

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:

ตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์ ด้วยสื่อนอกบ้านคุณภาพ ที่มีเครือข่ายครอบคลุมทำเลที่ดีที่สุดทั่วประเทศ ไทยและอาเซียน มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยสามารถเชื่อมโยงกับออนไลน์และ ช่องทางตลาดได้ทุกช่องทาง เพื่อตอบสนองแผนการตลาดของลูกค้า โดยมีธรรมาภิบาลที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม"

พันธกิจ:

มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างตรงจุด ด้วยบริการระดับพรีเมียม ที่ช่วยเชื่อมโยงเครือข่ายสื่อนอกบ้านกับช่องทางสื่อสารการตลาดต่างๆ เพื่อนำพาไปสู่การมีส่วนร่วมและการตัดสินใจซื้อ ไม่ใช่แค่เพียงเห็นสื่อ

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี	เดือน	เหตุการณ์
2531	กุมภาพันธ์	จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทในนาม บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (“MACO”)
2539	สิงหาคม	จัดตั้งบริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (ประเทศไทย) จำกัด ร่วมกับบริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (เอ็ม) เอสดีเอ็น บีเอสดี จำกัด ประเทศมาเลเซีย โดยถือหุ้นในสัดส่วน 50.0% เพื่อประกอบธุรกิจผลิตภาพด้วยระบบคอมพิวเตอร์อิงค์เจ็ทและสนับสนุนงานผลิตสื่อโฆษณาสำหรับบริษัทในกลุ่ม
	กันยายน	จัดตั้งบริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด (“มาสเตอร์ แอนด์ มอร์”) ร่วมกับบริษัท เคลียร์ชาแนล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้ผลิตสื่อโฆษณาชั้นนำจากประเทศอังกฤษ โดยถือหุ้นในสัดส่วน 50.0% เพื่อประกอบธุรกิจผลิตสื่อป้ายโฆษณานอกบ้านขนาดเล็ก และในปี 2553 บริษัทฯ ได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นใน มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ เป็น 100.0%
2544		ขยายธุรกิจไปสู่การบริหารพื้นที่โฆษณาบริเวณเสาตอม่อใต้สถานีรถไฟฟ้ามหานคร 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 51.0% เพื่อสนับสนุนงานผลิตสื่อของบริษัทในกลุ่ม และในปี 2557 บริษัทฯ ได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นใน กรีน แอด เป็น 100.0%
2556	กันยายน	ย้ายเข้าสู่การเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ SET ภายใต้กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ หมวดธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์
2557	พฤษภาคม	บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน) (“VGI”) ได้ขยายเครือข่ายสื่อโฆษณานอกบ้านผ่านการเข้าลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทฯ ในจำนวน 751 ล้านหุ้น หรือ 24.96% ของหุ้นทั้งหมด
	กันยายน	เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิม หุ้นละ 1.00 บาท เป็นหุ้นละ 0.1 บาท โดยราคาหุ้นใหม่ ซึ่งปรับตามการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ นั้น เริ่มซื้อขายตั้งแต่วันที่ 3 ตุลาคม 2557
	พฤศจิกายน	มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ บริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้เข้าลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท โอเพ่น เพลย์ จำกัด (“โอเพ่น เพลย์”) จำนวน 4 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วน 80.0% ของหุ้นทั้งหมด ซึ่งต่อมาในเดือนพฤษภาคม 2561 บริษัทฯ ได้เข้าซื้อหุ้นที่เหลืออยู่ทั้งหมด ทำให้ปัจจุบันบริษัทฯ ถือหุ้นใน โอเพ่น เพลย์ คิดเป็นสัดส่วน 100.0% โอเพ่น เพลย์ ได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียว จากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในการบริการสื่อโฆษณาภายในสถานีบริการน้ำมันปตท. จิฟฟี่ ทั่วประเทศไทย
2558	เมษายน	ขยายเครือข่ายสื่อโฆษณากลางแจ้งไปยังประเทศมาเลเซีย โดยจัดตั้งบริษัทย่อยภายใต้ชื่อ บริษัท มาโก้ เอาร์ทดอร์ จำกัด ประเทศมาเลเซีย เพื่อเข้าลงทุน 40.0% ในบริษัท อายบอล ชาแนล จำกัด (“อายบอล ชาแนล”) โดย อายบอล ชาแนล คือบริษัทร่วมทุนระหว่าง MACO และพันธมิตรที่มีศักยภาพในการบริหารจัดการสื่อโฆษณาในประเทศมาเลเซีย
2559	พฤษภาคม	VGI ได้เข้าซื้อหุ้นเพิ่มเติมของบริษัทฯ จำนวน 375 ล้านหุ้น (หรือ 12.46%) ทำให้ปัจจุบัน VGI มีสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ ทั้งสิ้น 1,126 ล้านหุ้น (หรือ 37.42%) กลายเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่

		ของบริษัทฯ ภายหลังการควบรวมกิจการ VGI และ MACO ได้ร่วมกันกำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างสรรค์แคมเปญสื่อโฆษณาที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้ทั้งสองบริษัทก้าวขึ้นสู่การเป็นผู้นำการให้บริการเครือข่ายสื่อโฆษณาแบบครบวงจรภายในประเทศและอาเซียนได้เป็นอย่างดี
	กันยายน	เข้าลงทุนใน บริษัท มัลติไซน์ จำกัด (“มัลติไซน์”) ในสัดส่วน 70.0% ผ่าน กรีน แอด บริษัทย่อย ซึ่งบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วน 100.0% และต่อมาในปี 2562 MACO ได้เข้าซื้อหุ้นเพิ่มเติม 30.0% ในมัลติไซน์ ทำให้ MACO มีอำนาจเด็ดขาดในการบริหารงานและสามารถใช้ประโยชน์จากป้าโฆษณาของมัลติไซน์ ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ
2560	มิถุนายน	บริษัท อาย ออน แอดส์ จำกัด บริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้เข้าลงทุนในบริษัท โคแมส จำกัด (“โคแมส”) ด้วยสัดส่วน 70.0% คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 335 ล้านบาท โคแมสเป็นผู้ประกอบกิจการป้ายโฆษณากลางแจ้ง ที่มีประสบการณ์ยาวนานกว่า 19 ปี ครอบคลุมทำเลที่ตั้งป้ายโฆษณาใจกลางย่านธุรกิจสำคัญทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด
	กรกฎาคม	ขยายเครือข่ายสื่อดิจิทัล โดยนำพื้นที่บริเวณหัวเมืองหลักในต่างจังหวัดของมัลติไซน์ มาปรับเปลี่ยนเป็นป้ายโฆษณาดิจิทัลที่ทันสมัย
2561	กรกฎาคม	MACO ได้เข้าลงทุนในบริษัท ทรานส์ แอด โซลูชัน จำกัด (“ทรานส์ แอด”) ในสัดส่วน 81.7% โดย ทรานส์ แอด เป็นบริษัทที่ให้บริการด้านการเชื่อมต่อระบบแสดงสื่อมัลติมีเดียแบบครบวงจร และต่อมาทรานส์ แอด ได้ลงทุนเข้าซื้อกิจการของ Roctec Technology Limited (“Roctec”) ในสัดส่วน 89.0% โดย Roctec เป็นผู้ให้บริการออกแบบและวางระบบ (System Integrations) เช่น ระบบควบคุม ระบบเชื่อมต่อ และระบบแสดงผลสื่อมัลติมีเดีย โดยดำเนินกิจการอยู่ที่ฮ่องกง
	ตุลาคม	MACO ได้จัดตั้งบริษัทร่วมทุนกับ VGI ในสัดส่วน MACO 75.0% และ VGI 25.0% ภายใต้ชื่อ VGI MACO (Singapore) Private Limited (“VGIMS”) ซึ่งต่อมา VGIMS ได้เข้าทำสัญญาร่วมทุนกับ Sinarmas Group เพื่อขยายธุรกิจในประเทศอินโดนีเซีย
	พฤศจิกายน	<ul style="list-style-type: none"> เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2561 MACO ได้รับการอนุมัติการลงทุนเพื่อปรับปรุงสื่อโฆษณาสตรีทเฟอร์นิเจอร์บริเวณตอม่อรถไฟฟ้าบีทีเอส จากป้ายภาพนิ่งเป็นสื่อดิจิทัล จำนวน 42 จอ และเปลี่ยนเป็นสื่อโฆษณา Light Box จำนวน 180 ป้าย โดยการลงทุนปรับปรุงสื่อครั้งนี้ทำให้กำลังการผลิตสื่อของ MACO เพิ่มขึ้น 300 ล้านบาท MACO เข้าลงทุน 75.0% ใน บริษัท VGI Global Media (Malaysia) Sdn. Bhd. ซึ่งการขยายกิจการไปยังประเทศมาเลเซียจะช่วยขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาของ MACO ให้ใหญ่ขึ้น และสร้างโอกาสในการรุกขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาไปยังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
	ธันวาคม	MACO เข้าซื้อหุ้นสามัญของ บริษัท โกลด์ สตาร์ กรุ๊ป จำกัด (“GSG”) ในสัดส่วน 60.0% ของหุ้นทั้งหมด ด้วยมูลค่าการลงทุน 240 ล้านบาท โดย GSG คือผู้ให้บริการออกแบบ ผลิต และรับจ้างผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อโฆษณาทุกชนิด อาทิ งานพิมพ์ และติดตั้งสติ๊กเกอร์สื่อโฆษณาบนขบวนรถไฟฟ้า เป็นต้น
2562	เมษายน	PT Avabanindo Perkasa ซึ่งเป็นบริษัทร่วมของ MACO ในประเทศอินโดนีเซีย ได้เริ่มเปิดให้บริการโฆษณาบนสถานีรถไฟฟ้า MRT Jakarta สายสีแดง (เหนือ-ใต้) จำนวน 13 สถานี และบนรถไฟฟ้า จำนวน 16 ขบวน เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

	เมษายน	PT Avabanindo Perkasa ซึ่งเป็นบริษัทร่วมของ MACO ในประเทศอินโดนีเซีย ได้เริ่มเปิดให้บริการโฆษณาบนสถานีรถไฟฟ้า MRT Jakarta สายสีแดง (เหนือ-ใต้) จำนวน 13 สถานี และบนรถไฟฟ้า จำนวน 16 ขบวน เป็นที่เรียบร้อยแล้ว
	กรกฎาคม	วันที่ 31 กรกฎาคม 2562 MACO เข้าลงทุนเพิ่มเติม 30.0% ในบริษัท โคแมส จำกัด (“โคแมส”) ด้วยมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น 160 ล้านบาท ส่งผลให้สัดส่วนการถือหุ้นทั้งหมดในโคแมสเพิ่มขึ้นเป็น 100.0% การเข้าลงทุนเพิ่มเติมในครั้งนี้จะช่วยให้ MACO มีอำนาจควบคุมการบริหารธุรกิจ และสามารถใช้อำนาจของโคแมสได้อย่างมีประสิทธิภาพ
	กรกฎาคม	VGM ได้เข้าลงทุนเพิ่มเติม 40.0% ในบริษัท Puncak Berlian Sdn. Bhd. (“PBSB”) ด้วยมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น 9.6 ล้านบาท หรือประมาณ 72.4 ล้านบาท ส่งผลให้สัดส่วนการถือหุ้นเพิ่มขึ้นเป็น 65.0% ของจำนวนหุ้นทั้งหมด โดย PBSB เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้าน ประกอบไปด้วย สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน สื่อโฆษณาในสนามบิน และสื่อโฆษณาในอาคารสำนักงาน ทั้งนี้ด้วยประสบการณ์และความชำนาญของ MACO และ VGI เราเชื่อว่า MACO จะสามารถสร้างการเติบโตและทรงความเป็นผู้นำในธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านในตลาดต่างประเทศต่อไป
2563	มกราคม	เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2563 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ได้อนุมัติธุรกรรมดังต่อไปนี้ 1) เข้าลงทุน 50.0% ในบริษัท ฮัลโล บางกอก แอล อี ดี จำกัด ด้วยเงินลงทุนทั้งสิ้น 1,950 ล้านบาท 2) เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement) จำนวน 1,080 ล้านหุ้น ในราคาหุ้นละ 1.4381 บาท ให้บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) (“PlanB”) คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 1,553 ล้านบาท และ 3) มอบหมายให้ PlanB เข้ามาเป็นผู้บริหารจัดการสื่อโฆษณากลางแจ้งภายในประเทศทั้งหมดให้ MACO ซึ่งธุรกรรมดังกล่าวแล้วเสร็จเมื่อวันที่ 30 มกราคม 2563 ทั้งนี้การเข้าลงทุนของ PlanB ใน MACO ในสัดส่วน 19.96% ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของ บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน) (“VGI”) ลดลงจาก 33.17% เป็น 26.55% ส่งผลให้ VGI ไม่มีอำนาจควบคุมใน MACO บริษัทฯ จึงได้เปลี่ยนสถานะจากบริษัทย่อยเป็นบริษัทร่วมของ VGI หลังธุรกรรมแล้วเสร็จ
	มีนาคม	ที่ประชุมคณะกรรมการบริหาร ครั้งที่ 1/2563 เมื่อวันที่ 21 มกราคม 2563 มติอนุมัติให้ MACO ขยายเครือข่ายสื่อโฆษณานอกบ้านไปยังประเทศเวียดนาม ผ่านการเข้าลงทุนในสัดส่วน 25.0% ใน VGI Vietnam Joint Stock Company (“VGI Vietnam”) ผู้ให้บริการสื่อโฆษณานอกบ้านดิจิทัลที่มีเครือข่ายขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศเวียดนาม ผ่านบริษัท VGI MACO (Singapore) Private Limited (“VGIMS”) สำหรับมูลค่าการลงทุนในประเทศเวียดนามในครั้งนี้อยู่ที่ 3.5 แสนล้านดอง เวียดนาม หรือประมาณ 457.2 ล้านบาท (ได้รับจาก MACO ที่ 342.9 ล้านบาท และจาก VGI ที่ 114.3 ล้านบาท) ซึ่ง MACO คาดว่า VGIMS จะสามารถเข้าทำสัญญาและดำเนินการให้ธุรกรรมแล้วเสร็จภายในเดือนมีนาคม 2563

การออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนและการจ่ายเงินปันผล

- ในเดือนมีนาคม 2562 MACO ได้รับเงินสด จำนวน 328 ล้านบาท จากการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 205 ล้านหุ้น ในราคาเสนอขายหุ้นละ 1.60 บาท แก่ผู้ถือหุ้นสามัญเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้นในอัตราจัดสรร 10 หุ้นสามัญเดิม ต่อ 1 หุ้นสามัญเพิ่มทุน ทั้งนี้ MACO ได้นำเงินจากการลงทุนดังกล่าว ไปใช้เพื่อปรับปรุงสื่อโฆษณา Street Furniture บริเวณตอม่อ รถไฟฟ้าบีทีเอส จากป้ายภาพนิ่งเป็นสื่อดิจิทัล
- วันที่ 7 สิงหาคม 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ได้อนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล จากผลประกอบการในครึ่งปีแรก เป็นจำนวนเงิน 52 ล้านบาท ในอัตรา 0.012 บาทต่อหุ้น โดย MACO ได้จ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นในวันที่ 6 กันยายน 2562

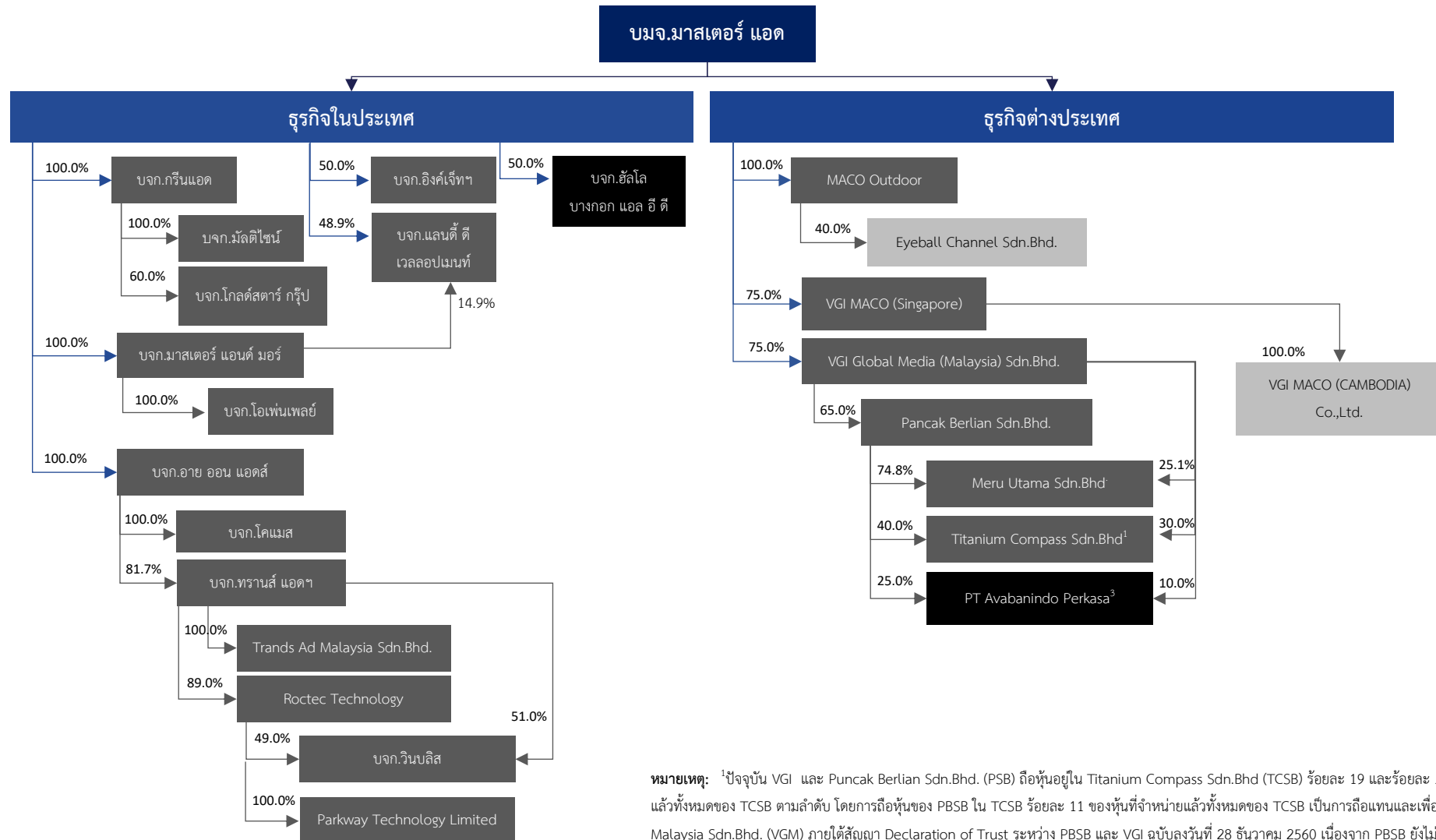
รางวัลที่ได้รับในปีที่ผ่านมา

MACO ได้รับรางวัลด้านนักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยม (Best Investor Relations Award) จากเวที SET Awards ปี 2019 ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้แก่บริษัทจดทะเบียนที่มีความโดดเด่นด้านการดำเนินกิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์ ที่จัดขึ้นโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) และวารสารการเงินการธนาคาร โดย MACO คือหนึ่งในบริษัทที่ได้รับรางวัลนี้ในกลุ่มบริษัทที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดระหว่าง 3,000 – 10,000 ล้านบาท



1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 บริษัทมีโครงสร้างการถือหุ้นในกลุ่มบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ดังนี้



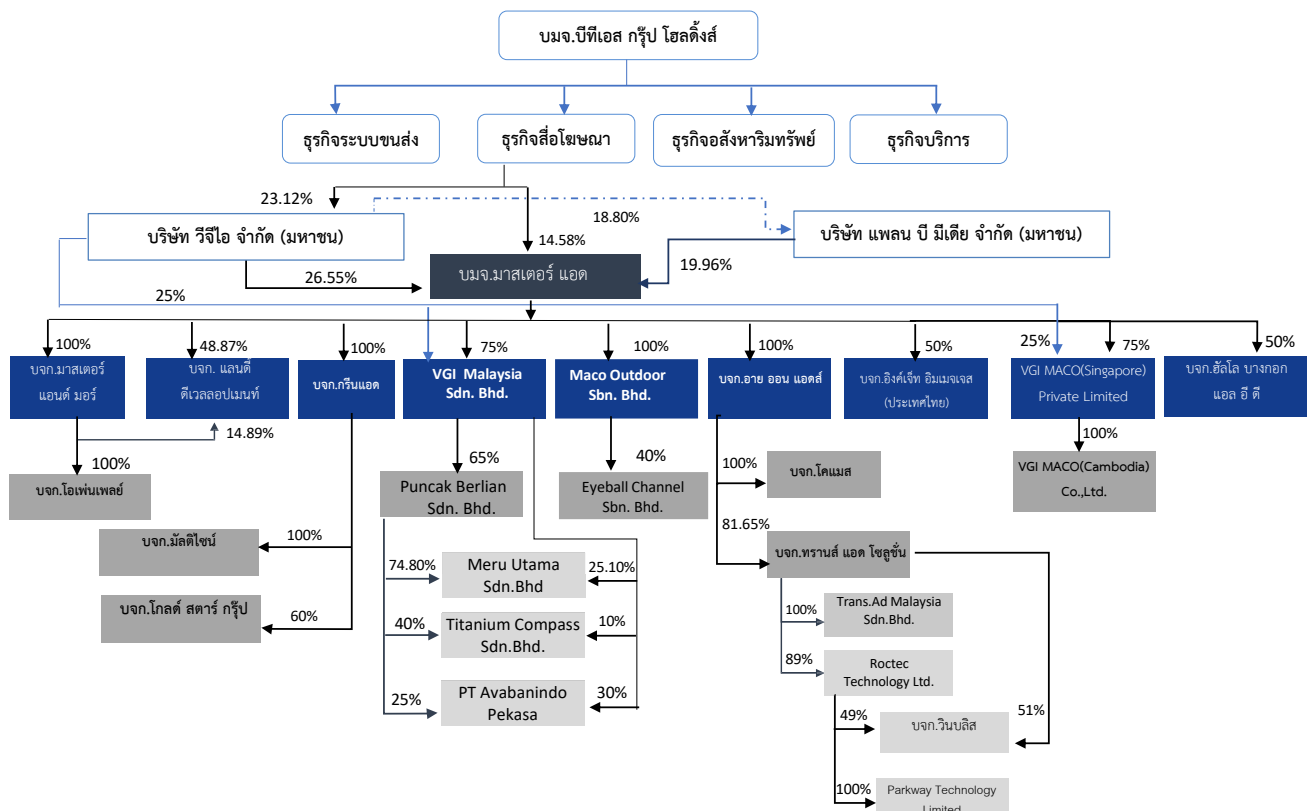
หมายเหตุ: ¹ปัจจุบัน VGI และ Puncak Berlian Sdn.Bhd. (PSB) ถือหุ้นอยู่ใน Titanium Compass Sdn.Bhd (TCSB) ร้อยละ 19 และร้อยละ 51 ของหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมดของ TCSB ตามลำดับ โดยการถือหุ้นของ PBSB ใน TCSB ร้อยละ 11 ของหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมดของ TCSB เป็นการถือแทนและเพื่อประโยชน์ของ VGI Malaysia Sdn.Bhd. (VGM) ภายใต้สัญญา Declaration of Trust ระหว่าง PBSB และ VGI ฉบับลงวันที่ 28 ธันวาคม 2560 เนื่องจาก PBSB ยังไม่สามารถดำเนินการโอนหุ้นดังกล่าวให้ VGM ได้ ตามข้อจำกัดในสัญญาสัมปทาน

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัท ฯ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่คือ บริษัท วี จี ไอ จำกัด (มหาชน) (VGI) ซึ่งถือหุ้นในสัดส่วน 26.55% เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาออกบ้านและธุรกิจบริการด้านดิจิทัล มีผู้ถือหุ้นหลักคือบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด สัดส่วนการถือหุ้น 44.76% และ บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) สัดส่วนการถือหุ้น 21.68% (ข้อมูล ณ วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2563) ทำให้ บริษัท ฯ เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจในกลุ่มบริษัท BTSG ซึ่งถือหุ้นของบริษัท ฯ ในสัดส่วน 14.58% และทางอ้อม โดยถือหุ้นผ่าน VGI ในสัดส่วน รวมกันประมาณ 41.13 % ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท ฯ

ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2563 ที่ผ่านมา บริษัท แพลน บี จำกัด(มหาชน) (“PlanB”) เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบธุรกิจให้บริการ และผลิตสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ธุรกิจหลักได้แก่ (1) สื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน (Transit Media) (2) สื่อโฆษณาภาพนิ่ง (Classic Media) (3) สื่อโฆษณาดิจิทัล (Dynamic Media) (4) สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า (Retail Media) (5) สื่อโฆษณาภายในสนามบิน (Airport Media) (6) สื่อโฆษณาออนไลน์ (Online Media) และ (7) การตลาดแบบมีส่วนร่วม (Engagement marketing) มีผู้ถือหุ้นหลักคือ นายปรินทร์ โลจนะโกสินทร์ ถือหุ้นจำนวน 974,068,100 หุ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.09 และ บริษัท วี จี ไอ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นจำนวน 730,004,705 หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.80 (ข้อมูล ณ วันที่ 14 พฤศจิกายน 2562) ได้เข้ามาเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่สำคัญ และก้าวขึ้นเป็นผู้ถือหุ้นสถาบันรายใหญ่ของบริษัท ฯ โดยมีสัดส่วนการถือหุ้นทั้งสิ้น 1,080 ล้านหุ้นหรือคิดเป็น 19.96% ของจำนวนหุ้นทั้งหมดของบริษัท ฯ

รายละเอียดความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่



หมายเหตุ: (ความร่วมมือทางธุรกิจ และการพึ่งพิงผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ตามรายละเอียดหัวข้อ การร่วมงานกับผู้ร่วมงาน (Partner) ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ หน้า 15- หน้า 16)

