

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ลักษณะผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท คือ ให้บริการและผลิตสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ที่มีความหลากหลายทั้งด้านรูปแบบ ขนาด สถานที่ติดตั้ง และเทคนิคในการนำเสนอ เพื่อให้สามารถสนองความต้องการของตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน โดยให้บริการอย่างครบวงจรเริ่มตั้งแต่ ให้คำปรึกษา วางแผนสื่อโฆษณา การให้บริการผลิตและติดตั้งงานโฆษณา การจัดกิจกรรมทางการตลาด รวมทั้งดูแลรักษาสื่อตลอดระยะเวลาของการบริหารจัดการสื่อโฆษณา

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

วิสัยทัศน์:

ตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์ด้วยสื่อนอกบ้านคุณภาพที่มีเครือข่ายครอบคลุมทำเลที่ดีที่สุดทั่วประเทศไทยและอาเซียน มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถเชื่อมโยงกับออนไลน์และช่องทางตลาดได้ทุกช่องทาง เพื่อตอบสนองแผนการตลาดของลูกค้า โดยมีธรรมาภิบาลที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม"

พันธกิจ:

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างตรงจุด ด้วยบริการระดับพรีเมียม ที่ช่วยเชื่อมโยงเครือข่ายสื่ออกบ้านกับช่องทางสื่อสารการตลาดต่างๆ เพื่อนำพาไปสู่การมีส่วนร่วมและการตัดสินใจซื้อ ไม่ใช่แค่เพียงเห็นสื่อ

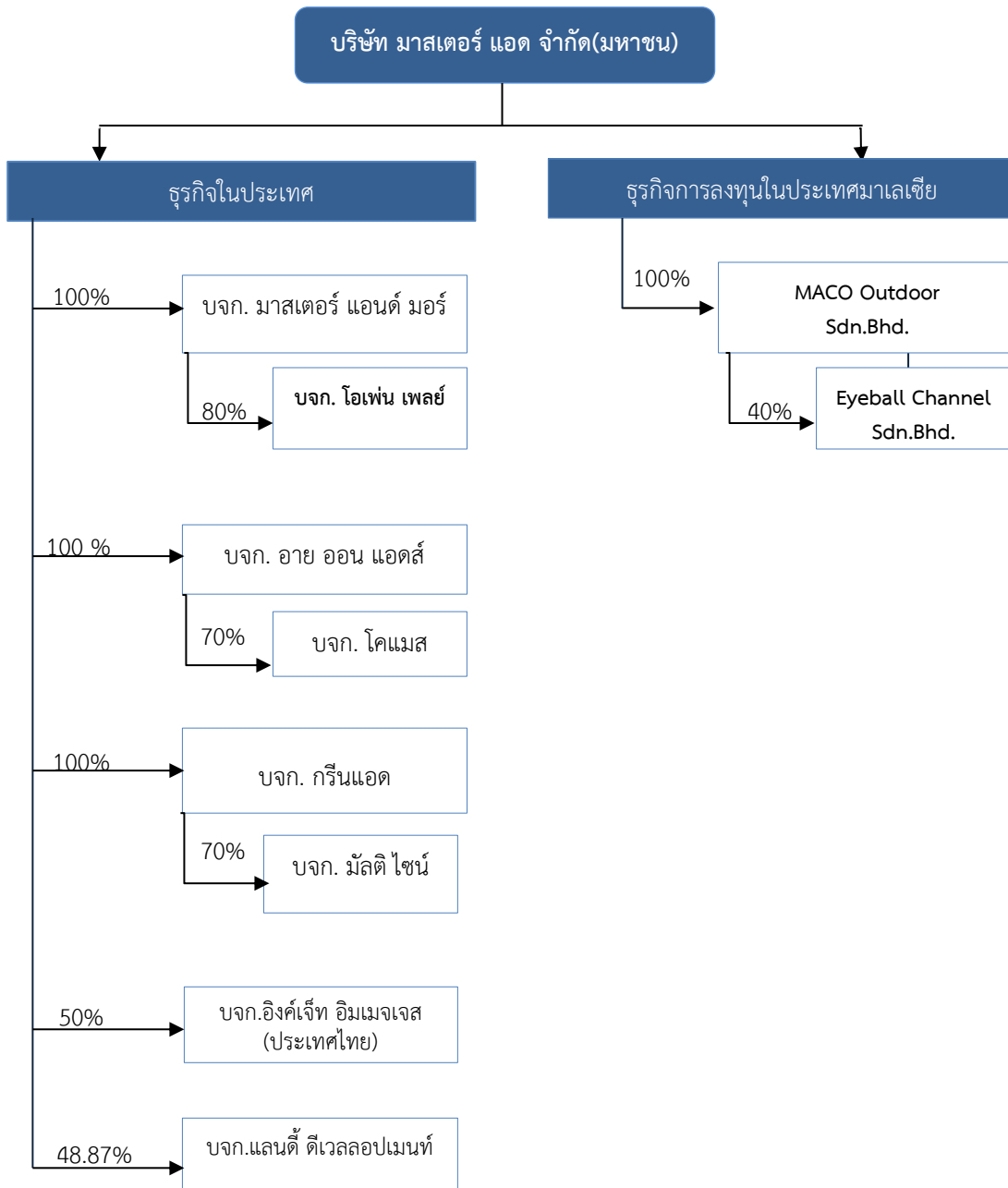
1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี	เดือน	เหตุการณ์
2531	กุมภาพันธ์	จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทในนาม บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด
2539	สิงหาคม	จัดตั้งบริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (ประเทศไทย) จำกัด ร่วมกับบริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (เอ็ม) เอสตีเอ็น บีเอชดี จำกัด ประเทศมาเลเซีย โดยถือหุ้นในสัดส่วน 50% เพื่อประกอบธุรกิจผลิตภาพด้วยระบบคอมพิวเตอร์อิงค์เจ็ทและสนับสนุนงานผลิตสื่อโฆษณาสำหรับบริษัทในกลุ่ม
	กันยายน	จัดตั้งบริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด (“มาสเตอร์ แอนด์ มอร์”) ร่วมกับบริษัท เคลียร์ชาแนล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้ผลิตสื่อโฆษณาชั้นนำจากประเทศอังกฤษ โดยถือหุ้นในสัดส่วน 50% เพื่อประกอบธุรกิจผลิตสื่อป้ายโฆษณานอกบ้านขนาดเล็ก และในปี 2553 บริษัทฯ ได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นใน มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ เป็น 100%
2544		ขยายธุรกิจไปสู่การบริหารพื้นที่โฆษณาบริเวณเสาตอม่อใต้สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยบริษัทฯ ได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียวจาก บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด และต่อมาในปี 2548 ได้ขยายเครือข่ายไปยังพื้นที่โฆษณาบริเวณเสาตอม่อใต้สะพานข้ามแยก โดยได้รับสิทธิในการบริหารจาก กรุงเทพมหานคร
2546	กันยายน	จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และประสบความสำเร็จในการเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ MAI ภายใต้ชื่อย่อหลักทรัพย์ “MACO” โดยเริ่มเข้าซื้อขายวันแรก ในวันที่ 29 กันยายน 2546
2553	พฤศจิกายน	จัดตั้งบริษัท กรีน แอด จำกัด (“กรีน แอด”) ร่วมกับ บริษัท วีบีจี จำกัด โดยถือหุ้นในสัดส่วน 51% เพื่อสนับสนุนงานผลิตสื่อของบริษัทในกลุ่ม และในปี 2557 บริษัทฯ ได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นใน กรีน แอด เป็น 100%
2556	กันยายน	ย้ายเข้าสู่การเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ SET ภายใต้กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ หมวดธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์
2557	พฤษภาคม	บริษัท วิจิไอโกลบอล มีเดีย จำกัด(มหาชน) (“VGI”) ได้ขยายเครือข่ายสื่อโฆษณานอกบ้านผ่านการเข้าลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท ในจำนวน 751 ล้านหุ้น หรือ 24.96% ของหุ้นทั้งหมด
	กันยายน	เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิม หุ้นละ 1.00 บาท เป็นหุ้นละ 0.1 บาท โดยราคาหุ้นใหม่ ซึ่งปรับตามการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้นั้น เริ่มซื้อขายตั้งแต่วันที่ 3 ตุลาคม 2557
	พฤศจิกายน	มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ บริษัทย่อยของบริษัท ได้เข้าลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท โอเพ่น เพลย์ จำกัด (“โอเพ่น เพลย์”) จำนวน 4.0 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วน 80% ของหุ้นทั้งหมด โอเพ่น เพลย์ ได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียว จากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในการบริการสื่อโฆษณาภายในสถานีบริการน้ำมันปตท. จิฟี่ ทั่วประเทศไทย
2558	เมษายน	ขยายเครือข่ายสื่อโฆษณากลางแจ้งไปยังประเทศมาเลเซีย โดยจัดตั้งบริษัทย่อยภายใต้ชื่อ บริษัท มาโก้ เอทเตอร์ จำกัด ประเทศมาเลเซีย เพื่อเข้าลงทุน 40% ในบริษัท อายบอล ชาแนล จำกัด (อายบอล ชาแนล)
2559	พฤษภาคม	VGI ได้เข้าซื้อหุ้นเพิ่มเติมของบริษัท จำนวน 375 ล้านหุ้น (หรือ 12.46%) ทำให้ปัจจุบัน VGI มีสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัททั้งสิ้น 1,126 ล้านหุ้น (หรือ 37.42%) กลายเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของ บริษัทฯ ภายหลังการควบรวมกิจการ VGI และ MACO ได้ร่วมกันกำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างสรรค์แคมเปญสื่อโฆษณาที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้ทั้งสองบริษัทก้าวขึ้นสู่การเป็นผู้นำการให้บริการเครือข่ายสื่อโฆษณาแบบครบวงจรภายในประเทศและอาเซียนได้เป็นอย่างดี

