



แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 2550  
๒

(แบบ 56 - 1)

บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน)  
Master Ad Public Company Limited

# สารบัญ

		หน้า
ส่วนที่ 1	ข้อมูลสรุป	1
ส่วนที่ 2	บริษัทที่ออกหลักทรัพย์	1
	1. ปัจจัยความเสี่ยง	2
	2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ	3
	3. การประกอบธุรกิจของแต่ละกลุ่มธุรกิจ	7
	4. การวิจัยและพัฒนา	24
	5. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ	25
	6. โครงการในอนาคต	26
	7. ข้อพิพาททางกฎหมาย	27
	8. โครงสร้างเงินทุน	28
	9. การจัดการ	29
	10. การควบคุมภายใน	47
	11. รายการระหว่างกัน	48
	12. ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน	52
	13. ข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง	66
ส่วนที่ 3	การรับรองความถูกต้องของข้อมูล	1
เอกสารแนบ 1	รายละเอียดเกี่ยวกับผู้บริหารและผู้มีอำนาจควบคุมบริษัท	
เอกสารแนบ 2	รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการของบริษัทย่อย	
เอกสารแนบ 3	อื่นๆ	

## ส่วนที่ 1

### ข้อมูลสรุป (Executive Summary)

บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งในปี 2531 และเริ่มดำเนินการในปี 2532 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจให้บริการและรับจ้างผลิตป้าย สื่อโฆษณาและบันเทิง โดยเน้นสื่อป้ายโฆษณากายนอกที่อยู่อาศัยภายใต้ผู้บริหารงานหลัก 3 ท่าน คือ นายณพดล ตันศลาภิรักษ์ นายพิเชษฐ มณีรัตนพร และนายธวัช มีประเสริฐสกุล ซึ่งปัจจุบันถือหุ้นรวมกันในสัดส่วนประมาณร้อยละ 48.72 ของทุนเรียกชำระแล้ว (ข้อมูล ณ. 28 ธันวาคม 2550)

ในปี 2539 บริษัท ร่วมลงทุนกับบริษัท เคลียร์ ชาแนล อินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตสื่อป้ายโฆษณาชั้นนำในประเทศไทย จัดตั้งบริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจให้บริการและผลิตสื่อป้ายโฆษณาขนาดเล็ก โดยบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 67.5

ปี 2546 เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 125,000,000 บาท และทำการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน จำกัด เพื่อเตรียมพร้อมในการเสนอขายหลักทรัพย์ต่อประชาชนทั่วไป และนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และทำการกระจายหุ้นไปยังนักลงทุนครั้งแรกในวันที่ 19 กันยายน 2546

ปี 2548 ซื้อหุ้นเพิ่มของบริษัท เทค อะ ลุก จำกัด ในส่วนของบริษัท แมทซิง สตูดิโอ จำกัด (มหาชน) โดยซื้อหุ้นเพิ่มตามสัดส่วนและเพิ่มทุนในบริษัท เทค อะ ลุก จำกัด จากการเข้าไปซื้อหุ้นเพิ่มและเพิ่มทุนทำให้สัดส่วนการถือหุ้นจาก 25 % เป็น 33.33 % คิดเป็นจำนวนหุ้นจาก 1,250,000 หุ้น เป็น 3,333,334 หุ้น โดยจากการเพิ่มทุน 1,666,667 หุ้น และซื้อหุ้นเพิ่ม 416,667 หุ้น

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทและบริษัทย่อย คือ สื่อป้ายโฆษณาประเภทต่างๆ โดยสื่อป้ายโฆษณาที่ทำรายได้หลัก ให้แก่กลุ่มบริษัท คือ สื่อป้ายโฆษณาประเภท

1. Billboard : ป้ายโฆษณาภาพนิ่งบนถนนสายหลัก
2. Trivision : ป้ายโฆษณาที่สามารถเสนอป้ายสลับเปลี่ยนกันได้ริมถนนสายหลัก
3. BTS City vision : ป้ายโฆษณาบริเวณเสาคอมมิวนิตี้รถไฟฟ้า
- 5.4. Flyover Media ป้ายโฆษณาบริเวณเสาคอมมิวนิตี้ข้ามแยกต่าง ๆ ทั่วกรุงเทพฯ

ซึ่งรายได้ของสื่อป้ายโฆษณาทั้ง 4 ประเภทคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 85 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัท ลักษณะการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท คือ จัดหาพื้นที่ติดตั้งป้ายโฆษณาประเภทต่าง ๆ ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา รับจ้างผลิตและให้เข้าพื้นที่ติดตั้งงานโฆษณา ปัจจุบันลูกค้าของบริษัทสัดส่วนร้อยละ 68 ของรายได้มาจากลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรง และร้อยละ 32 ของรายได้มาจากลูกค้าที่เป็นบริษัทตัวแทนโฆษณา

กลุ่มบริษัทมุ่งเน้นในการนำเทคโนโลยีรูปแบบต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อป้ายโฆษณา รวมทั้งเสนอสื่อป้ายโฆษณาที่มีความหลากหลาย ทั้งทางด้านรูปแบบ ขนาด และจุดติดตั้ง เพื่อเพิ่มทางเลือกและประสิทธิภาพในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของลูกค้า โดยบริษัทเป็นรายแรก และเป็นรายเดียวในปัจจุบันสำหรับบริษัทที่ดำเนินธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาในประเทศไทย ที่ได้รับรองมาตรฐาน ISO 9001: 2000 จากสถาบัน United Registrar of Systems Limited (URS) ประเทศไทย

ณ.วันที่ 31 ธันวาคม 2550 กลุ่มบริษัทมีสินทรัพย์รวม 668 ล้านบาท หนี้สินรวม 147 ล้านบาท ส่วนของผู้ถือหุ้น 521 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิ 28 ล้านบาท ณ.วันที่ 31 ธันวาคม 2549 กลุ่มบริษัทมีสินทรัพย์รวม 677 ล้านบาท หนี้สินรวม 171 ล้านบาท ส่วนของผู้ถือหุ้น 507 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิ 30 ล้านบาท

Formatted: Bullets and Numbering

ส่วนที่ 2  
บริษัทที่ออกหลักทรัพย์

---

ชื่อบริษัท	:	บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน)
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	ให้บริการและรับจ้างผลิตสื่อป้ายโฆษณา และบันเทิง
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 1 ชั้น 4-6 ซอยลาดพร้าว 19 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107546000113
Home Page	:	<a href="http://www.masterad.com">http://www.masterad.com</a>
โทรศัพท์	:	0 2938 3388
โทรสาร	:	0 2938 3488

## 1. ปัจจัยความเสี่ยง

ในการดำเนินธุรกิจด้านสื่อป้ายโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) นอกเหนือจากความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ โดยทั่วไปแล้ว ยังมีความเสี่ยงที่ควรพิจารณาอีก ดังนี้

### 1.1. ความเสี่ยงเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ

การประกอบธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาจะมีปัจจัยเงื่อนไขทางเศรษฐกิจภาพรวมและดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจรวมเป็นตัวแปรสำคัญอย่างยิ่งยวดต่อผลประกอบการ เนื่องจากการตัดสินใจในงบประมาณการโฆษณาของลูกค้า มีความสัมพันธ์โดยตรงกับสถานะทางเศรษฐกิจ ดังนั้นการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ และความไม่แน่นอนทางการเมือง ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการใช้งบโฆษณาของลูกค้า ในการมองหาช่องทางโฆษณาใหม่ๆ ที่มีต้นทุนต่ำกว่า อันก่อให้เกิดผลกระทบต่อเป้าหมายรายได้ของบริษัท ซึ่งทำให้มีผลอัตราการเติบโตของรายได้ของบริษัท ปี 2550 ไม่เป็นไปตามเป้าหมายทำให้อัตรารายได้ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 12 ในขณะที่บริษัทยังคงมีต้นทุนคงที่ ของสื่อป้ายโฆษณา คือ ค่าเช่าที่ดิน ค่าสัมปทานของป้ายโฆษณา ซึ่งมีคุณลักษณะที่มีข้อผูกพันทางสัญญาที่ต่อเนื่อง ทำให้บริษัทสามารถปรับตัวด้านการบริหารต้นทุนบริการได้ค่อนข้างยาก กับสถานะเศรษฐกิจและการเมืองที่ไม่แน่นอนดังกล่าว อย่างไรก็ตามบริษัทได้ดำเนินการและวางมาตรการรองรับกับสถานะดังกล่าว โดยมีการพิจารณาการยกเลิกและสิ้นสุดสัญญาเช่าที่ดินในทำเลที่ไม่สร้างผลกำไร และย้ายโครงข่ายไปในพื้นที่ใหม่ที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าที่มีการระบุชัดเจน และพัฒนารูปแบบของสื่อป้ายโฆษณาที่มีความหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะสื่อป้ายโฆษณาขนาดเล็ก ทำให้สัดส่วนของสื่อป้ายโฆษณาของบริษัท มีสัดส่วนที่เหมาะสมในแต่ละประเภท และ ครอบคลุมกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานะเศรษฐกิจ

### 1.2 ความเสี่ยงด้านการเงิน

ณ สิ้นปี 2550 บริษัทมีมูลค่าลูกหนี้การค้าจำนวน 83 ล้านบาท และมีการหักค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญแล้ว จำนวน 29 ล้านบาท ซึ่งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญจำนวน 5 ล้านบาทเป็นส่วนที่ตั้งเพิ่มในปี 2550 ซึ่งนับเป็นมูลค่าที่ไม่สูง เมื่อเทียบกับยอดขายของปี 2550 คิดเป็นร้อยละ 1 บริษัทพิจารณาความเสี่ยงทางการเงิน หากลูกหนี้ผิดนัดชำระหนี้ หรือ ลูกหนี้ไม่มีความสามารถในการชำระหนี้ได้ จะมีผลกระทบต่อกระแสเงินสด และ ผลกำไรของบริษัท ซึ่งบริษัทได้ปรับปรุงและกำหนดนโยบาย เงื่อนไขการชำระเงิน โดยให้ข้อเสนอเงื่อนไขพิเศษต่างๆ สำหรับลูกค้าที่ชำระเงินก่อนกำหนด ทั้งนี้บริษัทยังกำหนดให้ลูกค้ารายใหม่ ที่ยังไม่เคยมีรายการทางการค้ากับบริษัท ทำการส่งจ่ายเช็คล่วงหน้า เพื่อเป็นมาตรการลดความเสี่ยงต่อการชำระเงินล่าช้า และหนี้สูญที่อาจจะเกิดขึ้นในสถานะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ในขณะที่บริษัทดำเนินนโยบายและมุ่งเน้นกระบวนการติดตามเร่งรัดหนี้สินที่ค้างค้าง ตามขั้นตอนทางกฎหมายอย่างเคร่งครัด

## 2.2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

Formatted: Bullets and Numbering

### 2.1 ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทเริ่มดำเนินธุรกิจงานโดยการจัดตั้ง บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด ในปี 2531 ซึ่งมีโดยนายพนดล ตันศลารักษ์ เป็นผู้ก่อตั้ง ด้วยทุนจดทะเบียน 600,000 บาท และต่อมาในปี 2532 ได้มีผู้ร่วมลงทุนเพิ่มอีกเดิม 2 ท่าน คือ นายพิเชษฐ มณีรัตน์และ นายธวัช มีประเสริฐสกุล

บริษัทได้กำหนดวัตถุประสงค์หลักคือ การประกอบธุรกิจเพื่อและเริ่มดำเนินธุรกิจโดยบริหารกิจการ บริษัทได้กำหนดวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อประกอบธุรกิจให้บริการและรับจ้างผลิตสื่อป้ายโฆษณาและบันเทิง โดยมุ่งเน้นงานโฆษณาที่ใช้สื่อป้ายโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ซึ่งสินค้าของบริษัทในช่วงแรกคือสื่อป้ายโฆษณาประเภทป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ (Billboard)

ความเป็นมาของบริษัทความเป็นมาของบริษัทสามารถสรุปได้พอสังเขปดังนี้

- ปี 2536 นำเทคโนโลยีจากต่างประเทศ ที่เรียกว่าป้ายไตรวิชชั่น ด้วยเทคนิคการพลิกแพลงปริซึมให้เกิดภาพโฆษณาในลักษณะพลิกเปลี่ยนภาพโฆษณาได้ 3 ภาพ ต่อนำเทคโนโลยีการขับเคลื่อนของอุปกรณ์เพื่อให้ 1 ป้ายนำมาใช้งานบนป้ายโฆษณาต่าง ๆ ป้ายโฆษณาสามารถแสดงภาพนิ่งได้ 3 ภาพ และกำหนดทิศทางการพลิกภาพได้ตามต้องการ เช่น พลิกจากซ้ายไปขวาหรือจากบนมาล่างในสื่อป้ายโฆษณาประเภท Trivision ซึ่งมีทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กตามการใช้งานและสถานที่ติดตั้ง
- ปี 2537 เพิ่มทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วเป็น 3,000,000 บาท นำเทคโนโลยีทางวิศวกรรมมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาประเภท Billboard โดยดำเนินการก่อสร้างโครงสร้างป้ายในรูปแบบเสาเดี่ยว (Mono Pole) และ เสาคู่ (Double Pole) แทนโครงสร้างแบบตักโยแมงมุม (Steel Truss)
- ปี 2538 เพิ่มทุนจดทะเบียนและเรียกชำระเป็น 6,000,000 บาท
- ปี 2539
  - ร่วมลงทุนกับบริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (เอ็ม) เอสดี เอ็น บีเอสดี จำกัด จากประเทศมาเลเซีย เพื่อจัดตั้งบริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (ประเทศไทย) จำกัด ในการลงทุนเริ่มแรก บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 40 โดยเป็นการถือครองหุ้นเพื่อสำรองการกระจายให้แก่ผู้ร่วมลงทุนรายหนึ่ง และภายหลังได้มีการกระจายหุ้นในส่วนนั้นออก ทำให้บริษัทเหลือเงินลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 27.78 คิดเป็นเงินลงทุน 1.67 ล้านบาท การร่วมทุนจัดตั้งบริษัทอิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (ประเทศไทย) จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจรับผลิตภาพในระบบคอมพิวเตอร์อิงค์เจ็ท เพื่อใช้สำหรับงานผลิตสื่อป้ายโฆษณาทั้งภายนอกและภายในอาคารหลายรูปแบบ ปัจจุบันมีเงินลงทุน 33.33%
  - \_\_\_\_\_ ร่วมลงทุนกับบริษัท เคลียร์ ชาแนล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้ผลิตสื่อป้ายโฆษณาชั้นนำจากประเทศอังกฤษ เพื่อจัดตั้งบริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด โดยบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 51 คิดเป็นเงินลงทุน 10.20 ล้านบาท มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจผลิตสื่อป้ายโฆษณาที่มีขนาดเล็กต่ำกว่า 60 ตารางเมตร

บริษัท เคลียร์ ซาแนล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นบริษัทชั้นนำด้านสื่อโฆษณา ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในแถบยุโรป ที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ประเทศอังกฤษ และมีสาขาอยู่ ในหลายประเทศทั่วโลก ดำเนินธุรกิจทั้งในส่วนของ สื่อโฆษณากายนอกที่อยู่อาศัย, วิทยุ หนึ่งในบริษัทผู้นำในธุรกิจ Out-of-Home Media สำหรับประเทศในแถบยุโรป โดยมีสำนักงานใหญ่ที่ประเทศอังกฤษ ดำเนินธุรกิจทั้งในส่วนของ Out-of-Home Media, Radio และ ด้านบันเทิงต่าง ๆ สำหรับในส่วนของธุรกิจสื่อโฆษณากายนอกที่อยู่อาศัยนั้น บริษัท เคลียร์ ซาแนล ถือเป็นบริษัทผู้ให้บริการสื่อโฆษณากายนอกที่อยู่อาศัยที่ใหญ่ที่สุดในโลก

**Entertainments**

ปี 2539-2544 ขยายการค้าในธุรกิจไปยังสื่อป้ายโฆษณาประเภทอื่นๆ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า เช่น สื่อป้ายโฆษณา Dyna Vision, Focus Display, City vision, Balloon, Airship เป็นต้น

ปี 2545 เพิ่มทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วเป็น 100,000,000 บาท  
 เริ่มนำระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 เข้ามาใช้ในการบริหารงาน และได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 : 2000 จากสถาบัน United Registrar of Systems Limited (URS) ประเทศอังกฤษเป็นรายแรก และเป็นรายเดียวในปัจจุบันสำหรับบริษัทที่ดำเนินธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาในประเทศไทย ภายใต้สโลแกนว่า **"สร้างสรรค์สื่อยึดถือคุณภาพ"**

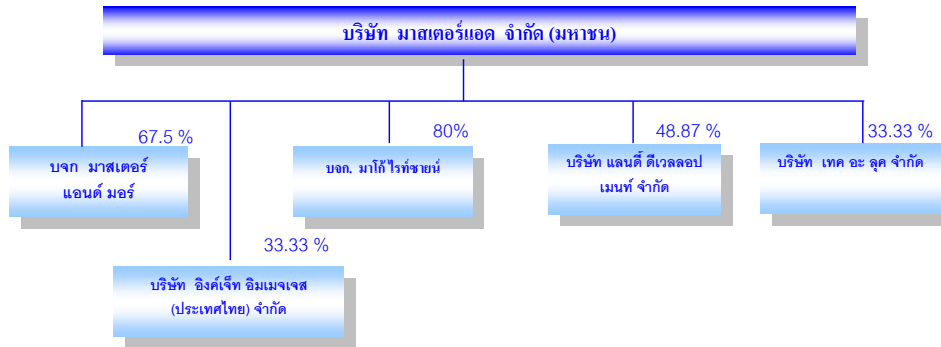
ปี 2546 - เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 125,000,000 บาท และทำการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เพื่อเตรียมพร้อมในการเสนอขายหลักทรัพย์ต่อประชาชนทั่วไปและนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ MAI และทำการกระจายหุ้นไปยังนักลงทุนครั้งแรกในวันที่ 19 กันยายน 2546  
 - ร่วมลงทุนกับบริษัท ไท่ ซายน์ โอเอ็นเอ็ม สวีเดน เอบี จำกัด ประเทศสวีเดน เพื่อจัดตั้งบริษัท มาโก้ ไท่ ซายน์ จำกัด มีทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท ในการลงทุนบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 80 การร่วมทุนจัดตั้งบริษัท มาโก้ ไท่ ซายน์ จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจในการผลิตอุปกรณ์ ทีวีชั้น โดยส่งผลประโยชน์ให้บริษัท มาสเตอร์แอด จำกัด (มหาชน) สามารถลดต้นทุนจากการนำเข้าอุปกรณ์การผลิตจากต่างประเทศได้ถึง 50% รวมทั้งเป็นการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดและเพิ่มสัดส่วนรายได้ของบริษัท  
 - ซื้อหุ้นของบริษัท แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด โดยเข้าไปถือหุ้นในสัดส่วน 48.87% ผลประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าไปถือหุ้น คือการใช้ประโยชน์จากโครงการใหม่ที่ตั้งอยู่บริเวณปากซอยลาดพร้าว 19  
 - การร่วมลงทุนในบริษัท เทค อะ ลุก จำกัด โดยเข้าไปถือหุ้นในสัดส่วน 25 % ด้วยความชำนาญของบริษัทเอง ประกอบกับความชำนาญของบริษัท สามารถอินโฟ มีเดีย จำกัด และ บริษัท แมทซิง สตูดิโอ จำกัด (มหาชน) จะทำให้บริษัท เทค อะ ลุก จำกัด เป็นผู้นำสื่อโฆษณาและ ENTERTAINMENTS ในอนาคตต่อไป

ปี 2548 ซื้อหุ้นเพิ่มของบริษัท เทค อะ ลุก จำกัด ในส่วนของบริษัท แมทซิง สตูดิโอ จำกัด(มหาชน) โดยซื้อหุ้นเพิ่มตามสัดส่วนและเพิ่มทุนในบริษัท เทค อะ ลุก จำกัด จากการเข้าไปซื้อหุ้นเพิ่มและเพิ่มทุนทำให้สัดส่วน

Formatted: Indent: Left: 0", First line: 0"

การถือหุ้นจาก 25 % เป็น 33.33 % คิดเป็นจำนวนหุ้นจาก 1,250,000 หุ้น เป็น 3,333,334 หุ้น โดยจากการเพิ่มทุน 1,666,667 หุ้น และซื้อหุ้นเพิ่ม 416,667 หุ้น

## 2.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท โครงสร้างการลงทุนของบริษัทและบริษัทย่อย



### บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน)

จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจให้บริการและรับจ้างผลิตงานสื่อป้ายโฆษณา ด้วยสื่อป้ายโฆษณาที่มีขนาดใหญ่ ปัจจุบันรายได้หลักมาจากการให้บริการเช่าสื่อป้ายโฆษณา และ การรับจ้างผลิตงานโฆษณา โดยมีการแบ่งเป็นสื่อป้ายโฆษณาประเภทต่างๆ เช่น Billboard, Trivision, Railway Billboard และสื่อ Instore Media

นอกจากนี้บริษัทอยู่ระหว่างการเริ่มดำเนินธุรกิจดูแลผลประโยชน์ให้แก่กอล์ฟอีกด้วย โดยปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ดูแลสิทธิประโยชน์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านเครื่องแต่งกายของแทมมารีน ธนสุกาญจน์ (TAMMY) รวมทั้งในกรณีที่ถูกค่าสนใจให้แทมมารีนเป็นตัวแทนในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านต่างๆ ในประเทศไทย

### บริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด **(ต้องตัดสื่อสยามออกหรือไม่)**

จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจให้บริการและรับจ้างผลิตงานสื่อป้ายโฆษณาเช่นเดียวกับบริษัท แต่มุ่งเน้นการใช้สื่อป้ายโฆษณาที่มีขนาดเล็ก เช่น City Vision, BTS City Vision, Fly Over Media , Grip Light, Pillars, และ Adshel เป็นต้น บริษัทได้ร่วมลงทุนกับบริษัท เคลียร์ ชาแนล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้ผลิตสื่อป้ายโฆษณาชั้นนำจากประเทศอังกฤษที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลานาน การร่วมทุนดังกล่าวทำให้บริษัทเรียนรู้แนวทางการพัฒนาและบริหารสื่อป้ายโฆษณา การนำเสนอสื่อป้ายโฆษณารูปแบบใหม่ๆ และ การนำเทคโนโลยีรูปแบบต่างๆ มาปรับปรุงและเสริมสร้างประสิทธิภาพให้กับสื่อป้ายโฆษณาที่บริษัทมี อีกทั้งยังสนับสนุนแนวคิดในการวางเครือข่ายประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อป้ายโฆษณา และ พัฒนาระบบการดำเนินงานของบริษัทให้มีความเป็นสากลเพิ่มขึ้น



**บริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (ประเทศไทย) จำกัด**

จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับงานผลิตภาพ

โฆษณาด้วยระบบคอมพิวเตอร์ อิงค์เจ็ท ปัจจุบันมีเครื่องผลิตภาพโฆษณาและงานพิมพ์ 3 ขนาด คือเครื่อง Vutek Printer 18 Dpi เครื่อง Salsa Printer 300 Dpi และ Vutek Printer 300-720 Dpi ซึ่งสามารถพิมพ์ภาพโฆษณานับวัสดุ 3 ประเภท คือ

- บนไวนิล (Vinyl) ซึ่งเป็นพลาสติกผสมกับสารประกอบอื่นๆ เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่น ทำให้สามารถรับแรงดึง และมีความแข็งแรงเพิ่มขึ้น เหมาะสำหรับภาพบนสื่อป้ายโฆษณาประเภท Billboard
- บน Sticker Vinyl เหมาะสำหรับสื่อป้ายโฆษณาประเภท Trivision
- บน Sticker Vinyl แบบบุรุษน เหมาะสำหรับการติดตั้งงานพิมพ์บนพื้นกระจก เช่น ผนังอาคารที่เป็นกระจก ประตูกระจก เป็นต้น

บริษัทได้ร่วมลงทุนกับบริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (เอ็ม) เอสดี เอ็น บีเอสดี จำกัด หนึ่งในผู้ดำเนินการผลิตภาพพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ทจากประเทศมาเลเซีย การร่วมลงทุนดังกล่าวทำให้บริษัทเรียนรู้เทคโนโลยีและแนวทางในการดำเนินธุรกิจการพิมพ์ภาพระบบอิงค์เจ็ท อาจกล่าวได้ว่า ในปี 2539 บริษัทเป็นหนึ่งในผู้ให้บริการสื่อป้ายโฆษณารายแรกๆ ที่นำเทคโนโลยีการพิมพ์ภาพระบบอิงค์เจ็ทมาใช้ผลิตภาพบนสื่อป้ายโฆษณา ซึ่งทำให้งานโฆษณาของบริษัทมีความสวยงาม สมจริง และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ตัวสินค้าของลูกค้าที่มาใช้บริการ

**บริษัท มาโก้ ไรท์ ซายน์ จำกัด**

จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจในการผลิตเกี่ยวกับอุปกรณ์ Trivision เพื่อส่งให้บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) และ Ritesign USA Inc. เพื่อใช้งานและจัดจำหน่ายต่อไปโดยบริษัทจะรับผิดชอบในการจัดจำหน่ายในตลาดเอเชีย ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ส่วน Ritesign USA Inc. จะรับผิดชอบตลาดในอเมริกา ยุโรป และตะวันออกกลาง การลงทุนในบริษัท มาโก้ ไรท์ ซายน์ จำกัด ทำให้บริษัทได้รับประโยชน์อย่างมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่บริษัทสามารถลดต้นทุนจากการนำเข้ากลไกการขับเคลื่อนระบบ Trivision จากต่างประเทศถึง 50 % ซึ่งจะเป็นการลดต้นทุนในส่วนของภาชนะนำเข้า ค่าบริการขนส่ง และค่าประกันภัย และอีกทั้งทำให้บริษัทได้รับโอกาสทางธุรกิจในการได้สิทธิในการจำหน่ายอุปกรณ์ Trivision แต่เพียงผู้เดียว

**บริษัท แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด**

จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินการธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการเช่าอาคารสำนักงาน ซึ่งจะทำให้บริษัทได้รับผลประโยชน์ เนื่องจากบริษัทเป็นผู้เช่าอาคารสำนักงานของ บริษัท แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ตั้งอยู่ริมถนนลาดพร้าว ซอยลาดพร้าว 19 บริษัทพิจารณาแล้วเห็นว่าการลงทุนที่ บริษัท แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด จะทำให้บริษัท ได้รับประโยชน์สำหรับการเช่าอาคารใหม่

**บริษัท เทค อะ ลูค จำกัด**

บริษัท เทค อะ ลูค จำกัด จัดตั้งขึ้นโดย บริษัท สามารถ อินโฟมีเดีย จำกัด และ บริษัท มาสเตอร์แอด จำกัด (มหาชน) เพื่อทำธุรกิจเกี่ยวกับสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะ LED Bill Board ซึ่งมีขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วยขนาด 131 ตารางเมตร ติดตั้งบริเวณลานด้านหน้า ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล เวิลด์ พลาซ่า

**2.3 โครงสร้างรายได้ (รองบการเงิน)**

โครงสร้างรายได้ของบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

(หน่วย : ล้านบาท)

	2550		2549		2548	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
รายได้จากการบริการ	373.94	76.33	417.41	74.74	380.00	68.26
รายได้จากการผลิต	87.10	17.78	103.70	18.57	133.77	24.02
รายได้จากการขายสินค้า	12.52	2.56	18.11	3.24	29.73	5.34
รายได้อื่นๆ	16.32	3.33	19.29	3.45	13.23	2.38
<b>รวมรายได้</b>	<b>489.88</b>	<b>100.00</b>	<b>558.51</b>	<b>100.00</b>	<b>556.73</b>	<b>100.00</b>

### 3. การประกอบธุรกิจของแต่ละกลุ่มธุรกิจ

#### ธุรกิจให้บริการ และผลิตสื่อป้ายโฆษณา

##### 3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัท คือ สื่อป้ายโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ที่มีความหลากหลายทั้งด้านรูปแบบ ขนาด สถานที่ติดตั้ง และ เทคนิคในการนำเสนอ เพื่อให้สามารถสนองความต้องการ สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน โดยมีจุดติดตั้งครอบคลุมพื้นที่ทั้งในย่านธุรกิจและแหล่งชุมชน ทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด

ในการประกอบธุรกิจมีรายได้ 2 รูปแบบ คือ การให้เช่าสื่อป้ายโฆษณา และการรับจ้างผลิตงานโฆษณา ซึ่งโดยส่วนใหญ่ลูกค้าที่ต้องการใช้สื่อโฆษณาของบริษัทต้องให้บริษัทเป็นผู้ผลิตภาพโฆษณาด้วย

การดำเนินธุรกิจ ดำเนินงานโดยบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) และ บริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด โดยมีการแบ่งขอบเขตของการดำเนินธุรกิจ จากขนาดพื้นที่ของสื่อป้ายโฆษณาเป็นหลัก บริษัทจะมุ่งเน้นผลิตสื่อป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ใช้พื้นที่มากกว่า 60 ตารางเมตร ในขณะที่ บริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด จะผลิตสื่อป้ายโฆษณาขนาดเล็กที่ใช้พื้นที่ต่ำกว่า 60 ตารางเมตร

สื่อป้ายโฆษณาแต่ละประเภทของบริษัท ก. บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ข. บริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด ค. บริษัท มาโก้ ไรท์ ซายน์ จำกัด และ ง.บริษัท เทค อะ ลูค จำกัด สามารถสรุปได้ดังนี้

