

สารบัญ

	หน้า
ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ	
1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ	1
2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ	13
3. ปัจจัยความเสี่ยง	32
4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ	37
5. ข้อพิพาททางกฎหมาย	53
6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น	54
ส่วนที่ 2 การจัดการและการกำกับดูแลกิจการ	
7. ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น	61
8. โครงสร้างการจัดการ	63
9. การกำกับดูแลกิจการ	73
10. การพัฒนาอย่างยั่งยืน	108
11. การควบคุมภายในและการบริหารจัดการความเสี่ยง	118
12. รายการระหว่างกัน	127
ส่วนที่ 3 ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน	
13. ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ	132
14. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ	139
การรับรองความถูกต้องของข้อมูล	147
เอกสารแนบ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม และเลขานุการของบริษัทฯ	148
เอกสารแนบ 2 รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการของบริษัทย่อย	163
เอกสารแนบ 3 รายละเอียดเกี่ยวกับผู้ตรวจสอบภายในและหัวหน้างานกำกับดูแลการปฏิบัติงานของบริษัท	164
เอกสารแนบ 4 รายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน	165
เอกสารแนบ 5 รายละเอียดอื่น ๆ	166

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) ผู้ให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ที่มุ่งเก็บข้อมูลเชิงลึกเพื่อการพัฒนาและบริหารจัดการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยสำหรับแบรนด์และสินค้าในระดับประเทศและภูมิภาคเอเชีย ให้คำปรึกษาในการวางแผนการตลาด การคิดเนื้อหาและนำเสนอสื่อโฆษณา (Content Development) รวมไปถึงการสร้างเครือข่ายสื่อโฆษณา (Media Network) โดยสื่อที่ให้บริการเน้นความหลากหลาย ทั้งในด้านรูปแบบ ขนาด สถานที่ติดตั้ง และเทคนิคในการนำเสนอ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับนวัตกรรมเพื่อคอยพัฒนาให้สื่อโฆษณาสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบวงจร รวมไปถึงการผลิตชิ้นงานโฆษณา (Media Production) ติดตั้ง และดูแลรักษาสื่อตลอดระยะเวลาของการบริหารจัดการสื่อโฆษณา

1.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

วิสัยทัศน์

ยกระดับการสื่อสารของแบรนด์ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อการเข้าถึงผู้บริโภคทั่วภูมิภาคอาเซียน

พันธกิจ

นำเสนอช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและมีนวัตกรรมเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกันและประสบการณ์ที่เหนือกว่า ให้กับผู้ที่ได้พบเห็นสื่อ

ค่านิยมองค์กร

ค่านิยมองค์กร เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความเชื่อในอันที่จะนำไปสู่การกระทำร่วมกันของคนในองค์กรและแสดงถึงความเป็นตัวตน (DNA) ขององค์กรที่เป็นหลักยึดของการดำเนินธุรกิจ

P assion

L eadership

A ccountability

N onconformity

B rilliance

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทมีเป้าหมายในการเป็นผู้นำในธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ทั้งในประเทศไทยและภาคพื้นเอเชีย โดยบริษัทตั้งเป้าหมายในการขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาให้ครอบคลุมฐานผู้ชมหรือผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวาง เพื่อตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตทุกรูปแบบของผู้บริโภค โดยเฉพาะแนวโน้มที่ผู้บริโภคมักใช้ชีวิตภายนอกที่อยู่อาศัยมากขึ้น ทั้งนี้บริษัทมุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการพัฒนารูปแบบการนำเสนอสื่อโฆษณาให้มีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัวและปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อก้าวให้ทันผู้บริโภคและเป็นที่พึงพอใจของลูกค้า รวมถึงการมุ่งมั่นนำเสนอสื่อโฆษณาที่สร้างสาธารณประโยชน์ต่อผู้บริโภคเพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ของสื่อโฆษณาของบริษัทและสร้างความพึงพอใจให้กับคู่สัญญาของบริษัท

นอกจากนี้ บริษัทมีแผนเพิ่มพื้นที่สื่อโฆษณาและขยายเครือข่ายทั้งในกรุงเทพฯ ปริมาณ ตลอดจนในหัวเมืองใหญ่ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องในอนาคต รวมถึงการขยายธุรกิจของบริษัทเข้าสู่กลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งบริษัทมีศักยภาพและความสามารถในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายดังกล่าว เช่น มีประสบการณ์และความชำนาญในฐานะผู้ให้บริการงานโฆษณาที่ใช้สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) มาอย่างยาวนาน และประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างสูง มีตราสินค้า (Branding) ที่แข็งแกร่งเป็นที่ยอมรับในธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) และมีพันธมิตรทางธุรกิจหรือผู้ถือหุ้นเชิงกลยุทธ์ของบริษัทที่แข็งแกร่งทั้งทางด้านการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องและฐานะทางการเงิน

ไม่เพียงแต่การเพิ่มพื้นที่และขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาแต่บริษัทยังคงมองหาคอนเทนต์คุณภาพที่จะสามารถเข้ามาเติมเต็มและคอยช่วยสนับสนุนธุรกิจสื่อซึ่งถือเป็นธุรกิจหลักแก่บริษัทได้เป็นอย่างดี การพัฒนาธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วมหรือ (Engagement Marketing) ทั้งจากคอนเทนต์ด้านกีฬาจากสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย คอนเทนต์ด้านดนตรีจากวงเกิร์ลกรุ๊ป BNK48 และคอนเทนต์ด้านอีสปอร์ตจาก Thai E-League Pro และเกมส์ออนไลน์ รวมถึงการเพิ่มคอนเทนต์ประเภทอื่นๆ เพื่อให้ครอบคลุมความสนใจของผู้บริโภคในทุกๆกลุ่มได้ โดยมีเป้าหมายเพื่อสามารถตอบโจทย์ของนักการตลาดในการสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.3 การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาที่สำคัญ

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) จัดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2548 โดยนายปรินทร์ โฉมจะโกสินทร์ ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 10.0 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจให้บริการ และรับจ้างผลิตสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทได้พัฒนาสื่อโฆษณา และขยายความหลากหลายของประเภทสื่อที่ให้บริการอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และด้วยความมุ่งมั่นเพื่อก้าวสู่การเป็นหนึ่งในผู้นำตลาดสื่อโฆษณาอย่างยั่งยืน ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา บริษัทมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้

ปี	เหตุการณ์
2560	- การจัดตั้ง บริษัท แพลน บี ออนไลน์ จำกัด เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสื่อโฆษณา โดยให้บริการสื่อโฆษณาประเภทออนไลน์ในเดือนมกราคม 2560 - การเริ่มพัฒนาธุรกิจในฐานะตัวแทนอย่างเป็นทางการในการบริหารสิทธิประโยชน์ของสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย และ บริษัท ไทยลีก จำกัด ในเดือนมกราคม 2560 - การเปิดให้บริการดอนเมืองดิจิทัลเน็ตเวิร์ค (Don Mueang Digital Network) อย่างเต็มรูปแบบด้วยจอภาพดิจิทัล 102 แห่ง, จอภาพแบบสัมผัส 20 แห่งและจุดบริการชาร์ตโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 168 จุด ในเดือนมกราคม 2560 - การเพิ่มความหลากหลายของสื่อโฆษณาดิจิทัลนอกที่อยู่อาศัย โดยได้เปิดให้บริการบีเคเค 20 ดิจิทัลเน็ตเวิร์ค(BKK20 Digital Network) ในเดือนเมษายน 2560 - การจัดตั้งบริษัท ปัญญาทิพย์ แพลน บี มีเดีย ลาว จำกัด เพื่อขยายธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยในสปป.ลาว เพื่อนำรูปแบบธุรกิจ สื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยที่ประสบความสำเร็จจากประเทศไทยไปพัฒนาธุรกิจในสปป.ลาวในเดือนมิถุนายน 2560 - เปิดให้บริการสื่อโฆษณาดิจิทัลและสื่อภาพนิ่งบนสื่อ Vending machine จำนวน 1,100 ตู้ครอบคลุมทั่วประเทศไทยในเดือนมิถุนายน 2560

ปี	เหตุการณ์
	• การลงทุนในบริษัท JKJ Media Services Inc. ประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งเป็นผู้ให้บริการสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยในประเทศฟิลิปปินส์ในเดือนสิงหาคม 2560 • การจัดตั้งบริษัท เอสอาร์พีบี มีเดีย จำกัด ขยายความครอบคลุมของสื่อโฆษณาดิจิทัลนอกที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มที่มีงบประมาณจำกัดในเดือนกันยายน 2560 • ขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาดิจิทัล Plan B TV nationwide จำนวน 90 จอ 52 จังหวัด ครอบคลุมทั่วประเทศยิ่งขึ้นในเดือนกันยายน 2560 • เพิ่มสัดส่วนการลงทุนในบริษัท แชนจูรี บิลบอร์ด เอสดีเอ็น บีเอชดี ประเทศมาเลเซีย จากร้อยละ 30 เป็นร้อยละ 40 ในเดือนธันวาคม 2560
2561	• ลงทุนในบริษัท ดับบลิว.พี.เอส มีเดีย จำกัด เพื่อขยายสื่อโฆษณาในสนามบิน ด้วยสื่อ Air Traveler Supreme จอภาพดิจิทัลพร้อมจุดให้บริการชาร์ตไฟสำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่จำนวน 150 จุดทั่วสนามบินสุวรรณภูมิ ในเดือนมกราคม 2561 • ขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาภาพนิ่งประเภท Street Furniture ด้วยป้ายโฆษณาภาพนิ่งจำนวน 150 จุดในเมืองพัทยา ในเดือนเมษายน 2561 • ขยายธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม(Engagement Marketing) ผ่านการลงทุนในบริษัท บีเอ็นเค48 ออฟฟิศ จำกัด เพื่อนำคอนเท้นต์ดนตรีคุณภาพมาช่วยสร้างความผูกพันระหว่างผู้บริโภคกับแบรนด์สินค้าและบริการ ในเดือนพฤษภาคม 2561 • เปิดตัวโครงการ Central world connect ที่บริเวณหน้าห้างศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ซึ่งเป็นจอ Interactive DOOH ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกและเป็นจอแรกในทวีปเอเชียด้วยงบลงทุนกว่า 400 ล้านบาท ในเดือนมิถุนายน 2561 • นำเสนอแพ็คเกจ Geofence ซึ่งเป็นการนำจุดเด่นของสื่อออนไลน์มาผสมผสานกับสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาให้สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นทั้งในเชิงกว้างและเชิงลึก ในเดือนกันยายน 2561 • เปิดตัวการแข่งขัน E-League Pro ซึ่งเป็นลีกการแข่งขันกีฬาอีสปอร์ตระดับอาชีพอย่างเป็นทางการครั้งแรกในประเทศไทย โดยได้รับความร่วมมือจากสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยและ Konami ผู้พัฒนาเกมส์ชั้นนำจากประเทศญี่ปุ่น ในเดือนกันยายน 2561 • นำเสนอแพ็คเกจไอคอนสยาม (ICONSIAM) เพื่อขยายความครอบคลุมของสื่อโฆษณาในห้างสรรพสินค้าชั้นนำในกรุงเทพฯ โดยให้บริการด้วยจอดิจิทัล กว่า 250 จอ ครอบคลุมห้างไอคอนสยาม ซึ่งเป็นแลนด์มาร์คแห่งใหม่ของประเทศไทย ในเดือนพฤศจิกายน 2561 • ลงทุนในบริษัท ไซน์เวิร์ค มีเดีย จำกัด เพื่อขยายธุรกิจสื่อโฆษณาภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้วยจอภาพดิจิทัลกว่า 38 จอภาพในบริเวณโถงผู้โดยสารขาเข้า ในเดือนธันวาคม 2561 • ลงทุนในบริษัทดิจิทัล แพลตอร์ จำกัด เพื่อเพิ่มศักยภาพของแพลนบีในการให้บริการสื่อโฆษณาออนไลน์ควบคู่ไปกับสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย ในเดือนธันวาคม 2561

ปี	เหตุการณ์
2562	- เปิดให้บริการ Bangkok Jam สื่อโฆษณาดิจิทัลพร้อมระบบรายงานสภาพจราจรกว่า 50 จุดทั่วถนนสายสำคัญในกรุงเทพมหานคร ยกย่องคุณภาพชีวิตของผู้คนเมืองไม่เป็นเพียงแค่อีโคโนมิกซิตี้เท่านั้น แต่ยังมีระบบรายงานสภาพการจราจร Intelligence traffic sign, ระบบ Accident report และ กล้อง CCTV รายงานสภาพจราจร ช่วยแก้ไขปัญหาการจราจรของคนในกรุงเทพฯ เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาด้วยการนำจุดเด่นทั้งสองมาผสมผสานกัน - เปิดตัวสื่อโฆษณาดิจิทัล Paragon motion block ซึ่งให้บริการ ณ บริเวณลานน้ำพุซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างสถานีสยามของรถไฟฟ้าบีทีเอส และห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน เพื่อขยายความครอบคลุมของสื่อโฆษณาดิจิทัลในพื้นที่แลนด์มาร์คที่สำคัญของกรุงเทพฯ - คณะกรรมการมีมติให้เข้าลงทุนในบริษัท BL FALCON PTE.LTD. เพื่อขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาดิจิทัลในประเทศสิงคโปร์ ซึ่งเป็นตลาดต่างประเทศลำดับที่ 5 ของบริษัทฯ - ความร่วมมือระหว่างบริษัทฯ และ บมจ.วีจีไอ (“VGI”) ซึ่งเป็น 2 ผู้นำตลาดสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย เพื่อพัฒนารูขี้อย่างร่วมกันทั้งในธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย และความร่วมมือกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่เพื่อนำเสนอโซลูชันการตลาดที่ครบวงจรโดยใช้ Offline-to-Online (O2O) Solutions จาก VGI ร่วมกับคอนเทนต์ทางด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมของแพลนบี - การลงทุนในบมจ.สแพลช มีเดีย (“สแพลช”) เพื่อขยายธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยประเภทภาพนิ่ง Static media เพื่อเพิ่มความครอบคลุมของสื่อโฆษณา ด้วยจำนวนป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ 79 ป้าย (35 แห่งในกรุงเทพ และ 44 แห่งในต่างจังหวัด) - การขยายธุรกิจมิวสิคมาร์เก็ตติ้งด้วยการเปิดตัววง CGM48 ซึ่งเป็นวงน้องสาวของ BNK48 โดย CGM48 จะเน้นกิจกรรมหลักในบริเวณภาคเหนือ และจะช่วยสร้างฐานแฟนคลับในภูมิภาคให้สามารถเข้าถึงและมีความผูกพันกับศิลปินให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น และถือเป็นการขยายธุรกิจของ BNK48 ให้มีความหลากหลายและเสริมศักยภาพในการหารายได้และกำไรที่สูงขึ้น - การลงนามเป็นตัวแทนบริหารสิทธิทางการตลาดสำหรับการแข่งขันโอลิมปิก โตเกียว 2020 ซึ่งประกอบด้วย 1. สิทธิในการถ่ายทอดสด 2. สิทธิในการบริหารผู้สนับสนุน (Sponsorship) 3. สิทธิในการบริหารคอนเทนต์ โดยแพลนบีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการสร้างโอกาสการรับชมมหกรรมกีฬาระดับสำคัญของมวลมนุษยชาติให้เข้าถึงพี่น้องชาวไทยอย่างทั่วถึง ซึ่งจะช่วยสร้างความสุขให้กับทุกคนในการร่วมส่งกำลังใจให้นักกีฬาทีมชาติไทยไปสู่เหรียญทองโอลิมปิกด้วยกัน - การเป็นตัวแทนบริหารสิทธิทางการตลาดสำหรับการแข่งขันโอลิมปิก โตเกียว 2020 ซึ่งประกอบด้วย 1. สิทธิในการถ่ายทอดสด 2. สิทธิในการบริหารผู้สนับสนุน (Sponsorship) 3. สิทธิในการบริหารคอนเทนต์ โดยแพลนบีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการสร้างโอกาสการรับชมมหกรรมกีฬาระดับสำคัญของมวลมนุษยชาติให้เข้าถึงพี่น้องชาวไทยอย่างทั่วถึง ซึ่งจะช่วยสร้างความสุขให้กับทุกคนในการร่วมส่งกำลังใจให้นักกีฬาทีมชาติไทยไปสู่เหรียญทองโอลิมปิกด้วยกัน

ปี	เหตุการณ์
	• การเปิดให้บริการสื่อโฆษณา “Lido connect” สื่อโฆษณาที่ผสมผสานระหว่างสื่อโฆษณาดิจิทัล และสื่อโฆษณาภาพนิ่ง ซึ่งได้พลิกโฉมหน้าโรงภาพยนตร์ลิโด ใจกลางสยามสแควร์ให้มีสีสัน และโดดเด่นดึงดูดสายต่านักท่องเที่ยวและผู้สัญจรไปมาในบริเวณดังกล่าว • การลงนามในสัญญาบริหารสื่อโฆษณา กับ บมจ. ซีพีออลล์ (“ซีพีออลล์”) เพื่อขยายการให้บริการสื่อโฆษณา ณ จุดขาย (Retail Media) ภายในร้าน 7-11 โดยมีเป้าหมายการขยายพื้นที่ให้บริการครอบคลุมกว่า 2,000 สาขาทั่วประเทศไทย ในปี 2564 • ขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัล โดยการเปิดให้บริการสื่อโฆษณา Bangkok Jam Phase 2 ด้วยจอภาพดิจิทัลจำนวน 40 แห่ง ซึ่งก่อนหน้านี้ได้เปิดให้บริการ Phase 1 จำนวน 50 แห่ง โดยจอดิจิทัลมาพร้อมระบบรายงานสภาพจราจรในท่าอากาศยานที่สำคัญของพื้นที่กรุงเทพฯ
2563	• บริษัทร่วมมือกับ MACO โดยเป็นตัวแทนในการบริหารจัดการสื่อโฆษณาภายในประเทศของ MACO ทั้งหมด เพื่อพัฒนาและเสริมศักยภาพร่วมกันในธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย ซึ่งประกอบไปด้วยป้ายโฆษณาขนาดใหญ่, เครือข่ายสตรีทเฟอร์นิเจอร และจอดิจิทัล มากกว่า 2,000 แห่ง • เปิดตัวสื่อโฆษณาดิจิทัล Paragon motion block 2 บริเวณทางเชื่อมห้างสยามพารากอนและสยามเซ็นเตอร์ ซึ่งเดิมให้บริการ ณ บริเวณลานน้ำพุซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างสถานีสยามและห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน เพื่อเพิ่มพื้นที่สื่อให้ครอบคลุมในตำแหน่งที่ตั้งที่มีศักยภาพ • ขยายพื้นที่สื่อโฆษณาดิจิทัล บริเวณ rooftop @ Parc paragon เพื่อขยายความครอบคลุมของสื่อโฆษณาดิจิทัลในพื้นที่แลนด์มาร์คที่สำคัญของกรุงเทพฯ • เปิดตัวเกมออนไลน์ครั้งแรก “Samkok MOE” เนื่องจากบริษัทฯ เล็งเห็นถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ในปัจจุบันที่จะสามารถเติบโตในอนาคตได้ โดยหลังการเปิดตัวเกม “Samkok MOE” ได้รับกระแสตอบรับที่ดีจากตลาด ซึ่งสามารถดาวน์โหลดได้ในระบบ Android และจะเปิดให้ดาวน์โหลดในระบบ iOS ในเดือนเมษายน • ขยายสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัล โดยเปิดให้บริการสื่อโฆษณา Twintube+ เป็นจอดิจิทัลรูปแบบ Vertical screen ตั้งอยู่บริเวณถนนสาทร ซึ่งเป็นท่าอากาศยานที่สำคัญของกรุงเทพมหานครที่จะสามารถดึงดูดสายตาของผู้สัญจรไปมาในบริเวณดังกล่าวได้ • การบริหารสื่อโฆษณาภายในร้านสะดวกซื้อ 7-eleven โดยจะสามารถติดตั้งแล้วเสร็จ 300 สาขาแรกในปลายเดือนมิถุนายน โดยมีเป้าหมายการขยายสื่อโฆษณาให้ครอบคลุมกว่า 1,000 สาขาทั่วประเทศไทยภายในไตรมาสที่ 3 ปี 2563 • ขยายพื้นที่สื่อโฆษณาดิจิทัล โดยเปิดให้บริการสื่อโฆษณา The Prime 9 ด้วยจอ Signature screen ขนาดใหญ่ บริเวณถนนเอกมัย-รามอินทรา เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น • เข้าลงทุนในบริษัท กู๊ดริงแอฟเฟ่น จำกัด ประกอบธุรกิจ Strategic Marketing Partner ซึ่งการลงทุนในครั้งนี้จะช่วยเพิ่มศักยภาพของบริษัทฯ ในการขยายธุรกิจประเภทสื่อบันเทิง พร้อมเปิดตัว Live Concert มัลติแพลตฟอร์มครั้งแรกในเมืองไทย ผ่านความร่วมมือระหว่างแพลนบี, จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่, เอไอเอ็ม มีเดีย และ กู๊ดริงแอฟเฟ่น

ปี	เหตุการณ์
	- พัฒนาปรับปรุงศาลาที่พักผู้โดยสารรถประจำทางอัจฉริยะ เพื่อยกระดับชีวิตของคนในกรุงเทพฯ สำนักการจราจรและขนส่ง กรุงเทพมหานคร ได้ร่วมมือกับบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) พัฒนาและปรับปรุงศาลาที่พักผู้โดยสารรถประจำทางรูปแบบเดิมให้มีความทันสมัย เพื่อแก้ไขปัญหาการรอตโดยสารถประจำทางอย่างไม่มีความหมายที่แน่นอน มีระบบรักษาความปลอดภัยด้วยการติดตั้งระบบกล้อง CCTV ระบบชาร์จแบตเตอรี่โทรศัพท์มือถือ และ Free Wi-Fi ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับประชาชน ทั้งนี้บริษัทมีเป้าหมายที่จะพัฒนาปรับปรุงศาลาทั้งหมด 691 ศาลา - ตัวแทนบริหารสิทธิสมาคมกีฬาฟุตบอลฯ บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ชนะการประมูลสิทธิการเป็นตัวแทนอย่างเป็นทางการในการบริหารสิทธิประโยชน์ของสมาคมกีฬา ฟุตบอลฯ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จัดหาผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาฟุตบอลทีมชาติ การแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพ และกิจกรรมฟุตบอลอื่น ๆ ประจำปี 2564-2571 เป็นเวลาทั้งหมด 8 ปี แต่เพียงผู้เดียว เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการกีฬาฟุตบอลของชาติ โดยสมาคมกีฬาฟุตบอลฯ ได้ลงนามในสัญญาฉบับสิทธิการจัดการด้านการขายและสิทธิประโยชน์กับบริษัท เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2563 - นวัตกรรม “Magnetic” การวัดประสิทธิภาพของโฆษณาอุตสาหกรรมสื่อหรือผลตอบแทนจากการลงทุนสื่อจะต้องสามารถวัดผลเป็นตัวเลขเสมอ ไม่ว่าจะเป็นสื่อดั้งเดิมอย่างไรก็ตามที่เรตติ้ง หรือสื่อใหม่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ใช้ KPI ต่างๆ เป็นตัวกำหนด โดยมีวิธีการเก็บข้อมูลไปจนถึงค่าตัวเลขที่วัดแตกต่างกันไป สำหรับสื่อออนไลน์นั้นที่ผ่านมายังไม่มีมาตรฐานของการนับจำนวนคนเห็นสื่อที่ชัดเจนนัก ข้อมูลที่ได้จึงมาจากการนับจำนวนรถยนต์บนถนน ประกอบกับสมมติฐานของผู้ให้บริการแต่ละรายเท่านั้น บริษัทได้พัฒนานวัตกรรมแพลตฟอร์ม Magnetic โดยร่วมมือกับ Telco เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนา วัดผลสำเร็จของแคมเปญเพื่อให้สื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยสามารถวัดผลได้ โดยการใช้เทคโนโลยีและฐานข้อมูลจากบริษัทโทรคมนาคมซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างประชากรกว่าครึ่งประเทศ มาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละสถานที่จากสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งเป็นข้อมูลที่ถูกรวบรวมเป็นรายวัน ทำให้เราสามารถรู้ข้อมูลเชิงลึกได้มากขึ้น และเข้าใจกลุ่มเป้าหมายซึ่งอยู่ในตำแหน่งที่สื่อโฆษณาตั้งอยู่ โดยจะทำให้ผู้ที่ใช้บริการระบบ Magnetic ทราบข้อมูล Audience profile เช่น ข้อมูลพื้นฐาน, เพศ, อายุ, ความสนใจ, Reach จำนวนผู้ชมที่เห็นสื่อโฆษณา, Eyeballs จำนวนครั้งของการมองเห็นสื่อโฆษณา, Frequency ความถี่ในการมองเห็น และ Dwell time ระยะเวลาในการอยู่บริเวณป้ายของกลุ่มผู้ชม แพลนบียังคงวางแผนระยะยาวในการพัฒนาแพลตฟอร์ม Magnetic โดยนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงเอกสารอธิบายที่มา วิธีการใช้ เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจ character ของแต่ละสื่อมากขึ้น, นำส่งข้อมูลวัดผลของแต่ละแพ็คเกจสื่อเป็นรายเดือน ซึ่งข้อมูลวัดผลนี้สามารถนำไปใช้การวางแผนสื่อ และการรายงานผลลัพธ์หลังจากการใช้สื่อ (สถิติจริงในช่วงที่มีการออนไลน์โฆษณา), แบนด์สามารถซื้อสื่อผ่านแพลตฟอร์ม Programmatic DOOH เพื่อขยายฐานลูกค้าไปยังต่างประเทศ และลดอุปสรรคทางด้านราคาสำหรับลูกค้ารายย่อย และนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงพัฒนาแพ็คเกจสื่อให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้นวัตกรรม Magnetic จะช่วยให้พนักงานการตลาดเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์

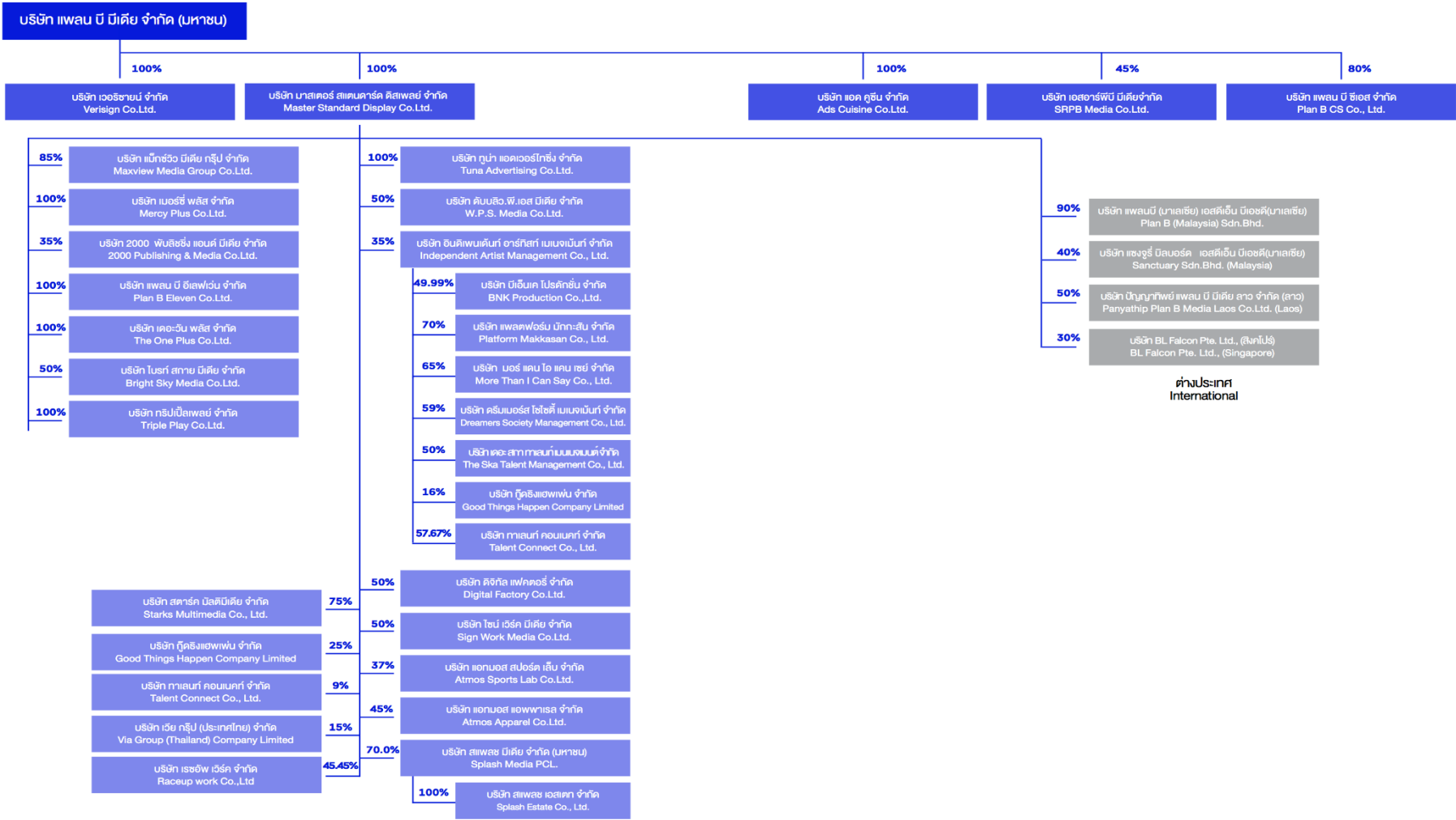
ปี	เหตุการณ์
	พฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อพัฒนาการสื่อสารมีประสิทธิภาพและและจัดสรรเม็ดเงินในการซื้อสื่อได้อย่างคุ้มค่าเงินลงทุน สามารถวัดผลได้อย่างเป็นระบบ • บริษัทเข้าลงทุนใน บริษัท เวีย กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทร่วมมือกับบริษัท เวีย กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัดซึ่งเป็นผู้ผลิตและจัดทำ VIA BUS Application เพื่อนำทางและติดตามรถโดยสารสาธารณะแบบเรียลไทม์ เพื่อต่อยอดและสนับสนุนการขยายธุรกิจของโครงการศาลาที่พักผู้โดยสารรถประจำทางอัจฉริยะ (Smart Bus Shelter) • โครงการ 7-Eleven บริษัทได้ทำการติดตั้งจอ LED ในร้านค้าสะดวกซื้อ 7-Eleven เพื่อให้บริการสื่อโฆษณา ณ จุดขาย ทั้งนี้ ณ สิ้นเดือนกันยายน 2563 บริษัทสามารถติดตั้งจอ LED ในร้านค้าได้มากกว่า 850 ร้านค้า และมีเป้าหมายขยายสื่อโฆษณาให้ครอบคลุมกว่า 1,000 สาขาทั่วประเทศไทยภายในปี 2563 • บริษัทสามารถติดตั้งจอ LED ในร้านค้าสะดวกซื้อ 7-Eleven ได้ครบ 1,000 ร้านค้า ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2563 และมีแผนขยายสื่อโฆษณาในร้านค้าสะดวกซื้อ 7-Eleven ให้ครอบคลุมกว่า 1,500 สาขาทั่วประเทศไทยภายในไตรมาส 1 ปี 2564 • บริษัทให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกกลุ่มมาโดยตลอดจึงจัดทำ Official line account เพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสาร การขยายฐานลูกค้า การสอบถามข้อมูล การติดตามข่าวสารของบริษัทอย่างใกล้ชิด และการเข้าถึงข้อมูลของสื่อต่างๆ ให้สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้นโดยเฉพาะข้อมูลของสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย นอกจากนี้ทางบริษัทยังมีการพัฒนาด้าน Content ที่เกี่ยวกับกีฬา รวมไปถึงเกร็ดความรู้ต่างๆ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้านกีฬาฟุตบอล และการทำการตลาดแบบผสมผสาน ซึ่งถือเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการขยายธุรกิจทางด้าน Engagement marketing • บริษัทร่วมเป็นหนึ่งในช่องทางประชาสัมพันธ์การรับบริจาคโลหิตให้ทางสภากาชาดไทยในการจัดหาและส่งเสริมผู้ให้โลหิตแห่งสภากาชาดไทย ซึ่งได้รับการรับรองจากสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เป็นระยะเวลา 2 ปี ตั้งแต่วันที่ 15 ตุลาคม 2563 เป็นต้นไป หลังจากบริษัทได้ประชาสัมพันธ์เชิญชวนคนไทยไปบริจาคเลือดที่ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ผ่านช่องทางสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยของบริษัทส่งผลให้ยอดบริจาคโลหิตเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ • บริษัทร่วมมือกับบริษัท เรซซิ่ง เวิร์ค จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทจัดกิจกรรมกีฬาและงานอีเวนต์วิ่งมาราธอนในรูปแบบ Sport tourism theme จัดการแข่งขันตามเส้นทางที่มีทัศนียภาพสวยงามในแต่ละจังหวัด ซึ่งเป็นการจัดการแข่งขันที่ได้รับมาตรฐาน IAAF โดยใช้สื่อออกที่อยู่อาศัยของบริษัทในการโปรโมทการจัดกิจกรรมและการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดร่วมกับการสนับสนุนด้าน Sponsor-ship เพื่อเพิ่มมูลค่าและต่อยอดธุรกิจ Sport marketing • บริษัทยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงแสงสว่างโดยเปลี่ยนโคมไฟ LED ส่องหน้าจอของป้ายสื่อโฆษณา Unipole billboard ทั่วกรุงเทพฯ จำนวนกว่า 150 ป้าย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแสดงภาพโฆษณาให้เกิดความชัดเจนและสวยงามมากขึ้น • บริษัทดำเนินการพัฒนาปรับปรุงศาลาที่พักผู้โดยสารรถประจำทางอัจฉริยะให้มีความทันสมัยเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับประชาชน ทั้งนี้ ณ สิ้นไตรมาส 4/2563 บริษัทสามารถส่งมอบศาลา