2559	สิงหาคม	<p>เข้าลงทุนใน บริษัท มัลติ ไชน์ จำกัด (“มัลติ ไชน์”) ในสัดส่วน 70% ผ่าน กรีน แอด บริษัทย่อยซึ่งบริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 100% มัลติ ไชน์ เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณากลางแจ้ง โดยมีจำนวนป้ายโฆษณาทั้งสิ้น 860 ป้าย ครอบคลุมทั่วประเทศ การลงทุนในครั้งนี้ทำให้บริษัทมีป้ายโฆษณามากกว่า 2,000 ป้ายครอบคลุมทุกจังหวัดในประเทศไทย กลายเป็นผู้ให้บริการในตลาดสื่อโฆษณากลางแจ้งที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ</p>
	กันยายน	<ul style="list-style-type: none"> ■ เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท จำนวน 334 ล้านบาท ที่ราคาพาร์ 0.10 บาทต่อหุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่ Ashmore OOH Media Limited ในราคาขายหุ้นละ 1.28 บาท คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 427.5 ล้านบาท เพื่อใช้ในการเข้าซื้อกิจการ มัลติ ไชน์ ต่อมา บริษัทฯ ได้นำหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 334 ล้านบาท เข้าเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและเริ่มซื้อขายครั้งแรกในวันที่ 31 ตุลาคม 2559 ส่งผลให้บริษัทมีจำนวนหุ้นจดทะเบียนชำระแล้วทั้งสิ้น 3,343 ล้านบาท ■ กรีน แอด เพิ่มทุนเพื่อจัดสรรให้กับผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น จำนวน 99 ล้านบาท ที่ราคาพาร์ 5 บาทต่อหุ้น คิดเป็นมูลค่ารวม 495 ล้านบาท เพื่อบริการเข้าซื้อกิจการ มัลติ ไชน์ ภายหลังการเพิ่มทุนครั้งนี้ กรีน แอด จะมีหุ้นสามัญจดทะเบียนทั้งสิ้น 500 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากทุนจดทะเบียนเดิมที่ 5 ล้านบาท
2560	มีนาคม	<ul style="list-style-type: none"> ■ บริษัท อาย ออน แอดส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่ MACO ถือหุ้นในสัดส่วน 100% ได้เข้าซื้อสิทธิการเช่าและโครงข่ายโฆษณา จำนวน 72 โครงข่าย จากบริษัท เอท์ ออฟ โสม มีเดีย จำกัด จำนวน 30 โครงข่าย และจากบริษัท เอท์ดอร์ คอนสตรัคชั่น จำกัด จำนวน 42 โครงข่าย มูลค่ารวมทั้งสิ้น 154 ล้านบาท เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโครงข่ายโฆษณา รวมไปถึงลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้ให้เช่ารายใหญ่เพียงไม่กี่ราย
	มิถุนายน	<ul style="list-style-type: none"> ■ บริษัท อาย ออน แอดส์ จำกัด บริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ทั้งหมด เข้าลงทุน 70% ในบริษัท โคแมส จำกัด (“โคแมส”) คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 335 ล้านบาท โคแมสเป็นผู้ประกอบกิจการป้ายโฆษณากลางแจ้งที่มีประสบการณ์ยาวนานกว่า 19 ปี ครอบครองทำเลที่ตั้งป้ายโฆษณาใจกลางย่านธุรกิจสำคัญ ทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด แบ่งเป็นป้ายโฆษณาภาพนิ่งขนาดใหญ่จำนวน 113 ป้าย กระจายอยู่ 23 จังหวัดและป้ายดิจิทัล 7 ป้าย ใน 5 จังหวัด รวมมีมูลค่ากำลังการผลิตสื่อ ทั้งสิ้น 200 ล้านบาท การเพิ่มเครือข่ายในครั้งนี้ทำให้ MACO ขึ้นเป็นผู้นำสื่อโฆษณากลางแจ้งที่มีกำลังการผลิตสื่อในมือกว่า 1,400 ล้านบาท และมีพื้นที่ให้บริการกว่า 140,000 ตารางเมตร
	กรกฎาคม	<ul style="list-style-type: none"> ■ บริษัทฯ ได้เริ่มดำเนินการเข้าสู่การสร้างเครือข่ายสื่อดิจิทัล โดยการนำพื้นที่บริเวณหัวเมืองหลักในต่างจังหวัดของ บริษัท มัลติไชน์ จำกัด (“มัลติไชน์”) มาปรับเปลี่ยนเป็นป้ายโฆษณาดิจิทัลที่ทันสมัย ซึ่งในวันที่ 1 กรกฎาคม 2560 บริษัทฯ ได้เริ่มเปิดให้บริการเต็มรูปแบบ จำนวน 21 ป้าย
	พฤศจิกายน	<ul style="list-style-type: none"> ■ เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2560 บริษัทฯ รายงานผลการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิ MACO-W1 จำนวนทั้งสิ้น 96 ล้านหน่วย ในราคาใช้สิทธิ 2 บาทต่อหุ้น โดยหุ้นเพิ่มทุนเริ่มซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ SET ในวันที่ 9 พฤศจิกายน 2560 และการเพิ่มทุนครั้งนี้ส่งผลให้จำนวนหุ้นสามัญชำระแล้วของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นเป็น 3,439 ล้านบาท

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

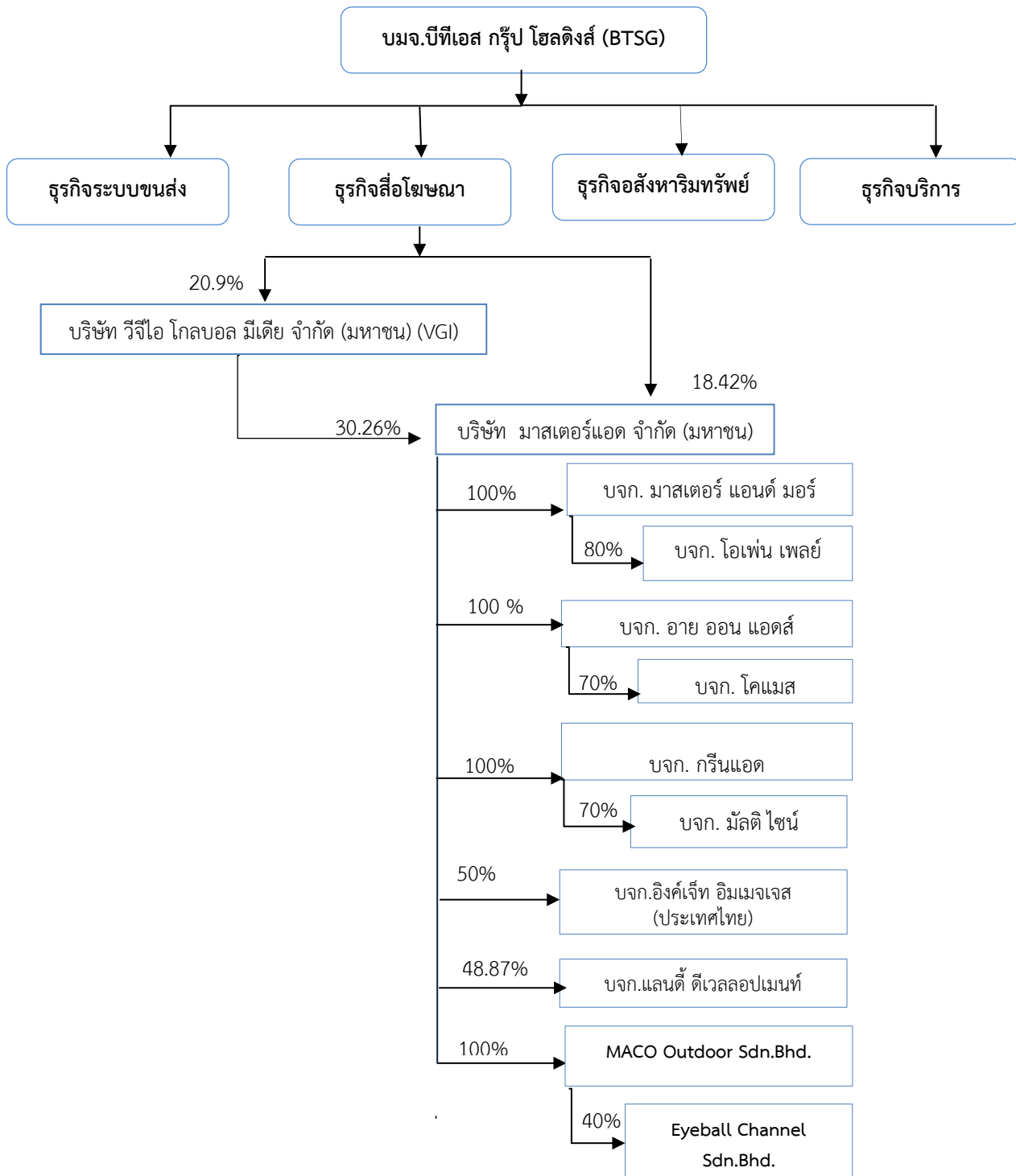
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีโครงสร้างการถือหุ้นในกลุ่มบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ดังนี้



1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัท ฯ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่คือ บริษัท วี จี ไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน) (VGI) ซึ่งถือหุ้นในสัดส่วน 30.26.% เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาออกบ้านและธุรกิจบริการด้านดิจิทัลมีผู้ถือหุ้นหลักคือ บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด สัดส่วนการถือหุ้น 51.0% และ บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) สัดส่วนการถือหุ้น 20.9% (ข้อมูล ณ วันที่ 18 กรกฎาคม 2560) ทำให้ บริษัท ฯ เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจในกลุ่มบริษัท BTS&G ซึ่งถือหุ้นของบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม (โดยถือหุ้นผ่าน VGI) ในสัดส่วนรวมกันประมาณ 48.68 % ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท ฯ

รายละเอียดความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่



หมายเหตุ: (ความร่วมมือทางธุรกิจ และการพึ่งพิงผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ตามรายละเอียดหัวข้อ การร่วมงานกับผู้ร่วมงาน (Partner) ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ หน้า 13)

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา สามารถสรุปได้ดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

โครงสร้างรายได้	2558		2559		2560	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
รายได้จากการบริการ	617.46	85.85	646.52	85.88	851.50	88.83
รายได้จากการผลิต	76.77	10.67	88.12	11.70	80.58	8.40
รายได้จากการขายสินค้า	0.17	0.02	-	-	-	-
รายได้อื่นๆ	24.80	3.45	18.22	2.42	26.40	2.77
รวมรายได้	719.19	100	752.86	100	958.48	100

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

กว่า 29 ปีของการดำเนินธุรกิจในฐานะผู้ให้บริการสื่อโฆษณากลางแจ้งรายใหญ่ของประเทศไทย บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) (“MACO”) ได้ทำหน้าที่เป็นช่องทางการสื่อสารการตลาดให้ผู้ประกอบการและเจ้าของสินค้าเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทฯ ได้พัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ รวมไปถึงขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาไปยังพื้นที่ศักยภาพอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมอบบริการสื่อโฆษณากลางแจ้งที่ครบวงจรมากที่สุดแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด ปัจจุบัน MACO ให้บริการสื่อโฆษณาหลากหลายประเภท ทั้งสื่อโฆษณาภาพนิ่งและสื่อโฆษณาดิจิทัล โดยมีจุดติดตั้งสื่อกว่า 2,000 จุด กระจายตัวครอบคลุมทุกจังหวัดทั่วประเทศ

เดือนตุลาคม 2559 บริษัทฯ ได้บรรลุแผนกลยุทธ์ก้าวสำคัญในการขยายเครือข่ายสื่อโฆษณา ผ่านการเข้าลงทุนในบริษัท มัลติ ไชน่า จำกัด (“มัลติ ไชน่า”) ซึ่ง มัลติ ไชน่า เป็นหนึ่งในผู้เชี่ยวชาญด้านการให้บริการสื่อโฆษณานอกบ้าน ที่มีสื่อโฆษณาภายใต้การบริหารจัดการกว่า 860 ป้าย ติดตั้งในท่าอากาศยานทั่วประเทศ การควบรวมครั้งนั้น ช่วยยกระดับให้ MACO ก้าวขึ้นเป็นผู้เล่นรายใหญ่ที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ หลังจากนั้น ในเดือนมิถุนายน 2560 บริษัทฯ ได้เสริมความแข็งแกร่งของเครือข่ายสื่ออีกขั้นด้วยการเข้าควบรวมกับบริษัท โคแมส จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการสื่อโฆษณากลางแจ้ง ที่มีจุดเด่นคือการมีเครือข่ายที่ผสมผสานทั้งสื่อโฆษณาภาพนิ่งและสื่อโฆษณาดิจิทัล โดยมีสื่อโฆษณาภาพนิ่งประเภทบิลบอร์ดขนาดใหญ่ จำนวน 113 ป้ายและสื่อโฆษณาดิจิทัลบิลบอร์ดขนาดใหญ่ จำนวน 7 ป้าย เป็นการเติมเต็มเครือข่ายสื่อของ MACO ให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ทำให้ MACO กลายเป็น “Nationwide OOH Media Platform” อย่างแท้จริง

