

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

วิสัยทัศน์

" เป็นผู้นำของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยและบันเทิง ที่มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีทันสมัยภายในปี 2558 "

ภารกิจ

1. นำแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดของบริษัทชั้นนำทั่วโลกมาประยุกต์ใช้และรักษาความเป็นผู้นำในประเทศ
2. บริษัทจะต้องมีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี
3. เพิ่มคุณค่าให้แก่ลูกค้า โดยการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ด้วยการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ เน้นการบริการที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องตามความต้องการของลูกค้า เพื่อรักษฐานลูกค้าเก่า และขยายฐานลูกค้าใหม่
4. เพิ่มคุณค่าให้กับสังคมและประเทศชาติ โดยการจ้างงาน การส่งออก และการพัฒนาสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยให้เป็น Street Furniture ที่มีส่วนในการตกแต่งเมืองให้สวยงามอย่างหนึ่ง
5. เป็นศูนย์กลางเครือข่าย ข้อมูล ข่าวสารทางธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย
6. ริเริ่มความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ เพื่อให้เกิดมูลค่าสูงสุดกับลูกค้าของบริษัท
7. สร้างตราสินค้าและภาพลักษณ์ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง
8. พัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างต่อเนื่อง อันนำไปสู่การพัฒนาตนเองและองค์กรแห่งการเรียนรู้

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

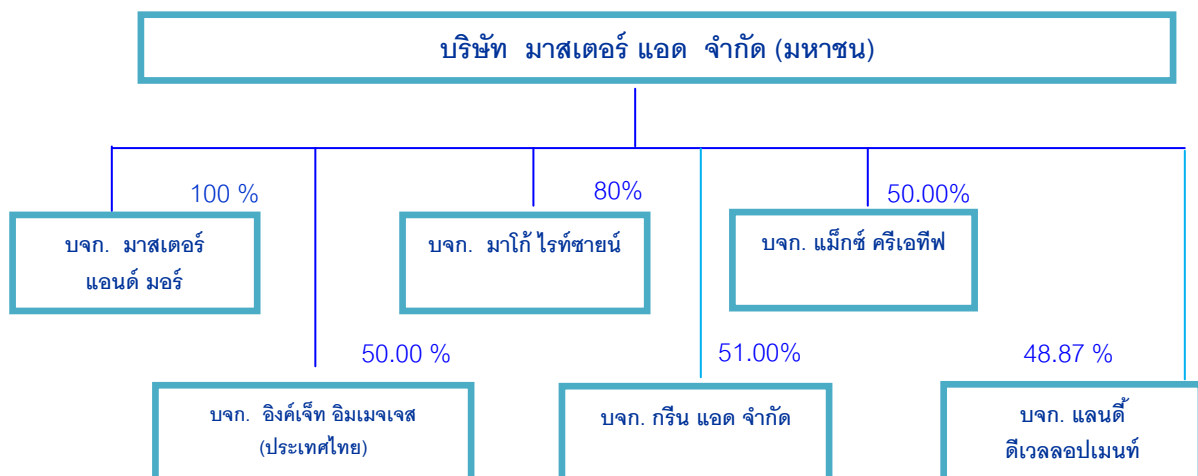
เริ่มดำเนินงานโดยการจัดตั้ง บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด ในปี 2531 โดยนายพดล ตันศลารักษ์ มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 600,000 บาท ธุรกิจหลักของบริษัทคือให้บริการและรับจ้างผลิตสื่อป้ายโฆษณาและบันเทิง มุ่งเน้นงานโฆษณาที่ใช้สื่อป้ายโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) สินค้าในช่วงแรกคือสื่อป้ายโฆษณาประเภทป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่(Billboard) ต่อมาได้นำเทคโนโลยีจากต่างประเทศที่เรียกว่าป้ายไตรวิชชั่น ด้วยเทคนิคการพลิกแพลงปริซึมให้เกิดภาพโฆษณาในลักษณะพลิกเปลี่ยนภาพโฆษณาได้ 3 ภาพ ต่อ 1 ป้าย นำมาใช้งานบนป้ายโฆษณาต่าง ๆ มีทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กตามการใช้งานและสถานที่ติดตั้ง จนปัจจุบันบริษัทได้พัฒนาตัวเองให้สามารถทำงานตอบโจทย์ลูกค้าได้ครบวงจร ทุกกลุ่มสื่อโฆษณา ภายใต้แนวคิด Smart, Creative&Innovative เพื่อตอกย้ำความเป็น “The Leader in Creative&Innovation OHM Solution Provider. ของเมืองไทย ในรอบระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (2554 -2556) บริษัทมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ ดังนี้

- ปี 2554 :
- ร่วมลงทุนกับ บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) จัดตั้งบริษัท แม็กซ์ ครีเอทีฟ จำกัด เพื่อให้บริการและรับจ้างผลิตสื่อโฆษณา และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ทั้งภายในและภายนอกที่อยู่อาศัย โดยมีทุนจดทะเบียน 5,000,000.-บาท แบ่งออกเป็น 50,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 50% และ บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด(มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 50 %
 - ร่วมกับ บริษัท อินเด็กซ์ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด(มหาชน) และ บริษัท ดีไซน์ 103 อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัดและบริษัท ดีไซน์ 103 จำกัด จัดตั้งนิติบุคคลร่วมค้า ในนาม กิจการร่วมค้า อินเด็กซ์ ดี103 มาร์เก็ต เพื่อรับภาระว่าจ้างจาก กรมทรัพยากร ทางทะเลและชายฝั่ง กระทรวงทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในการ ออกแบบ จัดทำ ปรับแต่งพื้นที่ จัดแสดงนิทรรศการของประเทศไทยในงาน “Yeosu International Exposition 2012” ณ.เมือง ยosu สาธารณะรัฐเกาหลีใต้ ช่วงระยะเวลาตั้งแต่ 12 พฤษภาคม 2555 ถึงวันที่ 12 สิงหาคม 2555 สัดส่วนการลงทุน 20%
 - บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน) ได้รับรางวัล SET Awards ด้านการรายงานบรรษัทภิบาลดีเยี่ยม (Top Corporate Governance Report Awards) ประเภทบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ mai ที่มีคะแนนด้านการรายงานบรรษัทภิบาลสูงสุด จากงาน SET Awards 2011
- ปี 2555 :
- เพิ่มทุนจดทะเบียน จาก 125,000,000 บาท เป็น 175,000,000 บาท ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 174,999,563 บาท
 - ปรับปรุงรูปแบบสื่อ City Vision BTS จำนวน 20 สถานี รวม 188 ป้ายให้มีรูปแบบที่ทันสมัยเพื่อสร้างความโดดเด่น และเพิ่มมูลค่าให้กับสื่อโฆษณา และตัวสินค้า
 - บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน) ได้รับคัดเลือกให้เป็นหนึ่งใน Asia's 200 Best Under a Billion ซึ่งได้มาจากการค้นหาสุดยอดบริษัทจาก 900 แห่งทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่มียอดขายตั้งแต่ 5 ล้าน - 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีการเติบโตทั้งยอดขายและกำไรสุทธิโดดเด่น
 - บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน) ได้รับรางวัล 2 รางวัล ได้แก่ รางวัลผู้บริหารสุดยอดเยี่ยม (Best CEO Awards) และ รางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านผลการดำเนินงานยอดเยี่ยม (Best Performance Awards) จากงาน SET Awards 2012 ในส่วนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ mai ซึ่งจัดโดยตลาดหลักทรัพย์ฯ และวารสารการเงินการธนาคาร เมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2555

- ปี 2556 :
- : เพิ่มการลงทุนในบริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (ประเทศไทย) จำกัดโดยการซื้อหุ้นสามัญ จำนวน 10,000 หุ้น ส่งผลให้สัดส่วนการถือหุ้นเพิ่มขึ้นจาก 33.33% เป็น 50%
 - : ขายหุ้น บริษัท เทคอะลูค จำกัด ทั้งหมด จำนวน 3,333,334 หุ้น ให้กับ บริษัท สามารถ มัลติมีเดีย จำกัด ซึ่งมีผลให้บริษัท เทค อะ ลูค จำกัด ไม่มีสถานะเป็นบริษัทร่วมของ มาสเตอร์ แอด อีกต่อไป
 - : เพิ่มทุนจดทะเบียน จาก 174,999,563 บาท เป็น 300,898,530 บาท ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 300,896,950 บาท
 - : บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน) ได้รับรางวัลชมเชย องค์กรโปร่งใส ประจำปี 2012 (NACC Integrity Awards 2012) ซึ่งจัดโดยสำนักงาน ป.ป.ช.
 - : ย้ายจากการเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ mai เข้าสู่การเป็นบริษัทจดทะเบียนใน SET เมื่อวันที่ 19 กันยายน 2556 อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรม บริการ หมวดธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์
 - : บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน) ได้รับคัดเลือกให้เป็นหนึ่งใน Asia's 200 Best Under a Billion ซึ่งได้มาจากการค้นหาสุดยอดบริษัทจาก 900 แห่งทั่วภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิกที่มีมียอดขายตั้งแต่ 5 ล้าน - 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีการเติบโตทั้งยอดขายและกำไรสุทธิโดดเด่นติดต่อกันเป็นปีที่สอง
 - : บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน) ได้รับรางวัล รางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านผลการดำเนินงานยอดเยี่ยม (Best Performance Awards) จากงาน SET Awards 2013 ในส่วนของ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ mai ซึ่งจัดโดยตลาดหลักทรัพย์ฯ และวารสารการเงินการธนาคาร เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2556 ติดต่อกันเป็นปีที่สอง

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจให้บริการและรับจ้างผลิตสื่อโฆษณา โดยมี รายได้หลักมาจากการให้บริการสื่อป้ายโฆษณา การรับจ้างผลิตงานโฆษณา และบริการที่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ครบวงจร ภายใต้คอนเซ็ปท์ “Maximize Connecting the moving Life” มีสัดส่วนการถือหุ้น และการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม ดังนี้



รายละเอียดสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทและผู้ร่วมทุนในกลุ่มบริษัทย่อย

บริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด

บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด มีสัดส่วนการถือหุ้น 100%

บริษัท มาโก้ ไรท์ ซายน์ จำกัด

บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 80% และนางสาวชราณี หลงชิน ถือหุ้นในสัดส่วน 20%

บริษัท กรีนแอด จำกัด

เป็นการร่วมทุนระหว่าง บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 51 % และ บริษัท วี บี๊ จำกัด ถือหุ้นในสัดส่วน 49%