ปี	เหตุการณ์
	ที่פקผู้โดยสารถประจำทางอัจฉริยะให้กับสำนักงานการจราจรและขนส่งกรุงเทพมหานครทั้งสิ้น 115 ศาลา ได้ตามกำหนด และมีแผนการณที่จะส่งมอบศาลาอีกจำนวน 90 ศาลา ในไตรมาส 1/2564 และอีกจำนวน 145 ศาลา ภายในไตรมาส 2/2564 • บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) ดำรงสถานะในการเป็นบริษัทจดทะเบียน SET100 ในรอบเดือนมกราคม - มิถุนายน 2564 เนื่องจากเป็นหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าตามราคาตลาด (Market Capitalization) และสภาพคล่องในการซื้อขายสูงสุด 100 อันดับแรก • บริษัทได้รับรางวัล SET Awards ในกลุ่มรางวัล Business Excellence ปี 2563 จากความสามารถในการดำเนินงานทางธุรกิจอย่างมีศักยภาพ บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัลแห่งความสำเร็จจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประเภทรางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านผลการดำเนินงานดีเด่น (Outstanding Company Performance Awards) ที่มีมูลค่าตามราคาตลาดโดยรวมของหลักทรัพย์จดทะเบียนตั้งแต่ 10,000-30,000 ล้านบาท ปี 2563, รางวัลผู้บริหารสูงสุดดีเด่น (Outstanding CEO Awards) ปี 2563 และรางวัลผู้บริหารสูงสุดรุ่นใหม่ดีเด่น (Out-standing Young Rising Star CEO Awards) ปี 2562-2563

1.4 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทมีโครงสร้างทางธุรกิจ ดังนี้

รายชื่อของกลุ่มบริษัทประกอบด้วย



- 1) **บริษัท เวิร์ชอายน์ จำกัด** (“เวิร์ชอายน์”) บริษัทย่อยของบริษัท ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 100.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 126.0 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณา โดยเวิร์ชอายน์เป็นผู้ถือสัญญาเช่าที่ดินบริเวณเลียบริมทางด่วนก่อนทางลงด่านพระราม 4 เพื่อติดตั้งป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์
- 2) **บริษัท มาสเตอร์ สเตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด** (“เอ็มเอสดี”) บริษัทย่อยของบริษัท ที่ถือหุ้นร้อยละ 100.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 570 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจให้เช่าสื่อโฆษณาโดย เอ็มเอสดี เป็นผู้ถือสัญญาเช่าป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์เลียบริมทางด่วนเอกมัย-รามอินทรา
- 3) **บริษัท แอด คูซีน จำกัด** (“แอดคูซีน”) บริษัทย่อยของบริษัท ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 100.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 10.0 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณาประเภทภาพนิ่ง โดยแอดคูซีน เป็นผู้ถือสิทธิสัมปทานป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์จากกรุงเทพมหานคร
- 4) **บริษัท เอสอาร์พีบี มีเดีย จำกัด** (“เอสอาร์พีบี”) บริษัทย่อยของบริษัท ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 45.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 1.25 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัล
- 5) **บริษัท แพลน บี ซีเอส จำกัด** (“แพลนบีซีเอส”) บริษัทย่อยของบริษัท ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 80.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 10.0 ล้านบาท และเรียกชำระแล้วจำนวน 8.0 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยประเภทดิจิทัล
- 6) **บริษัท แม็กชีว์ มีเดีย กรุ๊ป จำกัด** (“แม็กชีว์”) บริษัทย่อยของบริษัท มาสเตอร์ สเตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 85.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 100.0 ล้านบาท เป็นผู้ประกอบกิจการด้านสื่อโฆษณา ดำเนินธุรกิจให้เช่าสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัล และป้ายนิ่งในเมืองต่างๆทั่วประเทศ เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่น สุราษฎร์ธานี นนทบุรี ภูเก็ต เมืองพัทยา เมืองหาดใหญ่ และสงขลา
- 7) **บริษัท เมอร์ซี พลัส จำกัด** (“เมอร์ซีพลัส”) บริษัทย่อยของบริษัท มาสเตอร์ สเตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 100.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 3.0 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้เช่าสื่อโฆษณาในห้างสรรพสินค้าประเภทโมเดิร์นเทรดโดยได้รับสิทธิในการบริหารจัดการพื้นที่โฆษณาสื่อดิจิทัลในห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี
- 8) **บริษัท 2000 พับลิชชิง แอนด์ มีเดีย จำกัด** (“2000 พับลิชชิง”) บริษัทร่วมของบริษัท มาสเตอร์ สเตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 35.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 17.0 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ และพัฒนาสื่อโฆษณาออนไลน์บนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่
- 9) **บริษัท แพลน บี อีเลฟเว่น จำกัด** (“แพลน บีอีเลฟเว่น”) บริษัทย่อยของบริษัท มาสเตอร์ สเตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 100.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 1.0 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนการขายและบริหารจัดการสิทธิประโยชน์ ที่บริษัทได้มาจากบริษัทในเครือ
- 10) **บริษัท เดอะวันพลัส จำกัด** บริษัทย่อยของบริษัท มาสเตอร์ สเตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 100.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 17.0 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้เช่าสื่อโฆษณาผ่านจอภาพ LCD ที่ติดตั้งใน 6 ท่าอากาศยานทั่วประเทศ
- 11) **บริษัท ไบรท์ สกาย มีเดีย จำกัด** (“ไบรท์สกาย”) บริษัทย่อยของบริษัท มาสเตอร์ สเตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 50.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 25.0 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้เช่าพื้นที่เพื่อติดตั้งป้ายโฆษณา ณ ท่าอากาศยานจำนวน 22 แห่งของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) และกรมท่าอากาศยาน

- 12) **บริษัท ทริปเปิ้ลเพลย์ จำกัด** (“ทริปเปิ้ลเพลย์”) บริษัทย่อยของบริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 100.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 31 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้เช่าสื่อโฆษณาในบริเวณสายพานลำเลียงสัมภาระผู้โดยสารทั้ง 22 สายพานของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
- 13) **บริษัท ทุน่า แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด** (“ทุน่า”) บริษัทย่อยของบริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 100.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 5.0 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้เช่าพื้นที่เพื่อติดตั้งป้ายโฆษณาภายในท่าอากาศยาน 28 แห่งของกรมท่าอากาศยาน
- 14) **บริษัท ดับบลิว.พี.เอส.มีเดีย จำกัด** (“ดับบลิวพีเอส”) บริษัทย่อยที่บริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 50.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 43.0 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยภายในสนามบิน
- 15) **บริษัท อินดิเพนเด้นท์ อาร์ทิสต์ เมเนจเม้นท์ จำกัด** (“ไอแอม”) เดิมชื่อบริษัท บีเอ็นเค48 ออฟฟิศ จำกัด บริษัทย่อยที่บริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 35.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วจำนวน 25.4 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจทาเล้นท์แมนเนจเม้นท์ และคอนเทนท์ครีเอชัน บริหารจัดการ พัฒนาสมาชิกวงบีเอ็นเค48 วางแผน ผลิตงานแสดง เผยแพร่ผลงานเพลง จำหน่ายผลิตภัณฑ์โฆษณา ประชาสัมพันธ์ การขยายธุรกิจ ต่อยอดและเพิ่มช่องทางให้บริการด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับวงบีเอ็นเค48
- 16) **บริษัท บีเอ็นเค โปรดักชั่น จำกัด** บริษัทรวมภายใต้บริษัท อินดิเพนเด้นท์ อาร์ทิสต์ เมเนจเม้นท์ จำกัด ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 49.99 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 4.0 ล้านบาท เป็นทุนชำระแล้วจำนวน 1.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 25.0 ของทุนจดทะเบียน ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์และออนไลน์ และธุรกิจอีเว้นท์และคอนเสิร์ต
- 17) **บริษัท แพลตฟอร์ม มักระสัน จำกัด** บริษัทย่อยภายใต้บริษัท อินดิเพนเด้นท์ อาร์ทิสต์ เมเนจเม้นท์ จำกัด โดยถือหุ้นร้อยละ 70 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 2.0 ล้านบาท เป็นทุนชำระแล้วจำนวน 2.0 ล้านบาท ประกอบธุรกิจจัดการดูแลบริหารศิลปิน นักร้อง นักแสดง ทุกประเภท
- 18) **บริษัท มอร์ แดน ไอ แคน เซย์ จำกัด** บริษัทย่อยภายใต้บริษัท อินดิเพนเด้นท์ อาร์ทิสต์ เมเนจเม้นท์ จำกัด โดยถือหุ้นร้อยละ 65 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 2.0 ล้านบาท เป็นทุนชำระแล้วจำนวน 2.0 ล้านบาท ประกอบธุรกิจเป็นผู้ประสานงานการถ่ายทำภาพยนตร์
- 19) **บริษัท ดรีมเมอร์ส โซไซตี้ เมเนจเม้นท์ จำกัด** บริษัทย่อยภายใต้บริษัท อินดิเพนเด้นท์ อาร์ทิสต์ เมเนจเม้นท์ จำกัด โดยถือหุ้นร้อยละ 59 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 10.0 ล้านบาท เป็นทุนชำระแล้วจำนวน 10.0 ล้านบาท ประกอบธุรกิจบริหารจัดการศิลปิน
- 20) **บริษัท ปัญญาทิพย์ แพลน บี มีเดีย ลาว จำกัด** บริษัทย่อยที่บริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 50.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 23,206 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
- 21) **บริษัท แพลน บี (มาเลเซีย) เอสดีเอ็น บีเอชดี** (“แพลน บี มาเลเซีย”) บริษัทรวมที่บริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 90 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 1.0 ล้านบาท ริกิตมาเลเซีย
- 22) **บริษัท แซงจูรี บิลบอร์ด เอสดีเอ็น บีเอชดี** บริษัทรวมที่บริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 40 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 1.0 ล้านบาท ริกิตมาเลเซีย ดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณาประเภทภาพนิ่งภายในประเทศมาเลเซีย

- 23) **บริษัท ดิจิทัล แพลตฟอร์ม จำกัด** (“ดิจิทัล แพลตฟอร์ม”) บริษัทย่อยที่บริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 50.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 2.0 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณาประเภทออนไลน์
- 24) **บริษัท ไลน์ เวิร์ค มีเดีย จำกัด** (“ไลน์เวิร์ค”) บริษัทย่อยที่บริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ถือหุ้นอยู่ ร้อยละ 50.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วจำนวน 2.0 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณาในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
- 25) **บริษัท แอทมอส สปอร์ต แล็บ จำกัด** (“แอทมอส สปอร์ต แล็บ”) กิจการร่วมค้าที่บริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 36.9 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วจำนวน 5.0 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจจัดหา นำเข้า จัดจำหน่ายสินค้าประเภทกีฬาและแฟชั่น ภายใต้แบรนด์ร้าน ATMOS
- 26) **บริษัท แอทมอส แอพพารেল จำกัด** (“แอทมอส แอพพารেল”) กิจการร่วมค้าที่บริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 44.9 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วจำนวน 5.0 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจจัดหา นำเข้า จัดจำหน่ายสินค้าประเภทกีฬาและแฟชั่น
- 27) **บริษัท สแพลช มีเดีย จำกัด (มหาชน)** (“สแพลช”) บริษัทย่อยของบริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 70 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนจำนวน 136.0 ล้านบาท และเรียกชำระแล้ว จำนวน 136.0 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย ประเภทป้ายโฆษณาภาพนิ่ง โดยมี บิลบอร์ดขนาดใหญ่ทั่วประเทศ
- 28) **บริษัท สแพลช เอสเตท จำกัด** (“สแพลช”) บริษัทย่อยของบริษัท สแพลช มีเดีย จำกัด (มหาชน) ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 100 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนจำนวน 85.0 ล้านบาท และเรียกชำระแล้วจำนวน 85.0 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและให้บริการเช่าป้าย
- 29) **บริษัท สตาร์ค มัลติมีเดีย จำกัด** (“สตาร์ค”) บริษัทย่อยของบริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ซึ่งถือ หุ้นร้อยละ 75 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน และทุนชำระแล้วจำนวน 24.0 ล้านบาท เพื่อดำเนิน ธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยประเภทดิจิทัล และเป็นผู้ได้รับสิทธิการเช่าพื้นที่ติดตั้งสื่อโฆษณานอก ที่อยู่อาศัยประเภทดิจิทัลในทำเลที่มีศักยภาพทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด
- 30) **บริษัท BL Falcon Pte. Ltd. (“Falcon”)** บริษัทร่วมของบริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 30 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วจำนวน 2.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อดำเนินธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยประเภทดิจิทัลในประเทศสิงคโปร์
- 31) **บริษัท เดอะ สกา ทาเลนท์ เมนเนจเม้นท์ จำกัด** (“เดอะ สกา”) บริษัทย่อยภายใต้บริษัท อินดิเพนเด็นท์อาร์ ทิสท์เมเนจเม้นท์จำกัด โดยถือหุ้นร้อยละ 50 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 5.0 ล้านบาท เป็นทุนชำระแล้วจำนวน 5.0 ล้านบาท ประกอบธุรกิจการจัดการ ดูแล บริหารศิลปิน นักร้อง นักแสดง ทุกประเภท
- 32) **บริษัท ทาเลนท์ คอนเนคท์ จำกัด** (“ทาเลนท์คอนเนคท์”) กิจการร่วมค้า บริษัท มาสเตอร์สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด และบริษัท อินดิเพนเด็นท์อาร์ทิสท์เมเนจเม้นท์จำกัด โดยบริษัท มาสเตอร์สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 9 และ บริษัท อินดิเพนเด็นท์อาร์ทิสท์เมเนจเม้นท์จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 57.67 รวมเป็นจำนวน ร้อยละ 66.67 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 30.00 ล้านบาท เป็นทุนชำระแล้วจำนวน 15.05 ล้านบาท ประกอบธุรกิจ จัดทำซอฟต์แวร์และดิจิทัลแพลตฟอร์มออนไลน์

- 33) บริษัท กู๊ดอิงแอฟเฟ่น จำกัด (“กู๊ดอิง”) บริษัทร่วมของ บริษัท มาสเตอร์สแตนด์การ์ด ดิสเพลย์ จำกัด และบริษัท อินดิเพนเด็นท์อาร์ทิสท์เมเนจเม้นท์ จำกัด โดยบริษัท มาสเตอร์สแตนด์การ์ด ดิสเพลย์ จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 25 และบริษัท อินดิเพนเด็นท์อาร์ทิสท์เมเนจเม้นท์ จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 16 รวมเป็นจำนวนร้อยละ 41 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน และชำระแล้วจำนวน 25.00 ล้านบาท ประกอบธุรกิจบริการสื่อโฆษณาทุกประเภท ให้คำปรึกษาด้านงานประชาสัมพันธ์รับดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาด
- 34) บริษัท เวีย กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด (“เวียกรุ๊ป”) บริษัทร่วมของ บริษัท มาสเตอร์สแตนด์การ์ด ดิสเพลย์ จำกัด โดยถือหุ้นร้อยละ 15 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 1.27 ล้านบาท เป็นทุนชำระแล้วจำนวน 1.27 ล้านบาท ประกอบกิจการพัฒนาซอฟต์แวร์ประเภทพัฒนา Enterprise Software และ Digital Content รวมถึงการให้บริการแอปพลิเคชัน ติดตามและนำทางรถโดยสารขนส่งประจำทางแบบเรียลไทม์ภายใต้ชื่อ “VIABUS”
- 35) บริษัท เรซอท์ เวิร์ด จำกัด (“เรซอท์”) กิจการร่วมค้า บริษัท มาสเตอร์สแตนด์การ์ด ดิสเพลย์ จำกัด โดยถือหุ้นร้อยละ 45.45 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 5.5 ล้านบาท เป็นทุนชำระแล้วจำนวน 5.5 ล้านบาท ประกอบกิจการบริการรับเป็นผู้จัดการ และดำเนินการเกี่ยวกับกิจการทางการกีฬา และการจัดการแข่งขันกีฬาต่างๆ

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

รายได้จากการขาย	พ.ศ.2561		พ.ศ.2562		พ.ศ.2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. สื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน	484.5	12.0	375.8	7.6	247.8	6.5
2. สื่อโฆษณาภาพนิ่ง	932.0	23.0	888.7	18.1	811.9	21.5
3. สื่อโฆษณาดิจิทัลและสื่อโฆษณาออนไลน์	1,707.9	42.3	1,924.1	39.1	1,638.4	43.5
4. สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้าและสื่อโฆษณาภายในซูเปอร์มาร์เก็ต	132.4	3.3	207.1	4.2	248.0	6.6
5. สื่อโฆษณาภายในสนามบิน	193.9	4.8	215.4	4.4	67.1	1.8
6. สื่อโฆษณาออนไลน์และอื่นๆ	n/a	n/a	86.0	1.7	109.2	2.9
7. สปอร์ตมาร์เก็ตติ้ง	561.0	13.9	1,163.9	23.7	602.0	16.0
8. รายได้อื่นๆ ^{1/}	27.6	0.7	58.5	1.2	43.6	1.2
รวม	4,039.3	100.0	4,915.5	100.0	3,768.0	100.0

หมายเหตุ:^{1/} รายได้อื่นประกอบไปด้วย ดอกเบี้ยรับ รายได้เบ็ดเตล็ด และ กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน

2.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้นำการให้บริการสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยซึ่งมีแพลตฟอร์มที่หลากหลายด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยีต่างๆ ซึ่งมีสื่อครอบคลุมทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด นอกจากนี้ยังให้บริการการดูแลรักษาสื่อโฆษณาด้วยมาตรฐานสากลที่จะตอบโจทย์แบรนด์สินค้าให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพสูงสุด

บริษัทฯ เดินหน้าพัฒนาคอนเทนต์ให้ครอบคลุมทุกด้านเพื่อตอบสนองความต้องการของแบรนด์และสินค้าได้อย่างรอบด้าน พร้อมทั้งให้คำปรึกษาด้านการวางแผนการตลาด การคิดค้นเนื้อหา (Content) ที่น่าสนใจในการนำเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยของบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 6 ประเภทหลักดังนี้

1. สื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน (Transit Media)
2. สื่อโฆษณาประเภทภาพนิ่ง (Classic Media)
3. สื่อโฆษณาประเภทจอดิจิทัล (Digital Media)
4. สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ (Retail Media)
5. สื่อโฆษณา ณ สนามบิน (Airport Media)
6. สื่อโฆษณาออนไลน์ (Online Media)

นอกจากการเพิ่มช่องทางสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยแล้วบริษัทยังมีความมุ่งมั่นในการเพิ่มความหลากหลายของธุรกิจด้วยการพัฒนาธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม หรือ Engagement Marketing ผ่านคอนเทนต์ที่มีคุณภาพ ได้แก่ Artist Management, Sport marketing, eSport & Gaming โดยคอนเทนต์ทั้ง 3 ประเภท ช่วยสร้างความผูกพันระหว่างผู้บริโภคกับแบรนด์สินค้าและบริการในกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันได้ นอกจากนี้ธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วมสามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทและเพิ่มมูลค่าให้กับสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยประเภทอื่นของบริษัทให้มีอัตราการใช้สื่อโฆษณาที่สูงขึ้น และเป็นการต่อยอดธุรกิจของบริษัทฯ ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าผ่านช่องทางที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

1. สปอร์ตมาร์เก็ตติ้ง (Sport marketing)
2. อาร์ติสต์ เมเนจเม้นท์ (Artist management)
3. อีสปอร์ต และเกมออนไลน์ (ESport & Gaming)

ธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out-of-home media)

2.2.1 สื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน (Transit Media) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

2.2.1.1. สื่อโฆษณาภายนอกและภายในรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ (Transit)

ด้วยศักยภาพความเป็นผู้นำที่มีความเชี่ยวชาญกว่า 15 ปี ในการให้บริการพื้นที่สื่อโฆษณาภายนอกและภายในรถโดยสารประจำทาง ซึ่งเป็นสื่อแรกเริ่มในการดำเนินธุรกิจของบริษัทและเป็นสื่อที่ทำให้บริษัทเป็นที่จดจำ ปัจจุบันบริษัทมีสื่อโฆษณาภายในและภายนอกรถประจำทางจำนวนกว่า 2,500 คัน ซึ่งได้รับสัมปทานจากองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในการบริหารจัดการพื้นที่สื่อโฆษณาในรถโดยสารประจำทางของบริษัทเอกชน ทำให้บริษัทมีพื้นที่สื่อโฆษณาครอบคลุมสายรถโดยสารประจำทางกว่า 109 เส้นทางทั่วกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้สื่อที่ติดตั้งในรถโดยสารประจำทางมี 2 ประเภทหลัก คือ

- สื่อโฆษณาภายนอกรถประจำทาง เปรียบเสมือนป้ายโฆษณาบิลบอร์ดเคลื่อนที่ สามารถสร้างการรับรู้ดึงดูดสายตา และการจดจำแบรนด์สินค้า ด้วยรูปแบบการทำงานของสื่อที่วิ่งเข้าหาผู้บริโภค ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถจดจำแบรนด์สินค้าผ่านสื่อโฆษณาดังกล่าวได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้รูปแบบของสื่อยัง

สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ตรงตามวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ทั้งในลักษณะ Full Wrap และ Half Wrap ที่สร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์สินค้าได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังมีเทคนิครูปแบบพิเศษ Mock-up 2 มิติ (2D) และ 3 มิติ (3D) ที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ของสื่อโฆษณา และในปี 2560 บริษัทได้นำนวัตกรรมรูปแบบใหม่พร้อมเทคนิคพิเศษ LED Lighting Technique เพื่อดึงดูดสายตาผู้บริโภคพร้อมสร้างลูกเล่นที่น่าสนใจให้กับภาพโฆษณา นอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับแบรนด์สินค้าและบริการให้เกิดการจดจำมากยิ่งขึ้น

- สื่อโฆษณาภายในรถโดยสารประจำทาง เป็นสื่อโฆษณาที่มีความใกล้ชิดกับผู้ใช้บริการตลอดเวลาของการเดินทาง นอกจากนี้การกระจายตัวในการติดตั้งและตำแหน่งของสื่อทั้งภายในและภายนอกรถโดยสาร เช่น การติดตั้งบริเวณหลังเบาะผู้โดยสาร การติดตั้งบริเวณทางขึ้น-ทางลง การติดตั้งบริเวณเพดานเหนือที่นั่งผู้โดยสาร และการติดตั้งจอ LCD ทำให้สามารถดึงดูดสายตาและสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม

2.2.1.2 สื่อโฆษณาในระบบรถไฟฟ้ามหานคร (MRT)

บริษัทขยายสื่อโฆษณาในระบบรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) โดยเล็งเห็นถึงศักยภาพและแนวโน้มการเติบโตที่ดีจากแผนการขยายเส้นทางเดินรถไฟฟ้ามหานคร โดยจำนวนสถานีที่เปิดให้บริการในปี 2563 มีครอบคลุมกว่า 10 สถานี ซึ่งให้บริการโครงข่ายเชื่อมโยงระหว่างกรุงเทพฯ ชั้นใน กรุงเทพฯ ชั้นนอก และปริมณฑล โดยสื่อของบริษัทประกอบไปด้วยจอแสดงข้อมูลแก่ผู้โดยสารทั้งภายในและนอกขบวนรถ (Passenger Information Display - PIDs) ป้ายโฆษณาบนประตูชานชาลา (Platform Screen Door- PSD) และสื่อโฆษณาจอดิจิทัลภายในสถานี (Digital @ MRT)

2.2.2 สื่อโฆษณาประเภทภาพนิ่ง (Classic Media)

สื่อโฆษณาภาพนิ่งของบริษัทมีความหลากหลายในด้านขนาดของป้าย ตำแหน่งที่ตั้งที่มีความโดดเด่นและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่นเพื่อให้สามารถดึงดูดสายตาจากผู้บริโภค สร้างการจดจำ การรับรู้แบรนด์สินค้าและบริการได้อย่างตรงจุดสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมในบริเวณพื้นที่สำคัญต่างๆ ทั้งในย่านธุรกิจและแหล่งชุมชน เช่น บนทางเท้า บนถนนสายหลัก บนทางด่วนพิเศษ และภายนอกอาคาร โดยเน้นบริเวณที่มีการจราจรและประชากรหนาแน่นเพื่อรองรับการมองเห็นที่เด่นชัดและบ่อยครั้ง ทั้งนี้บริษัทได้ขยายสื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ไปยังจังหวัดสำคัญต่างๆ เพื่อรองรับจำนวนประชากรและนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งการให้บริการสื่อป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ จำนวนทั้งหมด 854 ป้ายทั่วประเทศและสื่อป้ายบิลบอร์ดแบบเครือข่าย โดยเน้นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยเพื่อให้สามารถเข้าถึงพื้นที่สำคัญของไทยได้อย่างครอบคลุม

นอกจากนี้บริษัทได้ร่วมมือกับสำนักงานการจราจรและขนส่งกรุงเทพมหานครในการพัฒนาและปรับปรุงศาลาที่พักผู้โดยสารรถประจำทาง (Smart bus shelter) รูปแบบเดิมให้มีความทันสมัย จำนวนกว่า 700 ศาลา เพื่อแก้ไขปัญหาการรกรกโดยสารประจำทางอย่างไม่มีจุดหมายที่แน่นอน มีระบบรักษาความปลอดภัยด้วยการติดตั้งระบบกล้อง CCTV ระบบชาร์จแบตเตอรี่มือถือ และ Free Wi-Fi ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับประชาชน ซึ่งแต่ละพื้นที่บริเวณศาลาที่พักจะประกอบไปด้วยป้ายสื่อโฆษณาที่มีตำแหน่งที่ตั้งโดดเด่นสามารถดึงดูดสายตาและสร้างการจดจำแบรนด์สินค้าและบริการจากกลุ่มเป้าหมายที่รอรับบริการจากรถโดยสารประจำทางได้อย่างตรงจุดและครอบคลุม

2.2.3. สื่อโฆษณาประเภทดิจิทัล (Digital)

สื่อโฆษณาประเภทดิจิทัลเป็นสื่อที่มีอัตราการเติบโตสูงสุดจากการนำเสนอที่โดดเด่นและการนำเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยมาผสมผสานให้เกิดการแสดงผลได้หลากหลายรูปแบบ พร้อมด้วยระบบควบคุมการแสดงผลที่บริษัทคัดเลือกมาเป็นพิเศษ ทำให้เกิดความยืดหยุ่น รวดเร็ว และมีความปลอดภัยสูง ซึ่งแตกต่างไปจากการรับรู้สื่อโฆษณาทั่วไป นอกจากนี้ยังสามารถตอบสนองความต้องการตามแคมเปญที่เปลี่ยนแปลงและความต้องการในการพัฒนาแบรนด์สินค้าเพื่อให้สอดคล้องกับช่วงเวลาที่ต้องการ และสร้างการรับรู้และการจดจำแบรนด์สินค้าได้เป็นอย่างดี ประกอบกับการเลือกยุทธศาสตร์ในการติดตั้งสื่อโฆษณาในสถานที่สำคัญต่างๆ เช่น ศูนย์กลางย่านธุรกิจของกรุงเทพฯ (CBD) ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ บริเวณพื้นที่เศรษฐกิจหรือบริเวณที่มีการจราจรและประชากรหนาแน่น และขยายพื้นที่ให้ครอบคลุมไปยัง 58 จังหวัดทั่วประเทศ ทำให้เกิดเครือข่ายพื้นที่สื่อโฆษณาดิจิทัลครอบคลุมกว่า 3,623 จอ บริษัทไม่เพียงแต่สร้างสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัลให้มีความทันสมัย แต่ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญของการทำสาธารณะประโยชน์จากสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัลด้วยการรายงานสภาพการจราจร (Intelligence traffic sign) เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของของคนเมืองและช่วยแก้ไขปัญหาการจราจรของคนกรุงเทพฯ โดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและการนำจุดเด่นของระบบ Accident report และกล้อง CCTV มาผสมผสานเพิ่มประสิทธิภาพในการรายงานสภาพการจราจรให้ดียิ่งขึ้น

2.2.4. สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ (Retail Media)

2.2.4.1. สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า (Luxury Media)

เครือข่ายสื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้าเป็นสื่อโฆษณาที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อได้เป็นจำนวนมากและเป็นอีกหนึ่งสื่อโฆษณาที่นักการตลาดนิยมใช้ในการกระตุ้นยอดขายและเน้นย้ำการจดจำ แบรนด์สินค้าและบริการ นอกจากนี้ยังสามารถจุดประกายให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่าย บริษัทได้มุ่งมั่นพัฒนาสื่อโฆษณาไปยังห้างสรรพสินค้าชั้นนำต่างๆ โดยมีการให้บริการสื่อแบบครบวงจรทั้งภายในและภายนอกอาคาร ตั้งแต่สื่อโฆษณาภาพนิ่งไปจนถึงสื่อโฆษณาดิจิทัลที่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ (Interact) กับผู้บริโภคได้ ปัจจุบันบริษัทมีสื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า เช่น ศูนย์การค้าเมกะบางนา สยามเซ็นเตอร์ สยามพารากอน เอ็มโพเรียม เอ็มควอเทียร์ ไอคอนสยาม และศูนย์การค้าในเครือเซ็นทรัลกรุ๊ป

ด้วยรูปแบบจอแสดงผลและเทคโนโลยีในการนำเสนอที่หลากหลาย และที่ตั้งพื้นที่สื่อโฆษณาที่สวยงาม มีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นทั้งภายในห้างและนอกห้าง ส่งผลให้สามารถสร้างการจดจำแบรนด์สินค้าและบริการได้ดี โดยสื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้าของบริษัทครอบคลุมพื้นที่ใจกลางเมืองและบริเวณชานเมือง ส่งผลให้สื่อของบริษัทสามารถตอบโจทย์แบรนด์สินค้าและบริการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างหลากหลาย

1.1.1.2. สื่อโฆษณาภายในซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ (In-Store Media)

สื่อโฆษณาภายในซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่สำคัญของนักการตลาดที่สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารการตลาดระหว่างร้านค้ากับลูกค้า ทั้งนี้ยังสามารถสร้างความภักดีของผู้บริโภคต่อแบรนด์สินค้าได้ในระยะยาว กระตุ้นยอดขายและการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค หลังจากได้เห็นโฆษณาภายในซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อ นอกจากนี้บริษัทได้นำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ร่วมกับการพัฒนาการนำเสนอรูปแบบสื่อโฆษณาให้มีความทันสมัยเพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแบรนด์ คอนเทนต์ รวมถึงโปรโมชั่นต่างๆ ของผู้บริโภค

