมดทั้งสองฝั่ง

- Digital LED @ MRT สื่อจอดิจิทัลที่มีจุด
ติดตั้งบริเวณจุดเชื่อมต่อของรถไฟฟ้าบีทีเอส
สถานีอโศก และรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที สถานี
อโศก-สุขุมวิท

- **ขยายสื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน
แบบ PSD**

ขยายการให้บริการไปยังสื่อใหม่ใน
รถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที ด้วยสื่อโฆษณา Platform
Screen Door (“PSD”) ในรูปแบบโฆษณา
บริเวณชานชาลารถไฟฟ้าใต้ดิน ทั้งหมด 18
สถานี

- **ติดตั้งจอแอลอีดีที่มีขนาดใหญ่ที่สุดใน
ภูมิภาค**

บริษัทฯ ได้สร้างปรากฏการณ์ สื่อโฆษณา
กลางแจ้งประเภทดิจิทัลอีกครั้ง กับจอ
แอลอีดีที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาค คือ
Digital Billboard @ Italthai บริเวณถนน
เพชรบุรีฯ เข้าและขาออก ซึ่งมีการจราจร
หนาแน่นตลอดทั้งวัน โดยการติดตั้งจอที่
อาคารอิตัลไทยทั้ง 2 ฝั่ง มีพื้นที่รวมกว่า 1,000
ตารางเมตร

- **ขยายสัญญา ขสมก. และ สัญญาบน
ระบบรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที**

- ขสมก. อนุมัติขยายอายุสัญญาให้เข้าพื้นที่
โฆษณาภายนอกและภายในรถโดยสารประจำ
ทางปรับอากาศประเภทยูโรโทโปจนถึงกลางปี
2570
- บริษัท แบงคอก เมโทร เน็ตเวิร์คส์ จำกัด
(“BMN”) อนุมัติขยายอายุสัญญาสิทธิในการ
ดูแลสื่อภายในสถานีรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที และ
รถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที ในระบบ PIDs และได้
สัญญาเพื่อขยายพื้นที่สื่อในบริเวณดังกล่าว
เพิ่มเติม ด้วยสื่อ Digital @ MRT ในรูปแบบจอ
แอลอีดี เพื่อรองรับผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้น และเพื่อ
การเป็นพันธมิตรอย่างยั่งยืนกับ BMN

- **การเข้ามาของผู้ถือหุ้นเชิงกลยุทธ์**
บริษัท พีที อีลิ่ง มาโคตา เทคโนโลยี ทีบีเค

(“Emtek Group”) เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นเชิงกลยุทธ์ของบริษัท โดยการซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นเดิมและหุ้นเพิ่มทุนของบริษัท ซึ่งการเป็นพันธมิตรครั้งนี้จะช่วยให้บริษัท มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้นในการขยายธุรกิจขึ้นไปสู่ระดับภูมิภาคได้ในอนาคต

บริษัท ได้หาผู้ลงทุนที่มีศักยภาพเข้ามาร่วมลงทุนกับบริษัท เพื่อขยายการประกอบธุรกิจและเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการดำเนินธุรกิจให้แก่บริษัท มากขึ้น โดยมีผู้ลงทุนที่มีศักยภาพหลายรายเสนอเข้ามาเจรจาร่วมลงทุนกับบริษัท ทั้งผู้ลงทุนที่เป็นผู้ลงทุนทางการเงิน (Financial Investors) กองทุนในลักษณะของ Private Equity Fund และผู้ประกอบการในธุรกิจ (Strategic) รวมถึง Emtek Group ซึ่งเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นในประเทศอินโดนีเซียและเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อินโดนีเซียก็เป็นหนึ่งในจำนวนผู้ลงทุนที่มีศักยภาพที่แนะนำโดยคุณเอกภักดิ์ นิราพาธพงศ์พร (“คุณเอกภักดิ์”) ซึ่งเป็นกรรมการของบริษัท พร้อมกับที่ Emtek Group เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัท ในส่วนของบริษัท นั้น เหตุผลสำคัญที่บริษัท เลือก Emtek Group ให้เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้น เนื่องจากเห็นว่า Emtek Group เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจ และในฐานะที่เป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Strategic Partner) จะได้ช่วยเสริมสร้างการเติบโตของธุรกิจของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากในอนาคตบริษัท จะขยายธุรกิจออกไปในประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค บริษัท เชื่อว่า การที่ Emtek Group เข้าลงทุนในบริษัท Emtek Group ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าการลงทุนดังกล่าวเป็นการลงทุนที่มีความเหมาะสมและเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจและผู้ถือหุ้นของ Emtek Group ในการลงทุนดังกล่าว Emtek Group ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นโอกาสทางธุรกิจที่ดีที่จะเข้ามาลงทุนในธุรกิจประเภท Out of Home Media ในประเทศไทยโดยเป็นการลงทุนผ่านทางบริษัท