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา สามารถสรุปได้ดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

โครงสร้างรายได้	ปี 2560		ปี 2561 (ปรับปรุงใหม่)		ปี 2562	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
รายได้จากการให้บริการเช่าพื้นที่ป้ายโฆษณา	853.08	91.17	933.29	53.71	1,133.53	37.22
รายได้จากการผลิตสื่อโฆษณา	82.58	8.83	120.20	6.92	219.46	7.21
รายได้จากการให้บริการบำรุงรักษา	-	-	113.90	6.55	320.93	10.54
รายได้จากการขายสินค้า	-	-	26.98	1.55	35.74	1.17
รายได้จากการให้บริการรับเหมาติดตั้ง	-	-	501.37	28.85	1,243.99	40.85
รายได้อื่น	-	-	41.88	2.41	91.53	3.01
รวมรายได้จากการให้บริการและการขาย	935.66	100.00	1,737.62	100.00	3,045.18	100.00

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ปัจจุบันธุรกิจของ MACO สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทหลักๆ ได้แก่ 1) ธุรกิจสื่อโฆษณา และ 2) ธุรกิจบริการด้านระบบครบวงจร (System Integration)

1) ธุรกิจสื่อโฆษณา

MACO ถือเป็นผู้นำให้บริการสื่อโฆษณาประเภทบิลบอร์ดรายแรกๆ ที่บุกเบิกการสร้างสื่อประเภทบิลบอร์ด ปัจจุบัน MACO เป็นผู้นำเครือข่ายสื่อโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทย นอกจากนี้เรายังเล็งเห็นศักยภาพของสื่อโฆษณาในต่างประเทศ จึงได้เริ่มขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาไปยังประเทศมาเลเซีย และ อินโดนีเซีย เป็นต้น ปัจจุบันธุรกิจสื่อโฆษณาของ MACO แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1.1) สื่อโฆษณาในประเทศ และ 1.2) สื่อโฆษณาในต่างประเทศ

1.1 สื่อโฆษณาในประเทศ

1.1.1 ป้ายบิลบอร์ด

ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่

ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ติดตั้งในพื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เช่น ทางด่วน จุดเชื่อมต่อของหัวเมืองหลัก รวมไปถึงย่านธุรกิจสำคัญ ปัจจุบันบริษัทฯ มีสื่อประเภทนี้ทั้งหมด 375 ป้าย ทั้งในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

ป้ายบิลบอร์ดขนาดเล็ก

ป้ายโฆษณาขนาดเล็กที่ ติดตั้งตามสี่แยกสำคัญในต่างจังหวัดทั่วประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นย่านชุมชนที่มีการจราจรหนาแน่น ย่านการค้า เช่น ห้างสรรพสินค้า ตลาด และย่านการศึกษา โดยปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 459 ป้าย ครอบคลุมทั่วประเทศไทย

ป้ายดิจิทัล

สื่อดิจิทัล นับว่าเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากความสามารถในการปรับเปลี่ยน แก้ว หรือเพิ่มเติมข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ตลอดจนสามารถสร้างความโดดเด่นให้กับแคมเปญการตลาด MACO ได้เริ่มปรับเปลี่ยนบิลบอร์ดภาพนิ่งขนาดใหญ่ในโพรมโบลเคชั่นบางส่วนให้เป็นดิจิทัลบิลบอร์ด ปัจจุบัน MACO ให้บริการดิจิทัลบิลบอร์ดทั้งสิ้น 25 ป้าย กระจายอยู่ในจังหวัดยุทธศาสตร์ 22 จังหวัด เช่น เชียงใหม่ ขอนแก่น อุดรธานี ภูเก็ต และระยอง ซึ่งเป็นหัวเมืองหลักของแต่ละภาค

1.1.2 สตรีทเฟอร์นิเจอร์

สื่อโฆษณาสตรีทเฟอร์นิเจอร์ เป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งของบริษัทฯ ที่มีความโดดเด่น ทั้งในแง่ทำเลติดตั้งสื่อและเทคนิคการนำเสนอ สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายประเภทคนเมือง คนทำงานในย่านธุรกิจการค้า และสามารถตอบโจทย์นักโฆษณาที่ต้องการส่งต่อแคมเปญทางการตลาดในพื้นที่ใจกลางเมืองอีกด้วย โดย MACO ได้รับสิทธิในการบริหารสื่อโฆษณาสตรีทเฟอร์นิเจอร์ ได้แก่ 1) สื่อโฆษณาบริเวณเสาตอม่อใต้สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่บริษัทฯ ได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียวจาก บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการติดตั้งและบริหารจัดการสื่อโฆษณากว่า 222 ป้าย (180 lightboxes และจอดิจิทัล 42 จอ) บริเวณตอม่อใต้สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส 21 สถานี โดยสื่อที่ปรับปรุงและพัฒนาใหม่นี้จะช่วยให้บริษัทฯ สามารถนำเสนอสื่อโฆษณาได้อย่างสร้างสรรค์และดึงดูดสายตาผู้รับชมสื่อ พร้อมสร้างรายได้เพิ่มเติมต่อไปในอนาคต และ 2) สื่อโฆษณาบริเวณใต้สะพานข้ามแยก จำนวน 306 ป้าย ใต้สะพานข้ามแยก 18 แห่งทั่วกรุงเทพฯ โดย MACO ได้รับสิทธิในการบริหารจากกรุงเทพมหานคร

1.2 สื่อโฆษณาในต่างประเทศ

การดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านในต่างประเทศนับเป็นอีกยุทธศาสตร์ที่สำคัญของบริษัทฯ ปัจจุบัน MACO ให้บริการสื่อโฆษณาในประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซีย โดยมีเครือข่ายครอบคลุมสื่อโฆษณานอกบ้าน เช่น สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน สื่อโฆษณาในสนามบิน และ สื่อกลางแจ้ง เป็นต้น

1.2.1 สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน

MACO ได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการบริหารสื่อบนสถานีและบนขบวนรถไฟฟ้า MRT สาย SBK line ประเทศมาเลเซีย เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 10 ปี เริ่มตั้งแต่ปี 2559 ถึงปี 2569 โดยรถไฟฟ้าสาย SBK line มีจำนวนสถานีทั้งหมด 31 สถานี และรถไฟฟ้า 58 ขบวน นอกจากนี้ MACO ยังได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียว เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 20 ปี เริ่มตั้งแต่ปี 2562 ถึงปี 2582 ในการบริหารสื่อบนรถไฟฟ้า MRT สายแรกของประเทศอินโดนีเซียสาย North-South โดยรถไฟฟ้าสาย North-South มีจำนวนสถานีรถไฟฟ้าทั้งหมด 13 สถานี และรถไฟฟ้า 16 ขบวน

1.2.2 สื่อโฆษณาในสนามบิน

MACO ได้รับสิทธิเป็นผู้ให้บริการสื่อโฆษณาในสนามบินนานาชาติกัวลาลัมเปอร์ ทั้งในอาคาร 1 และอาคาร 2 โดยได้รับสิทธิบริหารแต่เพียงผู้เดียว จำนวน 7 ปี นับตั้งแต่ปี 2557 และสิทธิในการขยายสัญญาเพิ่มอีก 3 ปี

2) ธุรกิจบริการด้านระบบครบวงจร (System Integration)

MACO ผ่านทางทรานส์ แอด และ Roctec เป็นผู้ให้บริการงานติดตั้งระบบครบวงจร ทั้งในด้านสื่อมัลติมีเดีย ด้านเครือข่ายสื่อสาร และด้านการควบคุม เป็นต้น โดยให้บริการเริ่มตั้งแต่การออกแบบเครือข่าย การติดตั้งฮาร์ดแวร์ การจัดหาซอฟต์แวร์ที่เหมาะสม รวมทั้งบริการดูแลหลังจากขาย และรับเป็นผู้บริหารโครงการที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานเอกชน องค์กรของรัฐ ทั้งในไทยและต่างประเทศ ผลงานที่ผ่านมา อาทิ เช่น การติดตั้งและดูแลระบบควบคุมรถไฟฟ้า MTR ฮองกง ระบบมัลติมีเดียแสดงตารางการบินของสายการบินต่างๆ ในสนามบินฮองกง และระบบสื่อโฆษณาดิจิทัลของ VGI และ MACO เป็นต้น

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

เศรษฐกิจไทยในภาพรวมปี 2562 มีแนวโน้มขยายตัวต่ำกว่าที่ประเมิน สะท้อนจากตัวเลขคาดการณ์การเติบโตของเศรษฐกิจ (“GDP”) ซึ่งคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 2.5%¹ ชะลอตัวลงจากปี 2561 ที่ขยายตัวอยู่ที่ 4.1% ปัจจัยการลดลงหลักมาจากผลกระทบจากการทำสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกา จีน และเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อภาคการส่งออกของไทย รวมทั้งการใช้จ่ายภาครัฐ และการลงทุนภาคเอกชน ที่มีการขยายตัวต่ำกว่าที่ประเมิน อย่างไรก็ตามธนาคารแห่งประเทศไทยคาดการณ์ว่าการส่งออกของไทยในระยะต่อไปจะกลับมาขยายตัวเพิ่มขึ้นได้เล็กน้อยในปี 2563 จากปัจจัยด้านการค้าโลกที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น และการกระตุ้นการท่องเที่ยวของภาครัฐ

มูลค่าการใช้จ่ายสื่อโฆษณาโดยรวมสำหรับปี 2562 มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 105,557 ล้านบาท² เพิ่มขึ้นเล็กน้อย 0.1% จากปีก่อนหน้า โดยสื่อออนไลน์และสื่อออนไลน์ยังคงเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ ในอุตสาหกรรมโฆษณาด้วยอัตราการเติบโต 1.4% และ 14.8%³ ตามลำดับ สวนทางกับสื่อโฆษณาดั้งเดิม (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวิทยุ) และสื่อโทรทัศน์ที่ลดลง 14.7% และ 0.1% ตามลำดับ ทั้งนี้สื่อโฆษณานอกบ้านและสื่อออนไลน์ได้รับปัจจัยสนับสนุนจาก รูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปของคนยุคใหม่ ผู้คนตามเมืองหลวง และหัวเมืองใหญ่ ที่นิยมใช้เวลาอยู่นอกบ้านกันมากขึ้น รวมไปถึงการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์สมาร์ทโฟน นอกจากนี้สื่อโฆษณาทั้งสองประเภทนี้ยังได้รับการยอมรับว่าเป็นเครื่องมือการสื่อสารด้านโฆษณาและการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

2.3 กลุ่มลูกค้าของบริษัท

บริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

1) กลุ่มบริษัทเอเจนซี (Agency)

บริษัทเอเจนซีทำหน้าที่ในการวางแผนกลยุทธ์การใช้สื่อในรูปแบบต่างๆ ให้กับเจ้าของสินค้าและบริการที่เป็นบริษัทขนาดใหญ่หรือบริษัทข้ามชาติ (Multinational Company) มีสินค้าและผลิตภัณฑ์หลากหลาย รวมถึงมีงบประมาณด้านการตลาดจำนวนมาก บริษัทเอเจนซีจึงมีส่วนสำคัญในการกำหนดแผนการใช้โฆษณา และการเลือกใช้สื่อโฆษณาที่เหมาะสมให้กับบริษัทเจ้าของสินค้าและบริการนั้นๆ โดยทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการติดต่อกับบริษัทผู้ผลิตและติดตั้งสื่อ ด้วยประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการเลือกใช้อย่างเหมาะสมของบริษัทเอเจนซี ทำให้สามารถมองหาบริษัท ที่มีเครือข่ายสื่อคุณภาพ เหมาะสมกับแคมเปญการตลาด และสามารถส่งต่อแคมเปญไปสู่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ โดยในปี 2562 บริษัทฯ มีรายได้จากลูกค้ากลุ่มบริษัทเอเจนซีเป็นสัดส่วนร้อยละ 62 ของรายได้จากการให้บริการของบริษัทฯ

2) กลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าและบริการ (Direct Customer)

กลุ่มลูกค้าประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) บริษัทเอกชน รวมถึงองค์กรของรัฐและรัฐวิสาหกิจทั่วไป ซึ่งเป็นเจ้าของสินค้าหรือบริการโดยตรง และต้องการติดต่อกับบริษัทสื่อโฆษณาโดยไม่ผ่านบริษัทเอเจนซี เพื่อให้บริษัทเป็นผู้วางแผนการใช้สื่อโฆษณา ผลิต และติดตั้ง โดยกลุ่มลูกค้าดังกล่าวจะมองหาบริษัทที่สามารถให้บริการสื่อโฆษณาที่หลากหลายและครบวงจร ตั้งแต่การให้คำปรึกษาในการวางแผนการตลาด การคิดเนื้อหา และการนำเสนอสื่อโฆษณา (Content Development) รวมถึงการสร้างเครือข่ายสื่อโฆษณา (Media Network) และการจัดหาผู้ผลิตชิ้นงานโฆษณา (Media Production)

¹ ธนาคารแห่งประเทศไทย

² สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย

³ สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย)