##### ก. สื่อป้ายโฆษณาของบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน)

Billboard	สื่อป้ายโฆษณาภาพนิ่งริมถนนสายหลัก และทางด่วนชั้นที่ 1 และ 2
Trivision	สื่อป้ายโฆษณาภาพเคลื่อนไหวที่สามารถเสนอภาพได้ 3 ภาพใน 1 ป้าย
Railway Billboard	สื่อป้ายโฆษณาภาพนิ่งริมถนนสายชุมทางบางซื่อ – หลักสี่ ชุมทางบางเขน – หลักสี่ ชุมทางหลักสี่ – ดอนเมือง
Transit Link Media	สื่อโฆษณา ณ พื้นที่บริเวณทางเชื่อมต่อระหว่างรถไฟฟ้าใต้ดินสถานีสุขุมวิท กับรถไฟฟ้า BTS สถานีอโศก ประกอบด้วยสื่อหลากหลาย เช่น Column-Light box , Roof Ad , Escalator Ad เป็นต้น
Airport Express	สื่อโฆษณาประเภทเคลื่อนที่บนตัวรถโดยสารประจำทาง ที่วิ่งรับส่งผู้โดยสารจากสนามบินสุวรรณภูมิไปยังสถานที่สำคัญต่างๆในกรุงเทพฯ
IT Mall	สื่อโฆษณา In-Store Media ที่ศูนย์การค้า IT Mall ประกอบด้วยสื่อหลากหลายเช่น Banner , Pole Wrap , Escalator Ad เป็นต้น
Seacon Square	สื่อโฆษณา In-Store Media ที่ศูนย์การค้า Seacon Square ซึ่งเป็นศูนย์การค้าที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ตั้งอยู่บนเนื้อที่ 77 ไร่ ริมถนนศรีนครินทร์ ใกล้กับสวนหลวง ร.9 และสนามบินสุวรรณภูมิ ประกอบด้วยสื่อหลากหลายเช่น Banner Ad , Escalator Ad , Motion Screen เป็นต้น
Future Park Rangsit	สื่อโฆษณา In-Store Media ที่ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ Future Park Rangsit ประกอบด้วยสื่อหลากหลาย เช่น Motion Screen , Bench Ad, Escalator Ad เป็นต้น

**ข. สื่อป้ายโฆษณาของบริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด**

BTS City Vision	สื่อป้ายโฆษณา Trivision บริเวณเสาตอม่อใต้สถานีรถไฟฟ้า BTS
City Griplight Express	สื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งบริเวณตู้เก็บเงินทางด่วนชั้นที่ 1
BTS Walk Way	สื่อป้ายโฆษณาประเภทป้ายไฟ (Light Box) และป้ายภาพนิ่ง (Poster Stand) ติดตั้งบริเวณสถานีรถไฟฟ้า BTS สถานีสนามกีฬา และสถานีอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ
Fly Over Media	สื่อป้ายโฆษณาที่พัฒนารูปแบบขึ้นใหม่ ด้วยเทคโนโลยีพลิกเปลี่ยน 3 ภาพ ติดตั้งบริเวณเสาตอม่อสะพานข้ามแยกต่าง ๆ ที่ทั่วกรุงเทพฯ อาทิ ประตูน้ำ ราชเทวี รัชดา-ลาดพร้าว

**ค. ผลิตอุปกรณ์โทรทัศน์ของบริษัท มาโก้ ไรท์ ซายน์ จำกัด**

บริษัท มาโก้ ไรท์ ซายน์ จำกัด จะทำการผลิตอุปกรณ์โทรทัศน์เพื่อส่งให้บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไรท์ ซายน์ ยูเอสเอ อิงค์ จำกัด เพื่อใช้งานและจัดจำหน่ายต่อไป

**ง. สื่อป้ายโฆษณาของบริษัท เทค อะ ลูค จำกัด**

บริษัท เทค อะ ลูค จำกัด ให้บริการสื่อโฆษณาอิเล็กทรอนิกส์ ขนาดใหญ่ หรือ LED Billboard ติดตั้งบริเวณลานด้านหน้าห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล เวิลด์ พลาซ่า

**รายละเอียดของสื่อป้ายโฆษณาประเภทต่างๆ**

**ก. สื่อป้ายโฆษณาภายใต้การดำเนินงานของบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน)**

➢ **Billboard**

ประสิทธิภาพสูงสุดแห่งสื่อโฆษณากลางแจ้ง Billboard เป็นสื่อโฆษณากลางแจ้งที่ได้รับการพัฒนาให้มีความทันสมัย โดดเด่น ดึงดูดสายตาจากจุดติดตั้งป้ายโฆษณาในหลายพื้นที่ อาทิ บริเวณริมทางด่วน ริมถนนสายหลัก บริเวณย่านธุรกิจและแหล่งชุมชนทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ด้วยความหลากหลายของรูปแบบโครงสร้าง ช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้สินค้าที่ลงโฆษณาโดดเด่น สวยงาม ดึงดูดทุกสายตาผู้พบเห็น อันได้แก่ โครงสร้างเสาเดี่ยว (Monopole) โครงสร้างเสาคู่ (Double Column) โครงสร้างเหล็กฉากถักใยแมงมุม (Steel Truss) โครงสร้างอื่น ๆ ตามความต้องการของลูกค้า

ณ. วันที่ 31 ธันวาคม 2550 บริษัทมีโครงในรูปแบบ Billboard ภาพนิ่งที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจจำนวน 121 ป้าย จากสรุปผลดำเนินการโดยสามารถแบ่งตามจุดติดตั้งโครงได้ดังนี้

ร้อยละของพื้นที่โฆษณารวม

ริมถนนสายหลักในเขตกรุงเทพฯ, ทางด่วน	78
ริมถนนสายปริมณฑล	19
ริมถนนสายหลักในต่างจังหวัด	24
<b>รวม</b>	<b>121</b>

มีอัตราการใช้งานเฉลี่ยปี 2550 อยู่ที่ร้อยละ 59.87% ของโครง Billboard ทั้งหมด

➤ Trivision

Trivision เป็นสื่อป้ายโฆษณาที่ได้รับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีจาก Billboard เพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการนำเสนอ โดยสามารถนำเสนอภาพนิ่ง 3 ภาพใน 1 ป้าย ซึ่งจากการวิจัยพบว่าสามารถดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าป้ายที่นำเสนอภาพนิ่ง 1 ป้าย ถึง 4 เท่า

Trivision เป็นสื่อป้ายโฆษณาที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และได้มีการพัฒนาขนาดและรูปแบบให้มีความแตกต่างกัน เพื่อให้สามารถติดตั้ง และดึงดูดสายตาในกลุ่มเป้าหมายบริเวณต่าง ๆ

บริษัทได้รับสิทธิให้เป็นตัวแทนจำหน่ายและให้บริการสื่อป้ายโฆษณา Trivision ของบริษัท Prisma Sign Technology จำกัด แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ซึ่งบริษัทดังกล่าวมีความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ผลิตสื่อป้ายโฆษณาระบบ Trivision จากประเทศสวีเดน ทั้งนี้ในสิทธิดังกล่าว เป็นการร่วมมือกันทางธุรกิจ มิได้มีข้อตกลงในการแบ่งผลประโยชน์หรือการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมแต่อย่างใด ในส่วนการเป็นตัวแทนจำหน่ายนั้นที่ผ่านมามีรายได้เป็นสัดส่วนน้อยและปัจจุบันบริษัทไม่ได้มีรายได้ในส่วนดังกล่าว ป้ายโฆษณา Trivision ที่ Prisma Sign ได้จัดทำขึ้นเป็นป้ายแรกติดตั้งในปี พ.ศ. 2537 และยังสามารถใช้งานได้จนถึงทุกวันนี้ ทำให้สามารถถือได้ว่างานของบริษัทมีคุณภาพและความน่าเชื่อถือในระดับสากล

นอกจากนี้บริษัท ยังได้มีการจัดตั้ง บริษัท มาโก้ โรทีชายนท์ จำกัด เพื่อผลิตสื่อป้ายโฆษณา Trivision สำหรับใช้งานภายในประเทศ และส่งไปจำหน่ายยังภูมิภาคเอเชีย ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ด้วย

ปัจจุบันสื่อป้ายโฆษณา Trivision มีการติดตั้งบริเวณหน้าอาคารคลังสินค้า ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ ริมถนนสายหลักทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด รวมทั้งมีการให้บริการขายขาดให้แก่ลูกค้าเพื่อใช้สำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สินค้าและบริการบริเวณพื้นที่ของลูกค้าเอง

ณ. วันที่ 31 ธันวาคม 2550 บริษัทมีโครง Trivision ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจจำนวน 100 ป้าย ซึ่งสามารถแบ่งตามจุดติดตั้งโครงได้ดังนี้

	ร้อยละของพื้นที่โฆษณารวม
ริมถนนสายหลักในเขตกรุงเทพฯ, ทางด่วน	88
ริมถนนสายปริมณฑล	12
ริมถนนสายหลักในต่างจังหวัด	-
รวม	100

มีอัตราการใช้งานเฉลี่ยปี 2550 อยู่ที่ ร้อยละ 70.68% ของโครง Trivision ทั้งหมด

➤ Railway Billboard

Railway Billboard เป็นโครงการบริเวณเสาโพลลริมถนนวิภาวดีรังสิต รับสายตาผู้ใช้รถใช้ถนนบริเวณถนนวิภาวดี-รังสิตและดอนเมืองโทลเวย์ และเพิ่มความโดดเด่นให้กับป้ายโฆษณาด้วยโครงสร้างเสาเดี่ยว Monopole รูปแบบ V-Shape จึงเชื่อมั่นได้ในประสิทธิภาพทางการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างดี สามารถนำเสนอภาพโฆษณาได้ทั้งในรูปแบบ Trivision และ Static

➢ Transit Link Media

สื่อโฆษณา ณ พื้นที่บริเวณทางเชื่อมต่อระหว่างรถไฟฟ้าใต้ดินสถานีสุขุมวิท กับรถไฟฟ้า BTS สถานีอโศก ต้อนรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักศึกษา คนทำงาน นักธุรกิจ ประกอบด้วยสื่อ light box และ sticker wrap ตามจุดต่างๆ ในบริเวณทางเชื่อมต่อ ได้แก่

- Column-Light box (N) Ad สื่อโฆษณาประเภทกล่องไฟ และ sticker wrap ติดตั้งอยู่บริเวณบรรไดเลื่อน สื่อมีขนาด 3.34 X 1.7 เมตร รวมพื้นที่ 5.68 ตารางเมตร Column-Light box (S) Ad สื่อโฆษณาประเภทกล่องไฟ และ sticker wrap ติดตั้งอยู่บริเวณมุมทางเดิน ด้านฝั่งถนนสุขุมวิท สื่อมีขนาด 3.34 X 1.7 เมตร รวมพื้นที่ 5.68 ตารางเมตร
- Column-Light box (M) Ad สื่อโฆษณาประเภทกล่องไฟ และ sticker wrap ติดตั้งอยู่บริเวณมุมทางเดิน ด้านฝั่งถนนสุขุมวิท สื่อมีขนาด 3.34 X 1.7 เมตร รวมพื้นที่ 5.68 ตารางเมตร
- Roof Ad. สื่อโฆษณาประเภท Sticker Wrap ติดตั้งอยู่บริเวณเพดานของทางเชื่อมต่อ สื่อมีขนาด 5.60 X 5.20 เมตร รวมพื้นที่ 22.96 ตารางเมตร
- Low Bulkhead Ad สื่อโฆษณาประเภท Sticker Wrap มีลักษณะคล้าย Banner ติดตั้งอยู่บริเวณพื้นที่ด้านข้างระหว่างบันไดเลื่อนทั้งสอง สื่อมีขนาด 1.20 X 4.40 เมตร รวมพื้นที่ 5.28 ตารางเมตร
- Top Bulkhead Ad สื่อโฆษณาประเภท Sticker Wrap มีลักษณะคล้าย Banner ติดตั้งอยู่บริเวณพื้นที่ด้านบนเหนือบันไดเลื่อน สื่อมีขนาด 1.20 X 4.40 เมตร รวมพื้นที่ 5.28 ตารางเมตร
- Ceiling Ad สื่อโฆษณาประเภท Sticker Wrap ติดตั้งอยู่บริเวณเพดานเหนือบันไดเลื่อน สื่อมีขนาด 9.42 X 4.20 M รวมพื้นที่ 39.56 ตารางเมตร
- Ramp Ad สื่อโฆษณาประเภท Light box ติดตั้งอยู่บริเวณ BTS ramp สื่อมีขนาด 0.9 X 8.37 เมตร รวมพื้นที่ 7.53 ตารางเมตร

➢ Airport Express

สื่อโฆษณา Airport Express เป็นสื่อโฆษณาประเภทเคลื่อนที่บนตัวรถโดยสารประจำทาง ที่วิ่งรับส่งผู้โดยสารจากสนามบินสุวรรณภูมิไปยังสถานที่สำคัญต่างๆ ในกรุงเทพฯ โดยรถดังกล่าวจะวิ่งให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลาตั้งแต่ตี 5 ถึงเที่ยงคืน

➢ Instore Media

เป็นสื่อที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ซึ่งประกอบด้วยห้างสรรพสินค้าดังต่อไปนี้

1. IT MALL

IT MALL เป็นสื่อ In-Store Media ที่ศูนย์การค้า IT Mall ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจกลางใจเมือง ประกอบด้วยสื่อหลากหลายประเภททั้งภายใน และภายนอก โดยจุดติดตั้งสื่อทุกจุดล้วนแต่อยู่ในตำแหน่ง Prime Location โดดเด่น สะดุดตา ทรงอนุภาพในการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมก้าวซื้อ และด้วยตำแหน่งของการติดตั้งสื่อที่แปลกใหม่ ช่วยเสริมให้งานโฆษณามีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น มีคุณลักษณะเด่น คือ

- มีจุดติดตั้งที่เด่น สะดุดตา อยู่ในตำแหน่ง Prime Location
- ศูนย์การค้า IT Mall ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจกลางใจเมือง มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักและยอมรับ เป็นอันดับที่ 2 ของประเทศ
- เจาะกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน คือกลุ่มผู้ชาย ชอบเทคโนโลยี โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์

- การรับประกันภาพพิมพ์ เมื่อเกิดความเสียหาย (ตลอดอายุสัญญาการเช่าสื่อโฆษณา หรือไม่เกิน 1 ปี)
- ศูนย์รับแจ้งปัญหาและตรวจสอบสภาพป้าย พร้อมทีมงานให้บริการ 24 ชม.
- สามารถสร้างสรรค์งานโฆษณาได้หลายรูปแบบ เช่น Mock up, Pop up  
IT MALL มีสื่อที่หลากหลาย ดังนี้

➢ **Banner**

สื่อโฆษณากลางแจ้ง ในรูปแบบป้ายโฆษณาบนผนังอาคาร พื้นที่โฆษณาขนาด 11.6 x 9 เมตร รวมพื้นที่ 104.4 ตารางเมตร (ต่อป้าย) จำนวน 3 ป้าย รวมพื้นที่โฆษณาทั้งหมด 313.2 ตารางเมตร (สามารถผลิตชิ้นงานโฆษณายาวต่อเนื่อง 3 ป้าย ให้เป็นป้ายใหญ่ป้ายเดียวได้) พิมพ์ด้วยระบบอิงค์เจท ลงบน Import Vinyl (720 dpi) ติดตั้งบริเวณผนังอาคาร ศูนย์การค้า IT Mall ฝั่งด้านซ้าย

➢ **Pole Wrap**

สื่อโฆษณาภายในอาคาร บริเวณเสาข้างบันไดเลื่อน ศูนย์การค้า IT Mall พื้นที่โฆษณาขนาด 2 x 17 เมตร รวมพื้นที่ 34 ตารางเมตร (ต่อป้าย) จำนวน 2 ป้าย รวมพื้นที่โฆษณาทั้งหมด 68 ตารางเมตร พิมพ์ด้วยระบบอิงค์เจท ลงบน PVC Sticker (720 dpi) ติดตั้งบริเวณเสาข้างบันไดเลื่อนศูนย์การค้า IT Mall ตั้งแต่ชั้น 1 ถึงชั้น 4

➢ **Escalator Ad**

สื่อโฆษณาภายในอาคาร บริเวณบันไดเลื่อนศูนย์การค้า IT Mall ติดตั้ง ตั้งแต่ชั้น 1 ถึงชั้น 4 ภาพพิมพ์ด้วยระบบอิงค์เจท ลงบน PVC Sticker และ PVC Sticker coated Laminate Grade A (720 dpi) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- (1) ด้านข้างบันไดเลื่อน พื้นที่โฆษณาขนาด 1.2 x 6.16 เมตร รวมพื้นที่ 7.4 ตารางเมตร (ต่อป้าย) จำนวน 6 ป้าย รวมพื้นที่โฆษณาทั้งหมด 44.5 ตารางเมตร
- (2) ขอบข้างด้านในบันไดเลื่อน พื้นที่โฆษณาขนาด 0.11 x 11.5 เมตร รวมพื้นที่ 1.25 ตารางเมตร (ต่อป้าย) จำนวน 12 ป้าย รวมพื้นที่โฆษณาทั้งหมด 15 ตารางเมตร
- (3) ใต้ห้องบันไดเลื่อน พื้นที่โฆษณาขนาด 12.97 x 1.58 เมตร รวมพื้นที่ 20.5 ตารางเมตร (ต่อป้าย) จำนวน 6 ป้าย รวมพื้นที่โฆษณาทั้งหมด 123 ตารางเมตร
- (4) พื้นทางขึ้น-ลงบันไดเลื่อน พื้นที่โฆษณารูปแบบครึ่งวงกลมขนาด 1.6 x 3.2 เมตร รวมพื้นที่ 5.12 ตารางเมตร (ต่อป้าย) จำนวน 14 ป้าย รวมพื้นที่โฆษณาทั้งหมด 70 ตารางเมตร

➢ **Building Wrap**

Building Wrap เป็นสื่อโฆษณากลางแจ้ง ในรูปแบบ Wrap ผนังอาคาร พื้นที่โฆษณาขนาด 72 x 38 เมตร รวมพื้นที่ 2,736 ตารางเมตร ติดตั้งบริเวณอาคารสำนักงานซีพี ทาวเวอร์ 2 (CP Tower 2) ถนนรัชดาภิเษก - ถนนพระราม 9 รัชมุมมองจากทั้ง 2 ถนน

ภาพโฆษณาพิมพ์ด้วยระบบอิงค์เจท ลงบนซีทรู สติกเกอร์ 720 ดีพีไอ ( See Through Sticker 720 dpi)

## 2. Seacon Square

เป็นศูนย์การค้าที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ตั้งอยู่บนเนื้อที่ 77 ไร่ ริมนถนนศรีนครินทร์ ใกล้กับสวนหลวง ร.9 และสนามบินนานาชาติใหม่ ของกรุงเทพฯ (สนามบินสุวรรณภูมิ) ติดกับโรงแรมศรีนครินทร์ ปรีนเซส เครือโรงแรมดุสิตธานี ซึ่งนับได้ว่าเป็นแหล่งชุมชน ที่มีผู้คนอาศัยอยู่มากและหลากหลาย Life style โดยมีลักษณะเป็น single mall สูง 5 ชั้น และมีชั้นใต้ดินอีก 2 ชั้น มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 500,000 ตารางเมตร พื้นที่ร้านค้า 200,000 ตารางเมตร มีที่จอดรถกว่า 7,000 คัน

สื่อโฆษณาใน Seacon Square ประกอบด้วยสื่อโฆษณา รูปแบบต่างๆ ดังนี้

- Escalator Ad สื่อโฆษณาในรูปแบบของ Sticker Wrap (PCV Sticker or See Thru Sticker) ติดตั้งบริเวณกระจกข้างบันไดเลื่อนบริเวณ ลานกิจกรรม และ บริเวณทางเข้าหลักของศูนย์การค้า
- Bench AD สื่อโฆษณาในรูปแบบเก้าอี้นั่ง ขนาดพื้นที่รวม 3.5 ตารางเมตร ต่อตัว ติดตั้งอยู่ตามทางเดิน บริเวณโรงภาพยนตร์ EGV ชั้น 4
- Motion Screen สื่อโฆษณารูปแบบใหม่ ที่ทำให้ภาพนิ่งมีการเคลื่อนไหวได้ เมื่อผู้ชมเคลื่อนที่ ด้วยเทคโนโลยีในการพิมพ์ภาพลงบนวัสดุพิเศษ (Lambda Print ) พื้นที่สื่อ 0.65 เมตร. x 2.3 เมตร รวมพื้นที่ 1.5 ตารางเมตร ติดตั้งอยู่บริเวณจุดนั่งพักของทางเดินหลัก

### 3. Future Park Rangsit

สื่อโฆษณา In-Store Media ที่ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่สุดในย่านรังสิต จะะกลุ่มเป้าหมาย นักศึกษา และ ครอบครัวคนรุ่นใหม่ ประกอบด้วยสื่อในรูปแบบต่างๆ ดังต่อไปนี้

- Escalator Ad สื่อโฆษณาในรูปแบบของ Sticker Wrap (PCV Sticker or See Thru Sticker) ติดตั้งบริเวณกระจกข้างบันไดเลื่อนในบริเวณ ลานกิจกรรม และ บริเวณทางเข้าหลักของศูนย์การค้า
- Lift Ad สื่อโฆษณาในรูปแบบ Sticker Wrap บริเวณพื้นที่ด้านหน้าลิฟท์ในบริเวณชั้น G และ ชั้น 3
- Gateway Ad สื่อโฆษณาในรูปแบบซุ้มบริเวณหน้าประตูทางเข้าหลังของศูนย์การค้า ซึ่งลูกค้าสามารถออกแบบ ซุ้มประตูได้หลากหลายตามความคิดสร้างสรรค์และ ความเหมาะสมกับสินค้าของตน พื้นที่สื่อมาตรฐาน คือ 3.5 x 7.5 เมตร
- Motion Screen สื่อโฆษณารูปแบบใหม่ ที่ทำให้ภาพนิ่งดูเหมือนมีการเคลื่อนไหวได้ เมื่อผู้ชมเคลื่อนที่ ด้วยเทคโนโลยีในการพิมพ์ภาพลงบนวัสดุพิเศษ (Lambda Print ) พื้นที่สื่อ 0.65 เมตร. x 2.3 เมตร รวมพื้นที่ 1.5 ตารางเมตร ติดตั้งอยู่บริเวณจุดนั่งพักของทางเดินหลัก

### 4. Fashion Island

ศูนย์การค้าแฟชั่นไอส์แลนด์ เป็นแหล่งรวบรวมความสุขของทุกคนครบถ้วน บนเนื้อที่ 100 ไร่ พื้นที่ใช้สอย 350,000 ตารางเมตร ประกอบไปด้วย ห้างสรรพสินค้า ROBINSON , BIC C , HOMEPRO , SPORT WORLD , MAJOR (โรงภาพยนตร์ 11 โรง, BOWLING 16 เลน , 13 ห้องKARAOKE) , B2S , CENTRAL POWER CENTER , FITNESS FIRST , ศูนย์อาหาร (Food Island) พร้อมร้านค้าชั้นนำ มากกว่า 300 ร้านค้า ที่จอดรถกว่า 5,500 คัน ภายใต้การออกแบบที่ทำให้เกิดความรู้สึกสดชื่นตามแบบฉบับ ของ Tropical ด้วยหลังคา Fabric Roof ทำให้สัมผัสได้ถึงบรรยากาศที่สดใสและความตระการตา ภายใต้สีสันต่างๆ ของร้านค้า

ประกอบด้วยสื่อในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

- Escalator Ad สื่อโฆษณาในรูปแบบของ Sticker Wrap (PCV Sticker or See Thru Sticker) ติดตั้งบริเวณกระจกข้างบันไดเลื่อนในบริเวณ ทางเข้าหลักของศูนย์การค้า
- Lift Ad สื่อโฆษณาในรูปแบบ Sticker Wrap บริเวณพื้นที่ด้านหน้าลิฟท์ในบริเวณ GF, 1F,2 F, 3 F
- Bench AD สื่อโฆษณาในรูปแบบเก้าอี้นั่ง ขนาดพื้นที่รวม 3.5 ตารางเมตร ต่อตัว กระจายอยู่ในบริเวณทางเดินหลักของชั้น 1 , 2 และ 3



**ข. สื่อป้ายโฆษณาภายใต้การดำเนินงานของบริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด**
**➢ BTS City Vision**

BTS City Vision เป็นสื่อป้ายโฆษณาในรูปแบบ Trivision ขนาด 4.00 x 2.00 เมตร ติดตั้งในระดับสายตา สูงจากพื้นถนน 1 เมตร บริเวณเสาต่อม่อใต้สถานีรถไฟฟ้า BTS จำนวน 20 สถานี ยกเว้นสถานีตากสินเนื่องจาก ลักษณะของสถานีที่ไม่เอื้ออำนวย รวมจุดติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาทั้งสิ้น 188 จุด บริษัทเป็นผู้ประกอบการรายเดียวที่ได้รับอนุญาตให้ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาบริเวณเสาต่อม่อใต้สถานีรถไฟฟ้าทุกสถานี เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 9 ปี มีอัตราการใช้งานอยู่ที่ร้อยละ 84.52%

**➢ Grip Light**

Grip Light เป็นสื่อป้ายโฆษณาที่กรอบทำด้วยอลูมิเนียม และป้ายด้านหลังประกอบด้วยแผ่นพลาสติก ประกบกับแผ่นอะคริลิกซึ่งอยู่ด้านหน้า โดยมีภาพโฆษณาซึ่งพิมพ์ลงบนไวเนลแบบโปร่งแสงคั่นกลาง ทำให้ภาพโฆษณาสวยงามเหมือนจริง ดังนี้

- Grip Light Express ขนาดป้าย 0.84 x 0.84 เมตร ติดตั้งบริเวณตู้เก็บเงินทางด่วนชั้นที่ 1 จำนวน 15 ด้าน 79 ตู้

**➢ BTS Walk Way**

BTS Walk Way เป็นสื่อป้ายโฆษณาในรูปแบบ Street Furniture ติดตั้งบริเวณทางเดินเชื่อมต่อน บริเวณสถานีรถไฟฟ้า BTS สถานีอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และสถานีสนามกีฬาแห่งชาติ สามารถนำเสนอได้ 3 รูปแบบ คือ

- City Vision ติดตั้งบริเวณทางเดินเชื่อมต่อนสถานีรถไฟฟ้า BTS สถานีอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ จำนวน 4 ป้าย และ สถานีสนามกีฬาแห่งชาติ จำนวน 4 ป้าย ขนาดป้าย 3.5 x 1.5 เมตร แนวตั้ง
- Light Box ติดตั้งบริเวณทางเดินเชื่อมต่อนสถานีรถไฟฟ้า BTS สถานีอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ จำนวน 36 ป้าย และ สถานีสนามกีฬาแห่งชาติ จำนวน 24 ป้าย ขนาดป้ายมี 2 ขนาด ได้แก่ ขนาด 1.20 x 2.90 เมตร และขนาด 1.2 x 2.80 เมตร (แนวนอน)
- Poster Stand ติดตั้งบริเวณทางเดินเชื่อมต่อนสถานีรถไฟฟ้า BTS สถานีอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ จำนวน 24 ป้าย และ สถานีสนามกีฬาแห่งชาติ จำนวน 6 ป้าย ขนาดป้าย 1.80 x 1.20 เมตร ตั้งสูงจากพื้น 50 ซม. (แนวตั้ง)

**➢ Flyover Media**

เป็นสื่อโฆษณาที่พัฒนารูปแบบขึ้นใหม่ สามารถสะกดทุกสายตากลุ่มเป้าหมายด้วยไตรวิชชั่นพลิกเปลี่ยน 3 ภาพ สร้างความน่าสนใจและสร้างสีสันให้เส้นทางคมนาคมสายหลักทั่วกรุงเทพมหานครได้เป็นอย่างดีรับสายตาทั้งกลุ่มเป้าหมาย ที่สัญจรไปตามท้องถนนและทางเท้า สะดุดสายตาผู้พบเห็น ปัจจุบันติดตั้งแล้วเสร็จ 120 ป้าย บริเวณเสาต่อม่อสะพานข้ามแยกต่าง ๆ ทั่วกรุงเทพฯ ได้แก่

	จำนวน (ป้าย)
สะพานข้ามแยกราชเทวี	8
สะพานข้ามแยกประตูน้ำ	8
สะพานข้ามแยกศรีอยุธยา-ราชปรารภ	9
สะพานข้ามแยกจตุจักร	25
สะพานข้ามแยกรัชดา-ลาดพร้าว	18
สะพานข้ามแยกประดิษฐ์มนูธรรม-ลาดพร้าว	7
สะพานข้ามแยกประดิษฐ์มนูธรรม-เกษตร-สุขาภิบาล	4

สะพานข้ามแยกศรีนครินทร์ - อ่อนนุช	12
สะพานข้ามแยกศรีนครินทร์ - พัฒนาการ	10
สะพานข้ามแยกศรีนครินทร์ - อุดมสุข	10
สะพานข้ามแยกยมราช	9
<b>รวม</b>	<b>120</b>

Flyover Media ของบริษัท ปัจจุบันมีอัตราการใช้งานอยู่ที่ ร้อยละ 62.98% ของป้าย Flyover Media ทั้งหมด

### ค. ผลิตอุปกรณั้ไตรวิชั่นภายใต้การดำเนินงานของบริษัท มาโก้ ไรท์ ซายน์ จำกัด

บริษัท มาโก้ ไรท์ ซายน์ จำกัด จะทำการผลิตอุปกรณ์บนพื้นที่โรงงานผลิตภาพของบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) บริเวณถนนวิภาวดี-รังสิต ซึ่งสามารถดำเนินการประกอบอุปกรณ์ไตรวิชั่นได้ตั้งแต่ต้นปี 2547 โดยมีกำลังการผลิตไม่ต่ำกว่า 8,000 ตารางเมตรต่อปี และในปีต่อไปจะมีการเพิ่มกำลังการผลิตขึ้นเป็น 100,000 ตารางเมตร และหากกำลังการผลิตเพิ่มมากขึ้น บริษัท มาโก้ ไรท์ ซายน์ จำกัด จะดำเนินการขยายโรงงานออกไปอีก ซึ่งผู้บริหารได้เตรียมแผนสำหรับขยายโรงงานรองรับไว้เรียบร้อยแล้ว