สินค้าและบริการของ MACO สามารถแบ่งตามประเภทของสื่อได้ 5 ประเภทหลักๆ ได้แก่ 1) สื่อโฆษณาประเภทบิลบอร์ด 2) สื่อโฆษณาประเภทสตรีทเฟอร์นิเจอร์ 3) สื่อโฆษณาประเภทดิจิทัล 4) สื่อโฆษณาในต่างประเทศ และ 5) สื่อโฆษณาประเภทงานสร้างสรรค์

1. สื่อโฆษณาประเภทบิลบอร์ด

MACO ถือเป็นผู้ให้บริการสื่อโฆษณาประเภทบิลบอร์ดรายแรกๆ ที่บุกเบิกการสร้างสื่อประเภทบิลบอร์ด โดยสื่อโฆษณาประเภทบิลบอร์ดที่บริษัทฯ ให้บริการอยู่ในปัจจุบัน ประกอบด้วย 1.1) ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ 1.2) ป้ายบิลบอร์ดขนาดกลางบริเวณต่างจังหวัด และ 1.3) ป้ายโฆษณาภายในปั๊มน้ำมันปตท.จีพี โดยมีจำนวนรวมกันกว่า 1,229 ป้าย ติดตั้งในทำเลที่มีศักยภาพสูง มีการจราจรหนาแน่นและง่ายต่อการมองเห็น ด้วยรูปแบบที่หลากหลาย ทำเลจุดติดตั้งสื่อที่กระจายตัว ทำให้สื่อโฆษณาเหล่านี้สามารถตอบสนองกลุ่มลูกค้าลูกค้าสื่อที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน

1.1 ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่

ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ติดตั้งในพื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญทั้งในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด เช่น ทางด่วน จุดเชื่อมต่อของหัวเมืองหลัก รวมไปถึงย่านธุรกิจสำคัญ ปัจจุบันบริษัทฯ มีสื่อประเภทนี้ทั้งหมด 254 ป้าย ทั้งในกรุงเทพฯและปริมณฑล

1.2 ป้ายบิลบอร์ดขนาดกลาง

การขยายกิจการของกลุ่มห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ไปยังหัวเมืองหลักของประเทศรวมถึงการเติบโตของสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ต่างจังหวัด สะท้อนให้เห็นถึงความเจริญที่กระจายตัวออกนอกกรุงเทพฯและปริมณฑลไปสู่จังหวัดที่มีศักยภาพ อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงกำลังซื้อของผู้บริโภคในพื้นที่ดังกล่าว ที่มีมากขึ้น MACO เล็งเห็นโอกาสนี้ จึงได้วางฐานเครือข่ายสื่อโฆษณาในต่างจังหวัดเพื่อรองรับและให้บริการลูกค้าที่ต้องการเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มนี้

ป้ายบิลบอร์ดขนาดกลางที่บริษัทฯ ให้บริการ ติดตั้งตามแยกสำคัญในต่างจังหวัดทั่วประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็น ย่านชุมชนที่มีการจราจรหนาแน่น ย่านการค้า เช่น ห้างสรรพสินค้า ตลาด และย่านการศึกษา โดยปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 735 ป้าย ครอบคลุม 77 จังหวัดทั่วประเทศไทย

1.3 ป้ายโฆษณาภายในปั๊มน้ำมันปตท. จีพี

MACO ได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียว จากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในการบริหารสื่อโฆษณาแบบกล่องไฟ (Lightbox) จำนวน 240 ป้าย กระจายตัวครอบคลุมสถานีบริการน้ำมันปตท. จีพี กว่า 139 สถานี ทั่วประเทศไทย

2. สื่อโฆษณาประเภทสตรีทเฟอร์นิเจอร์

สื่อโฆษณาสตรีทเฟอร์นิเจอร์ เป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งของบริษัทฯ ที่มีความโดดเด่น ทั้งในแง่ทำเลติดตั้งสื่อและเทคนิคการนำเสนอ เจาะกลุ่มลูกค้าสื่อที่ต้องการส่งต่อแคมเปญทางการตลาดในพื้นที่ใจกลางเมือง สื่อโฆษณาสตรีทเฟอร์นิเจอร์ของบริษัทฯ ถูกติดตั้งบริเวณริมทางเท้าหรือริมถนนที่มีปริมาณการจราจรหนาแน่น สามารถมองเห็นได้ในระดับสายตา เจาะกลุ่มเป้าหมายคนเมือง คนทำงานในย่านธุรกิจการค้า ครอบคลุมพื้นที่ใจกลางเมือง โดยสื่อสตรีทเฟอร์นิเจอร์ที่ MACO ได้รับสิทธิในการบริหารประกอบด้วย 1) สื่อโฆษณาบริเวณเสาต่อม่อได้สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่บริษัทฯ ได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียวจากบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการติดตั้งและบริหารจัดการสื่อโฆษณากว่า 188 ป้าย บริเวณใต้สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส 23 แห่ง และ 2) สื่อโฆษณาบริเวณใต้สะพานข้ามแยก กรุงเทพมหานครได้มอบสิทธิในการติดตั้งและบริหารจัดการสื่อประเภทนี้ให้แก่บริษัทฯ โดยปัจจุบันสื่อโฆษณาบริเวณใต้สะพานข้ามแยกมีจำนวน 306 ป้าย ติดตั้งภายใต้สะพานข้ามแยก 19 แห่งทั่วกรุงเทพมหานคร

3. สื่อโฆษณาประเภทดิจิทัล

การเปลี่ยนแปลงที่โดดเด่นในอุตสาหกรรมสื่อโฆษณา คือความแพร่หลายของการใช้สื่อโฆษณาดิจิทัลที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยการเติบโตนั้นถูกสนับสนุนด้วยความสามารถในการปรับเปลี่ยน แก้ไข หรือเพิ่มเติมข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ตลอดจนสามารถสร้างความโดดเด่นให้กับแคมเปญการตลาด บริษัทฯ ได้เริ่มดำเนินการสร้างเครือข่ายดิจิทัลเพื่อคงความสามารถในการแข่งขันท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม ปัจจุบันบริษัทฯ ให้บริการสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัล 2 ประเภทหลักๆ ได้แก่

1) ดิจิทัลบิลบอร์ด

บริษัทฯ ได้เริ่มปรับเปลี่ยนบิลบอร์ดภาพนิ่งขนาดใหญ่ในพอร์มโกลเคชั่นบางส่วนให้กลายเป็นดิจิทัลบิลบอร์ด และเริ่มเปิดดำเนินการเต็มรูปแบบในเดือนกรกฎาคม 2560 ปัจจุบัน MACO ให้บริการดิจิทัลบิลบอร์ดทั้งสิ้น 35 ป้าย กระจายอยู่ในจังหวัด ยุทธศาสตร์ 31 จังหวัด เช่น เชียงใหม่ ขอนแก่น อุดรธานี ภูเก็ต และระยอง ซึ่งเป็นหัวเมืองหลักของแต่ละภาค MACO ให้ความสำคัญในการเลือกทำเลในการติดตั้งสื่อ โดยจะมุ่งเน้นจังหวัดหัวเมืองที่มีจำนวนประชากรหนาแน่นและมีกำลังซื้อสูง โดยพื้นที่ติดตั้งสื่อทั้งหมดจะอยู่บริเวณพื้นที่ชุมชนมีผู้คนสัญจรไปมาหนาแน่นเป็นประจำทุกวัน เพื่อให้มั่นใจว่าแคมเปญการตลาดของลูกค้าสื่อจะได้รับความสนใจและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าคนในท้องถิ่นอย่างแน่นอน

2) สื่อโฆษณา อร่อย อร่อย

สื่อโฆษณารูปแบบ TV LED ความคมชัดสูง จำนวน 250 จอ ติดตั้งอยู่ในร้านอาหารชื่อดังทั่วประเทศไทย ที่ได้รับการยอมรับจากกูรูด้านอาหารที่มีชื่อเสียงจากสื่อมากมาย รองรับบริการโฆษณาทั้งแบบภาพเคลื่อนไหวและภาพนิ่งเพื่อให้ลูกค้าได้สื่อสารกับกลุ่มคนในพื้นที่เป้าหมาย รวมทั้งนักท่องเที่ยวได้อย่างดี

4. สื่อโฆษณาในต่างประเทศ

MACO ได้ขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาไปยังต่างประเทศครั้งแรกผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรที่มีศักยภาพจากประเทศมาเลเซีย โดยรวมกันจัดตั้งกิจการร่วมค้า ภายใต้ชื่อบริษัท อายบอล ชาแนล จำกัด (“อายบอล ชาแนล”) เพื่อที่จะประกอบธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านในประเทศมาเลเซีย ปัจจุบัน เครือข่ายสื่อของ อายบอล ชาแนล ตั้งอยู่ในบริเวณหลวงสายหลักของเมืองกัวลาลัมเปอร์ ถนนสายหลักที่เชื่อมสนามบินนานาชาติกัวลาลัมเปอร์และตัวเมือง รวมไปถึงย่านธุรกิจการค้าและสถานที่สำคัญที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. สื่อโฆษณาประเภทงานสร้างสรรค์

ไม่เพียงแต่ให้บริการพื้นที่สื่อโฆษณาที่ครอบคลุมแก่ลูกค้า MACO ยังมีบริการสื่อโฆษณาประเภทงานสร้างสรรค์ที่ผลิตขึ้นมาเป็นพิเศษเพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า เช่น การก่อสร้างโครงสร้างป้ายขนาดใหญ่ งานออกแบบและดีไซน์ การสร้างสักรประกอบเรื่องราวให้กับดึก โดยการฉาย Projector การสร้างแบบจำลอง (Mock up) รวมถึง Event กิจกรรมทางการตลาดที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าของงาน ทำให้งานมีเอกลักษณ์และเป็นที่จดจำ

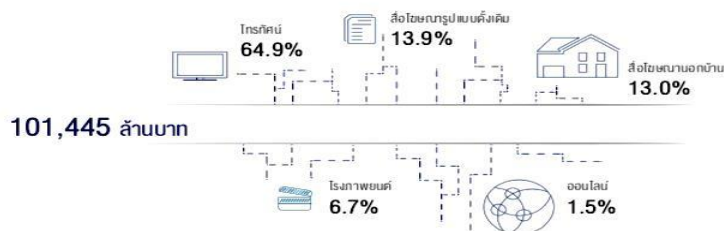
2.2 การตลาดและการแข่งขัน

เศรษฐกิจไทยเริ่มมีสัญญาณฟื้นตัวที่ชัดเจนในปี 2560 และคาดการณ์ว่าจะสามารถเติบโตอย่างต่อเนื่องในปี 2561 สะท้อนจากตัวเลขการเติบโตของเศรษฐกิจ (“GDP”) ที่เติบโตถึง 3.8% ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2560¹ (GDP โต 3.3% ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2559)หนุนโดยการส่งออกและการบริโภคภาคเอกชน โดยในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2560 การส่งออกเติบโต 5.3% ในขณะที่การบริโภคภาคเอกชนเติบโต 3.1% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