ซึ่งมีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในธุรกิจดังกล่าว และในการลงทุนของ Emtek Group ดังกล่าว เป็นการลงทุนครั้งแรกในธุรกิจประเภท Out of Home Media และเป็นการลงทุนครั้งแรกในประเทศไทย

อนึ่ง ในการเข้าลงทุนในบริษัทฯ นั้น Emtek Group ได้ว่าจ้างที่ปรึกษากฎหมายและที่ปรึกษาทางการเงินเพื่อตรวจสอบข้อมูลสถานะทางการเงินและกฎหมายของ

บริษัทฯ และบริษัท เวิร์ชบายน์ จำกัด ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทที่เป็นเงื่อนไขในการลงทุนในบริษัทฯ ตามที่จะกล่าวถึงต่อไป อีกทั้งยังได้มีการหารือกับผู้บริหาร และผู้ก่อตั้งบริษัทฯ ในเรื่องของกลยุทธ์และแผนงานต่างๆ ในอนาคต เพื่อให้ทราบถึงทิศทางการเติบโตของบริษัทฯ ที่จะเกิดขึ้นภายหลังการเข้าลงทุน

- **การขยายธุรกิจด้วยการซื้อหุ้นทั้งหมด 3 บริษัท**

บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นทั้งหมดของบริษัท เวิร์ชบายน์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ถือสัญญาเช่าที่ดินบริเวณเสียบทางด่วนก่อนทางลงด้านพระราม 4 เพื่อติดตั้งป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริษัท แอด คูซีน จำกัด ซึ่งเป็นผู้ถือสิทธิสัมปทานป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์จากกรุงเทพมหานคร และบริษัท มาสเตอร์สแตนด์การ์ด 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

ปี 2557



Digital @ MRT



Central – หาดใหญ่



Central - เชียงใหม่



Chiang Mai City Network



Plan B TV



Nationwide

ขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยในพื้นที่ที่เป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญของกรุงเทพฯ และตามหัวเมืองใหญ่ในประเทศไทย

บริษัทฯ ขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ครอบคลุมทั่วกรุงเทพฯ และหัวเมืองใหญ่ในประเทศไทย เพื่อให้ครอบคลุมฐานผู้ชมหรือผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวาง ตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตทุกรูปแบบ ได้แก่

- *Digital @ MRT* สื่อจอดิจิทัลที่มีจุดติดตั้งในรถไฟฟ้าใต้ดิน จากสื่อโฆษณาภาพนิ่งเป็นจอภาพดิจิทัลที่ครอบคลุมจุดหลักๆ ทั้งหมด 291 จอ ใน 112 จุด ครอบคลุม 18 สถานี โดยรวมถึง VDO Wall, Digital Bulk Head, Tunnel Billboard เป้าหมายนักเรียน นักศึกษา และคนทำงานภายในกรุงเทพฯ ที่ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน
- *Digital Billboard @ Central* เครือข่ายสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัลภายนอกห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ครอบคลุมตามหัวเมืองใหญ่ทั่วประเทศ ได้แก่ พัทยา เชียงใหม่ สุราษฎร์ธานี สมุย หาดใหญ่ ขอนแก่น จำนวน 6 จอ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ชีวิตอยู่ในหัวเมืองใหญ่ต่างๆ ของประเทศไทย
- *Chiang Mai City Network* เครือข่ายสื่อโฆษณาประเภทป้ายนิ่ง และ ประเภทดิจิทัล ครอบคลุมพื้นที่เมืองเชียงใหม่ จำนวนกว่า 200 ป้าย ครอบคลุมตัวเมืองเชียงใหม่ โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นชาวเชียงใหม่และผู้อยู่อาศัยในจังหวัดข้างเคียง
- *Plan B TV* เครือข่ายสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัล จำนวน 166 จอภาพ บริเวณทางแยกในกรุงเทพมหานคร ที่มีการจราจรหนาแน่นเพื่อเข้าถึงกลุ่มคนเมืองที่เดินทางผ่านสี่แยกสำคัญ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีสื่ออื่นๆ ที่บริษัทฯ ได้ทำสัญญาและ เริ่มลงทุนก่อสร้างในปี 2557 โดยมีแผนที่จะเริ่มเปิดให้บริการในอนาคต ดังต่อไปนี้