### ง. สื่อป้ายโฆษณาภายใต้การดำเนินงานของบริษัท เทค อะ ลูค จำกัด

LED Board เป็นสื่อป้ายโฆษณาในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ขนาด 10.56 เมตร x 12.48 เมตร รวมพื้นที่การแสดงผลทั้งสิ้น 131.78 ตารางเมตร ติดตั้งพื้นที่แรก คือ ลานด้านหน้าเซ็นทรัลเวสต์พลาซ่า แยกราชประสงค์ ด้วยความทันสมัยของเทคโนโลยีการผลิต จึงทำให้จอภาพแสดงผลได้อย่างชัดเจนทั้งในเวลากลางวันและเวลากลางคืนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในรูปแบบของข่าวเหตุการณ์ปัจจุบัน รายงานผลกีฬาล่าสุด ภาพยนตร์ ดนตรี รายการบันเทิงรูปแบบต่างๆ และที่สำคัญการร่วมเล่นเกมแบบ Interactive ความบันเทิงแนวใหม่

## 3.2 การตลาดและการแข่งขัน

### 3.2.1 กลยุทธ์การแข่งขัน

แนวทางที่บริษัทให้ความสำคัญในการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน มีดังต่อไปนี้

- การหาพื้นที่ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ  
พื้นที่ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญสูงในการที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการบริษัทจึงให้ความสำคัญในเรื่องการสรรหาและกำหนดพื้นที่ติดตั้งเป็นอย่างมาก โดยมีการทำการวิจัยอย่างละเอียดถึงปริมาณความหนาแน่นของชุมชนในแต่ละพื้นที่ ปริมาณความหนาแน่นของการจราจร จากการศึกษาจุดติดตั้งป้ายโฆษณากระจายอยู่เป็นจำนวนมาก ตลอดสองข้างทางด่วนยกระดับชั้นต่างๆ รวมไปถึงป้ายโฆษณาทั้งขนาดกลาง และขนาดใหญ่ บริเวณถนนมอเตอร์เวย์ มุ่งสูงสนามบินแห่งชาติสุวรรณภูมิ  
นอกจากนี้บริษัทยังมีการขยายจุดติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาไปยังพื้นที่ชานเมืองและในต่างจังหวัดเพิ่มขึ้นเนื่องจากปัจจุบันมีการขยายตัวของชุมชนเมือง การกระจายตัวของชุมชน ซึ่งการขยายตัวของชุมชนจะนำไปสู่การเติบโตของธุรกิจสื่อป้ายโฆษณา ปัจจุบันบริษัทมีจุดติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาในพื้นที่ต่างจังหวัดโดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดที่เป็นแหล่งธุรกิจ หรือแหล่งท่องเที่ยว เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต ชลบุรี เป็นต้น ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี
- การให้ความสำคัญในเรื่องของเทคโนโลยี และการเพิ่มประเภทสื่อป้ายโฆษณา  
บริษัท ให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของสื่อป้ายโฆษณาที่มีอยู่ รวมทั้งสร้างสื่อป้ายโฆษณาประเภทอื่นๆ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้า โดยมีการศึกษาเทคโนโลยีต่างๆ จากสื่อป้ายโฆษณาของ

ต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ ทั้งจากการศึกษานิตยสารด้านโฆษณาชั้นนำในต่างประเทศ และการส่งทีมงานไปศึกษาดูงานสื่อป้ายโฆษณาต่างประเทศ เพื่อนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เหมาะสม

นอกจากนี้ การร่วมทุนของบริษัทกับบริษัท เคลียร์ ชาแนล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้นำทางด้านสื่อป้ายโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยจากประเทศอังกฤษ ในการจัดตั้งบริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ในเรื่องของเทคโนโลยี ในการนำมาสร้างความน่าสนใจให้กับสื่อป้ายโฆษณา และการเพิ่มประเภทสื่อป้ายโฆษณา เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับเจ้าของสินค้าได้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด

- การผลิตงานที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า
 

บริษัทตระหนักว่างานที่มีคุณภาพ จะสามารถสร้างความไว้วางใจที่ดีกับลูกค้า และก่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจต่อเนื่อง บริษัทจึงให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของชิ้นงานเป็นอย่างมาก โดยมีบริษัทในเครือที่ทำหน้าที่ในการผลิตภาพโฆษณา ซึ่งทำให้สามารถควบคุมคุณภาพของงานได้อย่างใกล้ชิด สำหรับในบางชิ้นงานที่ได้มีการจ้างบริษัทอื่น ๆ ให้ทำการผลิต บริษัทมีฝ่ายผลิตโฆษณาทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพของชิ้นงานทั้งในเรื่องของ สี รูปแบบ ให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า
- การร่วมงานกับผู้ร่วมงาน (Partner) ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ
 

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

  - บริษัท เคลียร์ ชาแนล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้นำทางด้าน Out of Home Media จากประเทศอังกฤษ ด้วยการร่วมทุนในการก่อตั้งบริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด เพื่อให้บริการด้านสื่อป้ายโฆษณากลางภายนอกที่อยู่อาศัย
  - บริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (ประเทศมาเลเซีย) จำกัด ด้วยการร่วมทุนในการก่อตั้งบริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (ประเทศไทย) จำกัด ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีในเรื่องของการพิมพ์ภาพโฆษณาขนาดใหญ่ ซึ่งสามารถรองรับงานพิมพ์ได้ทั้งในรูปแบบ In door และ Out door
- SFX Sports Group ได้แต่งตั้งบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ให้เป็นผู้ดูแลสิทธิประโยชน์ของนักกีฬา เทนนิสหญิงขวัญใจชาวไทย “แทมมารีน ธนสุกาญจน์” แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย โดยสิทธิประโยชน์นี้ครอบคลุมตั้งแต่การจัดหาผู้สนับสนุนพื้นที่โฆษณาบนเครื่องแต่งกายนักกีฬา ไปจนถึงการเป็นพรีเซนเตอร์งานโฆษณาประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ
- การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า
 

บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) เน้นการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการให้บริการที่มีคุณภาพ รวดเร็ว และตรงตามสัญญาที่ได้ทำไว้กับลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจและมอบความรู้สึกที่อบอุ่นให้กับลูกค้า บริษัท เตรียมพร้อมในการสร้างสรรค์กิจกรรมดี ๆ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ที่ดีแก่ลูกค้า กับกิจกรรมพิเศษมากมายภายในโครงการ MACO VIP Club มอบให้สำหรับลูกค้าของบริษัท อย่างต่อเนื่อง เพื่อต่อยอด Brand และสร้างความเป็นหนึ่งในใจลูกค้าตลอดไป

### 3.2.2 ลักษณะลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าของบริษัทสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ตามลักษณะการติดต่อ ดังนี้

(1) ลูกค้าประเภทบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency)

คือ บริษัทตัวแทนโฆษณา ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการในการติดต่อให้บริษัทเป็นผู้ผลิตและติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการของลูกค้าของตนเอง

(2) ลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรง (Non Agency)

คือ บริษัท ห้างร้านเอกชน รวมถึงองค์กรของรัฐบาลและรัฐวิสาหกิจทั่วไป ที่เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ ซึ่งเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือบริการโดยตรง ลูกค้าลักษณะนี้จะติดต่อกับบริษัทโดยไม่ผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณา เพื่อให้บริษัทเป็นผู้ผลิตและติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาตามรายละเอียดและรูปแบบที่ได้ตกลงกัน

ปี 2550 บริษัทมีลูกค้าที่เป็นตัวแทนบริษัทโฆษณาจำนวน 47 ราย คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 32 ของยอดขายรวม และมีลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรง 123 ราย คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 68 ของยอดขายรวม

สัดส่วนลูกค้ารายใหญ่ 10 รายแรกต่อรายได้รวมในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาสามารถสรุปได้ดังนี้

	ปี2550	ปี2549	ปี2548	ปี2547
สัดส่วนรายได้ลูกค้า 10 รายแรกต่อรายได้รวม (%)	34.46	37.95	39.40	46.29

ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทไม่มีสัดส่วนการขายให้แก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวมในปีนั้น ๆ

### 3.2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ในการจำหน่ายสื่อป้ายโฆษณาของบริษัท สามารถสรุปช่องทางการจำหน่ายได้ดังนี้

- ผ่านพนักงานขายของบริษัท บริษัทจะติดต่อกับลูกค้าที่มีศักยภาพในการใช้สื่อป้ายโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย เพื่อเสนอทางเลือกในการประชาสัมพันธ์สินค้าของลูกค้า และเป็นการแนะนำบริษัทต่อลูกค้า โดยบริษัทมีการจัดทำเอกสารประกอบการขาย ซึ่งอธิบายรายละเอียดโดยเบื้องต้นของสื่อป้ายโฆษณาประเภทต่างๆ เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลสู่กลุ่มลูกค้าเป็นไปอย่างสมบูรณ์ ถูกต้องและง่ายต่อการตัดสินใจ

(1) ผ่านสื่อป้ายโฆษณาของบริษัท เนื่องจากสื่อป้ายโฆษณาของบริษัทอยู่ภายนอกที่อยู่อาศัย จึงสามารถจัดเป็นช่องทางการจำหน่ายของบริษัทได้อีกทางหนึ่ง ลูกค้าของบริษัทโดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ติดต่อกับบริษัทจากการพบเห็นสื่อป้ายโฆษณาของบริษัท ซึ่งได้มีการระบุชื่อบริษัทและเบอร์โทรศัพท์ไว้

(2) ผ่านการเผยแพร่ข้อมูลบริษัทผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่

- เว็บไซต์ของบริษัท บริษัทมีการจัดทำเว็บไซต์ [www.masterad.com](http://www.masterad.com) เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร และสินค้าของบริษัท เพื่อให้ลูกค้าสามารถทราบถึงข้อมูลเบื้องต้นของบริษัทได้
- การจัดทำ Web Link เพื่อเชื่อมโยง Website ของบริษัท กับ Website ที่ได้รับความนิยมทั้งในและต่างประเทศ
- สื่อทางอิเล็กทรอนิกส์
- สื่อทางสิ่งพิมพ์ต่างๆ
- การลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์รายวัน
- การลงโฆษณาในหนังสือ The Advertising

- การลงโฆษณาในหนังสือของสมาคมป้ายโฆษณากลางแจ้ง
- การจัดทำวารสารรายไตรมาสของบริษัท เพื่อเผยแพร่สื่อโฆษณาของบริษัทสู่กลุ่มลูกค้าของบริษัทกว่า 2,000 ราย

ช่องทางการจัดจำหน่ายเหล่านี้ มีการจัดการบริหารงานอย่างมีระบบ เพื่อประโยชน์ในการจำหน่ายสื่อป้ายโฆษณาของบริษัทเป็นสำคัญ โดยภายหลังจากการได้รับการติดต่อจากลูกค้า ส่วนลูกค้าสัมพันธ์จะสอบถามความต้องการของลูกค้าในเบื้องต้น และจัดส่งลูกค้าให้กับฝ่ายการตลาด ซึ่งมีประสบการณ์ในการเสนอสื่อป้ายโฆษณาเป็นผู้ดำเนินการประสานงานติดตามดูแลลูกค้าต่อไป

### 3.2.4 นโยบายราคา

ในการกำหนดราคาการใช้บริการสื่อป้ายโฆษณาและการผลิตงานสื่อป้ายโฆษณา บริษัทมีนโยบายกำหนดราคาโดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

- (1) จุดติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา เนื่องจากจุดติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาส่วนใหญ่ของบริษัทอยู่ใน prime area มีความหนาแน่นของชุมชนมาก ทำให้บริษัทสามารถกำหนดราคาค่าเช่าสื่อป้ายโฆษณาในอัตราที่สูงได้
- (2) ต้นทุนการเช่าสถานที่ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา และต้นทุนการก่อสร้างสื่อป้ายโฆษณานั้นๆ จะมีผลต่อการกำหนดราคาค่าใช้บริการสื่อป้ายโฆษณา
- (3) ต้นทุนการผลิตสื่อประเภทนั้นๆ ทั้งในด้านขนาด และความละเอียดของตัวงาน เช่น การผลิตสื่อป้ายโฆษณาประเภท Trivision จะมีต้นทุนที่สูงกว่าการผลิตสื่อป้ายโฆษณา Billboard ส่งผลให้ราคาค่าใช้บริการสื่อป้ายโฆษณาประเภท Trivision สูงกว่าของ Billboard
- (4) ระยะเวลาการใช้สื่อป้ายโฆษณาของลูกค้า บริษัทกำหนดให้ลูกค้าต้องทำสัญญาในการใช้สื่อป้ายโฆษณาเป็นระยะเวลาต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 เดือน อย่างไรก็ตามกรณีที่ลูกค้าทำสัญญาในระยะเวลาที่นานกว่านั้น บริษัทจะกำหนดราคาที่ต่ำลงเนื่องจากบริษัทมีความเสี่ยงในการดำเนินงาน และมีต้นทุนการดำเนินงานที่ลดลง
- (5) ปริมาณการซื้อสื่อป้ายโฆษณาของลูกค้า โดยทั่วไปผลิตภัณฑ์ 1 ผลิตภัณฑ์ มักจะใช้สื่อป้ายโฆษณา 2-3 จุด เพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้ามีการใช้สื่อเพิ่มขึ้น บริษัทจึงมักเสนอราคาที่ต่ำลงในกรณีที่ลูกค้ามีการใช้สื่อป้ายโฆษณาหลายจุด หรือหลายประเภท
- (6) ต้นทุนการดำเนินงานของบริษัท ในการกำหนดราคาบริษัทได้คำนึงถึงต้นทุนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านต้นทุนผันแปรที่เกี่ยวข้องกับสื่อชิ้นโดยตรง เช่น ค่าเช่า ค่าเบี้ยประกันภัย ค่าไฟฟ้า ค่าภาษีป้าย ค่าบำรุงรักษา และต้นทุนคงที่ เช่น เงินเดือนพนักงาน เพื่อให้บริษัทสามารถสร้างผลกำไรจากการดำเนินงานได้

### 3.3 ภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

#### แนวโน้มอุตสาหกรรมและ สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาโดยรวมในปี 2550 นั้น ถือเป็นปีที่ตลาดโฆษณาค่อนข้างประสบปัญหาหนัก สื่อประเภทต่างๆ ทั้งโทรทัศน์ และวิทยุ ต่างก็ประสบปัญหาอย่างต่อเนื่อง แม้แต่สื่อหลักอย่างโทรทัศน์เองก็ถูกตั้งคำถามเรื่องของคุณภาพถูกต้องในการจัดเรตติ้งรายการ บวกกับสภาวะความผันผวนทางการเมือง และสภาพเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ ลูกค้านักค้าที่ใช้บริการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ จึงลดลง โดยเฉพาะงบประมาณที่นำมาใช้ผ่านสื่อดังกล่าวค่อนข้างน้อยลง เช่นเดียวกับสื่อวิทยุ และนิตยสารที่ ล้วนได้รับผลกระทบอย่างชัดเจนจากสภาพเศรษฐกิจที่ชะงักงัน เพราะเจ้าของสินค้าหลายรายต่างปรับตัวด้วยการลดต้นทุนและการใช้จ่ายงบประมาณผ่านสื่อหลักข้างต้นที่มีราคาแพง ประกอบกับนโยบายของภาครัฐที่เข้มงวดมากขึ้นในส่วนของการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และขนมขบเคี้ยวผ่านสื่อโทรทัศน์ ทำให้บรรดาเอเจนซี ผู้จัดรายการและเจ้าของสินค้าต่างต้องมีการพิจารณาอย่างละเอียดก่อนการตัดสินใจใช้จ่ายงบประมาณผ่านสื่อหลัก หรือบางรายก็หันไปใช้การจัดกิจกรรมการตลาด ณ จุดขาย หรือสื่อ Below the line เพิ่มมากขึ้นแทน

ดังนั้นจะเห็นได้จากรายงานของบริษัทเนลสัน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) พบว่าอัตราการขยายตัวของยอดการใช้เม็ดเงินโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ในปี 2550 มีการปรับตัวในทิศทางที่ชะงักงัน ยกเว้นในสื่อโรงภาพยนตร์ และสื่อในห้างสรรพสินค้า (In-Store Media) ที่มีอัตราการเติบโตอย่างก้าวกระโดด กว่าเท่าตัวเมื่อเทียบกับปี 2549 แต่ในทางกลับกันจากปัญหาต่างๆ ดังกล่าวที่เกิดขึ้นในปี 2550 กลับส่งผลให้ตลาดอุตสาหกรรมโฆษณามีสื่อใหม่เกิดขึ้นหลากหลายรูปแบบ ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนแต่ดึงเอากลยุทธ์ทางด้านราคา ซึ่งเป็นหัวใจของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่ใช้เงินน้อยมาเป็นกลยุทธ์หลักในการแข่งขันดึงดูดความสนใจจากลูกค้าทั้งสิ้น อีกทั้งยังเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงเป้าอีกด้วย ดังนั้นจึงคาดว่าในปี 2551 นี้ จะเป็นปีที่สดใสสำหรับสื่อรูปแบบใหม่ ในตลาดโฆษณาอีกครั้ง โดยเฉพาะสื่อเคลื่อนที่ สื่อในห้างสรรพสินค้า

ในขณะที่เดียวกันสื่อโฆษณาต่างๆ โดยเฉพาะสื่อหลักเองก็มีแนวโน้มที่จะพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของสื่อ ทั้งในส่วนของเนื้อหาและรูปแบบ รวมถึงบุคลากรและเครื่องมืออุปกรณ์มากขึ้นด้วย ทั้งนี้ก็เพื่อดึงดูดให้ผู้ซื้อสื่อหันไปใช้บริการเพิ่มขึ้น เพราะหากสื่อประเภทใดหรือเจ้าของสื่อประเภทต่างๆ รายใดสามารถครองใจผู้บริโภคได้มากกว่าก็ย่อมได้รับความสนใจจากผู้ซื้อสื่อหรือเจ้าของสินค้าเพิ่มขึ้นตามมา สำหรับการแข่งขันของธุรกิจโฆษณาในปี 2551 น่าจะมาในรูปแบบของโฆษณาแฝง (Product Placement) มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสินค้าประกอบฉากในรายการประเภทข่าว ละคร เกมโชว์ หรือทอล์คโชว์ในสื่อโทรทัศน์ หรือการเข้าไปเป็นผู้ให้การสนับสนุนในการจัดกิจกรรมนอกสถานที่หรือท่องเที่ยวในสื่อวิทยุสถานีต่างๆ เป็นต้น รวมทั้งในปี 2551 มีการจัดการแข่งขันกีฬาระดับโลกได้แก่ มหกรรมฟุตบอลยูโร และการแข่งกีฬาโอลิมปิก ที่กรุงปักกิ่ง ซึ่งจากกิจกรรมระดับโลกดังกล่าวคาดว่าจะส่งผลให้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น

หน่วย: ล้านบาท

สัดส่วนการใช้สื่อโฆษณา	ปี 2550	%	ปี 2549	%	Change	Change (%)
ทีวี	53,484,142	53.00	53,473,338	54.00	10,804	0.02
วิทยุ	7,273,447	7.00	7,458,543	8.00	-185,096	-2.48
หนังสือพิมพ์	23,840,061	23.00	23,193,082	23.00	646,979	2.79
นิตยสาร	6,468,262	6.00	6,748,202	7.00	-279,940	-4.15
โรงภาพยนตร์	4,390,786	4.00	2,162,663	2.00	2,228,105	103.03
<b>สื่อโฆษณา OHM</b>						
- สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (OUTDOOR)	4,479,631	4.00	4,667,528	5.22	-187,897	-4.03
- สื่อเคลื่อนที่ (TRANSIT)	956,141	1.00	994,309	1.09	-38,168	-3.84
- สื่อในห้างสรรพสินค้า (INSTORE)	570,376	1.00	313,731	0.34	256,645	81.80
<b>รวมสัดส่วนการใช้สื่อโฆษณา</b>	<b>101,462,847</b>	<b>100.00</b>	<b>99,011,396</b>	<b>100.00</b>	<b>2,451,451</b>	<b>2.48</b>

ข้อมูลจาก: Neilsen Media Research

สำหรับการแข่งขันในธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย ผลสืบเนื่องจากปัญหาต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น จึงส่งให้สภาพการแข่งขันเป็นไปในลักษณะของการใช้กลไกราคา เป็นเครื่องมือหลักในการทำกลยุทธ์การตลาดเพื่อแข่งขันกับคู่แข่ง โดยเฉพาะป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (Billboard) ซึ่งเป็นสื่อโฆษณาที่มีอัตราค่าโฆษณาค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยประเภทอื่น และ เจ้าของสินค้า และบริการ รวมถึงเอเจนซี่ มีแนวโน้ม ในการใช้สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยขนาดเล็กที่มีอัตราค่าโฆษณาต่ำกว่าในการโฆษณาแต่ละแคมเปญ อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้เป็นอย่างดี ด้วยเหตุดังกล่าวทำให้ผู้ให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยได้พยายามนำเสนอ สื่อโฆษณาขนาดเล็ก รูปแบบใหม่ๆ มาแข่งขันกันในตลาด เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้ามากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทเองก็ได้มีการขยายตลาดสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยขนาดเล็กมากยิ่งขึ้น ดังจะให้ได้ว่าในปี 2550 ที่ผ่านมามีบริษัทได้ก้าวเข้ามาบุกตลาด Instore Media อย่างจริงจังมากยิ่งขึ้น โดยการเข้าไปพัฒนาสื่อในห้างสรรพสินค้าชั้นนำหลายแห่ง อีกทั้งยังได้ขยายตลาดไปยังสื่อเคลื่อนที่ (Buzz TV) อีกด้วย เพื่อครอบคลุมตลาด และตอบรับพฤติกรรมกรรมการโฆษณาที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อผลักดันยอดขายได้ของบริษัท โดยการนำเสนอสื่อรูปแบบใหม่ๆ นั้น บริษัทยังคงมุ่งเน้นที่การนำเสนอสื่อด้วยรูปแบบที่โดดเด่น สร้างสรรค์ ผสมผสานกับการนำนวัตกรรมในการผลิต มานำเสนอให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ อย่างไรก็ตามบริษัทเล็งเห็นว่า การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะเป็นไปในลักษณะคล้ายตามสภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งการใช้สื่อป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ยังคงจะเป็นสัดส่วนหลักของการใช้สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยต่อไป

### 3.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

#### 3.4.1 การจัดหาที่ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

การหาพื้นที่ติดตั้งและผลิตสื่อป้ายโฆษณา

ในการหาพื้นที่ติดตั้งและผลิตสื่อป้ายโฆษณาแต่ละประเภท บริษัทมีการดำเนินการดังต่อไปนี้

- (1) ทำการศึกษาและวิจัยเพื่อหาพื้นที่ที่มีศักยภาพในการลงทุนติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา โดยปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการประกอบการพิจารณา ได้แก่
  - ความหนาแน่นของประชากร
  - ปริมาณของยานพาหนะที่วิ่งผ่านพื้นที่
  - ความดึงดูดสายตาของพื้นที่ติดตั้ง
- (2) เมื่อบริษัทกำหนดจุดติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาที่มีศักยภาพได้แล้ว จะติดต่อเช่าพื้นที่เพื่อติดตั้งโครง หรือเช่าโครงที่มีอยู่ หรือขอสัมปทานในพื้นที่นั้นๆ แล้วแต่กรณี เพื่อใช้ในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา ปัจจุบันอายุสัญญาเช่าพื้นที่โดยเฉลี่ยของบริษัทอยู่ที่ 3 ปี เช่าโครงอยู่ที่ 3-10 ปี และสัญญาสัมปทานอยู่ที่ 3-9 ปี
- (3) หลังจากนั้น ฝ่ายวิศวกรรมและก่อสร้างจะออกแบบโครงสร้างสื่อป้ายโฆษณาให้เหมาะสมกับพื้นที่ โดยไม่ขัดกับหลักเกณฑ์การก่อสร้างป้ายโฆษณาตามเทศบัญญัติการควบคุมอาคารของกรุงเทพมหานคร หรือหน่วยงานของกรมโยธาธิการท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งในการออกแบบการก่อสร้าง ทางบริษัทจะคำนึงถึงความเหมาะสม และความปลอดภัยของชุมชน บริเวณใกล้เคียงเป็นสำคัญ
- (4) ยื่นแบบขอติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาต่อหน่วยงานราชการในเขตพื้นที่นั้นๆ ซึ่งเกณฑ์ในการพิจารณาอนุญาตติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาจะเน้นความปลอดภัยของผู้อยู่อาศัยในชุมชนนั้นๆ เป็นสำคัญ
- (5) หลังจากแบบโครงสร้างได้รับการอนุญาตจากเขตแล้ว บริษัทจะให้บริษัทผู้รับเหมาก่อสร้างทำการเสนอราคา โดยส่วนใหญ่บริษัทจะมีการดำเนินธุรกิจกับ บริษัท เอทด์อร์ คอนสตรัคชั่น จำกัด บริษัท เอทด์ออฟโฮมมีเดีย จำกัด บริษัท เจที คอนสตรัคชั่น จำกัด บริษัท แกรนด์ ควอลิตี้ จำกัด เป็นต้น ซึ่งบริษัทดังกล่าวไม่มีความเกี่ยวข้องกับบริษัท แต่มีประสบการณ์ในการก่อสร้างและผลิตสื่อป้ายโฆษณามาเป็นเวลานาน เป็นผู้ทำการก่อสร้างหรือผลิตสื่อป้ายโฆษณาตามแบบที่ได้รับอนุญาต โดยในการก่อสร้างจะมีทีมงานวิศวกรของบริษัทเป็นผู้ตรวจสอบและควบคุมงานระยะเวลาในการก่อสร้างหรือผลิตสื่อป้ายโฆษณาแต่ละประเภทจะขึ้นกับรายละเอียดและขนาดของสื่อ นั้นๆ สำหรับสื่อป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ เช่น Billboard และ Trivision จะใช้เวลาก่อสร้างประมาณ 30-45 วัน แม้ว่าบริษัทจะส่งงานการก่อสร้างและผลิตให้บริษัทอื่นก็ตาม ทางบริษัทก็มีการส่งวิศวกรไปควบคุมงาน ทำให้บริษัทสามารถควบคุมคุณภาพของงานได้
- (6) ในกรณีที่บริษัทไม่มี Location ตามจุดที่ลูกค้าต้องการ ฝ่ายสถานที่ก็จะทำการเช่าโครงป้ายจากบริษัท/บุคคล หรือนิติบุคคล ที่มีโครงป้ายอยู่ในจุดที่ลูกค้าต้องการ โดยจะติดต่อเช่าจากผู้ที่เป็นเจ้าของโครงป้ายดังกล่าว และส่งเรื่องให้ฝ่ายผลิตเพื่อผลิตงานป้ายเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ในการติดต่อเช่าโครงบริษัทจะติดต่อเช่าโครงจากบริษัท /นิติบุคคล หรือบุคคล ที่มีโครงป้ายอยู่ใน location ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า อาทิเช่น บริษัท เอทด์อร์ คอนสตรัคชั่น จำกัด, บริษัท เอทด์ออฟโฮมมีเดีย จำกัด โรงแรมบางกอกพาเลซ , เอสจันท์ แอดเวอร์ตีซิ่ง แอนด์ เทคดิง ซึ่งบริษัท หรือนิติบุคคลดังกล่าวไม่มีความเกี่ยวข้องกับบริษัทแต่อย่างใด ทั้งนี้การเช่าโครงป้ายจะพิจารณาตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลักว่าต้องการ location ไດ จึงจะดำเนินการเช่าโครงป้ายจากบริษัทหรือบุคคลที่เป็นเจ้าของโครงป้ายนั้นๆต่อไป



### 3.4.2 การผลิตงานโฆษณา

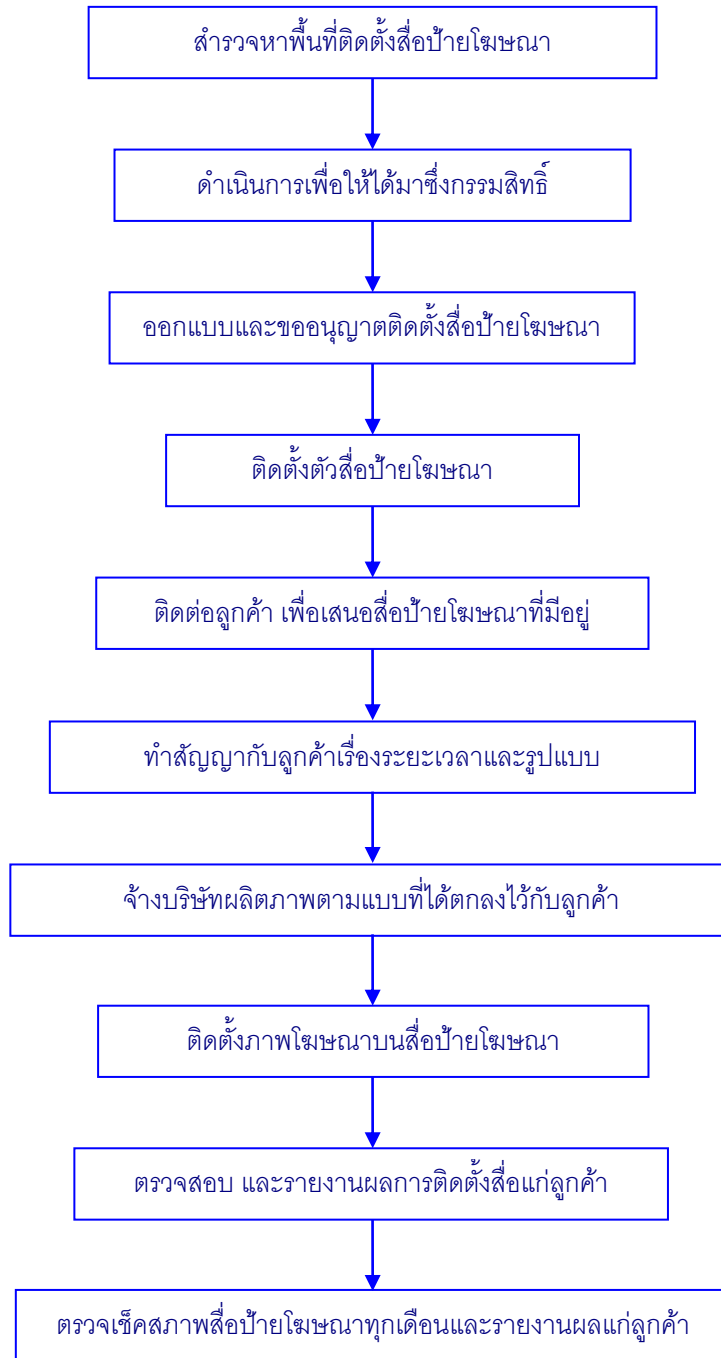
ในการผลิตงานโฆษณากับลูกค้า บริษัทมีการดำเนินการดังต่อไปนี้