ปัจจุบันบริษัทได้ให้บริการสื่อโฆษณาภายในซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven เป็นจำนวน 7,544 จอ ทั่วประเทศ โดยวางจุดติดตั้งบริเวณทางเข้าห้าง บริเวณฮอลล์ภายในซูเปอร์มาร์เก็ต บริเวณจุดเช็คอินเซอร์ทางเข้า-ออกซูเปอร์มาร์เก็ต และบริเวณหน้าห้างสรรพสินค้า นอกจากนี้ในปี 2563 บริษัทได้ขยายธุรกิจสื่อโฆษณาในร้านสะดวกซื้อโดยเพิ่มพื้นที่สื่อโฆษณาภายในร้านค้าสะดวกซื้อ 7-Eleven จำนวนกว่า 1,000 สาขา ในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยติดตั้งจอบริเวณเหนือตู้เครื่องดื่ม บริเวณเหนือชั้นวางอาหารแช่แข็ง และบริเวณเหนือชั้นวางขนมและของทานเล่น ซึ่งเป็นบริเวณที่สามารถสร้างโอกาสในการมองเห็นได้ง่าย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม

2.2.5 สื่อโฆษณาภายในสนามบิน (Airport Media)

บริษัทได้ขยายธุรกิจสื่อโฆษณาในสนามบินเพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายให้ครอบคลุมในทุกการเดินทาง เนื่องจากปัจจุบันราคาค่าโดยสารของสายการบินมีราคาถูกลงทำให้ผู้โดยสารส่วนใหญ่หันมาเลือกใช้บริการสายการบินแทนบริการรถโดยสารสาธารณะประเภทอื่นๆ ในปัจจุบันบริษัทให้บริการสื่อโฆษณา ณ สนามบินครอบคลุมทั่วประเทศจำนวนทั้งหมดกว่า 23 สนามบิน โดยติดตั้งสื่อบริเวณประตูทางเข้า-ออกสนามบิน ติดตั้งสื่อโฆษณาบนรถเข็น และติดตั้งสื่อโฆษณาบนสัมภาระเพื่อดึงดูดสายตาให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้มาใช้บริการสนามบินทุกกลุ่ม

2.2.6 สื่อโฆษณาออนไลน์ (Online Media)

สื่อโฆษณาออนไลน์มีแนวโน้มในการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตของคนเป็นอย่างมาก เนื่องจากในปัจจุบันผู้คนใช้สมาร์ทโฟนเป็นเครื่องมือหลักในการติดต่อสื่อสารในชีวิตประจำวัน เช่น การท่องโลกอินเทอร์เน็ต การเข้าออนไลน์แบงก์กิ้ง (Online Banking) การส่งข้อมูลและเอกสารผ่านอีเมลล์ผ่านสมาร์ทโฟน สื่อโฆษณาออนไลน์จึงเป็นทางเลือกอีกช่องทางหนึ่งในการเลือกใช้รูปแบบสื่อ เนื่องจากช่องทางการโฆษณาสามารถปรับเปลี่ยนเนื้อหาได้อย่างรวดเร็วและฉับไว พร้อมทั้งสามารถเข้าถึงผู้คนในทุกระดับอายุ เพศ และตำแหน่งที่ตั้งอย่างครอบคลุม ด้วยเหตุนี้เองจึงเป็นเหตุผลที่ผู้คนเลือกใช้สื่อโฆษณาออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการใช้งานที่สามารถวัดผลได้และตอบโต้แบบเรียลไทม์และสามารถได้อย่างตรงจุด

ด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับการเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตของเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตส่งผลให้การรับรู้จากสื่อของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตาม ดังนั้นเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการใช้สื่อออนไลน์บริษัทจึงได้พัฒนาการให้บริการรถโดยสารประจำทางสาธารณะให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น โดยร่วมมือกับบริษัท เวียร์ กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชัน “ViaBus” เพื่อนำทางและติดตามเวลาและตำแหน่งของรถโดยสารประจำทางแบบเรียลไทม์ได้อย่างแม่นยำเพื่อช่วยแก้ปัญหาและวางแผนการเดินทางให้กับผู้ใช้รถโดยสารประจำทางสาธารณะกว่า 4 ล้านคน ในกรุงเทพมหานคร

นอกจากนี้บริษัทยังพัฒนาเทคโนโลยี Geofence โดยเป็นการผสมผสานกันระหว่างสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยและสื่อโฆษณาออนไลน์เพื่อตอบสนองความต้องการของคนในยุคปัจจุบันให้สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในเชิงลึกและเชิงกว้าง

ที่มา : <http://home.transport.co.th/index.php/th/dynamic-pagee/2014-12-16-04-22-20/สถิติการให้บริการ/item/สรุป-จำนวนผู้โดยสาร-ปีงบประมาณ-2563.html>

ธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม (Engagement Marketing)

2.2.7 สปอร์ตมาร์เก็ตติ้ง (Sport Marketing)

อีกหนึ่งความภาคภูมิใจของบริษัทที่ได้รับความไว้วางใจจากสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ให้เป็นตัวแทนอย่างเป็นทางการในการบริหารสิทธิประโยชน์ของสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทยและบริษัท ไทยลีก จำกัด จากประสบการณ์ในการบริหารสื่อโฆษณาหลากหลายรูปแบบของบริษัทมาเป็นระยะเวลานาน รวมถึงฐานลูกค้าที่ครอบคลุมสินค้าและบริการทุกรูปแบบ ทำให้บริษัทสามารถเพิ่มรายได้และต่อยอดธุรกิจจากการเป็นตัวแทนในการบริหารสิทธิ โดยเสนอสื่อโฆษณาประเภทสปอร์ตมาร์เก็ตติ้งให้เหมาะสมกับแบรนด์สินค้า สามารถสร้างการรับรู้และการจดจำแบรนด์สินค้าและบริการแก่ผู้บริโภคกลุ่มใหม่ๆ ในวงกว้างได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้สิทธิประโยชน์ของสมาคมฟุตบอลฯ ที่บริษัทบริหารจัดการ มีทั้งสิ้น 4 ประเภท

- 1) สิทธิในการหารายได้สนับสนุนการจัดการแข่งขัน และการจัดการกิจกรรมอื่นๆ ของสมาคมฟุตบอลฯ และบริษัท ไทยลีก จำกัด
- 2) สิทธิในการนำคอนเท้นท์ซึ่งเป็นสิทธิของสมาคมฟุตบอลฯ และบริษัท ไทยลีก จำกัด ไปจัดหารายได้ทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อไร้สาย และสื่อโทรคมนาคมต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 3) สิทธิในการจัดหารายได้จากการถ่ายทอดสดและเทปการแข่งขันฟุตบอล
- 4) สิทธิในการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกของสมาคมฟุตบอลฯ และบริษัท ไทยลีก จำกัด

บริษัทไม่เพียงแต่ทำหน้าที่บริหารสิทธิประโยชน์ให้แก่สมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย และบริษัท ไทยลีก จำกัด แต่ยังสร้างเครือข่ายสังคมจากหลากหลายช่องทางเพื่อโปรโมตกีฬาฟุตบอลของไทยให้ชาวไทยได้เป็นส่วนหนึ่งในการมีส่วนร่วมสนับสนุนกีฬาฟุตบอลของไทยให้ก้าวไปสู่ระดับโลก ไม่ว่าจะเป็นช่องทางออนไลน์ ที่มีผู้ติดตามข่าวสารอัปเดตและกิจกรรมต่างๆ อย่างเหนียวแน่น การจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น การออกบูธ เพื่อให้ผู้คนได้มีส่วนร่วมก่อนการแข่งขันที่จะเกิดขึ้น รวมถึงการโปรโมตคอนเท้นท์ที่มีคุณภาพผ่านสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยของบริษัทซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่า 80% ทั่วประเทศ

ทั้งนี้ในปี 2563 บริษัท เป็นผู้ชนะการประมูลสิทธิการเป็นตัวแทนอย่างเป็นทางการในการบริหารสิทธิประโยชน์ของสมาคมกีฬาฟุตบอลฯ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จัดหาผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาฟุตบอลทีมชาติ การแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพ และกิจกรรมฟุตบอลอื่นๆ ประจำปี 2564-2571 เป็นเวลาทั้งหมด 8 ปี แต่เพียงผู้เดียว เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการกีฬาฟุตบอลของชาติ

นอกจากนี้ในปี 2563 บริษัทได้เข้าลงทุนใน บริษัท เรซฮัพ เวิร์ค จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทจัดกิจกรรมกีฬาและงานอีเวนต์ที่วังมาราธอนโดยจัดการแข่งขันตามเส้นทางที่มีทัศนียภาพสวยงามในแต่ละจังหวัด ซึ่งได้รับมาตรฐานจากสหพันธ์สมาคมกรีฑานานาชาติ (IAAF) เพื่อต่อยอดและขยายธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม (Engagement Marketing) ประเภทสปอร์ตมาร์เก็ตติ้ง (Sports Marketing) ให้สามารถเติบโตได้อย่างมั่นคง

2.2.8 อาร์ทิสต์ เมเนจเม้นท์ (Artist Management)

บริษัทต่อยอดธุรกิจมิวสิคมาเก็ตติ้งสู่ Artist management โดยการนำคอนเท้นท์ที่มีคุณภาพโปรโมทผ่านสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยเพื่อสร้างความผูกพันระหว่างแบรนด์สินค้าและบริการกับกลุ่มลูกค้า ทำให้บริษัทสามารถสร้างความผูกพันระหว่างกลุ่มเป้าหมายและศิลปินให้ใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น โดยในปี 2563 บริษัทได้ขยายธุรกิจอาร์ทิสต์ เมเนจเม้นท์ ให้สามารถเติบโตและครอบคลุมเพื่อรองรับฐานลูกค้าที่มีความหลากหลายทั้ง รสนิยม เพศ และอายุ โดยเพิ่มความหลากหลายของคอนเท้นต์นอกเหนือไปจากวง BNK48 กลุ่มไอดอลหญิงซึ่งมีฐานแฟนคลับอย่างเหนียวแน่น โดยปัจจุบันบริษัทมีคอนเท้นต์ทั้งหมด ดังนี้

- 1) Idol management ผ่านวง BNK48 CGM48 และ LYRA
- 2) Talent & Influencer management ผ่านรายการ The brother ไอดอลชาย, The Ska และ Ple Nakorn channel ซึ่งเป็น Influencer ที่มียอดผู้ติดตามผ่านช่องทางออนไลน์สูงสุด
ทั้งนี้ช่องทางรายได้ของบริษัทจาก Artist management สามารถจำแนกออกมาได้เป็น 3 ประเภทดังนี้

- 1) Merchandising & Events
- 2) Sponsorship & Endorsement
- 3) Contents & Multichannel

โดยบริษัทมองเห็นถึงศักยภาพของ Artist management ที่ไม่เพียงสร้างรายได้ให้แก่บริษัทแต่ยังช่วยเพิ่มอัตราการใช้สื่อโฆษณา (Utilization rate) ของบริษัทให้มีระดับสูงขึ้นจากการใช้สื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยของบริษัทที่โดดเด่นด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีผ่านคอนเท้นต์และเนื้อหาที่มีคุณภาพสามารถสร้างความผูกพันระหว่างกลุ่มเป้าหมายและศิลปินได้เป็นอย่างดี

2.2.9 อีสปอร์ตและเกมออนไลน์ (E-Sports & Gaming)

บริษัทได้พัฒนาศักยภาพอีสปอร์ตและเกมออนไลน์เพื่อขยายธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม (Engagement marketing) นอกเหนือจาก Sports Marketing และ Artist management เพื่อให้สามารถตอบโต้และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยจัดการแข่งขันกีฬา “Thai E-League Pro” ซึ่งเป็นลีกการแข่งขันอีสปอร์ตระดับอาชีพอย่างเป็นทางการครั้งแรกในประเทศไทย ด้วยความร่วมมือระหว่างสมาคมฟุตบอลฯ และบริษัท Konami ผู้พัฒนาเกมชั้นนำจากประเทศญี่ปุ่น โดยในปี 2563 บริษัทได้จัดการแข่งขันผ่านโครงการ GSB E-Cup เพื่อชิงถ้วยพระราชทานสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว นอกจากนี้จากการเล็งเห็นถึงศักยภาพของธุรกิจเกมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันบริษัทจึงได้ศึกษาธุรกิจเกมออนไลน์อย่างจริงจังเพื่อผลิต Game publishing ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในทุกช่วงอายุ และวางแผนโปรโมตบนแพลตฟอร์มผ่านสื่อโฆษณาที่มีประสิทธิภาพของบริษัทร่วมด้วย

2.3 กฎหมายหรือข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ

จากสื่อโฆษณาทั้งหมดของบริษัทที่กล่าวมาข้างต้น กฎหมายหรือข้อบังคับหลักๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจประกอบด้วยพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2552 ซึ่งควบคุมป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายที่มีลักษณะเหนือที่สาธารณะ ประกาศของหน่วยงานราชการที่เป็นคู่สัญญา และกฎกระทรวงต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงกฎระเบียบของภาคเอกชนแต่ละรายที่เป็นคู่สัญญากับบริษัทโดยมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

1) สื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน (Transit)

• สื่อโฆษณาภายนอกและภายในรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ

สำหรับสื่อประเภทติดเกอร์รอบตัวรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ บริษัทปฏิบัติตามประกาศกรมการขนส่งทางบกโดยเคร่งครัด อาทิ หลักเกณฑ์เกี่ยวกับแบบ ขนาด ชนิดของวัสดุที่ใช้ และตำแหน่งที่จะติดโฆษณา ซึ่งจะต้องมีคุณสมบัติให้แสงลอดผ่านได้เพื่อให้เกิดทัศนียภาพในการมองเห็นจากภายในสู่ภายนอกของผู้โดยสาร นอกจากนี้โฆษณาที่ตัวถังรถต้องอยู่ภายใต้ข้อกำหนด เช่น มีความกว้างยาวที่ไม่เกินกว่าด้านข้างหรือด้านกว้างของตัวรถ และไม่ขัดต่อศีลธรรมอันดีหรือขัดต่อนโยบายของรัฐ เป็นต้น สำหรับสื่อประเภท 2D และ 3D บริษัทดำเนินการตามมาตรฐานความปลอดภัยทางวิศวกรรม โดยให้วิศวกรโยธาเป็นผู้ออกแบบและรับรองการติดตั้งงานทุกครั้ง โดยการติดตั้งจะใช้วัสดุที่มีน้ำหนักเบาและทนทาน

• สื่อโฆษณาในระบบรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที

ในการออกแบบและก่อสร้างสื่อในระบบรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที นั้น บริษัทได้ปฏิบัติตามมาตรฐานของการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย NFPA 130 หรือ National Fire Protection Association ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่ทันสมัยที่สุดในการออกแบบระบบขนส่งมวลชนประเภทรางมาใช้ในโครงการ ซึ่งมีรายละเอียดโดยสังเขปดังนี้

- ปฏิบัติตามมาตรฐานในการออกแบบเพื่อป้องกันอัคคีภัย ครอบคลุมในเรื่องการออกแบบระบบป้องกันเพลิงไหม้ในสถานีและอุโมงค์
- วัสดุที่ใช้ภายในสถานีและอุโมงค์ วัสดุที่ใช้สำหรับเป็นโครงสร้างที่สถานีหรืออุโมงค์ตลอดจนวัสดุตกแต่งสายไฟฟ้าและอุปกรณ์ไฟฟ้าเครื่องกลภายในสถานีทุกแห่งจะกำหนดให้เป็นวัสดุที่ไม่ติดไฟ (Non-Combustible) และ วัสดุที่ไม่ไวไฟ (Non-Flammable)

2) สื่อโฆษณาภาพนิ่ง (Static)

• สื่อโฆษณาที่ติดตั้งในพื้นที่ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย (กทพ.) เช่น Gateway Billboard, Pole Wrap, และ Uni Pole เป็นต้น

ในการดำเนินการติดตั้งสื่อที่ได้รับสิทธิโฆษณาในเขตกทพ. ได้แก่ หน้าด่านเก็บค่าผ่านทาง บนทางพิเศษ เลาดม่อทางพิเศษ และพื้นที่เวนคืนของกทพ. บริษัทได้ดำเนินการตามพระราชบัญญัติการทางพิเศษแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2550 ในการติดตั้งป้ายที่ได้รับอนุญาตตามมาตรา 38 รวมถึงการออกแบบ การก่อสร้าง และมาตรฐานความปลอดภัย โดยทำประกันความรับผิดชอบต่อบุคคลที่ 3 ไว้ตลอดอายุสัญญาเช่า และบริษัทยังได้ปฏิบัติตามระเบียบและข้อบังคับของกทพ. ทั้งในด้านแบบงาน โครงสร้าง การติดตั้งไฟส่องสว่าง และความแข็งแรงของป้าย โดยมีการควบคุมโดยวิศวกรผู้ควบคุมงานจาก กทพ. และบริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน) อีกครั้งหนึ่ง

• สื่อโฆษณาที่ติดตั้งในพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร เช่น Metro Poster, Serie Poster และ Fonebooth เป็นต้น

สำหรับสื่อโฆษณาที่ได้รับสิทธิจากกรุงเทพมหานคร ผ่านสำนักการจราจรและขนส่ง กรุงเทพมหานคร บริษัทได้ปฏิบัติตามระเบียบทั้งด้านการออกแบบ การจัดส่งแบบ การรับรองโดยวิศวกรโยธา มาตรฐานการติดตั้ง การเดินระบบไฟฟ้าและมาตรฐานความปลอดภัย โดยมีวิศวกรจากสำนักการจราจร

และขนส่ง เป็นผู้ควบคุมงานติดตั้งร่วมกับบริษัททุกครั้ง นอกจากนี้ สำหรับสื่อประเภท Fonebooth ที่บริษัทรับสิทธิจาก บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) (TOT) ซึ่งในการใช้พื้นที่บริษัทมีหน้าที่ปฏิบัติตามระเบียบในการติดตั้งและมาตรฐานความปลอดภัยในการติดตั้งตามที่ TOT ซึ่งเป็นไปตามระเบียบจากกรุงเทพมหานคร

- สื่อโฆษณาที่ติดตั้งนอกเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เช่น สื่อโฆษณาในเทศบาลนครเชียงใหม่ และ จังหวัดอุดรธานี เป็นต้น

สำหรับสื่อโฆษณาที่ติดตั้งนอกเขตกรุงเทพมหานคร เช่น สื่อโฆษณาในเทศบาลนครเชียงใหม่ บริษัทได้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติรักษาความสะอาด รวมถึงต้องมีการดำเนินการแบ่งพื้นที่โฆษณาเพื่อสงวนสิทธิให้เทศบาลนครเชียงใหม่ ทำการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับงานราชการ และในระหว่างอายุสัญญาเช่า ต้องปฏิบัติตามระเบียบกระทรวงมหาดไทยเกี่ยวกับการจัดหาประโยชน์ในทรัพย์สินของหน่วยการบริหารราชการส่วนท้องถิ่นที่บังคับอยู่แล้ว เป็นต้น กรณีการติดตั้งสื่อโฆษณาในจังหวัดอื่นๆ บริษัทได้ปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบของแต่ละท้องถิ่นที่ซึ่งกำกับดูแลโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ เทศบาลเมือง เทศบาลนคร องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น

3) สื่อโฆษณาดิจิทัล (Digital)

- สื่อโฆษณาที่ติดตั้งบนพื้นที่ของหน่วยงานราชการ (ที่ราชพัสดุ) เช่น Plan B TV เป็นต้น

สำหรับสื่อโฆษณาที่ได้รับสิทธิจากกองบัญชาการตำรวจนครบาล สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ในการดำเนินการติดตั้งสื่อโฆษณาบนป้ายตำรวจซึ่งเป็นที่ราชพัสดุ บริษัทจะต้องปฏิบัติตามระเบียบของกรมธนารักษ์

- สื่อโฆษณาที่ติดตั้งบริเวณพื้นที่กรุงเทพมหานคร รวมถึงภายในและภายนอกอาคาร เช่น Parc Paragon & 90 Degree และ Digital Billboard เป็นต้น

บริษัทปฏิบัติตาม พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 และกฎหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้อง โดยมีวิศวกรระดับวุฒิวิศวกร วุฒิสถาปนิก ลงนามรับรองการออกแบบตามกฎหมายประกอบกรยื่นเอกสารให้กับผู้ที่พิจารณา โดยหากเป็นพื้นที่เปล่าที่ไม่มีสิ่งปลูกสร้าง บริษัทจะดำเนินการด้วยตนเอง ทั้งด้านการออกแบบ การก่อสร้าง ลงนามรับรอง แต่ในกรณีที่พื้นที่เช่าที่มีอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างอยู่แล้ว จะเป็นหน้าที่ของผู้ให้เช่าพื้นที่หรือเจ้าของอาคารเป็นผู้ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง

4) สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้าและสื่อโฆษณาภายในซูเปอร์มาร์เก็ต (Retail Media) เช่น ศูนย์การค้า เมกาบางนา, สยามพารากอน, เซ็นทรัลเวิลด์, เซ็นทรัลพระราม 9, สยามเซ็นเตอร์, เอ็มโพเรียม, เอ็มควอเทีย และ บิ๊กซี เป็นต้น

เป็นสื่อโฆษณาทั้งประเภทภาพนิ่ง ดิจิทัลและอินเทอร์แอคทีฟ (Touch Screen) ซึ่งการดำเนินการติดตั้งสื่อดังกล่าวบริษัทมีหน้าที่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของศูนย์การค้าแต่ละแห่ง โดยนำเสนอแบบก่อสร้าง รับรองแบบก่อสร้าง แบบงานติดตั้ง ปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยของแต่ละแห่ง รวมถึงมีวิศวกรผู้ควบคุมงานก่อสร้าง และมีวิศวกรที่ปรึกษาของศูนย์การค้าเป็นผู้ตรวจสอบงานและความถูกต้องของงานทุกครั้ง โดยทำประกันความรับผิดชอบต่อบุคคลที่ 3 ไว้ ตลอดอายุสัญญาเช่า

5) สื่อโฆษณาภายในสนามบิน (Airport Media)

สำหรับสื่อโฆษณาที่ติดตั้งในสนามบินทั้ง 6 แห่งของ บมจ. ท่าอากาศยานไทย บริษัทมีหน้าที่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของ AOT โดยนำเสนอแบบก่อสร้าง ครอบแบบก่อสร้าง แบบงานติดตั้ง ปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยของ AOT

2.4 การตลาดและการแข่งขัน

2.4.1. กลยุทธ์การแข่งขัน

ในปัจจุบันสื่อโฆษณาของบริษัทมีเครือข่ายครอบคลุมอยู่ในทุกพื้นที่ในกรุงเทพฯ รวมถึงระบบขนส่งมวลชนที่สำคัญทั้งรถโดยสารประจำทางปรับอากาศและระบบรถไฟฟ้า พื้นที่กลางแจ้งที่เป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญของกรุงเทพฯ รวมถึงศูนย์การค้าชั้นนำ สนามบินและสถานที่พักผ่อน ตลอดจนหัวเมืองใหญ่รวม 58 จังหวัดทั่วประเทศ ทำให้สื่อโฆษณาของบริษัทเข้าถึงกลุ่มคนที่หลากหลายทั้งในแง่อายุ รายได้ และรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวัน ทำให้สามารถตอบโจทย์เจ้าของสินค้าและบริการที่ต้องการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายในภาวะการตลาดที่มีการแข่งขันสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้สื่อโฆษณาของบริษัทสามารถเข้าถึงทุกรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคตั้งแต่เข้าจรถยนต์และตอบโต้ไฟฟส์ไต์สไต์ของผู้บริโภคปัจจุบันที่ใช้เวลาอยู่นอกบ้านมากขึ้น เช่น เมื่อผู้บริโภคออกจากบ้านในตอนเช้า การเดินทางระหว่างไปทำงาน หรือการไปเที่ยวห้างสรรพสินค้าจะสามารถพบเห็นสื่อต่างๆ ของบริษัทได้ เช่น สื่อโฆษณาบนรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที สื่อโฆษณาประเภทป้าย Metro Poster สื่อโฆษณาบนรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ สื่อโฆษณาบนทางด่วน และสื่อโฆษณาประเภท Street Furniture เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถรับชมสื่อโฆษณาของบริษัทตามอาคาร หรือสถานที่สำคัญต่างๆ ในกรุงเทพฯ ได้ เช่น จอ 90 degree ที่สยามพารากอน เครือข่ายจอดิจิทัลสยาม เมกาบางนา และจอโฆษณาดิจิทัลขนาดใหญ่ที่เซ็นทรัลเวิลด์ อาคารอินเตอร์เซนจ์ และในห้างสรรพสินค้าไอคอนสยาม เป็นต้น

เป้าหมายของบริษัท คือ การเป็นผู้นำในธุรกิจให้บริการงานโฆษณาที่ใช้สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ทั้งในประเทศไทยและภาคพื้นเอเชีย เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่วางไว้บริษัทจึงกำหนดกลยุทธ์ดังต่อไปนี้

1) เน้นการพัฒนาและเสริมสร้างสื่อโฆษณาที่หลากหลาย ครอบคลุมทุกพื้นที่เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่มและตอบสนองการใช้ชีวิตประจำวันในทุกรูปแบบและทุกเวลา

1.1) บริษัทมุ่งเน้นและให้ความสำคัญต่อการค้นหา พัฒนาและต่อยอดพื้นที่ที่มีศักยภาพ การพัฒนาสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยเพื่อเสริมสร้างจุดแข็งของสื่อโฆษณาของบริษัทที่มีเครือข่ายด้านความหลากหลาย ทั้งนี้เพื่อให้บริการสื่อโฆษณาที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า บริษัทเน้นการนำเสนอแพคเกจเครือข่ายสื่อโฆษณาจากการคัดสรรจากสื่อโฆษณาทั้งหมด และนำมาผสมผสานกันเพื่อให้ได้บริการสื่อโฆษณาที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ครอบคลุมผู้ชมได้อย่างทั่วถึง เพื่อให้ลูกค้าวางแผนการใช้เม็ดเงินโฆษณาได้อย่างคุ้มค่า

1.2) เลือกพื้นที่ติดตั้งสื่อโฆษณาที่ครอบคลุมฐานผู้ชมและเป็นจุดดึงดูดความสนใจที่โดดเด่นมากที่สุดในพื้นที่นั้นๆ เพื่อสร้างความคุ้มค่าต่อลูกค้าในการใช้บริการของบริษัท

บริษัทให้ความสำคัญในการสรรหาพื้นที่ติดตั้งสื่อโฆษณาเป็นอย่างมาก โดยจะต้องเป็นพื้นที่ซึ่งผ่านสายตาผู้บริโภคจำนวนมาก และพื้นที่ติดตั้งจะต้องเป็นจุดดึงดูดความสนใจและโดดเด่นมากที่สุด เพื่อตอบโต้การลงทุนของเจ้าของสินค้าและบริการได้อย่างคุ้มค่า

สำหรับสื่อดิจิทัล บริษัทจะเลือกสถานที่ที่เป็นศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) และตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำ สำหรับสื่อโฆษณาแบบภาพนิ่ง (Static) บริษัทจะเลือกพื้นที่ที่เป็นจุดสำคัญในการเดินทางสัญจร เช่น ริมถนน และบนทางด่วน ในช่วงที่มีการจราจรหนาแน่นที่สุด (เช่น ถนนพระราม 4 ถนนสาทร ถนนสุขุมวิท ถนนเพชรบุรี ทางด่วนช่วงพระราม 4-วิภาวดี และหน้าด่านจ่ายเงินบนทางด่วน เป็นต้น) และ/หรือ เป็นจุดยุทธศาสตร์ที่กำลังมีการพัฒนาในอนาคตอันใกล้ (เช่น บริเวณถนนพระราม 9 และ เส้นเอกมัย – รามอินทรา เป็นต้น) สำหรับสื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน บริษัทเลือกสื่อโฆษณาบนรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ ซึ่งเป็นระบบขนส่งที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด และเป็นระบบขนส่งที่สามารถเข้าถึงผู้รับชมทุกกลุ่มเป้าหมายทั่วกรุงเทพฯ แบบขยายวงกว้าง และสื่อโฆษณาในระบบรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที ซึ่งเป็นระบบขนส่งที่มีอัตราการเติบโตของจำนวนผู้ใช้บริการสูง และจะเป็นระบบขนส่งมวลชนที่มีโครงข่ายเชื่อมโยงระหว่างกรุงเทพฯ ชั้นใน และกรุงเทพฯ ชั้นนอกและปริมณฑลที่มีศักยภาพในการเป็นระบบขนส่งมวลชนหลักในอนาคต สำหรับสื่อโฆษณาในสนามบิน บริษัทเลือกพื้นที่สื่อในบริเวณที่เป็นจุดพักรอของผู้โดยสาร อาทิ ในบริเวณประตูก่อนขึ้นอากาศยาน จุดรอรับกระเป๋า และบริเวณรอตรวจคนเข้าเมือง

1.3) คิดค้นนวัตกรรม (Innovation) ในการนำเสนอสื่อโฆษณาใหม่อย่างต่อเนื่องและส่งเสริมภาพลักษณ์เพื่อรักษาความเป็นผู้นำของอุตสาหกรรม

บริษัทให้ความสำคัญในด้านนวัตกรรม (Innovation) ในการพัฒนาและนำเสนอเพื่อให้บริการสื่อโฆษณาที่น่าสนใจ และส่งเสริมภาพลักษณ์เพื่อรักษาความเป็นผู้นำของอุตสาหกรรม โดยมีการผสมผสานรูปแบบแนวคิดและเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย เพื่อสร้างสรรค์สื่อโฆษณาใหม่เพื่อนำเสนอให้ลูกค้าได้เลือกสรร โดยเน้นตอบสนองความต้องการด้านการวางแผนกลยุทธ์และการตลาดของเจ้าของสินค้าและบริการ เช่น การนำเสนอสื่อโฆษณาภายนอกโดยรถโดยสารประจำทางปรับอากาศประเภท 2 มิติ (2D) และ 3 มิติ (3D) เพื่อสร้างความตื่นตาตื่นใจเป็นที่จดจำของผู้รับชม การออกแบบสื่อโฆษณาให้เข้ากับป้ายรายงานสภาพจราจรอัจฉริยะแก่ผู้ใช้ทางด่วนเพื่อสร้างสาธารณประโยชน์ควบคู่กับการดึงดูดความสนใจให้กับสื่อโฆษณาในช่วงระหว่างรอการจ่ายเงินค่าผ่านทางด่วน การนำเสนอออกแบบและติดตั้งแสงสีบนสื่อโฆษณาภาพนิ่งเพื่อสร้างความโดดเด่นและเน้นจุดขายของผลิตภัณฑ์นั้นๆ การให้บริการอินเทอร์เน็ตบนรถโดยสารประจำทางเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ผู้โดยสารโดยไม่เสียค่าบริการ เป็นต้น โดยแนวคิดและแนวปฏิบัติเหล่านี้เป็นการเพิ่มศักยภาพให้มีความสามารถเหนือคู่แข่งของบริษัทในการทำสัญญาเช่าพื้นที่ใหม่และขยายอายุสัญญาเช่าพื้นที่เดิมเป็นอย่างมาก

2) ให้ความสำคัญกับบริการแบบครบวงจร (Total Solution)

บริษัทให้ความสำคัญกับการให้บริการสื่อโฆษณาครบวงจรตั้งแต่ให้คำปรึกษาในการวางแผน การตลาด การคิดเนื้อหาและนำเสนอสื่อโฆษณา (Content Development) การสร้างเครือข่ายสื่อโฆษณา (Media Network) รวมไปถึงการผลิตชิ้นงานโฆษณา (Media Production) ติดตั้ง และดูแลรักษาสื่อตลอดระยะเวลาของการให้บริการ โดยบริษัทเป็นผู้นำเสนอแนวคิดตลอดจนรายละเอียดหลักของสื่อโฆษณา เช่น ลักษณะและโทนสี ลักษณะของหนังสือโฆษณา เป็นต้น เพื่อให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุดกับผู้บริโภคสื่อในแต่ละประเภทของบริษัท นอกจากนี้บริษัทยังพัฒนา วิเคราะห์แนวโน้ม กระแสนิยม เทรนด์แฟชั่นต่างๆ ที่มีความต้องการของตลาด เพื่อให้ผลงานโฆษณาออกมาเป็นที่พึงพอใจต่อเอเจนซี และ