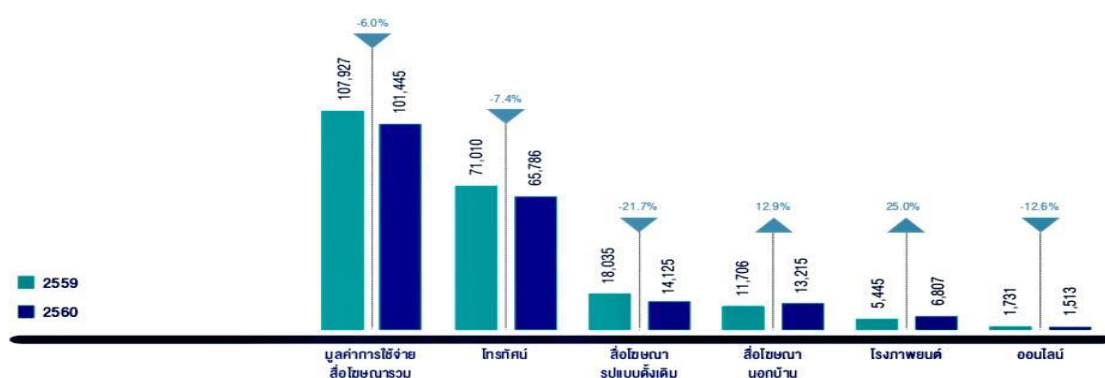
อย่างไรก็ตามมูลค่าการใช้จ่ายสื่อโฆษณาสำหรับปี 2560 ปรับตัวลดลง 6.0% จากปีก่อนหน้า โดยมีมูลค่าทั้งสิ้น 101,445 ล้านบาท² สาเหตุหลักมาจากการลดลงของกิจกรรมรณรงค์ที่ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2559 เพื่อไว้อาลัยแก่การเสด็จสวรรคตของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รวมไปถึงการลดลงอย่างมีนัยสำคัญของเม็ดเงินโฆษณาในสื่อรูปแบบดั้งเดิม (Conventional Media) โดยกลุ่มโทรทัศน์ (โทรทัศน์ ดิจิทัลทีวี และเคเบิลทีวี) ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดถึง 64.8% ปรับตัวลดลง 7.4% จากปีก่อนหน้า อยู่ที่ 65,786 ล้านบาท ตามมาด้วย สื่อโฆษณารูปแบบดั้งเดิม (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวิทยุ) ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาด 13.9% ปรับตัวลดลงมากถึง 21.7% จากปีก่อนหน้า อยู่ที่ 14,125 ล้านบาท ในขณะที่สื่อโฆษณากลางแจ้ง (Outdoor Media) ซึ่งบริษัทดำเนินกิจการอยู่ ปรับตัวเพิ่มขึ้นสวนทางกับอุตสาหกรรมรวม เติบโตกว่า 12.8% มาอยู่ที่ 6,391 ล้านบาท

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เกิดการเปลี่ยนแปลงที่น่าสังเกตในภาพของการดำเนินชีวิตประจำวันและรูปแบบการบริโภคสื่อของผู้บริโภคในปัจจุบัน หลังจากทีโทรศัพท์มือถือ (หรือสมาร์ตโฟน) เข้ามามีบทบาทในชีวิตผู้คนมากขึ้น ลูกค้าโฆษณาต่างตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญดังกล่าว จึงทำให้มีการจัดสรรงบประมาณจากสื่อโฆษณารูปแบบดั้งเดิมไปยังสื่อโฆษณาที่สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคได้ เพื่อคว้าโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค โดยมีการคาดการณ์ว่าเม็ดเงินโฆษณาบางส่วนจะย้ายจากสื่อกลุ่มโทรทัศน์ และสื่อโฆษณารูปแบบดั้งเดิมเข้าสู่สื่อโฆษณานอกบ้าน (สื่อโฆษณากลางแจ้ง สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน และสื่อโฆษณาในห้างสรรพสินค้า) และสื่อโฆษณาดิจิทัลและออนไลน์

ข้อมูล 1 : ส่วนแบ่งการตลาดอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในประเทศไทยปี 2560



ข้อมูล 2 : มูลค่าการใช้จ่ายสื่อโฆษณาในประเทศไทย ปี 2560 เทียบกับ ปี 2559 (ล้านบาท)



¹ ธนาคารแห่งประเทศไทย

² บริษัท เดอะ นิลเซ็น คอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด

2.3 กลุ่มลูกค้าของบริษัท

1. บริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency)

ปัจจุบัน บริษัทตัวแทนโฆษณาไม่เพียงแต่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือบริการติดต่อกับบริษัทสื่อโฆษณาเพื่อซื้อพื้นที่สื่อเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษา แก่เจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อสร้างสรรค์แคมเปญการตลาดและวางแผนการใช้บโฆษณาที่มีให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและออกมาประสบความสำเร็จตรงตามหรือสูงกว่าความคาดหวังของลูกค้า ด้วยประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการเลือกใช้สื่ออย่างเหมาะสมของบริษัทตัวแทนโฆษณา ทำให้พวกเขามองหาบริษัทฯ ที่มีเครือข่ายสื่อคุณภาพ เหมาะสมกับแคมเปญการตลาด และสามารถส่งต่อแคมเปญไปสู่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ โดยในปี 2560 ที่ผ่านมามีบริษัทฯ มีรายได้จากลูกค้ากลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณา คิดเป็น 63% ของรายได้รวม

2. เจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรง (Direct Customer)

นอกเหนือจากลูกค้าประเภทบริษัทตัวแทนโฆษณา กลุ่มลูกค้าของบริษัทฯยังรวมไปถึงเจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรงที่มีความต้องการลงสื่อโฆษณากับบริษัทฯ ลูกค้าลักษณะนี้จะติดต่อกับบริษัทฯโดยไม่ผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณา เพื่อให้บริษัทฯเป็นผู้ผลิตและติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาตามรายละเอียดและรูปแบบที่ได้ตกลงกัน โดยในปี2560ที่ผ่านมามีบริษัทฯมีรายได้จากกลุ่มเจ้าของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์โดยตรง คิดเป็น 37% ของรายได้รวม

เปรียบเทียบสัดส่วนลูกค้า ประจำปี 2560

สัดส่วนลูกค้า	จำนวนลูกค้า(ราย)	%
บริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency)	68	30
เจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรง (Direct)	152	66
หน่วยงานภาครัฐ	9	4

สัดส่วนลูกค้ารายใหญ่ 10 รายแรกต่อรายได้รวมในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา

	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560
สัดส่วนรายได้ลูกค้า 10 รายแรก ต่อรายได้รวม (%)	44.92	71.54	54.58

3. ช่องทางการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ข้อมูลของบริษัท

บริษัทฯ ได้จัดเตรียมช่องทางการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทในหลากหลายช่องทาง เพื่อเชื่อมโยงบริษัทฯ กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ รวมทั้งอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการเลือกซื้อสื่อโฆษณาของบริษัทฯและเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า นอกจากนั้น ช่องทางการให้ข้อมูลต่างๆที่บริษัทได้จัดเตรียมไว้ ยังช่วงอำนวยความสะดวกแก่พันธมิตรทางธุรกิจ ซัพพลายเออร์ และผู้ถือหุ้นของบริษัท ในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่จำเป็น ปัจจุบัน บริษัทฯ บริหารช่องทางการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ข้อมูลของบริษัท 3 ช่องทางหลัก ได้แก่

1) การเผยแพร่ข้อมูลบริษัทผ่านสื่อต่างๆ

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ โดยการจัดทำเว็บไซต์ของบริษัท www.masterad.com ที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและการให้บริการของบริษัทฯ ข้อมูลเบื้องต้นของสื่อโฆษณารวมถึงแสดงภาพและจุดติดตั้งสื่อ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกหาข้อมูลก่อนตัดสินใจ รวมถึงเผยแพร่ข่าวสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง นอกจากนั้นยังมีการจัดทำ VDO Presentation เพื่อแนะนำบริษัทฯ โดยได้มีการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook (Fanpage) และ Youtube และให้ข้อมูลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

2) พนักงานขายของบริษัท

ภายหลังจากการได้รับการติดต่อจากลูกค้าผ่านช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทได้จัดเตรียมไว้ให้ เช่น เว็บไซต์ของบริษัท และเบอร์โทรศัพท์ ส่วนลูกค้าสัมพันธ์จะสอบถามความต้องการของลูกค้าในเบื้องต้นและจัดส่งความต้องการให้กับฝ่ายการขายและการตลาด ซึ่งมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในสื่อโฆษณาแต่ละประเภท นอกจากนั้น ฝ่ายการขายและการตลาดยังทำหน้าที่ติดต่อกับลูกค้าที่มีศักยภาพในการใช้สื่อโฆษณานอกบ้าน เพื่อเสนอทางเลือกในการประชาสัมพันธ์สินค้าของลูกค้า ผ่านการใช้งานเครือข่ายสื่อโฆษณาของบริษัทฯ และได้มีการจัดทำเอกสารประกอบการขายซึ่งอธิบายรายละเอียดโดยเบื้องต้นของสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสื่อที่ตรงกับวัตถุประสงค์ทางการโฆษณา

3) สื่อโฆษณาของบริษัท

บริษัทฯ ได้ต่อยอดประโยชน์ของการมีเครือข่ายสื่อโฆษณาครอบคลุมทั่วประเทศ โดยการนำสื่อโฆษณาของบริษัทฯ มาเป็นอีกหนึ่งช่องทางการสื่อสารถึงลูกค้าและคนภายนอก โดยบริษัทฯ ได้ระบุชื่อบริษัทและเบอร์โทรศัพท์ไว้บนสื่อโฆษณา เพื่อให้ลูกค้าที่พบเห็นและสนใจโฆษณาสามารถติดต่อเข้าหาบริษัทฯ ได้โดยตรง ยิ่งไปกว่านั้น การติดตั้งข้อมูลพื้นฐานของบริษัทฯ ไว้บนสื่อโฆษณายังเป็นจุดสังเกตุดึงดูดให้แกพนักงานของบริษัทฯ โดย MACO ได้ส่งเสริมให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการสอดส่องดูแลสื่อโฆษณาทุกชิ้นของบริษัทฯ เพื่อให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานตลอดเวลา โดยเมื่อพบเห็นจุดบกพร่องของสื่อโฆษณา พนักงานสามารถแจ้งเรื่องไปยังฝ่ายควบคุมดูแลได้ทันที เพื่อที่ฝ่ายควบคุมดูแลจะสามารถดำเนินการแก้ไขได้ทันต่อไป