โดยในปี 2562 บริษัทฯ มีรายได้จากลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าและบริการ เป็นสัดส่วนร้อยละ 38 ของรายได้จากการให้บริการของบริษัทฯ

เปรียบเทียบสัดส่วนลูกค้า ประจำปี 2562

สัดส่วนลูกค้า	จำนวนลูกค้า(ราย)	%
บริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency)	164	28
เจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรง (Direct)	361	62
หน่วยงานภาครัฐ	57	10

สัดส่วนลูกค้ารายใหญ่ 10 รายแรกต่อรายได้รวมในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา

	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562
สัดส่วนรายได้ลูกค้า 10 รายแรก ต่อรายได้รวม (%)	54.58	47.21	50.07

สำหรับในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นไป MACO ได้ปรับแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ จากผู้ให้บริการสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย (Out-of-Home Media) ที่ครอบคลุมไปถึงการบริหารจัดการการขายและการตลาด มาเป็นเพียงเจ้าของสื่อโฆษณาในประเทศไทย ซึ่งมีหน้าที่เป็นผู้ให้บริการก่อสร้าง จัดหา ติดตั้งโฆษณา และซ่อมบำรุงสื่อโฆษณาให้อยู่ในมาตรฐาน โดยบริษัทฯ ได้มอบสิทธิในการบริหารจัดการสื่อโฆษณาทั้งหมดในประเทศไทยที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยของบริษัทฯ เป็นเจ้าของ ให้แก่ บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) (“PlanB”) เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 5 ปี จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2567 ซึ่ง PlanB จะรับผิดชอบในการดำเนินการขาย การตลาด และการทำสัญญากับลูกค้า รวมถึงการบริหารจัดการสื่อโฆษณา ทั้งหมด ทั้งนี้ MACO จะยังดำเนินพัฒนาและขยายธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย (Out-of-Home Media) ของบริษัทฯ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศต่อไป

3. ช่องทางการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ข้อมูลของบริษัท

ช่องทางการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ข้อมูลของบริษัท

บริษัทฯ ได้จัดเตรียมช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทฯ ในหลากหลายช่องทาง เพื่อเชื่อมโยงบริษัทฯ กับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า สื่อมวลชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ โดยช่องทางการให้ข้อมูลต่างๆที่บริษัทฯ ได้จัดเตรียมไว้ จะช่วยอำนวยความสะดวกแก่พันธมิตรทางธุรกิจในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่จำเป็น ปัจจุบันบริษัทฯ บริหารช่องทางการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทฯ 3 ช่องทางหลัก ได้แก่

1. การเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของบริษัท

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ www.masterad.com ที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจและสินค้าของบริษัทฯ ความเคลื่อนไหวทางธุรกิจที่สำคัญของบริษัทฯ ข่าวสารของบริษัทฯ และบริษัทย่อยทั้งในและต่างประเทศ รวมไปถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้าน โดยในเว็บไซต์ของบริษัทฯ ยังเป็นช่องทางในการรับข้อคิดเห็นจากลูกค้า ผู้ถือหุ้น และบุคคลทั่วไป โดยสามารถส่งข้อมูลมาได้ที่ webmaster@masterad.com ซึ่งบริษัทฯ มีทีมงานในการรับข้อคิดเห็นและตอบกลับ

2. การเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์อื่นๆ ของบริษัท

เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต และรูปแบบการใช้สื่อในการค้นหาข้อมูลในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้เลือกใช้สื่อออนไลน์เพื่อสามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ได้ โดยสื่อที่บริษัทฯ เลือกใช้ได้แก่ Facebook (Fanpage) และ Youtube สื่อสารข้อมูลเบื้องต้นของสื่อโฆษณาเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และได้จัดทำจดหมายออนไลน์ E-Newsletter จัดส่งไปยังลูกค้าเป็นประจำทุกเดือน

3. การเผยแพร่ข้อมูลและช่องทางจัดจำหน่ายผ่านพนักงานขาย

ภายหลังจากการได้รับการติดต่อจากลูกค้าผ่านช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลที่บริษัทฯ ได้จัดเตรียมไว้ให้ เช่น เว็บไซต์ของบริษัทฯ และเบอร์โทรศัพท์ ส่วนลูกค้าสัมพันธ์จะสอบถามความต้องการของลูกค้าในเบื้องต้น และจัดส่งความต้องการให้กับฝ่ายการขาย ซึ่งมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในสื่อโฆษณาแต่ละประเภท โดยบริษัทฯ ได้จัดทำเอกสารประกอบการขายซึ่งอธิบายรายละเอียดโดยเบื้องต้นของสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสื่อที่ตรงกับวัตถุประสงค์ทางการโฆษณา โดยตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นไป บริษัทฯ ได้มอบสิทธิการบริหารการขายสื่อโฆษณาในประเทศไทยทั้งหมดให้แก่ บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

4. สื่อโฆษณาของบริษัท

บริษัทฯ ได้ต่อยอดประโยชน์ของการมีเครือข่ายสื่อโฆษณาครอบคลุมทั่วประเทศ โดยการนำสื่อโฆษณาของบริษัทฯ มาเป็นอีกหนึ่งช่องทางการสื่อสารถึงลูกค้าและคนภายนอก โดยบริษัทฯ ได้ระบุชื่อบริษัทฯ และเบอร์โทรศัพท์ไว้บนสื่อโฆษณา เพื่อให้ลูกค้าที่พบเห็นและสนใจลงโฆษณาสามารถติดต่อเข้าหาบริษัทฯ ได้โดยตรง ยิ่งไปกว่านั้น การติดตั้งข้อมูลพื้นฐานของบริษัทฯ ไว้บนสื่อโฆษณายังเป็นจุดสังเกตให้แก่พนักงานของบริษัทฯ โดย MACO ได้ส่งเสริมให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการสอดส่องดูแลสื่อโฆษณาทุกชิ้นของบริษัทฯ เพื่อให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานตลอดเวลา โดยเมื่อพบเห็นจุดบกพร่องของสื่อโฆษณา พนักงานสามารถแจ้งเรื่องไปยังฝ่ายควบคุมดูแลได้ทันที เพื่อที่ฝ่ายควบคุมดูแลจะสามารถดำเนินการแก้ไขได้ในขั้นตอนต่อไป

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 ยังคำนึงถึงต้นทุนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านต้นทุนผันแปรที่เกี่ยวข้องกับสื่อนั้นโดยตรง เช่น ค่าผลิตสื่อ ค่าเช่า ค่าเบี้ยประกันภัย ค่าไฟฟ้า ค่าภาษีป้าย ค่าบำรุงรักษา รวมถึงต้นทุนคงที่ เช่น เงินเดือนพนักงาน เพื่อให้เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจและสามารถสร้างผลกำไรจากการดำเนินงานได้

2.4 กลยุทธ์การแข่งขันของบริษัท

MACO ในฐานะหนึ่งในผู้นำของอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย ที่มีความหลากหลายของประเภทสื่อ ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศไทย และภูมิภาคอาเซียน บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน รวมไปถึงการบริการ ดูแลรักษา สื่อด้วยมาตรฐานสากลตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งนี้เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตสินค้าและบริการในการสื่อสารทางการตลาดผ่านสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย และเพื่อให้แผนการตลาดประสบความสำเร็จ

เป้าหมายของบริษัทฯ คือการเป็นผู้นำในธุรกิจสื่อโฆษณากลางแจ้ง (Out door Media) ทั้งในประเทศไทยและภาคพื้นเอเชีย โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นและให้ความสำคัญต่อการค้นหา พัฒนา และต่อยอดพื้นที่ที่มีศักยภาพ การพัฒนาสื่อโฆษณากลางแจ้งเพื่อเสริมสร้างจุดแข็งของสื่อโฆษณาของบริษัทฯ ที่มีเครือข่ายด้านความหลากหลาย ทั้งนี้เพื่อให้บริการสื่อโฆษณาที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยการเลือกพื้นที่ติดตั้งสื่อโฆษณาที่ครอบคลุมฐานผู้ชมและเป็นจุดดึงดูดความสนใจที่โดดเด่นมากที่สุดในพื้นที่นั้นๆ เพื่อสร้างความคุ้มค่าต่อลูกค้าในการใช้บริการของบริษัทฯ (High Value Added) บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในการสรรหาพื้นที่ติดตั้งสื่อโฆษณาเป็นอย่างมาก พื้นที่ติดตั้งจะต้องเป็นจุดดึงดูดความสนใจที่โดดเด่นมากที่สุด เพื่อคุ้มค่าต่อการลงทุนของเจ้าของสินค้าและบริการ

ในช่วงเดือนมกราคม 2563 ที่ผ่านมา MACO ได้เข้าลงทุนใน บริษัท ฮัลโล บางกอก แอล อี ดี จำกัด ซึ่งเป็นผู้ดำเนินธุรกิจป้ายโฆษณาที่มีประสบการณ์ยาวนาน และมีสื่อตั้งอยู่ในทำเลใจกลางย่านธุรกิจทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด พร้อมกันนั้น MACO ได้มอบหมายให้ บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) เข้ามาเป็นผู้บริหารจัดการสื่อโฆษณาทั้งหมดภายในประเทศไทย ทั้งนี้เมื่อผสานความร่วมมือกับบริษัทในเครือ (Trans.Ad Group) ที่เป็นผู้ให้บริการออกแบบ และวางระบบสื่อมัลติมีเดีย ให้แก่กลุ่มบริษัท จะทำให้ MACO ก้าวไปสู่การเป็นผู้นำและเจ้าของเครือข่ายสื่อโฆษณากลางแจ้งที่ครอบคลุมทั่วประเทศไทย การปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางธุรกิจนี้ ได้แสดงให้เห็นถึงวิสัยทัศน์ในการผสมผสานความแข็งแกร่งภายในประเทศของบริษัทฯ เพื่อเป็นรากฐานไปสู่การเติบโตที่แข็งแกร่งในอนาคต ซึ่งจะช่วยทำให้ MACO สามารถมุ่งเน้นการขยายธุรกิจไปสู่ตลาดต่างประเทศตามทิศทางที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทิศทางต่อจากนี้ของ MACO คือ มุ่งเน้นการขยายธุรกิจสื่อโฆษณาในตลาดต่างประเทศอย่างเต็มกำลัง โดยในปัจจุบัน MACO ได้ขยายธุรกิจไปยังประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซียเรียบร้อยแล้ว ผ่านการลงทุนเพิ่มเติมในบริษัท Puncak Berlian Sdn. Bhd. ซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้าน โดยที่ผ่านมาสื่อโฆษณาในทั้งสองประเทศมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นตามลำดับ จากการลงทุนดังกล่าว MACO เห็นถึงโอกาสที่ดีในการนำความรู้ ความสามารถ เข้าไปช่วยเสริมศักยภาพให้กับบริษัทที่จะเข้าไปร่วมทุนในอนาคต และผลักดันให้ MACO เติบโตได้อย่างมั่นคงและแข็งแกร่งต่อไป

การให้ความสำคัญต่อการพัฒนาแนวทางในการดำเนินธุรกิจและการวางแผนกลยุทธ์ระดับองค์กรเป็นหนึ่งในภารกิจหลักที่บริษัทฯ ยึดมั่นมายาวนาน โดยคณะกรรมการบริษัทฯ และคณะกรรมการบริหาร ได้ประชุมหารือเพื่อวางแผนและทบทวนแผนงานกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม โดยยึดมั่นในการสร้างรากฐานขององค์กรที่แข็งแกร่ง รักษา ระดับคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและสามารถเติบโตในระยะยาวอย่างยั่งยืน สำหรับแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่บริษัทฯ ยึดมั่นปฏิบัติ ได้แก่

2.4.1 การหาพื้นที่ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาที่มีศักยภาพ

พื้นที่ติดตั้งสื่อโฆษณาที่ดีและเหมาะสมเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในเรื่องการสรรหาและกำหนดพื้นที่ติดตั้งเป็นอย่างมาก โดยบริษัทฯ มีทีมงานที่คอยประเมินความเหมาะสมของพื้นที่เดิมและค้นหาพื้นที่ใหม่ที่มีศักยภาพ รวมถึงมีการ สรรหาบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญ ทำวิจัยอย่างละเอียดถึงปริมาณความหนาแน่นของชุมชนในแต่ละพื้นที่ ทั้งในด้านจำนวนประชากรและการจราจร และตรวจนับสถิติยอดการเข้าถึงผู้ชม (Eyeball) ในแต่ละจุด เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพของทุกจุดติดตั้ง

โดยจุดติดตั้งของบริษัทฯ มีการกระจายตัวครอบคลุมหลากหลายกลุ่มเป้าหมาย ทั้งใจกลางกรุงเทพมหานครอย่างใต้รถไฟฟ้าบีทีเอสใต้ทางยกระดับ ตลอดจนข้างทางด่วนยกระดับ บริเวณถนนมอเตอร์เวย์มุ่งสู่สนามบินแห่งชาติสุวรรณภูมิ และถนนเชื่อมต่อจังหวัดต่างๆ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการขยายจุดติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาไปยังพื้นที่ชานเมืองและในต่างจังหวัดเพิ่มขึ้นเนื่องจากปัจจุบันมีการขยายตัวของชุมชนเมือง และการกระจายตัวของชุมชน ซึ่งการขยายตัวนี้จะนำไปสู่การเติบโตของธุรกิจสื่อป้ายโฆษณา ปัจจุบัน บริษัทฯ มีจุดติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาในพื้นที่ต่างจังหวัดโดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดที่เป็นแหล่งธุรกิจ หรือแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต ชลบุรี เป็นต้น ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี

2.4.2 การเปลี่ยนรูปแบบสื่อจากป้ายนิ่งเป็นป้ายดิจิทัล

ท่ามกลางสภาพจราจรที่ติดขัดและยานพาหนะที่เคลื่อนตัวได้ช้า โดยเฉพาะใจกลางกรุงเทพมหานครและเขตเศรษฐกิจของหัวเมืองใหญ่ ป้ายนิ่งในพื้นที่ดังกล่าวจะได้รับการปรับปรุงให้เป็นป้ายดิจิทัล เพื่อรองรับการนำเสนอสื่อที่มีเนื้อหาหลากหลาย และเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ได้มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้การรับรู้สื่อจากกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด นอกจากนี้ สื่อโฆษณาดิจิทัลยังอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการปรับเปลี่ยน แก้ไข หรือเพิ่มเติมข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ง่ายดาย

2.4.3 การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาที่มีอยู่

สมาร์ทโฟนเป็นอีกหนึ่งในตัวแปรสำคัญที่เปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบันและมีบทบาทอย่างมากต่ออุตสาหกรรมสื่อโฆษณา ในยุคนี้ MACO ตระหนักถึงทิศทางการใช้งานสื่อโฆษณาในอนาคตและมองเห็นโอกาสที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้าน ด้วยความร่วมมือของพันธมิตรหลักอย่าง VGI และ Rabbit Group ทำให้ MACO สามารถนำความสามารถด้านการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายรวมถึงฐานข้อมูลของผู้ใช้งาน วิเคราะห์และสร้างสรรค์แคมเปญการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถวัดผลได้อย่างแม่นยำ

โดยปัจจุบัน บริษัทฯ ได้มีการนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาใช้เพื่อให้สื่อโฆษณาที่สามารถเชื่อมต่อสื่อออนไลน์ เช่น เทคโนโลยี Beacon และ Geofencing เพื่อให้เกิด Interactive ระหว่างสื่อกับกลุ่มเป้าหมาย

2.4.4 การขยายเครือข่ายสื่อในตลาดต่างประเทศ

จากที่ผ่านมา อุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในประเทศไทยไม่สามารถตอบรับได้ทันกับศักยภาพที่เพิ่มขึ้นของบริษัทฯ MACO จึงมองหาพื้นที่เพื่อขยายเครือข่ายสื่อไปยังประเทศเพื่อนบ้าน โดยนำเอารูปแบบการดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านของ VGI มาปรับ อาทิ การบริหารสื่อโฆษณาในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียภายใต้สัมปทานระยะยาวและเป็นเพียงเจ้าเดียวที่ได้สิทธิในพื้นที่สื่อเคลื่อนที่บน MRT SBK line, MRT Jakarta Red line, และสื่อในสนามบินนานาชาติกัวลาลัมเปอร์ รวมถึงการขยายเครือข่ายสื่อของ MACO จะยังดำเนินการอย่างต่อเนื่องในประเทศเวียดนาม และประเทศใกล้เคียง เพื่อให้สื่อของ MACO ครอบคลุมทุกพื้นที่และเป็นขึ้นเป็นผู้นำในภูมิภาคอาเซียน

2.4.5 การให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการขายสื่อโฆษณานอกบ้านเข้ามาเป็นผู้บริหารจัดการขาย และทำการตลาดสื่อโฆษณาภายในประเทศให้แก่บริษัทฯ

เนื่องด้วยในปัจจุบันผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทางด้านของสื่อออนไลน์ หรือสื่อรูปแบบใหม่ๆ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่สูงในอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาโดยรวม จากการที่บริษัทฯ ได้เข้าทำสัญญาบริหารจัดการสื่อโฆษณาภายในประเทศกับบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) นอกจากจะขยายการบริการสื่อของเราให้กว้างขวางยิ่งขึ้นแล้ว ยังลดต้นทุนจากการรวบรวมธุรกิจเข้าไว้ด้วยกัน และสร้างโอกาสในการลงทุนและพัฒนาในธุรกิจที่มีศักยภาพใหม่ๆ บริษัทฯ ได้เล็งเห็นว่าตลาดสื่อโฆษณาของเราจะดีขึ้นได้จากกระบวนการที่เราร่วมมือกันดังกล่าว โดยใช้จุดแข็งของแต่ละฝ่ายมาร่วมกันพัฒนาสร้างสรรค์ และสร้างประโยชน์ให้กับลูกค้าอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

2.4.6 การคำนึงถึงคุณภาพของชิ้นงานและการให้บริการเป็นสำคัญ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

บริษัทฯ ตระหนักว่างานที่มีคุณภาพจะสามารถสร้างความไว้วางใจที่ดีกับลูกค้า และนำมาซึ่งการกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง จึงให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของชิ้นงานเป็นอย่างมาก โดยมีบริษัทฯ ในเครือทำหน้าที่ในการผลิตภาพโฆษณา ซึ่งทำให้สามารถควบคุมคุณภาพของงานได้อย่างใกล้ชิด สำหรับในบางชิ้นงานที่ได้มีการจ้างบริษัทอื่น ๆ ให้ทำการผลิต บริษัทฯ มีฝ่ายผลิตโฆษณาทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพของชิ้นงานทั้งในเรื่องของสี รูปแบบ ให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

นอกเหนือจากการให้บริการที่มีคุณภาพ รวดเร็ว และตรงตามสัญญาที่ได้ทำไว้กับลูกค้าแล้ว บริษัทฯ ยังคงเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความประทับใจและมอบความรู้สึกที่อบอุ่นให้กับลูกค้า บริษัทฯ ยังเตรียมพร้อมในการสร้างสรรค์กิจกรรมดี ๆ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ที่ดีแก่ลูกค้า เพื่อต่อยอด แปรนแปลงและสร้างความเป็นหนึ่งในใจลูกค้า

2.4.7 การร่วมงานกับผู้ร่วมงาน (Partner) ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ

การร่วมงานกับผู้ร่วมงานที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ ทำให้บริษัทฯ ได้เรียนรู้เทคโนโลยี และแนวทางในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้น โดยปัจจุบันบริษัทฯ ได้มีการร่วมมือทางธุรกิจกับบริษัทชั้นนำ อาทิ

1) บริษัท วิจิไอ จำกัด (มหาชน) (“VGI”) VGI ได้ก้าวขึ้นมาเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สุดของบริษัทฯ นับตั้งแต่ 31 ธันวาคม 2559 ปัจจุบันมีสัดส่วนการถือหุ้นทั้งสิ้น 1,437 ล้านหุ้น หรือคิดเป็น 26.6% ของจำนวนหุ้นทั้งหมดของบริษัทฯ VGI นับเป็นผู้นำในธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้าน ที่มีเครือข่ายสื่อครอบคลุม 5 พื้นที่สำคัญ ประกอบด้วย 1) สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน 2) สื่อโฆษณาในอาคารสำนักงาน 3) สื่อโฆษณากลางแจ้ง (ผ่านการบริหารงานของ MACO) 4) สื่อโฆษณาในสนามบิน และ 5) การสาธิตสินค้า นอกจากนั้น VGI ยังได้ก้าวเข้าไปในธุรกิจบริการด้านดิจิทัลผ่านการควบรวมกับ Rabbit Group หลังจากที่ MACO ได้เข้าควบรวมกิจการกับ VGI ทั้งสองบริษัทได้ร่วมกันกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจต่างๆ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจซึ่งกันและกัน ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา MACO และ VGI ได้ริเริ่มความร่วมมือระหว่างบริษัทในหลายด้าน เช่น 1) MACO ได้แต่งตั้งให้ VGI ทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการ

จำหน่ายสื่อโฆษณาประเภทสตรีทเฟอร์นิเจอร์ให้แก่บริษัทฯ นับตั้งแต่ปี 2558 2) MACO และ VGI ได้ร่วมกันวางแผนกลยุทธ์ทั้งในระดับองค์กรและระดับปฏิบัติการ และ 3) MACO และ VGI ได้แลกเปลี่ยนความรู้ในด้านการขายและการตลาดซึ่งกันและกัน

ยิ่งไปกว่านั้น MACO ยังได้พันธมิตรอย่าง Rabbit Group ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทลูกของ VGI โดย Rabbit Group เป็นผู้ให้บริการออฟไลน์และออนไลน์แพลตฟอร์มขนาดใหญ่ ที่มีฐานข้อมูลกว่า 25.0 ล้านจุด และมีความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อช่วยสนับสนุนงานขาย, การผลิตและวางแผนสื่อเพื่อตอบสนองต่อโจทย์ความต้องการของลูกค้า โดย MACO VGI Rabbit และบริษัทอื่นๆในเครือ ได้ร่วมกันคิดค้นการเสนอขายสื่อโฆษณาในรูปแบบของ Bundle Package ผสมผสานระหว่างสื่อออฟไลน์และออนไลน์ โดยมีการนำสื่อโฆษณาของ MACO เข้ารวมในแพคเกจซึ่งช่วยให้นักการตลาดสามารถเสนอขายสื่อได้มากขึ้นและมีอัตราการใช้งานสื่อสูงขึ้น

2) บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) (“PlanB”) ในวันที่ 30 มกราคม 2563 ที่ผ่านมา PlanB ได้เข้ามาเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่สำคัญ และก้าวขึ้นเป็นผู้ถือหุ้นสถาบันรายใหญ่ของบริษัทฯ รองจาก VGI โดยมีสัดส่วนการถือหุ้นทั้งสิ้น 1,080 ล้านหุ้น หรือคิดเป็น 19.96% ของจำนวนหุ้นทั้งหมดของบริษัทฯ PlanB นับว่าเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยที่มีความหลากหลายของประเภทสื่อ และครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพฯ และทั่วประเทศไทย นอกจากช่องทางสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยแล้ว PlanB ยังได้พัฒนาธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม (Engagement Marketing) ผ่านคอนเทนต์ที่มีคุณภาพ 3 ประเภท ได้แก่ กีฬา ดนตรี และอี-สปอร์ต ซึ่งช่วยส่งเสริมและต่อยอดให้สื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยมีอัตราการใช้สื่อที่สูงขึ้น จากการร่วมมือกันของทั้งสองบริษัท PlanB ได้เข้าทำสัญญาบริหารจัดการสื่อโฆษณาภายในประเทศทั้งหมดของกลุ่ม MACO ที่อายุสัญญา 5 ปี

โดย PlanB จะมีสิทธิในการบริหารจัดการทำการขาย และการตลาดสื่อภายนอกที่อยู่อาศัยทั้งหมดในประเทศไทยของบริษัทฯ และตกลงที่จะชำระค่าตอบแทนขั้นต่ำให้แก่ MACO เป็นจำนวนทั้งสิ้น 700 ล้านบาทในแต่ละปี

3) การร่วมมือกับ JUPITER SMART TECHNOLOGY ซึ่งเป็นพันธมิตรผู้ลงทุนติดตั้งอุปกรณ์ทดสอบระบบการส่งสัญญาณ ibeacon จาก บริเวณเสาตอม่อใต้ บีทีเอส เพื่อเชื่อมโยง แบบ O2O (Offline to Online) มายัง สมาร์ทโฟน ของผู้รับชมสื่อของ บริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็น คนเมืองหลวงที่ใช้ชีวิตประจำวันอยู่ในแนวรถไฟฟ้า บีทีเอส บริษัทฯ คาดว่าจะได้รับประโยชน์จากการใช้งานฐานข้อมูล กลุ่มเป้าหมายที่ใช้งาน แอปพลิเคชัน ที่เชื่อมโยงกับ ibeacon ดังกล่าวเพื่อประโยชน์แก่ผู้ลงโฆษณาในการสื่อสารการตลาดเข้าถึงโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

4) บริษัท เคลียร์ ชาแนล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้นำทางด้านสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย จากประเทศอังกฤษ ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางความคิดที่มีความหลากหลายในการทำสื่อโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ

5) บริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (ประเทศมาเลเซีย) จำกัด ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีในเรื่องของการพิมพ์ภาพโฆษณาขนาดใหญ่ ซึ่งสามารถรองรับงานพิมพ์ ได้ทั้งในรูปแบบงานภายในอาคารและภายนอกอาคาร