- (1) ทำสัญญาและทำความเข้าใจกับลูกค้าถึงประเภทสื่อป้ายโฆษณา, ระยะเวลาในการโฆษณา, รูปแบบรายละเอียดของงานโฆษณา โดยส่วนใหญ่บริษัทจะรับผลิตงานโฆษณาตามแบบที่ลูกค้าได้จัดเตรียมไว้ เพื่อลดขั้นตอนในการออกแบบงานโฆษณา
- (2) หลังจากนั้น บริษัทจะส่งผ่านขั้นตอนการผลิตภาพโฆษณาต่อยังบริษัทอื่น เพื่อทำการผลิตงานตามแบบที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้า ปัจจุบันบริษัทไม่มีนโยบายการผลิตภาพโฆษณาเอง โดยเฉพาะงานผลิตภาพด้วยมือที่ใช้แรงงานคนเป็นสำคัญ เนื่องจากบริษัทพิจารณาแล้วว่า การจ้างผลิตภาพโฆษณามีต้นทุนในการดำเนินงานที่ต่ำกว่าการลงทุนในเครื่องจักรและทำการผลิตเอง อีกทั้งสื่อป้ายโฆษณาในแต่ละประเภทเหมาะกับลักษณะภาพพิมพ์ที่แตกต่างกัน และในช่วงที่บริษัทรับงานพร้อมกันเป็นจำนวนมาก การกระจายงานให้ผู้ผลิตภาพโฆษณาหลายรายทำให้บริษัทสามารถส่งมอบงานได้อย่างรวดเร็ว และทันตามกำหนด ใดๆก็ดี บริษัทมีการร่วมลงทุนกับบริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (เอ็ม) เอสดี เอ็น บีเอชดี จำกัด จากประเทศมาเลเซีย เพื่อจัดตั้งบริษัท อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส (ประเทศไทย) จำกัด ทำการผลิตภาพโฆษณาระบบพิมพ์ภาพอิงค์เจ็ท ซึ่งเป็นระบบพิมพ์ภาพส่วนใหญ่ที่บริษัทใช้ในการงานโฆษณา ดังนั้นในกรณีที่เป็นการงานภาพพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท โดยส่วนใหญ่บริษัทจะส่งมอบงานให้บริษัทร่วมดังกล่าว เนื่องจากมีความคล่องตัวในการควบคุมงานและระยะเวลาในการผลิตได้ดี แต่เงื่อนไขในการดำเนินธุรกิจเป็นไปตามการค้าปกติ ซึ่งบริษัทไม่มีข้อสัญญาและข้อผูกมัดในการส่งงานใด ๆ ทั้งสิ้น และหากปริมาณของงานภาพพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ทมีมากขึ้นจนมีสาระสำคัญ บริษัทอาจจะพิจารณาลงทุนเพิ่มในธุรกิจนี้ นอกจากนี้บริษัทมีการส่งมอบงานผลิตภาพโฆษณาแก่ผู้ผลิตรายอื่น ได้แก่ บริษัท วีอาร์ แอดเวอร์ไทซิง จำกัด, บริษัท เดอะ เบสท์ จำกัด บริษัท คิวแอดเวอร์ไทซิง จำกัด และบริษัท สุเทพการช่าง จำกัด เป็นต้น
- (3) บริษัทผู้ผลิตภาพโฆษณาจะผลิตงานตามที่ได้รับมอบหมายโดยใช้ระยะเวลาประมาณ 5-30 วันในการทำการผลิตภาพ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของสื่อป้ายโฆษณา หลังจากทำการผลิตภาพเสร็จแล้ว บริษัทจะทำการตรวจสอบคุณภาพของภาพโฆษณา ให้ถูกต้องตามแบบที่ลูกค้าระบุไว้ ทั้งในด้าน ขนาด วัสดุ สี และรูปแบบ
- (4) เมื่อส่งมอบภาพโฆษณาแล้ว บริษัทจะติดตั้งภาพโฆษณาในสื่อป้ายโฆษณาตามที่ได้ตกลงกับลูกค้า
- (5) ภายหลังจากติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา ฝ่ายผลิตโฆษณาจะรายงานผลการติดตั้งให้ฝ่ายการตลาดเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของงานให้เป็นไปตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญากับลูกค้า เมื่อฝ่ายการตลาดรับรองความถูกต้องของงานแล้ว ส่วนลูกค้าสัมพันธ์จะทำการถ่ายภาพสื่อป้ายโฆษณาที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว และจัดส่งให้ลูกค้าพร้อมจดหมายแสดงความขอบคุณที่ใช้บริการ
- (6) เมื่อครบกำหนดการติดตั้งงานโฆษณาบริษัทจะรื้อถอนชิ้นงานโฆษณาออกจากจุดติดตั้ง โดยกรรมสิทธิ์ในชิ้นงานจะเป็นไปตามที่ระบุไว้ในสัญญา ส่วนใหญ่ลูกค้าจะไม่ต้องมีการมีกรรมสิทธิ์ในชิ้นงานโฆษณา เนื่องจากมักจะไม่สามารถนำมาใช้งานต่อได้อีก กรณีที่กรรมสิทธิ์เป็นของบริษัท บริษัทจะมอบหมายให้ผู้รับเหมารื้อถอนชิ้นงาน เป็นผู้รื้อถอนและจัดเก็บ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น ชดเชยกับค่าใช้จ่ายในการรื้อถอน

### 3.4.3 การให้บริการหลังการขาย

บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการหลังการขาย โดยบริษัทจะรายงานสภาพของสื่อป้ายโฆษณาให้แก่ลูกค้าทุกรายได้ทราบเป็นประจำทุกเดือน เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในบริการ โดยทีมงานฝ่ายผลิตงานโฆษณา จะตรวจสอบสภาพความสมบูรณ์ ความเรียบร้อย ความส่องสว่างของไฟฟ้าในสื่อป้ายโฆษณาทุกประเภท ภายในวันที่ 25 ของทุกเดือน เพื่อการจัดทำจดหมายรายงานสภาพสื่อป้ายโฆษณาพร้อมรูปถ่ายให้แก่ลูกค้าได้รับทราบ นอกจากนี้บริษัทยังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการให้บริการ และตรวจสอบแก้ไขสภาพป้ายโฆษณาให้ทันเวลาที่ เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการโฆษณาสินค้าและบริการสูงสุด บริษัทจึงได้จัดให้บริการสายด่วน Hotline โทร 081-811-9811 เพื่อรับรองเรียน การแจ้งสภาพป้ายชำรุดขัดข้อง ตลอด 24 ชั่วโมง และในกรณีที่ลูกค้าครบสัญญาเช่าป้ายโฆษณา ทางฝ่ายการตลาดจะทำหน้าที่ในการเสนอข้อมูลสนับสนุนเพื่อกระตุ้นต่อการตัดสินใจของลูกค้า อันจะก่อให้เกิดการใช้บริการสื่อป้ายโฆษณาของบริษัทอย่างต่อเนื่อง

ภาพรวมของกระบวนการดำเนินงาน



## 4. การวิจัยและพัฒนา

ตลอดระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญและมุ่งเน้นในการพัฒนาสื่อโฆษณา ในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อนำเสนอให้สอดคล้องกับความต้องการของ ตลาดและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง โดยยึดหลักแนวทาง “ sMArt, Creative, and innOvative “ เพื่อรักษาความเป็นผู้นำในธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยของประเทศ และ ก้าวไปสู่ในระดับเอเชีย

การพัฒนาสื่อโฆษณานั้น บริษัทฯ เน้นการประยุกต์องค์ประกอบหลัก 3 ประการคือ

1. เทคโนโลยีสื่อโฆษณาที่มีความทันสมัย และ วัสดุที่ได้รับการค้นคว้า วิจัย จากทั่วโลก
2. ความคิดสร้างสรรค์ ด้านการออกแบบ ที่เหมาะสมกับ เทคโนโลยี และคุณลักษณะของสินค้าโฆษณา
3. ทำเลสถานที่นำเสนอสื่อโฆษณา ที่เหมาะสมกลมกลืนกับสื่อโฆษณา และ คุณลักษณะของผู้ชมโฆษณา

บริษัทฯ ได้นำกลยุทธ์การสร้างพันธมิตรและการสร้างความร่วมมือในการพัฒนาองค์ประกอบ ทั้ง 3 ซึ่งวางเป้าหมายไปที่บริษัทผู้วิจัยพัฒนาและผลิต

ระดับชั้นนำแถวหน้าทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีศักยภาพในการพัฒนาสูง ซึ่งในปี 2550 นั้นบริษัทฯ ได้นำเสนอ สื่อโฆษณาใหม่ให้แก่ลูกค้า อันได้แก่

1. สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า ที่มีรูปแบบเน้นความทันสมัย และ อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการในเวลาเดียวกัน เช่น สื่อโฆษณา ที่นั่งพัก (Bench Ad)
2. สื่อโฆษณาประเภท 3 มิติ ที่สร้างความน่าสนใจ แปลกใหม่
3. เทคนิคการนำเสนอที่โดดเด่นบนสื่อป้ายโฆษณาขนาดใหญ่

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็นผู้นำในด้านพัฒนาการออกแบบโครงสร้างที่เน้นวัสดุ อุปกรณ์ ที่เป็นไปตามหลักมาตรฐานวิศวกรรม สถาปัตยกรรม เพื่อความสวยงาม ปลอดภัย รวมถึงการทดสอบวัสดุที่ใช้ต่างๆ ก่อนการนำไปติดตั้ง ให้บริการ โดยวัสดุเหล่านั้นจะต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะและไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างรุนแรง อันเป็นการส่งเสริมการป้องกันสภาวะโลกร้อนที่กำลังเป็นประเด็นสำคัญของโลก ณ ปัจจุบัน

## 5. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

### 5.1 สินทรัพย์ถาวร

สินทรัพย์ถาวรของบริษัทและบริษัทย่อย คือ ที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการด้านสื่อป้ายโฆษณา ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

มูลค่าทางบัญชีสุทธิของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550

ประเภทสินทรัพย์	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (พันบาท)	ภาระการค้ำประกันเงินกู้
ที่ดิน 6 แปลง	บริษัท	35,317	ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ จำนวน 156 ล้านบาท
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	บริษัท/บริษัทย่อย	19,737	ไม่มี
โครงป้ายโฆษณา	บริษัท/บริษัทย่อย	87,578	ไม่มี
ยานพาหนะ	บริษัท/บริษัทย่อย	5,186	ไม่มี
สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	บริษัท/บริษัทย่อย	24,776	ไม่มี
อื่น ๆ	บริษัท/บริษัทย่อย	6,972	ไม่มี
<b>รวม</b>		<b>179,567</b>	

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

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

### 5.2 สัญญาเช่าระยะยาว

ในการดำเนินธุรกิจสื่อป้ายโฆษณา จุดติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาที่มีความสำคัญต่อการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างมาก โดยสัญญาเช่าพื้นที่ในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาสามารถสรุปได้ดังนี้

ลักษณะสัญญา	อายุสัญญา	การจ่ายค่าตอบแทน
เช่าพื้นที่จากภาคเอกชน	3-5 ปี	รายเดือนและรายปี
เช่าพื้นที่จากหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ	3-9 ปี	รายเดือน
เช่าโครงจากภาคเอกชน	10 ปี	รายเดือน

### 5.3 ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน

- ไม่มี -

### 5.4 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

นโยบายในการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม บริษัทจะลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยและสิ่งพิมพ์เท่านั้น ซึ่งจะพิจารณาสัดส่วนในการลงทุนเป็นรายๆ ไป โดยดูจากแนวโน้มของธุรกิจ ถ้ามีโอกาสประสบความสำเร็จและสามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน บริษัทจะลงทุนในสัดส่วนที่มากพอที่บริษัทจะสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารและกำหนดนโยบายได้

## 6.6. โครงการในอนาคต

Formatted: Bullets and Numbering

บริษัทฯ มีการกำหนดแนวนโยบายในการพัฒนาสินค้าและระบบการให้บริการใหม่ๆ ให้เป็นไปตามทิศทางเป้าหมายทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ทั้งนี้โครงการในการพัฒนาธุรกิจและการลงทุนของบริษัทฯ ในปี 2551 จะยึดเป้าหมายกลยุทธ์ 4 ประการดังนี้

1. เพิ่มมูลค่าให้กับสื่อที่มีอยู่เดิม ไม่ว่าจะเป็นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ป้ายโฆษณาขนาดเล็ก โดยการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในเรื่องของการเพิ่มเทคนิคพิเศษต่าง ๆ ในการนำเสนอชิ้นงานโฆษณาของลูกค้า ให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น รวมถึงการเพิ่มบริการในด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า
2. ขยายจุดติดตั้งสื่อให้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในต่างจังหวัด โดยการหาพันธมิตร เพื่อจับมือร่วมเป็นพาร์ทเนอร์ ในเขตท้องถิ่นต่าง ๆ เพื่อทำการขยายสื่อโฆษณารองรับความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น สำหรับในปี 2551 ตั้งเป้าการขยายสื่อโฆษณาขนาดเล็กเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 150 จุดติดตั้ง จากปัจจุบันมีอยู่ 800 จุดติดตั้ง
3. การประมวลสัมปทานในโครงการของรัฐ รัฐวิสาหกิจ และองค์กรเอกชนที่มีศักยภาพต่อการขยายตัวของสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย รวมถึง การเชื่อมต่อขยายทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม
4. การลงทุนด้านไอที เพื่อพัฒนาซอฟต์แวร์ และ เซิร์ฟเวอร์ ในการเก็บข้อมูลเพื่อสร้างเครือข่าย และเป็นศูนย์กลางข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยทั้งในและต่างประเทศ ที่ครอบคลุมมากที่สุด เพื่อเป็นศูนย์กลางให้ลูกค้าสามารถค้นหาข้อมูลด้านสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว และสามารถดำเนินธุรกรรม การขายและบริการผ่านระบบได้ทันที

## 7.7. ข้อพิพาททางกฎหมาย

Formatted: Bullets and Numbering

ณ. วันที่ 31 ธันวาคม 2550 บริษัทและบริษัทย่อย ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจจะมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของ  
บริษัทและบริษัทย่อย

## 8-8. โครงสร้างเงินทุน

Formatted: Bullets and Numbering

### 8.1 หลักทรัพย์ของบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 บริษัทมีทุนจดทะเบียน 125 ล้านบาท เรียกชำระแล้ว 125 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 125 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.- บาท

### 8.2 โครงสร้างผู้ถือหุ้น

รายชื่อผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท ณ. 28 ธันวาคม 2550 มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ถือหุ้น	ทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้ว	
	จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1.นายพดล ตันศลาภรักษ์	22,050,000	17.64
2.นายพิเชษฐ มณีรัตน์ะพร	20,825,000	16.66
3.นายธวัช มีประเสริฐสกุล	18,025,000	14.42
4.GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL	8,827,300	7.06
5.นายวิจิต ดิลกวิลาศ	7,399,960	5.92
6.นางชลลดา พูวัฒนศิลป์	5,751,600	4.60
7.นายทวีศักดิ์ จุฬางกูร	5,000,000	4.00
8.น.ส.พรรัตน์ มณีรัตน์ะพร	4,786,666	3.83
9.นายสุรพงศ์ โพธิ์พิชัย	4,416,000	3.53
10.นายธนิต ลาภภณีชอุบลผล	2,500,000	2.00

### 8.3 นโยบายจ่ายเงินปันผล

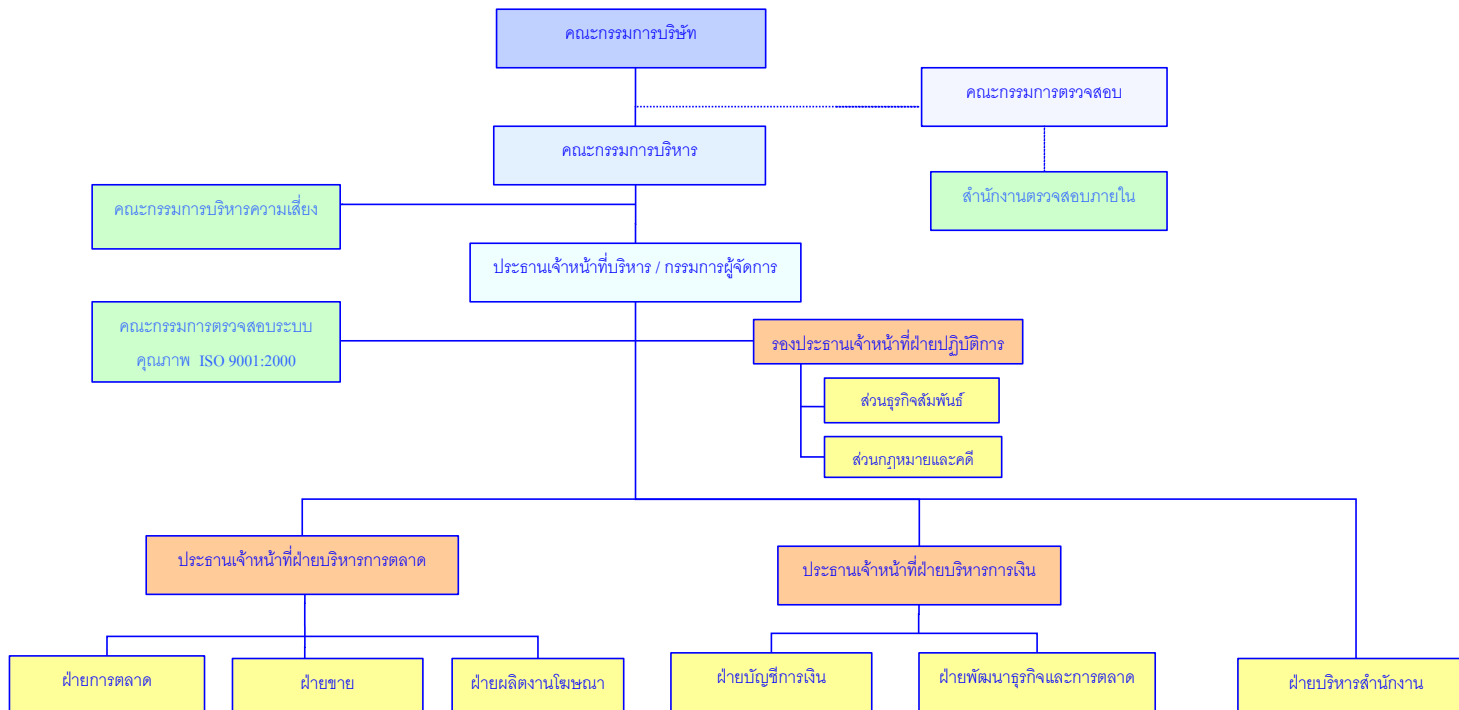
บริษัทมีนโยบายการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคลและสำรองตามกฎหมายทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจและการดำเนินงานในอนาคตเป็นสำคัญ



9.9. การจัดการ

Formatted: Bullets and Numbering

9.1 โครงสร้างบริษัท



**9.2 รายชื่อผู้บริหารหรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท**
**คณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วย**

1.	นายปารเมศร์ รัชไชยบุญ	ประธานกรรมการบริษัท / กรรมการอิสระ
2.	นายพนดล ตันศลารักษ์	กรรมการ / ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
3.	นายพิเชษฐ มณีรัตน์ะพร	กรรมการ
4.	นายธวัช มีประเสริฐสกุล	กรรมการ
5.	นายวิชิต ดิลกวิลาส	กรรมการ
6.	นายประเสริฐ วีระเสถียรพรกุล	กรรมการอิสระ
7.	นางสาวกัลยาณี กิตติจิตต์	กรรมการอิสระ
8.	นายเสนาะ ธรรมพิพัฒน์กุล	กรรมการอิสระ
9.	นายประสงค์ เอมมาโนชญ์	กรรมการ

**การเข้าประชุมของคณะกรรมการบริษัท ปี 2550 (จำนวนครั้ง)**

ชื่อ-สกุล	คณะกรรมการบริษัท	คณะกรรมการตรวจสอบ	คณะกรรมการบริหาร	ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2549 จำนวน 10 ท่าน เมื่อวันที่ 22 เม.ย.50
	จำนวน 9 ท่าน รวมทั้งปี 4 ครั้ง	จำนวน 3 ท่าน รวมทั้งปี 4 ครั้ง	จำนวน 5 ท่าน รวมทั้งปี 5 ครั้ง	
1.นายปารเมศร์ รัชไชยบุญ	4/4	-	-	1/1
2.นายพนดล ตันศลารักษ์	4/4	-	5/5	1/1
3.นายพิเชษฐ มณีรัตน์ะพร	4/4	-	5/5	1/1
4.นายธวัช มีประเสริฐสกุล	4/4	-	5/5	1/1
5.นายวิชิต ดิลกวิลาส	4/4	-	5/5	1/1
6.นายประเสริฐ วีระเสถียรพรกุล	4/4	4/4	-	1/1
7.นางสาวกัลยาณี กิตติจิตต์	4/4	4/4	-	1/1
8.นายเสนาะ ธรรมพิพัฒน์กุล <sup>1</sup>	3/3	3/3	-	-
9.นายประสงค์ เอมมาโนชญ์	4/4	-	-	1/1
10.นางสาวเกศินี อัครนะพรกุล	-	-	5/5	1/1

**หมายเหตุ** <sup>1</sup>เข้ามาดำรงตำแหน่งเมื่อ 20 เมษายน 2550

**การเข้าร่วมอบรมหลักสูตรที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)**

รายชื่อกรรมการของบริษัท	หลักสูตรการอบรม	
	Directors Certification Program (DCP)	Directors Accreditation Program (DAP)
1. นายปารเมศร์ รัชไชยบุญ	-	รุ่น 56/06
2. นายนพดล ตัณศลาวัณษ์	รุ่น 44/04	รุ่น 7/04
3. นายพิเชษฐ มณีรัตน์ะพร	-	รุ่น 33/05
4. นายธวัช มีประเสริฐสกุล	รุ่น 65/05	รุ่น 7/04
5. นายวิจิต ดิลกวิลาศ	-	รุ่น 33/05
6. นายประเสริฐ วีระเสถียรพรกุล	รุ่น 20/02	-
7. นายเสนาะ ธรรมพิพัฒน์กุล	-	รุ่น 64/07
8. นางสาวกัลยาณี กิตติจิตต์	-	รุ่น 60/06
9. นายประสงค์ เอมมานิชนม์	-	รุ่น 62/07

**กรรมการผู้มีอำนาจลงนามแทนบริษัท**

กรรมการผู้มีอำนาจลงลายมือชื่อแทนบริษัท คือ นายนพดล ตัณศลาวัณษ์ และ นายประสงค์ เอมมานิชนม์ ลงลายมือชื่อร่วมกันและประทับตราสำคัญของบริษัท

**ขอบเขตอำนาจหน้าที่**

คณะกรรมการบริษัทมีขอบเขตอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. จัดการบริษัทโดยใช้ความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ให้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัท ตลอดจนมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทด้วยความระมัดระวังเพื่อรักษาผลประโยชน์ของบริษัท และรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น
  2. มีหน้าที่ในการทบทวนและให้ความเห็นชอบนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของบริษัทที่เสนอโดยคณะกรรมการบริหาร เว้นแต่เรื่องที่ต้องคณะกรรมการบริษัทต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัท ได้แก่ เรื่องที่กฎหมายกำหนดให้ต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น
  3. มีหน้าที่ในการกำกับดูแลให้คณะกรรมการบริหารดำเนินการตามนโยบายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ และแจ้งให้คณะกรรมการบริหารนำเสนอเรื่องที่มีสาระสำคัญต่อการดำเนินงานของบริษัท รายการระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน และอื่นๆ ให้พิจารณาโดยเป็นไปตามระเบียบ ข้อบังคับของสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้หากมีการตัดสินใจเรื่องที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีสาระสำคัญของบริษัท คณะกรรมการอาจกำหนดให้มีการว่าจ้างที่ปรึกษาภายนอกเพื่อให้คำปรึกษาหรือความเห็นทางวิชาชีพ
  4. มีหน้าที่ในการกำกับให้บริษัทมีระบบการควบคุมภายในและการตรวจสอบภายในที่มีประสิทธิภาพ
- นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัท ยังมีอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจและดูแลการดำเนินงานโดยทั่วไปของบริษัท เว้นแต่เรื่องดังต่อไปนี้ ซึ่งคณะกรรมการต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นก่อนดำเนินการ

1. เรื่องที่กฎหมายกำหนดให้ต้องได้มติที่ประชุมผู้ถือหุ้น
2. เรื่องการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน ทั้งนี้ให้เป็นไปตามกฎระเบียบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เรื่องหลักเกณฑ์วิธีการ และการเปิดเผยรายการที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทจดทะเบียน
3. เรื่องการซื้อหรือขายสินทรัพย์สำคัญ ทั้งนี้ให้เป็นไปตามกฎระเบียบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน

#### วาระการดำรงตำแหน่ง

ในการประชุมสามัญประจำปีทุกครั้ง ให้กรรมการออกจากตำแหน่ง 1 ใน 3 เป็นอัตรา ถ้าจำนวนกรรมการที่จะแบ่งออกให้เป็นสามส่วนไม่ได้ ให้ออกโดยจำนวนใกล้เคียงกับส่วน 1 ใน 3 กรรมการที่จะต้องออกจากตำแหน่งในปีแรก และปีที่สอง ภายหลังจดทะเบียนบริษัทนั้น ให้จับสลากกันว่าผู้ใดจะออก ส่วนปีหลังๆ ต่อไปให้กรรมการคนที่อยู่ในตำแหน่งนานที่สุดนั้นเป็นผู้ออกจากตำแหน่ง กรรมการผู้ออกจากตำแหน่งไปนั้นอาจเลือกเข้ารับตำแหน่งอีกก็ได้

#### คณะกรรมการบริหาร

ณ. วันที่ 31 ธันวาคม 2550 คณะกรรมการบริหารของบริษัท ประกอบด้วยบุคคล จำนวน 5 ท่าน ดังนี้

1. นายนพดล	ต้นศลารักษ์	ประธานกรรมการบริหาร
2. นายพิเชษฐ	มณีรัตนพร	กรรมการบริหาร
3. นายธวัช	มีประเสริฐสกุล	กรรมการบริหาร
4. นายวิจิต	ดิลกวิลาศ	กรรมการบริหาร
5. นางสาวเกศินี	ชัชชนะพรกุล	กรรมการบริหาร

#### ขอบเขตอำนาจหน้าที่

คณะกรรมการบริหารมีขอบเขตอำนาจหน้าที่ในการควบคุมการบริหารงานของบริษัทให้เป็นไปตามนโยบายที่คณะกรรมการบริษัทกำหนดไว้ ดังต่อไปนี้

1. ควบคุมการบริหารงานของบริษัท ซึ่งการดำเนินงานของคณะกรรมการบริหารให้เป็นไปตามนโยบายที่คณะกรรมการบริษัทกำหนดไว้ และให้รายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริษัท ทั้งนี้ในการดำเนินการประชุม คณะกรรมการบริหารจะต้องมีกรรมการบริหารเข้าประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการบริหาร ส่วนการลงมติของคณะกรรมการบริหารจะต้องได้รับคะแนนเสียงข้างมากจากที่ประชุม และคะแนนเสียงดังกล่าวจะต้องนับได้อย่างน้อยกึ่งหนึ่งจากเสียงของคณะกรรมการบริหารทั้งหมด คณะกรรมการบริษัทอาจเห็นสมควรที่จะกำหนดเปลี่ยนแปลง หรือเพิ่มเติมเป็นครั้งคราวในเรื่องขั้นตอนการประชุม องค์ประชุม และการลงคะแนนเสียงของคณะกรรมการบริหารก็ได้
2. พิจารณางบประมาณประจำปี การกำหนดงบประมาณของแต่ละหน่วยงาน และอำนาจหน้าที่ของแต่ละบุคคล ตลอดจนขั้นตอนของแต่ละหน่วยงานในการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีที่ตั้งไว้ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท และการควบคุมดูแลการใช้จ่ายตามงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจากบริษัทแล้ว
3. ประเมินผลการดำเนินงานของแต่ละหน่วยงาน กำหนดวิธีการและขั้นตอนประเมินผลการดำเนินงานและรับภาระชี้แจงเรื่องการประเมินผลการดำเนินงานจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับสายงานนั้น
4. พิจารณาปรับปรุงแก้ไขแผนการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมแก่สภาวะทางเศรษฐกิจ เพื่อประโยชน์ของบริษัท
5. พิจารณานอมนิติการลงทุน และกำหนดงบประมาณการลงทุนในวงเงินไม่เกิน 50 ล้านบาท