4. นโยบายราคา

การกำหนดราคาการใช้บริการสื่อป้ายโฆษณาและการผลิตงานสื่อโฆษณาจะคำนึงถึง 4 ปัจจัยหลักได้แก่ 1) จุดติดตั้งสื่อโฆษณา 2) ต้นทุนการผลิตสื่อ 3) ต้นทุนการดำเนินงานของบริษัทฯ และ 4) ปริมาณการซื้อสื่อโฆษณาของลูกค้า เนื่องจากจุดติดตั้งสื่อโฆษณาส่วนใหญ่ของบริษัทฯ อยู่ในทำเลยุทธศาสตร์ทำให้บริษัทฯ สามารถกำหนดราคาค่าเช่าสื่อโฆษณาในอัตราที่สูง ในด้านของต้นทุน บริษัทฯ มีการกำหนดราคาการผลิตสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ โดยคำนึงถึงส่วนประกอบที่แตกต่างกันไป ทั้งในด้านของประเภทสื่อ ขนาด และความละเอียดของงาน ต้นทุนการเช่าสถานที่ติดตั้งสื่อโฆษณา และต้นทุนการก่อสร้างสื่อโฆษณานั้นๆ นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังคำนึงถึงต้นทุนอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านต้นทุนผันแปรที่เกี่ยวข้องกับสื่ออื่นโดยตรง เช่น ค่าผลิตสื่อ ค่าเช่า ค่าเบี้ยประกันภัย ค่าไฟฟ้า ค่าภาษีป้าย ค่าบำรุงรักษา รวมถึงต้นทุนคงที่ เช่น เงินเดือนพนักงาน เพื่อให้เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจและสามารถสร้างผลกำไรจากการดำเนินงานได้

2.4 กลยุทธ์การแข่งขันของบริษัท

การให้ความสำคัญต่อการพัฒนาแนวทางในการดำเนินธุรกิจและการวางแผนกลยุทธ์ระดับองค์กร เป็นหนึ่งในภารกิจหลักที่บริษัทฯ ยึดมั่นมา ยาวนาน โดยคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริหาร ได้ประชุมหารือเพื่อวางแผนและทบทวนแผนงานกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทัน สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม โดยยึดมั่นในการสร้างรากฐานขององค์กรที่แข็งแกร่ง รักษาระดับคุณภาพและมาตรฐาน การให้บริการ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและสามารถเติบโตในระยะยาวอย่างยั่งยืน สำหรับแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่ บริษัทฯ ยึดมั่นปฏิบัติ ได้แก่

1) การหาพื้นที่ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาที่มีศักยภาพ

พื้นที่ติดตั้งสื่อโฆษณาที่ดีและเหมาะสมเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในเรื่อง การสรรหาและกำหนดพื้นที่ติดตั้งเป็นอย่างมาก โดยบริษัทฯ มีทีมงานที่คอยประเมินความเหมาะสมของพื้นที่เดิมและค้นหาพื้นที่ ใหม่ที่มีศักยภาพ รวมถึงมีการ สรรหาบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญ ทำวิจัยอย่างละเอียดถึง ปริมาณความหนาแน่นของชุมชนใน แต่ละพื้นที่ ทั้งในด้านจำนวนประชากรและการจราจร และตรวจนับสถิติยอดการเข้าถึงผู้ชม (Eyeball) ในแต่ละจุด เพื่อให้มั่นใจ ในคุณภาพของทุกจุดติดตั้ง โดยจุดติดตั้งของบริษัทฯ มีการกระจายตัวครอบคลุมหลากหลายกลุ่มเป้าหมาย ทั้งใจกลางเมือง กรุงเทพมหานครอย่างใต้รถไฟฟ้าบีทีเอส ได้ทางยกระดับ ตลอดจนช่องทางด่วนยกระดับ บริเวณถนนมอเตอร์เวย์มุ่งสู่สนามบิน แห่งชาติสุวรรณภูมิและถนนเชื่อมต่อจังหวัดต่างๆ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการขยายจุดติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาไปยังพื้นที่ชานเมือง และในต่างจังหวัดเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจุบันมีการขยายตัวของชุมชนเมือง และการกระจายตัวของชุมชน ซึ่งการขยายตัวนี้จะ นำ ไปสู่การเติบโตของธุรกิจสื่อป้ายโฆษณา ปัจจุบันบริษัทฯ มีจุดติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาในพื้นที่ต่างจังหวัดโดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัด ที่เป็นแหล่งธุรกิจ หรือแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต ชลบุรี เป็นต้น ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี

2) การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาที่มีอยู่

สมาร์ทโฟนเป็นอีกหนึ่งในตัวแปรสำคัญที่เปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบันและมีบทบาทอย่างมากต่ออุตสาหกรรมสื่อโฆษณา ในยุคนี้ MACO ตระหนักถึงทิศทางการใช้งานสื่อโฆษณาในอนาคตและมองเห็นโอกาสที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้าน ด้วยความร่วมมือของพันธมิตรหลักอย่าง VGI และ Rabbit Group ทำให้ MACO สามารถนำความสามารถด้านการวิเคราะห์ข้อมูล กลุ่มเป้าหมายรวมถึงฐานข้อมูลของผู้ใช้งาน วิเคราะห์และสร้างสรรค์แคมเปญการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถวัดผลได้ อย่างแม่นยำ โดยปัจจุบันบริษัทฯ ได้มีการนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาใช้เพื่อให้สื่อโฆษณาที่สามารถเชื่อมต่อสื่อออนไลน์ เช่น เทคโนโลยี Beacon และ Geofencing เพื่อให้เกิด Interactive ระหว่างสื่อกับกลุ่มเป้าหมาย

3) การคำนึงถึงคุณภาพของชิ้นงานและการให้บริการเป็นสำคัญ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

บริษัทฯ ตระหนักว่างานที่มีคุณภาพจะสามารถสร้างความไว้วางใจที่ดีกับลูกค้า และนำมาซึ่งการกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง จึง ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของชิ้นงานเป็นอย่างมาก โดยมีบริษัทฯ ในเครือทำหน้าที่ในการผลิตภาพโฆษณา ซึ่งทำให้สามารถ ควบคุมคุณภาพของงานได้อย่างใกล้ชิด สำหรับในบางชิ้นงานที่ได้มีการจ้างบริษัทอื่น ๆ ให้ทำการผลิต บริษัทฯ มีฝ่ายผลิตโฆษณา ทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพของชิ้นงานทั้งในเรื่องของสี รูปแบบ ให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

นอกเหนือจากการให้บริการที่มีคุณภาพ รวดเร็วและตรงตามสัญญาที่ได้ทำไว้กับลูกค้าแล้ว บริษัทฯ ยังคงเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ ลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความประทับใจและมอบความรู้สึกที่อบอุ่นให้กับลูกค้า บริษัทฯ ยังเตรียมพร้อมในการสร้างสรรค์กิจกรรมดีๆ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ที่ดีแก่ลูกค้า เพื่อต่อยอด แปรนแปลงและสร้างความเป็นหนึ่งใจลูกค้า

4) การร่วมงานกับผู้ร่วมงาน (Partner) ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ

การร่วมงานกับผู้ร่วมงานที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ ทำให้บริษัทฯ ได้เรียนรู้เทคโนโลยี และแนวทางในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้น โดยปัจจุบันบริษัทฯ ได้มีการร่วมมือทางธุรกิจกับบริษัทชั้นนำ อาทิ

1) บมจ.วีจีไอ โกลบอล มีเดีย (VGI)

VGI ได้ก้าวขึ้นมาเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สุดของบริษัทฯ นับตั้งแต่ปี 2559 ปัจจุบันมีสัดส่วนการถือหุ้นทั้งสิ้น 1,041 ล้านหุ้น หรือคิดเป็น 30.3% ของจำนวนหุ้นทั้งหมดของบริษัทฯ VGI นับเป็นผู้นำในธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกบ้าน ที่มีเครือข่ายสื่อครอบคลุม 5 พื้นที่สำคัญประกอบด้วย 1) สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน 2) สื่อโฆษณาในอาคารสำนักงาน 3) สื่อโฆษณากลางแจ้ง (ผ่านการบริหารงานของ MACO) 4) สื่อโฆษณาในสนามบิน และ 5) การสาธิตสินค้า นอกจากนี้ VGI ยังได้ก้าวเข้าไปในธุรกิจบริการด้านดิจิทัลผ่านการควบรวม กับ Rabbit Group หลังจากที่ MACO ได้เข้าควบรวมกิจการกับ VGI ทั้งสองบริษัทได้ร่วมกันกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจต่างๆ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจซึ่งกันและกัน ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา MACO และ VGI ได้ริเริ่มความร่วมมือระหว่างบริษัทในหลายด้าน เช่น 1) MACO ได้แต่งตั้งให้ VGI ทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการจำหน่ายสื่อโฆษณา ประเภท สตรีทเฟอร์นิเจอร์ให้แก่ บริษัทฯ นับตั้งแต่ปี 2558 2) MACO และ VGI ได้ร่วมกันวางแผนกลยุทธ์ทั้งในระดับองค์กรและ ระดับปฏิบัติ การ และ 3) MACO และ VGI ได้แลกเปลี่ยนความรู้ในด้านการขายและการตลาดซึ่งกันและกัน ยิ่งไปกว่านั้น MACO ยัง ได้ พันธมิตรอย่าง **Rabbit Group** ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทลูกของ VGI โดย Rabbit Group เป็นผู้ให้บริการออฟไลน์และออนไลน์ แพลตฟอร์มขนาดใหญ่ ที่มีฐานข้อมูลกว่า 3.2 ล้านคน และมีความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อช่วยสนับสนุนงานขาย, การ ผลิตและวางแผนสื่อเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า โดย MACO VGI Rabbit และบริษัทอื่นๆในเครือ ได้ร่วมกันคิดค้นการเสนอขายสื่อโฆษณาในรูปแบบของ Bundle Package ผสมผสานระหว่างสื่อออฟไลน์และออนไลน์ โดยมีการนำสื่อ โฆษณาของ MACO เข้าร่วมในแพคเกจซึ่งช่วยให้ บริษัทฯ สามารถเสนอขายสื่อได้มากขึ้นและมีอัตราการใช้งานสื่อสูงขึ้น

2) JUPITER SMART TECHNOLOGY

พันธมิตรผู้ลงทุนติดตั้งอุปกรณ์ทดสอบระบบการส่งสัญญาณibeacon จาก บริเวณเสาดมอโต้ บีทีเอส เพื่อเชื่อมโยง แบบ O2O (Offline to Online) มายัง สมาร์ทโฟน ของผู้รับชมสื่อของบริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็น คนเมืองหลวงที่ใช้ชีวิตประจำวันอยู่ในแนวรถไฟฟ้า บีทีเอส บริษัทฯ คาดว่าจะได้รับประโยชน์จากการใช้งานฐานข้อมูล กลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน แอปพลิเคชันที่เชื่อมโยงกับ ibeacon ดังกล่าวเพื่อประโยชน์แก่ผู้ลงโฆษณาในการสื่อสารการตลาดเข้าถึงโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

3) บริษัท เคลียร์ ชาแนล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ผู้นำทางด้านสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย จากประเทศอังกฤษ ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางความคิดที่มีความหลากหลายในการทำสื่อโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ

4) บริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (ประเทศมาเลเซีย) จำกัด

ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีในเรื่องของการพิมพ์ภาพโฆษณาขนาดใหญ่ ซึ่งสามารถรองรับงานพิมพ์ ได้ทั้งในรูปแบบงานภายในอาคารและภายนอกอาคาร

2.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ในการผลิตงานโฆษณากับลูกค้า บริษัทมีการดำเนินการดังต่อไปนี้