บริษัท แม็กซ์ ครีเอทีฟ จำกัด

เป็นการร่วมทุนระหว่าง บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 50 % และ บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด(มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วน 50 %

บริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (ประเทศไทย) จำกัด

เป็นการร่วมทุนระหว่าง บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน) ถือหุ้น 49.99% นายพิเชษฐ มณีรัตน์ะพร ถือหุ้น 0.01% บมจ.บีโก (ไทยแลนด์) ถือหุ้น 22.22% นาย ลิ้มชัย มิน ถือหุ้น 16.67 % และ นางสาวพรทิพย์ โล่ห์รัตนเสนห์ ถือหุ้นในสัดส่วน 11.11%

บริษัท แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

เป็นการร่วมทุนระหว่าง บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน) ถือหุ้น 48.87 % บจก.แลนด์ โฮม(ประเทศไทย) ถือหุ้น 37.98 % และ บมจ.ไดอิ กรุ๊ป ถือหุ้น14.89%

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ในการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท มีรายได้ 2 รูปแบบ คือ การให้เช่าสื่อโฆษณา และการรับจ้างดำเนินการจัดทำ และผลิตงานโฆษณาประเภทต่างๆ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ลูกค้าที่ต้องการใช้สื่อโฆษณาของบริษัทต้องให้บริษัทเป็นผู้ผลิตภาพโฆษณาด้วยทั้งนี้เพื่อคุ้มครองในเรื่องการรับประกันภาพโฆษณา โดยมีโครงสร้างรายได้ ดังนี้

1. รายได้จากการบริการ ได้แก่ รายได้จากการให้เช่าพื้นที่สื่อโฆษณา
2. รายได้จากการผลิต ได้แก่ รายได้จากการผลิตสื่อโฆษณา
3. รายได้จากการขายสินค้า ได้แก่ รายได้จากการขายวัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานโฆษณา
4. รายได้อื่นๆ ได้แก่ รายได้ค่านายหน้า ดอกเบี้ยรับ

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา สามารถสรุปได้ดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

โครงสร้างรายได้	2556		2555		2554	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
รายได้จากการบริการ	625.37	84.25	621.89	82.95	543.33	84.32
รายได้จากการผลิต	97.26	13.10	110.48	14.74	91.57	14.20
รายได้จากการขายสินค้า	1.99	0.27	0.02	-	0.63	0.10
รายได้อื่นๆ	17.62	2.37	17.32	2.31	8.87	1.38
รวมรายได้	724.24	100	749.71	100.00	644.40	100.00

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท คือ สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ที่มีความหลากหลายทั้งด้านรูปแบบ ขนาด สถานที่ติดตั้ง เทคนิค นวัตกรรม และการนำเสนอ เพื่อให้สามารถสนองความต้องการของตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน โดยมีจุดติดตั้งครอบคลุมพื้นที่ทั้งในย่านธุรกิจและแหล่งชุมชนทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑลและต่างจังหวัด การดำเนินธุรกิจ ดำเนินงานโดยบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) , บริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด ,บริษัท มาโก้ ไรท์ ซายน์ จำกัด, บริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท กรีน แอด จำกัด และบริษัท แม็กซ์ ครีเอทีฟ จำกัด โดยมีการแบ่งขอบเขตของการดำเนินธุรกิจ จากขนาดพื้นที่ของสื่อโฆษณาและประเภทของสื่อโฆษณาเป็นหลัก โดยแบ่งประเภทสื่อโฆษณาออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. MACO Space ได้แก่
 - Billboard สื่อป้ายโฆษณากลางแจ้ง
 - Street Furniture สื่อบริเวณถนน
 - Transit สื่อบริเวณสถานีขนส่งและยานพาหนะ
2. Non MACO Space ได้แก่
 - Made To Order สื่อที่ผลิตตามความต้องการของลูกค้า การจัดกิจกรรมทางการตลาด และสื่ออื่นๆที่ลูกค้าต้องการใช้บริการ โดยยึดหลัก Smart, Creative & Innovative

บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน)

บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจให้บริการและรับจ้างผลิตงานสื่อป้ายโฆษณา ด้วยสื่อป้ายโฆษณาที่มีขนาดใหญ่ ปัจจุบันรายได้หลักมาจากการให้บริการเช่าสื่อป้ายโฆษณา และการรับจ้างผลิตงานโฆษณา และบริการที่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ครบวงจร “Maximize Connecting the moving Life” มีสื่อโฆษณาภายใต้การดำเนินงานของบริษัท ดังนี้

1. Billboard

สื่อโฆษณาที่มีประสิทธิภาพสูงสุดเป็นสื่อที่ได้รับการพัฒนาให้มีความทันสมัย โดดเด่น ดึงดูดสายตาด้วยจุดติดตั้งป้ายโฆษณาในหลายพื้นที่ อาทิ บริเวณริมทางด่วน ริมถนนสายหลัก บริเวณย่านธุรกิจ และแหล่งชุมชนทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ด้วยความหลากหลายของรูปแบบโครงสร้างช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้สินค้าที่ลงโฆษณาโดดเด่น สวยงาม ดึงดูดทุกสายตาของผู้พบเห็น อันได้แก่ โครงสร้างเสาเดี่ยว (Monopole) โครงสร้างเสาคู่ (Double Column) โครงสร้างเหล็กฉากถักใยแมงมุม (Steel Truss) และโครงสร้างอื่น ๆ ตามความต้องการของลูกค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีโครงในรูปแบบ Billboard ภาพนิ่งที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจจำนวน 170 ป้าย โดยสามารถแบ่งตามจุดติดตั้งโครงได้ดังนี้

ริมถนนสายหลักในเขตกรุงเทพฯ ปริมาณ	จำนวน	143	ป้าย
ริมถนนสายหลักในต่างจังหวัด	จำนวน	27	ป้าย
รวม	จำนวน	170	ป้าย

จากสรุปผลดำเนินการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีอัตราการใช้งานเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 72.64% ของสื่อโฆษณารูปแบบ Billboard ทั้งหมด

บริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด

จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจให้บริการและรับจ้างผลิตงานสื่อป้ายโฆษณา โดยมุ่งเน้นการใช้สื่อป้ายโฆษณาที่มีขนาดเล็ก เช่น BTS City Vision, City Vision Fly Over, City Grip Light, BTS Walkway, Morchit, Siam Square Billboard โดยการร่วมทุนระหว่าง มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน) และกับบริษัท เคลียร์ ชาแนล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้ผลิตสื่อป้ายโฆษณาชั้นนำจากประเทศอังกฤษที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลานาน ในสัดส่วนร้อยละ 67.5 และร้อยละ 32.5 ตามลำดับ และในปี 2553 ทางบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน) ได้ทำการซื้อหุ้นจากผู้ร่วมทุนดังกล่าวทั้งจำนวน ทำให้บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน) ถือหุ้นในบริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัดในสัดส่วนร้อยละ 100 และในส่วนของ บริษัท เคลียร์ ชาแนล อินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด ยังเป็น Partner ทางธุรกิจกับบริษัท ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการทำธุรกิจโฆษณาในต่างประเทศที่เป็นเครื่องข่ายของ บริษัท เคลียร์ ชาแนล อินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด หรือการสนับสนุนข้อมูลทางด้านสื่อโฆษณา สื่อโฆษณาของบริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. Street Furniture

■ City Vision BTS

BTS City Vision เป็นสื่อป้ายโฆษณาในรูปแบบ Trivision ขนาด 4.00 x 2.00 เมตร ติดตั้งในระดับสายตาสูงจากพื้นถนน 1 เมตร บริเวณเสาต่อม่อใต้สถานีรถไฟฟ้า BTS จำนวน 20 สถานี บริษัทเป็นผู้ประกอบการรายเดียวที่ได้รับอนุญาตให้ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาบริเวณเสาต่อม่อใต้สถานีรถไฟฟ้าทุกสถานี เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 9 ปีรวมจุดติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาทั้งสิ้น 188 ป้าย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีอัตราการใช้งานอยู่ที่ร้อยละ 80.63%

■ City Vision Flyover

เป็นสื่อโฆษณาบริเวณเสาต่อม่อสะพานข้ามแยกสำคัญในกรุงเทพมหานครจำนวน 11 สะพาน สามารถสะกดทุกสายตากลุ่มเป้าหมายด้วยโทรทัศน์พลิกเปลี่ยน 3 ภาพ สร้างความน่าสนใจและสร้างสีสันให้เส้นทางคมนาคมสายหลักทั่วกรุงเทพมหานครได้เป็นอย่างดีรับสายตาทั้งกลุ่มเป้าหมายที่สัญจรไปมาตามท้องถนนและทางเท้า ปัจจุบัน มีจำนวนทั้งสิ้น 117 ป้าย มีรายละเอียดดังนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีอัตราการใช้งานอยู่ที่ ร้อยละ 89.25%

■ Siam Square Billboard

Siam Square Billboard ป้ายโฆษณาขนาด 7.55 x 7.85 เมตร ติดตั้งอยู่บนอาคารจัตุรัสคีนีในสยาม สแควร์ ซอย 7 ตรงข้าม Digital Gateway ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีอัตราการใช้งานเฉลี่ยอยู่ที่ ร้อยละ 100%

2. Transit

■ City Grip Light Express

Grip Light เป็นสื่อป้ายโฆษณาที่กรอบทำด้วยอลูมิเนียม และป้ายด้านหลังประกอบด้วยแผ่นพลาสติกประกบกับแผ่นอะคริลิคซึ่งอยู่ด้านหน้า โดยมีภาพโฆษณาซึ่งพิมพ์ลงบนไวน์ลแบบโปร่งแสงคั่นกลาง ทำให้ภาพโฆษณาสวยงามเหมือนจริง Griplight มีขนาดป้าย 0.84 x 0.84 ติดตั้งอยู่บริเวณตู้เก็บเงินทางรายละเอียดดังนี้

1. ด้านเก็บเงินทางด่วนชั้นที่ 1 จำนวน 15 ด้าน รวมป้ายโฆษณาทั้งสิ้น 79 ป้าย
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีอัตราการใช้งานอยู่ที่ร้อยละ 100%
2. ด้านเก็บเงินทางด่วนชั้นที่ 2 จำนวน 6 ด้าน รวมป้ายโฆษณาทั้งสิ้น 45 ป้าย
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีอัตราการใช้งานอยู่ที่ร้อยละ 100%