6. พิจารณาการเข้าทำสัญญาเกี่ยวกับธุรกิจของบริษัทและสัญญาเกี่ยวกับการซื้อทรัพย์สินหรือทำให้ได้มาซึ่งสิทธิเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในกิจการของบริษัท ในวงเงินไม่เกินจากที่กำหนดไว้ในข้อ 5 ตลอดจนการกำหนดขั้นตอนและวิธีการเจรจาเพื่อทำสัญญาดังกล่าว
  7. พิจารณาการทำสัญญาเกี่ยวกับการเงิน การกู้ยืม การค้ำประกัน และการให้สินเชื่อในวงเงินไม่เกิน 100 ล้านบาท ตลอดจนการกำหนดขั้นตอนและวิธีการเจรจาในการทำสัญญาดังกล่าว
  8. การแก้ไขสัญญา และการเลิกสัญญาที่มีสาระสำคัญตามที่คณะกรรมการพิจารณาเห็นสมควร
  9. การดำเนินการประนีประนอมหนี้ อนุญาโตตุลาการ และกระบวนการทางศาล
  10. พิจารณาการโอนสิทธิ และทรัพย์สินของบริษัทไปยังบุคคลอื่น ซึ่งไม่ใช่ทางการค้าปกติของบริษัทเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท
  11. พิจารณาการนำสิทธิและทรัพย์สินของบริษัทไปก่อภาระผูกพันใดๆ กับบุคคลอื่น เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท
  12. พิจารณาผลกำไรและขาดทุนของบริษัท และการเสนอจ่ายเงินปันผลประจำปีเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท
  13. พิจารณาการดำเนินธุรกิจใหม่ หรือการเลิกธุรกิจของบริษัท เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท
  14. การดำเนินการใดๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินการดังกล่าวข้างต้น หรือตามความเห็นที่ให้โดยคณะกรรมการบริษัท หรือตามการให้อำนาจจากคณะกรรมการบริษัท ซึ่งอยู่ภายใต้นโยบายของคณะกรรมการบริษัท
  15. ดำเนินการเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการในเรื่องใดๆ ซึ่งจะได้รับผลกระทบ และ/หรือ อนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการ และเรื่องดังกล่าวจะต้องแจ้งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และกระทรวงพาณิชย์
- ทั้งนี้ การมอบอำนาจดังกล่าวกรรมการบริหารจะไม่สามารถอนุมัติรายการที่ตนหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง มีส่วนได้เสียหรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในลักษณะอื่นกับบริษัทหรือบริษัทย่อย
- โดยในการประชุมได้มีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่กรรมการผู้จัดการไว้ ดังต่อไปนี้
1. เป็นผู้ตัดสินใจในเรื่องที่สำคัญของบริษัท กำหนดภารกิจ วัตถุประสงค์ แนวทาง นโยบายของบริษัท รวมถึงการกำกับดูแลการดำเนินงานโดยรวม ผลผลิต ความสัมพันธ์กับลูกค้าและรับผิดชอบต่อคณะกรรมการบริษัท
  2. มีอำนาจจ้าง แต่งตั้ง โยกย้าย บุคคลตามจำนวนที่จำเป็นและเห็นสมควร ให้เป็นผู้บริหารหรือพนักงานของบริษัทเพื่อปฏิบัติหน้าที่ทุกตำแหน่ง รวมถึงการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่และผลประโยชน์ตอบแทนที่เหมาะสม และมีอำนาจในการปลดออก ให้ออก ไล่ออกพนักงานตามความเหมาะสม
  3. มีอำนาจในการกำหนดเงื่อนไขทางการค้า เช่น วงเงินเครดิต ระยะเวลาการชำระเงิน การทำสัญญาซื้อขาย การเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขทางการค้า เป็นต้น
  4. มีอำนาจอนุมัติค่าใช้จ่ายตามโครงการที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทแล้ว และค่าใช้จ่ายหรือการจ่ายเงินแต่ละครั้งมีวงเงินไม่เกิน 10 ล้านบาท
  5. พิจารณาเรื่องการลงทุนในโครงการประเภทต่างๆ รวมถึงการซื้อขายทรัพย์สิน
  6. มีอำนาจระทำการและแสดงตนเป็นตัวแทนบริษัทต่อบุคคลภายนอกในกิจการที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อบริษัท
  7. อนุมัติการแต่งตั้งที่ปรึกษาด้านต่างๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน
  8. ดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานทั่วไปของบริษัท

ทั้งนี้ การมอบอำนาจดังกล่าว กรรมการผู้จัดการจะไม่สามารถอนุมัติรายการที่ตนหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง มีส่วนได้เสียหรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในลักษณะอื่นกับบริษัทหรือบริษัทย่อย

### แผนการสืบทอดตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง

คณะกรรมการบริษัทได้เล็งเห็นความสำคัญของการสืบทอดตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตำแหน่งประธานกรรมการบริหารของบริษัท จึงได้กำหนดให้มีนโยบายและหลักเกณฑ์ในการสืบทอดตำแหน่งประธานกรรมการบริหารในกรณีที่ตำแหน่งประธานกรรมการบริหารว่างลง คณะกรรมการบริษัทจะเป็นผู้พิจารณาคัดเลือกจากกรรมการบริหารหรือผู้บริหารระดับสูงของบริษัทให้เข้ามาดำรงตำแหน่งแทน หากไม่มีผู้ที่เหมาะสมอาจพิจารณาคัดเลือกบุคคลภายนอก

### คณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัท มีจำนวน 3 ท่านประกอบด้วย

- |                  |                 |                      |
|------------------|-----------------|----------------------|
| 1. นายประเสริฐ   | วีระเสถียรพรกุล | ประธานกรรมการตรวจสอบ |
| 2. นางสาวกัลยาณี | กิตติจิตต์      | กรรมการตรวจสอบ       |
| 3. นายเสนาะ      | ธรรมพิพัฒน์กุล  | กรรมการตรวจสอบ       |

### ขอบเขตอำนาจหน้าที่

คณะกรรมการตรวจสอบมีขอบเขตอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. สอบทานให้บริษัทมีการรายงานทางการเงินอย่างถูกต้องและเปิดเผยอย่างเพียงพอ โดยการประสานงานกับผู้สอบบัญชีและผู้บริหารที่รับผิดชอบจัดทำรายงานทางการเงินทั้งรายไตรมาสและประจำปี
2. สอบทานให้บริษัทมีระบบการควบคุมภายในและตรวจสอบภายในที่มีความเหมาะสมและมีประสิทธิผล โดยสอบทานร่วมกับผู้สอบบัญชีและผู้ตรวจสอบภายใน
3. สอบทานการปฏิบัติของบริษัทให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท
4. พิจารณาการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทในกรณีที่เกิดรายการเกี่ยวโยงหรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ให้มีความถูกต้องและครบถ้วน
5. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมายและคณะกรรมการตรวจสอบเห็นชอบด้วย เช่น ทบทวนนโยบายการบริหารทางการเงินและการบริหารความเสี่ยง ทบทวนการปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางธุรกิจของผู้บริหาร ทบทวนร่วมกับผู้บริหารของบริษัทในรายงานสำคัญๆ ที่ต้องเสนอต่อสาธารณชนตามที่กฎหมายกำหนด ได้แก่ บทรายงานและวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร
6. พิจารณาคัดเลือก เสนอแต่งตั้งและเสนอคำตอบแทนผู้สอบบัญชีของบริษัท
7. จัดทำรายงานกิจกรรมของคณะกรรมการตรวจสอบโดยเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปีของบริษัท ซึ่งรายงานดังกล่าวลงนามโดยประธานกรรมการตรวจสอบ ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลดังต่อไปนี้
  - 7.1 ให้ความเห็นเกี่ยวกับกระบวนการจัดทำและการเปิดเผยข้อมูลในรายงานทางการเงินของบริษัทถึงความถูกต้องครบถ้วน เป็นที่เชื่อถือได้
  - 7.2 ให้ความเห็นเกี่ยวกับความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในของบริษัท
  - 7.3 ให้เหตุผลที่เชื่อว่าผู้สอบบัญชีของบริษัทเหมาะสมที่จะได้รับการแต่งตั้งต่อไปอีกวาระหนึ่ง
- 7.4 ให้ความเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท

7.5 รายงานอื่นใดที่เห็นว่าผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนทั่วไปควรทราบ ภายใต้ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท

ทั้งนี้การมอบอำนาจดังกล่าวกรรมการตรวจสอบจะไม่สามารถอนุมัติรายการที่ตนหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งมีส่วนได้เสียหรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในลักษณะอื่นกับบริษัทหรือบริษัทย่อย

#### วาระการดำรงตำแหน่ง

ตามวาระการเป็นกรรมการบริษัท

#### รายชื่อคณะกรรมการ ผู้บริหาร พร้อมประวัติ

(รายละเอียดตามเอกสารแนบ 1 )

#### การสรรหากรรมการบริษัท

การสรรหาผู้ที่จะมาดำรงตำแหน่งกรรมการนั้นคณะกรรมการบริษัทได้กำหนดวิธีการสรรหาด้วยการเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเสนอชื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสม โดยดูจาก คุณวุฒิ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญในสาขาที่บริษัทดำเนินธุรกิจเพื่อเข้ารับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการบริษัทส่วนหนึ่ง และส่วนหนึ่งจะพิจารณาจากกรรมการที่ออกตามกำหนดวาระให้กลับเข้ามาดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการต่อไปอีกวาระหนึ่งโดยดูจากผลการปฏิบัติงาน คณะกรรมการบริษัทพิจารณากลับกรองคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมได้แล้วจะเสนอชื่อให้ผู้ถือหุ้นพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการบริษัทในวันประชุมสามัญประจำปี โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียง

ในกรณีที่มีตำแหน่งกรรมการว่างลงเพราะเหตุใดนอกจากถึงคราวออกตามวาระ เช่น ตายหรือลาออก คณะกรรมการที่เหลือสามารถเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าเป็นกรรมการแทนได้ในการประชุมคราวถัดไป โดยมีต้องเรียกประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อลงมติเลือกตั้ง แต่ถ้าวาระของกรรมการที่ว่างลงนั้นเหลือน้อยกว่าสองเดือน คณะกรรมการจะไม่เลือกกรรมการใหม่เองจะคอยให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นเลือกก็ได้ มติของคณะกรรมการในการเลือกกรรมการเพิ่มดังกล่าวต้องประกอบด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่าสามในสี่ของจำนวนกรรมการที่ยังเหลืออยู่ และบุคคลซึ่งเข้าเป็นกรรมการแทนสามารถอยู่ในตำแหน่งได้เพียงเท่าวาระที่ยังเหลืออยู่ของกรรมการซึ่งตนแทน

#### นियามกรรมการอิสระ

บริษัทได้กำหนดนियามกรรมการอิสระให้เข้มงวดกว่าข้อกำหนดขั้นต่ำของก.ล.ด.และตลาดหลักทรัพย์เพื่อกรรมการอิสระของบริษัทมีอิสระอย่างแท้จริง โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ถือหุ้นในบริษัท ไม่เกิน 2% โดยให้รวมหุ้นที่ถือโดยผู้เกี่ยวข้อง
- ไม่มีส่วนร่วมในการบริหารงาน รวมทั้งไม่เป็นลูกจ้าง พนักงาน ที่ปรึกษาที่ได้รับเงินเดือนประจำ ไม่เป็นผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท บริษัทในเครือ บริษัทร่วม หรือเป็นบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง โดยต้องไม่มีผลประโยชน์ได้เสียในลักษณะดังกล่าวแล้วเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 3 ปีเว้นแต่คณะกรรมการได้พิจารณาครอบคลุมแล้วว่าไม่มีผลกระทบต่อการปฏิบัติหน้าที่ / การให้ความเห็น
- ไม่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ไม่มีผลประโยชน์หรือส่วนได้เสีย ทั้งทางตรงและทางอ้อมทั้งในด้านการเงินและการบริหารงานของบริษัท บริษัทในเครือ บริษัทร่วม หรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งในลักษณะที่ทำให้ขาดความเป็นอิสระ
- ไม่เป็นญาติสนิทกับผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท บริษัทในเครือ บริษัทร่วมหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งและไม่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนเพื่อรักษาผลประโยชน์ของกรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่

**9.3 ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร**
**9.3.1 ค่าตอบแทนคณะกรรมการบริษัทที่ได้รับในปี 2550 (ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน)**

(หน่วย: บาท)

ชื่อกรรมการ	เบี้ยประชุมกรรมการบริษัท		เบี้ยประชุมกรรมการตรวจสอบ		เบี้ยประชุมกรรมการบริหาร		บำเหน็จกรรมการ		รวมค่าตอบแทน	
	2550	2549	2550	2549	2550	2549	2550	2549	2550	2549
1.ร.ต.ต.เกรียงศักดิ์ โลหะชาละ	-	100,000	-	80,000	-	-	-	-	-	180,000
2.นายปารเมศร์ รัชไชยบุญ	80,000	60,000	-	-	-	-	400,000	180,000	480,000	240,000
3.นายพนดล ดัฒนศิริรักษ์	40,000	60,000	-	-	15,000	25,000	-	-	55,000	85,000
4.นายพิเชษฐ มณีรัตน์พร	40,000	60,000	-	-	15,000	25,000	-	-	55,000	85,000
5.นายธวัช มีประเสริฐสกุล	40,000	60,000	-	-	15,000	25,000	-	-	55,000	85,000
6.นายวิจิต ดิลกวิลาศ	40,000	60,000	-	-	15,000	25,000	-	-	55,000	85,000
7.นายประเสริฐ วีระเสถียรพรกุล	40,000	60,000	80,000	40,000	-	-	240,000	140,000	360,000	240,000
8.นางสาวกัญญาณี กิตติจิตต์	40,000	40,000	30,000	20,000	-	-	160,000	60,000	230,000	120,000
9.นายเสนาะ อรรถพิพัฒน์กุล	30,000	40,000	40,000	-	-	-	180,000	-	250,000	40,000
10.นายประสงค์ เอมมาโนชญ์	40,000	-	-	-	-	-	-	-	40,000	-
11.นางสาวเกศินี ชัยชนะพรกุล	-	-	-	-	15,000	25,000	-	-	15,000	25,000
<b>รวม</b>	<b>390,000</b>	<b>540,000</b>	<b>150,000</b>	<b>140,000</b>	<b>75,000</b>	<b>125,000</b>	<b>980,000</b>	<b>380,000</b>	<b>1,595,000</b>	<b>1,185,000</b>

หมายเหตุ : ข้อมูลทางการเงินจะแยกรายการเฉพาะค่าบำเหน็จกรรมการ

**9.3.2 ค่าตอบแทนผู้บริหาร**

(หน่วย:บาท)

รายละเอียด	บมจ.มาสเตอร์ แอด		บจก.มาสเตอร์แอนด์มอร์		บจก.มาร์โก้ ไรท์ชายน	
	2550	2549	2550	2549	2550	2549
เงินเดือน และโบนัส	11,828,551	14,312,837.-	1,996,250.00	2,647,250.-	-	-
เงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	209,024	232,140.-	-	46,440.-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-
<b>รวม</b>	<b>12,037,575</b>	<b>14,544,977.-</b>	<b>1,996,250.00</b>	<b>2,693,690.-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
จำนวนผู้บริหาร (ท่าน)	8	7	1	1	-	-

**ค่าตอบแทนอื่นๆ**

- ไม่มี -



## การกำกับดูแลกิจการ

### หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ตลอดปี 2550 บริษัทได้ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี รายละเอียดดังต่อไปนี้

#### สิทธิของผู้ถือหุ้น

ในปี 2550 บริษัท ได้จัดการประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้นตามที่กฎหมายกำหนดขึ้นในวันพฤหัสบดีที่ 20 เมษายน 2550 เวลา 14.00 น. ณ ห้องเจ้าสามพระยา 2 ชั้น 4 โรงแรม เดอะแกรนด์ บางกอก โดยได้จัดทำเป็นหนังสือนัดประชุมระบุสถานที่ วัน เวลา ระเบียบวาระการประชุมและเรื่องที่จะเสนอต่อที่ประชุมพร้อมด้วยรายละเอียด พร้อมแนบ หนังสือมอบฉันทะ รายงานประจำปี รวมทั้งรายละเอียดเพิ่มเติมประกอบการพิจารณา โดยได้จัดส่งเอกสารดังกล่าวให้ผู้ถือหุ้นทุกคนที่มีรายชื่อ ณ. วันปิดสมุดทะเบียนเพื่อการประชุมผู้ถือหุ้นล่วงหน้าก่อนการประชุม 9 วัน และลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ติดต่อกัน 3 วัน รวมทั้งได้เผยแพร่หนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้นใน website ของบริษัท (www.masterad.com) ล่วงหน้าก่อนวันประชุม 30 วัน

ในวันประชุม บริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นลงทะเบียนได้ตั้งแต่วันที่ 12.30 น. ซึ่งเป็นเวลาล่วงหน้าก่อนการประชุม ประมาณ 1.30 ชั่วโมง คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหารทุกท่านรวมทั้งผู้ตรวจสอบบัญชีของบริษัท ได้เข้าร่วมประชุมโดยพร้อมเพรียงกัน สำหรับการลงคะแนนเสียงในวาระการประชุมที่ต้องขอมติจากผู้ถือหุ้นนั้น บริษัทได้จัดให้มีการลงคะแนนเสียงโดยใช้บัตรลงคะแนน ทั้งนี้ก่อนการประชุมประธานที่ประชุมได้แจ้งจำนวนผู้เข้าประชุมทั้งที่มาด้วยตนเองและผู้รับมอบฉันทะ ให้ที่ประชุมรับทราบ และได้อธิบายวิธีการลงคะแนนด้วยบัตรลงคะแนนเสียงให้ทราบก่อนการประชุมโดยจะถือเอาเสียงข้างมากเป็นมติที่ประชุม การดำเนินการประชุมจะเป็นไปตามลำดับวาระที่ได้แจ้งไว้ในหนังสือนัดประชุมโดยไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเติมวาระการประชุมกะทันหันในวันประชุม และเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นแต่ละรายแสดงความคิดเห็น ชักถาม ได้อย่างมีอิสระ เมื่อการประชุมเสร็จสิ้นแล้วจะมีการจัดทำรายงานการประชุมเป็นลายลักษณ์อักษรเก็บไว้และเผยแพร่รายงานการประชุมภายใน 14 วัน ทางเว็บไซต์ของบริษัทที่ <http://www.masterad.com/investor relation>

#### การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

บริษัทปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน ทั้งผู้ถือหุ้นที่เป็นผู้บริหารและผู้ถือหุ้นที่ไม่เป็นผู้บริหาร รวมทั้งผู้ถือหุ้นต่างชาติ

สำหรับผู้ถือหุ้นที่เข้าประชุมเองไม่ได้ สามารถแต่งตั้งบุคคลอื่นเข้าร่วมประชุมและออกเสียงลงคะแนนแทนโดยกรอกแบบในหนังสือมอบฉันทะที่บริษัทแนบไปพร้อมกับหนังสือเชิญประชุม นอกเหนือจากนั้นบริษัทได้เสนอทางเลือกโดยการแจ้งชื่อกรรมการอิสระของบริษัทจำนวน 3 ท่าน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นที่เข้าร่วมประชุมไม่ได้มอบอำนาจให้บุคคลดังกล่าวเข้าประชุมและลงคะแนนเสียงแทน อย่างไรก็ตามในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2550 ไม่มีผู้ถือหุ้นท่านใดมอบอำนาจให้กรรมการอิสระเป็นผู้เข้าประชุมและออกเสียงลงคะแนนแต่อย่างใด

#### การให้สิทธิแก่ผู้ถือหุ้นส่วนน้อย

เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2550 บริษัทได้เผยแพร่จดหมายถึงผู้ถือหุ้นผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์เพื่อให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยเสนอเรื่องเพื่อบรรจุเป็นวาระการประชุมและเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นคณะกรรมการบริษัทตามกระบวนการสรรหาของบริษัทเป็นก่วงหน้าก่อนการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนดและเผยแพร่บนเว็บไซต์ของบริษัทที่<http://www.masterad.com/investor relation> อย่างไรก็ตามในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2550 ไม่มีผู้ถือหุ้นท่านใดเสนอวาระการประชุมหรือเสนอชื่อบุคคลเพื่อพิจารณาเป็นกรรมการอิสระของบริษัทแต่อย่างใด

## มาตรการป้องกันกรรมการและผู้บริหารใช้ข้อมูลภายในเพื่อหาผลประโยชน์ให้แก่ตนเองหรือผู้อื่นในทางมิชอบ

เพื่อป้องกันการแสวงหาผลประโยชน์จากการใช้ข้อมูลภายในของบริษัทที่ยังไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณชน บริษัทมีนโยบายห้ามมิให้กรรมการและผู้บริหาร รวมถึงคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะของบุคคลดังกล่าวใช้ข้อมูลภายในที่ยังไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณชน เพื่อทำการซื้อ ขาย โอน หรือ รับโอนหลักทรัพย์ของบริษัทก่อนที่ข้อมูลนั้นจะเปิดเผยต่อสาธารณชน เพื่อให้การบริหารงานเป็นไปอย่างโปร่งใสและคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

ทั้งนี้ในการ ซื้อ ขาย โอนหรือรับโอนหลักทรัพย์ของบริษัท กรรมการและผู้บริหารจะต้องรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ตามเกณฑ์ที่สำนักงานก.ล.ต.กำหนด รวมทั้งต้องจัดส่งสำเนารายงานดังกล่าว จำนวน 1 ชุดให้แก่บริษัทเพื่อเก็บเป็นหลักฐาน

## บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัท บริหารงานโดยคำนึงถึงการรักษามลประโยชน์ของบริษัทควบคู่ไปกับคำนึงถึงผลประโยชน์ สิทธิ และความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า เจ้าหนี้ คู่แข่งขัน และความรับผิดชอบต่อสังคมและส่วนรวม โดยยึดหลักดังนี้

### ผู้ถือหุ้น

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกรายโดยเท่าเทียมกัน มุ่งเน้นที่จะสร้างความมั่นคงและการเจริญเติบโตให้แก่ธุรกิจเพื่อความสามารถในการแข่งขันระยะยาวและสร้างผลตอบแทนที่ดีให้กับผู้ถือหุ้น โดยกำหนดนโยบายจ่ายเงินปันผลไม่ต่ำกว่า 50 % ของกำไรสุทธิให้แก่ผู้ถือหุ้นเป็นประจำทุกปี รวมทั้งได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น โดยตระหนักและให้ความสำคัญต่อสิทธิของผู้ถือหุ้นโดยเท่าเทียมกัน ดังนี้

### สิทธิขั้นพื้นฐานของผู้ถือหุ้น

- สิทธิในความเป็นเจ้าของโดยควบคุมบริษัทผ่านการแต่งตั้งกรรมการให้ทำหน้าที่แทนตน
- สิทธิในการซื้อขายหรือโอนหุ้น
- สิทธิในการรับทราบข่าวสารข้อมูลของกิจการอย่างเพียงพอในเวลาอันควร
- สิทธิในการเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้นและออกเสียงลงคะแนน
- สิทธิในการมอบอำนาจให้บุคคลอื่นเข้าประชุมและออกเสียงลงคะแนนแทน
- สิทธิในการรับทราบกฎเกณฑ์และวิธีการเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้น
- สิทธิในการแสดงความคิดเห็นและซักถามในที่ประชุมผู้ถือหุ้น
- สิทธิในการแต่งตั้งหรือถอดถอนกรรมการ
- สิทธิในการออกเสียงลงคะแนนแต่งตั้งและกำหนดค่าตอบแทนผู้สอบบัญชี
- สิทธิในการรับเงินปันผล

นอกจากนี้ ผู้ถือหุ้นยังมีสิทธิในการมีส่วนร่วมในการรับทราบและตัดสินใจในเรื่องสำคัญใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานขั้นพื้นฐาน

บริษัทได้จัดให้มีการรายงานและเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานใดๆ ของบริษัทอย่างถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใส และทันเวลาในการตัดสินใจ ทั้งข้อมูลภาษาไทยและภาษาอังกฤษซึ่งผู้ถือหุ้น นักลงทุน และผู้สนใจ สามารถเข้าดูการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทผ่านช่องทางเปิดเผยข้อมูลต่างๆของตลาดหลักทรัพย์ และ website ของบริษัท

ที่ <http://www.masterad.com>

## พนักงาน

เพื่อให้เป็นไปตามหลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยคำนึงถึง ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล สวัสดิการ และสิทธิประโยชน์ที่พนักงานพึงได้รับ บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน) จึงได้กำหนดแนวทางในการปฏิบัติต่อพนักงาน ดังนี้

### ด้านการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงานกับองค์กร

บริษัทมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกและสรรหาบุคลากรที่ชัดเจน โดยเริ่มต้นตั้งแต่ การจัดทำ Job Analysis เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการสรรหาคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงานกับองค์กร มีการทดสอบบุคลากร โดยใช้ทั้งแบบทดสอบเพื่อวัดความรู้ความสามารถในการทำงาน และแบบทดสอบทางจิตวิทยา เพื่อให้มั่นใจว่า ได้บุคลากรที่มีความสามารถและเข้ากับวัฒนธรรมขององค์กรได้ รวมถึงการจัดให้มีการติดตามและประเมินผลการทดลองงานของพนักงานใหม่ทุกคน

จำนวนบุคลากรแบ่งตามสายงานหลัก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 และ 31 ธันวาคม 2549

ฝ่าย	2550 (คน)	2549 (คน)
1. ฝ่ายบริหาร	15	11
2. ฝ่ายบัญชีการเงิน	15	16
3. ฝ่ายการตลาด	16	19
4. ฝ่ายขาย	17	38
5. ฝ่ายวิศวกรรมและการผลิต	11	8
6. ฝ่ายพัฒนาธุรกิจและการตลาด	5	3
7. ฝ่ายบริหารสำนักงาน	19	20
8. ส่วนกฎหมายและคดี	2	2
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>117</b>

### ด้านการส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรได้มีการพัฒนาความรู้ความสามารถ

บริษัทได้เริ่มต้นการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากร นับแต่ก้าวแรกที่บุคลากรได้เข้ามาอยู่ในองค์กร ตั้งแต่การปฐมนิเทศพนักงานใหม่ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กร มีการจัดทำแผนการสอนงานจากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง และมีการติดตามผลการฝึกอบรม On the Job Training ตลอดระยะเวลา 1 เดือน โดยใช้ชื่อว่า Project 4 Week อีกส่วนที่สำคัญคือ การที่บริษัทได้จัดทำแผนการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน โดยมุ่งเน้นการฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้มีทักษะความรู้ความสามารถในการทำงานในหน้าที่ในปัจจุบันที่เพิ่มขึ้น และเพื่อปรับปรุงจุดอ่อนอันเกิดจากการประเมินผลการปฏิบัติงาน และมีการจัดทำแผนเพื่อการพัฒนาบุคลากรในระยะยาว สำหรับรองรับการเจริญเติบโตก้าวหน้าในตำแหน่งงานในอนาคต รวมถึงการวางแผนการเจริญเติบโตก้าวหน้าในสายอาชีพให้กับพนักงาน เพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสในการก้าวหน้าในหน้าที่การงานตามความสามารถและได้ใช้ศักยภาพของแต่ละคนได้อย่างเต็มที่และเพื่อให้มั่นใจว่างบประมาณด้านการฝึกอบรมบุคลากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล บริษัทยังได้มีการติดตามผลการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการนำไปใช้ในงานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ในปัจจุบันบริษัทยังมีนโยบายยกระดับการศึกษาของพนักงาน โดยให้ทุนการศึกษาแก่พนักงานเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท เพื่อช่วยพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรอีกด้วย

### ด้านสวัสดิการพนักงาน

บริษัทได้จัดให้มีสวัสดิการด้านต่างๆ สำหรับพนักงาน อย่างเหมาะสม ได้แก่ เบี้ยขยัน ประกันอุบัติเหตุ ประกันสุขภาพ และประกันชีวิต ซึ่งพนักงานจะสามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้ เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลของพนักงาน การจัดให้มีการตรวจสุขภาพประจำปี ปีละ 1 ครั้ง เพื่อมุ่งเน้นให้พนักงานมีสุขภาพที่ดี และการจัดให้มีของขวัญแสดงความยินดีเนื่องในโอกาสต่างๆ เช่น วันเกิด จบการศึกษา สมรส มีบุตร รวมถึงการส่งเสริมและรักษาให้พนักงานทำงานอยู่กับองค์กรเป็นระยะเวลานาน อันได้แก่ การจัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับพนักงาน การจัดให้มีเงินรางวัลสำหรับพนักงานที่ปฏิบัติงานกับองค์กรเป็นเวลานาน 10 ปี 15 ปี 20 ปี และยังมีกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมและสร้างความสามัคคีในหมู่พนักงาน ซึ่งได้แก่ การจัดสวัสดิการเที่ยวประจำปีสำหรับพนักงานปีละ 1 ครั้ง การจัดงานเลี้ยงวันเกิดสำหรับพนักงานที่เกิดในเดือนเดียวกัน เดือนละครั้ง มีการจัดงานแข่งขันกีฬา งานรื่นเริงและงานเลี้ยงสังสรรค์ในวาระโอกาสต่างๆ เพื่อให้พนักงานได้ผ่อนคลายความตึงเครียดในการปฏิบัติงาน

**ด้านการให้ผลตอบแทนอย่างเป็นธรรม เหมาะสมกับ ความรู้ความสามารถ ความรับผิดชอบ และผลการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละคน**