เจ้าของสินค้าและบริการ อีกทั้งบริษัทได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสื่อโฆษณาของบริษัทและบริการภายหลังการขาย (After Sale Service) เป็นอย่างมาก โดยมีเป้าหมายรักษามาตรฐานคุณภาพสูงสุดของอุตสาหกรรม ทั้งนี้ความท้าทายที่สำคัญและเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจของผู้ใช้บริการสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยคือ การบริหารจัดการให้สื่อโฆษณาอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์และเหมาะสมต่อการนำเสนอตลอดเวลา เนื่องจากสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่กลางแจ้ง และมีความเสี่ยงต่อผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่ยากต่อการควบคุม เช่น สภาพอากาศ หรืออุบัติเหตุ เป็นต้น บริษัทจึงมีการจัดตั้งทีมงาน ระบบบริหารจัดการ รวมทั้งอุปกรณ์เฉพาะ เพื่อดูแลรักษาในการป้องกันความเสียหายและเพื่อซ่อมแซมสื่อโฆษณาที่ใช้นำเสนอทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง โดยมีมาตรฐานสูงสุดซึ่งบริษัทสามารถตรวจสอบและติดตามคุณภาพของอุปกรณ์ผ่านทางระบบออนไลน์ และมีการตระเวนตรวจสอบสื่อโฆษณาจากทีมงานผู้ชำนาญและมากประสบการณ์ ในกรณีที่พบว่าสื่อโฆษณาเกิดความเสียหายหรือเสื่อมสภาพ บริษัทจะส่งทีมงานซ่อมบำรุงและซ่อมแซมสื่อโฆษณาคืนสู่สภาพสมบูรณ์ตามระยะเวลาที่บริษัทกำหนดในนโยบายต่อผู้ให้บริการ (ภายใน 24 ชั่วโมงสำหรับสื่อส่วนใหญ่)

3) ให้ความสำคัญกับการรักษาข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเน้นการใช้จุดแข็งที่บริษัทมี

บริษัทมีเป้าหมายที่จะต่อยอดธุรกิจสื่อให้หลากหลายเพิ่มมากขึ้น ทั้งในแง่การขยายธุรกิจเดิม และการเข้าสู่ธุรกิจใหม่ในอุตสาหกรรมสื่อ โดยดึงเอาจุดแข็งของบริษัทและพันธมิตรมาใช้ในการขยายธุรกิจ โดยบริษัทมีศักยภาพและความสามารถในการดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ด้วยประสบการณ์ ความชำนาญ และตราสินค้า (branding) ที่แข็งแกร่งและเป็นที่ยอมรับในธุรกิจมาอย่างยาวนาน ประกอบกับมีพันธมิตรทางธุรกิจหรือผู้ถือหุ้นเชิงกลยุทธ์ที่แข็งแกร่ง บริษัทจึงอยู่ในสถานะที่พร้อมจะขยายธุรกิจและฐานลูกค้าของบริษัทในอนาคต เช่น การขยายธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยสู่ทั่วประเทศ และขยายการดำเนินธุรกิจสู่ประเทศอื่นในภูมิภาคอาเซียนในอนาคต หรือการต่อยอดและพัฒนาความสามารถในการให้บริการสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น

นอกจากนี้ตามที่บริษัทมีผู้ถือหุ้นเชิงกลยุทธ์เข้าเป็นพันธมิตรทางธุรกิจคือ Emtek Group ซึ่งเป็นผู้ให้บริการด้านสื่อขนาดใหญ่อันดับ 2 ของอินโดนีเซีย โดยจากความร่วมมือของ Emtek Group จะช่วยให้บริษัทมีศักยภาพสูงขึ้นในการขยายธุรกิจไปยังธุรกิจใหม่ๆ ซึ่ง Emtek Group มีความชำนาญ ทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาคได้ในอนาคต

2.4.2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทหลักตามลักษณะการติดต่อ ดังนี้

1) กลุ่มบริษัทเอเจนซี

บริษัทเอเจนซีจะทำหน้าที่ในการวางแผนกลยุทธ์การใช้สื่อในรูปแบบต่างๆ ให้กับเจ้าของสินค้าและบริการที่เป็นบริษัทขนาดใหญ่หรือบริษัทข้ามชาติ (Multinational Company) ที่มีสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและมีงบประมาณด้านการตลาดจำนวนมาก เอเจนซีจึงมีส่วนสำคัญในการกำหนดแผนการใช้งบโฆษณาและการเลือกใช้สื่อโฆษณาให้กับบริษัทเจ้าของสินค้าและบริการนั้นๆ โดยทำหน้าที่เป็นตัวแทนเจ้าของสินค้าและบริการในการติดต่อกับบริษัทเป็นผู้ผลิตและติดตั้งสื่อโฆษณา เอเจนซีส่วนใหญ่จะมองหาบริษัทขนาดใหญ่ที่มีสื่อโฆษณาที่หลากหลาย ครอบคลุม และเข้าถึงฐานผู้บริโภคจำนวนมาก รวมถึงการมีนวัตกรรมการนำเสนอสินค้าและบริการที่โดดเด่นและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยในปี พ.ศ. 2563 บริษัทมีรายได้จากลูกค้ากลุ่มบริษัทเอเจนซีเป็นสัดส่วนร้อยละ 70.0 ของรายได้จากการขายสื่อโฆษณาทั้งหมด

2) กลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าและบริการ

กลุ่มลูกค้าประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) บริษัทเอกชน รวมถึงองค์กรของรัฐและรัฐวิสาหกิจทั่วไป ซึ่งเป็นเจ้าของสินค้าหรือบริการโดยตรงและต้องการติดต่อกับบริษัทโดยไม่ผ่านเอเจนซีเพื่อให้บริษัทเป็นผู้วางแผนการใช้สื่อโฆษณา ผลิต และติดตั้งสื่อโฆษณา โดยกลุ่มลูกค้าดังกล่าวจะมองหาบริษัทที่สามารถให้บริการสื่อโฆษณาที่หลากหลายและครบวงจรตั้งแต่ให้คำปรึกษาในการวางแผน การตลาด การคิดเนื้อหาและนำเสนอสื่อโฆษณา (Content Development) การสร้างเครือข่ายสื่อโฆษณา (Media Network) รวมไปถึงการจัดหาผู้ผลิตชิ้นงานโฆษณา (Media Production) โดยในปี พ.ศ. 2563 บริษัทมีรายได้จากลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าและบริการเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.0 ของรายได้จากการขายสื่อโฆษณาทั้งหมด

บริษัทมีสัดส่วนยอดขายจากลูกค้าที่เป็นเอเจนซีรายใหญ่ 10 รายแรก ของปี 2561 2562 และ 2563 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.3 ร้อยละ 46.5 และร้อยละ 63.6 ของรายได้รวมตามลำดับ และมีสัดส่วนยอดขายจากลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าและบริการรายใหญ่ 10 รายแรก ของปี 2561 2562 และ 2563 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22.6 ร้อยละ 20.3 และร้อยละ 33.7 ของรายได้รวมตามลำดับ

ทั้งนี้ตั้งแต่ปี 2554 ที่ผ่านมา บริษัทไม่มีสัดส่วนการขายให้แก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30.0 ของรายได้รวมทั้งหมดของบริษัทในปีนั้นๆ

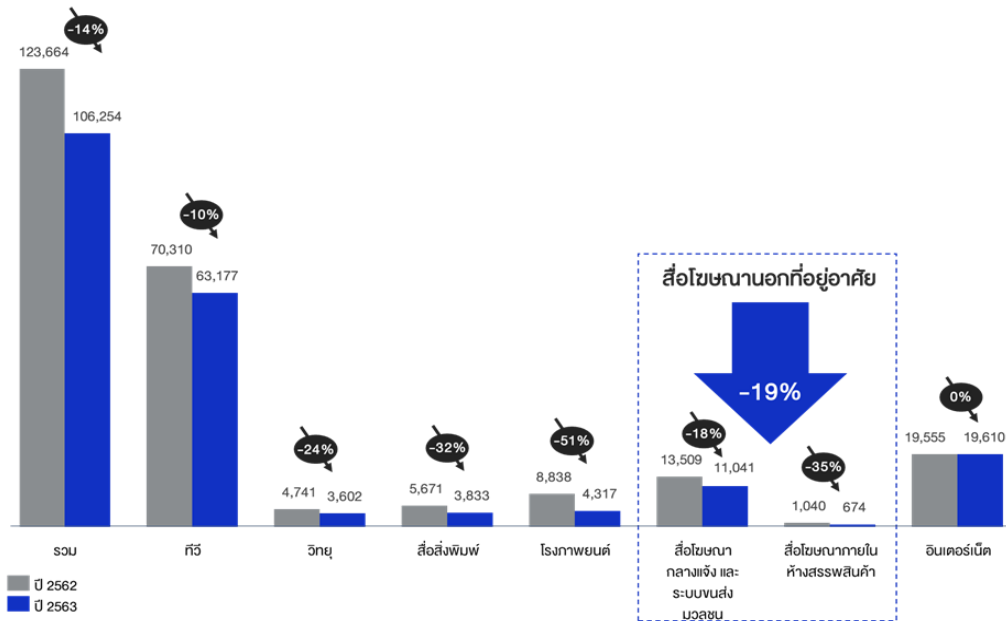
2.4.3. อุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในประเทศไทย

ปัจจุบันการใช้สื่อโฆษณา (Advertising) มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจเกือบทุกประเภท ในยุคที่เทคโนโลยีสารสนเทศมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การโฆษณาผ่านสื่อประเภทต่างๆ เป็นที่ยอมรับโดยทั่วกันว่าเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการทำการตลาด ซึ่งผู้ประกอบการและนักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและทำความเข้าใจความหมาย ลักษณะ และประเภทของสื่อทุกชนิดอย่างลึกซึ้ง เพื่อนำไปเป็นองค์ประกอบในการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับประเภทของสินค้าหรือธุรกิจนั้นๆ ดังนั้นบทบาทและความสำคัญของสื่อโฆษณาจึงมีนัยสำคัญที่นักธุรกิจต้องทำความเข้าใจซึ่งส่งผลดีต่อบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว เช่น สามารถช่วยเพิ่มยอดขาย สามารถเพิ่มการรับรู้ในตัวสินค้า เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารกับผู้บริโภค รวมไปถึงเป็นการสร้างความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) เป็นต้น ผู้ผลิตสินค้าที่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ จะได้เปรียบคู่แข่งที่ไม่มีการโฆษณาเป็นอย่างมาก

เนื่องจากค่าใช้จ่ายสื่อโฆษณา ประกอบไปด้วยค่าใช้จ่ายจากกิจกรรมการตลาดของทุกภาคธุรกิจ ค่าใช้จ่ายในสื่อโฆษณาจึงมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงตามสภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ในช่วงที่เศรษฐกิจดีผู้ผลิตสินค้าจะมีแรงจูงใจในการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการโฆษณาเพื่อชิงส่วนแบ่งการตลาดในกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มากขึ้น สำหรับช่วงที่เศรษฐกิจอยู่ในภาวะถดถอยผู้ผลิตสินค้าสามารถลดงบประมาณในการโฆษณาลงได้ง่ายที่สุดเมื่อเทียบกับการลดค่าใช้จ่ายด้านอื่นๆ เช่น การลดจำนวนพนักงาน เป็นต้น

ภาพรวมมูลค่าการใช้จ่ายอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาปี 2562 - 2563 (ล้านบาท)

ภาพรวมของอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาใน 2563 มีมูลค่าเม็ดเงินโฆษณาอยู่ที่ 106,254 ล้านบาท หดตัวลดลง 17,410 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.0 เมื่อเทียบกับมูลค่าสื่อโฆษณาในช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งจากเดิมคาดหดตัวทั้งปีอยู่ที่ร้อยละ 20.0 เนื่องจากภาครัฐบาลออกมาตรการและโครงการต่างๆ เข้ามาช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจส่งผลให้เศรษฐกิจมีการปรับตัวดีขึ้น ทำให้หลายบริษัทเริ่มทยอยกลับมาลงทุนในสื่อโฆษณามากขึ้น โดยมีสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงดังนี้ทีวี -10%, วิทย์ -24%, สื่อสิ่งพิมพ์ -32%, โรงภาพยนตร์ -51%, สื่อโฆษณากลางแจ้งและระบบขนส่งมวลชน -18%, สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า -35% และอินเทอร์เน็ต 0%



แนวโน้มอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในประเทศไทย

ปัจจุบันสื่อโฆษณายังเป็นที่นิยมของนักการตลาดและเจ้าของสินค้าที่ใช้เป็นตัวกลางในการสื่อสารไปยังผู้บริโภคให้สามารถรับสารและข้อมูลได้อย่างรวดเร็วอย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าได้อย่างตรงจุด การวางแผนการใช้สื่อถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญเป็นอย่างมาก โดยทีวียังเป็นสื่อที่ผู้คนให้ความสนใจและเลือกใช่มากที่สุดเนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้คนได้อย่างกว้างขวาง สามารถสร้าง Brand Awareness ให้กับสินค้าได้เป็นอย่างดี แต่ปัจจุบันสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวิทยุ มีสัดส่วนการใช้จ่ายที่ลดลงไปจากในอดีต ขณะที่สื่อออนไลน์ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อดิจิทัล กลับเติบโตอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นสองสื่อหลักที่รองจากสื่อทีวีทำให้คาดการณ์ว่าในอนาคตสื่อออกที่อยู่ออาศัย สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อดิจิทัล จะเป็นตัวรองรับส่วนแบ่งการตลาดของสื่อเก่าที่ปรับตัวลดลงได้

ปัจจุบันสื่อโฆษณาออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างมากจากนักการตลาด เจ้าของแบรนด์สินค้าและบริการ เนื่องจากมีต้นทุนต่ำและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อสื่อโฆษณานอกที่อยู่ออาศัย อย่างไรก็ตามผู้คนยังคงต้องดำเนินชีวิตภายนอกที่อยู่ออาศัยประมาณ 10-15 ชั่วโมงต่อวัน ส่งผลให้สื่อโฆษณานอกที่อยู่ออาศัยสามารถดึงดูดสายตาจากผู้สัญจรไปมาในบริเวณที่ติดตั้งป้ายโฆษณาได้ และสื่อโฆษณานอกที่อยู่ออาศัยจะสามารถเติบโตควบคู่ไปกับสื่อโฆษณาออนไลน์ได้ในอนาคต

นอกจากนี้การแข่งขันในอุตสาหกรรมสื่อโฆษณามีแนวโน้มที่จะมีการแข่งขันที่สูงขึ้น ทั้งการแข่งขันทางด้านราคา การให้บริการ นวัตกรรม และการแข่งขันทางการตลาด นักการตลาดและเจ้าของสินค้าจึงมองหาบริษัทหรือผู้ให้บริการที่ให้บริการด้านสื่อโฆษณาอย่างเต็มรูปแบบ ตอบโจทย์แคมเปญทางการตลาดได้อย่างตรงจุด ดังนั้นนวัตกรรมถือเป็นสิ่งที่บริษัทสื่อโฆษณาจะต้องตระหนักถึงเป็นสำคัญ

2.4.5 อุตสาหกรรมสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media)

ธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ประกอบด้วยสื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน (Transit) สื่อโฆษณากลางแจ้ง (Outdoor) และสื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต (Retail Media) โดยสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญมากขึ้นและกำลังเติบโตเป็นสื่อที่ผู้ประกอบการปรับสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านการตลาดมาใช้มากขึ้น สืบเนื่องมาจากโครงสร้างอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลง ผู้ลงสื่อโฆษณามีแนวโน้มที่จะจัดสรรงบประมาณโดยเลือกให้สื่อใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูง มีความคุ้มค่า สามารถครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั้งกลุ่มเฉพาะเจาะจงและกลุ่มลูกค้าฐานกว้าง (Mass Market) เพิ่มมากขึ้น

จากอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาโดยรวมในปี 2563 ลดลงคิดเป็นร้อยละ 14 จากปีก่อนหน้า สืบเนื่องมาจากสถานการณ์ COVID-19 ส่งผลให้การใช้เม็ดเงินสื่อโฆษณาของภาคธุรกิจลดลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทโดยรวมของบริษัทในปี 2563 อยู่ที่ 3,768 ล้านบาท ลดลงที่ร้อยละ 23.4 จากปี 2562 โดยมีสาเหตุหลักมาจากผลกระทบของวิกฤตการณ์ COVID-19 ที่ส่งผลกระทบในเชิงลบต่อธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยจากการลดค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณาอย่างมาของภาคธุรกิจ แต่บริษัทเชื่อมั่นว่าผลประกอบการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยยังสามารถเติบโตได้ดีในระยะยาวดังจะเห็นได้จากการเริ่มกลับมาใช้เม็ดเงินโฆษณาของภาคธุรกิจในช่วงปลายปี 2563

จากแนวโน้มที่ผู้ลงโฆษณาจะมุ่งเลือกซื้อสื่อโฆษณาที่มีความคุ้มค่า และสามารถเข้าถึงผู้ชมได้ในวงกว้าง แต่ในขณะเดียวกัน ก็ต้องสามารถสร้างประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการได้อย่างใกล้ชิด และสอดคล้องโฆษณาไปกับการใช้ชีวิตประจำวันของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างกลมกลืน โดยเมื่อพิจารณาจากพฤติกรรมของผู้คนในสังคมควบคู่กันไปกับจะพบว่ามีรูปแบบการใช้ชีวิตนอกบ้านทั้งในวันทำงานและวันหยุดเพิ่มมากขึ้น นิยมใช้จ่ายใช้สอยที่ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ และร้านสะดวกซื้อ มีความจำเป็นต้องใช้เวลาบนท้องถนนยาวนานเนื่องจากการจราจรที่ติดขัด ตลอดจนมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเดินทางโดยใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศมากขึ้น ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสที่เพิ่มขึ้นของสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยในฐานะสื่อโฆษณาที่สามารถตอบโจทย์ข้อจำกัดด้านงบประมาณของผู้ผลิตสินค้าและบริการ และในขณะเดียวกันก็ยังมีสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้คนในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างดี ส่งผลให้สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในสื่อทางเลือกที่น่าจับตามองในอนาคต

นอกจากนี้ สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยยังมีการพัฒนาให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลมากขึ้น หรือที่เรียกกันว่า DOOH (Digital Out of Home) โดยเครือข่ายของ DOOH นี้จะประกอบไปด้วย Signage Screen, Kiosk และ Jumbotron (จอภาพขนาดใหญ่) เป็นต้น เป็นการใช้งานผสมผสานไปกับสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยรูปแบบเดิมๆ ทั้งบนรถไฟฟ้า บนรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ หรือสื่อภายในห้างสรรพสินค้า และป้ายโฆษณากลางแจ้ง เพื่อให้มีสีสันและมีการโต้ตอบและสื่อสารระหว่างกัน (Interactive) มากยิ่งขึ้น นับเป็นแนวโน้มที่จะทำให้ชีวิตนอกบ้านของผู้บริโภคมีสีสัน ขณะเดียวกันยังเป็นการดึงดูดให้ผู้บริโภคใช้เวลาอยู่กับสินค้านั้นๆ มากขึ้นด้วย ซึ่งการนำเสนอในรูปแบบใหม่จะทำให้สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยเป็นที่พูดถึงและจดจำ และเป็นประสบการณ์ใหม่ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน และยังส่งผลให้ผู้ชมสื่อโฆษณาสามารถรับรู้และจดจำสินค้าและบริการได้ดียิ่งขึ้น ทำให้สินค้าต่างๆ หันมาใช้สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย เพื่อตอบโจทย์การสร้างการรับรู้ในแบรนด์และเข้าถึงผู้บริโภคแทนสื่ออื่นๆ มากขึ้น

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ให้บริการสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยรายใหญ่ ซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีรายละเอียดของรายได้รวมสำหรับปี 2563 ดังนี้

บริษัท	รายได้รวม (ล้านบาท)
บริษัท วี จี ไอ จำกัด (มหาชน)	4,429
บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)	3,768
บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน)	2,947
บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	1,365

ที่มา: www.setsmart.com

2.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.5.5 การจัดหาสถานที่ติดตั้งสื่อโฆษณา

ในการจัดพื้นที่ติดตั้งสื่อบริษัทมีการดำเนินการดังต่อไปนี้

- 1) บริษัทที่มีพัฒนาธุรกิจที่ทำการศึกษาลำรวจ และวิจัยพื้นที่ที่มีศักยภาพและเป็นจุดยุทธศาสตร์และน่าสนใจสำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของเอเจนซี่ หรือเจ้าของสินค้าและบริการ โดยมีทีมงานคิดค้นและพัฒนาสื่อของบริษัทพร้อมกับบริษัทได้มีการว่าจ้างบริษัทวิจัยชั้นนำทั้งในและต่างประเทศเพื่อทำการศึกษาลำรวจ วัดผล รวมถึงการสำรวจพฤติกรรม และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) เพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้สื่อของเอเจนซี่หรือเจ้าของสินค้าและบริการและรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) ที่เปลี่ยนแปลงให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย เช่น สื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคสามารถพบเห็นได้ระหว่างการเดินทางไม่ว่าจะการเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง การเดินทางด้วยรถไฟฟ้ามหานคร การเดินทางบนทางเท้า การเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว หรือแม้กระทั่งป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ทั้งในรูปแบบภาพนิ่ง (Classic) และจอดิจิทัล (Digital) ที่เป็นจุดเด่นต่อสายตาผู้คนระหว่างการเดินทาง หรือสื่อที่จะเห็นได้ระหว่างการพักผ่อนจิบน้ำใช้สอยตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ เป็นต้น
- 2) บริษัทได้นำข้อมูลจากการสำรวจและวิจัยมาวิเคราะห์และวางแผนเพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินการและพัฒนาสื่อโฆษณาที่จะติดตั้งในพื้นที่นั้นๆ พร้อมวางกลยุทธ์ทางการตลาด โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและสาระประโยชน์ พร้อมศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนตามนโยบายของบริษัท
- 3) บริษัททำการสำรวจความคิดเห็นเบื้องต้นร่วมกับเอเจนซี่หรือเจ้าของสินค้าและบริการ โดยนำเสนอพื้นที่สื่อโฆษณา นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่ ณ จุดติดตั้งนั้นๆ เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถตอบสนองความต้องการและส่งเสริมภาพลักษณ์แก่เจ้าของสินค้าและบริการรวมถึงรายละเอียดต่างๆ ได้ โดยบริษัทนำข้อคิดเห็นจากเอเจนซี่หรือเจ้าของสินค้าและบริการมาพัฒนาสื่อให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการในการใช้สื่อสูงสุด
- 4) หลังจากบริษัทได้ทำการสำรวจครบทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง บริษัทจะดำเนินการประชุมคณะผู้บริหารและทีมที่เกี่ยวข้องเพื่อหาข้อสรุปในกำหนดแผนการดำเนินการติดตั้งสื่อโฆษณาพร้อมทั้งได้รับอนุมัติเรื่องแผนการตลาดและความเป็นไปได้ของโครงการ

- 5) บริษัทดำเนินการติดต่อประสานงานเช่าพื้นที่และ/หรือเสนอขอเช่าพัฒนาโครงการหรือติดตั้งสื่อโฆษณา กับเจ้าของพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน โดยบริษัทจะนำเสนอค่าเช่าพื้นที่หรือผลตอบแทนในรูปแบบอื่น เช่น การแบ่งรายได้ เป็นต้น ให้แก่เจ้าของพื้นที่ หรือเจ้าของสัมปทานแล้วแต่กรณี ทั้งนี้ในการจะเช่าทำสัญญาเช่าพื้นที่บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นคู่สัญญารับสิทธิในการใช้พื้นที่ โดยตรงยกเว้นกรณีที่บริษัทได้เล็งเห็นถึงศักยภาพของสื่อโฆษณาเหล่านั้นภายหลังจากที่มีผู้ได้รับสิทธิไปแล้ว โดยบริษัทมีกระบวนการภายในที่จะพิจารณา ตรวจสอบและประเมินถึงความเป็นไปได้ตลอดจนผลตอบแทนในการลงทุนต่างๆ เพื่อให้แน่ใจว่าการโอนสิทธิลงทุนหรือซื้อกิจการก่อให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจต่อบริษัท
- 6) บริษัททำการออกแบบและกำหนดวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างติดตั้งสื่อโฆษณาโดยทีมงานผู้ออกแบบและวิศวกรชั้นนำของบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญและมีผลงานเป็นที่ยอมรับในระดับสากลเพื่อให้ได้มาตรฐานที่สูงกว่าที่กำหนดโดยหน่วยงานหรือผู้ให้เช่าและบริษัทจะทำการคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างที่มีผลงานเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศและดำเนินการยื่นขออนุญาตดำเนินการติดตั้งสื่อโฆษณาต่อหน่วยงานราชการในเขตพื้นที่นั้นๆ
- 7) หลังจากได้รับการอนุญาตจากหน่วยงานราชการในเขตพื้นที่นั้นๆแล้วในการก่อสร้างจะมีทีมงานวิศวกรของบริษัทเป็นผู้ตรวจสอบและควบคุมทุกขั้นตอนไม่ให้เกิดผลาตรวมทั้งควบคุมงบประมาณ และระยะเวลาในการก่อสร้างให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้เพื่อให้งานสื่อโฆษณาออกมาตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด

2.5.6 การผลิตงานโฆษณา

การผลิตงานโฆษณาของสื่อแต่ละประเภทมีลักษณะดังนี้

1) สื่อโฆษณาภาพนิ่ง

เอเจนซีหรือเจ้าของสินค้าและบริการจะส่งแบบงานโฆษณา (Artwork) มาให้บริษัทหรือหากเอเจนซีหรือเจ้าของสินค้าและบริการไม่มีแบบงานโฆษณา ทางทีมงาน Graphic Design ซึ่งขึ้นกับฝ่ายปฏิบัติการของบริษัทจะให้บริการออกแบบสื่อโฆษณาเพื่อนำเสนอต่อเอเจนซีหรือเจ้าของสินค้าและบริการเพื่อพิจารณาและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นเพื่อสรุปในรายละเอียดทั้งหมดร่วมกับเจ้าของสินค้า หลังจากสรุปแบบโฆษณาเรียบร้อยแล้วบริษัทจะนำเสนอต่อเอเจนซีหรือเจ้าของสินค้าและบริการเพื่อพิจารณาอนุมัติ ทั้งนี้วัสดุที่ใช้ในการผลิตสื่อโฆษณาที่บริษัทกำหนดจะมีคุณภาพที่สูงกว่ามาตรฐานที่ใช้ทั่วไปเพื่อให้คุณภาพงานมีความสวยงาม คมชัด เหมาะสมกับแสงสว่างในทุกช่วงเวลา ส่งผลให้คุณภาพงานได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า หลังจากนั้นบริษัทจะทำการคัดเลือกบริษัทสิ่งพิมพ์ (Printing Suppliers) ที่ผ่านการคัดเลือก (Approved Vendor List) ที่มีผลงาน ราคา และการส่งมอบงานตามคุณภาพมาตรฐานที่บริษัทกำหนดเพื่อให้เกิดความพึงพอใจกับเอเจนซี หรือเจ้าของสินค้าและบริการสูงสุด

2) สื่อโฆษณาดิจิทัล

เอเจนซีหรือเจ้าของสินค้าและบริการจะเป็นผู้ส่งข้อมูลของงานโฆษณาในรูปแบบดิจิทัลมาให้บริษัท โดยทีมงาน Digital Media ซึ่งขึ้นกับฝ่ายปฏิบัติการของบริษัทจะดำเนินการติดต่อและใส่เทคนิคต่างๆ เพื่อให้เป็นภาพยนตร์โฆษณาที่สมบูรณ์และเหมาะสมกับรูปแบบของจอดิจิทัลต่างๆ นอกจากนี้หากเอเจนซีหรือเจ้าของสินค้าและบริการนั้นๆ ไม่มีงานโฆษณาในรูปแบบดิจิทัลทางทีมงาน Digital Media ของบริษัทสามารถให้บริการออกแบบงานโฆษณาร่วมกับเอเจนซีหรือเจ้าของสินค้าและบริการตั้งแต่ นำเสนอเนื้อเรื่อง (Story Board) แผนการผลิต และรายละเอียดงานภาพยนตร์โฆษณาให้เอเจนซีหรือเจ้าของสินค้าและบริการเพื่อพิจารณาและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นเพื่อสรุปในรายละเอียดทั้งหมด จากนั้นบริษัทจะทำการผลิตงานออกมาในรูปแบบของกราฟิกภาพเคลื่อนไหวให้เป็นภาพยนตร์โฆษณาที่สมบูรณ์พร้อมใช้งานเมื่อได้ภาพยนตร์โฆษณาที่สมบูรณ์พร้อมใช้งานกับจอดิจิทัล บริษัทจะดำเนินการนำภาพยนตร์โฆษณาเข้าสู่ระบบและนำไปออกอากาศตามสื่อโฆษณาตามความต้องการของลูกค้า

2.5.7 การจัดหาอุปกรณ์จอดิจิทัล

บริษัทมีระบบการสั่งซื้อจอแอลซีดี จอแอลเอฟดี และจอแอลอีดีจากตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตที่ผ่านการคัดเลือก (Approved Vendor List) ทั้งนี้ปัจจัยหลักในการพิจารณาและการกำหนดคุณสมบัติของจอแอลซีดี จอแอลเอฟดี และจอแอลอีดีที่ใช้สำหรับติดตั้งสื่อโฆษณาของบริษัทมีดังนี้

- 1) วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตต้องเป็นวัสดุที่มีรูปทรงสวยงามและคงทนเป็นที่ยอมรับเหมาะสมกับการใช้งานในพื้นที่นั้นและได้มาตรฐานตามที่บริษัทกำหนด
- 2) คุณภาพของจอดิจิทัลเป็นสิ่งที่ยกย่องให้มีความสำคัญมากเนื่องจากคุณภาพของหลอดไฟและจอทีวีดิจิทัลมีหลายระดับซึ่งแตกต่างกันในการแสดงภาพ ความสว่าง และความคมชัด รวมถึงอายุการใช้งาน โดยที่ผ่านมามีบริษัทจะเลือกใช้หลอดไฟและจอทีวีดิจิทัลจากบริษัทผู้ผลิตชั้นนำซึ่งมีราคาค่อนข้างสูงแต่ในขณะเดียวกันก็ให้ประสิทธิภาพในการนำเสนอที่สูง ละเป็นที่พึงพอใจต่อเอเจนซีหรือเจ้าของสินค้าและบริการ
- 3) ความมั่นคงของตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตเป็นอีกปัจจัยที่บริษัทให้ความสำคัญเนื่องจากปัจจุบันมีตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตหลายบริษัทซึ่งบริษัทจะคัดเลือกตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตที่มีความมั่นคงทั้งในด้านฐานะการเงิน ประวัติการดำเนินงาน ผลงานที่ผ่านมา และคุณภาพการให้บริการหลังการขาย เพื่อให้มั่นใจว่าตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตจะสามารถให้บริการที่มีคุณภาพต่อบริษัทถึงแม้ว่าตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตเหล่านี้จะมีค่าบริการที่สูงกว่าตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตอื่นๆ
- 4) การบริการหลังการขายของตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่บริษัทให้ความสำคัญเพื่อให้บริษัทมั่นใจในคุณภาพของจอภาพและอุปกรณ์ต่างๆ ให้อยู่ในมาตรฐานคุณภาพที่ดีอยู่เสมอเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและเอเจนซีว่าคุณภาพอุปกรณ์ที่บริษัทเลือกใช้มีคุณภาพที่ดีที่สุด

ทั้งนี้บริษัทได้จ้างตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตเป็นผู้รับเหมาออกแบบจัดหาอุปกรณ์ติดตั้งและจัดหาซอฟต์แวร์ควบคุมจอแอลซีดี จอแอลเอฟดี และจอแอลอีดี ตามเงื่อนไขตามความต้องการที่บริษัทกำหนด โดยบริษัทจะทำการตรวจสอบอย่างละเอียดในการรับมอบงานในแต่ละขั้นตอน

2.5.8 การจัดหาซอฟต์แวร์และอุปกรณ์ควบคุมการบริหารสื่อมัลติมีเดีย

สำหรับระบบควบคุมบริหารสื่อโฆษณาที่มีเดียในระบบบรอดแบนด์ไฟเบอร์และสายใยแก้วนำแสงของบริษัท ได้ว่าจ้างผู้ผลิตซึ่งผ่านการคัดเลือกที่มีความสามารถเฉพาะทางเป็นผู้ออกแบบจัดหาอุปกรณ์ติดตั้งและพัฒนาซอฟต์แวร์ควบคุมระบบรูปแบบเฉพาะสำหรับการควบคุมการแพร่ภาพสื่อต่างๆ ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทซึ่งระบบดังกล่าวสามารถควบคุมจากส่วนกลาง (Central Control) ในการปรับเปลี่ยนสัญญาณภาพ ปรับระดับความสว่าง เสียง เปิด-ปิด สัญญาณได้แบบตั้งโปรแกรมเฉพาะชั่วโมงและแบบเรียลไทม์ (Real-Time Monitor) โดยการส่งคำสั่งควบคุมจากสำนักงานของผ่านระบบควบคุมออนไลน์