■ BTS Walk Way

BTS Walk Way เป็นสื่อป้ายโฆษณาในรูปแบบ Transit ติดตั้งบริเวณทางเดินเชื่อมต่อของรถไฟฟ้า BTS บริเวณสถานีอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และสถานีสนามกีฬาแห่งชาติ ประกอบด้วยสื่อโฆษณา 3 รูปแบบ คือ

- **City Vision BTS Walkway** ติดตั้งบริเวณทางเดินเชื่อมต่อสถานีรถไฟฟ้า BTS สถานีอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ จำนวน 4 ป้าย และ สถานีสนามกีฬาแห่งชาติ จำนวน 4 ป้าย ขนาดป้าย 3.5 x 1.5 เมตร แนวตั้ง มีลักษณะเป็น Trivision สามารถแสดงภาพได้ 3 ภาพต่อ 1 ป้าย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีอัตราการใช้งานเฉลี่ยอยู่ที่ ร้อยละ 43.75%

- **City Light Box BTS Walkway** ติดตั้งบริเวณทางเดินเชื่อมต่อสถานีรถไฟฟ้า BTS สถานีอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ จำนวน 36 ป้าย และ สถานีสนามกีฬาแห่งชาติ จำนวน 19 ป้าย ขนาดป้ายมี 2 ขนาด ได้แก่ ขนาด 1.20 x 2.90 เมตร และขนาด 1.2 x 2.80 เมตร (แนวนอน) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีอัตราการใช้งานเฉลี่ยอยู่ที่ ร้อยละ 88.79%
- **Walkway Poster Stand** ติดตั้งบริเวณทางเดินเชื่อมต่อสถานีรถไฟฟ้า BTS สถานีอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ จำนวน 13 ป้าย และ สถานีสนามกีฬาแห่งชาติ จำนวน 4 ป้าย ขนาดป้าย 1.8 x 1.2 เมตร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ร้อยละ 32%
- **Mochit Station**
Mochit Station สื่อโฆษณาในพื้นที่ของสถานีขนส่งหมอชิตใหม่ ประกอบด้วยสื่อโฆษณารูปแบบกล่องไฟทั้งภายในและภายนอกสถานีจำนวน 3 รูปแบบ คือ
 - **Main Entrance Lightbox** จำนวน 4 ป้าย ตั้งบริเวณด้านหน้าประตูทางเข้าอาคารผู้โดยสารชั้น 1
 - **Ground Walkway Lightbox** จำนวน 2 ป้าย ติดตั้งบริเวณทางเดินจากป้ายจอดรถประจำทาง และแหล่งร้านค้า เพื่อเดินทางไปยังอาคารผู้โดยสาร
 - **Escalator Head Lightbox** จำนวน 1 ป้าย ติดตั้งอยู่ด้านบนของบันไดเลื่อนที่จะไปสู่อาคารชั้น 3 ซึ่งเป็นสถานที่จำหน่ายและอาคารผู้โดยสารสำหรับผู้ต้องการไปยังภาคอีสาน
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีอัตราการใช้งานเฉลี่ยอยู่ที่ ร้อยละ 86.90%

บริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (ประเทศไทย) จำกัด

จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับงานผลิตภาพโฆษณาด้วยระบบคอมพิวเตอร์ อิงค์เจ็ท ปัจจุบันมีเครื่องผลิตภาพโฆษณาและงานพิมพ์ ได้แก่ เครื่อง Vutek Printer 18 Dpi เครื่อง Salsa Printer 300 Dpi เครื่อง Vutek Printer 300-720 Dpi เครื่อง Motech Value Jet HP Design Jet และ HP Scitex XP2300 ซึ่งสามารถพิมพ์ภาพโฆษณาบนวัสดุ 3 ประเภท คือ

1. บนไวนิล (Vinyl) ซึ่งเป็นพลาสติกผสมกับสารประกอบอื่นๆ เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่น ทำให้สามารถรับแรงดึง และมีความแข็งแรงเพิ่มขึ้น เหมาะสำหรับภาพบนสื่อป้ายโฆษณาประเภท Billboard
2. บน Sticker Vinyl เหมาะสำหรับสื่อป้ายโฆษณาประเภท Trivision
3. บน Sticker Vinyl แบบรูลูปรุน เหมาะสำหรับการติดตั้งงานพิมพ์บนพื้นกระจก เช่น หน้าอาคารที่เป็นกระจก ประตูกระจก เป็นต้น

บริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส จำกัด นำเครื่องพิมพ์ภาพ HP Scitex XP2300 introduction ซึ่งเป็นเครื่องพิมพ์ระบบที่มีความเร็ว คมชัด มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทำให้งานโฆษณาของบริษัทมีความสวยงาม สมจริง และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ตัวสินค้าของลูกค้าที่มาใช้บริการรวมทั้งไม่มีกลิ่นของหมึกพิมพ์ จึงช่วยลดมลพิษของอากาศภายในบริเวณโรงงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในปี 2552 บริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส(ประเทศไทย) ได้มีการขยายสาขาย่อยเพิ่มที่ซอยลาซาล 56 เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางด้านการจัดทำงานทางด้านพิมพ์ภาพ ในส่วนของ งาน Exhibition

บริษัท แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินการธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการเช่าอาคารสำนักงาน จะทำให้บริษัทได้รับผลประโยชน์ด้านต้นทุนการเช่าที่ต่ำกว่าราคาตลาด โดยบริษัทได้ทำการเช่าอาคารสำนักงานของบริษัท แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ซึ่งตั้งอยู่ริมถนนลาดพร้าว ซอยลาดพร้าว 19

บริษัท แม็กซ์ ครีเอทีฟ จำกัด

บริษัท แม็กซ์ ครีเอทีฟ จำกัด เป็นการร่วมทุนกันระหว่างบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน) และบมจ. อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการและรับจ้างผลิตสื่อโฆษณา และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ทั้งภายในและภายนอกที่อยู่อาศัย มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มสัดส่วนของส่วนแบ่งการตลาดของกลุ่ม OHM และ Event และเพื่อเสริมสร้างการเติบโตขององค์กรสู่การเพิ่มแนวความคิด ด้านงานสร้างสรรค์ โฆษณา ประชาสัมพันธ์

บริษัท มาโก้ ไรท์ ซายน์ จำกัด

บริษัท มาโก้ ไรท์ ซายน์ จำกัด ผู้ผลิตอุปกรณ์ไตรวิชั่นซึ่งใช้เทคโนโลยีที่มีคุณภาพจากประเทศสวีเดน จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจในการผลิตเกี่ยวกับอุปกรณ์ Trivision โดยมีกำลังการผลิตไม่ต่ำกว่า 8,000ตารางเมตรต่อปี เพื่อผลิตและให้บริการกับลูกค้าทั้งในประเทศ และต่างประเทศ รวมถึงเพื่อใช้งานและจัดจำหน่าย บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ได้รับประโยชน์จากการที่สามารถลดต้นทุนจากการนำเข้ากลไกซับซ้อนระบบ Trivision

บริษัท กรีน แอด จำกัด

จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจให้บริการและรับจ้างผลิตสื่อป้ายโฆษณาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งภายนอกและภายในที่อยู่อาศัย โดยมีรูปแบบของระบบการจัดสวนแนวตั้ง (Green Wall) ที่มีการใช้เทคโนโลยีการให้น้ำและปุ๋ยในตัวของระบบเองซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญของสื่อ ภายใต้แนวคิด “Naturally Innovative” บริษัทได้ร่วมทุนกับบริษัท วีบีจี จำกัด ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ พัฒนา และผลิตระบบการจัดสวนแนวตั้งโดยเฉพาะ การร่วมทุนดังกล่าวทำให้บริษัทสามารถสร้างสรรค์สื่อป้ายโฆษณารูปแบบใหม่และแตกต่างได้ อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมได้ดี (Corporate Social Responsibility: CSR)

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

กลยุทธ์การแข่งขัน

แนวทางที่บริษัทให้ความสำคัญในการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน มีดังต่อไปนี้

1. การหาพื้นที่ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ

พื้นที่ติดตั้งสื่อโฆษณายเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า บริษัทจึงให้ความสำคัญในเรื่องการสรรหาและกำหนดพื้นที่ติดตั้งเป็นอย่างมาก โดยมีการทำวิจัยอย่างละเอียดถึงปริมาณความหนาแน่นของชุมชนในแต่ละพื้นที่ ปริมาณความหนาแน่นของการจราจร ทำให้บริษัทมีจุดติดตั้งป้ายโฆษณากระจายอยู่เป็นจำนวนมาก ตลอดสองข้างทางตวนยกระดบชั้นต่างๆ รวมไปถึงป้ายโฆษณาทั้งขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ บริเวณถนนมอเตอร์เวย์ มุ่งสู่สนามบินแห่งชาติสุวรรณภูมินอกจากนี้บริษัทยังมีการขยายจุดติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาไปยังพื้นที่ชานเมืองและในต่างจังหวัดเพิ่มขึ้นเนื่องจากปัจจุบันมีการขยายตัวของชุมชนเมือง และการกระจายตัวของชุมชน ซึ่งการขยายตัวของชุมชนจะนำไปสู่การเติบโตของธุรกิจสื่อป้ายโฆษณา ปัจจุบันบริษัทมีจุดติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาในพื้นที่ต่างจังหวัดโดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดที่เป็นแหล่งธุรกิจ หรือแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต ชลบุรี เป็นต้น ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี

2. การให้ความสำคัญในเรื่องของเทคโนโลยี การสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าของสื่อโฆษณา
รวมถึงการเพิ่มประเภทสื่อโฆษณาบริษัทให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาที่มีอยู่ การสรรหานวัตกรรมใหม่ๆที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสื่อโฆษณา และสามารถสนองความต้องการของตลาดอย่างแท้จริง รวมทั้งดำเนินการสรรหาสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้า โดยมีการศึกษาเทคโนโลยีต่างๆ จากสื่อโฆษณาของต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ ทั้งจากการศึกษานิตยสารด้านโฆษณาชั้นนำในต่างประเทศ และการส่งทีมงานไปศึกษาดูงานสื่อโฆษณาต่างประเทศ เพื่อนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เหมาะสมนอกจากนี้ การเป็น Partner ทางธุรกิจของบริษัทกับบริษัท เคลียร์ ชาแนล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้นำทางด้านสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยจากประเทศอังกฤษ ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ในเรื่องของเทคโนโลยีในการนำมาสร้างความน่าสนใจให้กับสื่อโฆษณา และเพิ่มประเภทสื่อโฆษณา เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับเจ้าของสินค้าได้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด

3. การผลิตงานที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า

บริษัทตระหนักว่างานที่มีคุณภาพจะสามารถสร้างความไว้วางใจที่ดีกับลูกค้า และก่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของชิ้นงานเป็นอย่างมาก โดยมีบริษัทในเครือที่ทำหน้าที่ในการผลิตภาพโฆษณา ซึ่งทำให้สามารถควบคุมคุณภาพของงานได้อย่างใกล้ชิด สำหรับในบางชิ้นงานที่ได้มีการจ้างบริษัทอื่น ๆ ให้ทำการผลิต บริษัทมีฝ่ายผลิตโฆษณาทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพของชิ้นงานทั้งในเรื่องของสี รูปแบบ ให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

4. การร่วมงานกับผู้ร่วมงาน (Partner) ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ

การร่วมงานกับผู้ร่วมงานที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ ทำให้บริษัทได้เรียนรู้เทคโนโลยี และแนวทางในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้น โดยปัจจุบันบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ได้มีการร่วมมือทางธุรกิจกับบริษัทชั้นนำ อาทิ

- บริษัท เคลียร์ ชาแนล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้นำทางด้านสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย จากประเทศอังกฤษ ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางความคิดที่มีความหลากหลายในการทำสื่อโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ
- บริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (ประเทศมาเลเซีย) จำกัด ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีในเรื่องของการพิมพ์ภาพโฆษณาขนาดใหญ่ ซึ่งสามารถรองรับงานพิมพ์ ได้ทั้งในรูปแบบ In door และ Out door

5. การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

ภายใต้สโลแกนใหม่ของบริษัท 'Maximize Connecting the Moving Life' บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) เน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการให้บริการที่มีคุณภาพรวดเร็ว และตรงตามสัญญาที่ได้ทำไว้กับลูกค้าแล้ว เพื่อสร้างความประทับใจและมอบความรู้สึกที่อบอุ่นให้กับลูกค้า บริษัท เตรียมพร้อมในการสร้างสรรค์กิจกรรมดี ๆ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ที่ดีแก่ลูกค้า เพื่อต่อยอดแบรนด์และสร้างความเป็นหนึ่งในใจลูกค้าตลอดไป

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าของบริษัทสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ตามลักษณะการติดต่อ ดังนี้

1. ลูกค้าประเภทบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency)
คือ บริษัทตัวแทนโฆษณา ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการในการติดต่อให้บริษัทเป็นผู้ผลิตและติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการของลูกค้าของตนเอง
2. ลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรง (Direct Client)
คือ บริษัท ห้างร้านเอกชน รวมถึงองค์กรของรัฐบาลและรัฐวิสาหกิจทั่วไป ที่เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ ซึ่งเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือบริการโดยตรง ลูกค้าลักษณะนี้จะติดต่อกับบริษัทโดยไม่ผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณา เพื่อให้บริษัทเป็นผู้ผลิตและติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาตามรายละเอียดและรูปแบบที่ได้ตกลงกัน
3. ปี 2556 บริษัทมีลูกค้าที่เป็นตัวแทนบริษัทโฆษณาจำนวน 62 ราย คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 37.38 ของรายได้มาจากบริการและขายสินค้า ลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรง 216 คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 62.10 ของยอดรายได้จากบริการและการขายสินค้า

สัดส่วนลูกค้ารายใหญ่ 10 รายแรกต่อรายได้รวมในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา

หน่วย: ล้านบาท

	ปี 2556	ปี 2555	ปี 2554
สัดส่วนรายได้ลูกค้า 10 รายแรกต่อรายได้รวม (%)	43.96	53.97	45.24

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ในการจำหน่ายสื่อโฆษณาของบริษัท สามารถสรุปช่องทางการจำหน่ายได้ดังนี้

1. ผ่านพนักงานขายของบริษัท บริษัทจะติดต่อกับลูกค้าที่มีศักยภาพในการใช้สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย เพื่อเสนอทางเลือกในการประชาสัมพันธ์สินค้าของลูกค้า และเป็นการแนะนำบริษัทต่อลูกค้า โดยบริษัทมีการจัดทำเอกสารประกอบการขายซึ่งอธิบายรายละเอียดโดยเบื้องต้นของสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลสู่กลุ่มลูกค้าเป็นไปอย่างสมบูรณ์ ถูกต้องและง่ายต่อการตัดสินใจ
2. ผ่านสื่อโฆษณาของบริษัทเนื่องจากสื่อโฆษณาของบริษัทอยู่ภายนอกที่อยู่อาศัย จึงสามารถจัดเป็นช่องทางการจำหน่ายของบริษัทได้อีกทางหนึ่ง ลูกค้าของบริษัทโดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ติดต่อกับบริษัทจากการพบเห็นสื่อป้ายโฆษณาของบริษัท ซึ่งได้มีการระบุชื่อบริษัทและเบอร์โทรศัพท์ไว้
3. ผ่านการเผยแพร่ข้อมูลบริษัทผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่
 - เว็บไซต์ของบริษัท บริษัทมีการจัดทำเว็บไซต์ www.masterad.com เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร และสินค้าของบริษัท เพื่อให้ลูกค้าสามารถทราบถึงข้อมูลเบื้องต้นของบริษัทได้
 - การจัดทำ Web Link เพื่อเชื่อมโยง Website ของบริษัท กับ Website ที่ได้รับความนิยมทั้งในและต่างประเทศ
 - สื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ได้แก่ E-Mail , Facebook (Fan page) ,E-newsletter
 - สื่อทางสิ่งพิมพ์ต่างๆ
 - การลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์รายวัน
 - การลงโฆษณาในหนังสือรายสัปดาห์
 - การลงโฆษณาในหนังสือ The Advertising Book

- การลงโฆษณาในหนังสือของสมาคมป้ายโฆษณากลางแจ้ง
- การจัดทำวารสารราย 2 เดือนของบริษัท ที่เรียกว่า Maco Post เพื่อเผยแพร่สื่อโฆษณาของบริษัท รวมถึงกิจกรรมต่างๆของบริษัท สู่กลุ่มลูกค้าของบริษัทกว่า 3,000 ราย

ช่องทางการจัดจำหน่ายเหล่านี้มีการจัดการบริหารงานอย่างมีระบบ เพื่อประโยชน์ในการจำหน่ายสื่อโฆษณาของบริษัทเป็นสำคัญ โดยภายหลังจากการได้รับการติดต่อจากลูกค้า ส่วนลูกค้าสัมพันธ์จะสอบถามความต้องการของลูกค้าในเบื้องต้น และจัดส่งลูกค้าให้กับฝ่ายการขายและการตลาด ซึ่งมีประสบการณ์ในการเสนอสื่อโฆษณาเป็นผู้ดำเนินการประสานงานติดตามดูแลลูกค้าต่อไป

นโยบายราคา

ในการกำหนดราคาการใช้บริการสื่อป้ายโฆษณาและการผลิตงานสื่อโฆษณา บริษัทมีนโยบายกำหนดราคาโดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. จุดติดตั้งสื่อโฆษณา เนื่องจากจุดติดตั้งสื่อโฆษณาส่วนใหญ่ของบริษัทอยู่ใน prime location มีความหนาแน่นของชุมชนมาก ทำให้บริษัทสามารถกำหนดราคาค่าเช่าสื่อโฆษณาในอัตราที่สูงได้
2. ต้นทุนการเข้าสถานที่ติดตั้งสื่อโฆษณา และต้นทุนการก่อสร้างสื่อโฆษณานั้นๆ จะมีผลต่อการกำหนดราคาค่าใช้บริการสื่อโฆษณา
3. ต้นทุนการผลิตสื่อประเภทนั้นๆ ทั้งในด้านขนาด และความละเอียดของตัวงาน เช่น การผลิตสื่อโฆษณาประเภท Trivision จะมีต้นทุนที่สูงกว่าการผลิตสื่อโฆษณา Billboard ส่งผลให้ราคาค่าใช้บริการสื่อโฆษณาประเภท Trivision สูงกว่าของ Billboard
4. ระยะเวลาการใช้สื่อโฆษณาของลูกค้าบริษัทกำหนดให้ลูกค้าต้องทำสัญญาในการใช้สื่อโฆษณาเป็นระยะเวลาต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 เดือน อย่างไรก็ตามกรณีที่ลูกค้าทำสัญญาในระยะเวลาที่นานกว่านั้น บริษัทจะกำหนดราคาที่ต่ำลงเนื่องจากบริษัทมีความเสี่ยงในการดำเนินงาน และมีต้นทุนการดำเนินงานที่ลดลง
5. ปริมาณการซื้อสื่อโฆษณาของลูกค้า โดยทั่วไปผลิตภัณฑ์ 1 ผลิตภัณฑ์ มักจะใช้สื่อโฆษณา 2-3 จุด เพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้ามีการใช้สื่อเพิ่มขึ้น บริษัทจึงมักเสนอราคาที่ต่ำลงในกรณีที่ลูกค้ามีการใช้สื่อโฆษณาหลายจุด หรือหลายประเภท
6. ต้นทุนการดำเนินงานของบริษัทในการกำหนดราคาบริษัทได้คำนึงถึงต้นทุนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านต้นทุนผันแปรที่เกี่ยวข้องกับสื่อเหล่านั้นโดยตรง เช่น ค่าเช่า ค่าเบี้ยประกันภัย ค่าไฟฟ้า ค่าภาษีป้าย ค่าบำรุงรักษา และต้นทุนคงที่ เช่น เงินเดือนพนักงาน เพื่อให้บริษัทสามารถสร้างผลกำไรจากการดำเนินงานได้

แนวโน้มอุตสาหกรรมและ สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

เศรษฐกิจของไทยชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี 2556 ท่ามกลางการหยุดชะงักของหลายกลไกขับเคลื่อน โดยการบริโภคและการลงทุนภาคเอกชนซบเซาลง ท่ามกลางหลายปัจจัยที่กดดันบรรยากาศการใช้จ่ายภายในประเทศ ขณะที่ สถานการณ์การส่งออกที่ไม่สามารถฟื้นตัวได้ทันในปี 2556 ก็เป็นทิศทางที่ตลาดเคลื่อนไปจากที่หลายหน่วยงานตั้งเป้าหมายไว้ค่อนข้างมาก กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวในหลายภาคส่วนและต้องเผชิญความยากลำบากมากขึ้นในช่วงปลายปีท่ามกลางสถานการณ์ตึงเครียดทางการเมืองของไทย ทำให้ ภาพรวมของเศรษฐกิจไทยในปี 2556 ขยายตัวเพียงร้อยละ 2.7 ชะลอลงจากที่ขยายตัวร้อยละ 6.5 ในปี 2555

ภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจส่งผลให้ผู้ผลิตสินค้าและบริการปรับลดงบประมาณในการโฆษณา รวมถึงมีความระมัดระวังและคำนึงถึงความคุ้มค่าในการใช้จ่ายงบประมาณยิ่งขึ้น ส่งผลให้มูลค่าตลาดโฆษณาโดยรวมยังคงเติบโตอย่างชะลอตัวเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา

อุตสาหกรรมโฆษณาปี 2556 มีมูลค่าอยู่ที่ 115,028 ล้านบาท มีการเติบโตจากปี 2555 อยู่ที่ 0.95% คิดเป็นมูลค่าที่เพิ่มขึ้น 1,083 ล้านบาท โดยสื่อที่มีอัตราการเติบโตเพียง 4 สื่อเท่านั้น คือ

1. สื่อโทรทัศน์ มูลค่า 69,249 ล้านบาท เติบโต 1.68%
2. สื่อหนังสือพิมพ์ มูลค่า 15,258 ล้านบาท เติบโต 0.49%
3. สื่อโฆษณานอกบ้าน มูลค่า 10,287 ล้านบาท เติบโต 0.61%
4. สื่ออินเทอร์เน็ต มูลค่า 877 ล้านบาท เติบโต 53.05%

ส่วนสื่อที่มีอัตราการเติบโตลดลง คือ

1. วิทยู มูลค่า 6,321 ล้านบาท ลดลง 0.58%
2. นิตยสาร มูลค่า 5,518 ล้านบาท ลดลง 1.38%
3. โฆษณาในโรงภาพยนตร์ มูลค่า 7,519 ล้านบาท ลดลง 4.9%

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทสื่อ	2556		2555		อัตราการเติบโต	
	มูลค่า	ส่วนแบ่งตลาด	มูลค่า	ส่วนแบ่งตลาด	มูลค่า	เปอร์เซ็นต์
สื่อโทรทัศน์	69,248	60%	68,105	59.77%	1,144	1.68%
สื่อวิทยุ	6,321	5%	6,358	5.58%	(-37)	(-0.58%)
สื่อหนังสือพิมพ์	15,258	13%	15,183	13.33%	75	0.49%
สื่อนิตยสาร	5,518	5%	5,595	4.91%	(-77)	(-1.38%)
สื่อโรงภาพยนตร์	7,519	7%	7,906	6.94%	(-387)	(-4.90%)
สื่อโฆษณานอกบ้าน	10,287	9%	10,225	8.97%	62	0.61%
สื่ออินเทอร์เน็ต	877	1%	573	0.50%	304	53.18%
รวมมูลค่า	115,029	100%	113,945	100.00%	1,084	0.95%

แหล่งข้อมูล : บริษัท เดอะเนลเสน คอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด

ภาวะการณ์ชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยจะส่งผลให้ผู้ผลิตสินค้าและบริการปรับลดงบประมาณในการโฆษณา รวมถึงคำนึงถึงความคุ้มค่าในการใช้จ่ายงบประมาณยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการก็ยังมีทางเลือกในการจัดสรรงบประมาณจากสื่อโฆษณาหลัก ได้แก่ โทรทัศน์ ซึ่งมีอัตราค่าโฆษณาอยู่ในระดับสูง มายังสื่อทางเลือกที่มีอัตราค่าโฆษณาอยู่ในระดับต่ำกว่า ในขณะที่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น จึงส่งผลให้สื่อโฆษณานอกบ้านยังคงเป็นทางเลือกในการโฆษณาสินค้าและบริการที่น่าสนใจและน่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่องท่ามกลางภาวะการณ์ชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทย

ในปี 2556 MACO เติบโตทั้งในด้าน Performance และ Innovation สำหรับ Performance นับเป็นปีที่ 2 ที่บริษัทได้รับรางวัล Best Company Performance Awards จาก SET Awards และ รางวัล Asia's Best Under A Billion จาก Forbes ในด้าน Innovation ผลงาน Campaign Coke 3D Projection Mapping ที่ตึก CPN และ Giant Coke ซึ่งเป็นการสร้างขวดยักษ์ที่ติดตลเกดเวย์ ได้รับรางวัล Gold Media Awards จาก Cannes Lions International Festival of Creative 2013 ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของบริษัทที่ได้รับความเชื่อถือจากลูกค้า

สำหรับในปี 2557 ปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนดการเติบโตของธุรกิจโฆษณาได้แก่ ความสามารถในการรักษาระดับการเติบโตทางเศรษฐกิจ เนื่องจาก ธุรกิจโฆษณาเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตสอดคล้องตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศ โดยหากในปี 2557 นี้ ประเทศไทยมีความสามารถในการรักษาระดับการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจไว้ได้ โดยไม่มีปัจจัยลบมากระทบ รวมถึงมีปัจจัยหนุนในกลุ่มธุรกิจต่างๆ ธุรกิจโฆษณาก็จะสามารถเติบโตตามที่คาดการณ์ไว้ในทางกลับกัน หากมีปัจจัยลบมากระทบ ดังเช่นในปีที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเป็นความไม่แน่นอนทางการเมือง เหตุการณ์จลาจล ซึ่งกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ เป็นเหตุให้ประชาชนมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น และนำมาซึ่งผลกระทบต่อยอดขายสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการก็จำเป็นต้องลดต้นทุนในส่วนของงบประมาณในการโฆษณา หรือชะลอการโฆษณาออกไปส่งผลให้ธุรกิจโฆษณาอาจไม่สามารถเติบโตตามที่คาดการณ์ไว้

อย่างไรก็ตามปัจจัยที่จะเป็นโอกาสคือ การเปิด AEC ซึ่งจะเป็นโอกาสสำคัญที่ผู้ประกอบการในธุรกิจโฆษณาจะสามารถขยายฐานลูกค้าไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนได้มากขึ้น โดยเฉพาะประเทศในกลุ่ม CLMV ซึ่งเศรษฐกิจในประเทศเริ่มเติบโต ประชาชนเริ่มมีกำลังซื้อที่สูงขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจโฆษณาในประเทศดังกล่าวมีโอกาสเติบโตได้มาก นอกจากนี้ การเปิด AEC ยังส่งผลดีในการสร้างเครือข่าย และมีการร่วมทุนกับประเทศต่างๆ ในอาเซียนได้อย่างสะดวกมากขึ้นผู้เล่นหลัก หรือผู้ขายโฆษณา มีแนวโน้มจะขยายช่องทางการโฆษณาและสร้างแพลตฟอร์มใหม่ๆ เพื่อสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้ค่าโฆษณา และเป็นทางเลือกที่คุ้มค่าสำหรับผู้ประกอบการ เช่น การสร้างแอปพลิเคชันในการเข้าถึงโฆษณาในรูปแบบมัลติมีเดีย ผู้ขายโฆษณาในสื่อแบบดั้งเดิม เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา ที่มูลค่าตลาดมีแนวโน้มถดถอยหรือมีอัตราการเติบโตที่ไม่สูงนัก จะหันมารุกในธุรกิจสื่อสมัยใหม่ที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และตอบโจทย์ผู้ซื้อโฆษณามากขึ้น ผู้ซื้อโฆษณามีแนวโน้มจะไม่ลดงบประมาณในการโฆษณา แต่จะคำนึงถึงความคุ้มค่าในการใช้จ่ายงบประมาณสำหรับโฆษณามากขึ้น โดยจะกระจายงบประมาณในการโฆษณาไปยังสื่อโฆษณาที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างเฉพาะเจาะจงมากขึ้นสอดคล้องกับวิถีชีวิตของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ในปี 2557 บทบาทของบริษัทจะเป็นมากกว่า "Good Media Advertising " หรือทำมากกว่าแค่แก้ปัญหาด้านการสื่อสารให้แก่แบรนด์เหมือนที่ผ่านมา แต่จะเป็น "Great Media Advertising " คือ ช่วยเหลือ แก้ปัญหาและเป็นพันธมิตรกับลูกค้า (แบรนด์สินค้า) อย่างจริงจัง และชัดเจน รวมถึงต้องเปิดประตูทางธุรกิจใหม่ ๆ ให้แก่แบรนด์ด้วย