### การให้ผลตอบแทนอย่างเป็นธรรม

บริษัทได้กำหนดให้มีการจ่ายผลตอบแทนในการทำงานให้กับพนักงานอย่างเหมาะสม ตามคุณวุฒิ ความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการทำงาน รวมถึงการกำหนดให้มีการพิจารณาปรับเพิ่มอัตราเงินเดือนประจำปีให้แก่พนักงานปีละ 1 ครั้ง โดยยึดตามผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งบริษัทได้กำหนดให้มีการติดตามผลการปฏิบัติงานเป็นรายเดือนและรายไตรมาส และจัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานปีละ 2 ครั้ง โดยนำระบบ Balance Score Card และ KPI มาใช้เป็นเครื่องมือในการพิจารณาจากผลการปฏิบัติงานของพนักงานและหน่วยงาน ตามหลักการจ่ายผลตอบแทนแบบ Pay for Performance

### (1) ค่าตอบแทนแก่บุคลากร (ไม่รวมผู้บริหาร)

(หน่วย:บาท)

	บมจ.มาสเตอร์ แอนด์		บจก.มาสเตอร์แอนด์มอร์		บจก.มาร์โก้ ไรท์ซายน์	
รายละเอียด	2550	2549	2550	2549	2550	2549
เงินเดือน และโบนัส	32,784,127.88	30,526,520.68	6,634,771.69	7,169,602.32	1,874,221.20	2,202,981.01
เงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	283,512.00	258,019.00	74,489.00	60,238.00	22,721.00	18,474.00
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-
<b>รวม</b>	<b>33,067,639.88</b>	<b>30,784,539.68</b>	<b>6,709,260.69</b>	<b>7,229,840.32</b>	<b>1,896,942.20</b>	<b>2,221,455.01</b>

### ด้านการดูแลรักษาสุขภาพแวดล้อมในการทำงาน

โดยคำนึงถึงสุขภาพอนามัย ความสะอาดและความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของพนักงาน ผ่านการจัดกิจกรรม 5 ส ในสำนักงาน การจัดให้มีเจ้าหน้าที่เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับบริหาร และเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพ รวมถึงการจัดให้คณะกรรมการความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในสถานประกอบการ เพื่อร่วมดูแลสวัสดิการและความปลอดภัยในสำนักงาน จัดให้มีการตรวจสุขภาพให้พนักงานเป็นประจำทุกปี นอกจากนี้ บริษัท ยังได้เข้าร่วมโครงการโรงงานสีขาว กับ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม เพื่อแสดงเจตนารมณ์ในการทำให้สำนักงานเป็นสำนักงานปลอดภัยเสถียรอีกด้วย

### ลูกค้า

บริษัท จะปฏิบัติตามเงื่อนไขและสัญญาทางการค้าต่อลูกค้าอย่างเคร่งครัดเพื่อเป็นการสร้างพันธมิตรทางการค้า เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่นและได้รับประโยชน์ด้วยกันทั้งสองฝ่าย และพยายามอย่างยิ่งในการหลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์

### เจ้าหน้าที่

บริษัท ได้ปฏิบัติตัวเป็นลูกหนี้ที่ดีโดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของทั้งสองฝ่าย หลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รวมถึงการปฏิบัติกับเจ้าหน้าที่เปรียบเสมือนพันธมิตรทางการค้า ซึ่งบริษัทมีเป้าหมายที่จะให้เจ้าหน้าที่บางรายที่มีศักยภาพเข้ามาเป็นพันธมิตรทางการค้า บริษัท ได้มีนโยบายชำระหนี้ให้ตรงตามกำหนดเวลา และปฏิบัติตามเงื่อนไขของเจ้าหน้าที่อย่างเคร่งครัด

### ลูกค้า

บริษัทมุ่งมั่นที่จะสร้างความเป็นหนึ่งในใจลูกค้าตลอดไปด้วยการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ เน้นการบริการที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องตามความต้องการของลูกค้า เพื่อรักษาสถานะลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่ รวมทั้ง การยึดถือในการให้บริการที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ตามความต้องการและเหนือความคาดหมายของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ด้วยนโยบายคุณภาพที่ว่า " **สร้างสรรคส์คือ ยึดถือคุณภาพ** " บริษัท ได้จัดให้มีกิจกรรมสำหรับลูกค้าและสร้างความอบอุ่นให้กับลูกค้าเปรียบเสมือนลูกค้าเป็นครอบครัวเดียวกับ MACO เช่นการส่งของขวัญวันเกิดอวยพรลูกค้า การแจกส้มในเทศกาลตรุษจีน เป็นต้น

### คู่แข่ง

บริษัท ยึดหลักการดำเนินธุรกิจในการอบคึกของการแข่งขันอย่างยุติธรรม มีจรรยาบรรณ และอยู่ในกรอบกฎหมาย หลีกเลี่ยงวิธีการที่ไม่สุจริตเพื่อมุ่งทำลายคู่แข่งทางการค้า ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาในทางร้าย และไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิของคู่แข่งทางการค้า

### สังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัท ได้ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility : CSR) ยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม รักษากฎระเบียบ จรรยาบรรณ เคารพและประพฤติตนต่อทุกฝ่ายด้วยความถูกต้องและเป็นธรรม จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสังคมในด้านต่าง ๆ มาอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น สนับสนุนกิจกรรมของนักศึกษา ในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ รวมถึงการบริจาคเงินเพื่อส่งเสริมการศึกษา มีส่วนร่วมและสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ อาทิเช่น กิจกรรมเพื่อเด็กที่ด้อยโอกาส โครงการบริจาคโลหิต บริจาคหนังสือเพื่อห้องสมุดทั่วประเทศ รวมทั้งการจัดทำป้ายเพื่อสนับสนุนประชาสัมพันธ์หน่วยงานภาครัฐบาล

### การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

บริษัท มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ลงทุน และมีการส่งข้อมูลที่มีผลกระทบต่อราคาซื้อขายหลักทรัพย์ ต่อการตัดสินใจลงทุน หรือต่อสิทธิประโยชน์ของผู้ถือหุ้น รวมทั้งข้อมูลที่ควรเผยแพร่ให้นักลงทุนทราบไปยังตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างตรงเวลา และทันต่อเหตุการณ์ เพื่อให้ผู้ลงทุนได้รับทราบข้อมูลของบริษัทอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน โดยบริษัท ได้ให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใส และทั่วถึง

บริษัทกำหนดให้การเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทต่อนักลงทุน ผู้ถือหุ้น ผู้เกี่ยวข้อง และบุคคลทั่วไป เป็นอำนาจของประธานเจ้าหน้าที่บริหารระดับสูงที่ได้รับมอบหมาย และ/หรือพนักงานที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่นักลงทุนสัมพันธ์

ทั้งนี้ นักลงทุนและผู้สนใจสามารถติดต่อแผนกนักลงทุนสัมพันธ์ได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ 02-9383388 ต่อ 487 หรือ Email Address :ir@masterad.com

สำหรับกิจกรรมในปี 2550 แผนกนักลงทุนสัมพันธ์ได้จัดงาน analyst meeting 1 ครั้ง เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของตลาดหลักทรัพย์ และหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ งาน Company Visit จัดโดยสมาคมบริษัทจดทะเบียน, งาน Money Channel สัญจรที่จังหวัดภูเก็ต, รวมพลคนหุ้นหุ้น (นสพ.หุ้นหุ้น), งาน Thai Investor Day (ตามล่าหาหุ้นทองคำ) เพื่อแนะนำบริษัท และ นำเสนอข้อมูลของบริษัทให้กับนักลงทุนและผู้สนใจได้รับทราบข้อมูล

#### หน้าที่ของคณะกรรมการและกรรมการชุดย่อย

(ตามรายละเอียดส่วนที่ 2 หน้า 31-35)

#### คำตอบแทนของกรรมการและผู้บริหาร

(รายละเอียดคำตอบแทนของคณะกรรมการและผู้บริหาร ส่วนที่ 2 หน้า 36 )

#### รายงานของคณะกรรมการ

คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทได้สอบทานรายงานทางการเงิน เป็นประจำทุกไตรมาสโดยมีหน่วยงานฝ่ายบัญชีเป็นผู้นำเสนอรายงานพร้อมหนังสือนัดประชุมล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วัน เพื่อให้คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานงบการเงินร่วมกับผู้สอบบัญชีของบริษัทเพื่อลงมติรับรองงบการเงินนั้นก่อนที่จะนำเสนอให้กรรมการบริษัทรับทราบทุกไตรมาส

คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบต่อการเงินรวมของบริษัทและบริษัทย่อย (รายงานความรับผิดชอบของคณะกรรมการต่อรายงานทางการเงิน) ที่ปรากฏในรายงานประจำปี งบการเงินดังกล่าวจัดทำขึ้นตามมาตรฐานการบัญชีรับรองโดยผู้ตรวจสอบบัญชีจากสำนักงานบัญชีที่ผ่านการเห็นชอบจากกสท. รวมทั้งได้มีการเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญ ข้อมูลงบการเงิน บนพื้นฐานของข้อเท็จจริงอย่างครบถ้วน ตรงเวลา ให้กับผู้มีส่วนได้เสียอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน

#### โครงสร้างของคณะกรรมการ

คณะกรรมการประกอบด้วยกรรมการอิสระ 4 ท่าน และกรรมการที่เป็นผู้บริหาร 5 ท่าน รวมคณะกรรมการบริษัททั้งสิ้น 9 ท่าน (ตามรายละเอียดประวัติของกรรมการแต่ละท่านในเอกสารแนบ 1 หน้า 1-4) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่เหมาะสมกับขนาดธุรกิจของบริษัท โดยมีกรรมการอิสระในสัดส่วนที่มากกว่า 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการ มีทั้งผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมและผู้มีความเชี่ยวชาญทางการเงินซึ่งสามารถแสดงความเห็นได้อย่างอิสระ คณะกรรมการที่เป็นผู้บริหารสามารถให้ความเห็นด้านธุรกิจเชิงลึก ทำให้การแสดงความเห็นในที่ประชุมเป็นไปอย่างสร้างสรรค์ การตัดสินใจของคณะกรรมการยึดประโยชน์ของบริษัทโดยรวมเป็นสำคัญ

ทั้งนี้บริษัทได้กำหนดนियามกรรมการอิสระโดยผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัทให้เข้มกว่าข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์โดยให้ถือหุ้นน้อยกว่าข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์(กสท.) (ตามนियามกรรมการอิสระส่วนที่ 2 หน้า 35) ทั้งนี้คณะกรรมการมีมติให้ นายปารเมศร์ รัชไชยบุญ กรรมการอิสระซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญในธุรกิจที่บริษัทดำเนินการอยู่ดำรงตำแหน่ง ประธานกรรมการบริษัท และ นายประเสริฐ วีระเสถียรพกุล เป็นกรรมการอิสระที่มีความรู้ทางด้านบัญชีและการเงิน จึงได้แต่งตั้งให้เป็นประธานคณะกรรมการตรวจสอบ

**วาระการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ**

(ตามรายละเอียดส่วนที่ 2 หน้า 32)

**นियามกรรมการอิสระ**

(ตามรายละเอียด ส่วนที่ 2 หน้า 35)

**จำนวนบริษัทที่กรรมการแต่ละท่านดำรงตำแหน่ง**

บริษัทได้ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่กำหนดให้กรรมการบริษัทดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนไม่เกิน 5 บริษัทเพื่อให้คณะกรรมการได้ทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และปี 2550 ไม่มีกรรมการท่านใดของบริษัทดำรงตำแหน่งในบริษัทจดทะเบียนเกิน 5 บริษัทแต่อย่างใด (รายละเอียดการดำรงตำแหน่งของกรรมการบริษัทแต่ละท่านตามเอกสารแนบ 2 หน้า 1 )

**การกำหนดอำนาจของประธานและกรรมการผู้จัดการ**

บริษัทกำหนดให้ผู้ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการบริษัท และ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารมิใช่บุคคลเดียวกัน ประธานกรรมการบริษัทมีบทบาทหลักเป็นผู้กำกับดูแลผู้บริหารระดับสูงโดยจะแต่งตั้งจากกรรมการอิสระของบริษัท ส่วนประธานเจ้าหน้าที่บริหารมีบทบาทหลักเป็นผู้นำฝ่ายบริหาร ทั้งนี้บริษัทได้แต่งตั้ง นางสาวอมรพรรณ นรินทวานิช เป็นเลขานุการบริษัท เพื่อทำหน้าที่เป็นสื่อกลางทำความเข้าใจระหว่างผู้ถือหุ้นและผู้บริหารและคณะกรรมการบริษัทเพื่อให้มีการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

**การควบคุมดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม**

ในกรณีที่บริษัทมีการลงทุนในบริษัทย่อย หรือบริษัทร่วม บริษัทจะควบคุมโดยการส่งกรรมการเข้าไปเป็นตัวแทนตามสัดส่วนการถือหุ้น

**คณะกรรมการชุดย่อย**

นอกจากคณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริหาร บริษัทยังมีได้จัดให้มีกรรมการชุดย่อยอื่น

**บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ**

(ดูรายละเอียดและบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท ส่วนที่ 2 หน้า 33-34 คณะกรรมการตรวจสอบ ส่วนที่ 2 หน้า 34-35)

**นโยบายการกำกับดูแลกิจการ**

บริษัทถือว่านโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยได้กำหนดให้มีนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรตั้งแต่ปี 2549 คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้มีหน้าที่กำหนดนโยบายในเรื่องดังกล่าวมีการติดตามและประเมินผลการกำกับดูแลกิจการอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกปี และมีการปรับปรุงแก้ไขเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญและได้เผยแพร่แผนนโยบายการกำกับดูแลกิจการ(ฉบับเต็ม)ผ่านเว็บไซต์ของบริษัทที่ [www.masterad.com](http://www.masterad.com) เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และหลากหลายช่องทางมากขึ้น

### จริยธรรมธุรกิจ

คณะกรรมการบริษัท ได้จัดทำจริยธรรมธุรกิจขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อให้ กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทได้ยึดถือเป็นแนวปฏิบัติในการทำงาน ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอันได้แก่ พนักงาน ผู้ถือหุ้น คู่ค้า ลูกค้า คู่แข่ง เจ้าหนี้ทางการค้า และต่อสังคมส่วนรวม อย่างเท่าเทียมและทั่วถึงกัน โดยกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท ทุกคนมีหน้าที่ปฏิบัติตามจริยธรรมธุรกิจอย่างเคร่งครัด บริษัทจะมีการพิจารณาทบทวนและปรับปรุงจริยธรรมธุรกิจเป็นประจำทุกปีเพื่อความเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์ และได้เผยแพร่จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ (ฉบับเต็ม) ผ่านเว็บไซต์ของบริษัทที่ [www.masterad.com](http://www.masterad.com)

### ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (ปรับ wording ใหม่ในหัวข้อที่ 3)

เพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ บริษัทจึงได้กำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับกรรมการ ผู้บริหารและพนักงาน เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติดังนี้

1. ห้ามมิให้กรรมการ ประกอบกิจการ เข้าเป็นหุ้นส่วนหรือเข้าเป็นผู้ถือหุ้นในนิติบุคคลที่มีสภาพอย่างเดียวกัน และเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัท เว้นแต่จะแจ้งให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบก่อนมีมติแต่งตั้ง
2. ห้ามมิให้ผู้บริหารและพนักงานใช้ข้อมูลภายในเพื่อประโยชน์ของตนในการซื้อขายหุ้นบริษัท หรือนำข้อมูลภายในซึ่งจะก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ถือหุ้นโดยรวมไปเปิดเผยกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง
3. กรณีที่บริษัทและบริษัทย่อยมีรายการเกี่ยวโยงกัน หรือการได้มาจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สินที่สำคัญของบริษัท คณะกรรมการและฝ่ายจัดการของบริษัทจะดูแลให้มีการปฏิบัติตามขั้นตอนการพิจารณา โดยจัดให้มีการประชุมเพื่อพิจารณากำหนดแนวทางสำหรับการพิจารณาความเหมาะสมของการทำรายการที่ชัดเจนและผ่านการกลั่นกรองการทำรายการดังกล่าวจากคณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการตรวจสอบจะพิจารณการทำรายการโดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทและผู้ถือหุ้นโดยรวมเป็นสำคัญ กรรมการหรือผู้บริหารที่มีส่วนได้เสียจากการพิจารณาในเรื่องนั้นๆจะต้องออกจากที่ประชุม เมื่อลงมติอนุมัติการทำรายการแล้วคณะกรรมการจะกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามขั้นตอนที่กำหนด และเปิดเผยข่าวสารตามช่องทางต่างๆ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน
4. ไม่ใช่โอกาสหรือข้อมูลที่ได้จากการเป็นผู้บริหารหรือพนักงานของบริษัทในการทำธุรกิจที่แข่งขันหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับบริษัท

### ระบบการควบคุมและตรวจสอบภายใน

(ตามรายละเอียดการควบคุมภายใน ส่วนที่ 2 หน้า 47)

### การประชุมคณะกรรมการ

บริษัทให้ความสำคัญในการเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัท โดยถือเป็นหน้าที่สำคัญของกรรมการทุกท่านที่จะเข้าร่วมการประชุมอย่างสม่ำเสมอเพื่อรับทราบผลประกอบการ การดำเนินธุรกิจ และร่วมกันพิจารณาอนุมัติโครงการต่าง ๆ ของบริษัท โดยในการพิจารณาอนุมัติเรื่องต่างๆในแต่ละวาระนั้นจะคำนึงถึงผลประโยชน์ของบริษัท ตลอดจนประโยชน์และสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียโดยรวมเพื่อการเติบโตของธุรกิจที่ยั่งยืน ทั้งนี้ในการพิจารณาเรื่องต่างๆเปิดโอกาสให้กรรมการบริษัททุกท่านแสดง



ความเห็นได้อย่างเป็นอิสระ โดยมีประธานกรรมการบริษัททำหน้าที่เป็นประธานที่ประชุมและเป็นผู้ควบคุมการประชุม และมีผู้บริหารที่เกี่ยวข้องในคราวประชุมเพื่อชี้แจงรายละเอียดต่อคณะกรรมการ ในการวินิจฉัยชี้ขาดจะถือเอาเสียงข้างมากในที่ประชุมโดยคณะกรรมการ 1 ท่านมีหนึ่งเสียง ถ้าคะแนนเสียงเท่ากันประธานในที่ประชุมจะออกเสียงเพิ่มขึ้น 1 เสียงเป็นการชี้ขาด และหากมีการพิจารณาอนุมัติรายการที่เกี่ยวข้องกัน กรรมการผู้มีส่วนได้เสียจะต้องออกจากที่ประชุมและไม่มีสิทธิออกเสียงลงคะแนนในเรื่องนั้น ๆ

บริษัทกำหนดการจัดประชุมคณะกรรมการบริษัทล่วงหน้าเป็นรายปีอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง และส่งให้กรรมการทุกท่านเพื่อรับทราบกำหนดดังกล่าว และอาจมีการประชุมเพิ่มเติมจากที่ได้กำหนดไว้เพื่อพิจารณาเรื่องสำคัญเร่งด่วน โดยประธานกรรมการบริษัท และ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้ร่วมกำหนดวาระการประชุมและพิจารณาเรื่องเข้าวาระการประชุม คณะกรรมการบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าทุกประเด็นสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท อย่างไรก็ตามคณะกรรมการบริษัททุกท่านมีความเป็นอิสระที่จะเสนอเรื่องเข้ารับการพิจารณาในที่ประชุมโดยสามารถเสนอเรื่องผ่านประธานกรรมการบริษัทหรือประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ในการประชุมคณะกรรมการแต่ละครั้ง บริษัทจะทำหนังสือแจ้งการประชุมพร้อมระเบียบวาระการประชุมที่ชัดเจนโดยกำหนดวัน เวลา สถานที่ประชุม และมีการจัดส่งเอกสารประกอบการประชุมไปพร้อมกับหนังสือแจ้งการประชุม ล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วัน ในวันประชุมจะมีผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการประชุมในแต่ละวาระเข้าร่วมประชุมเพื่อให้คณะกรรมการได้ชั่งตวงข้อมูลเพิ่มเติม และมีการจัดสรรเวลาให้กรรมการอภิปรายปัญหาสำคัญได้อย่างพอเพียง และติดตามผลการเข้าร่วมประชุมของกรรมการ เพื่อเปิดเผยจำนวนครั้งของกรรมการแต่ละท่านที่เข้าร่วมประชุม ภายหลังจากเสร็จสิ้นการประชุมแล้วจะมีการจัดทำรายงานการประชุมและสรุปผลการประชุมเก็บไว้เป็นลายลักษณ์อักษรต่อไป ทั้งนี้ในปี 2550 คณะกรรมการบริษัทที่มีการประชุมทั้งสิ้น 4 ครั้ง

(รายละเอียดจำนวนครั้งการประชุมของกรรมการแต่ละท่านในส่วนที่ 2 หน้าที่ 31)

#### การประเมินตนเองของคณะกรรมการ

บริษัท จัดประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทตั้งแต่ปี 2549 และในปี 2550 บริษัท ก็ยังคงให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัททั้งคณะ ทั้งนี้เพื่อให้คณะกรรมการสามารถเปรียบเทียบผลประเมินในแต่ละหัวข้อหรือเปรียบเทียบผลประเมินของแต่ละปีเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการทั้งคณะต่อไป

#### การสรรหาคณะกรรมการ

(ตามรายละเอียดส่วนที่ 2 หน้าที่ 35)

ในปี 2550 ซึ่งเป็นปีแรกที่บริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการพิจารณาเสนอชื่อเป็นกรรมการบริษัทปรากฏว่าไม่มีผู้ถือหุ้นท่านใดเสนอชื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้ามา คณะกรรมการบริษัทจึงพิจารณาเสนอชื่อกรรมการที่พ้นจากตำแหน่งตามกำหนดวาระกลับเข้ามาดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทต่อไปอีกวาระหนึ่งเนื่องจากที่ผ่านมาได้ปฏิบัติงานในฐานะกรรมการได้เป็นอย่างดี

#### คำตอบแทน

คณะกรรมการบริษัทจะร่วมกันพิจารณาคำตอบแทนของคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการตรวจสอบโดยการเปรียบเทียบกับบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเทียบเคียงกับกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันและนำเสนอผู้ถือหุ้นเพื่ออนุมัติในที่ประชุมสามัญประจำปี ส่วนคำตอบแทนผู้บริหารบริษัทจะพิจารณาจากหน้าที่ความรับผิดชอบ ผลการปฏิบัติงาน

ของแต่ละคน ประกอบกับผลการดำเนินงานของบริษัท และเปิดเผยคำตอบแทนของกรรมการเป็นรายบุคคลและคำตอบแทนของผู้บริหารระดับสูงไว้ในรายงานประจำปี (รายละเอียดคำตอบแทนคณะกรรมการบริษัท ส่วนที่ 2 หน้า 36)

#### การพัฒนากรรมการและผู้บริหาร

บริษัทมีนโยบายส่งเสริมความรู้เพื่อพัฒนาผู้บริหารและคณะกรรมการของบริษัทโดยมีนโยบายให้คณะกรรมการบริษัททุกท่านผ่านการอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ ซึ่งจัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย คณะกรรมการบริษัทที่ได้รับการแต่งตั้งเข้ามาใหม่จะต้องเข้ารับการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) ซึ่งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่าย และมีนโยบายให้ความรู้แก่กรรมการปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง หากกรรมการท่านใดสนใจที่จะอบรมในหลักสูตร Director Certification Program (DCP) หรือหลักสูตรอื่นๆ บริษัทยินดีจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้เพื่อให้คณะกรรมการบริษัทได้รับทราบบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการบริษัท รวมทั้งนำความรู้มาพัฒนาการกำกับดูแลกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ดูรายละเอียดการฝึกอบรมของคณะกรรมการได้ที่ ส่วนที่ 2 หน้า 32) รวมทั้งจัดให้มีวิทยากรจากภายนอกเข้ามาฝึกอบรมให้ความรู้กับผู้บริหารตามแผนการพัฒนาที่กำหนดไว้เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง

## 10. การควบคุมภายใน

คณะกรรมการตรวจสอบทำหน้าที่สอบทานการดำเนินงานให้ถูกต้องตามนโยบายและระเบียบข้อบังคับของบริษัท ส่งเสริมให้พัฒนาระบบรายงานทางการเงินและบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยมี บริษัท สำนักงานบัญชี แกรนท์ ธอนตัน จำกัด เป็นผู้ตรวจสอบบัญชี

คณะกรรมการตรวจสอบปฏิบัติหน้าที่และแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยมีสำนักงานตรวจสอบภายในจาก บริษัท สอบบัญชี ไอ วี แอล จำกัด เข้ามาทำการตรวจสอบภายในโดยปฏิบัติหน้าที่ในการตรวจสอบภายในได้อย่างเป็นอิสระ ให้บริษัท มีระบบการควบคุมภายใน ระบบตรวจสอบภายใน ที่รัดกุม เหมาะสม ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ สำนักงานตรวจสอบภายใน ทำหน้าที่ประเมินการควบคุมภายในตามแนวปฏิบัติที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด โดยมีนโยบายตรวจสอบในเชิงป้องกัน และเป็นประโยชน์กับหน่วยงาน พิจารณาความน่าเชื่อถือในความถูกต้องของรายงานทางการเงิน รวมทั้งการเปิดเผยข้อมูล อย่างเพียงพอให้เกิดความโปร่งใส ตรวจสอบตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี และเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผลในการดำเนินงาน ยึดแนวการตรวจสอบตามมาตรฐานสากลและรายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ รวมทั้งมีการปรึกษาหารือกับผู้สอบบัญชี เป็นประจำทุกไตรมาส

### การบริหารความเสี่ยง

บริษัทได้เล็งเห็นความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงและได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงขึ้น โดยเบื้องต้นในปี 2550 ได้มีการจัดสัมมนาเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง ให้กับระดับบริหารระดับสูง และได้เข้าไปศึกษาหลักการและวิธีการบริหารความเสี่ยงจากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัท ชั้นนำของประเทศ เพื่อนำแนวทางการบริหารความเสี่ยงมาประยุกต์ใช้กับการบริหารความเสี่ยงของบริษัท

## 11. รายการระหว่างกัน

### รายละเอียดของ รายการระหว่างกัน

ในระหว่างปีที่ผ่านมาบริษัทและบริษัทร่วม มีรายการธุรกิจที่สำคัญกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และมีความจำเป็นและความสมเหตุสมผลของการทำรายการต่างๆ ดังนี้

บุคคล/นิติบุคคล ที่อาจมีความขัดแย้ง	ความสัมพันธ์	ลักษณะของ รายการ	รายละเอียด และนโยบาย กำหนดราคา		มูลค่ารายการ (ล้านบาท)		ความจำเป็นและ ความสมเหตุสมผล
			ปี 2550	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2549	
บจก. อิงค์เจ็ท อิมเมสเจส (ประเทศไทย)	นายพดล ตันศลารักษ์ และ นายพิเชษฐ มณีรัตน์ะพร ซึ่งเป็น กรรมการของบริษัท ดำรง ตำแหน่งเป็นกรรมการ	บริษัทเช่าตึกบริเวณ ถนนวิภาวดีรังสิต พื้นที่ 2,000 ตรม. เพื่อใช้เป็น สถานที่ประกอบสื่อป้าย โฆษณา และแบ่งให้บริษัทร่วม เช่าพื้นที่ 452.05 ตรม. สัญญาเช่าอายุ 3 ปี ครบ กำหนด 31 ธ.ค. 2551	100 บาท/ตรม./เดือน ซึ่งสูงกว่า ราคาที่บริษัททำการเช่าจาก เจ้าของตึกที่ราคา 47.50 บาท/ ตรม./เดือน เนื่องจากบริษัทมีการ ลงทุนปรับปรุงพื้นที่ให้เช่า ให้มี สภาพพร้อมใช้งาน รวมทั้งสิ่ง อำนวยความสะดวกต่างๆ	0.54	0.54	เป็นการแบ่งเช่าพื้นที่ให้แก่บริษัท ร่วม เนื่องจากในช่วงแรกบริษัทมี ความจำเป็นต้องใช้พื้นที่ทั้งตึกเพื่อ ใช้เก็บสินค้าและอุปกรณ์ ภายหลัง มีการปรับปรุงระบบจัดเก็บ จึงมี พื้นที่เหลือ และสามารถแบ่งพื้นที่ บางส่วนให้บริษัทร่วมได้ ซึ่ง สามารถช่วยลดภาระต้นทุนของ บริษัทได้	
		บริษัทจ้างบริษัทร่วม ผลิตภาพโฆษณาเพื่อ ติดตั้งบนสื่อป้ายโฆษณา ของบริษัท	เป็นราคาที่ไม่มีความแตกต่าง จากการว่าจ้างผู้ผลิตรายอื่นใน ขณะที่บริการต้องคือว่าผู้ผลิต รายอื่น	11.95	15.66	เป็นไปตามการดำเนินธุรกิจ ตามปกติ ซึ่งการให้บริษัทร่วมเป็น ผู้ผลิตนั้น ทำให้บริษัทสามารถ ควบคุมคุณภาพงาน และ ระยะเวลาในการผลิตได้ดีขึ้น	