- 1) ทำสัญญาและทำความเข้าใจกับลูกค้าถึงประเภทสื่อป้ายโฆษณา ระยะเวลาในการโฆษณา รูปแบบ รายละเอียดของงานโฆษณา โดยส่วนใหญ่บริษัทจะรับผลิตงานโฆษณาตามแบบที่ลูกค้าได้จัดเตรียมไว้ เพื่อลดขั้นตอนในการออกแบบงานโฆษณา
- 2) หลังจากนั้นบริษัทจะส่งผ่านขั้นตอนการผลิตงานโฆษณาต่อยังบริษัทอื่น เพื่อทำการผลิตงานตามแบบที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้า ปัจจุบันบริษัทไม่มีนโยบายการผลิตงานโฆษณาเอง แต่จะใช้ทีมงานของบริษัทควบคุมคุณภาพ และเวลาในการผลิต โดยเฉพาะงานผลิตภาพด้วยมือที่ใช้แรงงานคนเป็นสำคัญ เนื่องจากบริษัทพิจารณาแล้วว่าการจ้างผลิตงานโฆษณา มีต้นทุนในการดำเนินงานที่ต่ำกว่าการลงทุนในเครื่องจักร และทำการผลิตเอง อีกทั้งสื่อป้ายโฆษณาในแต่ละประเภท เหมาะกับลักษณะภาพพิมพ์ที่แตกต่างกัน และ ในช่วงที่บริษัทรับงานพร้อมกันเป็นจำนวนมาก การกระจายงานให้ผู้ผลิตภาพโฆษณาหลายรายทำให้บริษัทสามารถส่งมอบงานได้อย่างรวดเร็วและทันตามกำหนด อย่างไรก็ดี บริษัทมีการ ร่วม ลงทุนกับ Inkjet Images (M) Sdn.Bhd. จากประเทศมาเลเซียเพื่อจัดตั้งบริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (ประเทศไทย) จำกัด ทำการผลิตภาพโฆษณาระบบพิมพ์ภาพอิงค์เจ็ท ซึ่งเป็นระบบพิมพ์ภาพส่วนใหญ่ที่บริษัทใช้ในการงานโฆษณา ดังนั้นในกรณีที่เป็นการงานภาพพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท โดยส่วนใหญ่บริษัทจะส่งมอบงานให้บริษัทร่วมดังกล่าว เนื่องจากมีความคล่องตัวในการควบคุมงานและระยะเวลาในการผลิตได้ดี แต่เงื่อนไขในการดำเนินธุรกิจเป็นไปตามการค้าปกติ ซึ่งบริษัทไม่มีข้อสัญญาและข้อผูกมัดในการส่งงานใดๆทั้งสิ้น และหากปริมาณของงานภาพพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ทมีมากขึ้นจนมีสาระสำคัญบริษัทฯ อาจจะพิจารณาลงทุนเพิ่มในธุรกิจนี้ นอกจากนี้บริษัทมีการส่งมอบงานผลิตภาพโฆษณาแก่ผู้ผลิตรายอื่น ได้แก่ บริษัท วี อาร์ แอดเวอร์ไทซิง จำกัด บริษัท คิวแอดเวอร์ไทซิง จำกัด บริษัท พี.เอส. เอ้าท์ดอร์ โปรดัคชั่น จำกัด และ บริษัท โปรติเคิล จำกัด เป็นต้น
- 3) บริษัทผู้ผลิตงานโฆษณาจะผลิตงานตามที่ได้รับมอบหมายโดยใช้ระยะเวลาประมาณ 5-30 วันในการทำการผลิตทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของสื่อป้ายโฆษณาหลังจากทำการผลิตเสร็จแล้วบริษัทจะทำการตรวจสอบคุณภาพของงานโฆษณา ให้ถูกต้องตามแบบที่ลูกค้าระบุไว้ ทั้งในด้าน ขนาด วัสดุ สี และรูปแบบ
- 4) ต่อจากนั้นผู้ผลิตงานโฆษณาจะติดตั้งงานโฆษณาในสื่อป้ายโฆษณาตามที่ได้ตกลงกับลูกค้าโดยการควบคุมของเจ้าหน้าที่ของบริษัท
- 5) ภายหลังจากติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา ฝ่ายผลิตโฆษณาจะรายงานผลการติดตั้งพร้อมภาพถ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจสอบเช็คความถูกต้องและความสมบูรณ์ของงานให้เป็นไปตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญากับลูกค้า เมื่อฝ่ายขายรับรองความถูกต้องของงานแล้วส่วนลูกค้าสัมพันธ์จะนำภาพสื่อป้ายโฆษณาที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว จัดส่งให้ลูกค้าพร้อมจดหมายแสดงความขอบคุณที่ใช้บริการ
- 6) เมื่อครบกำหนดการติดตั้งงานโฆษณาบริษัทจะรื้อถอนชิ้นงานโฆษณาออกจากจุดติดตั้ง โดยกรรมสิทธิ์ในชิ้นงานจะเป็นไปตามที่ระบุไว้ในสัญญาส่วนใหญ่ลูกค้าจะไม่ต้องการมีกรรมสิทธิ์ในชิ้นงานโฆษณา เนื่องจากมักจะไม่สามารถนำมาใช้งานต่อได้อีกกรณีที่กรรมสิทธิ์เป็นของบริษัทฯ จะมอบหมายให้ผู้รับเหมารื้อถอนชิ้นงาน เป็นผู้รื้อถอนและจัดเก็บ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น

การผลิตงานโครงการ หรือชิ้นงานพิเศษ

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

การพัฒนาสื่อโฆษณา

ในการพัฒนาสื่อโฆษณาบริษัทมีการจัดทำแผนโครงการและศึกษาความเป็นไปได้ร่วมกับฝ่ายขายและการตลาดดังรายละเอียดการดำเนินงานดังต่อไปนี้

- 1) การเตรียมการจัดทำแผนโครงการ (Project Road Map)
- 2) ศึกษาและวิจัย (Marketing Research) วิเคราะห์ แนวโน้มของตลาด คู่แข่งและสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ
- 3) วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด(SWOT Analysis) : วิเคราะห์หาจุดแข็ง(Strength) จุดอ่อน(Weakness) โอกาส(Opportunity) และอุปสรรค(Threat)
- 4) กำหนดกลยุทธ์เพื่อวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (STP Strategy) เป็นการกำหนดกลยุทธ์เพื่อระบุกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วยการแบ่งส่วนตลาด(Segmentation) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Market) และการวางตำแหน่ง(Positioning)
- 5) พัฒนาโครงการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย
 - 5.1 หาพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาสื่อโฆษณาโดยจะทำการติดต่อประสานงานกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้องกับโครงการด้านสถานที่ เทคโนโลยี คอนเทนต์
 - 5.2 พัฒนารูปแบบสื่อโฆษณาให้เหมาะสมกับพื้นที่ มีรูปลักษณะที่สวยงามโดดเด่น และตรงกับความต้องการของลูกค้า
- 6) ประเมินความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ (Financial Feasibility) เพื่อพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนของโครงการ
- 7) สรรหา Supplier ในการดำเนินการก่อสร้าง ที่ผ่านการกำหนดคุณสมบัติและขอบข่ายงาน เพื่อคัดสรร Supplier ที่มีคุณภาพและราคายุติธรรม ขณะเดียวกันจะทำการนำเสนอผลิตภัณฑ์สื่อโฆษณาเบื้องต้น (Pre-sale) ของฝ่ายขายเพื่อตอบรับและข้อเสนอแนะจากลูกค้า
- 8) ดำเนินการก่อสร้างสื่อโฆษณา
- 9) ประสานงานกับฝ่ายผลิตภาพโฆษณาด้านการผลิต วัสดุที่ใช้ และพันธมิตรด้านการผลิต
- 10) ฝ่ายขายและฝ่ายการตลาดนำเสนอและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สื่อโฆษณาแก่ลูกค้า
- 11) ฝ่ายขายและพนักงานที่เกี่ยวข้องให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ
- 12) ผู้จัดการโครงการประเมินผลความสำเร็จของโครงการ

การให้บริการหลังการขาย

บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการหลังการขายภายใต้นโยบาย MAX SERVICE โดยบริษัทจัดส่งรูปถ่ายป้ายโฆษณาที่แล้วเสร็จให้ลูกค้ารับทราบ พร้อมขึ้นงานโฆษณาหลังลูกค้ามีการตรวจรับมอบงาน ตลอดจนรายงานสภาพสีของป้ายโฆษณาให้แก่ลูกค้าทุกรายได้ทราบเป็นประจำทุกเดือน เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในบริการ โดยทีมงานฝ่ายผลิตงานโฆษณา จะตรวจสอบสภาพความสมบูรณ์ ความเรียบร้อย ความส่องสว่างของไฟฟ้าในสื่อป้ายโฆษณาทุกประเภท ภายในวันที่ 25 ของทุกเดือน เพื่อการจัดทำจดหมายรายงานสภาพสีป้ายโฆษณาพร้อมรูปถ่ายให้แก่ลูกค้าได้รับทราบตลอดอายุสัญญา นอกจากนี้บริษัทยังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการให้บริการและตรวจสอบแก้ไขสภาพป้ายโฆษณาให้ทันท่วงที เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการโฆษณาสินค้าและบริการสูงสุด บริษัทจึงได้จัดให้บริการสายด่วน Hotline โทร 081-811-9811 เพื่อรับเรื่องร้องเรียน การแจ้งสภาพป้ายชำรุด ชัดข้อง ตลอด 24 ชั่วโมง และในกรณีที่ลูกค้าครบสัญญาเช่าป้ายโฆษณา ทางฝ่ายการขายและการตลาดจะทำหน้าที่ในการเสนอข้อมูลสนับสนุนเพื่อกระตุ้นต่อการตัดสินใจของลูกค้า อันจะก่อให้เกิดการใช้บริการสื่อป้ายโฆษณาของบริษัทอย่างต่อเนื่อง

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญของความเสี่ยงและปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจของบริษัท จึงได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่พิจารณาความเสี่ยงต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อบริษัทในภาพรวม ทั้งที่เกิดจากปัจจัยภายในและภายนอก ประเมินความเสี่ยง และวางรูปแบบโครงสร้างการบริหารความเสี่ยงขององค์กร ทั้งนี้ประเด็นที่นำมาใช้ในการพิจารณาและประเมินความเสี่ยงจะนำมาจากแผนธุรกิจขององค์กรที่มีการจัดทำขึ้นในแต่ละปี ซึ่งแนวทางการจัดการความเสี่ยงจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์เป้าหมายและแผนกลยุทธ์ ต่างๆของบริษัท และจะมีการติดตามผลรายงานการประเมินผลและวิธีการบริหารจัดการความเสี่ยงตลอดจนผลลัพธ์จากบริหารความเสี่ยง ให้คณะกรรมการตรวจสอบได้รับทราบอย่างต่อเนื่อง

ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

1. ความเสี่ยงจากการชะลอตัวด้านเศรษฐกิจ

ในปี 2560 สืบเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของโลกยังไม่มีแนวโน้ม และตลาดทุนยังมีความผันผวน ประกอบกับราคาน้ำมันของตลาดโลกลดลง รวมถึงการถดถอยของเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม ราคาสินค้าเกษตรปรับตัวลดลงเป็นอย่างมาก ทำให้เกษตรกรขาดรายได้ และขาดกำลังซื้อ แม้รัฐบาลจะออกมาตรการการกระตุ้นเศรษฐกิจ และมาตรการทางภาษี เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายในประเทศและในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงส่งเสริมผลักดันให้เกิดเมกะโปรเจกต์จำนวนมากก็ตาม แต่ในขณะที่ราคาน้ำมันของตลาดโลกลดลงก็ไม่ได้ส่งผลให้ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคในประเทศลดลงแต่อย่างใด ประชาชนยังมีความระมัดระวังในการใช้จ่าย การบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ ลดลง ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อภายในประเทศ และส่งผลต่อยอดขายของหลายธุรกิจ ทำให้การเติบโตของเศรษฐกิจมีข้อจำกัด อีกทั้งมีการชะลอตัวและการงดการใช้สื่อโฆษณาในไตรมาสสุดท้ายของปีอีกด้วย ผู้ประกอบการมีการพิจารณาการใช้งบสื่โฆษณาเพื่อให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด เพื่อรอดูความชัดเจนของเศรษฐกิจ เช่น กลุ่มอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มสื่อสาร กลุ่มอุปโภคบริโภค เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ พบว่าการชะลอตัวดังกล่าวเป็นเพียงช่วงเวลาสั้นๆ เนื่องจากลูกค้าอีกจำนวนมากของบริษัทก็ยังคงมีการวางแผนการซื้อสื่อและใช้สื่อโฆษณาของบริษัทอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการมีสื่อโฆษณาใหม่ๆ ที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้ายังมีส่วนช่วยกระตุ้นให้มีการแบ่งปันงบจากสื่ออื่นมาใช้สื่อโฆษณาของบริษัทอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามแม้บริษัทจะมีผลประกอบการที่ลดลงซึ่งอาจมาจากหลายปัจจัย ทั้งภายในและภายนอก แต่บริษัทยังสามารถลดความเสี่ยงและบริหารสภาพคล่องในการชำระหนี้จากลูกค้าเป็นอย่างดี โดยในปีที่ผ่านมาจำนวนลูกหนี้ค้างชำระหรือการตั้งสำรองหนี้ ของบริษัทไม่ได้มีอัตราที่เพิ่มขึ้นแต่อย่างใด ลูกหนี้ยังสามารถชำระหนี้ให้แก่บริษัทได้ภายในกำหนดเวลารวมถึงบริษัทยังสามารถบริหารจัดการบัญชีลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ความเสี่ยงด้านข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับป้ายโฆษณาและอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้น

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญต่อข้อกฎหมายควบคุมป้ายโฆษณาอย่างต่อเนื่อง และบริษัทฯ ยังมีคณะทำงานในการติดตามการปรับปรุงของข้อกฎหมายอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้ดำเนินการบริหารความเสี่ยงเกี่ยวกับป้ายโฆษณาโดยให้ความสำคัญกับการออกแบบก่อสร้างโดยใช้วิศวกรผู้ออกแบบที่มีคุณภาพและดำเนินการให้บริษัทตรวจสอบโครงสร้างอาคารและป้ายโฆษณาที่ขึ้นทะเบียนกับกรมโยธาธิการและผังเมือง ดำเนินการตรวจสอบและรับรองป้ายโฆษณาทุกป้ายของบริษัทและได้ใบรับรองการตรวจสอบอาคาร(แบบ ร.1)รวมถึงการประสานงานกับสมาคมป้ายโฆษณา เพื่อรับรองความมั่นคงแข็งแรงของโครงสร้างป้ายทุกป้าย เพื่อเป็นการลดโอกาสความเสียหายที่ต้องชดเชยจากเกิดการอุบัติเหตุบริษัทยังได้ทำประกันภัยที่จะเกิดขึ้นต่อทรัพย์สินและบุคคลภายนอก อีกด้วย

3. ความเสี่ยงอันเกิดจากความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลและ Online

ในปี 2560 การใช้โฆษณาสำหรับสื่อออนไลน์ หรือ Digital Advertising มีปริมาณเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ สืบเนื่องจาก แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเป็นอย่างมาก ผู้บริโภคหันมาใช้สื่อดิจิทัลมีเดีย ออนไลน์ อินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยสื่อดังกล่าวเข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคมากที่สุด เนื่องจากมีความน่าสนใจ ดึงดูดสายตา และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างหลากหลาย อีกทั้งสื่อโฆษณาดิจิทัลสามารถตอบโจทย์ด้านความคุ้มค่าในการใช้จ่ายงบประมาณสำหรับการโฆษณาสินค้าและบริการให้กับผู้ประกอบการเป็นอย่างดี ซึ่งในอดีตที่ผ่านมา บริษัทฯ จะมีสื่อโฆษณาหลักๆ เป็นป้ายโฆษณาภาพนิ่ง (Static) เป็นจำนวนมาก แต่ในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้มีแผนงานในการพัฒนาสื่อเดิมที่มีอยู่และเพิ่มสื่อใหม่ๆ ให้เป็นสื่อดิจิทัลที่มีความน่าสนใจและดึงดูดสายตาของผู้สัญจรไปมามากขึ้น โดยสื่อโฆษณาดังกล่าวจะครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศภายใน 3 ปี ซึ่งสื่อบางส่วนมีการเปิดการขายไปยังลูกค้าบ้างแล้ว โดยลูกค้าให้ความสนใจกับสื่อดังกล่าว เป็นอย่างมาก บริษัทฯ จึงมั่นใจว่า สื่อดิจิทัลของบริษัทฯ จะสามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี

4. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบริษัทเอเจนซีรายใหญ่

ในธุรกิจสื่อโฆษณา ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าเอเจนซี โดยเอเจนซีจะทำหน้าที่ในการเป็นตัวแทนของเจ้าของสินค้าและบริการในการเจรจาต่อรองซื้อขายสื่อโฆษณา ดังนั้นเอเจนซีจึงมีบทบาทสำคัญในธุรกิจสื่อโฆษณา บริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงหากเอเจนซีไม่แนะนำให้เจ้าของสินค้าและบริการมาใช้สื่อโฆษณาของบริษัทฯ ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อรายได้ และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับเอเจนซีที่สำคัญทุกราย โดยผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ เข้าพบลูกค้าเอเจนซีทุกรายเพื่อชี้แจงนโยบายการค้า และการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและตรงไปตรงมากับลูกค้า รวมถึงเข้าร่วมนำเสนอสื่อโฆษณาใหม่ของบริษัทฯ เพื่อให้เอเจนซีได้รับทราบ บริษัทฯ มีแผนงานที่ชัดเจนในการปรับปรุงและพัฒนาความสัมพันธ์ รวมถึงการกระชับความสัมพันธ์อย่างเหนียวแน่นกับลูกค้าเอเจนซีอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ เอเจนซีหลายรายยังมีส่วนร่วมร่วมกับบริษัทฯ ในการพัฒนาสื่อโฆษณารูปแบบใหม่ๆ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอีกด้วย

บริษัทฯ จะเพิ่มเครือข่ายสื่อป้ายโฆษณาของบริษัทฯ ที่หลากหลายมากขึ้น อาทิ สื่อโฆษณาที่เป็นดิจิทัล สื่อโฆษณาที่มีการออกแบบตกแต่งเมือง (Street Furniture) และป้ายโฆษณาขนาดเล็กและใหญ่ตามจุดที่มีผู้รับชมจำนวนมากทั้งในกรุงเทพฯ ปริมณฑลและทั่วประเทศ ซึ่งครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายของสินค้าและบริการ สามารถตอบสนองลูกค้าผู้ซื้อสื่อโฆษณา ในด้านของความคุ้มค่าและความมีประสิทธิภาพของการใช้งบโฆษณา บริษัทฯ จึงเชื่อว่า สื่อโฆษณาใหม่ของบริษัทฯ จะได้รับความนิยมและการตอบรับที่ดีจากลูกค้าในทุกกลุ่มสินค้าและบริการ

บริษัทฯ ยังรักษามาตรฐานการให้บริการกับลูกค้า ที่ดียิ่งอย่างต่อเนื่อง มีระบบบริหารจัดการสื่อโฆษณาที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว และมีระบบบริหารจัดการที่ดีในการตรวจสอบและดูแลการซ่อมแซมสื่อโฆษณา รวมถึงการรายงานสภาพป้ายให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการใช้บริการกับบริษัทฯ

5. ความเสี่ยงจากการมีภาระผูกพันกับคู่สัญญาที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

บริษัทฯ ได้มีการทำซื้อโครงสร้างจากพันธมิตรที่เป็นเจ้าของโครงข่ายมายาวนาน ทำสัญญาเช่าโครงข่ายและพื้นที่ติดตั้งป้ายระยะยาวกับผู้ประกอบการเจ้าของพื้นที่สื่อโฆษณาและเจ้าของพื้นที่ติดตั้งป้าย เพื่อให้บริษัทฯ มีพื้นที่การให้บริการสื่อโฆษณาที่มั่นคง เป็นระยะเวลานาน และป้องกันไม่ให้คู่แข่งสามารถเข้ามาแย่งพื้นที่โฆษณาของบริษัทฯ จึงมีบางส่วนที่ทำให้บริษัทฯ มีภาระผูกพันที่ต้องจ่ายในค่าเช่าในอนาคตภายใต้สัญญาเช่าตลอดอายุของสัญญา อย่างไรก็ตามการทำสัญญาเช่าพื้นที่ในระยะยาวกับเจ้าของพื้นที่จะส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มากกว่าที่จะเป็นความเสี่ยง เนื่องจากทำให้บริษัทฯ มีแหล่งรายได้ที่แน่นอนจากสื่อโฆษณา บริษัทฯ มีการบริหารจัดการสัญญาอย่างเหมาะสม โดยทุกครั้งที่มีการต่อสัญญาบริษัทฯ จะมีการทบทวนต้นทุนค่าเช่าพื้นที่และค่าเช่าโครงข่าย ให้สอดคล้องกับรายได้อยู่เสมอ

6. ความเสี่ยงจากการไม่สามารถต่ออายุสัมปทานภาครัฐและสัญญาเช่าพื้นที่เอกชน

ปัจจัยหลักของการดำเนินธุรกิจของบริษัทคือ พื้นที่ติดตั้งสื่อโฆษณา ซึ่งได้มาจากทั้งสัญญาสัมปทานการเช่าพื้นที่จากภาครัฐ และสัญญาเช่าพื้นที่ของเอกชน เนื่องจากบริษัทจะต้องมีภาระผูกพันที่ระบุในสัญญาเหล่านั้น บริษัทจึงมีความเสี่ยงหากไม่สามารถต่ออายุสัญญาเช่าพื้นที่ได้ หรือการบอกเลิกสัญญา หากผู้ให้เช่ามีความจำเป็นต้องใช้สถานที่เช่า อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการหารายได้ของบริษัท และฐานะทางการเงินของบริษัทในอนาคต

ตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญาที่มีการทำกับคู่สัญญาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งระมัดระวังในการเช่าใช้พื้นที่ เพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหา รวมถึงการเข้าแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงที กรณีมีเหตุสุดวิสัย ทำให้ตลอดหลายปีที่ผ่านมา บริษัทฯ จึงมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าของสัมปทานและเจ้าของพื้นที่ อีกทั้งบริษัทฯ มักได้รับการต่ออายุสัมปทานและสัญญาเช่าอย่างต่อเนื่อง