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ในการผลิตงานโฆษณากับลูกค้า บริษัทมีการดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ทำสัญญาและทำความเข้าใจกับลูกค้าถึงประเภทสื่อป้ายโฆษณาระยะเวลาในการโฆษณารูปแบบรายละเอียดของงานโฆษณา โดยส่วนใหญ่บริษัทจะรับผลิตงานโฆษณาตามแบบที่ลูกค้าได้จัดเตรียมไว้เพื่อลดขั้นตอนในการออกแบบงานโฆษณา
2. หลังจากนั้นบริษัทจะส่งผ่านขั้นตอนการผลิตงานโฆษณาต่อยังบริษัทอื่น เพื่อทำการผลิตงานตามแบบที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้า ปัจจุบันบริษัทไม่มีนโยบายการผลิตงานโฆษณาเอง แต่จะใช้ทีมงานของบริษัทควบคุมคุณภาพ และเวลาในการผลิต โดยเฉพาะงานผลิตภาพด้วยมือที่ใช้แรงงานคนเป็นสำคัญ เนื่องจากบริษัทพิจารณาแล้วว่าการจ้างผลิตงานโฆษณามีต้นทุนในการดำเนินงานที่ต่ำกว่าการลงทุนในเครื่องจักรและทำการผลิตเอง อีกทั้งสื่อป้ายโฆษณาในแต่ละประเภทเหมาะกับลักษณะภาพพิมพ์ที่แตกต่างกัน และในช่วงที่บริษัทรับงานพร้อมกันเป็นจำนวนมาก การกระจายงานให้ผู้ผลิตภาพโฆษณาหลายรายทำให้บริษัทสามารถส่งมอบงานได้อย่างรวดเร็วและทันตามกำหนด อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการร่วมลงทุนกับบริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (เอ็ม) เอสดี เอ็น บีเอชดี จำกัด จากประเทศมาเลเซีย เพื่อจัดตั้งบริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (ประเทศไทย) จำกัดทำการผลิตภาพโฆษณาระบบพิมพ์ภาพอิงค์เจ็ทซึ่งเป็นระบบพิมพ์ภาพส่วนใหญ่ที่บริษัทใช้ในการงานโฆษณา ดังนั้นในกรณีที่เป็นการงานภาพพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ทโดยส่วนใหญ่บริษัทจะส่งมอบงานให้บริษัทร่วมดังกล่าวเนื่องจากมีความคล่องตัวในการควบคุมงานและระยะเวลาในการผลิตได้ดี แต่เงื่อนไขในการดำเนินธุรกิจเป็นไปตามการค้าปกติ ซึ่งบริษัทไม่มีข้อสัญญาและข้อผูกมัดในการส่งงานใดๆทั้งสิ้นและหากปริมาณของงานภาพพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ทมีมากขึ้นจนมีสาระสำคัญ บริษัทอาจจะพิจารณาลงทุนเพิ่มในธุรกิจนี้นอกจากนี้บริษัทมีการส่งมอบงานผลิตภาพโฆษณาแก่ผู้ผลิตรายอื่นได้แก่บริษัท วีอาร์ แอดเวอร์ไทซิง จำกัด, บริษัท คิวแอดเวอร์ไทซิง จำกัด และบริษัท บริษัท พี.เอส. เอิร์ทดอร์โปรดักชั่น จำกัด เป็นต้น
3. บริษัทผู้ผลิตงานโฆษณาจะผลิตงานตามที่ได้รับมอบหมายโดยใช้ระยะเวลาประมาณ 5-30 วันในการทำการผลิตทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของสื่อป้ายโฆษณาหลังจากทำการผลิตเสร็จแล้วบริษัทจะทำการตรวจสอบคุณภาพของงานโฆษณา ให้ถูกต้องตามแบบที่ลูกค้าระบุไว้ ทั้งในด้าน ขนาด วัสดุ สี และรูปแบบ
4. ต่อจากนั้นผู้ผลิตงานโฆษณาจะติดตั้งงานโฆษณาในสื่อป้ายโฆษณาตามที่ได้ตกลงกับลูกค้าโดยการควบคุมของเจ้าหน้าที่ของบริษัท
5. ภายหลังจากติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา ฝ่ายผลิตโฆษณาจะรายงานผลการติดตั้งพร้อมภาพถ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจเช็คความถูกต้องและความสมบูรณ์ของงานให้เป็นไปตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญากับลูกค้า เมื่อฝ่ายการตลาดและฝ่ายรับรองความถูกต้องของงานแล้ว ส่วนลูกค้าสัมพันธ์จะนำภาพสื่อป้ายโฆษณาที่เสร็จสมบูรณ์แล้วจัดส่งให้ลูกค้าพร้อมจดหมายแสดงความขอบคุณที่ใช้บริการ
6. เมื่อครบกำหนดการติดตั้งงานโฆษณาบริษัทจะรื้อถอนชิ้นงานโฆษณาออกจากจุดติดตั้ง โดยกรรมสิทธิ์ในชิ้นงาน จะเป็นไปตามที่ระบุไว้ในสัญญาส่วนใหญ่ลูกค้าจะไม่ต้องการมีกรรมสิทธิ์ในชิ้นงานโฆษณา เนื่องจากมักจะไม่สามารถนำมาใช้งานต่อได้อีก กรณีที่กรรมสิทธิ์เป็นของบริษัท บริษัทจะมอบหมายให้ผู้รับเหมารื้อถอนชิ้นงาน เป็นผู้รื้อถอนและจัดเก็บ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น ชดเชยกับค่าใช้จ่ายในการรื้อถอน

การผลิตงานโครงการ หรือชิ้นงานพิเศษ

1. ประสานงานด้านแนวคิด ทิศทาง และรูปแบบสื่อโฆษณาร่วมกับฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด
2. กำหนดรูปแบบหลักและแนวทางของสื่อโฆษณาร่วมกับ Project Manager
3. เปรียบเทียบ และสรุปผลการเจรจากับพันธมิตรด้านสถานที่ เทคโนโลยี คอนเทนต์
4. จัดทำรูปแบบโครงการเพื่อนำเสนอเจ้าของที่ (Proposal) หรือหน่วยงานที่มีอำนาจดูแลพื้นที่นั้นๆ
5. จัดทำความเป็นไปได้ของโครงการในลักษณะแผนการเงินของโครงการ
6. ทำสัญญาโครงการ (MOU)
7. ควบคุมดูแลการติดตั้ง ก่อสร้างโครงการ
8. ให้ข้อมูลเพื่อช่วยในการขาย การอบรมเกี่ยวกับการขาย และการสร้างความน่าสนใจให้กับสื่อโฆษณา เพื่อให้ฝ่ายขายสามารถเข้าใจจุดขายในการนำเสนอสื่อโฆษณานั้นๆ ไปนำเสนอให้กับลูกค้า และสร้างโอกาสในการปิดการขายต่อไป

การพัฒนาสื่อโฆษณา

ในการพัฒนาสื่อโฆษณา บริษัทมีการจัดทำแผนโครงการและศึกษาความเป็นไปได้ร่วมกับฝ่ายขายและการตลาดดังรายละเอียดการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. การเตรียมการจัดทำแผนโครงการ (Business Plan)
2. ทำการศึกษาและวิจัย(Marketing Research) วิเคราะห์ แนวโน้มของตลาด และสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ
3. ศึกษาความต้องการของตลาด เพื่อประเมินความเป็นไปได้ทางด้านการขายและการตลาด
4. วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด(SWOT Analysis) : วิเคราะห์หาจุดแข็ง(Strength) จุดอ่อน(Weakness) โอกาส(Opportunity) และอุปสรรค(Threat)
5. กำหนดกลยุทธ์เพื่อวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย(STP Strategy) เป็นการกำหนดกลยุทธ์เพื่อระบุกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วยการแบ่งส่วนตลาด(Segmentation) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Market) และการวางตำแหน่ง(Positioning)
6. วางแผนเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด ทางด้านสินค้าและบริการ(Product) ราคา(Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) การส่งเสริมการจัดจำหน่าย(Promotion)
7. ดำเนินการติดต่อ ประสานงานกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้องกับโครงการด้านสถานที่ เทคโนโลยี คอนเทนต์
8. รวบรวมข้อมูลทางด้านการตลาดจากทางพันธมิตรที่เกี่ยวข้องกับโครงการด้านสถานที่ เทคโนโลยี คอนเทนต์
9. ประสานงานกับฝ่ายผลิตด้านการผลิตวัสดุ และพันธมิตรด้านการผลิต
10. จัดทำประมาณการโครงการ (Feasibility Project) เพื่อพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุน
11. สำรวจพื้นที่ และกำหนดจุดติดตั้ง

การให้บริการหลังการขาย

บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการหลังการขายภายใต้นโยบาย MACO MAX Service โดยบริษัทจัดส่งรูปถ่ายป้ายโฆษณาที่แล้วเสร็จให้ลูกค้ารับทราบ พร้อมชิ้นงานโฆษณาหลังลูกค้ามีการตรวจรับมอบงาน ตลอดจนรายงานสภาพสื่อของป้ายโฆษณาให้แก่ลูกค้าทุกรายได้ทราบเป็นประจำทุกเดือน เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในบริการ โดยทีมงานฝ่ายผลิตงานโฆษณา จะตรวจสอบสภาพความสมบูรณ์ ความเรียบร้อย ความส่องสว่างของไฟฟ้าในสื่อป้ายโฆษณาทุกประเภท ภายในวันที่ 25 ของทุกเดือน เพื่อการจัดทำจดหมายรายงานสภาพสื่อป้ายโฆษณาพร้อมรูปถ่ายให้แก่ลูกค้าได้รับทราบตลอดอายุสัญญา นอกจากนี้บริษัทยังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการให้บริการและตรวจสอบแก้ไขสภาพป้ายโฆษณาให้ทันเวลาที่ เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการโฆษณาสินค้าและบริการสูงสุด บริษัทจึงได้จัดให้บริการสายด่วน Hotline โทร 081-811-9811 เพื่อรับเรื่องร้องเรียน การแจ้งสภาพป้ายชำรุด ชัดข้อง ตลอด 24 ชั่วโมง และในกรณีที่ลูกค้าครบสัญญาเช่าป้ายโฆษณา ทางฝ่ายการขายและการตลาดจะทำหน้าที่ในการเสนอข้อมูลสนับสนุนเพื่อกระตุ้นต่อการตัดสินใจของลูกค้า อันจะก่อให้เกิดการใช้บริการสื่อป้ายโฆษณาของบริษัทอย่างต่อเนื่อง

3. ปัจจัยความเสี่ยง

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ได้ถูกกำหนดตามแผนกลยุทธ์ของบริษัท และแต่ละหน่วยธุรกิจ นำไปปฏิบัติ โดยมุ่งเน้นการรักษาความสามารถในการแข่งขัน การลงทุนขยายธุรกิจและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ ซึ่งในปี 2556 ลักษณะของความเสี่ยงต่าง ๆ ที่ปรากฏได้รับการบริหารจัดการและควบคุมได้ในระดับหนึ่ง และเพื่อให้การบริหารความเสี่ยงต่าง ๆ สามารถป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดจากการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรง และความไม่แน่นอนทางการเมือง บริษัทจึงพิจารณาความเสี่ยงที่อาจทำให้บริษัท ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ โดยยังคงความเสี่ยงที่สำคัญไว้อย่างนี้

ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

1. ความเสี่ยงในด้านการดำเนินธุรกิจ

ภาพรวมใน ปี 2556 เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้น ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในต่างประเทศหลาย ๆ ประเทศ คงไม่พ้นเรื่องมาตรการ QE ของสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจในเรื่องของราคาดัชนี ทองคำ และอัตราแลกเปลี่ยน ทำให้มีการผันผวนในครั้งปีแรก แม้ว่าเครื่องชี้เศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา ที่มีการเปิดเผยเร็ว ๆ นี้จะส่งสัญญาณถึงการฟื้นตัวของเศรษฐกิจสหรัฐ อย่างไรก็ตาม แต่ก็ยังมีความเสี่ยงที่เศรษฐกิจสหรัฐอาจจะเผชิญการชะลอตัวลงได้ หากแรงส่งของการฟื้นตัวของการบริโภคไม่มาตามที่คาด สำหรับเหตุการณ์บ้านเมืองในประเทศไทย ในครั้งปีหลังเกิดเหตุการณ์ชุมนุมของประชาชนและแกนนำของนายสุเทพ เทือกสุบรรณ จนกระทั่งมีการยุบสภา และการชุมนุมยืดเยื้อจนกระทั่งปัจจุบัน ซึ่งทำให้มีผลกระทบด้านเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะเรื่องความเชื่อมั่น ในการลงทุนจากต่างประเทศ และธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศชะงักการใช้จ่ายต้องหยุดชะงักในบางภาคธุรกิจเนื่องจากฝั่งนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ

ในส่วนของบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ได้รับผลกระทบในเรื่องของการบริการ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาด (Events) ที่ต้องมีการเลื่อนกำหนดการจัดกิจกรรมให้กับลูกค้า ทำให้การรับรู้รายได้ในส่วนของการบริการส่วนนี้ลดน้อยลง ในปี 2556 ถึงอย่างไรก็ดี มาสเตอร์ แอด ก็ได้มีการป้องกันความเสี่ยง ถึงเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้น โดยเตรียมแผนรองรับในการบริหารสื่อที่เป็น MACO Space เพิ่มขึ้น ทดแทนสื่อประเภท Non MACO Space ซึ่งในปี 2555 สัดส่วนของกลุ่มสื่อ แยกได้ดังนี้ MACO Space 80% และ Non MACO Space 20% ในขณะที่ปี 2556 สัดส่วนของกลุ่มสื่อ แยกเป็น MACO Space 90% และ Non MACO Space 10%

2. ความเสี่ยงในด้านการเงิน

นโยบายการเงินในปี 2556 ธปท.จะเน้นการดำรงไว้ซึ่งเสถียรภาพด้านราคา โดยอัตราเงินเฟ้อพื้นฐานเฉลี่ยรายได้ไตรมาสร้อยละ 0.5 – 3.0 ต่อปี การติดตามความเคลื่อนไหวของเป้าหมายของนโยบายการเงิน และการเคลื่อนไหวของอัตราเงินเฟ้อพื้นฐานนอกนอกเป้าหมาย และการแก้ไขเป้าหมายของนโยบายการเงิน ในช่วงปลายปี 2556 การดำเนินนโยบายการเงินที่ผ่อนคลายยังมีความเหมาะสมต่อการสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ในสภาวะที่อัตราเงินเฟ้อยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ จึงมีมติเป็นเอกฉันท์ให้ลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายในเดือนตุลาคม 2556 ที่ร้อยละ 2.5 ต่อปี เป็นร้อยละ 2.25 ต่อปี ในเดือนพฤศจิกายน 2556

นอกจากนี้ด้านต่างประเทศ สหรัฐอเมริกา หลังข้อมูลตลาดแรงงานออกมาแข็งแกร่ง ขณะที่ประเด็นด้านการคลังก็เริ่มมีสัญญาณเชิงบวกมากขึ้น ท้ายที่สุดแล้ว การปรับลดขนาดการซื้อพันธบัตรที่อาจเกิดขึ้นในไม่ช้านี้ ก็คงจะส่งผลกระทบต่อกระแสเงินทุนเคลื่อนย้าย และส่งผลให้ทิศทางของค่าเงินบาทมีโอกาสอ่อนค่าลง รวมถึงทิศทางอัตราดอกเบี้ย

ที่น่าจะปรับสูงขึ้น ท่ามกลางสภาพคล่องในระบบการเงินไทยที่คงทยอยดีขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทางการต้องติดตามอย่างใกล้ชิดและเตรียมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้น

ในส่วนของความเสี่ยงทางการเงินของบริษัทในปีที่ผ่านมา บริษัทยังคงไม่ได้รับผลกระทบแต่อย่างใด สืบเนื่องจากในปี 2556 บริษัทไม่มีการลงทุนที่เป็นจำนวนมาก และส่วนใหญ่ใช้เงินทุนหมุนเวียนของบริษัทฯ ที่มีอยู่เป็นหลัก สำหรับความเสี่ยงทางด้านอัตราแลกเปลี่ยน ในปีที่ผ่านมาบริษัทไม่มีธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับอัตราแลกเปลี่ยน จึงไม่ได้รับผลกระทบทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเช่นกัน แต่สำหรับในปี 2557 มีการลงนามบันทึกข้อตกลงเกี่ยวกับการเป็นตัวแทนขายสื่อโฆษณาต่างประเทศไทย ก็จะมีเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งบริษัทฯ ได้วางแผนเพื่อลดความเสี่ยงนี้ด้วยการทำสัญญาซื้ออัตราเงินล่วงหน้าไว้ เพื่อป้องกันความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องที่อาจเกิดจากความเป็นไปได้ที่ลูกค้าอาจจะไม่สามารถจ่ายชำระหนี้ให้แก่บริษัทได้ ภายในกำหนดเวลาโดยปกติของการค้า เพื่อจัดการความเสี่ยงนี้ บริษัทได้ประเมินความสามารถทางการเงินของลูกค้าเป็นระยะๆ และในปีนี้นับว่าบริษัทสามารถบริหารจัดการบัญชีลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อเทียบกับรายได้ที่เติบโตขึ้น แต่บัญชีลูกหนี้ไม่ได้เติบโตตามสัดส่วนรายได้ และในปีนี้มีลูกหนี้ที่ตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญมีจำนวนลดลงกว่าปี 2554 และลูกหนี้การค้ามีอายุหนี้ค้างชำระโดยเฉลี่ยที่ 72 วัน จากปี 2554 อยู่ที่ 75 วัน

สำหรับในปี 2556 บริษัทฯ ได้มีการขอมติคณะกรรมการบริษัทเพื่อขอวงเงินกู้ยืมล่วงหน้า เพื่อสำรองกรณีที่เกิดโครงการใหญ่และต้องใช้เงินลงทุนเป็นจำนวนมาก ในวงเงินไม่เกิน 1,000 ล้านบาท และนำเสนอผู้ถือหุ้นต่อไป เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงในกรณีที่ไม่สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงินได้ครบตามจำนวนเงินลงทุนที่ต้องการ นอกจากนี้เป็นการบริหารต้นทุนทางการเงินอีกด้วย

3. ความเสี่ยงในด้านข้อกำหนดกฎหมายควบคุมป้ายโฆษณา

ในปี 2556 บริษัท ยังคงรักษานโยบายการก่อสร้างป้ายโฆษณาที่ได้รับอนุญาตถูกต้องก่อนเท่านั้น และมีคณะทำงานติดตามการปรับปรุงข้อกำหนดอย่างต่อเนื่อง เพื่อมิให้เกิดการเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดกฎหมายต่าง ๆ ที่จะมีขึ้นในอนาคต มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัท และในทุกปี บริษัท ยังคงให้บริษัทตรวจสอบโครงสร้างอาคารและป้ายโฆษณาที่ขึ้นทะเบียนกับกรมโยธาธิการและผังเมือง ดำเนินการตรวจสอบและรับรองป้ายโฆษณาทุกป้ายของบริษัท รวมถึงการประสานงานกับสมาคมป้ายโฆษณา เพื่อรับรองความมั่นคงแข็งแรงโครงสร้างป้ายทุกป้าย โดยสังเกตจากโลโก้ “Safety 13/14”

4. ความเสี่ยงในการเปลี่ยนแปลงงานโฆษณาในยุคของดิจิทัลและ Online

ในปี 2556 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้เผยแพร่กลยุทธ์ ดิจิทัลทีวีประสบความสำเร็จทั้ง 4 หมวดหมู่ ได้ผู้มีสิทธิเป็นผู้ชนะการประมูล 24 ราย ปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคถูกเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีการสื่อสาร ดังนั้นการขยายตัวของดิจิทัลมีเดีย ออนไลน์ และสมาร์ทโฟนที่เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์ว่า ในปี 2556 ธุรกิจโฆษณามีมูลค่าตลาด 129,880 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 10 จากปี 2555 ซึ่งมีมูลค่าตลาด 117,760 ล้านบาท โดยโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อหลักที่มีมูลค่าโฆษณาสูงที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 57 ของมูลค่าตลาด อุตสาหกรรมที่จะผลักดันให้ตลาดธุรกิจโฆษณาเติบโตในปี 2556 เป็นกลุ่มธุรกิจ 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ สินค้าอุปโภคและบริโภค ยานยนต์ และสื่อสาร

รายงานจากสมาคมโฆษณาดิจิทัล(ประเทศไทย) ได้แสดงให้เห็นถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมโฆษณาดิจิทัลในทุกประเภทมีการคาดการณ์งบประมาณโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลในปี 2556 ที่ 3,733 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจากปี 2555 เท่ากับ 34.12% ทั้งนี้สัดส่วนของเงินโฆษณา คาดว่าจะเพิ่มขึ้นมากกว่า3% ภายในปี 2556

ในส่วนของบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน) มองว่าในยุคของดิจิทัลและ Online มีบทบาทสำคัญมากขึ้นในการสื่อสารงานด้านโฆษณาไปยังลูกค้า เพราะลูกค้าต้องการตอบสนองแบบรวดเร็ว และไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวาง แต่ยังต้องการให้กลุ่มเป้าหมายจดจำตัวสินค้าอยู่เสมอๆ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องนำเอาสื่อโฆษณาที่เป็น Billboard ร่วมกับสื่อดิจิทัล และ Online ประกอบกันในงานโฆษณา เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้จดจำตัวสินค้าได้มากที่สุด จนเกิดการซื้อสินค้า MACO เล็งเห็นแนวโน้มทางด้านดิจิทัลและ Online จึงได้มีการนำเทคโนโลยี QR Code (Quick Response) ,AR Code (Augmented Reality) มาใช้กับงานโฆษณา ที่เป็นสื่อ Billboard และงาน Made to Order ตั้งแต่ปี 2554 เพื่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างกัน (Interactive) ในงานโฆษณา นอกจากนั้น MACO ตั้งทีมงานเพื่อศึกษา และบริหารจัดการงานโฆษณาทางด้านดิจิทัลและ Online เพื่อให้ทันสมัยและตอบโจทย์ลูกค้าในทุกยุค ทุกสมัยอีกด้วย สำหรับในปี 2556 MACO มีแผนงานที่จะเปลี่ยนสื่อ Billboard ในบางจุดมาเป็นดิจิทัล ซึ่งอยู่ระหว่างการอนุมัติจากเจ้าของสถานที่ และเจ้าของสัมปทาน คาดว่าจะสำเร็จภายในปี 2557

ความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

1. ความเสี่ยงจากการบริหารงานที่พึ่งพิงผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัทฯ มีภาพลักษณ์ที่ติดกับผู้บริหารสำคัญของบริษัท จำนวน 1 ราย ซึ่งถือหุ้นในบริษัทร้อยละ 20.33 โดยนายพนด ตันตลารักษ์ มีส่วนสำคัญในการบริหารงานบริษัทจนมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมและทำให้บริษัทมีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2556 บริษัทมีกำไรสุทธิจำนวน 173.75 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 23.94 เมื่อเทียบกับปี 2555 ตลอดระยะเวลา 25 ปี โดยสามารถทำให้บริษัทฯ อยู่ในอันดับที่ 3 ของธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้าน หากบริษัทสูญเสียผู้บริหารดังกล่าวไป อาจส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการของบริษัทและผลการดำเนินงานของบริษัทได้ อย่างไรก็ดี บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างการจัดการของบริษัทให้มีการกระจายอำนาจการจัดการ ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบให้แก่ผู้บริหารในสายงานต่าง ๆ ตามความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ ในตำแหน่งผู้ช่วยประธานเจ้าหน้าที่บริหารงานจำนวน 3 ท่าน เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบริหารดังกล่าว

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวร

สินทรัพย์ถาวรของบริษัทและบริษัทย่อยคือ ที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการด้านสื่อป้ายโฆษณา ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

มูลค่าทางบัญชีสุทธิของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

ประเภทสินทรัพย์	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (พันบาท)	ภาระการค้ำประกันเงินกู้
ที่ดิน 6 แปลง*	บริษัท	35,317	ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ จำนวน 103 ล้านบาท
อาคาร	บริษัท/บริษัทย่อย	3,654	ไม่มี
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	บริษัท/บริษัทย่อย	4,535	ไม่มี
เครื่องมือและอุปกรณ์	บริษัท/บริษัทย่อย	146	ไม่มี
โครงข่ายโฆษณา	บริษัท/บริษัทย่อย	46,085	ไม่มี
ยานพาหนะ	บริษัท/บริษัทย่อย	1,289	ไม่มี
สื่อโฆษณาอื่น ๆ	บริษัท/บริษัทย่อย	1,549	ไม่มี
สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	บริษัท/บริษัทย่อย	26,346	ไม่มี
อื่น ๆ	บริษัท/บริษัทย่อย		ไม่มี
รวม		121,185	

*ที่ดิน 3 แปลง โฉนดเลขที่ 58516, 74205 และ 74206 ตั้งอยู่ที่ ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอสามโก้ จังหวัดปทุมธานี

*ที่ดิน 3 แปลง โฉนดเลขที่ 5672, 14360 และ 14217 ตั้งอยู่ที่ ตำบลทับคาง อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี

สัญญาเช่าระยะยาว

ในการดำเนินธุรกิจสื่อป้ายโฆษณา จุดติดตั้งสื่อป้ายโฆษณามีความสำคัญต่อการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างมาก โดยสัญญาเช่าพื้นที่ในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาสามารถสรุปได้ดังนี้

ลักษณะสัญญา	อายุสัญญา	การจ่ายค่าตอบแทน
เช่าพื้นที่จากภาคเอกชน	3-5 ปี	รายเดือนและรายปี
เช่าพื้นที่จากหน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	3-9 ปี	รายเดือน
เช่าโครงข่ายจากภาคเอกชน	10 ปี	รายเดือน

ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน

- ไม่มี -

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทจะลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย ทั้งทางตรงและทางอ้อมซึ่งจะพิจารณาสัดส่วนในการลงทุนเป็นรายๆ ไปโดยดูจากแนวโน้มของธุรกิจ ถ้ามีโอกาสประสบความสำเร็จและสามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันบริษัทจะลงทุนในสัดส่วนที่มากพอที่บริษัทจะสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารและกำหนดนโยบาย

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทและบริษัทย่อย ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจจะมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทและบริษัทย่อย เว้นแต่ข้อพิพาททางกฎหมายของบริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด ซึ่งศาลชั้นต้นได้พิพากษาให้บริษัทย่อยจ่ายค่าเสียหายในคดีความกับคู่ค้ารายหนึ่ง เนื่องจากคู่ค้ารายดังกล่าวมีการฟ้องเรียกร้องค่าเสียหาย เพื่อให้บริษัทย่อยชำระค่าจ้างทำของ ค่าเช่าสื่อโฆษณาและเสียหายจำนวนเงินรวมประมาณ 7.55 ล้านบาท ซึ่งบริษัทย่อยได้บันทึกค่าเสียหายดังกล่าวเป็นจำนวน 5.38 ล้านบาท เป็นรายจ่ายแล้วในปี 2549 และในไตรมาส 3 ปี 2553 บริษัทย่อยได้บันทึกค่าเสียหายรวมดอกเบี้ยที่คาดว่าจะชำระเพิ่มเติม จำนวนเงิน 4.23 ล้านบาท ในปี 2556 ได้มีการบันทึกดอกเบี้ยที่คาดว่าจะชำระเพิ่มเติมจำนวนเงิน 6.21 ล้านบาท ผู้บริหารของบริษัทย่อยเชื่อว่าเป็นจำนวนเงินที่เพียงพอแล้ว ขณะนี้บริษัทย่อยได้ยื่นอุทธรณ์คำตัดสินของศาลชั้นต้น คดีความดังกล่าวกำลังอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลอุทธรณ์ โดยบริษัทวางหนังสือค้ำประกันจากธนาคารจำนวน 11.45 ล้านบาทไว้กับศาลอุทธรณ์

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อ : บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน)
 เลขทะเบียนบริษัท : 0107546000113
 ประเภทธุรกิจ : ให้บริการและรับจ้างผลิตสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย และบันเทิง
 ทุนจดทะเบียน : 300,898,530 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 300,898,530 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท (ณ.31 ธันวาคม 2556)
 ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า : 300,896,950 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 300,896,950 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท (ณ. 31 ธันวาคม 2556)

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : เลขที่ 1 ชั้น 4-6 ซอยลาดพร้าว 19 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
 โทรศัพท์ : 02 938 3388 โทรสาร 02 9383489
 เว็บไซต์ : <http://www.masterad.com>

แผนกนักลงทุนสัมพันธ์ : โทรศัพท์ 02 9383388 ต่อ 487
 และเลขานุการบริษัท : โทรสาร 0-2938-3489
 อีเมล ir@masterad.com

บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์ : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์(ประเทศไทย) จำกัด
 เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถ.รัชดาภิเษก เขตคลองเตย
 กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์. 02 229 2888 Fax.02 654 5427
 ผู้สอบบัญชี : บริษัท ไพร์ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอพีเอเอส จำกัด (PWC)
 โดย นายจรเกียรติ อรุณไพโรจน์กุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3445
 สำนักงาน : เลขที่ 179/74-80 ชั้น 15 อาคารบางกอกซิตี้ทาวเวอร์ ถ.สาทรใต้
 กรุงเทพฯ 10120
 โทรศัพท์ : 02-344-1000 Ext.1438
 โทรสาร : 02-286-5050

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้น

บจก.มาสเตอร์ แอนด์ มอร์

เลขทะเบียนบริษัท	0105539107640
ประเภทธุรกิจ	ให้บริการและรับจ้างผลิตงานสื่อป้ายโฆษณาขนาดเล็ก
ทุนจดทะเบียน	20,000,000.- บาท
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	20,000,000.- บาท
สัดส่วนการถือหุ้น	100.00% ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว
ที่ตั้งสำนักงาน	เลขที่ 1 ชั้น 4-6 ซอยลาดพร้าว 19 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
โทรศัพท์ /โทรสาร	02 938 3388 โทรสาร 02 938 3486-7
เว็บไซต์	www.masterad.com

บจก.มาโก้ ไรท์ซายน์

เลขทะเบียนบริษัท	0105546151896
ประเภทธุรกิจ	ผลิตอุปกรณ์ Trivision
ทุนจดทะเบียน	5,000,000.- บาท
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	5,000,000.- บาท
สัดส่วนการถือหุ้น	80.00% ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว
ที่ตั้งสำนักงาน	28/43-45 ถ.วิภาวดี-รังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ
โทรศัพท์ /โทรสาร	02 938 3388 โทรสาร 938 3486-7

บจก.กรีนแอต

เลขทะเบียนบริษัท	0105553137747
ประเภทธุรกิจ	ให้บริการและรับจ้างผลิตสื่อโฆษณาแผงผนังต้นไม้
ทุนจดทะเบียน	5,000,000.- บาท
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	5,000,000.- บาท
สัดส่วนการถือหุ้น	51.00% ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว
ที่ตั้งสำนักงาน	เลขที่ 1 อาคารเก้าปูลทรีพีย์ ชั้น 6 ซอยลาดพร้าว 19 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
โทรศัพท์ /โทรสาร	02 938 3388 โทรสาร 938 3486-7

บจก.แม็กซ์ ครีเอทีฟ

เลขทะเบียนบริษัท	0105554077489
ประเภทธุรกิจ	ผลิตสื่อโฆษณา ออกแบบ ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการโฆษณา รับโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ธุรกิจเกี่ยวกับการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการติดต่อสื่อสาร
ทุนจดทะเบียน	5,000,000.- บาท
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	5,000,000.- บาท
สัดส่วนการถือหุ้น	50.00% ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว
ที่ตั้งสำนักงาน	545 ซอยปรีดีพนมยงค์ 42 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์ /โทรสาร	0-2713-1240

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้น (ต่อ)

บจก.แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์

เลขทะเบียนบริษัท	0105535041831
ประเภทธุรกิจ	ให้บริการเช่าอาคารสำนักงาน
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	40,000,000.- บาท
สัดส่วนการถือหุ้น	48.87% ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว
ที่ตั้งสำนักงาน	เลขที่ 1 ชั้น 4-6 ซอยลาดพร้าว 19 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
โทรศัพท์ /โทรสาร	02 938 3388

บจก.อิงค์ เจ็ท อิมเมจเจส

เลขทะเบียนบริษัท	0105539090097
ประเภทธุรกิจ	ผลิตภาพโฆษณาด้วยระบบคอมพิวเตอร์ อิงค์เจ็ท
ทุนจดทะเบียน	6,000,000.- บาท
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	6,000,000.- บาท
สัดส่วนการถือหุ้น	50% ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว
ที่ตั้งสำนักงาน	28/43-45 ถ.วิภาวดี-รังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ /โทรสาร	02 936 3366 โทรสาร 02 936 3636
เว็บไซต์	www.inkjetimagesthailand.com