บุคคล/นิติบุคคล ที่อาจมีความขัดแย้ง	ความสัมพันธ์	ลักษณะของ รายการ	รายละเอียด และนโยบาย กำหนดราคา	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)		ความจำเป็นและ ความสมเหตุสมผล
				ปี 2550	ปี 2549	
บจก. แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์	การถือหุ้นโดย บมจ.มาสเตอร์ แอด 48.87 %	บริษัททำการเช่าพื้นที่ตึก แลนด์-มาสเตอร์ ตึก 1 พื้นที่ 982.23 ตรม. ตึก2 พื้นที่ 2,550.24 ตรม.	ตึก 1 100 บาท/ตรม./เดือน			เป็นการเช่าพื้นที่ เพื่อประกอบธุรกิจ ตามปกติ โดยราคาค่าเช่าไม่มีความ แตกต่างกับผู้เช่ารายอื่น
			และค่าไฟฟ้าประมาณ 80,000 บาท/เดือน	11.39	9.75	
บจ.แลนด์ ไฮม(ประเทศไทย) หุ้น 37.98 %	ถือ					
บมจ.ไดอิจิ คอร์ปอเรชั่น 13.15 %	ถือหุ้น		<b>หมายเหตุ</b> ค่าเช่าหมายถึง ค่าเช่าและ ค่าใช้จ่ายส่วนกลาง ค่าเช่าตึก 1 สิ้นสุด 30 พ.ย. 49 ค่าเช่าตึก 2 สิ้นสุด 1 มี.ค.52			
		บริษัท เข้าไปค้าประกัน สินเชื่อตามสัดส่วนการถือ หุ้น	ค้าประกันสินเชื่อตามเงื่อนไขของ ธนาคารเพื่อนำเงินมาก่อสร้าง อาคารสำนักงานแห่งใหม่ ตาม สัดส่วนการถือหุ้น 48.87%			เป็นไปตามเงื่อนไขของธนาคารตาม ลักษณะธุรกิจโดยทั่วไป เพื่อเพิ่ม ความน่าเชื่อถือให้กับบริษัทย่อยใน การขอกู้เงินจากธนาคารเพื่อนำมา สร้างอาคารสำนักงานแห่งใหม่ให้ เสร็จทันตามกำหนดเวลาที่บริษัท ได้ วางแผนขยายกิจการเอาไว้

บุคคล/นิติบุคคล ที่อาจมีความขัดแย้ง	ความสัมพันธ์	ลักษณะของ รายการ	รายละเอียด และนโยบาย กำหนดราคา	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)		ความจำเป็นและ ความสมเหตุสมผล
				ปี 2550	ปี 2549	
บมจ. ไดอิจิ คอร์ปอเรชั่น	นายพดล ตันศลารักษ์, นาย พิเชษฐ มณีรัตน์ะพร, นายธวัช มีประเสริฐสกุล ซึ่งเป็นกรรมการ ของบริษัทถือหุ้นผ่านบริษัท ดี คอร์ป กรุ๊ป จำกัด ร้อยละ 10 ,42,49 ตามลำดับ นายพิเชษฐ และนายธวัช ดำรง ตำแหน่งเป็นกรรมการ	บริษัทให้เช่าสื่อป้าย โฆษณาประเภท Billboard	ขึ้นอยู่กับจุดติดตั้ง โดยเสนอ ราคาในลักษณะเดียวกับลูกค้า อื่นทั่วไป	1.33	4.73	เป็นประกอบธุรกิจตามปกติ โดย ราคาเข้ามีความสมเหตุสมผล

**มาตรการหรือขั้นตอนการอนุมัติการทำรายการระหว่างกัน (ถาม Sn ว่าเหมือนเดิมหรือไม่)**

ในการทำรายการระหว่างกัน จะต้องมีความจำเป็นและมีความสมเหตุสมผลของการทำรายการเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดของบริษัท สำหรับรายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัท ได้พิจารณาแล้วเห็นว่ารายการดังกล่าวเป็นไปตามลักษณะการดำเนินธุรกิจทั่วไป และบริษัทได้จ่าย หรือรับค่าตอบแทนในราคายุติธรรม

การทำรายการระหว่างกันในอนาคตจะขึ้นอยู่กับเหตุผลและความจำเป็น การจ่ายและรับค่าตอบแทนต้องเป็นไปตามราคายุติธรรมของตลาด และจะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบ

โดยในกรณีที่มียาการดังกล่าวเกิดขึ้น คณะกรรมการตรวจสอบจะพิจารณาความจำเป็นและความสมเหตุสมผลของรายการ และแจ้งความเห็นต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท

**นโยบายการทำรายการระหว่างกันในอนาคต**

รายการระหว่างกันที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตนั้น คณะกรรมการบริษัทจะต้องไม่อนุมัติรายการใดๆ ที่ตนเอง หรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในลักษณะอื่นใดกับบริษัท และจะต้องเปิดเผยรายการดังกล่าวต่อคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อพิจารณาให้ความเห็นว่ารายการดังกล่าวเป็นรายการที่เป็นไปตามลักษณะธุรกิจทั่วไป และเป็นไปในราคายุติธรรม และเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทพิจารณา นอกจากนี้บริษัทมีนโยบายที่จะไม่ให้กรรมการเป็นผู้ค้าประกันเงินกู้ยืมของบริษัท

ทั้งนี้บริษัทจะยึดแนวทางปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และข้อบังคับประกาศ คำสั่ง หรือข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงปฏิบัติตามข้อกำหนดในการเปิดเผยข้อมูลการทำรายการที่เกี่ยวข้อง และการได้มาหรือจำหน่ายทรัพย์สินของบริษัท หรือบริษัทย่อย

ในส่วนของรายการระหว่างกันในปัจจุบัน บริษัทมีนโยบายที่จะดำเนินการดังต่อไปนี้

<p>การให้บริษัทย่อยและบริษัทร่วมเช่าพื้นที่สำนักงาน</p>	<p>บริษัทคาดว่าจะยังคงให้บริษัทย่อยและบริษัทร่วมเช่าพื้นที่สำนักงาน ณ. ตึก บริเวณถนนวิภาวดี-รังสิตต่อไป</p>
<p>การผลิตภาพ</p>	<p>ในกรณีที่เป็นการงานภาพพิมพ์ที่บริษัทร่วมสามารถทำการผลิตได้ บริษัทยังคงจะส่งมอบงานให้ เนื่องจากมีความคล่องตัวในการควบคุมงานและระยะเวลาในการผลิต</p>

**12. สรุปฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน (รอบการเงินปี 50)**

12.1 งบการเงิน

12.1.1 สรุปรายงานการสอบบัญชี

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตของบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ได้แก่

ปี พ.ศ.2545 – พ.ศ.2546

นางสุมาลี โชคดีอนันต์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3322

สำนักงานบัญชี แกรนท์ ธอนตัน

ปี พ.ศ.2547

นางสุมาลี โชคดีอนันต์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3322

สำนักงานบัญชี แกรนท์ ธอนตัน

ปี พ.ศ.2548

นางสุมาลี โชคดีอนันต์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3322

สำนักงานบัญชี แกรนท์ ธอนตัน

ปี พ.ศ.2549

นางสุมาลี โชคดีอนันต์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3322

สำนักงานบัญชี แกรนท์ ธอนตัน

ปี พ.ศ.2550

นายสมคิด เตียตระกูล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 2785

สำนักงานบัญชี แกรนท์ ธอนตัน

ซึ่งรายงานการตรวจสอบบัญชีและสอบทานของผู้สอบบัญชีของบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน)

ปี พ.ศ. 2546 ผู้สอบบัญชีได้แสดงความเห็นอย่างไม่มีเงื่อนไข

ปี พ.ศ.2547 ผู้สอบบัญชีได้แสดงความเห็นอย่างไม่มีเงื่อนไข

ปี พ.ศ.2548 ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตได้แสดงความเห็นอย่างไม่มีเงื่อนไข

ปี พ.ศ.2549 ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตได้แสดงความเห็นอย่างไม่มีเงื่อนไข

ปี พ.ศ.2550 ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตได้แสดงความเห็นอย่างไม่มีเงื่อนไขและมีข้อสังเกต



## 12.1.2

## ตารางสรุปงบการเงินรวม

## บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

## งบดุลรวม

ณ. 31 ธันวาคม

หน่วย: บาท

งบดุลรวม	2550		2549		2548	
	บาท	(%)	บาท	(%)	บาท	(%)
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	129,054,102	19.31	67,072,714	9.90	36,440,831	5.34
เงินลงทุนระยะสั้น	15,074,047	2.25				
ลูกหนี้การค้า (สุทธิ)	82,772,763	12.38	119,524,876	17.64	118,117,050	17.32
ลูกหนี้อื่น	344,556	0.05	347,351	0.05	297,692	0.04
สินค้าคงเหลือ	4,790,013	0.72	10,542,400	1.56	10,811,750	1.59
เงินจ่ายล่วงหน้าค่าสินค้า	299,652	0.04	499,419	0.07	367,370	0.05
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า	17,487,645	2.62	21,847,451	3.23	24,795,084	3.64
ค่าใช้จ่ายล่วงหน้า	31,514,218	4.71	16,171,552	2.39	30,524,121	4.48
เงินให้กู้ยืมแก่บริษัทที่เกี่ยวข้อง	12,606,000	1.89	12,606,000	1.86	9,939,800	1.46
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	63,724,839	9.53	38,597,606	5.70	40,674,865	5.97
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	<b>357,667,835</b>	<b>53.50</b>	<b>287,209,369</b>	<b>42.40</b>	<b>271,968,563</b>	<b>39.89</b>
เงินลงทุนแก่บริษัทย่อยและบริษัทร่วม	29,602,970	4.43	38,139,413	5.63	44,346,696	6.50
เงินฝากธนาคารที่มีข้อจำกัดในการใช้	35,667,423	5.34	29,431,777	4.35	31,806,924	4.67
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ (สุทธิ)	143,958,381	21.53	217,391,848	32.10	227,517,958	33.37
คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำหรับระบบบัญชี-สุทธิ	3,224,546	0.48	2,405,439	0.36	1,498,838	0.22
ที่ดินที่ยังไม่ได้ใช้ในการดำเนินงาน	35,316,836	5.28	35,316,836	5.21	35,316,836	5.18
ค่าความนิยม - สุทธิ	13,040,727	1.95	15,127,244	2.23	17,213,760	2.52
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	50,008,543	7.48	52,284,406	7.72	52,128,429	7.65
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>668,487,261</b>	<b>100.00</b>	<b>677,306,332</b>	<b>100.00</b>	<b>681,798,004</b>	<b>100.00</b>

## บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน)และบริษัทย่อย

## งบดุลรวม

ณ. 31 ธันวาคม

หน่วย:บาท

งบดุลรวม	2550		2549		2548	
	บาท	(%)	บาท	(%)	บาท	(%)
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>						
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	63,000,000	9.42	78,005,755	11.52	88,000,000	12.91
เจ้าหนี้การค้า - บริษัทอื่น	28,715,265	4.30	28,886,660	4.26	22,313,893	3.27
เจ้าหนี้การค้า - บริษัทที่เกี่ยวข้อง	4,911,226	0.73	6,145,813	0.91	5,742,710	0.84
รายได้รับล่วงหน้า	14,612,991	2.19	18,713,626	2.76	18,787,826	2.76
เจ้าหนี้อื่น - บริษัทที่เกี่ยวข้อง	1,046,910	0.16	198,000	0.03	316,557	0.05
เจ้าหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อที่กำหนดชำระ 1 ปี	1,655,895	0.25	1,866,543	0.28	943,592	0.14
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	11,789,787	1.76	6,912,148	1.02	14,405,540	2.11
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	8,100,259	1.21	11,990,453	1.77	24,414,927	3.58
ภาษีขายที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	8,441,620	1.26	10,500,748	1.55	8,808,947	1.29
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	3,013,836	0.45	3,961,467	0.58	2,848,816	0.42
<b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>	<b>145,287,789</b>	<b>21.73</b>	<b>167,181,213</b>	<b>24.68</b>	<b>186,582,808</b>	<b>27.37</b>
เจ้าหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อ-สุทธิ	1,447,145	0.22	2,703,040	0.41	1,462,425	0.22
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	425,451	0.06	830,893	0.12	839,425	0.11
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>147,160,385</b>	<b>22.01</b>	<b>170,715,146</b>	<b>25.21</b>	<b>188,884,658</b>	<b>27.70</b>

## บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน)และบริษัทย่อย

งบดุลรวม (ต่อ)

ณ. 31 ธันวาคม

หน่วย:บาท

งบดุลรวม	2550		2549		2548	
	บาท	(%)	บาท	(%)	บาท	(%)
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
ทุนเรือนหุ้น	125,000,000	18.70	125,000,000	18.46	125,000,000	18.33
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	167,084,833	24.99	167,084,833	24.66	167,084,833	24.51
กำไร (ขาดทุน) สะสม - จัดสรรสำรอง						
ตามกฎหมาย	12,500,000	1.88	12,500,000	1.85	11,563,999	1.70
- ยังไม่ได้จัดสรร	139,590,766	20.88	138,913,079	20.51	135,853,868	19.93
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท</b>	<b>444,175,599</b>	<b>66.45</b>	<b>443,497,912</b>	<b>65.48</b>	<b>439,502,700</b>	<b>64.47</b>
ผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	77,151,277	11.54	63,093,274	9.31	53,410,646	7.83
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้นและผู้ถือหุ้นส่วนน้อย</b>	<b>521,326,876</b>	<b>77.99</b>	<b>506,591,186</b>	<b>74.79</b>	<b>492,913,346</b>	<b>72.30</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>668,487,261</b>	<b>100.00</b>	<b>677,306,332</b>	<b>100.00</b>	<b>681,798,004</b>	<b>100.00</b>

## บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน)และบริษัทย่อย

## งบกำไรขาดทุนรวม

สำหรับปี สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2550

หน่วย:บาท

งบกำไรขาดทุนรวม	2550		2549		2548	
	บาท	(%)	บาท	(%)	บาท	(%)
<b>รายได้</b>						
รายได้จากการขายและบริการ	473,560,747	96.67	539,215,269	96.55	543,499,653	97.62
รายได้อื่น	16,321,337	3.33	19,293,154	3.45	13,226,629	2.38
ส่วนแบ่งกำไรตามวิธีส่วนได้เสีย	-	-	-	-	-	-
<b>รวมรายได้</b>	<b>489,882,084</b>	<b>100.00</b>	<b>558,508,423</b>	<b>100.00</b>	<b>556,726,282</b>	<b>100.00</b>
<b>ค่าใช้จ่าย</b>						
ต้นทุนจากการขายและบริการ	275,678,974	56.28	309,108,690	55.35	288,144,992	51.76
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	137,188,845	28.00	169,786,147	30.40	135,974,626	24.42
ค่าตอบแทนกรรมการ	980,000	0.20	780,000	0.14	780,000	1.16
ส่วนได้เสียในขาดทุนสุทธิของบริษัทร่วม-สุทธิ	7,536,448	1.54	6,207,283	1.11	2,104,139	0.38
ขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์	293,137	0.06	3,541,595	0.63	7,104,735	1.28
<b>รวมต้นทุนและค่าใช้จ่าย</b>	<b>421,677,404</b>	<b>86.08</b>	<b>489,423,715</b>	<b>87.63</b>	<b>434,108,492</b>	<b>77.98</b>
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่ายและภาษี	68,204,680	13.92	69,084,708	12.37	122,617,790	22.02
ดอกเบี้ยจ่าย	(2,805,837)	0.57	5,112,403	0.91	3,097,819	0.56
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	(23,163,373)	4.73	24,044,465	4.31	37,395,924	6.72
<b>กำไรสุทธิก่อนหักส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย</b>	<b>(23,163,373)</b>	<b>8.62</b>	<b>39,927,840</b>	<b>7.15</b>	<b>82,124,047</b>	<b>14.75</b>
<b>หัก กำไรส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย</b>	<b>(14,058,003)</b>	<b>2.87</b>	<b>(9,682,628)</b>	<b>(1.73)</b>	<b>(15,134,298)</b>	<b>(2.72)</b>
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>28,177,467</b>	<b>5.75</b>	<b>30,245,212</b>	<b>5.42</b>	<b>66,989,749</b>	<b>12.03</b>
กำไรต่อหุ้น (Weighted)	0.23		0.24		0.54	

## บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

## งบกระแสเงินสดรวม

สำหรับปี สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2550

หน่วย: บาท

	2550	2549	2548
	จำนวน (บาท)	จำนวน (บาท)	จำนวน (บาท)
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน</b>			
กำไรสุทธิสำหรับปี	28,177,467	30,245,212	66,989,749
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	63,617,977	70,210,765	62,037,765
กำไรจากการขายที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	(712,619)	(2,858,385)	(93,521)
ส่วนได้เสียในขาดทุน) ของบริษัทร่วม	8,536,443	6,207,283	2,104,139
หนี้สงสัยจะสูญ	6,006,026	17,637,088	3,570,458
ตัดจำหน่ายหนี้สูญ	-	749,793	-
ค่าที่ปรึกษาจ่ายล่วงหน้าตัดจ่าย	2,463,479	1,755,600	-
ค่าใช้จ่ายจากโครงการป้ายโฆษณาตัดจ่าย	934,990	834,520	3,391,093
ค่าความนิยมตัดจ่าย	2,086,517	2,086,516	2,086,517
ค่าที่ปรึกษาจ่ายล่วงหน้าตัดจำหน่าย	-	3,589,406	-
อุปกรณ์ตัดจำหน่าย	1,487,745	571,063	-
ค่าใช้จ่ายค้างจ่ายตัดจำหน่าย	-	(4,217,075)	-
ขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์	293,137	3,541,595	7,104,735
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	14,058,003	9,682,628	15,134,298
<b>การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน</b>			
ลูกหนี้การค้า	30,746,087	(20,164,003)	(15,195,285)
ลูกหนี้อื่น-บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน	2,795	(49,659)	2,666,476
สินค้าคงเหลือ	1,486,366	(2,255,284)	2,594,169
เงินจ่ายล่วงหน้าค่าสินค้า	199,767	(132,049)	140,617
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า	4,359,806	2,947,633	11,090,885
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า	(15,342,666)	14,352,569	(21,307,282)
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	679,127	(4,758,440)	(371,878)

## บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

## งบกระแสเงินสดรวม (ต่อ)

สำหรับปี สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2550

หน่วย : บาท

	2550	2549	2548
	จำนวน (บาท)	จำนวน (บาท)	จำนวน (บาท)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	(1,653,342)	(6,814,299)	(43,662,851)
เจ้าหนี้การค้า	(1,405,982)	(4,472,143)	( 4,414,034)
เจ้าหนี้อื่น-บริษัทที่เกี่ยวข้อง	848,910	(118,557)	98,304
รายได้รับล่วงหน้า	(4,100,635)	(74,200)	4,719,342
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	4,877,639	(7,493,392)	(3,104,666)
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	(3,310,194)	3,240,614	5,543,614
ภาษีขายที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	(2,059,128)	1,691,801	763,743
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	(967,227)	1,097,894	(4,554,056)
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	(405,442)	(8,532)	(856,452)
<b>เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>	<b>140,905,406</b>	<b>117,025,962</b>	<b>96,475,879</b>
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน			
เงินฝากธนาคารที่มีข้อจำกัดในการใช้	(6,235,646)	2,375,147	( 28,740,256)
เงินลงทุนระยะสั้น	(15,074,047)	-	-
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อเงินลงทุน	-	-	(12,500,005)
ซื้ออุปกรณ์-สุทธิ	(16,193,998)	(53,750,950)	(78,856,777)
ซื้อโปรแกรมสำเร็จรูป	(747,686)	-	-
เงินสดรับจากการจำหน่ายอุปกรณ์	3,760,201	5,695,218	340,661
เงินสดรับจากการรับชำระเงินกู้ยืมแก่บริษัทย่อย	-	(2,666,200)	(6,605,800)
<b>เงินสดใช้ไปในกิจกรรมลงทุน</b>	<b>(34,491,176)</b>	<b>(48,346,785)</b>	<b>(126,362,177)</b>

## บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

งบกระแสเงินสดรวม (ต่อ)

สำหรับปี สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2550

หน่วย : บาท

	2550 จำนวน (บาท)	2549 จำนวน (บาท)	2548 จำนวน (บาท)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	(1,653,342)	(6,814,299)	(43,662,851)
เจ้าหนี้การค้า	(1,405,982)	(4,472,143)	( 4,414,034)
เจ้าหนี้อื่น-บริษัทที่เกี่ยวข้อง	848,910	(118,557)	98,304
รายได้รับล่วงหน้า	(4,100,635)	(74,200)	4,719,342
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	4,877,639	(7,493,392)	(3,104,666)
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	(3,310,194)	3,240,614	5,543,614
ภาษีขายที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	(2,059,128)	1,691,801	763,743
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	(967,227)	1,097,894	(4,554,056)
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	(405,442)	(8,532)	(856,452)
<b>เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>	<b>140,905,406</b>	<b>117,025,962</b>	<b>96,475,879</b>
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน			
เงินฝากธนาคารที่มีข้อจำกัดในการใช้	(6,235,646)	2,375,147	( 28,740,256)
เงินลงทุนระยะสั้น	(15,074,047)	-	
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อเงินลงทุน	-	-	(12,500,005)
ซื้ออุปกรณ์-สุทธิ	(16,193,998)	(53,750,950)	(78,856,777)
ซื้อโปรแกรมสำเร็จรูป	(747,686)	-	
เงินสดรับจากการจำหน่ายอุปกรณ์	3,760,201	5,695,218	340,661
เงินสดรับจากการรับชำระเงินกู้ยืมแก่บริษัทย่อย	-	(2,666,200)	(6,605,800)
<b>เงินสดใช้ไปในกิจกรรมลงทุน</b>	<b>(34,491,176)</b>	<b>(48,346,785)</b>	<b>(126,362,177)</b>

บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

งบกระแสเงินสดรวม (ต่อ)

สำหรับปี สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2550

หน่วย: บาท

	ปี 2550	ปี 2549	ปี 2548
	จำนวน (บาท)	จำนวน (บาท)	จำนวน (บาท)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน			
เงินสดจ่ายจากเงินกู้ยืมจากธนาคาร	(15,005,755)	(9,994,245)	23,000,000
เจ้าหน้าที่ตามสัญญาเช่าซื้อลดลง	(1,946,543)	(1,817,806)	(76,871)
เงินปันผลจ่าย	(27,480,184)	(26,235,243)	(30,076,278)
<b>เงินสดใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน</b>	<b>(44,432,482)</b>	<b>(38,047,294)</b>	<b>(7,153,149)</b>
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	61,981,388	30,631,883	(37,039,447)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นปี	67,072,714	36,440,831	73,480,278
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดสิ้นปี	129,054,102	67,072,714	36,440,831



**4.3.12.1.3 ตารางแสดงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ**

<b>การวิเคราะห์อัตราส่วน</b>				
<b>อัตราส่วนแสดงความสามารถทำกำไร</b>	2550	2549	2548	2547
อัตรากำไรขั้นต้น	41.79%	42.67%	46.98%	52.48%
อัตรากำไรสุทธิ	5.75%	5.42%	12.03%	15.60%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	4.19%	4.45%	10.40%	13.93%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (fully diluted)	6.35%	6.85%	15.91%	19.18%
<b>อัตราส่วนวิเคราะห์โครงสร้างทางการเงิน</b>				
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น(เท่า)	0.28	0.34	0.38	0.38
อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย(เท่า)	24.31	13.51	39.58	78.75
<b>อัตราส่วนสภาพคล่อง</b>				
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน(เท่า)	2.46	1.72	1.46	1.81
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว(เท่า)	2.43	1.65	1.40	1.69
<b>อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการบริหารงาน</b>				
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า(เท่า)	4.68	4.54	4.43	4.66
ระยะเวลาเก็บหนี้(วัน)	78	80	82	78
อัตรากาไรสุทธิของสินทรัพย์(เท่า)	0.73	0.82	0.86	0.89

<b>ข้อมูลเกี่ยวกับหุ้น</b>	2550	2549	2548	2547
จำนวนหุ้น	125,000,000	125,000,000	125,000,000	125,000,000
ราคาตามบัญชีต่อหุ้น	4.17	4.05	3.94	3.53
กำไรต่อหุ้น(EPS)	0.23	0.24	0.54	0.68
P/E Ratio (เท่า)	13	14	9	13

## 12.2 คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

### • ภาพรวมของการดำเนินงาน

ในปี 2550 ภาพรวมของการดำเนินงาน รายได้หลักของกลุ่มบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ยังคงเป็นรายได้จากสื่อโฆษณา Billboard, Trivision, BTS City Vision, และ Flyover media ซึ่งมีอัตรารายได้อยู่ที่ร้อยละ 29, 27, 23 และ 3 ตามลำดับของรายได้รวม โดยลูกค้ากลุ่มเป้าหมายยังคงแบ่งเป็นลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ และลูกค้าที่เป็นตัวแทนบริษัทโฆษณาคิดเป็นร้อยละ 68, 32 ตามลำดับ ของยอดขายรวม สำหรับสื่อใหม่คือ Instore Media หรือสื่อที่อยู่ภายในห้างสรรพสินค้า ได้รับการต้อนรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี โดยในปี 2551 คาดว่าสื่อ Instore Media จะเข้ามามีบทบาทในเรื่องของการทำโฆษณามากขึ้น และสามารถเป็นรายได้หลักของบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ในอนาคตต่อไป

อย่างไรก็ดี ถึงแม้ว่าในปี 2550 จะประสบปัญหาเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นสภาวะเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง หรือแม้กระทั่งกฎระเบียบของหน่วยงานราชการ ทางบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ก็ยังไม่หยุดนิ่งในการมุ่งมั่นที่จะผลักดันหรือพัฒนารูปแบบสื่อป้ายโฆษณา และพื้นที่ติดตั้งให้มีหลากหลาย และแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น รวมทั้งแนวโน้มที่สื่อโฆษณากายนอกที่อยู่อาศัยยังมีโอกาสเติบโตมากขึ้น

### • ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ในปี 2550 สามารถสรุปได้ดังนี้

#### • รายได้

ในปี 2550 กลุ่มบริษัทมีรายได้รวม 490 ล้านบาท ลดลงในอัตราร้อยละ 12 จาก 559 ล้านบาทในปี 2549 โดยรายได้หลักมาจากการให้บริการและรับจ้างผลิตสื่อโฆษณา 461 ล้านบาท รายได้จากการขาย 13 ล้านบาท รวมเป็นรายได้จากการให้บริการและรับจ้างผลิตสื่อโฆษณาและรายได้จากการขายรวม 474 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 97 ของรายได้รวม ในปี 2550 รายได้จากค่าบริการ และรายได้จากการขายมีการหดตัวลดลงในอัตราร้อยละ 12, 31 ตามลำดับ

รายได้ของสื่อหลักคิดเป็นรายได้รวม 401 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 82 ของรายได้รวม โดยแบ่งรายได้ตามสัดส่วนของสื่อเทียบกับรายได้รวมเป็นดังนี้ สื่อ Billboard ร้อยละ 31 สื่อ Trivision ร้อยละ 27 สื่อ BTS City Vision ร้อยละ 23 และสื่อ Flyover Media ร้อยละ 3 ซึ่งสาเหตุที่รายได้ลดลงจากปี 2549 เนื่องจากการสิ้นสุดอายุสัมปทานของสื่อโฆษณาประเภท City Vision CBD สื่อโฆษณาสยามสแควร์ และการยกเลิกสัญญาสื่อโฆษณา Railway เป็นหลัก

#### • ต้นทุนและค่าใช้จ่าย

ในปี 2550 กลุ่มบริษัทมีต้นทุนขายและบริการ 276 ล้านบาท มีอัตราลดลงจากปี 2549 ในอัตราร้อยละ 11 ซึ่งมีการสาเหตุเนื่องจากการสิ้นสุดอายุสัมปทานของสื่อโฆษณาประเภท City Vision CBD สื่อโฆษณาสยามสแควร์ และการยกเลิกสัญญาสื่อโฆษณา Railway ต้นทุนขายของกลุ่มบริษัทคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 58 ของยอดขายรวม โดยจากลักษณะธุรกิจหลักของบริษัทที่ให้บริการและรับจ้างผลิตสื่อป้ายโฆษณา ต้นทุนขายหลักของธุรกิจซึ่งประกอบด้วย ค่าเสื่อมราคาสื่อป้ายโฆษณา ค่าเช่าพื้นที่ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา และค่าบำรุงรักษาสื่อป้ายโฆษณา ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 80 ของต้นทุนขาย

ในปี 2550 กลุ่มบริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ รวมอยู่ที่ 146 ล้านบาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 137 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 28 ของยอดรายได้รวม ปรับตัวลดลงร้อยละ 19 จากปี 2549 ทั้งนี้เนื่องมาจากการบริหารจัดการเรื่องค่าใช้จ่ายเป็นอย่างดี รวมถึงการจัดการการบริหารลูกหนี้ที่ดี ทำให้ในปี 2550 มียอดการตั้งหนี้สงสัยจะสูญ และหนี้สูญ ลดลงอย่างเป็นนัยสำคัญ

• **กำไร**

ในปี 2550 กลุ่มบริษัทมีกำไรขั้นต้น 198 ล้านบาท โดยอัตรากำไรขั้นต้นมีการปรับตัวลดลงเล็กน้อยอยู่ที่ร้อยละ 14 เมื่อเทียบกับปี 2549 สำหรับปี 2550 มีกำไรสุทธิ 28 ล้านบาท ลดลงจาก ปี 2549 2 ล้านบาท ในปี 2550 คิดเป็นอัตราการลดลงของกำไรสุทธิร้อยละ 7 และในปี 2550 มีอัตรากำไรสุทธิต่อยอดขายร้อยละ 6 จากที่ปี 2549 มีอัตรากำไรสุทธิต่อยอดขายร้อยละ 5

โดยมีสาเหตุมาจากการจัดการบริหารค่าใช้จ่ายที่ดี ทำให้ในปี 2550 มีกำไรไม่ต่ำกว่าจากปี 2549 มากนัก ในขณะที่รายได้มีอัตราลดลงที่สูงกว่าเทียบอัตราการเปลี่ยนแปลงระหว่างรายได้และต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ บริษัทมีอัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้นอยู่ที่ร้อยละ 4 คำนวณแบบถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