ในส่วนของระบบควบคุมป้ายอัจฉริยะบนทางด่วนบริษัทได้ว่าจ้างตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตซึ่งผ่านการคัดเลือกจากบริษัท (Approved Vendor List) เป็นผู้ออกแบบจัดหาอุปกรณ์ติดตั้งและพัฒนาซอฟต์แวร์ควบคุมระบบ ซึ่งระบบดังกล่าวสามารถควบคุมจากส่วนกลาง (Central Control) โดยการทางพิเศษแห่งประเทศไทยจะเป็นผู้ควบคุมระบบงานดังกล่าวจากศูนย์ควบคุมผ่านออนไลน์

2.5.9 การตรวจสอบดูแลป้ายโฆษณาและส่งมอบงานให้กับลูกค้า

ในการให้บริการลูกค้าทุกครั้งนอกจากบริษัทจะถ่ายภาพโฆษณาจัดส่งให้ลูกค้าเพื่อเป็นหลักฐานว่าได้ให้บริการตามที่ตกลงกันแล้วบริษัทยังมีการทำรายงานสรุปการลงสื่อโฆษณาของบริษัทพร้อมรูปภาพประกอบและส่งไปให้ลูกค้าทุกครั้งเพื่อเป็นการยืนยันว่าบริษัทได้ขึ้นสื่อโฆษณาครบถ้วนตรงตามเวลาในรูปแบบที่ได้ตกลงกันไว้โดยบริษัทจะจัดส่งรายงานสรุปดังกล่าวให้กับลูกค้าภายในระยะเวลาประมาณ 1 - 2 สัปดาห์ นับจากที่บริษัทขึ้นสื่อโฆษณาเรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นกลุ่มบริษัทเอกชนที่มีความสัมพันธ์กับบริษัทมาอย่างยาวนานโดยกลุ่มบริษัทเอกชนที่จะทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างบริษัทกับเจ้าของสินค้าและบริการซึ่งมีบทบาทที่สำคัญในการช่วยดูแลให้ลูกค้าของตนที่เป็นเจ้าของสินค้าและบริการทราบว่าบริษัทได้ให้บริการตามที่ตกลงกันกับเจ้าของสินค้าแล้ว นอกจากนี้สำหรับลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าและบริการ (Direct Clients) บริษัทจะมีการสื่อสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อสอบถามถึงความเห็นของลูกค้าเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าพึงพอใจในสื่อโฆษณาของบริษัททำให้ลูกค้ากลับมาซื้อสื่อโฆษณาจากบริษัทอย่างต่อเนื่อง

การสั่งซื้อสื่อและบริการของลูกค้าของบริษัทจะเป็นการสั่งซื้อสื่อโฆษณาเป็นครั้งๆ และเป็นระยะเวลาสั้นๆ โดยมีระยะเวลาในการลงสื่อโฆษณาประมาณ 7 - 30 วัน ในส่วนการเก็บเงินค่าบริการกับลูกค้าของบริษัทนั้นบริษัทมีนโยบายการให้สินเชื่อแก่ลูกค้าของบริษัท (Credit Term) เป็นระยะเวลา 30 - 90 วัน แต่หากเป็นกลุ่มเจ้าของสินค้าและบริการบริษัทจะให้สินเชื่อในระยะเวลาที่สั้นกว่า คือ 30 - 60 วัน หรือรับชำระค่าสินค้าและบริการเป็นเงินสดหากเป็นลูกค้ารายใหม่ที่ไม่เคยเป็นลูกค้ากับบริษัทมาก่อน

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ ตระหนักถึงปัจจัยเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ ด้วยการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ครอบคลุมทั้งองค์กร โดยได้มีการกำหนดนโยบายบริหารจัดการความเสี่ยงที่ครอบคลุมทุกกิจกรรมทางธุรกิจและผลักดันให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการทำงานในบริษัทฯ ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจอาจมาจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยได้วางแผนบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพตั้งแต่การวางแผนกลยุทธ์ การปฏิบัติงาน การตัดสินใจลงทุนเพื่อดำเนินธุรกิจใหม่ๆ รวมถึงการควบคุมและติดตามเพื่อให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ปัจจัยความเสี่ยงหลักๆ ที่มีอาจจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินธุรกิจมีดังนี้

ความเสี่ยงจากการไม่สามารถต่อสัญญาสัมปทาน หรือสัญญาเช่าพื้นที่หรือสัญญากับพันธมิตรทางธุรกิจ

เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการสื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัยในระยะยาว บริษัทฯ มีความจำเป็นต้องพิจารณาสรรหาพื้นที่ติดตั้งสื่อโฆษณาในทำเลที่มีศักยภาพ มีผู้เดินทางและสัญจรผ่านเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะส่งผลต่อมูลค่าของสื่อโฆษณาของบริษัทฯ นอกจากนี้สื่อโฆษณาที่มาจากสัญญาความร่วมมือทางธุรกิจการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสื่อโฆษณากับผู้ให้บริการเอกชน ซึ่งบริษัทฯ มีหน้าที่หาลูกค้าและรับรายได้จากส่วนแบ่งรายได้จากการขายสื่อโฆษณา โดยในปี 2563 คู่สัญญาที่สร้างรายได้สูงสุดคือ บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ซึ่งสร้างรายได้ให้บริษัทฯ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 13.6 ของรายได้รวมทั้งหมด โดยที่มาสเตอร์ แอด ให้สิทธิแก่บริษัทฯ เป็นระยะเวลาของสัญญาสิ้นสุดตอนสิ้นปี 2567

ทั้งนี้ เงื่อนไขในสัญญาเช่าหรือสัญญาสัมปทานต่างๆ บริษัทฯ จะต้องปฏิบัติตามภาระผูกพันเงื่อนไขตามที่ระบุ บริษัทฯ จึงอาจได้รับความเสี่ยงหากไม่สามารถต่ออายุสัญญาทางธุรกิจรายใดรายหนึ่งจากการไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนด หรือความเสี่ยงจากกรณีให้ผู้เช่าหรือผู้ให้สิทธิมีสิทธิบอกเลิกสัญญา หรือการบอกเลิกสัญญาอันเนื่องมาจากผู้ให้เช่าหรือผู้ให้สิทธิมีความจำเป็นต้องใช้สถานที่เช่า/ให้สิทธิ ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ รวมถึงต้นทุนที่บริษัทฯ ได้ลงทุนไปกับการติดตั้ง รื้อถอนสื่อโฆษณาก่อนสิ้นสุดสัญญา

จากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ที่ผ่านมา บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจเป็นไปตามข้อกำหนดในสัญญามาตลอด และไม่เคยกระทำใดๆ ที่เป็นการผิดสัญญาข้อหนึ่งข้อใดในส่วนที่เป็นสาระสำคัญจนเป็นเหตุให้เกิดผลกระทบร้ายแรงต่อบริษัทฯ และจากประสบการณ์ในธุรกิจสื่อโฆษณานอก สามารถมั่นใจได้ว่าบริษัทฯ ได้มีการพิจารณาอย่างรอบคอบถึงผลประโยชน์ที่บริษัทฯ จะได้รับควบคู่ไปกับการปฏิบัติตามข้อกำหนดและเงื่อนไขได้อย่างครบถ้วน

ปัจจุบัน บริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยที่มีความหลากหลายและครอบคลุมพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร และอีกกว่า 52 จังหวัดทั่วประเทศ ซึ่งอยู่ภายใต้สัญญาเช่าพื้นที่หรือสัญญาสัมปทาน โดยไม่มีสัญญาใดที่สร้างรายได้เป็นสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30.0 ของรายได้รวม ดังนั้นหากเกิดผลกระทบจากการยกเลิกสัญญาใดๆ บริษัทฯ จึงมั่นใจว่าไม่มีผลต่อรายได้ส่วนใหญ่ของบริษัทฯ

นอกเหนือจากนี้ บริษัทฯ ยังร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับเจ้าของพื้นที่ อาทิเช่น เจ้าของสัมปทาน ผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้า เจ้าของอาคาร โดยไม่เพียงแต่การให้บริการสื่อโฆษณาในพื้นที่ดังกล่าวเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเจ้าของพื้นที่จากการร่วมกันพัฒนาสื่อโฆษณาผ่านนวัตกรรมและการออกแบบที่ทันสมัย รวมถึงรูปแบบการนำเสนอสื่อโฆษณาที่น่าสนใจ จึงทำให้เงื่อนไขสัญญาส่วนใหญ่จะให้สิทธิการต่อสัญญากับบริษัทฯ เป็นลำดับแรก (First Right) ทำให้บริษัทฯ สามารถต่ออายุสัญญาที่สำคัญมาได้โดยตลอด อีกทั้งขยายอายุสัญญาเพิ่มเติม ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นและไว้วางใจจากคู่สัญญาด้วยดีเสมอมา

ความเสี่ยงจากการมีภาระผูกพันกับคู่สัญญาที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

เนื่องจากในปัจจุบัน มีผู้ให้บริการสื่อโฆษณาเพิ่มขึ้นจำนวนมากทำให้การแข่งขันในธุรกิจสื่อโฆษณามีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ดังนั้น เพื่อให้เกิดความมั่นใจการให้บริการผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในระยะยาว บริษัทฯ ได้มีการวางแผนกลยุทธ์ในการขยายเครือข่ายสื่อโฆษณายานนอกที่อยู่อาศัยเพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นบริษัทฯ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องทำสัญญาเช่าหรือสัญญารับสิทธิดำเนินงานระยะยาวกับเจ้าของพื้นที่สื่อโฆษณาเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน อย่างไรก็ตามการทำสัญญาระยะยาวดังกล่าว ทำให้เกิดภาระผูกพันการชำระเงินในอนาคตของบริษัทฯ ซึ่งต้องทยอยรับรู้ค่าใช้จ่ายตลอดอายุสัญญา ในขณะที่รายได้ของบริษัทฯ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกอื่นๆ อาทิ สภาวะเศรษฐกิจ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี พฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นต้น ดังนั้น ในกรณีที่รายได้จากการขายสื่อโฆษณาลดลงอย่างมีนัยสำคัญ จึงอาจเกิดความเสี่ยงที่จะกระทบต่อฐานะทางการเงินของบริษัทฯ ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีภาระผูกพันที่ต้องจ่ายในอนาคตรวมทั้งสิ้น 4,909 ล้านบาท โดยภาระผูกพันหลักได้แก่ สัญญาให้สิทธิบริหารสื่อโฆษณา บริษัทฯ ทำสัญญาระยะยาวกับบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) จำนวน 2,800 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 57.0 ของสัญญาที่มีภาระผูกพันของบริษัทฯ และสัญญาเช่าสื่อโฆษณานบนระบบขนส่งมวลชนประเภทรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ ที่บริษัทฯ ทำสัญญาระยะยาวกับองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพหรือ ขสมก. จำนวน 1,016 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 20.7 ของสัญญาที่มีภาระผูกพันของบริษัทฯ ซึ่งหากเกิดความเสี่ยงรายได้จากสื่อจากมาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) และสื่อโฆษณานบนรถโดยสารประจำทางปรับอากาศลดลง อาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญทางธุรกิจและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้ในอนาคต

ความเสี่ยงจากความผันผวนและการชะลอตัวของภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจไทยส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อผู้ประกอบการภายในประเทศ โดยผลประกอบการของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับอุปสงค์ภายในประเทศเป็นหลัก ซึ่งอาจจะได้รับผลกระทบจากการปรับตัวของเศรษฐกิจในประเทศจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ รวมถึงการชะลอตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ อัตราเงินเฟ้อ การส่งออก สถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อรายได้และกำลังซื้อ พฤติกรรมการใช้จ่าย และระดับความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ซึ่งผู้ประกอบการอาจปรับลดงบประมาณสำหรับสื่อโฆษณา เนื่องจากการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มลดลง

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการจะพิจารณาจัดสรรงบประมาณในสื่อโฆษณาเมื่อมั่นใจว่าเป็นการลงทุนที่มีประสิทธิภาพและคุ้มค่า นำมาซึ่งรายได้ของเจ้าของแบรนด์สินค้า ด้วยการเลือกใช้ประเภทของสื่อโฆษณาที่มีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน และเป็นต้นทุนสื่อโฆษณาที่อยู่ในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อโฆษณาอื่นๆ แต่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้รับชมในอัตราที่สูง ซึ่งสื่อโฆษณายานนอกที่อยู่อาศัยมีผลตอบแทนจากการลงทุนคุ้มค่ามากกว่าเมื่อเทียบกับสื่อโฆษณาประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์

บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าถึงแม้จะมีความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง แต่การให้บริการสื่อโฆษณายานนอกที่อยู่อาศัยที่มีประสิทธิภาพ คุณภาพ และการให้บริการหลังการขาย จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยรักษาอัตราการเติบโตของบริษัทฯ ได้ท่ามกลางความท้าทายของความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ

ความเสี่ยงจากการพึ่งพาสื่อโฆษณาดิจิทัลกลางแจ้งของบริษัท

สื่อโฆษณาหลักประเภทหนึ่งของบริษัทฯ คือสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัล ซึ่งบริษัทฯ ได้ให้บริการสื่อดังกล่าวมาตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมา ทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดเป็นจำนวนมาก โดยสื่อประเภทดิจิทัลสามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ ในปี 2563 เป็นจำนวนประมาณ 1,638 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 43.5 ของรายได้รวมของบริษัทฯ ดังนั้น หากสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัลได้รับผลกระทบไม่ว่าทั้งทางตรงหรือทางอ้อมอาจเกิดความเสี่ยงต่อผลการดำเนินงานในภาพรวมของบริษัทฯ และส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินของบริษัทฯ ได้ ทั้งนี้สื่อโฆษณาประเภทดิจิทัลเป็นสื่อโฆษณาที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมี Utilization Rate อยู่ในระดับที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของสื่อโฆษณารวมของบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการผลิตสื่อโฆษณาที่ต่ำสามารถช่วยให้เจ้าของแบรนด์สินค้าและนักการตลาดสามารถประหยัดงบประมาณ หรือจัดสรรงบประมาณสื่อโฆษณาได้อย่างคุ้มค่า อีกทั้งมีรูปแบบที่ทันสมัยและสามารถปรับเปลี่ยนข้อความทางการตลาดที่นำเสนอได้อย่างรวดเร็วสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบต่างๆ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้มีการวางแผนบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสำหรับสื่อโฆษณาดิจิทัลให้มีความทันสมัย มีเสถียรภาพ และสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เจ้าของแบรนด์สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างตรงจุด

ความเสี่ยงด้านข้อกำหนดควบคุมป้ายโฆษณาและอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นกับป้ายโฆษณาของบริษัท

บริษัทฯ ให้ความสำคัญและมีการติดตามความคืบหน้าการของการเปลี่ยนแปลงกฎหมายหรือข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับป้ายโฆษณา เพื่อเตรียมมาตรการรองรับให้การให้บริการสื่อโฆษณาของบริษัทฯ ถูกต้องตามกฎหมายและข้อกำหนดซึ่งอาจจะส่งผลกระทบกับความต่อเนื่องในการให้บริการของบริษัทฯ

สำหรับความเสี่ยงจากอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นกับป้ายโฆษณาของบริษัทฯ อันจะส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายภาพลักษณ์และความเชื่อถือในการให้บริการ ยิ่งไปกว่านั้นบริษัทฯ ตระหนักถึงความปลอดภัยต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมบริเวณที่ติดตั้งสื่อโฆษณาสูงสุดด้วยการคำนึงถึงการออกแบบสื่อโฆษณาและก่อสร้างป้ายโฆษณาให้เป็นไปตามมาตรฐานที่หน่วยงานผู้ดูแลกำหนด เพื่อให้การติดตั้งสื่อโฆษณาเป็นมาตรฐานทั้งรูปแบบและโครงสร้างที่ปลอดภัยสภาพแวดล้อม รวมถึงมาตรการตรวจรับและการตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพตามกำหนดระยะเวลา อีกทั้ง บริษัทฯ ยังพิจารณาจัดทำประกันภัยที่อาจเกิดขึ้นต่อทรัพย์สินและบุคคลภายนอกด้วย ซึ่งจากการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาทที่เกิดจากการดำเนินการขัดกับกฎหมายหรือข้อกำหนด และกฎระเบียบต่างๆ เกิดขึ้น

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงเอเจนซีโฆษณารายใหญ่

การให้บริการธุรกิจสื่อโฆษณาของบริษัทฯ ช่องทางรายได้จากการขายสื่อโฆษณามาจาก 2 ช่องทางหลัก คือการขายตรงกับเจ้าของสินค้าและบริการ และอีกช่องทางคือขายสื่อโฆษณาผ่านเอเจนซีโฆษณารายใหญ่ ซึ่งเป็นตัวแทนเจ้าของสินค้าและบริการ การเจรจาต่อรองซื้อขายสื่อโฆษณา วางแผนกลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณา รวมถึงกำหนดแผนการใช้งบประมาณโฆษณาและตัดสินใจจัดสรรงบประมาณ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการเลือกใช้สื่อโฆษณาจะก่อให้เกิดผลตอบแทนจากการลงทุนได้อย่างสูงสุด โดยสัดส่วนรายได้จากกลุ่มเอเจนซีและเจ้าของสินค้าและบริการคิดเป็นประมาณร้อยละ 70.0 และร้อยละ 30.0 ของรายได้จากการให้บริการทั้งหมดในปี 2563 ตามลำดับ

ในธุรกิจสื่อโฆษณา เอเจนซีโฆษณา ทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ให้บริการโฆษณาและเจ้าของสินค้าและบริการ หน้าที่หลักของเอเจนซีคือการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด รวมถึงกำหนดแผนการใช้งบสื่โฆษณา และตัดสินใจเลือกใช้สื่อโฆษณาประเภทต่างๆ ให้กับเจ้าของสินค้าและบริการ ทั้งนี้เอเจนซีจะไม่ทำสัญญาระยะยาวกับบริษัทผู้ให้บริการสื่อโฆษณา แต่จะพิจารณาแผนการใช้งบสื่โฆษณาตามแผนการตลาด และการโฆษณาของเจ้าของสินค้าและบริการแต่ละราย

ตามความเหมาะสม ถึงแม้ว่าจะไม่มีเอเจนซีรายใดที่มีสัดส่วนรายได้เกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวมทั้งหมด แต่รายได้จากเอเจนซี 10 รายแรก ในปี 2563 มีมูลค่าเป็นร้อยละ 41.1 ของรายได้

บริษัทฯ เชื่อว่าสื่อโฆษณาใหม่ของบริษัทฯ จะได้รับความนิยมและการตอบรับที่ดีจากลูกค้าในทุกกลุ่มสินค้าและบริการ บริษัทฯ มีระบบบริหารจัดการสื่อโฆษณาที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว อีกทั้งยังมีระบบบริหารจัดการที่ดีในการตรวจสอบและดูแลการซ่อมแซมสื่อโฆษณา รวมถึงการรายงานสภาพป้ายให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการเลือกใช้บริการกับบริษัทฯ

ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

ความเสี่ยงจากกรณีที่มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นในบริษัทฯ มากกว่าร้อยละ 25

บริษัทฯ มีกลุ่มนายบริหาร โฉมณโกสินทร์ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทฯ รวมร้อยละ 25.09 ของทุนจดทะเบียนและจำหน่ายแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ถือหุ้นกลุ่มดังกล่าวรวมคะแนนเสียงเพื่อลงมติในที่ประชุมที่จะสามารถควบคุมเสียงข้างมากในที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้ ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นๆ ของบริษัทฯ อาจได้รับความเสี่ยงในการรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อถ่วงดุลและตรวจสอบเรื่องที่กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอในที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้มีการจัดการโครงสร้างการบริหารจัดการโดยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ โดยได้มีการกำหนดขอบเขตในการดำเนินงาน หน้าที่และความรับผิดชอบ การแบ่งแยกหน้าที่ระหว่างกรรมการและผู้บริหารอย่างชัดเจนและโปร่งใส รวมถึงมีการกำหนดมาตรการการทำการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุมกิจการ รวมถึงบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ซึ่งบุคคลดังกล่าวจะไม่มีสิทธิในการออกเสียงเพื่ออนุมัติรายการนั้นๆ เพื่อความโปร่งใส โดยบริษัทฯ ได้มีการแต่งตั้งบุคคลภายนอกเพื่อบำรุงตำแหน่งกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน จากกรรมการทั้งหมด 8 ท่าน เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบ ถ่วงดุลการตัดสินใจ และพิจารณาสอบทานรายการต่างๆ ก่อนนำเสนออนุมัติต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อสร้างความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้นในโครงสร้างการบริหารจัดการของกรรมการ ฝ่ายจัดการที่มีประสิทธิภาพและเป็นไปด้วยความถูกต้อง โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

ความเสี่ยงด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล

ทรัพยากรบุคคลถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยผลักดันให้บริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ตามที่วางแผนไว้ ซึ่งธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยของบริษัทฯ ต้องพึ่งพิงบุคลากรในการดำเนินงานจำนวนมาก เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้กับเอเจนซี เจ้าของแบรนด์สินค้า รวมถึงพนักงานที่ดูแล บำรุงรักษาสื่อโฆษณาของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพสามารถนำเสนอโฆษณาได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างดีที่สุดซึ่งต้องอาศัยความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ทำงาน ซึ่งตลาดแรงงานคุณภาพมีการแข่งขันสูง โดยบริษัทฯ มีมาตรการเพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าวที่อาจจะเกิดขึ้น ดังนี้

- การสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทฯ ด้วยโครงการ Employee Referral Program เพื่อให้บริษัทฯ สามารถสรรหาบุคลากรได้ในแบบที่บริษัทฯ ต้องการ ร่วมกับสถาบันการศึกษาจัดกิจกรรม Road Show แนะนำบริษัทฯ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย เป็นต้น
- การพัฒนาและสนับสนุนให้บุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ได้มีโอกาสแสดงความสามารถผ่าน Talent Program พร้อมโอกาสในการพัฒนา เรียนรู้ และความก้าวหน้าในการทำงาน

- การเตรียมความพร้อมสำหรับผู้สืบทอดตำแหน่ง (Successor Program) เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับบุคลากรที่จะสืบทอดตำแหน่งเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่องเมื่อมีตำแหน่งงานสำคัญว่าง

ความเสี่ยงด้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทฯ มุ่งเน้นแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและกระบวนการควบคุมภายในที่เหมาะสมเพียงพอ โดยได้มีการกำหนดนโยบายต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Policy) ที่มีความชัดเจนและครอบคลุม และมีการกำหนดค่านิยมของการคอร์รัปชันที่ชัดเจน และแนวทางปฏิบัติในกิจกรรมการที่อาจทำให้นำไปสู่การทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงมีการสื่อสารให้บุคคลภายในและภายนอกองค์กรได้รับทราบ

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการตรวจสอบป้องกันและประเมินความเสี่ยงด้านคอร์รัปชันจากกิจกรรมดำเนินงานของบริษัท มีการกำหนดมาตรการในการควบคุมและติดตามกระบวนการทำงานที่อาจเกิดการทุจริตได้ เพื่อยืนยันความถูกต้องของการปฏิบัติงานให้มีความสุจริตโปร่งใส ป้องกันการทุจริต รวมทั้งเปิดช่องทางการสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งเบาะแสข้อเสนอนะ ขอร้องเรียนเกี่ยวกับทุจริตได้โดยตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งปัจจุบันบริษัทได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน (CAC)

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวรหลัก

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อย มีสินทรัพย์ถาวรหลักประเภทที่ดิน ส่วนปรับปรุงอาคารเช่าและอุปกรณ์ และสินทรัพย์สิทธิการใช้ โดยมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีเท่ากับ 8,209.0 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 67.01 ของสินทรัพย์รวม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

รายการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ราคาตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน	เจ้าของ	12.0	-ไม่มี-
2. ส่วนปรับปรุงอาคารเช่า	เจ้าของ	100.3	-ไม่มี-
3. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของ	107.4	-ไม่มี-
4. ยานพาหนะ	เจ้าของ	11.9	ภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน
5. อุปกรณ์โฆษณาและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง	เจ้าของ	2,058.5	-ไม่มี-
6. งานระหว่างก่อสร้าง ¹	เจ้าของ	720.7	-ไม่มี-
7. โปรแกรมคอมพิวเตอร์	เจ้าของ	69.7	-ไม่มี-
8. สินทรัพย์สิทธิการใช้	เจ้าของ	5,128.5	ภายใต้สัญญาเช่า
รวม		8,209.0	

¹ งานระหว่างก่อสร้าง ส่วนใหญ่เป็นการก่อสร้างสื่อโฆษณาใหม่ๆ ของบริษัทเช่น สื่อโฆษณาดิจิทัลในจุดสำคัญๆ ในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เป็นต้น

4.2 เครื่องหมายบริการ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อย ได้ยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งได้รับการอนุมัติแล้วจำนวน 5 เครื่องหมาย โดยเครื่องหมายการค้าจะมีอายุ 10 ปี และสามารถต่ออายุได้ทุก 10 ปี

เครื่องหมายการค้า	ประเภท	ออกให้เมื่อ	วันหมดอายุ	ทะเบียนเลขที่
	เครื่องหมายการค้าสำหรับป้ายโฆษณาที่ทำด้วยโลหะ	25 กันยายน 2556	24 กันยายน 2566	ค404514
	เครื่องหมายการค้าสำหรับป้ายโฆษณาอิเล็กทรอนิกส์	25 กันยายน 2556	24 กันยายน 2566	ค404515
	เครื่องหมายการค้าสำหรับเครื่องสะท้อนแสงสำหรับป้ายโฆษณา	25 กันยายน 2556	24 กันยายน 2566	ค404516
	เครื่องหมายการค้าสำหรับสิ่งพิมพ์ที่เป็นการโฆษณา	25 ธันวาคม 2555	25 ธันวาคม 2565	ค398273
	เครื่องหมายการค้าสำหรับให้บริการซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชันผ่านทางอินเทอร์เน็ต	24 กรกฎาคม 2561	23 กรกฎาคม 2571	191124300

4.3 สรุปสัญญาที่สำคัญ

บริษัทและบริษัทย่อยประกอบธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่และผลิตสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) โดยกลุ่มบริษัทได้เข้าทำสัญญา ใน 2 รูปแบบ คือ

- (1) เช่า/รับสิทธิบริหารจัดการพื้นที่โฆษณาโดยตรงจากเจ้าของพื้นที่/เจ้าของสิทธิ หรือ
- (2) เช่า/รับสิทธิบริหารจัดการพื้นที่โฆษณาโดยอ้อม : รับโอนสิทธิการเช่าพื้นที่/รับโอนสิทธิการบริหารจัดการพื้นที่โฆษณาจากผู้ได้รับสิทธิเช่า/บริหารจัดการพื้นที่โฆษณาจากเจ้าของพื้นที่/เจ้าของสิทธิอีกทอดหนึ่ง

โดยสัญญาที่สำคัญสามารถสรุปตามประเภทสื่อโฆษณาได้ ดังนี้

4.3.1 สื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน (Transit)

สัญญาเช่าเนื้อที่โฆษณาภายนอกและภายในรถยนต์โดยสารประจำทางปรับอากาศกับองค์การขนส่งมวลชน

กรุงเทพ

คู่สัญญา	ผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิ: องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ผู้เช่า/ผู้รับสิทธิ: บริษัท
ลักษณะของสัญญา	ผู้ให้เช่าให้บริษัท เช่าพื้นที่โฆษณาภายนอกและภายในรถยนต์โดยสารประจำทางปรับอากาศของผู้ให้เช่า รวมทั้งให้สิทธิแก่บริษัท ในการร่วมลงทุน และให้บริการข่าวสารและบันเทิง ซึ่ง บริษัท มีสิทธิในการติดตั้งจอภาพ พร้อมระบบควบคุมการออกอากาศ รวมถึงระบบประมวลและฉายสัญญาณภาพและเสียงเพื่อเผยแพร่ข่าวสารและความบันเทิงภายในรถยนต์โดยสารประจำทางปรับอากาศ ตามจำนวนที่ตกลงกัน จำนวน 1,500 คัน เพื่อประกอบธุรกิจโฆษณา ภายใต้ข้อตกลงและเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา
อัตราค่าตอบแทน	บริษัท จะชำระค่าตอบแทนแก่ผู้ให้เช่าในรูปแบบค่าเช่าล่วงหน้า ค่าเช่ารายเดือนตามระยะเวลาให้บริการ ในอัตราที่ตกลงกัน
ระยะเวลาการให้บริการ	12 ปี
หน้าที่และภาระผูกพันของบริษัท	บริษัท จะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการติดตั้งและซ่อมบำรุงป้ายโฆษณา รวมถึงภาษีป้ายโฆษณา ภาษีมูลค่าเพิ่มหรือภาษีอื่นใดเกี่ยวกับป้ายโฆษณา โดยบริษัท จะดำเนินการติดตั้งและซ่อมบำรุง ณ สถานที่ที่ผู้ให้เช่ากำหนด และในเวลาที่ไม่ว่างต่อเวลาเดินรถของผู้ให้เช่า
การโอนสิทธิประโยชน์ตามสัญญา	บริษัท ไม่สามารถโอนสิทธิประโยชน์ตามสัญญานี้ หากไม่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ให้เช่า
การสิ้นสุดสัญญา	สัญญาอาจสิ้นสุดลงเมื่ออายุสัญญาสิ้นสุดลงโดยไม่มีการแจ้งขอต่ออายุ/ขยายเวลา หรือโดยที่คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งกระทำการผิดสัญญา หรือคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงกันเลิกสัญญานี้โดยทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อของคู่สัญญา

สัญญาเช่าเนื้อที่โฆษณาภายนอกและภายในรถยนต์โดยสารปรับอากาศกับผู้ประกอบการเอกชน

คู่สัญญา	ผู้ให้เช่า: ผู้ประกอบการเดินรถโดยสารปรับอากาศเอกชน ผู้เช่า: บริษัท
ลักษณะของสัญญา	ผู้ให้เช่าให้บริษัท เช่าพื้นที่โฆษณาภายนอกและภายในรถยนต์โดยสารประจำทางปรับอากาศของผู้ให้เช่าเพื่อติดตั้งจอ LCD พร้อมระบบควบคุมการออกอากาศ รวมถึงระบบประมวลและฉายสัญญาณภาพและเสียงภายในรถยนต์โดยสารประจำทางปรับอากาศ ตามจำนวนที่ตกลงกัน เพื่อประกอบธุรกิจโฆษณา ภายใต้ข้อตกลงและเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญา
อัตราค่าตอบแทน	บริษัท จะชำระค่าตอบแทนแก่ผู้ให้เช่าในรูปแบบค่าเช่าล่วงหน้าและค่าเช่ารายเดือนตามระยะเวลาให้บริการ ในอัตราที่ตกลงกัน ทั้งนี้ หากทางผู้ให้เช่ามีการขยายเส้นทางหรือเพิ่มจำนวนรถโดยสารในเส้นทางเดิม ผู้ให้เช่าตกลงให้สิทธิการเช่าแก่บริษัท โดยมีอัตราไม่ต่ำกว่าค่าเช่าที่กำหนดในสัญญา
ระยะเวลาการให้บริการ	ประมาณ 3 – 10 ปี
หน้าที่และภาระผูกพันของบริษัท	บริษัท มีหน้าที่รับผิดชอบความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากกรณีที่ข้อความ หรือภาพบนแผ่นป้ายโฆษณาก่อให้เกิดความเสียหาย หรือละเมิดสิทธิใดๆ ต่อบุคคลอื่น หรือได้รับการร้องเรียนจากบุคคลอื่นว่าก่อให้เกิดความเสียหาย และจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการติดตั้งและซ่อมบำรุงป้ายโฆษณา โดยบริษัทจะดำเนินการติดตั้งและซ่อมบำรุง ณ สถานที่ที่ผู้ให้เช่ากำหนด และในเวลาที่ไม่กระทบต่อเวลาเดินรถของผู้ให้เช่า นอกจากนี้ ไม่ว่าด้วยเหตุใด บริษัท มีหน้าที่ถอดวัสดุโฆษณา และจอ LCD ที่ติดตั้งภายในระยะเวลาที่กำหนดด้วยค่าใช้จ่ายของผู้เช่าเอง
การโอนสิทธิประโยชน์ตามสัญญา	บริษัท ไม่สามารถโอนสิทธิประโยชน์ตามสัญญานี้ หากไม่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ให้เช่า
การสิ้นสุดสัญญา	สัญญาอาจสิ้นสุดลงเมื่ออายุสัญญานี้สิ้นสุดลงโดยไม่มีการแจ้งขอต่ออายุ/ขยายเวลา หรือโดยที่คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งกระทำการผิดสัญญา หรือคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงกันเลิกสัญญานี้โดยทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อของคู่สัญญา