Gateway Phase 2



Barrier



ตู้บุญเติม



Paragon Indoor



Emporium และ Emquartier

- *Nationwide* ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์แบบ กล้องไฟจำนวน 100 จุด และป้ายโฆษณา รูปแบบ Metro Poster จำนวน 10 ป้าย ใน บริเวณจุดสำคัญต่างๆ ของจังหวัดอุดรธานี ซึ่งเป็น หนึ่งใน หัว เมือง หลัก ของ ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ
- *Gateway Phase 2* ป้ายรายงานสภาพ การจราจรขั้วจขริยะบริเวณด่านเก็บค่าผ่านทาง บนทางด่วน จำนวนเพิ่มอีก 21 ป้าย เพื่อเป็น ข้อมูลให้แก่ผู้ขับขีและผู้ใช้ทาง
- *Barrier* ป้ายรายงานสภาพการจราจรบนทาง ด่วนจำนวน 8 จุด และป้ายประชาสัมพันธ์ บริเวณโครงสร้างคอนกรีตกันตกจำนวน 21 จุด ซึ่งเป็นจุดที่ทางด่วนตัดกับแยกที่มีการจราจร หนาแน่น
- *Bus Wifi* ระบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้ สาย (Wi-Fi) บนรถโดยสารประจำทางปรับ อากาศของขสมก. เพื่อให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ รถประจำทางปรับอากาศ
- *ตู้บุญเติม* การให้บริการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่านตู้เติมเงินออนไลน์บุญเติมที่ปัจจุบันมี จำนวน 40,000 ตู้ ติดตั้งอยู่ตามสถานที่ต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ
- *Paragon Indoor* เครือข่ายสื่อดิจิทัลพร้อม ระบบข้อมูลร้านค้าและประชาสัมพันธ์ที่ สามารถเชื่อมต่อกับมือถือ Smartphone ภายในห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน
- *Emporium และ Emquartier* สื่อโฆษณา ดิจิตอล ในรูปแบบจอ LED ขนาดใหญ่ ที่ติดตั้ง บริเวณผนังของอาคารเอ็มโพเรียม และ อาคาร เอ็มควอเทียร์สามารถดึงดูดความสนใจผู้รับชม ได้จากทั่วทุกมุมในบริเวณดังกล่าว
- *Bus Sound* จอภาพซึ่งให้บริการพื้นที่โฆษณา ในรูปแบบมัลติมีเดียประกอบกับการให้บริการ ข่าวสารและความบันเทิง ภายในตัวรถโดยสาร ปรับอากาศใหม่ขสมก. จำนวน 1,500 คัน โดยมีเป้าหมายดึงดูดความสนใจของผู้โดยสาร



Bus Sound



Robinson Silom

ที่เดินทางไปกลับรถโดยสารตลอดเส้นทาง

- Robinson Silom สื่อโฆษณากลางแจ้งประเภทดิจิตอลที่ตึกสีลมเซ็นเตอร์ (โรบินสัน สีลม เดิม) เป็นจุดที่มีการจราจรหนาแน่นบริเวณแยกถนนสีลมตัดกับถนนพระรามสี่

การเตรียมความพร้อมเข้าจดทะเบียนฯ (ต่อ)

ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2557 เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2557 ได้มีมติพิจารณาอนุมัติการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นของบริษัทฯ จาก 1 บาทต่อหุ้น เป็น 0.10 บาทต่อหุ้น ส่งผลให้จำนวนหุ้นสามัญที่ชำระแล้วของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นจาก 259,739,100 หุ้น เป็น 2,597,391,000 หุ้น นอกจากนี้ ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นยังได้อนุมัติจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 937,609,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

- (1) จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 897,609,000 หุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชน ซึ่งรวมถึงกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อยด้วย (Initial Public Offering) โดยแบ่งเป็นการจัดสรรให้แก่บุคคลดังต่อไปนี้