• **สินทรัพย์**

**ส่วนประกอบของสินทรัพย์**

กลุ่มบริษัทมีสัดส่วนโครงสร้างของสินทรัพย์หมุนเวียนและสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนในอัตรา 1 ต่อ 0.82

ลักษณะการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท สินทรัพย์หมุนเวียนโดยส่วนใหญ่จะเป็นลูกหนี้การค้า ในขณะที่สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนจะเป็นที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสื่อป้ายโฆษณา ในปี 2550 กลุ่มบริษัทมีสินทรัพย์รวม 668 ล้านบาท แบ่งเป็นสินทรัพย์หมุนเวียน 358 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54 ของสินทรัพย์รวม เพิ่มขึ้นอัตราร้อยละ 1 จากปี 2549 โดยเป็นผลจากการเพิ่มขึ้นในส่วนของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเนื่องจากการจัดการบริหารทางการเงิน โดยในปี 2550 กลุ่มบริษัทมีเงินสด 129 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19 ของสินทรัพย์รวม เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ที่มีสัดส่วนอยู่ประมาณร้อยละ 10 ของสินทรัพย์รวม

ในปี 2550 กลุ่มบริษัทมีสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนประมาณ 311 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46 ของสินทรัพย์รวม โดยเป็นเงินลงทุนในที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ มูลค่า 144 ล้านบาท หรือร้อยละ 22 ของสินทรัพย์รวม ลดลงจากปี 2549 73 ล้านบาท หรือร้อยละ 34 การลดลงดังกล่าวเกิดจาก การซื้อป้าย Railway จำนวน 91 ป้าย และนำไปเป็น stock เหล็กเพื่อใช้ในการงานสื่อป้ายโฆษณาต่อไป จากเดิมในปี 2549 มีการซื้อโครง Railway ไปแล้วจำนวน 17 ป้าย ดังนั้นในปี 2550 จะมีจำนวนโครงป้ายของโครงการ Railway เพื่อใช้ในการดำเนินงาน อยู่จำนวน 5 ป้าย พร้อมกันนี้ในปี 2550 บริษัทได้ตั้งค้ำสินทรัพย์สำหรับป้าย Railway ในส่วนที่เหลือ 5 ป้าย เพื่อความมั่นใจว่ากิจการจะไม่แสดงราคาตามบัญชีของสินทรัพย์สูงกว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของสินทรัพย์

**คุณภาพของสินทรัพย์**

ในส่วนของคุณภาพของลูกหนี้ กลุ่มบริษัทมีนโยบายในการกำหนดระยะเวลาชำระหนี้ไม่เกิน 60 วัน ณ 31 ธันวาคม 2550, 2549 และ 2548 ระยะเวลาการชำระหนี้โดยเฉลี่ยของลูกหนี้ของกลุ่มบริษัทอยู่ที่ 84 วัน , 95 วันและ 89 วัน ตามลำดับ ซึ่งระยะเวลาเก็บหนี้ดังกล่าวในปี 50 มีระยะเวลาที่จัดเก็บสูงกว่านโยบายเล็กน้อยสืบเนื่องจากสภาวะของเศรษฐกิจ และภาวะการแข่งขันในตลาดที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำนโยบายสำหรับการบริหารลูกหนี้ เพื่อบริหารลูกหนี้ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น อายุลูกหนี้ของบริษัทสามารถสรุปได้ดังนี้ (สัดส่วนของลูกหนี้ต่อลูกหนี้รวม)

- ก่อนถึงกำหนดชำระ 84%
- ภายใน 3 เดือน 14%
- มากกว่า 3 เดือน 2%

ในกรณีที่ลูกค้ามีการผิดนัดชำระหนี้เกินกำหนดเวลา และส่งเรื่องเข้าส่วนกฎหมายให้ดำเนินการติดตามหนี้ บริษัทจะทำการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญเพิ่มเติมจำนวน

- **สภาพคล่อง**

- **กระแสเงินสด**

ในปี 2550 กลุ่มบริษัทมีแหล่งเงินทุนสำคัญมาจากกำไรสุทธิประจำปี และเมื่อพิจารณาพร้อมกับเงินทุนหมุนเวียนแล้วทำให้กลุ่มบริษัทมีกระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงานทั้งสิ้น 141 ล้านบาท โดยกลุ่มบริษัทมีใช้กระแสเงินสดดังกล่าวในการชำระค่าใช้จ่ายในการต่ออายุสัญญาเช่าสื่อป้ายโฆษณา รวมทั้งการลงทุนในส่วนของการเช่าสื่อป้ายโฆษณา ในปี 2550 บริษัทมีการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้น 27 ล้านบาท และมีการจ่ายเงินกู้ยืมเพิ่มจากสถาบันการเงิน 15 ล้านบาท เป็นผลให้กลุ่มบริษัทมีกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินทั้งสิ้น 44 ล้านบาท เมื่อพิจารณากระแสเงินสดของกลุ่มบริษัทจากกิจกรรมด้านต่างๆ พบว่ากลุ่มบริษัทมีกระแสเงินสดเพิ่มขึ้นสุทธิ 62 ล้านบาท ซึ่งสืบเนื่องมาจากในปี 2550 บริษัทมีนโยบายในการบริหารและควบคุมค่าใช้จ่ายและจัดทำมาตรการการบริหารลูกหนี้ เพื่อให้ได้กระแสเงินสดเข้าในกิจการ

- **สภาพคล่อง**

ในปี 2550 กลุ่มบริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่อง และสภาพคล่องหมุนเร็วที่ 2.46 เท่า และ 2.43 เท่า ตามลำดับ เพิ่มขึ้นจากที่ 1.74 เท่า และ 1.68 เท่าในปี 2549 ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มบริษัทมีกระแสเงินสดที่เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 92 ของสินทรัพย์รวม

- **รายจ่ายลงทุน**

ในปี 2550 กลุ่มบริษัทมีรายจ่ายลงทุนส่วนใหญ่ของบริษัทใช้ไปเพื่อการต่ออายุสัญญาเช่าสื่อป้ายโฆษณา และการก่อสร้างสื่อป้ายโฆษณา จำนวน 14 ล้านบาท และ 17 ล้านบาท ตามลำดับ

- **แหล่งที่มาของเงินทุน**

โครงสร้างของเงินทุนหมุนและเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มบริษัทในปี 2550 มาจากเงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงินเป็นหลัก สัดส่วนของหนี้ต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีสัดส่วน ระหว่างปี 2550 และปี 2549 มีอัตราที่ลดลงระหว่างปี 2550 และปี 2549 โดยกลุ่มบริษัทมีอัตราส่วนหนี้ต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 0.28 เท่า และ 0.34 เท่า ตามลำดับ โดยสัดส่วนดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลงจากปี 2548 กล่าวคือในปี 2548 กลุ่มบริษัทมีแหล่งเงินทุนที่เป็นเงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงิน โดยมีอัตราส่วนหนี้ต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 0.38 เท่า

- **หนี้สิน**

ในปี 2550 กลุ่มบริษัทมีหนี้สินหมุนเวียน 145 ล้านบาท หนี้สินไม่หมุนเวียน 2 ล้านบาท รวมภาระหนี้สินทั้งสิ้น 147 ล้านบาท ลดลงจากปี 2549 จำนวน 24 ล้านบาท สาเหตุสำคัญมาจากการจ่ายเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน 15 ล้านบาท จาก 78 ล้านบาทเหลือเป็น 63 ล้านบาท การลดลงของเงินกู้ยืมดังกล่าว ทำให้อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมของกลุ่มบริษัทปรับตัวลดลงจากร้อยละ 25 ของสินทรัพย์รวมในปี 2549 ลดลงเป็นร้อยละ 22 ของสินทรัพย์รวมในปี 2550 ซึ่งอัตราการก่อหนี้เป็นอัตราที่ต่ำ และบริษัทยังมองว่าอัตราความเสี่ยงทางการเงินยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำเช่นกัน

- **ส่วนของผู้ถือหุ้น**

ในปี 2550 กลุ่มบริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้น 521 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ปี 2549 จำนวน 15 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากผลกำไรของปี 2550 อย่างไรก็ตามบริษัทมีการประกาศจ่ายเงินปันผล 27 ล้านบาทตามมติที่ประชุมกรรมการ

บริษัทครั้งที่ 2/2550 ในวันศุกร์ที่ 22 กุมภาพันธ์ 2550 เป็นผลให้ ณ สิ้นปี 2550 บริษัทมีกำไรสะสมหลังหักสำรองตามกฎหมายแล้วประมาณ 140 ล้านบาท

### 12.3 ค่าตอบแทนผู้สอบบัญชี

12.3.1 ค่าตอบแทนที่บริษัทและบริษัทย่อยจ่ายให้ผู้สอบบัญชี (Audit Fee) ในรอบปีบัญชี  
สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2550 และ 2549

รายการที่	ชื่อบริษัทผู้จ่าย	ค่าสอบบัญชี	
		2550	2549
1	บมจ.มาสเตอร์ แอด	700,000	700,000.-
2	บจก.มาสเตอร์ แอนด์ มอร์	415,000	415,000.-
3	บจก.อิงค์เจ็ท อิมเมสเจส (ประเทศไทย)	210,000	225,000.-
4	บจก.มาโก้ ไรท์ ซายน์	190,000	205,000.-
5	บจก.แลนต์ ดีเวลลอปเม้นท์	255,000	190,000.-
	รวมค่าตอบแทนจากการสอบบัญชี	1,770,000	1,735,000

ค่าบริการอื่น (Non-Audit Fee)

- ไม่มี -

13. ข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง

- ไม่มี -

### ส่วนที่ 3 การรับรองความถูกต้องของข้อมูล

ข้าพเจ้าได้สอบทานข้อมูลในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีฉบับนี้แล้ว และด้วยความระมัดระวังในฐานะกรรมการผู้จัดการใหญ่ของบริษัทหรือผู้ดำรงตำแหน่งบริหารสูงสุดในสายงานบัญชี ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ข้อมูลดังกล่าวถูกต้องครบถ้วน ไม่เป็นเท็จ ไม่ทำให้ผู้อื่นสำคัญผิด หรือไม่ขาดข้อมูลที่ควรต้องแจ้งในสาระสำคัญ นอกจากนี้ ข้าพเจ้าขอรับรองว่า

(1) งบการเงินและข้อมูลทางการเงินที่สรุปมาในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี ได้แสดงข้อมูลอย่างถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญเกี่ยวกับฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน และกระแสเงินสดของบริษัทและบริษัทย่อยแล้ว

(2) ข้าพเจ้าเป็นผู้รับผิดชอบต่อการจัดให้บริษัทมีระบบการเปิดเผยข้อมูลที่ดี เพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทได้เปิดเผยข้อมูลในส่วนที่เป็นสาระสำคัญทั้งของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างถูกต้องครบถ้วนแล้ว รวมทั้งควบคุมดูแลให้มีการปฏิบัติตามระบบดังกล่าว

(3) ข้าพเจ้าเป็นผู้รับผิดชอบต่อการจัดให้บริษัทมีระบบการควบคุมภายในที่ดี และควบคุมดูแลให้มีการปฏิบัติตามระบบดังกล่าว และข้าพเจ้าได้แจ้งข้อมูลการประเมินระบบการควบคุมภายใน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 ต่อผู้สอบบัญชีและคณะกรรมการตรวจสอบของบริษัทแล้ว ซึ่งครอบคลุมถึงข้อบกพร่องและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของระบบการควบคุมภายใน รวมทั้งการกระทำที่มีขอบที่อาจมีผลกระทบต่อการจัดทำรายงานทางการเงินของบริษัทและบริษัทย่อย

ในการนี้ เพื่อเป็นหลักฐานว่าเอกสารทั้งหมดที่ข้าพเจ้าได้รับรองความถูกต้องที่เป็นชุดเดียวกัน ข้าพเจ้าได้มอบหมายให้ นางสาวธมนวรรณ นรินทวานิช เป็นผู้ลงลายมือชื่อกำกับเอกสารนี้ไว้ทุกหน้าด้วย หากเอกสารใดไม่มีลายมือชื่อของ นางสาวธมนวรรณ นรินทวานิช กำกับไว้ ข้าพเจ้าจะถือว่าไม่ใช่ข้อมูลที่ข้าพเจ้าได้รับรองความถูกต้องของข้อมูลไว้

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	ลายมือชื่อ
นายนพดล ตันศลาวัณษ์	กรรมการ / ประธานกรรมการบริหาร / ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	
นายประสงค์ เอมมานิชญ์	กรรมการ / ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารการเงิน	

#### ผู้รับมอบอำนาจ

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	ลายมือชื่อ
1. นางสาวธมนวรรณ นรินทวานิช	รอง ผอ.ฝ่ายบัญชีการเงิน	

“ข้าพเจ้าได้สอบทานข้อมูลในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีฉบับนี้แล้ว และด้วยความระมัดระวังในฐานะกรรมการบริษัท ข้าพเจ้าไม่มีเหตุอันควรสงสัยว่าข้อมูลดังกล่าวไม่ถูกต้องครบถ้วน เป็นเท็จ ทำให้ผู้อื่นสำคัญผิด หรือขาดข้อมูลที่ควรต้องแจ้งในสาระสำคัญในการนี้ เพื่อเป็นหลักฐานว่าเอกสารทั้งหมดเป็นเอกสารที่ข้าพเจ้าได้รับรองความถูกต้องที่เป็นชุดเดียวกันข้าพเจ้าได้มอบหมายให้นางสาวธมนวรรณ นรินทวานิช เป็นผู้ลงลายมือชื่อกำกับเอกสารนี้ไว้ทุกหน้าด้วย หากเอกสารใดไม่มีลายมือชื่อของ นางสาวธมนวรรณ นรินทวานิช กำกับไว้ ข้าพเจ้าจะถือว่าไม่ใช่ข้อมูลที่ข้าพเจ้าได้รับรองความถูกต้องของข้อมูลไว้”

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	ลายมือชื่อ
นายปารเมศร์ รัชไชยบุญ	ประธานกรรมการบริษัท	
นายวิชิต ดิลกวิลาส	กรรมการ	
นายพิเชษฐ มณีรัตน์ะพร	กรรมการ	
นายธวัช มีประเสริฐสกุล	กรรมการ	
นายประเสริฐ วีระเสถียรพรกุล	กรรมการอิสระ / ประธานกรรมการตรวจสอบ	
นางสาวกัลยาณี กิตติจิตต์	กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ	
นายเสนาะ ธรรมพิพัฒน์กุล	กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ	

#### ผู้รับมอบอำนาจ

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	ลายมือชื่อ
1. นางสาวธมนวรรณ นรินทวานิช	รอง ผอ.ฝ่ายบัญชีการเงิน	



## เอกสารแนบ 1

## ประวัติคณะกรรมการบริษัท ณ. 31 ธันวาคม 2550

ชื่อ - สกุล	อายุ	คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด	สัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท (%)	จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม กก.บริษัท	จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม กก.ตรวจสอบ	ประสบการณ์การทำงาน		
						ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงาน/ประเภทธุรกิจ
1. นายปารเมศร์ รัชไชยบุญ	53 ปี	- ปริญญาตรี ศิลปศาสตร สาขา ประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - Director Accreditation Program (DAP) รุ่น 57/06	-	4/4	-	2535 - 2540	ผู้จัดการทั่วไป	บจก. เดนทัส ยังค์ แอนด์ รูบีแคม
						2540 - 2543	ประธานบริหาร และลูกค้าสัมพันธ์	บจก เดนทัส ยังค์ แอนด์ รูบีแคม
						2543 - 2544	ประธานบริหาร	บจก. เดนทัส ยังค์ แอนด์ รูบีแคม
						2545- 2547	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บจก. เทิร์น อะราวด์
						2547- ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บจก. เทิร์น อะราวด์ ไฟกัส
						ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บจก. เนื่อนานูญ
						ปัจจุบัน	ประธานกรรมการบริษัท	บมจ. มาสเตอร์ แอด
2. นายนพดล ตัณศารักษ์	47 ปี	- ปริญญาโท วิศวกรรมศาสตร์ University of Southwestern Louisiana USA. - ปริญญาโท บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - ปริญญาตรีวิศวกรรมศาสตร์ สาขาสำรวจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - Director Accreditation Program (DAP) รุ่น 7/04 - Director Certification Program (DCP) รุ่น 44/04	17.64	4/4	-	2525 - 2527	วิศวกร	บจก.แอลซีซี ลิ้มเจริญ
						2529 - 2530	วิศวกร	การทางพิเศษแห่งประเทศไทย
						2531 - ปัจจุบัน	กรรมการ และประธานกรรมการบริหาร	บมจ. มาสเตอร์ แอด
						2531 - ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บมจ. มาสเตอร์ แอด
						2531 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แลนด์ โฮม (ประเทศไทย)
						2532 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. ไดอิจี้ คอร์ปอเรชั่น
						2535 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แลนด์ดีเวลอปเม้นท์
						2549-ปัจจุบัน	นายกสมาคม	สมาคมผู้ผลิตป้ายและโฆษณา (ASPA)
						2539 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. อิงค์เจ็ท อิมเมจเจส(ประเทศไทย)
						2539 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. มาสเตอร์ แอนด์ มอร์
						ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. มาโก้โรฟชาयर्น
ปัจจุบัน	รองนายกสมาคม	สมาคมป้ายเอเชีย						

## เอกสารแนบ 1 (ต่อ)

ชื่อ - สกุล	อายุ	คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด	สัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท (%) (รอบปิดสมุดทะเบียนเดือน ธ.ค. )	จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม กก.บริษัท	จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม กก.ตรวจสอบ	ประสบการณ์การทำงาน		
						ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงาน/ประเภทธุรกิจ
3. นายพิเชษฐ มณีรัตน์ะพร	45 ปี	- ปริญญาโท วิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมโยธา มหาวิทยาลัยโตเกียว - ปริญญาโท บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - ปริญญาตรีวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมโยธา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - Director Accreditation Program (DAP) รุ่น 33/05	16.66	4/4	-	2529 - 2531	วิศวกรติดตั้งสะพานแขวน	HITACHI ZOSEN CO.,LTD.
						2531 - ปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการ	บจก. แลนด์โฮม (ประเทศไทย)
						2532 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. มาสเตอร์ แอด
						2532 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. ไดอิจิ คอร์ปอเรชั่น
						2535 - ปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการ	บจก. แลนด์ดีเวลลอปเม้นท์
4. นายธวัช มีประเสริฐสกุล	45 ปี	- ปริญญาโท บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - ปริญญาโทวิศวกรรมโครงสร้าง สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย - ปริญญาตรีวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมโยธา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - Director Accreditation Program (DAP) รุ่น 7/04 - Director Certification Program (DCP) รุ่น 65/05	14.42	4/4	-	2528 - 2530	Project Engineer	บจก. ปูนซิเมนต์นครหลวง
						2530 - 2531	Project Manager	บจก. เอสโซ่ สแตนดาร์ด (ประเทศไทย)
						2531 - 2547	กรรมการ	บจก. แลนด์โฮม (ประเทศไทย)
						2532 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. มาสเตอร์ แอด
						2535 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แลนด์ดีเวลลอปเม้นท์
						2537 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการบริหาร	บมจ. ไดอิจิ คอร์ปอเรชั่น
						2547 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บริษัทหลักทรัพย์ เคทีบี จำกัด
						2549 - ปัจจุบัน	กรรมการอำนวยการ	สมาคมนิสิตเก่าวิศวกรรมศาสตร์แห่ง จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
2550 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง	บริษัท หลักทรัพย์ เค ที บี จำกัด						

## เอกสารแนบ 1 (ต่อ)

ชื่อ - สกุล	อายุ	คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด	สัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท (%)	จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม กก.บริษัท	จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม กก.ตรวจสอบ	ประสบการณ์การทำงาน		
						ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงาน/ประเภทธุรกิจ
5. นายวิชิต ดิลกวิลาศ	70 ปี	-อนุปริญญา สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาลัยเทคนิคกรุงเทพ - Mini MBA มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - Director Accreditation Program (DAP) รุ่น 33/05	5.92	4/4	-	2505 - 2506	หัวหน้างาน	บจก. กระจกไทย
						2506 - 2524	หัวหน้างานสถานีกรุงเทพ	การรถไฟแห่งประเทศไทย
						2524 - 2542	ผอ.กองบำรุงรักษาอาคารและความสะอาด	การทางพิเศษแห่งประเทศไทย
						2533 - ปัจจุบัน	กรรมการ และ กรรมการบริหาร	บมจ. มาสเตอร์ แอด
6. นายประเสริฐ วีระเสถียรพรกุล	47 ปี	- ปริญญาโท บริหารธุรกิจ University of Wisconsin Madison USA. - Director Certification Program (DCP) รุ่น 20/02	-	4/4	4/4	2540 - 2543	ที่ปรึกษากรรมการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
						2540 - ปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการ	บจก. คอนเซ็ปท์ เทรนนิ่งแอนด์คอนซัลแตนท์
						ปัจจุบัน	กรรมการอิสระ และ ประธานกรรมการตรวจสอบ	บมจ. มาสเตอร์ แอด
						ปัจจุบัน	กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ	บล.หลักทรัพย์พัฒนาสิน จำกัด (มหาชน)
						ปัจจุบัน	กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ	บมจ. ซูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย)
7. นางสาวกัลยาณี กิตติจิตต์	51 ปี	- ปริญญาตรี บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - ปริญญาโท บัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - Director Accreditation Program (DAP) รุ่น 60/06 - Audit Committee Program รุ่น 19/2007	-	4/4	4/4	2523-2529	ผู้ช่วยสมุหบัญชี	บจก.เอเชียนเอ็นจิเนียริง คอนซัลแตนท์
						2529-2530	อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรังสิต
						2530-2538	รองคณบดี คณะการบัญชี	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
						2538-2542	ผศ.ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
						2544	รองประธานคณะกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
						2542-ปัจจุบัน	รองศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
						ปัจจุบัน	กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ	บมจ. มาสเตอร์ แอด

## เอกสารแนบ 1 (ต่อ)

ชื่อ - สกุล	อายุ	คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด	สัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท (%)	จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม กก.บริษัท	จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม กก.ตรวจสอบ	ประสบการณ์การทำงาน		
						ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงาน/ประเภทธุรกิจ
8. นายเสนาะ ธรรมพิพัฒน์กุล	45 ปี	-ปริญญาตรี เศรษฐศาสตร์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ - ปริญญาโท เศรษฐศาสตร์ Western Michigan University - Director Accreditation Program (DAP) รุ่น 64/2007 - Audit Committee Program รุ่น 19/2007	-	4/4	4/4	2540-2546	ผอ.ฝ่ายลงทุน	บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด
						2546-2549	ผู้อำนวยการอาวุโส (สายการลงทุน)	บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด
						2545- ปัจจุบัน	เลขานุการคณะกรรมการบริษัท	บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด
						2550-ปัจจุบัน	ผ.ผู้จัดการใหญ่	บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด
						2550-ปัจจุบัน	กรรมการอิสระ/ กรรมการตรวจสอบ	บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน)
9. นางสาวเกศินี อชันนะพรกุล	47 ปี	- ปริญญาตรีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - ปริญญาโท บัณฑิตมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	-	ก.ก.บริหาร	ก.ก.บริหาร	2531-2535	หัวหน้าแผนกวิเคราะห์ต้นทุน	บริษัท สยามกลการ จำกัด
						ปัจจุบัน	ผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูลการเงิน	บริษัท แลนด์ไฮม (ประเทศไทย) จำกัด
						ปัจจุบัน	กรรมการบริหาร	บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน)
10. นายประสงค์ เอมมานิษฐ์	41ปี	-ปริญญาตรี คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ -ปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ Cleveland State University (คลีฟแลนด์, มลรัฐโอไฮโอ, ประเทศสหรัฐอเมริกา) - Director Accreditation Program (DAP) รุ่น 62/2007		4/4	4/4	2532-2535	หัวหน้าเจ้าหน้าที่ขาย	บริษัท เลนโซ คอมมูนิเคชั่น จำกัด
						2535-2538	หัวหน้าส่วนการตลาด	บริษัท เลนโซเพจจิ่ง จำกัด
						2538-2546	ผู้จัดการฝ่ายวางแผนและพัฒนาธุรกิจองค์กร	บมจ.อินเตอร์ฟาสต์วิศวงการ
						2546 – 2547	ผู้จัดการกลุ่มโครงการ	บจก. รัต เทวดเด็กซ์
						2547 – 2548	ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ และการตลาด	บจก. มาสเตอร์ แอนด์ มอร์
						2548 – ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารการเงิน	บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน)
						ปัจจุบัน	กรรมการ	บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน)

เอกสารแนบ 1 (ต่อ)

ชื่อ - สกุล	อายุ	คุณวุฒิทาง การศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัท %	ประสบการณ์ทำงาน		
				ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงาน/ประเภทธุรกิจ
1.นายญาณิสร์ ทิพากร	49 ปี	-ปริญญาตรี นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย		2533-2539	Creative Group Head	ฟาสต์แอดแอดเวอร์ไทซิ่ง
				2539-2546	Creative Director	โลว์ เวิลด์ ไรด์ (Lowe)
				2546-2547	Creative Director	เบทส์ (Bates)
				2547-2550	General Manager	เดนท์ซู พลัส
				2550- ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารการตลาด	บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน)
2. นายจตุร จารุบุญ	51 ปี	-ปริญญาตรี รัฐประศาสนศาสตร์ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ	-	2533-2541	ผู้จัดการ	แปซิฟิก เลเธอร์
				2541-2547	ผู้จัดการทั่วไป	โรงเรียนธุรกิจการบิน
				ปัจจุบัน	รองประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ	บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน)
3. นายสุพจน์ สิริธรรมานวงศ์	46 ปี	-ปริญญาตรี การจัดการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ		2540 - 2545	ผู้จัดการฝ่ายขาย	บริษัท เวิร์ลพูล (ประเทศไทย) จำกัด
				2545 - 2546	ผู้จัดการฝ่ายขาย	บริษัท ไทยซัมซุง จำกัด
				2546 - 2550	ผู้จัดการฝ่ายขาย	LG Electronics Thailand Co.,Ltd.
				ปัจจุบัน	ผู้อำนวยการฝ่ายขาย	บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน)
4.นายสุรวัฒน์ สิละยุทธโยธิน	42 ปี	- BArch (Interior Architecture) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ ลาดกระบัง  - MFA (Computer Arts) Savannah College of Art&Design		2539-2540	3D Visualizer	City Space Co.,Ltd.
				2540 - 2542	Graphics Manager	Steven J.Leach&Associates
				2542-2544	Project Manager	MIE Co.,Ltd.
				2544-2545	Regional Mkt.Asst.Manager	Magic Software Thailand Co.,Ltd.
				2545-2549	Display Asst.Manager	LG Electronics Thailand Co.,Ltd.
				2549-2550	BTL Manager	Cheil Communications Thailand
				ปัจจุบัน	ผอ.ฝ่ายผลิตงานโฆษณา	บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน)

เอกสารแนบ 1 (ต่อ)

ชื่อ - สกุล	อายุ	คุณวุฒิทาง การศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัท %	ประสบการณ์ทำงาน		
				ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงาน/ประเภทธุรกิจ
5.นางสาวธมนวรรณ นรินทวานิช	44 ปี	- ปริญญาตรี สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช  - Finance for non Finance Director  - Coporate Secretary Program รุ่นที่ 12	-	2526-2527	ผู้ช่วยสมุหบัญชี	บริษัท เซนต์จอร์จเค็ล จำกัด
				2529-2532	ผู้ช่วยสมุหบัญชี	บริษัท วิศวกรรมภัณฑ์ จำกัด
				2532-2533	พนักงานบัญชี	สำนักงานบัญชี อำนาจแอนด์แอสโซซิเอต
				2533 - ปัจจุบัน	รอง ผอ.ฝ่ายบัญชีการเงิน	บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน)
6. นางอุไรวรรณ บุณยรัตพันธุ์	36 ปี	- ปริญญาตรี สาขาประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	-	2535-2536	พนักงานบัญชี	บจก. เทคโนโลยี ซอร์ส อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล
				2536-ปัจจุบัน	ผช.ผอ.ฝ่ายบริหารสำนักงาน	บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด(มหาชน)

## เอกสารแนบ 2

รายละเอียดกรรมการของบริษัทและบริษัทย่อย ณ. วันที่ 31 ธันวาคม 2550

รายชื่อ	บมจ. มาสเตอร์ แอด	บริษัทย่อย		บริษัทร่วม		
		บจก. มาสเตอร์ แอนด์ มอร์	บจก. มาโก้ ไรท์ ซายน์	บจก.แลนต์ ดีเวลลอปเม้นท์	บจก.อิงค์เจ็ทฯ	บจก.เทค อะ ลูค
1. นายปารเมศร์ รัชไชยบุญ	xx					
2. นายนพดล ตันศลาวัณษ์	x, //, #	x	x		x	x
3. นายพิเชษฐ มณีรัตนะพร	x	x	x		x	x
4. นายธวัช มีประเสริฐสกุล	x	x			x	
5. นายวิฑิต ดิลกวิลาส	x					
6. นายประเสริฐ วีระเสถียรพวงกุล	x, **, *					
7. นางสาวกัลยาณี กิตติจิตต์	x, *					
8. นายเสนาะ ธรรมพิพัฒน์กุล	x, *					
9. นายประสงค์ เอมมาโนชญ์	x, @					
10.นางสาวเกศิณี อัครนะพวงกุล	/					

หมายเหตุ: xx ประธานกรรมการ, x กรรมการ, \*\* ประธานกรรมการตรวจสอบ, \* กรรมการตรวจสอบ, // ประธานกรรมการบริหาร, / กรรมการบริหาร,  
# ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร, @ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารการเงิน

เอกสารแนบ 3 อื่น ๆ

- ไม่มี -