สัญญาเช่าสื่อโฆษณาในระบบรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที

คู่สัญญา	ผู้ให้สิทธิ: ผู้ประกอบการรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที ผู้รับสิทธิ: บริษัท
ลักษณะของสัญญา	ให้สิทธิบริษัท ในการ จัดหา ติดตั้ง และบริหารจัดการสื่อโฆษณาในระบบรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที (PIDs และ Digital @ MRT)
อัตราค่าตอบแทน	บริษัท จะชำระค่าตอบแทนแก่ผู้ให้สิทธิในรูปแบบค่าให้สิทธิล่วงหน้าและส่วนแบ่งรายได้จากการขายสื่อโฆษณาที่ได้รับตามสัญญา ตามระยะเวลาให้บริการ ในอัตราที่ตกลงกัน
ระยะเวลาการให้บริการ	ประมาณ 5 – 6 ปี ทั้งนี้ บริษัท ได้รับสิทธิในการต่ออายุสัญญา (Right of First Refusal) หากบริษัท ประสงค์จะต่ออายุสัญญาออกไป
หน้าที่และภาระผูกพันของบริษัท	บริษัท มีหน้าที่ดำเนินการจัดหา ติดตั้ง ดำเนินการตลาด การขายและบริหารจัดการสื่อโฆษณาในระบบรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที (PIDs และ Digital @ MRT) และมีหน้าที่จัดหาและติดตั้งจอ และระบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้แก่ผู้ให้สิทธิ โดยติดตั้งให้แล้วเสร็จตามระยะเวลาที่ตกลงกัน ทั้งนี้ เมื่อสัญญาสิ้นสุดลง บริษัท จะต้องรื้อถอนจอและระบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งปรับปรุงสภาวะพื้นที่ภายในระยะเวลาที่ตกลงกัน
การโอนสิทธิประโยชน์ตามสัญญา	บริษัท จะไม่โอนสิทธิและหน้าที่ตามสัญญานี้ หากไม่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ให้สิทธิ
การสิ้นสุดสัญญา	สัญญาอาจสิ้นสุดลงเมื่ออายุสัญญาสิ้นสุดลงโดยไม่มีการแจ้งขอต่ออายุ/ขยายเวลา หรือโดยที่คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งกระทำการผิดสัญญา และไม่ดำเนินการแก้ไขเยียวยาข้อผิดสัญญานั้นให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาที่กำหนด หรือคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงกันเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร

4.3.2 สื่อโฆษณากลางแจ้ง (Outdoor)

สัญญาเช่าสื่อโฆษณาภาพนิ่ง (Static)

คู่สัญญา	ผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิ: ผู้ประกอบการภาครัฐ และผู้ประกอบการเอกชน ผู้เช่า/ผู้รับสิทธิ: บริษัท, เวริชายน, เอ็มเอสดี และแอต คูซีน
ลักษณะของสัญญา	ผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิตกลงให้ผู้เช่า/ผู้รับสิทธิเช่าพื้นที่เพื่อติดตั้งป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือให้สิทธิ ก่อสร้างดูแลบำรุงรักษา หรือหาผลประโยชน์จากป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์
อัตราค่าตอบแทน	ผู้เช่า/ผู้รับสิทธิจะชำระค่าตอบแทนแก่ผู้ให้สิทธิในรูปแบบค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า และ/หรือ ค่าเช่ารายเดือนหรือรายปีตามอัตราและระยะเวลาที่ตกลงกัน
ระยะเวลาการให้บริการ	ตั้งแต่ 2 – 9 ปี ทั้งนี้ ผู้เช่า/ผู้รับสิทธิได้รับสิทธิในการต่ออายุสัญญา (Right of First Refusal) หากผู้เช่า/ผู้รับสิทธิประสงค์จะต่ออายุสัญญาออกไป
หน้าที่และภาระผูกพันของผู้เช่า/ผู้รับสิทธิ	- ยื่นแบบขออนุญาตปลูกสร้างป้ายต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ปรับปรุงพื้นที่ และก่อสร้างป้ายให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด - ต้องทำการติดตั้งป้ายโฆษณาให้ได้ตามมาตรฐานแข็งแรงปลอดภัย ไม่เป็นอันตรายแก่คนทั่วไป และหากมีความเสียหายอย่างใด ๆ เกิดขึ้นเนื่องจากป้ายโฆษณาที่ติดตั้งตามสัญญานี้ ผู้เช่า/ผู้รับสิทธิจะต้องรับผิดชอบทำประกันภัยตลอดอายุสัญญาเช่า เพื่อคุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นต่อทรัพย์สินของผู้ให้เช่าหรือบุคคลที่ 3 โดยให้มีผลคุ้มครองตลอดระยะเวลาเช่า - รับผิดชอบภาษีโรงเรือน ภาษีป้าย ค่าภาษีอากร และภาษีใดๆ ค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่ายใดๆ ที่เกี่ยวกับที่ดิน และป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับสัญญาเช่า - ในกรณีที่ผู้เช่า/ผู้รับสิทธิเป็นเจ้าของทรัพย์สิน หรือผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิสั่งให้รื้อถอนป้าย เมื่อสัญญาสิ้นสุดลง ไม่ว่าด้วยเหตุใด ผู้เช่า/ผู้รับสิทธิมีหน้าที่รื้อถอนโครงสร้างป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ พร้อมอุปกรณ์ หรือสิ่งอื่นใดของผู้เช่า/ผู้รับสิทธิออกจากพื้นที่เช่า พร้อมส่งมอบพื้นที่ติดตั้งป้ายให้แก่ผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิภายในระยะเวลาที่กำหนดในสภาพเรียบร้อย ปราศจากการชำรุดบกพร่อง และรอนสิทธิ ด้วยค่าใช้จ่ายของผู้เช่า/ผู้รับสิทธิเอง - อย่างไรก็ดี สัญญาฉบับนั้นระบุให้ทรัพย์สินต่างๆ ที่ผู้เช่า/ผู้รับสิทธิได้ก่อสร้างหรือจัดทำขึ้นในพื้นที่ตามสัญญาทั้งหมดจะตกเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิทันทีเมื่อก่อสร้างแล้วเสร็จ แต่ผู้เช่า/ผู้รับสิทธิมีสิทธิใช้สอยดำเนินการและรับผิดชอบในการจัดหาผลประโยชน์นั้นเองตลอดระยะเวลาเช่า

การโอนสิทธิประโยชน์ตามสัญญา	ผู้เช่า/ผู้รับสิทธิจะไม่สามารถให้ผู้อื่นเช่าช่วง เว้นแต่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิ
การสิ้นสุดสัญญา	สัญญาอาจสิ้นสุดลงเมื่ออายุสัญญาสิ้นสุดลงโดยไม่มีการแจ้งขอต่ออายุ/ขยายเวลา หรือโดยที่คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งกระทำการผิดสัญญา และไม่ดำเนินการแก้ไขเยียวยาข้อผิดสัญญานั้นให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาที่กำหนด หรือคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงกันเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร หรือเมื่อผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิมีความจำเป็นต้องใช้สถานที่เช่า/ให้สิทธิ หรือเมื่อผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิพิจารณาเห็นว่า การให้เช่า/ให้สิทธิดังกล่าวมีผลกระทบต่อการดำเนินการหรือภาพพจน์ของผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิ โดยผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิจะแจ้งล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา

สัญญาเช่าสื่อโฆษณาดิจิทัล (Digital)

คู่สัญญา	ผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิ: ผู้ประกอบการเอกชน ผู้เช่า/ผู้รับสิทธิ: บริษัท
ลักษณะของสัญญา	เช่าพื้นที่เพื่อลงทุนติดตั้งจอแสดงภาพ / ให้สิทธิในการบริหารหรือร่วมบริหารจัดการพื้นที่โฆษณา รวมถึงเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขาย หรือทำการตลาดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการในเชิงธุรกิจใช้สื่อโฆษณามัลติมีเดียในรูปแบบดิจิทัล
อัตราค่าตอบแทน	บริษัท จะชำระค่าตอบแทนแก่ผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิในรูปแบบส่วนแบ่งรายได้จากการขายสื่อโฆษณาที่ได้รับตามสัญญา หรือค่าเช่ารายเดือนตามอัตราและระยะเวลาที่ตกลงกัน
ระยะเวลาการให้บริการ	ตั้งแต่ 2 – 15 ปี ทั้งนี้ บริษัท ได้รับสิทธิในการต่ออายุสัญญา (Right of First Refusal) หากบริษัทประสงค์จะต่ออายุสัญญาออกไป
หน้าที่และภาระผูกพันของบริษัท	• รับผิดชอบค่าภาษีป้ายโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับสัญญาเช่า • ไม่โฆษณาภาพ/ข้อความอันเป็นสินค้าของคู่แข่งทางธุรกิจของผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิ และต้องนำตัวอย่างภาพและข้อความที่ลงโฆษณาสินค้าให้ผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิพิจารณาก่อนลงลงหน้าทุกครั้ง • รับผิดชอบทำประกันภัยตลอดอายุสัญญาเช่า เพื่อคุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิดมีขึ้นต่อทรัพย์สินของผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิหรือบุคคลใดโดยให้มีผลคุ้มครองตลอดระยะเวลาการเช่า • ในกรณีที่บริษัท เป็นผู้จัดหาและติดตั้งจอ เมื่อสัญญาเช่าสิ้นสุดลงไม่ว่ากรณีใดๆ บริษัท จะรื้อถอนจอและโครงสร้างต่างๆ และขนย้ายทรัพย์สินและบิรวารของตนออกจากสถานที่เช่า และจะส่งมอบสถานที่เช่าคืนแก่ผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิภายในระยะเวลาที่กำหนด ด้วยค่าใช้จ่ายของบริษัท เอง
การโอนสิทธิประโยชน์ตามสัญญา	บริษัท จะไม่สามารถให้ผู้อื่นเช่าช่วง เว้นแต่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิ
การสิ้นสุดสัญญา	สัญญาอาจสิ้นสุดลงเมื่ออายุสัญญาสิ้นสุดลงโดยไม่มีการแจ้งขอต่ออายุ/ขยายเวลา หรือโดยที่คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งกระทำการผิดสัญญา และไม่ดำเนินการแก้ไขเยียวยาข้อผิดสัญญานั้นให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาที่กำหนด หรือคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงกันเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร หรือเมื่อผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิมีความจำเป็นต้องใช้สถานที่เช่า/ให้สิทธิ โดยผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิจะแจ้งล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา

4.3.3 สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต (Retail Media)

คู่สัญญา	ผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิ: ผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้า ผู้เช่า/ผู้รับสิทธิ: บริษัท
ลักษณะของสัญญา	ให้สิทธิเช่าพื้นที่หรือสิทธิในการบริหารสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ภายในห้างสรรพสินค้า เพื่อพัฒนาสื่อโฆษณา และให้บริการเผยแพร่ หรือประชาสัมพันธ์ หรือส่งเสริมการขาย
อัตราค่าตอบแทน	บริษัท จะชำระค่าตอบแทนแก่ผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิเป็นส่วนแบ่งเวลาในการขายสื่อโฆษณา หรือค่าเช่ารายปีตามอัตราและระยะเวลาที่ตกลงกัน
ระยะเวลาการให้บริการ	3 - 6 ปี ทั้งนี้ บริษัท ได้รับสิทธิในการต่ออายุสัญญา (Right of First Refusal) หากบริษัท ประสงค์จะต่ออายุสัญญาออกไป
หน้าที่และภาระผูกพันของบริษัท	• รับผิดชอบค่าภาษีป้ายโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับสัญญาเช่า • ไม่โฆษณาภาพ/ข้อความอันเป็นสินค้าของคู่แข่งทางธุรกิจของผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิ และต้องนำตัวอย่างภาพและข้อความที่ลงโฆษณาสินค้าให้ผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิ พิจารณาก่อนลงลงหน้าทุกครั้ง • รับผิดชอบทำประกันภัยตลอดอายุสัญญาเช่า เพื่อคุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิด มีขึ้นต่อทรัพย์สินของผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิหรือบุคคลใดโดยให้มีผลคุ้มครองตลอดระยะเวลาการเช่า • ในกรณีที่สัญญาสิ้นสุดลงไม่ว่ากรณีใดๆ บริษัท จะต้องส่งมอบสถานที่เช่าคืนแก่ผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิภายในระยะเวลาที่กำหนด
การโอนสิทธิประโยชน์ตามสัญญา	บริษัท จะไม่สามารถให้ผู้อื่นเช่าช่วง เว้นแต่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิ
การสิ้นสุดสัญญา	สัญญาอาจสิ้นสุดลงเมื่ออายุสัญญาสิ้นสุดลงโดยไม่มีการแจ้งขอต่ออายุ/ขยายเวลา หรือโดยที่คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งกระทำการผิดสัญญา และไม่ดำเนินการแก้ไขเยียวยาข้อผิดสัญญานั้นให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาที่กำหนด หรือคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงกันเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร

4.3.4 สื่อโฆษณาภายในท่าอากาศยาน (Air Traveller)

คู่สัญญา	ผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิ: กรมการบินพลเรือน, ท่าอากาศยานไทย ผู้เช่า/ผู้รับสิทธิ: เอ็ม เอส ดี, ทริปปี้ลเพลย์, เดอะวันพลัส,
ลักษณะของสัญญา	ให้สิทธิเช่าพื้นที่หรือสิทธิในการบริหารสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ภายในท่าอากาศยาน เพื่อพัฒนาสื่อโฆษณา และให้บริการเผยแพร่ หรือประชาสัมพันธ์ หรือส่งเสริมการขาย
อัตราค่าตอบแทน	ผู้เช่า/ผู้รับสิทธิจะชำระค่าตอบแทนแก่ผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิเป็นส่วนแบ่งเวลาในการขายสื่อโฆษณา หรือค่าเช่ารายปีตามอัตราและระยะเวลาที่ตกลงกัน
ระยะเวลาการให้บริการ	3 - 5 ปี ทั้งนี้ ผู้เช่า/ผู้รับสิทธิ ได้รับสิทธิในการต่ออายุสัญญา หากผู้เช่า/ผู้รับสิทธิประสงค์จะต่ออายุสัญญาออกไป
หน้าที่และภาระผูกพันของบริษัท	• รับผิดชอบค่าภาษีป้ายโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับสัญญาเช่า • รับผิดชอบทำประกันภัยตลอดอายุสัญญาเช่า เพื่อกู้คุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นต่อทรัพย์สินของผู้ให้เช่าหรือบุคคลใดโดยให้มีผลคุ้มครองตลอดระยะเวลาการเช่า • ในกรณีที่สัญญาสิ้นสุดลงไม่ว่ากรณีใดๆ ผู้เช่า/ผู้รับสิทธิจะต้องส่งมอบสถานที่เช่าคืนแก่ผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิภายในระยะเวลาที่กำหนด
การโอนสิทธิประโยชน์ตามสัญญา	ผู้เช่า/ผู้รับสิทธิจะไม่สามารถให้ผู้อื่นเช่าช่วง เว้นแต่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิ
การสิ้นสุดสัญญา	สัญญานี้อาจสิ้นสุดลงเมื่ออายุสัญญาสิ้นสุดลงโดยไม่มี การแจ้งขอต่ออายุ/ขยายเวลา หรือโดยที่คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งกระทำการผิดสัญญา และไม่ดำเนินการแก้ไขเยียวยาข้อผิดสัญญานั้นให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาที่กำหนด หรือผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิอาจใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาก่อนได้หากผู้ให้เช่า/ผู้ให้สิทธิมีความจำเป็นในการใช้สถานที่เพื่อประโยชน์ของทางราชการ หรือคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงกันเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร

4.3.5 การบริหารจัดการสื่อโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์บริษัท ฮัลโล บางกอก แอล อี ดี จำกัด

คู่สัญญา	ผู้ให้สิทธิ: ฮัลโลบางกอก ผู้รับสิทธิ: บริษัท
ลักษณะของสัญญา	ให้สิทธิแก่บริษัท ในการขายและทำการตลาด รวมถึงให้บริการพื้นที่โฆษณาของฮัลโลบางกอก เพื่อให้บริการเผยแพร่ หรือ ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการขาย หรือ การตลาดเกี่ยวกับสินค้า และ/หรือบริการในเชิงธุรกิจในรูปแบบสื่อโฆษณา
อัตราค่าตอบแทน	บริษัท จะชำระส่วนแบ่งรายได้แก่ผู้ให้สิทธิเป็นไปตามอัตราและระยะเวลาที่ตกลงกัน
ระยะเวลาการให้บริการ	6 ปี
หน้าที่และภาระผูกพันของบริษัท	• จะต้องวางเงินประกันส่วนแบ่งรายได้ขั้นต่ำเป็นเงินจำนวนร้อยละ 50 ของเงินประกันส่วนแบ่งรายได้ขั้นต่ำให้แก่ผู้ให้สิทธิ • มีหน้าที่ชำระส่วนแบ่งรายได้และเงินประกันส่วนแบ่งรายได้ขั้นต่ำให้แก่ผู้ให้สิทธิ • จะต้องจัดทำและกำหนดแผนธุรกิจเพื่อแสดงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ วัตถุประสงค์และเป้าหมาย รวมถึงแผนดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย
การโอนสิทธิประโยชน์ตามสัญญา	บริษัท จะไม่สามารถโอนสิทธิได้ เว้นแต่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ให้สิทธิ
การสิ้นสุดสัญญา	สัญญานี้อาจสิ้นสุดลงเมื่ออายุสัญญาสิ้นสุดลงโดยไม่มีการแจ้งขอต่ออายุ/ขยายเวลา หรือโดยที่คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งกระทำการผิดสัญญา และไม่ดำเนินการแก้ไขเยียวยาข้อผิดสัญญานั้นให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาที่กำหนด หรือคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงกันเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร

นอกจากนี้ตั้งแต่ปี 2559 บริษัทยังได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนในการขายและบริหารจัดการสิทธิประโยชน์ให้กับสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย และบริษัท ไทย ลีค จำกัด โดยมีรายละเอียดของสัญญา ดังนี้

4.3.6 การบริหารจัดการสิทธิประโยชน์ให้กับสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย และบริษัท ไทยลีก จำกัด

คู่สัญญา	ผู้ให้สิทธิ: สมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และบริษัท ไทยลีก จำกัด ผู้รับสิทธิ: บริษัท
ลักษณะของสัญญา	แต่งตั้งให้บริษัทเป็นตัวแทนบริหารสิทธิประโยชน์ของสมาคมกีฬาฟุตบอลฯ และบริษัท ไทยลีก จำกัด ภายใต้สัญญาบริหารสิทธิการจัดการด้านการขายฯ โดยลักษณะการบริหารสิทธิประโยชน์ดังกล่าว จะเป็นลักษณะของการนำสิทธิประโยชน์ของสมาคมกีฬาฟุตบอลฯ และบริษัท ไทยลีก จำกัด ไปขายให้กับบุคคลที่สนใจโดยสิทธิดังกล่าวมิได้มีการโอนมายังบริษัทฯ
อัตราค่าตอบแทน	บริษัทฯจะได้รับค่าตอบแทนเป็นส่วนแบ่งรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่าย โดยมีการประกันรายได้ขั้นต่ำให้กับสมาคมกีฬาฟุตบอลฯ รายละเอียดของการแบ่งรายได้ดังกล่าวนี้เป็นข้อกำหนดที่ตกลงให้ทางสมาคมกีฬาฟุตบอลฯ เป็นผู้พิจารณาต่อไป
ระยะเวลาการให้บริการ	8 ปี
หน้าที่และภาระผูกพันของบริษัท	- ดำเนินการขายและบริหารสิทธิประโยชน์ของสมาคม - มีหน้าที่ชำระเงินประกันส่วนแบ่งรายได้ขั้นต่ำให้แก่สมาคมฯ ตามที่ตกลงไว้
การโอนสิทธิประโยชน์ตามสัญญา	บริษัทฯจะไม่สามารถโอนสิทธิได้ เว้นแต่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ให้สิทธิแต่สามารถนำสิทธิประโยชน์ต่างๆ ของสมาคมภายใต้สัญญาไปใช้ในการจัดหารายได้โดยการโอนสิทธิได้
การสิ้นสุดสัญญา	สัญญานี้สิ้นสุดลงเมื่ออายุสัญญาสิ้นสุดลง หรือโดยที่คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งกระทำการผิดสัญญา และไม่ดำเนินการแก้ไขเยียวยาข้อผิดสัญญานั้นให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาที่กำหนด หรือคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงกันเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร

4.4 สัญญากู้ยืมเงินและวงเงินอื่นๆ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีสัญญาสินเชื่อและวงเงินอื่นๆ กับธนาคารพาณิชย์ จำนวน 3 แห่ง โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ธนาคารพาณิชย์แห่งที่ 1

คู่สัญญา	ผู้ขอใช้วงเงิน: บริษัท ผู้ให้วงเงิน: ธนาคารพาณิชย์แห่งที่ 1
จำนวนเงินสินเชื่อ	(1) วงเงินเบิกเกินบัญชีจำนวน 30 ล้านบาท (2) วงเงินกู้ยืมระยะสั้น (P/N) จำนวน 300 ล้านบาท (3) วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) จำนวน 150 ล้านบาท (4) วงเงินหลักประกันของ จำนวน 20 ล้านบาท
ดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม	(1) วงเงินเบิกเกินบัญชี อัตราดอกเบี้ยร้อยละ MOR ต่อปี (2) วงเงินกู้ยืมระยะสั้น ตัวสัญญาใช้เงิน อัตราดอกเบี้ย Base Rate 2.13% ต่อปี (3) วงเงินหนังสือค้ำประกัน อัตราค่าธรรมเนียม 1.25 % ต่อปี (4) วงเงินหลักประกันของ อัตราค่าธรรมเนียม 1.00 % ต่อปี
หลักประกัน	-ไม่มี-
ข้อตกลงอื่น	-ไม่มี-

- ธนาคารพาณิชย์แห่งที่ 2

คู่สัญญา	ผู้ขอใช้วงเงิน: บริษัท ผู้ให้วงเงิน: ธนาคารพาณิชย์แห่งที่ 2
จำนวนเงินสินเชื่อ	(1) วงเงินเบิกเกินบัญชีจำนวน 5 ล้านบาท (2) วงเงินกู้ยืมระยะสั้น (P/N) จำนวน 65 ล้านบาท (3) วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) จำนวน 80 ล้านบาท
ดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม	(1) วงเงินเบิกเกินบัญชี อัตราดอกเบี้ยร้อยละ MOR ต่อปี (2) วงเงินกู้ยืมระยะสั้น ตัวสัญญาใช้เงิน อัตราดอกเบี้ยตามภาวะตลาด (Money Market Rate) (3) วงเงินหนังสือค้ำประกัน อัตราค่าธรรมเนียม 1.00% ต่อปี
หลักประกัน	-ไม่มี-
ข้อตกลงอื่น	-ไม่มี-

• ธนาคารพาณิชย์แห่งที่ 3

คู่สัญญา	ผู้ขอใช้วงเงิน: บริษัท ผู้ให้วงเงิน: ธนาคารพาณิชย์แห่งที่ 3
จำนวนเงินสินเชื่อ	(1) วงเงินเบิกเกินบัญชีจำนวน 10 ล้านบาท (2) วงเงินกู้ยืมระยะสั้น (P/N) จำนวน 100 ล้านบาท (3) วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) จำนวน 190 ล้านบาท
ดอกเบี้ยและ ค่าธรรมเนียม	(1) วงเงินเบิกเกินบัญชี อัตราดอกเบี้ยร้อยละ MOR ต่อปี (2) วงเงินกู้ยืมระยะสั้น ตัวสัญญาใช้เงิน อัตราดอกเบี้ยตามภาวะตลาด (Money Market Rate) (3) วงเงินหนังสือค้ำประกัน อัตราค่าธรรมเนียม 0.85% ต่อปี
หลักประกัน	-ไม่มี-
ข้อตกลงอื่น	-ไม่มี-

4.5 เงินลงทุนในหลักทรัพย์และนโยบายการลงทุน

นโยบายการลงทุนในหลักทรัพย์

บริษัทและบริษัทย่อยเน้นการลงทุนในตราสารหนี้หรือตราสารทุนที่ให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมกับระดับความเสี่ยง โดยการลงทุนต้องผ่านการพิจารณาตามขอบเขตอำนาจการอนุมัติตามที่กำหนด ทั้งนี้ ในทุกๆ ปี บริษัทและบริษัทย่อยจะประเมินข้อบ่งชี้ของการด้อยค่าเงินลงทุนในหลักทรัพย์ หากพบข้อบ่งชี้ดังกล่าว บริษัทและบริษัทย่อยจะรับรู้ผลขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ในงบกำไรขาดทุน

4.6 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและนโยบายการลงทุนและการควบคุมบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อยจำนวน 5 บริษัท และลงทุนผ่านบริษัทย่อย ดังนี้
1) ลงทุนผ่าน บริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด (บริษัทย่อย) จำนวน 15 บริษัท 2) ลงทุนผ่าน บริษัท อินดิเพนเด็นท์ อาร์ทิสท์ เมเนจเม้นท์ จำกัด จำนวน 4 บริษัท และ 3) ลงทุนผ่าน บริษัท สพลช มีเดีย จำกัด (มหาชน) จำนวน 1 บริษัท รวมมีเงินลงทุนทั้งหมด 25 บริษัท โดยมีมูลค่าเงินลงทุนตามวิธีราคาทุนเท่ากับ 1,112.36 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 9.08 ของสินทรัพย์รวมตามงบการเงินรวมสำหรับบริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัทมีจำนวน 5 บริษัท ดังรายละเอียดต่อไปนี้

	บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดยบริษัท	สัดส่วน การถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	มูลค่าเงินลงทุน ตามวิธีราคาทุน (ล้านบาท)
1	บริษัท เวอริชายน จำกัด	100.0	126.0	400.0
2	บริษัท แอด คูซีน จำกัด	100.0	10.0	65.8
3	บริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด	100.0	570.0	638.0
4	บริษัท เอสอาร์พีบี มีเดีย จำกัด	45.0	1.25	0.5
5	บริษัท แพลน บี ซีเอส จำกัด	80.0	8.0	8.0
	รวม	-	734.0	1,112.3
	หัก ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน			(352.0)
	รวมเงินลงทุนในบริษัทย่อย-สุทธิ			760.3

บริษัทมีการลงทุนในบริษัทย่อยผ่านบริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด จำนวน 15 แห่ง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

	บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย บริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ("เอ็มเอสดี")	สัดส่วน การถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	มูลค่าเงินลงทุน ตามวิธีราคาทุน (ล้านบาท)
1	บริษัท ทริปปี้ลเพลย์ จำกัด	100.0	31.0	12.0
2	บริษัท เมอร์ซี พลัส จำกัด	100.0	3.0	3.0
3	บริษัท เดอะวันพลัส จำกัด	100.0	17.0	20.0
4	บริษัท แม็กชีว์ มีเดีย กรุ๊ป จำกัด	85.0	100.0	121.7
5	บริษัท บริษัท ทุนา แอดเวอไทซิง จำกัด	100.0	5.0	40.0
6	บริษัท แพลน บี อีเลฟเว่น จำกัด	100.0	1.0	1.0
7	บริษัท ไบรท์ สกาย มีเดีย จำกัด	50.0	25.0	35.0
8	บริษัท แพลน บี (มาเลเซีย) เอสดีเอ็น บีเอสดี	90.0	0.0	0.0
9	บริษัท ปัญญาทิพย์ แพลน บี มีเดีย ลาว จำกัด	50.0	90.6	27.4

บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย บริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ("เอ็มเอสดี")	สัดส่วน การถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	มูลค่าเงินลงทุน ตามวิธีราคาทุน (ล้านบาท)
10 บริษัท ดับบลิว.พี.เอส. มีเดีย จำกัด	50.0	43.0	13.6
11 บริษัท อินดิเพนเด้นท์ อาร์ทิสต์ เมเนจเม้นท์ จำกัด	35.0	25.4	182.2
12 บริษัท ดิจิทัล แพคตอรี จำกัด	50.0	2.0	5.0
13 บริษัท ไชน์ เวิร์ค มีเดีย จำกัด	50.0	2.0	1.0
14 บริษัท สแพลช มีเดีย จำกัด (มหาชน)*	70.0	136.0	130.0
15 บริษัท สตาร์ค มัลติมีเดีย จำกัด	75.0	24.0	18.0
รวมเงินลงทุนในบริษัทย่อยผ่านเอ็มเอสดี		323.0	609.9

หมายเหตุ: *บริษัท สแพลช มีเดีย จำกัด (มหาชน) ลดทุน ลดทุนจากทุนจดทะเบียนเดิม 180 ล้านบาท เป็นทุนจดทะเบียน 136 ล้านบาท ด้วยการตัดหุ้นสามัญของบริษัทจำนวน 44 ล้านหุ้น

บริษัทมีการลงทุนในบริษัทย่อยผ่านบริษัท อินดิเพนเด้นท์ อาร์ทิสต์ เมเนจเม้นท์ จำกัด จำนวน 4 บริษัท โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย บริษัท อินดิเพนเด้นท์ อาร์ทิสต์ เมเนจเม้นท์ จำกัด ("ไอแอม")	สัดส่วน การถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	มูลค่าเงินลงทุน ตามวิธีราคาทุน (ล้านบาท)
1 บริษัท แพลตฟอร์ม มักกะสัน จำกัด	70.0	2.0	1.4
2 บริษัท มอร์ แดน ไอ แคน เซย์ จำกัด	65.0	2.0	1.3
3 บริษัท ดรีมเมอร์ส โซไซตี้ เมเนจเม้นท์ จำกัด	59.0	10.0	5.9
4 บริษัท เดอะ สกา ทาเลนท์ เมเนจเม้นท์ จำกัด	50.0	5.0	2.5
รวมเงินลงทุนในบริษัทย่อยผ่านไอแอม		19.0	11.1

บริษัทมีการลงทุนในบริษัทย่อยผ่าน บริษัท สแพลช มีเดีย จำกัด (มหาชน) จำนวน 1 บริษัท โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

บริษัทย่อยที่ถือหุ้นผ่าน บริษัท สแพลช มีเดีย จำกัด (มหาชน)	สัดส่วน การถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	มูลค่าเงินลงทุน ตามวิธีราคาทุน (ล้านบาท)
1 *บริษัท สแพลช เอสเตท จำกัด	100.0	85.0	85.0
รวมเงินลงทุนในบริษัทย่อยผ่าน บริษัท สแพลช มีเดีย จำกัด (มหาชน)		85.0	85.0

หมายเหตุ: บริษัท สแพลช เอสเตท จำกัด ลดทุนจากทุนจดทะเบียนเดิม 113 ล้านบาทเป็นทุน จดทะเบียน 85 ล้านบาท ด้วยการตัดหุ้นสามัญของบริษัทจำนวน 0.28 ล้านหุ้น

นโยบายการลงทุนและการควบคุมบริษัทย่อย

บริษัทมีนโยบายการลงทุนในธุรกิจที่สนับสนุนหรือเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจหลักของบริษัทที่มีศักยภาพการเจริญเติบโต สร้างรายได้และผลกำไรให้กับกลุ่มบริษัทโดยโครงการลงทุนต้องผ่านการพิจารณาจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท และ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามขอบเขตอำนาจการอนุมัติตามที่กำหนด สำหรับนโยบายการบริหารงานของบริษัทย่อยจะเป็นไปตามนโยบายของบริษัทโดยบริษัทจะส่งตัวแทนเข้าเป็นกรรมการเพื่อร่วมในการบริหารงาน ทั้งนี้ การลงทุนจะเป็นไปได้ทั้งในรูปแบบการลงทุนเองทั้งหมด การร่วมทุน หรือการลงทุนบางส่วน อย่างไรก็ตาม บริษัทไม่มีนโยบายที่จะลงทุนในบริษัทที่ไม่สามารถส่งตัวแทนไปเป็นกรรมการได้