- 1) บุคคลทั่วไป จำนวนไม่เกิน 897,609,000 หุ้น
- 2) กรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อยจำนวนไม่เกิน 23,400,000 หุ้น ในกรณีที่หุ้นสามัญเหลือจากการจองซื้อของกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย ตามข้อ 2) นี้ ให้เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนใหม่ที่เหลือดังกล่าวให้แก่ประชาชนพร้อมกับหุ้นสามัญใหม่ตามข้อ 1) ข้างต้น

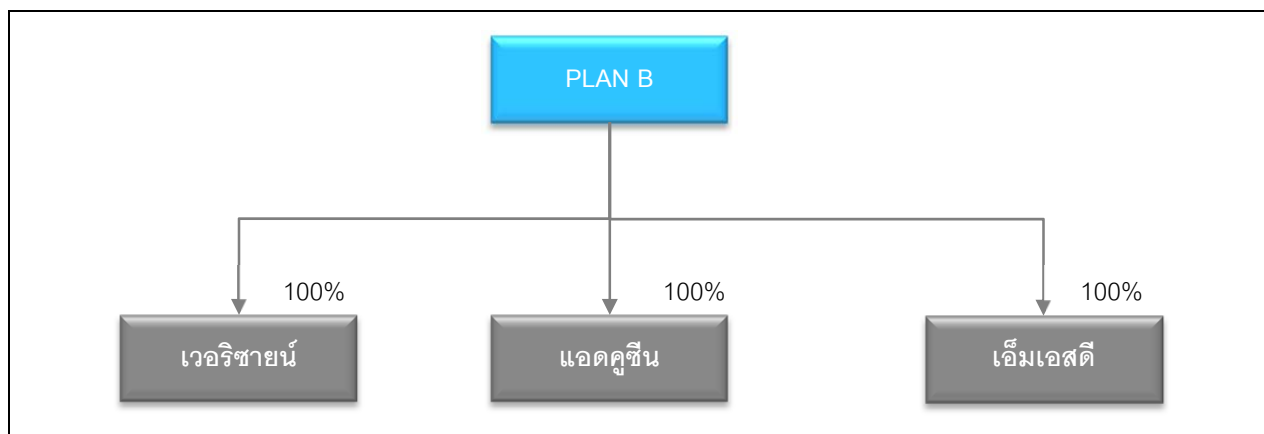
ทั้งนี้ ไม่ว่ากรณีใดก็ตาม การจัดสรรให้แก่บุคคลตามข้อ 1) และการจัดสรรให้แก่กรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อยให้แก่ข้อ 2) ข้างต้นนี้ เป็นการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 897,609,000 หุ้น

- (2) จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 40,000,000 หุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย (ESOP)

- ส่งผลให้บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนเท่ากับ 353.5 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 3,535.0 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท โดยบริษัทฯ ได้จดทะเบียนการเพิ่มทุนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2557

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ

ณ วันที่ 30 กันยายน 2557 กลุ่มบริษัทฯ มีโครงสร้างทางธุรกิจ ดังนี้



รายชื่อของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย

- 1) **บริษัท เวิร์ชอายน์ จำกัด** (“เวิร์ชอายน์”) บริษัทย่อยของบริษัทฯ ที่ถือหุ้นร้อยละ 100.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 126.0 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจโฆษณา โดยเวิร์ชอายน์เป็นผู้ถือสัญญาเช่าที่ดินบริเวณเลียบบางส่วนก่อนทางลงด่านพระราม 4 เพื่อติดตั้งป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์
- 2) **บริษัท แอด คูซีน จำกัด** (“แอดคูซีน”) บริษัทย่อยของบริษัทฯ ที่ถือหุ้นร้อยละ 100.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 10.0 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจให้เข้าพื้นที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยแอดคูซีน เป็นผู้ถือสิทธิสัมปทานป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์จากกรุงเทพมหานคร
- 3) **บริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด** (“เอ็มเอสดี”) บริษัทย่อยของบริษัทฯ ที่ถือหุ้นร้อยละ 100.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 12.0 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจให้เข้าสื่อโฆษณา โดย เอ็มเอสดี เป็นผู้ถือสัญญาเช่าป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์เลียบบางส่วน