7. ความเสี่ยงที่อาจเกิดจากผลตอบแทนในสื่อโฆษณาใหม่ๆ ของบริษัท ไม่เป็นไปตามที่ประมาณการไว้

ในการลงทุนสร้างสื่อใหม่ๆ หากสื่อโฆษณาดังกล่าวไม่สามารถสร้างผลตอบแทนตามที่ประมาณการไว้ หรือไม่สามารถสร้างผลตอบแทนได้ตามแผนงานที่กำหนดไว้หรือเหตุใดๆ ที่ส่งผลกระทบต่อให้บริษัทไม่สามารถให้บริการสื่อโฆษณาดังกล่าวได้อันอาจส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงาน บริษัทฯ จะใช้วิธีเจรจาต่อรองและการบริหารต้นทุน เพื่อลดความเสียหายจากการไม่สามารถสร้างผลตอบแทนตามที่ประมาณการไว้ รวมถึงจะปรับเปลี่ยนรูปแบบการขายและราคา ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและตลาด อีกทั้ง บริษัทฯ ยังมีบริษัทแม่คือบริษัท VGI ซึ่งเป็นบริษัทที่มีสื่อโฆษณาที่หลากหลายทำให้สามารถจัด Package การขายและ Bundle สื่อ เพื่อดึงดูดความสนใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้สื่อของบริษัทได้มากขึ้น

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวร

สินทรัพย์ถาวรของบริษัทและบริษัทย่อยคือ ที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการด้านสื่อป้ายโฆษณา ดังมีรายละเอียด มูลค่าทางบัญชีสุทธิของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ดังนี้

ประเภทสินทรัพย์	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (พันบาท)	ภาระการค้ำประกันเงินกู้
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน (ที่ดิน 6 แปลง*)	บริษัท	35,317	ใช้ที่ดินที่ ต.ทับคาจ อ.เขาย้อย จ. เพชรบุรี จำนวน 3 แปลงค้ำประกัน วงเงินสินเชื่อ จำนวน 98 ล้านบาท
อาคาร	บริษัท/บริษัทย่อย	11,575	ไม่มี
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	บริษัท/บริษัทย่อย	7,829	ไม่มี
เครื่องมือและอุปกรณ์	บริษัท/บริษัทย่อย	6,348	ไม่มี
ยานพาหนะ	บริษัท/บริษัทย่อย	1,969	ไม่มี
โครงป้ายโฆษณา	บริษัท/บริษัทย่อย	371,522	ไม่มี
สื่อโฆษณาอื่น ๆ	บริษัท/บริษัทย่อย	-	ไม่มี
สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	บริษัท/บริษัทย่อย	71,822	ไม่มี
อื่น ๆ	บริษัท/บริษัทย่อย	-	ไม่มี
รวม		506,382	

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

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

ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน

รายการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
ทรัพย์สินไม่มีตัวตน	เป็นเจ้าของ	43.971	ไม่มี

หมายเหตุ: ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนได้แก่ ระบบซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ที่ได้มาจากการรวมธุรกิจตามมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์นั้น ณ วันที่ซื้อธุรกิจ

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทจะลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย ทั้งทางตรงและทางอ้อมซึ่งจะพิจารณาสัดส่วนในการลงทุนเป็นรายๆ ไปโดยดูจากแนวโน้มของธุรกิจ ถ้ามีโอกาสประสบความสำเร็จและสามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันบริษัทจะลงทุนในสัดส่วนที่มากพอที่บริษัทจะสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารและกำหนดนโยบาย

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจจะมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทและบริษัทย่อย ดังนี้

- 1) ข้อพิพาททางกฎหมายของบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ในคดีที่อดีตพนักงานบริษัทฯ ได้เรียกค่าเสียหายกับบริษัทฯ ต่อศาลแรงงานกลาง กรณีถูกเลิกจ้างแรงงาน ซึ่งบริษัทฯ ได้ต่อสู้คดี และฟ้องแย้งเรียกค่าเสียหายต่อศาลเช่นกัน ต่อมาเมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2559 ศาลได้มีคำพิพากษา ให้อดีตพนักงานจ่ายค่าเสียหายให้แก่บริษัทฯ เป็นเงินจำนวน 22,510,658.66 บาท พร้อมดอกเบี้ยร้อยละ 7.5 ต่อปี โดยให้บริษัทฯ ชำระค่าใช้จ่าย ให้แก่อดีตพนักงานเป็นจำนวนเงิน 149,747.53 บาท พร้อมดอกเบี้ยร้อยละ 7.5 ต่อปี ปัจจุบันฝ่ายอดีตพนักงานได้อุทธรณ์ต่อศาลฎีกา ซึ่งอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลตามกระบวนการต่อไป
- 2) ข้อพิพาททางกฎหมายของบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ในคดีที่บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ฟ้องต่อศาลแพ่งให้ บริษัท บอลูน อาร์ท จำกัด ชำระค่าเสียหาย กรณีผิดสัญญาจ้างทำของ ต่อมาศาลชั้นต้นพิพากษาให้บริษัทฯ ชำระเงินจำนวน 169,770 บาท พร้อมดอกเบี้ยอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี ต่อมา บริษัทฯ ได้อุทธรณ์คำพิพากษาของศาลชั้นต้น ศาลอุทธรณ์ได้พิพากษายืน และต่อมาบริษัทฯ ได้ฎีกาคำพิพากษาของศาลอุทธรณ์ ขณะนี้อยู่ในระหว่างการพิจารณาคดีของศาลฎีกา

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อ	: บมจ. มาสเตอร์ แอด
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107546000113
ประเภทธุรกิจ	: ให้บริการและรับจ้างผลิตสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยและบันเทิง
ตลาด	: SET
กลุ่มอุตสาหกรรม	: บริการ
หมวดธุรกิจ	: สื่อและสิ่งพิมพ์
ทุนจดทะเบียน	: 409,521,187.50 บาท
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	: 343,891,036.60 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 3,438,910,366 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 1 ชั้น 4-6 ซอยลาดพร้าว 19 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
โทรศัพท์	: 02 938 3388 โทรสาร 02 938 3489
เว็บไซต์	: www.masterad.com

แผนกนักลงทุนสัมพันธ์	: โทรศัพท์ 02 273 8639 Email address: Pornpimol@masterad.com; ir@masterad.com
เลขานุการบริษัท	: โทรศัพท์ 02 938 3388 ต่อ 480 , 487 Email address: tamonwan@masterad.com; sukjai@masterad.com

บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์	: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์(ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 93 ชั้น 14 ถ.รัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์. 02 009 9000 Fax.02 009 992
----------------------	---

ผู้สอบบัญชี	: บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด โดย นายศุภชัย ปัญญาวัฒน์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3930
สำนักงาน	: เลขที่ 193/136-137 อาคารเลครัชดาออฟฟิศ คอมเพล็กซ์ ชั้น 33 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์	: 0-2264-0777, 0-2661-9190
โทรสาร	: 0-2264-0789-90

ข้อมูลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

	นิติบุคคล	ประเภทธุรกิจ	สถานที่ตั้ง	ทุนชำระแล้ว	ชนิดของหุ้น	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
1	บจก. มาสเตอร์ แอนด์ มอร์	ประกอบธุรกิจให้บริการและรับจ้างผลิตสื่อป้ายโฆษณาขนาดเล็ก	เลขที่ 1 ซอยลาดพร้าว 19 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 02 938 3388 โทรสาร 02 938 3486-7 Website: www.masterad.com	20,000,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท)	หุ้นสามัญ	100
2	บจก. อาย ออนไลน์ (ชื่อเดิม บจก.มาโก้ ไรท์ซายน์)	1.ถือหุ้นในบริษัท โคแมส จำกัด 2.บริหารสื่อโฆษณา บิลบอร์ด และสื่อโฆษณาดิจิทัล	เลขที่ 28/43-45 ถ.วิภาวดี-รังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 02 938 3388 , โทรสาร 02 938 3486-7	5,000,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท)	หุ้นสามัญ	100
3	บจก. กรีนแอต	ถือหุ้นใน บริษัท มัลติไซน์ จำกัด	เลขที่ 1 ชั้น 6 ซอยลาดพร้าว 19 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 02 938 3388, โทรสาร 02 938 3486-7	401,000,000 บาท และยังไม่ได้ชำระ 99,000,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 5 บาท)	หุ้นสามัญ	100
4	บจก. แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์	ประกอบธุรกิจให้บริการเช่าอาคารสำนักงาน	เลขที่ 1 ชั้น 4-6 ซอยลาดพร้าว 19 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 02 938 3388	40,000,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท)	หุ้นสามัญ	48.87
5	บจก. อิงค์ เจ็ท อิมเมจเจส (ประเทศไทย)	ประกอบธุรกิจผลิตสื่อโฆษณาด้วยระบบอิงค์เจ็ท	เลขที่ 28/43-45 ถ.วิภาวดี-รังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 02 936 3366 โทรสาร 02 936 3636 Website: www.inkjetimagesthailand.com	6,000,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท)	หุ้นสามัญ	50

ข้อมูลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 (ต่อ)

	นิติบุคคล	ประเภทธุรกิจ	สถานที่ตั้ง	ทุนชำระแล้ว (บาท)	ชนิดของหุ้น	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
6	บจก.โอเพ่น เพลย์	ประกอบธุรกิจให้บริการและผลิต สื่อโฆษณาทุกประเภท	เลขที่ 77/37 ซอยเพิ่มสิน 24/1 ถ.สุขาภิบาล 3 คลองถนน เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10210 โทรศัพท์ 02 938 3388 , โทรสาร 02 938 3486-7	5,000,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท)	หุ้นสามัญ	80 (ถือโดย บจก. มาสเตอร์ แอนด์ มอร์)
7	บจก. มัลติ ไซน์	ประกอบธุรกิจให้บริการและผลิต สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย	34/13-14 หมู่ 10 ถนนบรมราชชนนี แขวงศาลา ธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพฯ 10170 โทรศัพท์ 02 441 1761 2, โทรสาร 02 441 1763 Website: www.multisign.co.th	14,000,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท)	หุ้นสามัญ	70 (ถือหุ้นโดย บจก.กรีนแอด)
8	บจก.โคแมส	ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณา ภายนอกที่อยู่อาศัย	เลขที่ 1 ชั้น 4-6 ซอยลาดพร้าว 19 ถนน ลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 02 938 3388 โทรสาร 02 938 3486-7	5,625,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท)	หุ้นสามัญ	70 (ถือหุ้นโดย บจก.อาย ออน แอดส์)
9	MACO Outdoor Sdn. Bhd.	ประกอบธุรกิจ Holding Company ในประเทศมาเลเซีย	No.52, 1 st Floor, Jalan SS 21/58 Taipan Damanasara 47400 Petaling Jaya Selangor MALAYSIA	200,000 รिंगกิต (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 1 รिंगกิต)	หุ้นสามัญ	100
10	Eyeball Channel Sdn. Bhd.	ประกอบธุรกิจให้บริการและผลิต สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยใน ประเทศมาเลเซีย	G-1-11, Jalan PJU 1A/3 Taipan Damanasara 47301 Petaling Jaya Selangor MALAYSIA	500,000 รिंगกิต (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 1 รिंगกิต)	หุ้นสามัญ	40 (ถือหุ้นโดย MACO Outdoor Sdn.Bhd.)