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2563 บริษัท อินดิเพนเด็นท์ อาร์ติส เมเนจเม้นท์ จำกัด (“ไอแอม”) บริษัทย่อยที่บริษัท มาสเตอร์ สเตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 35.0 ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ถูกฟ้องร้องต่อศาลแพ่งในคดีผิดสัญญา โดยโจทก์ฟ้องร้องเป็นจำนวนเงิน 25 ล้านบาท พร้อมดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี นับจากวันฟ้องเป็นต้นไป

ต่อมาเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2563 ไอแอมได้ยื่นคำให้การต่อสู้คดี โดยภายใต้คำแนะนำของที่ปรึกษาทางกฎหมาย ผู้บริหารของกลุ่มบริษัทเชื่อมั่นว่าคดีนี้จะไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ไอแอม จึงไม่ได้บันทึกประมาณการหนี้สินที่อาจเกิดขึ้นไว้ในบัญชี

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 คดียังคงอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาล

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

6.1.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

ชื่อบริษัท	บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)
ชื่อบริษัท (ภาษาอังกฤษ)	Plan B Media Public Company Limited
ประเภทธุรกิจ	ให้บริการและรับจ้างผลิตสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยประกอบด้วย สื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน สื่อโฆษณาภาพนิ่งกลางแจ้ง สื่อโฆษณาดิจิทัลกลางแจ้ง สื่อโฆษณาภายในสนามบิน สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า สื่อโฆษณาออนไลน์
เลขทะเบียนบริษัท	0107556000507
ทุนจดทะเบียน	458,848,957.40 บาท
จำนวนหุ้นจดทะเบียน (หุ้นสามัญ)	4,588,489,574.00 หุ้น
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	388,256,810.10 บาท
จำนวนหุ้นจดทะเบียนชำระแล้ว (หุ้นสามัญ)	3,882,568,101 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	0.10 บาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 298/64-65 ถนนพิษณุโลก แขวงสีแยกมหรณาด เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
ที่ตั้งจดทะเบียน	เลขที่ 298/64-65 ถนนพิษณุโลก แขวงสีแยกมหรณาด เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
โทรศัพท์	(662) 530-8053-6
โทรสาร	(662) 530-8057
Homepage	www.planbmedia.co.th
เลขานุการบริษัท	ชื่อ: นายเกษมศานต์ อิทธิธรรมวินิจ สถานที่ติดต่อ: 1213/420 ซอยลาดพร้าว 94(ปทุมมิตร) แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์: (662) 530-8053-6 ต่อ 420 โทรสาร: (662) 530-8057 e-mail: kasemsan@planbmedia.co.th
ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์	ชื่อ: นายธนพร เตชวิวรรณ์ สถานที่ติดต่อ: 1213/420 ซอยลาดพร้าว 94(ปทุมมิตร) แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์: (662) 530-8053 ต่อ 131 หรือ 134 โทรสาร: (662) 530-8057 e-mail: irplanb@planbmedia.co.th

นายทะเบียนหลักทรัพย์	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 ชั้น 14 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ : (662) 009-9000 โทรสาร : (662) 009-9991 TSD Call center: 0 2009-9999 Website: http://www.tsd.co.th E-mail: TSDCallCenter@set.or.th
ผู้สอบบัญชี	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด (เดิมชื่อบริษัท สำนักงาน เอ็นส์ แอนด์ ยัง จำกัด) ชั้น 33 อาคารเลคซ์ดา 193/136-137 ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์: (662) 264-0777 โทรสาร: (662) 264-0789 ถึง 90 นางสาววิสสุตา จริยธนากร ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 3853 นายเติมพงษ์ โอปนพันธุ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 4501 นางสาวมณี รัตนบรรณกิจ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 5313

6.1.2 ข้อมูลของนิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อม ตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป ของจำนวน
หุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด

ลำดับที่	ชื่อบริษัท/สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว (บาท)	ชนิดของหุ้น	การถือหุ้น (ร้อยละ)
1.	บริษัท เวิร์ชอาย จำกัด 1213/420 ซอยลาดพร้าว 94 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : (662) 530-8053-6	การรับจ้างทำสื่อโฆษณาและให้เช่าพื้นที่โฆษณา	126,000,000	126,000,000	หุ้นสามัญ	100
2.	บริษัท มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด 1213/420 ซอยลาดพร้าว 94 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : (662) 530-8053-6	การรับจ้างทำสื่อโฆษณาและให้เช่าพื้นที่โฆษณา	570,000,000	570,000,000	หุ้นสามัญ	100

ลำดับที่	ชื่อบริษัท/สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว (บาท)	ชนิดของหุ้น	การถือหุ้น (ร้อยละ)
3.	บริษัท แอด คูซีน จำกัด 1213/420 ซอยลาดพร้าว 94 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : (662) 530-8053-6	การรับจ้างทำสื่อโฆษณาและให้เช่าพื้นที่โฆษณา	10,000,000	10,000,000	หุ้นสามัญ	100
4.	บริษัท เอสอาร์พีบี มีเดีย จำกัด 1213/420 ซอยลาดพร้าว 94 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : (662) 530-8053-6	ดำเนินธุรกิจตัวแทนขายสื่อโฆษณาประเภทดิจิตอล	20,000,000	20,000,000	หุ้นสามัญ	45
5.	บริษัท แพลน บี ซีเอส จำกัด 1213/420 ซอยลาดพร้าว 94 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : (662) 530-8053-6 โทรศัพท์ : (662) 690-8200-27	ดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณากายนอกที่อยู่อาศัยประเภทดิจิทัล	10,000,000	8,000,000	หุ้นสามัญ	80
6.	บริษัท แม็กชีวิ มิดีเอ กรุ๊ป จำกัด 1213/420 ซอยลาดพร้าว 94 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : (662) 951-9757	การรับจ้างทำสื่อโฆษณาและให้เช่าพื้นที่โฆษณา	100,000,000	100,000,000	หุ้นสามัญ	85
7.	บริษัท เมอร์ซี่ พลัส จำกัด 1213/420 ซอยลาดพร้าว 94 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : (662) 530-8053-6	การรับจ้างทำสื่อโฆษณาและให้เช่าพื้นที่โฆษณา	3,000,000	3,000,000	หุ้นสามัญ	100
8.	บริษัท 2000 พับลิชชิ่ง แอนด์ มีเดีย จำกัด 59 ซอยปรียานุช ถ.พระราม 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : (669) 432-57333	ดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ และพัฒนาสื่อโฆษณาออนไลน์บนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่	17,000,000	17,000,000	หุ้นสามัญ	35
9.	บริษัท แพลน บี อีเลฟเว่น จำกัด 1213/420 ซอยลาดพร้าว 94 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : (662) 530-8053-6	ตัวแทนขายและบริหารจัดการสิทธิประโยชน์ที่บริษัทได้มาจากบริษัทในเครือ	1,000,000	1,000,000	หุ้นสามัญ	100

ลำดับที่	ชื่อบริษัท/สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว (บาท)	ชนิดของหุ้น	การถือหุ้น (ร้อยละ)
10.	บริษัท เดอะวันพลัส จำกัด 1213/420 ซอยลาดพร้าว 94 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : (662) 530-8053-6	การรับจ้างทำสื่อโฆษณาและให้เช่าพื้นที่โฆษณา	17,000,000	17,000,000	หุ้นสามัญ	100
11.	บริษัท ไบรท์ สกาย มีเดีย จำกัด 9/39 เวิร์ดเพลส ราชพฤกษ์-เจริญ ซอยบางแวก 69 เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : (662) 530-8053-6	การรับจ้างทำสื่อโฆษณาและให้เช่าพื้นที่โฆษณาภายในท่าอากาศยานของ AOT และกรมท่าอากาศยาน	25,000,000	25,000,000	หุ้นสามัญ	50
12.	บริษัท ทริปปี้เลเพลย์ จำกัด 1213/420 ซอยลาดพร้าว 94 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : (662) 530-8053-6	การรับจ้างทำสื่อโฆษณาและให้เช่าพื้นที่โฆษณา	31,000,000	31,000,000	หุ้นสามัญ	100
13.	บริษัท ทุน่า แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด 1213/420 ซอยลาดพร้าว 94 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ : (662) 530-8053-6	การรับจ้างทำสื่อโฆษณาและให้เช่าพื้นที่โฆษณาภายในท่าอากาศยานของกรมท่าอากาศยาน	5,000,000	5,000,000	หุ้นสามัญ	100
14.	บริษัท ดับบลิว.พี.เอส.มีเดีย จำกัด 235/4 ถ.ราษฎร์พัฒนา แขวงราษฎร์พัฒนา เขต สะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10240 โทรศัพท์ : (662) 052-3878	ดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยภายในสนามบิน	43,000,000	27,100,000	หุ้นสามัญ	50
15.	บริษัท อินดิเพนดენტ อาร์ทิส เมเนจเม้นท์ จำกัด (เดิมชื่อบริษัท บีเอ็นเค48 ออฟฟิศ จำกัด) 23/85 ซ.ลาดพร้าว 23 ถ.ลาดพร้าว แขวงเสนา เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900	ดำเนินธุรกิจหาเส้นทางแมนเนจเม้นท์ และคอนเทนต์ครบวงจรบริหารจัดการพัฒนาสมาชิกวงบีเอ็นเค48	25,400,000	25,400,000	หุ้นสามัญ	35
16.	บริษัท บีเอ็นเค โปรดักชั่น จำกัด 99 ม.2 ต.บางขุน อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000	ผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์และออนไลน์ และ ธุรกิจอีเว้นท์และคอนเสิร์ต	4,000,000	1,000,000	หุ้นสามัญ	44.99

ลำดับที่	ชื่อบริษัท/สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ทุนจดทะเบียน ชำระแล้ว (บาท)	ชนิด ของหุ้น	การถือหุ้น (ร้อยละ)
17	บริษัท แพลตฟอร์ม มักกะสัน จำกัด 1 ถนนรัชดาภิเษก แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร	ประกอบกิจการ จัดการ ดูแล บริหาร ศิลปิน นักร้อง นักแสดง ทุกประเภท	2,000,000	2,000,000	หุ้นสามัญ	70
18.	บริษัท มอร์ แคน ไอ แคน เซย์ จำกัด 1 ถนนรัชดาภิเษก แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร	ดำเนินธุรกิจกิจการ เป็นผู้ประสานงาน การถ่ายทำภาพยนตร์	2,000,000	2,000,000	หุ้นสามัญ	65
19.	บริษัท ครีเมียร์ส โซไซตี้ เมเนจเม้นท์ จำกัด 1 ถนนรัชดาภิเษก แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร	ดำเนินธุรกิจบริหาร จัดการศิลปิน	10,000,000	10,000,000	หุ้นสามัญ	59
20.	บริษัท ปัญญาทิพย์ แพลน บี มีเดีย ลาว จำกัด Sokpaluang Road, Sokpaluang village, Sisattanak, Vientiane	รับจ้างทำสื่อโฆษณา ในสปป.ลาว	23,206 (ล้านบาท ลาว)	23,206 (ล้านบาท ลาว)	หุ้นสามัญ	50
21.	บริษัท แพลน บี มาเลเซีย เอสดี เอ็น บีเอสดี 16-A, 1st Floor, Jalan Tun Sambanthan 3, Brickfields, Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan, 50470	การรับจ้างทำสื่อ โฆษณาและให้เช่า พื้นที่โฆษณา	1,000,000 (ริงกิต มาเลเซีย)	1,000,000 (ริงกิต มาเลเซีย)	หุ้นสามัญ	90
22.	บริษัท แชนจูรี บิลบอร์ด เอสดีเอ็น บีเอสดี B-11-7, Menara Prima, Jalan Pju 1/39, Dataran Prima Petaling Jaya; Selangor Malaysia 47301	ดำเนินธุรกิจสื่อ โฆษณาประเภท ภาพนิ่ง ภายในประเทศ มาเลเซีย	1,000,000 (ริงกิต มาเลเซีย)	1,000,000 (ริงกิต มาเลเซีย)	หุ้นสามัญ	40
23.	บริษัท ดิจิทัล แพคคอรี่ จำกัด เลขที่ 444 ชั้น 4 ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	ดำเนินธุรกิจสื่อ โฆษณาประเภท ออนไลน์	2,000,000	2,000,000	หุ้นสามัญ	50
24.	บริษัท ไซน์ เวิร์ด มีเดีย จำกัด 1213/420 ซอยลาดพร้าว 94 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310	ดำเนินธุรกิจสื่อ โฆษณาในท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิ	2,000,000	2,000,000	หุ้นสามัญ	50

ลำดับที่	ชื่อบริษัท/สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ทุนจดทะเบียน ชำระแล้ว (บาท)	ชนิด ของหุ้น	การถือหุ้น (ร้อยละ)
25.	บริษัท แอทมอส สปอร์ต แล็บ จำกัด 600/51 ซ.รามคำแหง 39 แขวงวังทองหลาง เขต วังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310	ดำเนินธุรกิจจัดหา นำเข้า จัดจำหน่าย สินค้าประเภทกีฬา และแฟชั่น ภายใต้ แบรนด์ร้าน ATMOS	5,000,000	5,000,000	หุ้นสามัญ	37
26.	บริษัท แอทมอส เอฟพาเรล จำกัด 600/51 ซ.รามคำแหง 39 แขวงวังทองหลาง เขต วังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310	ดำเนินธุรกิจจัดหา นำเข้า จัดจำหน่าย สินค้าประเภทกีฬา และแฟชั่น	5,000,000	5,000,000	หุ้นสามัญ	45
27.	บริษัท สแพลช มีเดีย จำกัด (มหาชน) 318/31 ซอยสุขุมวิท 22 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110	ดำเนินธุรกิจสื่อ โฆษณาภายนอกที่ อยู่อาศัย ประเภท ป้ายโฆษณาภาพนิ่ง โดยมีบิลบอร์ดขนาด ใหญ่ทั่วประเทศ	136,000,000	136,000,000	หุ้นสามัญ	70
28.	บริษัท สแพลช เอสเตท จำกัด 318/31 ซอยสุขุมวิท 22 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110	ดำเนินธุรกิจผลิต และให้บริการเช่า ป้าย	85,000,000	85,000,000	หุ้นสามัญ	100
29.	บริษัท สตาร์ค มัลติมีเดีย จำกัด 1213/420 ซอยลาดพร้าว 94 แขวง พลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310	ดำเนินธุรกิจ ให้บริการสื่อโฆษณา นอกที่อยู่อาศัย ประเภทดิจิทัล ใน ทำเลที่มีศักยภาพทั้ง ในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด	24,000,000	24,000,000	หุ้นสามัญ	75
30.	บริษัท BL Falcon Pte. Ltd. 47B Tras Street, Singapore 078986	ดำเนินธุรกิจ ให้บริการสื่อโฆษณา ภายนอกที่อยู่อาศัย ประเภทดิจิทัล ใน ประเทศสิงคโปร์	2.5 million SGD	2.5 million SGD	หุ้นสามัญ	30
31.	บริษัท เดอะ สกา ทาเลนท์ เมนเนจเม้นท์ จำกัด ซอยพระรามเก้า 34 แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240	ดำเนินธุรกิจการ จัดการ ดูแล บริหาร ศิลปิน นักร้อง นักแสดง ทุกประเภท	5,000,000	5,000,000	หุ้นสามัญ	50

ลำดับที่	ชื่อบริษัท/สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ทุนจดทะเบียน ชำระแล้ว (บาท)	ชนิด ของหุ้น	การถือหุ้น (ร้อยละ)
32.	บริษัท ทาเลนท์ คอนเนคท์ จำกัด 1104/204 หมู่บ้าน โนเบิล พัฒนาการ ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250	ดำเนินธุรกิจจัดทำ ซอฟต์แวร์และดิจิทัล แพลตฟอร์มออนไลน์	30,000,000	15,050,000	หุ้นสามัญ	66.66
33.	บริษัท กู๊ดอิงแฮพเพน จำกัด 286 ซ.ศูนย์วิจัย 4 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร	ดำเนินการบริการสื่อ โฆษณาทุกประเภท ให้คำปรึกษาด้าน งานประชาสัมพันธ์ รับดำเนินการจัด กิจกรรมทางการ ตลาด	25,000,000	25,000,000	สามัญ	23.2
34.	บริษัท เวีย กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด ชั้น 30 อาคารग्रิทธาเวอร์ แอท เอ็มควอเทียร์ 689 ถนนสุขุมวิท (ซอย 35) แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร	ดำเนินธุรกิจพัฒนา ซอฟต์แวร์ประเภท พัฒนา Enterprise Software และ Digital Content	1,271,700	1,271,700	บุริมสิทธิ	15
35.	บริษัท เรซอล์ฟ เวิร์ค จำกัด 890/212 ชั้นที่ 24 ห้องเลขที่ 212 ถนน พระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยาน นาวา กรุงเทพมหานคร	ดำเนินธุรกิจบริการ รับเป็นผู้จัดการ และ ดำเนินการเกี่ยวกับ กิจการทางการกีฬา และการแข่งขันกีฬา	5,500,000	5,500,000	สามัญ	45.5

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 2

การจัดการและการกำกับดูแลกิจการ

ส่วนที่ 2

การจัดการและการกำกับดูแลกิจการ

7. ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น

7.1 จำนวนทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ หมวดธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์ มีทุนจดทะเบียนจำนวน 458,848,957.40 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 4,588,489,574 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.1 บาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 388,256,810.10 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 3,882,568,101 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.1 บาท

7.2 รายชื่อผู้ถือหุ้น

ณ วันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นล่าสุด วันที่ 29 มิถุนายน 2563 บริษัทมีรายชื่อกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 10 รายแรก พร้อมทั้งสัดส่วนการถือหุ้น มีรายละเอียดดังนี้

รายชื่อผู้ถือหุ้น		จำนวนหุ้น	ร้อยละของทุนชำระแล้ว
1	กลุ่มนายปรินทร์ โจนะโกสินทร์	974,068,100	25.09
	1.1 นายปรินทร์ โจนะโกสินทร์	974,068,100	25.09
	1.2 บริษัท แพลน บี อินเวสเมนต์ โฮลดิ้ง จำกัด	-	-
	1.3 บริษัท เอ้าท์ดอร์ มีเดีย อินเวสเมนต์ จำกัด	-	-
2	บริษัท วี จี ไอ จำกัด (มหาชน)	732,234,105	19.92
3	กลุ่มดร.พินิจสรณ์ ลือชัยขจรพันธ์	250,826,180	6.46
	3.1 ดร.พินิจสรณ์ ลือชัยขจรพันธ์	58,238,522	1.50
	3.2 นายสุชาติ ลือชัยขจรพันธ์	192,587,658	4.96
4	กองทุนเปิดบัวหลวงหุ้นระยะยาว	187,394,100	4.83
5	บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด	122,424,266	3.15
6	กองทุนเปิดบัวหลวงหุ้นระยะยาว 75/25	91,403,800	2.35
7	นางสาวอรอนลิน โจนะโกสินทร์	71,001,362	1.83
8	กองทุนเปิดบัวหลวงเฟล็กซิเบิลเพื่อการเลี้ยงชีพ	63,004,900	1.62
9	SOUTH EAST ASIA UK (TYPE C) NOMINEES LIMITED	62,879,800	1.62
10	กองทุนเปิด เค 20 ซีเล็คท์หุ้นระยะยาวปันผล	58,272,000	1.50
รวมทั้งหมด		2,467,197,213	68.37

ทั้งนี้ ณ วันที่ 29 มิถุนายน 2563 (ซึ่งเป็นวันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นที่บริษัทฯ ใช้ในการจัดทำแบบรายงานการกระจายหุ้นต่อ ตลท.) บริษัทมีจำนวนผู้ถือหุ้นรายย่อย (Free Float) จำนวน 10,292 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.29 ของหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้ว

หมายเหตุ:

/1 บริษัท แพลน บีอินเวสเมนต์โฮลดิ้ง จำกัด ("แพลน บีอินเวสเมนต์") ซึ่งจดทะเบียนในประเทศฮ่องกงประกอบธุรกิจลงทุนโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น ถือหุ้นทางอ้อมทั้งหมดร้อยละ 100 โดยนายปรินทร์ โจนะโกสินทร์, บริษัท เอ้าท์ดอร์มีเดีย อินเวสเมนต์ จำกัด ("เอ้าท์ดอร์มีเดีย") ซึ่งจดทะเบียนในประเทศฮ่องกงประกอบธุรกิจ ลงทุนโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น ถือหุ้นทางอ้อมทั้งหมดร้อยละ 100 โดยนายปรินทร์โจนะโกสินทร์และดร. พินิจสรณ์ลือชัยขจรพันธ์

/2 การจัดกลุ่มนี้เป็นการนับรวมกลุ่มครอบครัวและเพื่อให้เป็นไปตามนิยามของบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งตามประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่ กจ.17/2551 ลงวันที่ 15 ธันวาคม 2551 เท่านั้น มิใช่การจัดกลุ่มตามมาตรา 258 แห่งพ.ร.บ.หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมถึงที่มีการแก้ไข) แต่อย่างใด

การออกหลักทรัพย์อื่น

-ไม่มี-

7.3 นโยบายการจ่ายเงินปันผล**7.3.1 นโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัท**

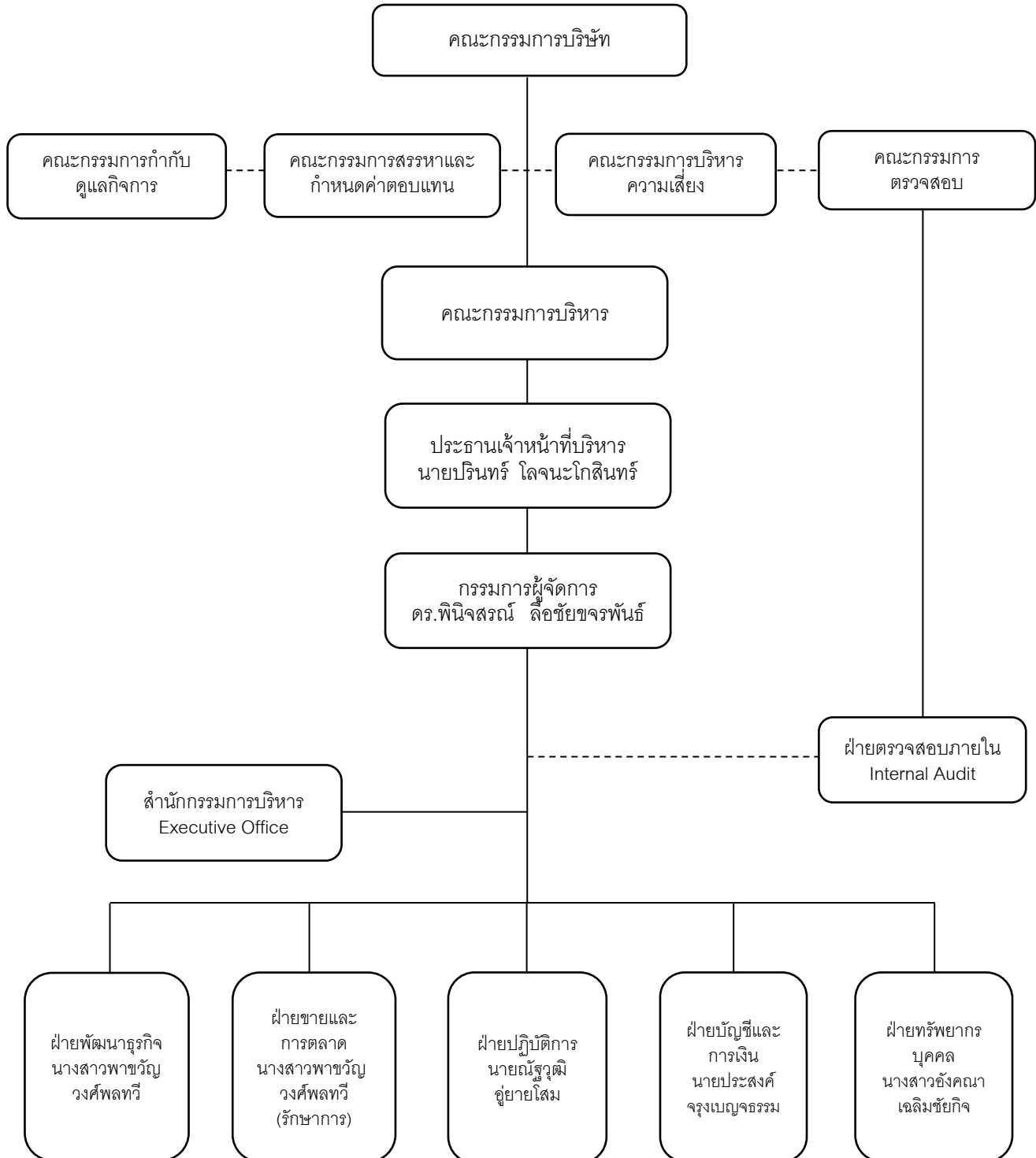
บริษัท มีนโยบายที่จะจ่ายเงินปันผลไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและหลังหักสำรองตามกฎหมาย ทั้งนี้ ในการพิจารณาจ่ายเงินปันผลในแต่ละคราว บริษัทจะพิจารณาการจ่ายเงินปันผลโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นเป็นหลัก เช่น การดำรงเงินไว้เพื่อลงทุนในอนาคต หรือเพื่อชำระคืนเงินกู้ยืม หรือเป็นเงินทุนหมุนเวียนภายในบริษัท เป็นต้น

7.3.2 นโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อย

ทั้งนี้ บริษัทย่อยมีนโยบายที่จะจ่ายเงินปันผลไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและหลังหักสำรองตามกฎหมาย อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการของบริษัทย่อยและ/หรือผู้ถือหุ้นของบริษัทย่อยนั้นๆ จะพิจารณาจ่ายเงินปันผลโดยพิจารณาตามความเหมาะสมของสภาพธุรกิจ เช่น พิจารณาจากแผนการลงทุนในการขยายกิจการของบริษัทย่อยนั้นๆ เป็นต้น

8. โครงสร้างการจัดการ

โครงสร้างการจัดการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563



8.1 คณะกรรมการบริษัท

โครงสร้างการจัดการของบริษัทประกอบด้วย คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดย่อย 5 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ และ คณะกรรมการบริหาร เพื่อทำหน้าที่ควบคุมดูแลนโยบายภายในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินงาน

คณะกรรมการบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) ตามหนังสือรับรองกระทรวงพาณิชย์ ลงวันที่ 17 พฤศจิกายน 2563 ประกอบด้วยกรรมการจำนวน 8 คน โดยเป็นกรรมการหญิงจำนวน 2 คน และกรรมการชายจำนวน 6 คน ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ที่หลากหลายทั้งด้านการบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ การตลาด การโฆษณา การเงิน การบัญชีและการตรวจสอบกฎหมาย วิศวกรรมและประสบการณ์เฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสื่อโฆษณา ประกอบด้วย

- (1) กรรมการที่เป็นผู้บริหาร จำนวน 2 คน ได้แก่ นายปรินทร์ โฉนะโกสินทร์ และดร.พินิจสรณ์ ลือชัยจรพันธ์
- (2) กรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร จำนวน 3 คน ได้แก่ นายอานนท์ พรธิติ นายเอกภักดิ์ นิราพาธพงศ์พร และนายมานะ จันทนยิ่งยง
- (3) กรรมการอิสระ จำนวน 3 คน ได้แก่ พลตำรวจเอกสมชาย วาณิชเสนี ดร.เพ็ญภา ธนสารศิลป์ และนางมลฤดี สุขพันธ์รัตน์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วย กรรมการจำนวน 8 ท่าน ดังนี้

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง	จำนวนครั้งการเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัท
1	พลตำรวจเอกสมชาย วาณิชเสนี	ประธานกรรมการ กรรมการอิสระ/ประธานกรรมการตรวจสอบ / ประธานคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ	8/8
2	นายปรินทร์ โฉนะโกสินทร์	กรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	8/8
3	นายธนเชษฐ โฉนะโกสินทร์*	กรรมการ / กรรมการบริหารความเสี่ยง	5/5
4	ดร.พินิจสรณ์ ลือชัยจรพันธ์	กรรมการ / กรรมการผู้จัดการ / กรรมการบริหารความเสี่ยง	7/8
5	นายแล้พ ชน เนลสัน เหลียง**	กรรมการ	3/3
6	นายมานะ จันทนยิ่งยง**	กรรมการ	5/5
7	นายเอกภักดิ์ นิราพาธพงศ์พร	กรรมการ / กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน / กรรมการกำกับดูแลกิจการ	8/8
8	ดร.เพ็ญภา ธนสารศิลป์	กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ / ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน / กรรมการกำกับดูแลกิจการ	8/8
9	นางมลฤดี สุขพันธ์รัตน์	กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ / ประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง / กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	7/8
10	นายอานนท์ พรธิติ***	กรรมการ / กรรมการบริหารความเสี่ยง	2/2

*นายธนเชษฐ โฉนะโกสินทร์ ได้ลาออกจากตำแหน่งกรรมการ ตั้งแต่วันที่ 19 สิงหาคม 2563 เป็นต้นไป

**นายมานะ จันทนยิ่งยง ได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2563 แทนนายแล้พ ชน เนลสัน เหลียง ที่ได้ลาออกจากตำแหน่งกรรมการในวันเดียวกัน

***นายอานนท์ พรธิติ ได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2563 เป็นต้นไป

โดยมีนายเกษมศานต์ อธิธรรมวินิจ ทำหน้าที่เลขานุการบริษัท

ทั้งนี้ ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท บริษัทมีนโยบายกำหนดจำนวนองค์ประชุมขั้นต่ำ ณ ขณะลงมติในที่ประชุมว่า ต้องมีกรรมการอยู่ไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด

โดยในปี 2563 บริษัทได้จัดการประชุมคณะกรรมการรวม 8 ครั้ง และมีอัตราการเข้าร่วมประชุมของกรรมการคิดเป็น ร้อยละ 95.31 นอกจากนี้ กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารยังได้ประชุมร่วมกัน โดยไม่มีฝ่ายบริหาร เพื่อหารือและอภิปรายเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทและอยู่ในความสนใจร่วมกัน จำนวน 1 ครั้ง

กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท

กรรมการผู้มีอำนาจกระทำการแทนบริษัท คือ นายปรินทร์ โลจนะโกสินทร์ ลงลายมือชื่อร่วมกับ ดร.พินิจสรณ์ ลือชัยขรพันธ์ หรือนายอานนท์ พรธิติ และประทับตราสำคัญของบริษัทยกเว้นกรณีต่อไปนี้ ให้กรรมการสามคนลงลายมือชื่อ ร่วมกัน กล่าวคือ นายปรินทร์ โลจนะโกสินทร์ ลงลายมือชื่อร่วมกับ ดร.พินิจสรณ์ ลือชัยขรพันธ์ และร่วมกับนายอานนท์ พรธิติ และประทับตราสำคัญของบริษัท

- คำประกัน หรือการชดเชยใดๆ
- สัญญาใดๆ ที่ทำให้เป็นหนี้ เกินกว่า 25,000,000 บาท หรือการค้ำประกันเพื่อการดังกล่าว
- ได้มา หรือจำหน่ายทรัพย์สิน เกินกว่า 25,000,000 บาท
- สัญญาเช่า สัญญาจ้าง สัญญาสัมปทาน หรือสัญญาเช่าอสังหาริมทรัพย์ ใดๆ ซึ่งมีค่าเช่าตลอดระยะเวลา ของสัญญาเกินกว่า 25,000,000 บาท
- สัญญาใดๆ ที่มีมูลค่าหรือพันธสัญญาหรือค่าใช้จ่าย เกินกว่า 25,000,000 บาท
- การกู้ใดๆ โดยบริษัท
- การให้หลักประกันใดๆ เหนือทรัพย์สินของบริษัท
- การเข้าทำสัญญาร่วมทุน หรือสัญญาใดๆ เพื่อจัดตั้งบริษัทใหม่ซึ่ง เป็นบริษัทลูก หรือบริษัทในเครือ
- การทำหนังสือมอบอำนาจในเรื่องที่เกี่ยวกับกรณีดังกล่าวข้างต้น