การเข้าซื้อ 3 บริษัทย่อย

เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการลงทุนของ Emtek Group ในการเจรจาเข้าลงทุนในบริษัท ระหว่าง Emtek Group และ คุณปรินทร์ โจนะโกสินทร์ (“คุณปรินทร์”) ซึ่งเป็นผู้บริหารและผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท โดย Emtek Group ต้องการให้บริษัท เข้าซื้อกิจการที่ทำธุรกิจประเภท Out of Home Media ในประเทศไทย

บริษัท เวิร์ริชยานน์ จำกัด เป็นหนึ่งในบริษัทที่ทำธุรกิจประเภท Out of Home Media ในประเทศไทยที่ Emtek Group ให้ความสนใจ เนื่องจาก เวิร์ริชยานน์ มีสินทรัพย์ที่สำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งไม่น่าที่จะหาได้จากผู้ประกอบการรายอื่น โดยเวิร์ริชยานน์ เป็นผู้ถือสัญญาเช่าที่ดินบริเวณเลียบบางด้านฉลิมมหารนคร (ทางด่วนชั้นที่ 1 ดินแดง - บางนา) ช่วงบริเวณก่อนทางลงด่านพระราม4 เพื่อติดตั้งป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ การที่บริษัท เข้าซื้อหุ้นในเวิร์ริชยานน์ จึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญยิ่งสำหรับทิศทางการดำเนินธุรกิจและแผนการเจริญเติบโตของบริษัท ทำให้ Emtek Group กำหนดให้การเข้าซื้อหุ้นเวิร์ริชยานน์ ของบริษัท เป็นเงื่อนไขหนึ่งที่สำคัญ (Condition Precedent) ในการที่ Emtek Group จะเข้าลงทุนในบริษัท หากบริษัท ไม่สามารถซื้อหุ้นเวิร์ริชยานน์ ได้ Emtek Group ก็จะไม่เข้าลงทุนในบริษัท ในส่วนของบริษัท เองนั้น หาก Emtek Group มิได้ลงทุนในบริษัท และมีได้กำหนดเงื่อนไขที่ต้องให้บริษัท เข้าซื้อหุ้นในเวิร์ริชยานน์ บริษัท ก็อาจจะมิได้เข้าซื้อหุ้นในเวิร์ริชยานน์ในช่วงเวลาดังกล่าวก็ได้ แม้ว่าบริษัท จะสังเกตเห็นว่าการซื้อกิจการเวิร์ริชยานน์จะก่อให้เกิดประโยชน์เพิ่มเติม (Synergy) กับกิจการของบริษัท ก็ตาม

สำหรับในส่วนการซื้อหุ้นของเอ็มเอสดี ซึ่งเป็นผู้ถือสัญญาเช่าป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์เลียบบางด้านฉลิมมหารนคร (เอกมัย - รามอินทรา) จากการทางพิเศษแห่งประเทศไทย (“การทางพิเศษ”) และแอ๊ด คูนิน ซึ่งเป็นผู้ถือสิทธิสัมปทานป้ายโฆษณาจากกรุงเทพมหานครนั้น บริษัท และ Emtek Group เห็นพ้องร่วมกันว่า ธุรกิจ Out of Home Media ของทั้งสองบริษัท จะเป็นส่วนสำคัญในการเติบโตของบริษัท จึงได้อนุมัติการเข้าทำรายการดังกล่าว

โดยเมื่อวันที่ 21 มกราคม 2556 บริษัท ได้ทำสัญญาซื้อหุ้นสามัญของเวิร์ริชยานน์ จำนวน 4,998 หุ้นจากผู้ถือหุ้นของบริษัท ดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของหุ้นที่ออกและชำระแล้ว โดยบริษัท ได้จ่ายชำระเงินเพื่อซื้อหุ้นดังกล่าว เป็นเงินจำนวน 279.0 ล้านบาท สำหรับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของเวิร์ริชยานน์ ณ ช่วงเวลาที่บริษัท ได้ทำการซื้อหุ้น คือ บริษัท ไนท์ทีน เอ็ดดี้ ทุ จำกัด (“1982”) (บริษัทจำกัดที่มีคุณเสาวนีย์ ฌ์ทวณิช เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่) โดยคุณปรินทร์ ซึ่งคุ้นเคยกับผู้ถือหุ้นได้แนะนำให้ 1982 เข้าไปซื้อหุ้นจากกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมในปี 2553 เนื่องจากเห็นว่า เวิร์ริชยานน์ มีทรัพยากรที่มีศักยภาพและให้ความมั่นใจว่าจะสามารถช่วยนำทรัพยากรสินค้านั้นมาพัฒนาและสร้างให้มูลค่าต่อการลงทุนได้ โดยตามข้อมูลงบการเงินของ 1982 ระบุว่า 1982 ได้ซื้อหุ้นเวิร์ริชยานน์มาในราคารวม 198.5 ล้านบาท และเมื่อ 1982 ได้ซื้อกิจการมาแล้ว บริษัท ก็ได้ร่วมเป็นพันธมิตรในการทำธุรกิจ ดังกล่าวร่วมกันมา โดยเวิร์ริชยานน์ได้ทำสัญญาการให้สิทธิในการขายพื้นที่โฆษณาแก่บริษัท ต่อมาเมื่อ Emtek Group จะเข้าลงทุนในบริษัท จึงได้กำหนดเป็นเงื่อนไขในการลงทุนว่า บริษัท ต้องซื้อหุ้นเวิร์ริชยานน์ด้วย ดังที่ได้กล่าวข้างต้น