2.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

1) การจัดหาสถานที่ติดตั้งสื่อโฆษณา

ในการจัดพื้นที่ติดตั้งสื่อโฆษณา บริษัทฯ มีการดำเนินการดังต่อไปนี้

1.1 บริษัทฯ มีทีมพัฒนารูปร่าง ที่ทำการศึกษาคำสั่ง และวิจัยบริเวณที่มีศักยภาพและเป็นจุดยุทธศาสตร์ โดยเน้นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่รูปแบบภาพนิ่ง (Static) ที่เป็นจุดเด่นต่อสายตาผู้คนระหว่างการเดินทาง และมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย พร้อมศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนตามนโยบายบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นเบื้องต้นร่วมกับบริษัทเอเจนซี หรือเจ้าของสินค้าและบริการ เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถตอบสนองความต้องการ และส่งเสริมภาพลักษณ์แก่เจ้าของสินค้าและบริการได้ หลังจากนั้นจะดำเนินการประชุมคณะผู้บริหารและทีมที่เกี่ยวข้องเพื่อหาข้อสรุปในการกำหนดแผนดำเนินงานติดตั้งสื่อโฆษณา พร้อมทั้งยื่นขออนุมัติเรื่องแผนการตลาดและความเป็นไปได้ของโครงการ

1.2 บริษัทฯ ติดต่อประสานงานเข้าพื้นที่ และ/หรือเสนอขอเข้าพัฒนาโครงการ หรือติดตั้งสื่อโฆษณาแก่เจ้าของพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ หรือเอกชน โดยบริษัทฯ จะนำเสนอค่าเช่าพื้นที่หรือผลตอบแทนในรูปแบบอื่น เช่น การแบ่งรายได้ ให้แก่เจ้าของพื้นที่ หรือเจ้าของสัมปทานแล้วแต่กรณี ทั้งนี้ ในการจะเข้าทำสัญญาเช่าพื้นที่ บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะเป็นคู่สัญญารับสิทธิในการใช้พื้นที่โดยตรง ยกเว้นกรณีที่บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงศักยภาพของสื่อโฆษณาเหล่านั้นภายหลังจากที่มีผู้ได้รับสิทธิไปแล้ว โดยบริษัทฯ มีกระบวนการภายในที่จะพิจารณา ตรวจสอบ และประเมินถึงความเป็นไปได้ตลอดจนผลตอบแทนในการลงทุนต่างๆ เพื่อให้แน่ใจว่าการโอนสิทธิ ลงทุน หรือซื้อกิจการจะก่อให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจต่อบริษัทฯ

1.3 บริษัทฯ ทำการออกแบบ และกำหนดวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างติดตั้งสื่อโฆษณา โดยทีมงานผู้ออกแบบและวิศวกรชั้นนำของบริษัทฯ ผู้ซึ่งมีความเชี่ยวชาญเพื่อให้ได้มาตรฐานที่กำหนดโดยหน่วยงานหรือผู้ให้เช่า และบริษัทฯ จะทำการคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างและดำเนินการยื่นขออนุญาตดำเนินการติดตั้งสื่อโฆษณาต่อหน่วยงานราชการในเขตพื้นที่นั้นๆ โดยในการก่อสร้างจะมีทีมงานวิศวกรของบริษัทฯ เป็นผู้ตรวจสอบและควบคุมทุกขั้นตอนไม่ให้เกิดผลาผลรวมทั้งควบคุมงบประมาณ และระยะเวลาในการก่อสร้างให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้เพื่อให้งานสื่อโฆษณาออกมาตามมาตรฐานที่บริษัทฯ กำหนด

ตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นไปจนถึง 31 ธันวาคม 2567 ตามที่บริษัทฯ ได้รับแนวทางการดำเนินธุรกิจ และมอบสิทธิการบริหารจัดการสื่อโฆษณาในประเทศไทยที่เป็นของบริษัทฯ และบริษัทย่อยให้แก่ บริษัท แพลนบี มีเดีย จำกัด (มหาชน) (“PlanB”) โดยมีข้อกำหนดตามสัญญาว่า หาก PlanB ได้รับสิทธิในการติดตั้งป้ายภาพนิ่งบนพื้นที่ของเอกชน (“สื่อโฆษณา แบบดั้งเดิม”) PlanB จะต้องให้สิทธิแก่บริษัทฯ ในการจัดหา ก่อสร้าง และเป็นเจ้าของสื่อโฆษณา แบบดั้งเดิมก่อน หากบริษัทฯ ไม่ประสงค์ที่จะดำเนินการดังกล่าวหรือไม่ดำเนินการภายในระยะเวลาที่กำหนด PlanB มีสิทธิดำเนินการในการจัดหา ก่อสร้าง และเป็นเจ้าของสื่อโฆษณา แบบดั้งเดิมดังกล่าว แทนภายใต้เงื่อนไขที่เสมือนที่เสนอต่อบริษัทฯ

สิทธิในการก่อสร้างและเป็นเจ้าของสื่อโฆษณาประเภทป้ายหรือจอ LED บนเสาตอม่อบริเวณใต้สถานีรถไฟฟ้า BTS และป้ายข้ามแยก (flyovers) ในปัจจุบันที่อยู่ภายใต้สัมปทานกับกรุงเทพมหานครจะเป็นของบริษัทฯ อนึ่ง หากในอนาคต PlanB ได้รับสิทธิในการก่อสร้างและเป็นเจ้าของสื่อโฆษณาดังกล่าวข้างต้น PlanB จะให้สิทธิแก่บริษัทฯ ในการจัดหาและสร้างสื่อโฆษณาดังกล่าวก่อน หากบริษัทฯ ไม่ประสงค์ที่จะได้รับสิทธิดังกล่าว PlanB จะมีสิทธิดำเนินโครงการดังกล่าวด้วยตนเอง

2) การผลิตงานโฆษณาของสื่อแต่ละประเภท

2.1 สื่อโฆษณาภาพนิ่ง

ภายหลังการสรุปแบบโฆษณาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว บริษัทฯ จะเป็นผู้ดำเนินการผลิตหรือจัดหา และคัดเลือกบริษัทสิ่งพิมพ์ (Printing Suppliers) ที่ผ่านการคัดเลือก (Approved Vendor List) และมีผลงาน ราคา และการส่งมอบงานตามคุณภาพมาตรฐานที่ บริษัทฯ กำหนด โดยวัสดุที่ใช้ในการผลิตสื่อโฆษณาของบริษัทฯ กำหนดมาตรฐานคุณภาพตามระยะเวลาการรับประกันของวัสดุ แบ่งเป็น การรับประกัน 3 เดือน 6 เดือน และ 12 เดือน เพื่อให้ลูกค้าสามารถวางแผนงบประมาณในการผลิตภาพโฆษณาได้อย่างเหมาะสมตามแผนการตลาดของลูกค้า โดยวัสดุที่บริษัทฯ คัดเลือกนั้นมีคุณภาพที่สูงตามมาตรฐาน เพื่อให้คุณภาพงานมีความสวยงาม คมชัดเหมาะสมกับแสงสว่างของแต่ละพื้นที่ แต่ในขณะเดียวกันก็คุ้มค่ากับการลงทุน ซึ่งผลลัพธ์ที่ผ่านมาสร้างความพึงพอใจให้กับบริษัทเอเจนซี หรือเจ้าของสินค้าและบริการอย่างมาก

2.2 สื่อโฆษณาดิจิทัล

หน่วยงาน Digital Media ของบริษัทฯ สามารถให้บริการออกแบบงานโฆษณาร่วมกับเอเจนซี หรือเจ้าของสินค้าและบริการตั้งแต่นำเสนอเนื้อเรื่อง (Story Board) แผนการผลิต และรายละเอียดงานภาพยนตร์โฆษณา ให้เอเจนซี หรือเจ้าของสินค้าและบริการเพื่อพิจารณาและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นเพื่อสรุปในรายละเอียดทั้งหมด จากนั้นบริษัทฯ จะทำการผลิตงานออกมาในรูปแบบของกราฟฟิกภาพเคลื่อนไหวให้เป็นภาพยนตร์โฆษณาที่สมบูรณ์พร้อมใช้งาน เมื่อได้ภาพยนตร์โฆษณาที่สมบูรณ์พร้อมใช้งานกับจอดิจิทัล บริษัทฯ จะดำเนินการนำภาพยนตร์โฆษณาเข้าสู่ระบบ และนำไปออกอากาศตามสื่อโฆษณาตามความต้องการของลูกค้า

3) การตรวจสอบ ดูแล ป้ายโฆษณา และส่งมอบงานให้กับลูกค้า

บริษัทฯ มีมาตรฐานในการดูแลสื่อโฆษณาและชิ้นงานโฆษณาของลูกค้าอย่างเป็นระบบดังนี้

- 3.1 ทีมงานฝ่ายวิศวกรรมจะเข้าดำเนินการตรวจสอบ เช็คสภาพสื่อโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สื่อมีสภาพพร้อมให้บริการ สำหรับสื่อโฆษณาที่ได้รับการยืนยันจากลูกค้า ทีมงานจะเข้าดำเนินการตรวจสอบก่อนขึ้นชิ้นงานจริง เพื่อเตรียมความพร้อมของป้ายโฆษณา

- 3.2 ภายหลังกระบวนการติดตั้งภาพโฆษณาทุกครั้ง บริษัทฯ มีมาตรฐานในการส่งมอบงานและตรวจสอบสภาพชิ้นงาน กล่าวคือ บริษัทฯ จะถ่ายภาพโฆษณาจัดส่งให้ลูกค้าเพื่อเป็นหลักฐานว่าได้ให้บริการตามที่ตกลงกันแล้ว พร้อมจัดทำรายงานส่งมอบงาน ยืนยันให้กับลูกค้าภายใน 7 วันหลังขึ้นสื่อโฆษณา นอกจากนี้ในทุกๆ เดือน บริษัทฯ จะเข้าตรวจสอบป้ายโฆษณา ระบบไฟฟ้า และ ภาพงานโฆษณาของลูกค้าพร้อมจัดทำรายงานสรุปการลงสื่อโฆษณาของบริษัทฯ พร้อมรูปภาพประกอบและส่งไปให้ลูกค้าทุก เดือน เพื่อเป็นการยืนยันว่าบริษัทฯ ได้ขึ้นสื่อโฆษณาครบถ้วนตรงตามเวลา ในรูปแบบที่ได้ตกลงกันไว้ โดยบริษัทฯ จะจัดรายงาน ให้กับลูกค้าในอาทิตย์สุดท้ายของทุกเดือน
- 3.3 บริษัทฯ จะมีการสื่อสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อสอบถามถึงความเห็นของลูกค้าเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าพึงพอใจในสื่อโฆษณาของ บริษัทฯ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อสื่อโฆษณากับบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญของความเสี่ยงและปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯจึงได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่พิจารณาความเสี่ยงต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อบริษัทฯ ในภาพรวม ทั้งที่เกิดจากปัจจัยภายในและภายนอก ประเมินความเสี่ยง และวางรูปแบบโครงสร้างการบริหารความเสี่ยงขององค์กร ทั้งนี้ ประเด็นที่นำมาใช้ในการพิจารณาและประเมินความเสี่ยงจะนำมาจากแผนธุรกิจขององค์กรที่มีการจัดทำขึ้นในแต่ละปี ซึ่งแนวทางการจัดการความเสี่ยงจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์เป้าหมายและแผนกลยุทธ์ต่างๆ ของบริษัทฯ และจะมีการติดตามวิธีการบริหารจัดการความเสี่ยง การประเมินผลลัพธ์จากบริหารความเสี่ยง เพื่อรายงานให้คณะกรรมการตรวจสอบได้รับทราบอย่างต่อเนื่อง

ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

1. ความเสี่ยงจากการชะลอตัวด้านเศรษฐกิจ

ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับอุปสงค์ภายในประเทศเป็นหลัก ซึ่งอาจจะได้รับผลกระทบจากการปรับตัวของเศรษฐกิจในประเทศ เช่น การชะลอตัวของเศรษฐกิจในประเทศ วิกฤตค่าเงิน ทำให้ค่าเงินอ่อนค่าลงอย่างรวดเร็ว เกิดจากปัญหาความอ่อนแอทางเศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อปรับตัวสูงขึ้น ภาวะฝุ่น PM 2.5 มีผลต่อการลดลงของนักท่องเที่ยว ความสามารถในการใช้จ่ายของผู้บริโภคปรับตัวลดลง ภาคเศรษฐกิจชะลอตัวส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อภายในประเทศ และส่งผลกระทบต่อยอดขายของหลายธุรกิจ ทำให้การเติบโตของเศรษฐกิจมีข้อจำกัด มีการชะลอตัวในการใช้สินเชื่อในไตรมาสสุดท้ายของปี อีกทั้งผู้ประกอบการมีการพิจารณาการใช้งบสินเชื่อเพื่อให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด

แต่บริษัทฯ เชื่อว่า ถึงแม้เศรษฐกิจจะชะลอตัวแต่ราคาการให้บริการที่เหมาะสมประกอบกับคุณภาพการให้บริการที่ดีจะช่วยรักษาอัตราการเจริญเติบโตของบริษัทได้ เนื่องจากลูกค้าอีกจำนวนมากของบริษัทฯก็ยังมีการวางแผนการซื้อและใช้สินเชื่อของบริษัทอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการมีสินเชื่อใหม่ๆ ที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้ายังมีส่วนช่วยกระตุ้นให้มีการแบ่งปันงบจากสื่ออื่นมาใช้สินเชื่อของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ทำให้ยอดขายของบริษัทฯเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และบริษัทฯยังสามารถลดความเสี่ยงด้านการบริหารสภาพคล่องในการชำระหนี้จากลูกค้าเป็นอย่างดี เห็นได้จากการที่ในปีที่ผ่านมา จำนวนลูกหนี้ค้างชำระหรือการตั้งสำรองหนี้ของบริษัทฯไม่ได้มีอัตราที่เพิ่มขึ้นแต่อย่างใด ลูกหนี้ยังสามารถชำระหนี้ให้แก่บริษัทฯได้ภายในกำหนดเวลา รวมถึง บริษัทฯ ยังสามารถบริหารจัดการบัญชีลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ความเสี่ยงด้านข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับป้ายโฆษณาและอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้น