ในส่วนของบริษัทเอ็มเอสดี นั้น เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2556 บริษัท ได้ทำสัญญาซื้อหุ้นของเอ็มเอสดี จำนวน 2 ล้านหุ้นจากผู้ถือหุ้นของบริษัทดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 100.0 บริษัท ได้ชำระค่าหุ้นจำนวน 80.0 ล้านบาท ทั้งนี้

เอ็มเอสดี เป็นบริษัทซึ่งได้เข้าประมูลสิทธิในการเช่าพื้นที่เพื่อติดตั้งป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์กับการทางพิเศษ และเป็นผู้ชนะการประมูล โดยในขณะนั้น บริษัท มิได้เข้าทำการประมูลด้วย เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องเวลาและการเตรียมการประมูล เมื่อเอ็มเอสดีได้เข้าทำสัญญากับการทางพิเศษ แล้ว เอ็มเอสดีและบริษัท จึงได้เข้าทำสัญญาและเป็นพันธมิตรในการทำธุรกิจ ดังที่กล่าวข้างต้น โดยได้เข้าทำสัญญาให้บริการสำรวจพื้นที่ติดตั้งป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์และดำเนินการให้ได้สิทธิการเช่าพื้นที่และบันทึกข้อตกลงการโอนสิทธิป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ อนึ่ง ด้วยข้อจำกัดบางประการทำให้เมื่อเอ็มเอสดีได้เข้าทำสัญญากับการทางพิเศษ จึงตัดสินใจทำสัญญาให้สิทธิให้กับบริษัท เพื่อนำไปหาประโยชน์ต่อไป

สำหรับโครงสร้างการซื้อขายหุ้นของเวอริชายน และเอ็มเอสดี เนื่องจากผู้ถือหุ้นเดิมของทั้งสองบริษัทต้องการบริหารภาวะภาษีที่อาจเกิดจากการขายหุ้น อันถือเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนในการทำธุรกรรม ประกอบกับ Emtex Group ประสงค์ที่จะให้บริษัทซื้อหุ้นจากบุคคลที่ Emtex Group ไว้วางใจ ว่าจะสามารถเรียกร้องให้ชดเชยค่าเสียหายได้หากเกิดกรณีที่ต้องใช้สิทธิเรียกร้องอันเนื่องจากการซื้อขายหุ้น ในการกำหนดโครงสร้างการซื้อขายหุ้นทางกฎหมายจึงมีกรรมการท่านหนึ่งของบริษัท (คุณเอกภักดิ์) ซึ่งเป็นบุคคลซึ่งมีถิ่นที่อยู่ (Residence) ในฮ่องกง ทำให้สามารถใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร (Tax Neutral) ได้เข้าเป็นผู้รับโอนหุ้นจากผู้ถือหุ้นเดิม และต่อมาบริษัท ได้รับโอนหุ้นของทั้งสองบริษัทจากคุณเอกภักดิ์ ในส่วนของการชำระค่าซื้อหุ้นของเวอริชายนนั้น บริษัท ได้โอนเงินค่าหุ้นไปยังต่างประเทศตามความประสงค์ของผู้ถือหุ้นเดิมที่จะขอรับเงินค่าหุ้นในต่างประเทศ โดยบริษัท ได้โอนเงินค่าซื้อหุ้นเวอริชายน ไปยังบัญชีเงินฝากของบริษัทที่จัดตั้งขึ้นในต่างประเทศของคุณปรินทร์ (A.B.M. Global Investment Ltd. (BVI) ("ABM")) ที่มีวัตถุประสงค์ในการลงทุนในหุ้น (Holding Company) ซึ่งก็ได้มีการชำระเงินต่อไปให้กับผู้ถือหุ้นเดิม ตามความประสงค์ของผู้ขายหุ้นในเวอริชายน ที่ขอรับค่าหุ้นส่วนใหญ่ (ประมาณร้อยละ 80.0) โดยการโอนเงินทางบัญชีที่ผู้ถือหุ้นเดิมเปิดไว้แล้วและขอรับชำระค่าหุ้นเป็นเงินสดบางส่วน (ประมาณร้อยละ 20.0 ของค่าขายหุ้นทั้งหมด) และในกรณีของเอ็มเอสดีนั้น บริษัท ได้ชำระเป็นเช็คผ่านคุณเอกภักดิ์ ซึ่งก็ได้มีการชำระต่อไปให้กับผู้ถือหุ้นเดิมที่ต้องการรับชำระค่าหุ้นเป็นเงินสด

ในส่วนของแอต คูซีนนั้น เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2556 บริษัท ได้ทำสัญญาซื้อหุ้นสามัญของแอต คูซีน จำนวน 2.0 ล้านหุ้นจากผู้ถือหุ้นของบริษัทดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของหุ้นที่ออกและชำระแล้วในเวลานั้น ในราคา 65.8 ล้านบาท ซึ่งแอต คูซีนและบริษัท เป็นพันธมิตรทางธุรกิจ โดยแอต คูซีนได้ทำสัญญาให้สิทธิในการหาประโยชน์จากป้ายโฆษณาแก่บริษัท โดยโครงสร้างการซื้อขายหุ้นเป็นไปตามความประสงค์ของผู้ขายหุ้น อันเป็นการบริหารภาวะภาษี โดยบริษัท ได้โอนเงินค่าซื้อหุ้นไปยังบัญชีของบริษัทต่างประเทศของผู้ขายหุ้น

อนึ่ง การชำระเงินค่าซื้อหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของทั้ง 3 บริษัท จนครบถ้วนนั้นใช้ระยะเวลาประมาณ 3 – 4 เดือน หลังจากทั้งบริษัท ได้รับโอนหุ้นจากผู้ขายแต่ละราย ซึ่งอาจแตกต่างไปจากการทำธุรกรรมโดยทั่วไปอยู่บ้าง เนื่องจากผู้ถือหุ้นใหญ่และกรรมการของบริษัท (คุณปรินทร์) มีความคุ้นเคยกับผู้ขายหุ้น จากการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกันดังที่ได้กล่าวข้างต้น และมีความไว้วางใจกัน ประกอบกับการเปิดบัญชีธนาคารในต่างประเทศของผู้ถือหุ้นเดิมในกรณีของเวอริชายนและแอต คูซีน ต้องใช้ระยะเวลาดำเนินการพอสมควร ในส่วนของเอ็มเอสดีนั้น ผู้ถือหุ้นเดิมประสงค์ขอรับเป็นเงินสด โดยตกลงกับบริษัท ให้ชำระเงินค่าหุ้นตามช่วงระยะเวลาที่กำหนด

ทั้งนี้ จากการทำธุรกรรมที่มีโครงสร้างซับซ้อน และมีการจ่ายชำระบางส่วนเป็นเงินสดทำให้ยากต่อการตรวจสอบ ดังที่กล่าวข้างต้น บริษัท ได้กำหนดมาตรการสำหรับการดำเนินธุรกรรมในอนาคต ซึ่งกล่าวไว้ในหัวข้อ 11. การกำกับดูแลกิจการ หัวข้อย่อย 11.2.5 มาตรการในการเข้าทำธุรกรรมที่สำคัญและระเบียบอำนาจอนุมัติและดำเนินการ และได้มีการตั้งด้วยค่าเงินลงทุนใน 3 บริษัทดังกล่าวในงบกำไรขาดทุน สำหรับปี 2556 ตามรายละเอียดที่กล่าวไว้ในหัวข้อ 16. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ หัวข้อย่อย 16.1.2 การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน เรื่อง ขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ไม่มีตัวตน