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญต่อข้อกำหนดควบคุมป้ายโฆษณาอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ ยังคงรักษานโยบายการก่อสร้างป้ายโฆษณาที่ได้รับอนุญาตถูกต้องก่อนเท่านั้น และบริษัทฯ ยังมีคณะทำงานในการติดตามการปรับปรุงข้อกำหนดอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้ดำเนินการบริหารความเสี่ยงเกี่ยวกับป้ายโฆษณา โดยให้ความสำคัญกับการออกแบบก่อสร้างโดยใช้วิศวกรผู้ออกแบบที่มีคุณภาพ และบริษัทฯ ยังมีการดำเนินการให้บริษัทฯ ตรวจสอบโครงสร้างอาคารและป้ายโฆษณาที่ขึ้นทะเบียนกับกรมโยธาธิการและผังเมือง ดำเนินการตรวจสอบและรับรองป้ายโฆษณาทุกป้ายของบริษัทฯ และได้ใบรับรองการตรวจสอบอาคาร(แบบ ร. 1)รวมถึงการประสานงานกับสมาคมป้ายโฆษณา เพื่อรับรองความมั่นคงแข็งแรงของโครงสร้างป้ายทุกป้าย และเพื่อเป็นการลดโอกาสความเสียหายที่ต้องชดเชยจากเกิดการอุบัติเหตุ บริษัทฯ ยังได้ทำประกันภัยที่จะเกิดขึ้นต่อทรัพย์สินและบุคคลภายนอก อีกด้วย

3. ความเสี่ยงอันเกิดจากความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลและOnline

ในปี 2562 การใช้บิโชนมาสำหรับสื่อดิจิทัล สื่อออนไลน์ มีปริมาณเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ สืบเนื่องจากแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเป็นอย่างมาก สื่อดิจิทัล ออนไลน์ อินเทอร์เน็ตเข้ามาบิทบพาทต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น และผู้บริโภคหันมาใช้สื่อดังกล่าวมากขึ้นเช่นกัน เนื่องจากสื่อดังกล่าวมีความน่าสนใจ ดึงดูดสายตา และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างหลากหลาย อีกทั้งสื่อโฆษณาดิจิทัลสามารถตอบโจทยด้านความคุ้มค่าในการใช้จ่ายงบประมาณสำหรับการโฆษณาสินค้าและบริการให้กับผู้ประกอบการเป็นอย่างดี ในอดีต บริษัทามีสื่อโฆษณาหลักๆ เป็นป้ายโฆษณาภาพนิ่ง (Static) เป็นจำนวนมาก แต่ในปัจจุบัน บริษัทามีแผนงานในการพัฒนาสื่อเดิมและเพิ่มสื่อใหม่ๆ ให้เป็นสื่อดิจิทัลที่มีความน่าสนใจและดึงดูดสายตาของผู้สัญจรไปมามากขึ้น ได้แก่ สื่อโฆษณาจอ CBD-LED ซึ่งครอบคลุมพื้นที่หัวเมืองใหญ่ บริเวณแยกสำคัญๆ ชุมชนและรับสายตาผู้เดินทางสัญจรไปมาเป็นประจำทุกวัน รวมถึง การร่วมมือกับพันธมิตรบริษัท Rabbit ในการพัฒนาสื่อ O2O เพื่อเชื่อมสื่อ OHM กับ สื่อ Online เข้าด้วยกัน ซึ่งบางส่วนมีการเปิดการขายไปยังลูกค้าบ้างแล้ว โดยทั้งสื่อ CBD-LED และสื่อ O2O ได้ตอกย้ำให้แคมเปญของลูกค้ามีความน่าสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เกินความคาดหมาย ทำให้ได้รับการตอบรับอย่างดีสำหรับการเริ่มต้นเข้าสู่การเชื่อมต่อกับสื่อ Online โดยลูกค้าให้ความสนใจกับสื่อดังกล่าวเป็นอย่างมาก บริษัทฯจึงมีความมั่นใจว่า สื่อดิจิทัลของบริษัทฯจะสามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯเป็นอย่างมากในอนาคต

4. ความเสี่ยงจากการไม่สามารถต่ออายุสัมปทานภาครัฐและสัญญาเช่าพื้นที่เอกชน

ปัจจัยหลักของการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯคือ พื้นที่ติดตั้งสื่อโฆษณา ซึ่งได้มาจากทั้งสัญญาสัมปทานการเช่าพื้นที่จากภาครัฐ และสัญญาเช่าพื้นที่ของเอกชน เนื่องจากบริษัทฯมีภาระผูกพันที่ระบุในสัญญาเหล่านี้ บริษัทฯจึงมีความเสี่ยงหากไม่สามารถต่ออายุสัญญาเช่าพื้นที่ หรือการบอกเลิกสัญญา หากผู้ให้เช่ามีความจำเป็นต้องใช้สถานที่เช่า อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการหารายได้ของบริษัทฯ และฐานะทางการเงินของบริษัทฯในอนาคต ตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา บริษัทฯได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญาที่มีการทำกับคู่สัญญาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งระมัดระวังในการเช่าใช้พื้นที่ เพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหา รวมถึงการเข้าแก้ไขปัญหาย่างทันท่วงที กรณีมีเหตุสุดวิสัย ทำให้ตลอดหลายปีที่ผ่านมา บริษัทฯฯจึงมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าของสัมปทานและเจ้าของพื้นที่ ทำให้บริษัทฯ ได้รับการต่ออายุสัมปทานและสัญญาเช่า อย่างต่อเนื่อง

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวร

สินทรัพย์ถาวรของบริษัทและบริษัทย่อยคือ ที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการด้านสื่อป้ายโฆษณา ดังมีรายละเอียด มูลค่าทางบัญชีสุทธิของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ดังนี้

ประเภทสินทรัพย์	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (พันบาท)	ภาระการค้ำประกันเงินกู้
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน (ที่ดิน 8 แปลง*)	บริษัท	62,505	ไม่มี
ที่ดิน	บริษัท/บริษัทย่อย	18,538	ไม่มี
อาคาร	บริษัท/บริษัทย่อย	97,480	ไม่มี
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	บริษัท/บริษัทย่อย	35,295	ไม่มี
เครื่องมือและอุปกรณ์	บริษัท/บริษัทย่อย	38,874	ไม่มี
ยานพาหนะ	บริษัท/บริษัทย่อย	9,534	ไม่มี
โครงป้ายโฆษณา	บริษัท/บริษัทย่อย	652,419	ไม่มี
สื่อโฆษณาอื่น ๆ	บริษัท/บริษัทย่อย	-	ไม่มี
สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	บริษัท/บริษัทย่อย	79,015	ไม่มี
อื่น ๆ	บริษัท/บริษัทย่อย	-	ไม่มี
รวม		993,660	

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

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

*ที่ดิน 2 แปลง โฉนดเลขที่ 1102 และ 15092 ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 1 ซ.ลาดพร้าว 19 ถ.ลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ

ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน

รายการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
ทรัพย์สินไม่มีตัวตน	เป็นเจ้าของ	835,793	ไม่มี

หมายเหตุ: ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนได้แก่ ระบบซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ที่ได้มาจากการรวมธุรกิจตามมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์นั้น ณ วันที่ซื้อธุรกิจ

4.2 สรุปสาระสำคัญของสัญญาที่มีนัยสำคัญต่อการประกอบธุรกิจ

- 4.2.1 สัญญาให้สิทธิติดตั้งป้ายโฆษณาบริเวณต่อม่อสะพานรถยนต์ข้ามทางแยกและสะพานยกระดับของกรุงเทพมหานคร สะพานกลุ่มที่ 2 และสัญญาให้สิทธิติดตั้งป้ายโฆษณาบริเวณต่อม่อสะพานรถยนต์ข้ามทางแยกและสะพานยกระดับของกรุงเทพมหานคร สะพานกลุ่มที่ 3 ระหว่าง M&M ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นทางอ้อมผ่าน MACO กับ กทม. โดยภายใต้สัญญาดังกล่าว M&M ได้รับสิทธิในการก่อสร้างและติดตั้งป้ายโฆษณาเพื่อหาประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เป็นระยะเวลา 9 ปี สิ้นสุดวันที่ 6 มกราคม 2567
- 4.2.2 สัญญาให้สิทธิติดตั้งป้ายโฆษณาบริเวณเสาของระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร ระหว่าง M&M และ BTS โดยภายใต้สัญญาดังกล่าว M&M ได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการติดตั้งและบริหารจัดการป้ายโฆษณาบริเวณเสาของระบบรถไฟฟ้าบีทีเอสเพื่อหาประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เป็นระยะเวลา 10 ปี สิ้นสุดวันที่ 30 เมษายน 2572

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทจะลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย ทั้งทางตรงและทางอ้อมซึ่งจะพิจารณาสัดส่วนในการลงทุนเป็นรายๆ ไปโดยดูจากแนวโน้มของธุรกิจ ถ้ามีโอกาสประสบความสำเร็จและสามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันบริษัทจะลงทุนในสัดส่วนที่มากพอที่บริษัทจะสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารและกำหนดนโยบาย

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2560 บริษัทฯได้ทำสัญญาให้บริการเวลาโฆษณาออกอากาศของสื่อโฆษณาบนโครงข่ายโฆษณา 4 จุดติดตั้ง กับ บริษัท ไมคาส โกลบอล มีเดีย จำกัด (“ไมคาส”) ในอัตราค่าบริการตลอดอายุสัญญาเป็นเงินจำนวน 27 ล้านบาท โดยในวันทำสัญญา บริษัทฯได้ชำระเงินค่าบริการดังกล่าวทั้งหมด

เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2561 ไมคาสยื่นฟ้องบริษัทฯและบริษัทใหญ่จากรายการที่เกี่ยวข้องกับสัญญาให้บริการดังกล่าว โดยเรียกค่าเสียหายเป็นจำนวนเงินประมาณ 24 ล้านบาท พร้อมอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 7.5 ต่อปี รวมถึงค่าบริการเดือนละประมาณ 4 ล้านบาท ตลอดเวลาที่ยังมีการใช้ประโยชน์จากโครงข่ายโฆษณาดังกล่าว

เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2562 ศาลชั้นต้นได้พิพากษายกฟ้อง บริษัทฯ และบริษัทใหญ่ไม่ต้องรับผิดชอบค่าเสียหายต่อไมคาส ต่อมาไมคาสได้ยื่นอุทธรณ์ ปัจจุบันคดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลอุทธรณ์

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อ	: บมจ. มาสเตอร์ แอด
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107546000113
ประเภทธุรกิจ	: ให้บริการและรับจ้างผลิตสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยและบันเทิง
ตลาด	: SET
กลุ่มอุตสาหกรรม	: บริการ
หมวดธุรกิจ	: สื่อและสิ่งพิมพ์
ทุนจดทะเบียน	: 678,752,372.80 บาท
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	: 541,198,091.40 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 5,411,980,914 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: Waritha@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 ชื่อผู้สอบบัญชี (วันที่สิ้นสุดการสอบบัญชี 31/12/2562) นางสาวศิราภรณ์ เอื้ออนันต์กุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3844 และ/หรือ นาง ชลรส สันติอัครวราภรณ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4523 และ/หรือ นาย ฉัตรชัย เกษมศรีธนาวัฒน์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขที่ 5813
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 9 กุมภาพันธ์ 2563

	นิติบุคคล /สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจและลักษณะการดำเนินงาน	ทุนชำระแล้ว	ชนิดของหุ้น	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
1	บริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด เลขที่ 1 ซอยลาดพร้าว 19 ถ.ลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 02 938 9388 โทรสาร 02 938 3486-7	ประกอบธุรกิจให้บริการและรับจ้างผลิตสื่อป้ายโฆษณาขนาดเล็ก	20,000,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท)	หุ้นสามัญ	100
2	บริษัท อาย ออนไลน์ จำกัด เลขที่ 28/43-45 ถ.วิภาวดี-รังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 02 938 9388 โทรสาร 02 938 3486-7	ประกอบธุรกิจให้บริการและรับจ้างผลิตสื่อป้ายโฆษณาขนาดเล็ก สื่อโฆษณา บิลบอร์ด และสื่อโฆษณาดิจิทัล	393,000,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท)	หุ้นสามัญ	100
3	บริษัท กรีนแอต จำกัด เลขที่ 1 ชั้น 6 ซอยลาดพร้าว 19 ถ.ลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 02 938 3388 โทรสาร 02 938 3486-7	ประกอบธุรกิจสื่อป้ายโฆษณา	800,000,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 5 บาท)	หุ้นสามัญ	100
4	บริษัท แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด เลขที่ 1 ซอยลาดพร้าว 19 ถ.ลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 02 938 9388	ประกอบธุรกิจให้บริการเช่าอาคารสำนักงาน	40,000,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท)	หุ้นสามัญ	63.76 (48.87 ถือโดย MACO และ 14.89 ถือโดย มาสเตอร์ แอนด์ มอร์)

	นิติบุคคล /สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจและลักษณะการดำเนินงาน	ทุนชำระแล้ว	ชนิดของหุ้น	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
5	บริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 28/43-45 ถ.วิภาวดี-รังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 02 936 3366 โทรสาร 02 936 3366	ประกอบธุรกิจผลิตสื่อโฆษณาด้วยระบบอิงค์เจ็ท	6,000,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท)	หุ้นสามัญ	50
6	บริษัท โอเพ่น เพลย์ จำกัด เลขที่ 1 ซอยลาดพร้าว 19 ถ.ลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	ประกอบธุรกิจให้บริการและผลิตสื่อโฆษณาทุกประเภท	5,000,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท)	หุ้นสามัญ	100 (ถือโดย บริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด)
7	บริษัท มัลติ ไซน์ จำกัด เลขที่ 1 ชั้น 6 ซอยลาดพร้าว 19 ถ.ลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	ประกอบธุรกิจให้บริการและผลิตสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย	14,000,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)	หุ้นสามัญ	100 (ถือหุ้นโดย บริษัท กรีนแอต จำกัด)
8	บริษัท โคแมส จำกัด เลขที่ 1 ชั้น 6 ซอยลาดพร้าว 19 ถ.ลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 02 938 3388 โทรสาร 02 938 3486-7	ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย	5,625,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท)	หุ้นสามัญ	100 (ถือหุ้นโดย บริษัท อาย ออนไลน์ แอดส์ จำกัด)
9	บริษัท ทรานส์.แอต โซลูชั่น จำกัด 349 อาคารเอสเจ อินฟินิท วัน บิสซิเนส คอมเพล็กซ์ ห้องเลขที่ 1006 ชั้นที่ 10 ถ.วิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร	ให้บริการด้านการออกแบบและติดตั้งระบบการแสดงผลสื่อผสม(Multimedia Display System)เช่นจอ LED รวมถึงระบบควบคุมเนื้อหาและจัดการสื่อ	49,046,400 บาท (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)	หุ้นสามัญ	81.65 (ถือหุ้นโดย บริษัท อาย ออนไลน์ แอดส์ จำกัด)

	นิติบุคคล /สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจและลักษณะการดำเนินงาน	ทุนชำระแล้ว	ชนิดของหุ้น	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
		พร้อมติดตั้งระบบเชื่อมต่อเพื่อส่งการและเก็บข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตและระบบกล้องวงจรปิด อีกทั้งออกแบบและสร้างแอปพลิเคชันเพื่อแผนที่ในร่มและระบบตัวส่งสัญญาณบลูทูธเพื่อการโฆษณา			
10	บริษัท วินบลิส ซิสเต็มส์ จำกัด 21 อาคารวังเด็ก 1 เอ ชั้น 8 ซอยยาสูบ 1 ถ.วิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร	ให้บริการด้านการบริหารจัดการปัญหาเกี่ยวกับการออกแบบและวางระบบ(System Integration)จำหน่ายและให้บริการบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานระบบ	2,000,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท)	หุ้นสามัญ จำนวน 98,000 หุ้น และหุ้น บุริมสิทธิ จำนวน 102,000 หุ้น	77.25 (ถือโดย บริษัท ทรานส์.แอด โซลูชั่น จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 51 ของหุ้นทั้งหมด และ Roctec Technology Limited ในสัดส่วนร้อยละ 49 ของหุ้นทั้งหมด)
11	บริษัท โกลด์ สตาร์ กรุป จำกัด 33,35 ซอยอินทามระ 40 แขวงรัชดาภิเษก เขตดิน แดง กรุงเทพมหานคร	ออกแบบ ผลิต และรับจ้างผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ และ/หรือ สื่อโฆษณาทุกชนิด	50,000,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท)	หุ้นสามัญ	60 (ถือหุ้นโดยบริษัท กรีนแอด จำกัด และ บริษัท อาย ออนไลน์ แอดส์ จำกัด)
12	บจก.อัลโล บางกอก แอล อี ดี 59 ซอยปรียานุช ถ.พระราม 9 แขวงบางกะปิ เขต ห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร	ให้บริการโครงสร้างสื่อโฆษณาบิลบอร์ด (Static Billboard) และสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัล (Digital LED)	100,000,000 บาท (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)	หุ้นสามัญ	50

	นิติบุคคล /สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจและลักษณะการดำเนินงาน	ทุนชำระแล้ว	ชนิดของหุ้น	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
13	MACO Outdoor Sdn. Bhd. No.52, 1 st Floor, Jalan SS 21/58 Taipan Damanasara 47400 Petaling Jaya Selangor MALAYSIA	ประกอบธุรกิจ Holding Company ในประเทศมาเลเซีย	200,000 ริงกิต (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 1 ริงกิต)	หุ้นสามัญ	100
14	Eyeball Channel Sdn. Bhd. G-1-11, Jalan PJU 1A/3 Taipan Damanasara 47301 Petaling Jaya Selangor Malaysia	ประกอบธุรกิจให้บริการและผลิตสื่อ โฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยในประเทศ มาเลเซีย	500,000 ริงกิต (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 1 ริงกิต)	หุ้นสามัญ	40 (ถือหุ้นโดย MACO Outdoor Sdn.Bhd.)
15	Trans Ad Malaysia Sdn.Bhd Lot 6.05, Level 6, KPMG Tower,8 First Avenue, Bandar Utama, 47800 Petaling Jaya, Selangor Darul Ehsan, Malaysia	ให้บริการด้านการออกแบบและติดตั้ง ระบบการแสดงผลสื่อผสม(Multimedia Display System)เช่นจอ LED รวมถึง ระบบควบคุมเนื้อหาและจัดการสื่อ พร้อมติดตั้งระบบเชื่อมต่อเพื่อส่งการ และเก็บข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ต และระบบกล้องวงจรปิด อีกทั้ง ออกแบบและสร้างแอปพลิเคชันเพื่อ แผนที่นำชมและระบบตัวส่ง สัญญาณบลูทูธเพื่อการโฆษณา	500,000 ริงกิต (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 1 ริงกิต)	หุ้นสามัญ	100 (ถือหุ้นโดย บริษัท ทรานส์. แอด โซลูชั่น จำกัด)
16	Roctec Technology Limited	ให้บริการออกแบบและวางระบบ (system integration) โดยจำหน่าย ติดตั้งและให้บริการบำรุงรักษา	21,510,000 ดอลลาร์ฮ่องกง	หุ้นสามัญ	89 (ถือหุ้นโดยบริษัท ทรานส์.แอด โซลูชั่น จำกัด)

	นิติบุคคล /สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจและลักษณะการดำเนินงาน	ทุนชำระแล้ว	ชนิดของหุ้น	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
	Room 1502-4, Kodak House II, 321 Java Road, North Point, Hong Kong Island, Hong Kong	เครื่องมืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานระบบ โดยมุ่งเน้นไปในด้านระบบควบคุม,ระบบเชื่อมต่อและระบบแสดงผล ครอบคลุมหลายอุตสาหกรรม เช่น ระบบขนส่งมวลชน หน่วยงานราชการ สถานศึกษา และ สถาบันการเงิน			
17	Parkway Technology Limited Room 1502-4, Kodak House II, 321 Java Road, North Point, Hong Kong Island, Hong Kong	บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (แต่ปัจจุบัน ยังไม่มีการดำเนินธุรกิจ)	2 ดอลลาร์ฮ่องกง	หุ้นสามัญ	100 (ถือหุ้นโดย Roctec Technology Limited)
18	VGI Global Media (Malaysia) Sdn. Bhd. ("VGM") Lot 6.05, Level 6, KPMG Tower, 8 First Avenue, Bandar Utama, 47800 Petaling Jaya, Selangor Darul Ehsan, Malaysia	การลงทุนในหลักทรัพย์ของบริษัทอื่น (Holding Company)	29,154,175 ริงกิตมาเลเซีย (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 ริงกิต)	หุ้นสามัญ	75
19	Puncak Berlian Sdn. Bhd. ("PBSB") Unit C508 Block C, Kelana Square, Jalan SS7/26, Kelana Jaya, 47301 Petaling Jaya, selangor Darul Ehsan, Malaysia. โทรศัพท์: +60 3780 51817 โทรสาร: +60 3780 41316	ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในนิติบุคคลอื่น (Holding Company)	17,125,105 ริงกิตมาเลเซีย (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 ริงกิต)	หุ้นสามัญ	65 (ถือโดย VGM.)

	นิติบุคคล /สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจและลักษณะการดำเนินงาน	ทุนชำระแล้ว	ชนิดของหุ้น	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
20	Meru Utama Sdn. Bhd. (“MUSB”) 8 th floor, Menara Manulife No.6, Jalan Gelenggang Damansara Heights 50490 Kuala Lumpur W.P. Kuala Lumpur Malaysia	ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาในสนามบินในประเทศมาเลเซีย โดยเป็นผู้ถือสัมปทานการบริหารสื่อโฆษณาในสนามบินกัวลาลัมเปอร์	1,100,000 ริงกิตมาเลเซีย (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 ริงกิต)	หุ้นสามัญ	43.80 (ถือโดย บริษัท VGM.ในสัดส่วนร้อยละ 25.10 ของหุ้นทั้งหมด และ PBSB ในสัดส่วนร้อยละ 74.80 ของหุ้นทั้งหมด)
21	Titanium Compass Sdn. Bhd. (“TCSB”) ¹ Unit C508 Block C, Kelana Square, Jalan SS7/26, Kelana Jaya, 47301 Petaling Jaya, selangor Darul Ehsan, Malaysia. โทรศัพท์: +60 3780 51817 โทรสาร: +60 3780 41316	ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาในประเทศมาเลเซีย โดยเป็นผู้ถือสัมปทานในการบริหารสื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชนประเภทรถไฟฟ้าสาย Sungai Buloh-Kajang Line (SBK line)	1,000,000 ริงกิตมาเลเซีย (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 ริงกิต)	หุ้นสามัญ	40
22	PT Avabanindo Pekasa (“AVA”) Menara Imperium 19 th Floor, Metropolitan Kuningan Super Blok Kav No.1, J1 HR Rasuna Said, Jakarta 12890 Indonesia	ธุรกิจสื่อโฆษณาในประเทศอินโดนีเซีย โดยเป็นผู้บริหารสื่อโฆษณาภายในระบบขนส่งมวลชนประเภทรถไฟฟ้า Jakarta (MRT Jakarta Phase 1)	18,391,500,000 รูเปียอินโดนีเซีย	หุ้นสามัญ	16.25 (ถือโดย บริษัท VGM.ในสัดส่วนร้อยละ 10 ของหุ้นทั้งหมด และ PBSB ใน

¹ ปัจจุบัน VGI และ Puncak Berlian Sdn.Bhd. (PSB) ถือหุ้นอยู่ใน Titanium Compass Sdn.Bhd (TCSB) ร้อยละ 19 และร้อยละ 51 ของหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมดของ TCSB ตามลำดับ โดยการถือหุ้นของ PBSB ใน TCSB ร้อยละ 11 ของหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมดของ TCSB เป็นการถือแทนและเพื่อประโยชน์ของ VGI Malaysia Sdn.Bhd. (VGM) ภายใต้สัญญา Declaration of Trust ระหว่าง PBSB และ VGI ฉบับลงวันที่ 28 ธันวาคม 2560 เนื่องจาก PBSB ยังไม่สามารถดำเนินการโอนหุ้นดังกล่าวให้ VGM ได้ตามข้อกำหนดในสัญญาสัมปทาน

	นิติบุคคล /สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจและลักษณะการดำเนินงาน	ทุนชำระแล้ว	ชนิดของหุ้น	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
					สัดส่วนร้อยละ 25 ของหุ้นทั้งหมด)
23	VGI MACO (Singapore) Private Limited 50 Raffles Place #17-01 Sigapore Land Tower Singapore C048623	ลงทุนในธุรกิจสื่อโฆษณาในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้	100 ดอลลาร์สิงคโปร์ (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1ดอลลาร์สิงคโปร์)	หุ้นสามัญ	75
24	VGI MACO (CAMBODIA) Co.,Ltd. No.30, Norodom Boulevard, Bred Bank Building, 4th floor, Sangkat Phsar Thmey 3, Khan Duan Penh, Phnom Penh, Kingdom of Cambodia.	ดำเนินกิจการบริหารสื่อโฆษณา ในสนามบินของประเทศกัมพูชา จำนวน 3 สนามบิน คือ 1.PHNOM PENH AIRPORT 2.SIEM REAP AIRPORT 3. SIHANOUKVILLE AIRPORT	1,000 USD (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 1 USD)	หุ้นสามัญ	75 (ถือหุ้นโดย VGI MACO (Singapore) Private Limited)