อำนาจดำเนินการของคณะกรรมการบริษัท

- อนุมัติแผนธุรกิจและงบลงทุนประจำปี
- อนุมัติการทำนิติกรรมสัญญาเพื่อการดำเนินธุรกิจการค้าตามปกติ เช่น การทำสัญญากับลูกค้า/คู่ค้า และการ 'ได้มาหรือจำหน่ายทรัพย์สิน เป็นต้น
- อนุมัติการลงทุนในการซื้อกิจการ หรือการเข้าถือหุ้นในกิจการอื่น การควบรวมกิจการ และการลงทุนในสินทรัพย์ หรือการได้มาซึ่งสินทรัพย์หรือกิจการ
- อนุมัติการก่อหนี้ หรือการทำนิติกรรมในนามบริษัทและผูกพันบริษัท
- อนุมัติการออกตราสารทางการเงินหรือหลักทรัพย์อื่นใดของบริษัท
- อนุมัติการจัดตั้งบริษัทย่อย การเข้าลงทุนซื้อหรือขายหุ้น ทรัพย์สิน กิจการจากหรือร่วมกับบริษัท ห้างหุ้นส่วนหรือ บุคคลใด ในลักษณะของการร่วมทุน (Joint Venture) การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สิน หุ้น หรือกิจการใน ลักษณะของ Mergers and Acquisitions (ซึ่งมิใช่การซื้อขายทรัพย์สิน หรือบริการอันเป็นการดำเนินธุรกิจ ตามปกติของบริษัท) การพิจารณาโครงสร้างธุรกรรม รวมตลอดถึงความเหมาะสมผลของการเข้าทำรายการและ ราคา
- อนุมัติการจัดซื้อ จัดจ้าง วัสดุ บริการ การว่าจ้างทำของ ทรัพย์สิน

วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการบริษัท

- ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีทุกครั้ง ให้กรรมการออกจากตำแหน่งจำนวนหนึ่งในสาม (1/3) ของจำนวนกรรมการในขณะนั้นถ้าจำนวนกรรมการแบ่งออกให้ตรงเป็นสามส่วนไม่ได้ ก็ให้ออกโดยจำนวนใกล้เคียงที่สุดกับส่วนหนึ่งในสาม (1/3)
- กรรมการที่จะต้องออกจากตำแหน่งในปีแรกและปีที่สองภายหลังจดทะเบียนบริษัทนั้น ให้จับสลากกัน ส่วนปีหลังๆ ต่อไป ให้กรรมการคนที่ยังอยู่ในตำแหน่งนานที่สุดเป็นผู้ออกจากตำแหน่ง กรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่งอาจได้รับเลือกให้กลับเข้ามารับตำแหน่งอีกได้

8.2 คณะผู้บริหาร

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ทำหน้าที่หัวหน้าของฝ่ายบริหาร โดยโครงสร้างองค์กรของบริษัทแบ่งออกเป็น 5 สายงาน ได้แก่ ฝ่ายพัฒนารูธุรกิจ ฝ่ายการขายและการตลาด ฝ่ายปฏิบัติการ ฝ่ายบัญชีและการเงิน และฝ่ายทรัพยากรบุคคล

รายชื่อคณะผู้บริหารของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีดังนี้

ลำดับ	รายชื่อ		ตำแหน่ง
1	นายปรินทร์	โลจนะโกสินทร์	ประธานกรรมการบริหาร / ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
2	ดร.พินิจสรณ์	ลือชัยจรพันธ์	กรรมการบริหาร / กรรมการผู้จัดการ
3	นายประสงค์	จรุงเบญจธรรม	ประธานฝ่ายบัญชีและการเงิน
4	นางสาวพาขวัญ	วงศ์พลทวี	ประธานฝ่ายพัฒนารูธุรกิจและรักษาการประธานฝ่ายการตลาดและกำกับดูแลลูกค้า
5	นายณัฐวุฒิ	อู๋ยายโสม	ประธานฝ่ายปฏิบัติการ
6	นางสาวอังคณา	เฉลิมชัยกิจ	ประธานฝ่ายทรัพยากรบุคคล

8.3 เลขาธิการบริษัท

บริษัทมีนายเกษมศานต์ อธิธิธรรมวินิจ ทำหน้าที่เป็นเลขาธิการบริษัท ดำรงตำแหน่งเลขาธิการบริษัท ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2557 เป็นต้นมา ซึ่งจบการศึกษาทางด้านกฎหมาย เป็นบุคคลผู้ทรงคุณวุฒิ มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ สามารถสนับสนุนให้การดำเนินงานของบริษัท คณะกรรมการบริษัท และคณะผู้บริหาร เป็นไปตามกฎหมาย และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยขอบเขต หน้าที่ และความรับผิดชอบของเลขาธิการบริษัทมีดังต่อไปนี้

1. จัดทำและเก็บรักษาเอกสารดังต่อไปนี้

- (ก) ทะเบียนกรรมการ

- (ข) หนังสือนัดประชุมคณะกรรมการ รายงานการประชุมคณะกรรมการและรายงานประจำปีของบริษัท

- (ค) หนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้น และรายงานการประชุมผู้ถือหุ้น

2. เก็บรักษารายงานการมีส่วนได้เสียที่รายงานโดยกรรมการหรือผู้บริหาร

3. ดำเนินการอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการกำกับตลาดทุนประกาศกำหนด

4. จัดส่งสำเนารายงานการมีส่วนได้เสียตามมาตรา 89/14 ซึ่งจัดทำโดยกรรมการให้ประธานกรรมการและประธานกรรมการตรวจสอบทราบภายในเจ็ดวันทำการนับแต่วันที่บริษัท ได้รับรายงานนั้น

8.4 ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร

บริษัท ได้กำหนดค่าตอบแทนกรรมการไว้อย่างชัดเจนและโปร่งใส สอดคล้องกับบทบาท หน้าที่ความรับผิดชอบในการกำกับการทำงานของบริษัทและผ่านการพิจารณาความเหมาะสมโดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท สำหรับค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร มีรายละเอียดดังนี้

8.4.1 ค่าตอบแทนกรรมการและกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการบริษัท พิจารณากำหนดหลักเกณฑ์และนโยบายในการกำหนด ค่าตอบแทนของคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อย เพื่อเสนอขออนุมัติต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น แล้วแต่กรณีโดยได้กลั่นกรองและพิจารณาถึงความเหมาะสมกับภาระหน้าที่ ความรับผิดชอบ เปรียบเทียบกับบริษัทในธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากกรรมการ โดยได้มีการใช้ข้อมูลค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนของตลาด.ประกอบการศึกษาด้วย

ค่าตอบแทนรายเดือนของกรรมการ

ค่าตอบแทนของกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อยในปี 2563 เป็นไปตามมติที่ได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2563 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

อัตราค่าตอบแทน		
ค่าตอบแทนรายเดือน	ประจำปี 2562	ประจำปี 2563
คณะกรรมการบริษัท		
- ประธานคณะกรรมการ	50,000 บาท / เดือน	50,000 บาท / เดือน
- กรรมการ	30,000 บาท / เดือน	30,000 บาท / เดือน
คณะกรรมการตรวจสอบ		
- ประธานคณะกรรมการ	30,000 บาท / เดือน	30,000 บาท / เดือน
- กรรมการ	20,000 บาท / เดือน	20,000 บาท / เดือน
ค่าเบี้ยประชุม		
- ประธานคณะกรรมการ	20,000 บาท / ครั้ง / คน	20,000 บาท / ครั้ง / คน
- กรรมการ	15,000 บาท / ครั้ง / คน	15,000 บาท / ครั้ง / คน

ค่าบำเหน็จประจำปี

บริษัทมีการจ่ายบำเหน็จประจำปีโดยเป็นการจ่ายครั้งเดียวต่อปี ซึ่งเป็นไปตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น มีหลักเกณฑ์ในการจัดสรรค่าบำเหน็จประจำปี ด้วยวงเงินที่ได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น ปี 2563 ในวงเงินไม่เกิน 7,200,000 บาท ซึ่งจะถูกจัดสรรตามอัตราส่วนของค่าตอบแทนรายเดือนที่กรรมการแต่ละท่านได้รับ

รายละเอียดค่าตอบแทนกรรมการและกรรมการชุดย่อยรายบุคคล และบำเหน็จกรรมการประจำปี 2563 ซึ่งได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นปี 2563 ด้วยวงเงินไม่เกิน 4,800,000 บาทและ 7,200,000 บาท ตามลำดับ ทั้งนี้บริษัทงดจ่ายบำเหน็จประจำปี 2563 ให้แก่กรรมการ เนื่องจากบริษัทต้องการสำรองเงินทุนไว้เพื่อใช้ในการลงทุนในอนาคตซึ่งคาดว่าจะสามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีให้กับบริษัทและผู้ถือหุ้นต่อไป รวมถึงใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนและสำรองไว้เพื่อรองรับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีความไม่แน่นอน

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง	ค่าตอบแทน รายเดือนและค่า เบี้ยประชุม (บาท)	บำเหน็จ ประจำปี (บาท)
1	พล.ต.อ.สมชาย วาณิชเสนา	ประธานกรรมการ กรรมการอิสระและ ประธานกรรมการตรวจสอบ	875,000	-
2	ดร.เพ็ญภา ธนสารศิลป์	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	595,000	-
3	นางมฤดี สุขพันธ์รัตน์	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	585,000	-
4	นายปรินทร์ โลจนะโกสินทร์	กรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	315,000	-
5	นายธเนษฐ โลจนะโกสินทร์*	กรรมการ	195,000	-
6	ดร.พินิจสรณ์ ลือชัยจรพันธ์	กรรมการและกรรมการผู้จัดการ	315,000	-
7	นายเอกภักดิ์ นิราพาพงศ์พร	กรรมการ	375,000	-
8	นายแล๊ฟ ชน เนลสัน เหลียง**	กรรมการ	57,931	-
9	นายมานะ จันทนียังยง**	กรรมการ	257,069	-
10	นายอานนท์ พรธิติ***	กรรมการ	90,000	-
รวม			3,660,000	-

*นายธเนษฐ โลจนะโกสินทร์ ได้ลาออกจากตำแหน่งกรรมการ ตั้งแต่วันที่ 19 สิงหาคม 2563 เป็นต้นไป

**นายมานะ จันทนียังยง ได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2563 แทนนายแล๊ฟ ชน เนลสัน เหลียง ที่ได้ลาออกจากตำแหน่งกรรมการในวันเดียวกัน

***นายอานนท์ พรธิติ ได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2563 เป็นต้นไป

8.4.2 ค่าตอบแทนกรรมการบริหารและผู้บริหาร

ค่าตอบแทนผู้บริหาร (ตามคำนิยามของกสท.และตลท.) เป็นไปตาม หลักการและนโยบายที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด โดยเชื่อมโยงกับผลการดำเนินงานของบริษัทและผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารแต่ละคน ในรูปของดัชนีวัดผลการปฏิบัติงานหรือ Key Performance Index (KPI) ซึ่งพนักงานแต่ละคนต้องกำหนด KPI ของหน่วยงานและของตนเอง ซึ่งจะเชื่อมโยงกับค่าตอบแทนที่จะได้รับ รวมถึงการขึ้นเงินเดือนประจำปี และโบนัสประจำปีตามเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด ค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทประกอบด้วยเงินเดือน โบนัส และเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ในปี 2563 ค่าตอบแทนรวมของผู้บริหารของบริษัทรวมทั้งสิ้น 32.07 ล้านบาท

รายละเอียดค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทประจำปี 2562 และ 2563 มีดังนี้

ประเภท	ประจำปี 2562		ประจำปี 2563	
	จำนวน (ราย)	ค่าตอบแทน (ล้านบาท)	จำนวน (ราย)	ค่าตอบแทน (ล้านบาท)
เงินเดือนและโบนัส	5	29.10	6	30.55
ค่าตอบแทนอื่นๆ ได้แก่ กองทุน ประกันสังคม กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ค่า คอมมิชชั่น	5	1.35	6	1.52
หุ้น IPO และหุ้นสามัญโครงการ ESOP	-	-	-	-
รวม		30.45		32.07

8.4.3 ค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน

- ไม่มี-

8.5 บุคลากร

8.5.1 จำนวนพนักงานทั้งหมด

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีพนักงาน (เฉพาะพนักงานที่รับอัตราค่าจ้างเป็นเงินเดือนประจำ) จำนวนทั้งสิ้น 463 คน โดยแบ่งตามสายงานหลักได้ดังนี้

สายงาน	จำนวนพนักงาน	
	ณ 31 ธ.ค.62	ณ 31 ธ.ค.63
1. ฝ่ายบริหาร	5	5
2. ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ	8	27
3. ฝ่ายการขายและการตลาด	51	60
4. ฝ่ายปฏิบัติการ	292	278
5. ฝ่ายบัญชีและการเงิน	35	31
6. ฝ่ายสนับสนุนธุรกิจ	50	61
รวม	441	463

ในปี 2563 ค่าตอบแทนรวมของพนักงานประกอบด้วยเงินเดือนและโบนัส เป็นเงินจำนวนทั้งสิ้น 173.37 ล้านบาท และค่าตอบแทนอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 45.63 ล้านบาท

8.5.2 นโยบายพัฒนาทรัพยากรบุคคล

ผลตอบแทนพนักงาน

1) ค่าตอบแทนที่เป็นเงินเดือนและโบนัส

บริษัทมีนโยบายการจ่ายอัตราค่าตอบแทนพนักงาน โดยคำนึงถึงความเหมาะสม เป็นธรรม ตามความรู้ความสามารถ ผลการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละคนโดยบริษัทได้นำระบบการวัดผลการทำงานแบบดัชนีชี้วัดสมรรถนะหลัก (Key Performance Index: KPI) เพื่อประเมินผลสำเร็จของงานควบคู่กับการประเมินสมรรถนะ (Competency) เพื่อประเมินศักยภาพพนักงานในด้านบุคลิกหรือลักษณะของบุคคลที่สะท้อนให้เห็นถึงความรู้ทักษะ ทักษะคิดความเชื่อและอุปนิสัยของพนักงานในองค์การโดยรวม ทั้งนี้บริษัทยังได้คำนึงถึงอัตราค่าตอบแทนพนักงานที่ต้องสอดคล้องกับอัตราโดยเฉลี่ยของอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน รวมถึงค่าตอบแทนพนักงานจะต้องสอดคล้องกับสภาวะเหตุการณ์โควิด-19 ที่เกิดขึ้นและการขยายตัวทางธุรกิจและการเติบโตของบริษัทในระยะยาว

2) ค่าตอบแทนอื่น

บริษัทมีนโยบายส่งเสริมให้พนักงานรู้จักการออมเงินโดยความสมัครใจ โดยบริษัท บริษัทย่อยและพนักงานบริษัทได้ร่วมกันจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพขึ้นตามพระราชบัญญัติกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ พ.ศ.2530 โดยบริษัท บริษัทย่อยและพนักงานจะจ่ายสมทบเข้ากองทุนเป็นรายเดือนในอัตราร้อยละ 3-15 ของเงินเดือน กองทุนสำรองเลี้ยงชีพนี้บริหารโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนกสิกรไทย จำกัด และจะจ่ายให้แก่พนักงานเมื่อพนักงานนั้นออกจากงาน ตามระเบียบว่าด้วยกองทุนของบริษัทและบริษัทย่อย

3)สวัสดิการแก่พนักงาน

เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงานให้ดีขึ้น นอกจากการจัดให้มีสวัสดิการต่างๆ ให้กับพนักงานตามที่กฎหมายกำหนดแล้ว บริษัทได้มีการปรับปรุงสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้สอดคล้องกับธุรกิจของบริษัท และจัดให้มีสวัสดิการต่างๆ เพิ่มเติม อาทิเช่น

- สวัสดิการด้านการประกันสุขภาพ ประกันชีวิต การประกันทุพพลภาพ ประกันอุบัติเหตุ และประกันโควิด (Covid Insurance) ในปี 2563 – 2564 ให้กับพนักงาน เพื่อเป็นการช่วยดูแลพนักงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และอำนวยความสะดวกแก่พนักงานในการรับการรักษาพยาบาล รวมทั้งเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับพนักงานและครอบครัว นอกจากนี้ เพื่อส่งเสริมด้านการดูแลสุขภาพพนักงานบริษัทยังจัดให้มีการตรวจสุขภาพประจำปีสำหรับพนักงานอีกด้วย
- การจัดให้มีผลประโยชน์ในรูปแบบเงินช่วยเหลือในวาระต่าง ๆ อาทิเช่นเงินช่วยเหลือการสมรส เงินช่วยเหลือในกรณีบุคคลในครอบครัวของพนักงานเสียชีวิต และเงินช่วยเหลือในกรณีพนักงานคลอดบุตร เป็นต้น
- การจัดกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานอันได้แก่ กิจกรรมเลี้ยงขอบคุณพนักงาน เป็นต้น

บริษัท มีการจ่ายผลตอบแทนให้แก่พนักงานในลักษณะต่างๆ โดยผลตอบแทนพนักงาน (ไม่รวมเจ้าหน้าที่ระดับผู้บริหาร) ปี 2562 และ 2563 มีดังนี้

ค่าตอบแทน (ล้านบาท)	ปี 2562	ปี 2563
เงินเดือน	134.72	150.70
โบนัส	20.23	22.67
ค่าตอบแทนอื่น ๆ เช่น ค่าคอมมิชชั่น และสวัสดิการ เป็นต้น	42.65	45.63
หุ้นสามัญโครงการ ESOP	-	-
รวม	197.60	219.00

8.5.3 การเปลี่ยนแปลงจำนวนพนักงานอย่างมีนัยสำคัญในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา

บริษัท มีการขยายจำนวนพนักงานเพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับการขยายตัวทางธุรกิจของบริษัท อย่างต่อเนื่องโดยมีนัยสำคัญตั้งแต่ปี 2561 ถึง 2563 ดังนี้

- ณ สิ้นปี 2561 บริษัทมีจำนวนพนักงานทั้งสิ้น 399 คน หรือคิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 8 %
- ณ สิ้นปี 2562 บริษัทมีจำนวนพนักงานทั้งสิ้น 441 คน หรือคิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 11%
- ณ สิ้นปี 2563 บริษัทมีจำนวนพนักงานทั้งสิ้น 463 คน หรือคิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 3%

8.5.4 ข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา

-ไม่มี-

8.5.5 นโยบายในการพัฒนาพนักงาน

บริษัท มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาและการเพิ่มคุณค่าของพนักงานซึ่งถือเป็นแนวทางในการดูแลรักษาและพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัท เพื่อเป้าหมายในการสร้างความสำเร็จและความยั่งยืนร่วมกัน บริษัท จึงมีนโยบายและกลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรบุคคลที่สอดคล้อง และตอบสนองกับนโยบายเชิงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยยึดถือตามแนวนโยบายด้านการพนักงาน ดังนี้

- 1) มีระบบการบริหารงานทรัพยากรบุคคล ได้แก่ การคัดเลือก การสรรหา การบรรจุ การแต่งตั้ง การว่าจ้าง การประเมินผลการเลื่อนตำแหน่ง การขึ้นเงินเดือน ที่มีคุณธรรม โปร่งใส สามารถอธิบายได้อย่างมีเหตุผลและเป็นมาตรฐานที่ชัดเจน
- 2) ยึดหลักความเสมอภาค ความเท่าเทียมกัน ความซื่อสัตย์และวินัยในการทำงาน ความสัมพันธ์และปฏิบัติต่อกันในฐานะเพื่อนพนักงาน
- 3) พนักงานได้รับค่าตอบแทน สวัสดิการ และสิทธิประโยชน์อย่างเหมาะสมและเป็นธรรม ทัดเทียมกับบริษัทชั้นนำอื่นๆ ตลอดจนเพียงพอสำหรับการดำรงชีพที่ดี มีความสุข มีขวัญและกำลังใจในการทำงานและรักบริษัท
- 4) มุ่งสร้างความก้าวหน้าในอาชีพของพนักงานทุกคนโดยเน้นการพัฒนาทรัพยากรบุคคลแบบองค์รวมในการเพิ่มพูนสมรรถภาพในการทำงานของพนักงาน ทั้งด้านความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติงาน รวมทั้งคำนึงถึงคุณภาพชีวิตของพนักงานด้วย
- 5) มุ่งสร้างสำนักกรรมาภิบาลให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
- 6) งานด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้บริหารทุกระดับ

8.5.6 โครงสร้างองค์กรและระบบการทำงาน

นอกจากการพัฒนาบุคลากรแล้ว บริษัท ยังให้ความสำคัญกับโครงสร้างระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในอนาคต โดยรองรับต่อบัณฑิตการเปลี่ยนแปลงด้านสถานะเศรษฐกิจ รูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค แนวโน้มการตลาดและความต้องการของผู้ใช้บริการสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมและสถานะการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา บริษัท ได้ผ่านการปฏิรูประบบโครงสร้างเพื่อวางรากฐานของบริษัท ให้แข็งแกร่งตามแผนกลยุทธ์ธุรกิจระยะยาว โดยการปรับโครงสร้างฝ่ายทรัพยากรบุคคล โครงสร้างการพัฒนานวัตกรรมและโครงสร้างการดำเนินงาน ดังนี้

- 1) พัฒนาการวางแผน การปฏิบัติงาน และการกำกับควบคุมดูแล เพื่อให้นโยบายดำเนินไปตามแผนกลยุทธ์
- 2) พัฒนาความสัมพันธ์ ความเข้าใจความต้องการของลูกค้าและการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัท
- 3) ส่งเสริมบุคลากรที่มีความสามารถ เพื่อให้มีความก้าวหน้าทางอาชีพที่ชัดเจน
- 4) วางแผนโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้มีการประเมินผลงาน และให้การตอบแทนอย่างเหมาะสมเพื่อคุณภาพของงานที่ดีขึ้น
- 5) การให้บุคลากรทุกภาคส่วนของบริษัท มีส่วนร่วมในการคิดค้นนวัตกรรมสื่อ รวมถึงรูปแบบการดูแลสื่อและการบริการลูกค้าของบริษัท

- 6) การนำเทคโนโลยีและเครื่องมือมาสนับสนุนระบบการทำงานภายในบริษัท เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- 7) พัฒนาการวางแผน การปฏิบัติงาน และการกำกับควบคุมดูแล เพื่อให้นโยบายดำเนินไปตามแผน เช่น พัฒนาระบบบัญชี ระบบจัดการบุคลากร ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการบริหารจัดการความเสี่ยง เป็นต้น

9. การกำกับดูแลกิจการ

9.1 นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการบริษัท มีเจตนารมณ์ที่จะดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนปฏิบัติเพื่อเสริมสร้างองค์กรให้มีระบบบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ และเป็นพื้นฐานให้บริษัทมีการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยบริษัทมีแนวทางการกำกับดูแลกิจการ ดังนี้

คณะกรรมการบริษัท ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรมและแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีควบคู่ไปกับการมีความรับผิดชอบต่อสังคมชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยบูรณาการกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์และเป้าหมายขององค์กร เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย คณะกรรมการบริษัทจึงได้ริเริ่มและจัดทำนโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดีมาตั้งแต่ปี 2558 โดยอ้างอิงจากหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2555 (CG Principles) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 (CG Code) ตามแนวทางที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำหนด รวมถึงอนุมัตินโยบายตลอดจนบังคับใช้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท ตลอดจนบุคคลอื่นๆ ที่กระทำการในนามของบริษัท โดยมีการทบทวนและปรับปรุงแก้ไขทุกปีหรือตามความเหมาะสมกับภาวะการณ์และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เพื่อให้มีความเป็นปัจจุบันเหมาะสมกับภาวะการณ์และ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ รวมทั้งสอดคล้องกับแนวทางที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหรือหน่วยงานกำกับดูแลต่างๆ กำหนดขึ้นเพิ่มเติม ซึ่งเป็นการยกระดับแนวทางการกำกับดูแลกิจการให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยบริษัทมีแนวทางการกำกับดูแลกิจการ ดังนี้

นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท

1. คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหารและพนักงานทุกคนยึดมั่นในการปฏิบัติตามกฎหมายและนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาปรับใช้ในการดำเนินงานโดยบูรณาการกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และเป้าหมายระยะยาวขององค์กร ตลอดจนเสริมสร้างองค์กรให้มีระบบบริหารงานที่มีประสิทธิภาพซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย
2. คณะกรรมการบริษัท เคารพสิทธิและปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกันและเป็นธรรม ตลอดจนคำนึงความสะดวกแก่ผู้ถือหุ้นในการใช้สิทธิในเรื่องต่างๆ
3. คณะกรรมการบริษัท ส่งเสริมกระบวนการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือที่ดีระหว่างบริษัท กับผู้มีส่วนได้เสีย พร้อมทั้งกำหนดช่องทางที่เหมาะสมในการสื่อสารระหว่างกัน
4. คณะกรรมการบริษัท กำหนดนโยบายและจริยธรรมธุรกิจของบริษัทเพื่อเป็นแนวปฏิบัติต่างๆ ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย อาทิ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า เจ้าหนี้ พนักงาน ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
5. คณะกรรมการบริษัท มีบทบาทในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และพิจารณาอนุมัติแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ นโยบาย แผนธุรกิจ และงบประมาณ ตลอดจนกำกับและควบคุมดูแลให้ฝ่ายจัดการดำเนินการให้เป็นไปตามนโยบายที่กำหนดไว้ เพื่อประโยชน์ของบริษัทและผู้ถือหุ้นโดยรวม
6. คณะกรรมการบริษัท จัดให้มีโครงสร้างองค์กร การแบ่งแยกหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดย่อย ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและฝ่ายจัดการ อย่างชัดเจน ตลอดจนจัดให้มีระบบการควบคุมภายในและการตรวจสอบภายใน ระบบการบริหารความเสี่ยง ระบบการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รวมทั้งการป้องกันการใช้ข้อมูลภายในที่เหมาะสมและเพียงพอ

7. คณะกรรมการบริษัท กำกับดูแลให้จัดทำการเงินและสารสนเทศทางการเงินให้เป็นไปตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และมีการเปิดเผยข้อมูลสำคัญอย่างเพียงพอและเชื่อถือได้ ตลอดจนจัดให้มีผู้สอบบัญชีที่มีความสามารถและมีความเป็นอิสระ
8. คณะกรรมการบริษัท ดูแลให้บริษัทมีการสื่อสารและเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบริษัททั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่มีใช้ข้อมูลทางการเงิน อย่างเพียงพอ ถูกต้อง ครบถ้วน เชื่อถือได้ โปร่งใส ทัวถึง และทันเวลา ผ่านช่องทางต่างๆ และฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกและเท่าเทียมกัน
9. คณะกรรมการบริษัท อาจแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยตามความเหมาะสม เพื่อช่วยพิจารณาการดำเนินงานที่มีความสำคัญและรายงานผลการปฏิบัติงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงรายงานการปฏิบัติงาน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้รับทราบในรายงานประจำปีของบริษัท
10. คณะกรรมการบริษัท จัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของกรรมการ กรรมการชุดย่อย อาทิ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน เพื่อใช้เป็นกรอบในการตรวจสอบการปฏิบัติงานในระหว่างปีที่ผ่านมา เพื่อสามารถนำมาแก้ไขและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โดยนำเสนอผลการประเมินที่ได้ต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อรับทราบ
11. คณะกรรมการบริษัท จัดให้มีระบบการคัดสรรบุคลากรในตำแหน่งบริหารที่สำคัญทุกระดับอย่างเหมาะสม โปร่งใส และเป็นธรรม

นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัท ยังส่งเสริมให้แนวทางในการกำกับดูแลกิจการที่ดี และจริยธรรมธุรกิจให้เป็นที่เข้าใจทั่วทุกระดับในองค์กร และมีผลในทางปฏิบัติภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และเผยแพร่ ตลอดจนจัดอบรมความรู้พื้นฐานเรื่องการกำกับดูแลกิจการให้กับพนักงาน เพื่อให้ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนรับทราบ ทำความเข้าใจ และยึดถือเป็นหลักในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ โปร่งใส ซื่อสัตย์ ะมัดระวังและมีจริยธรรม ทั้งต่อตนเอง องค์กร ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียอื่น รวมทั้งส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ปลูกจิตสำนึกในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ะมัดระวัง และซื่อสัตย์สุจริตภายใต้นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี

คณะกรรมการบริษัท ได้ให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยได้ตระหนักถึงบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการและคณะผู้บริหารในการสร้างเสริมให้เกิดการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกิจการ สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ด้วยการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพและโปร่งใสอันจะนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน จึงได้มีการกำหนดนโยบายสนับสนุนการกำกับดูแลกิจการซึ่งบริษัทได้มีการสื่อสารให้ผู้บริหารและพนักงานทราบและถือปฏิบัติ โดยครอบคลุมหลักการสำคัญตามหลักการกำกับดูแลกิจการใน 5 หมวด ดังนี้

- (1) สิทธิของผู้ถือหุ้น (Right of Shareholders)
- (2) การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Treatment of Shareholders)
- (3) การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย (Role of Stakeholders)
- (4) การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส (Disclosure and Transparency)
- (5) ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท (Board Responsibilities)

หมวดที่ 1 สิทธิของผู้ถือหุ้น

บริษัทได้ให้ความสำคัญต่อสิทธิของผู้ถือหุ้นในการได้รับข้อมูลของบริษัทอย่างถูกต้องครบถ้วนเพียงพอทันเวลาและเท่าเทียมกัน เพื่อประกอบการตัดสินใจทุกเรื่อง ดังนั้น คณะกรรมการบริษัทจึงมีนโยบายดังนี้

1. การประชุมผู้ถือหุ้น

1.1) ให้บริษัทจัดส่งหนังสือนัดประชุมพร้อมทั้งข้อมูลประกอบการประชุมตามวาระต่าง ๆ ให้เพียงพอ โดยระบุวัตถุประสงค์ เหตุผลตลอดจนความเห็นของคณะกรรมการในทุกวาระ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นได้ศึกษาข้อมูลอย่างครบถ้วนล่วงหน้าก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้นไม่น้อยกว่า 21 วัน (หรือระยะเวลาอื่นที่กฎหมายกำหนด) ในกรณีที่ผู้ถือหุ้นไม่สามารถเข้าร่วมประชุมด้วยตนเองได้ บริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสามารถมอบฉันทะให้กรรมการอิสระ หรือมอบฉันทะ ให้บุคคลใดๆ เข้าร่วมประชุมแทนตนได้โดยใช้หนังสือมอบฉันทะที่บริษัทได้จัดส่งไปพร้อมกับหนังสือเชิญประชุม

1.2) อำนวยความสะดวกแก่ผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกันในการเข้าร่วมประชุมทั้งในเรื่องสถานที่ และเวลาที่เหมาะสม โดยสถานที่จัดประชุมต้องตั้งอยู่ในทำเลที่ดี มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ถือหุ้นที่ขับรถมา และมีการคมนาคมที่สะดวกสำหรับผู้ถือหุ้นทั่วไปโดยแบบแผนที่ตั้งของสถานที่ประชุมไปพร้อมกับหนังสือเชิญประชุม

ในการจัดการประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2563 บริษัทฯ ได้ส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้น โดยการจัดการประชุมที่โรงแรมเอส ซี ปาร์ค กรุงเทพมหานคร เพื่อความสะดวกในการเดินทาง จัดส่งหนังสือเชิญประชุมและข้อมูลประกอบในแต่ละวาระให้แก่ผู้ถือหุ้นพิจารณาล่วงหน้า พร้อมทั้งส่งหนังสือมอบฉันทะสำหรับกรณีที่ผู้ถือหุ้นไม่สามารถมาประชุมด้วยตนเอง ก็สามารถมอบฉันทะให้ผู้อื่นมาประชุมแทนได้ ในการดำเนินการประชุมเป็นไปตามระเบียบวาระที่ได้ส่งให้แก่ผู้ถือหุ้น โดยไม่มีการเพิ่มหรือสลบวาระและเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นได้ซักถามหรือแสดงความคิดเห็นในแต่ละวาระได้อย่างเต็มที่ในวาระที่ต้องมีการลงมติ

1.3) ในการประชุมผู้ถือหุ้น บริษัทจะกำหนดให้ผู้ที่ทำหน้าที่ประธานในที่ประชุม แจ้งและอธิบายวิธีลงคะแนนเสียงในวาระต่างๆ ก่อนการประชุมจะเริ่มขึ้นอย่างเป็นทางการ พิจารณาและลงคะแนนเรียงตามวาระที่กำหนด โดยไม่เปลี่ยนแปลงข้อมูลสำคัญ หรือเพิ่มวาระการประชุมในการประชุมอย่างกะทันหัน เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นมีสิทธิเท่าเทียมกันในการตรวจสอบการดำเนินงานของบริษัทสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ และกรรมการและผู้บริหารที่เกี่ยวข้องจะเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อตอบคำถามในที่ประชุมด้วยนอกจากนี้เพื่อความโปร่งใส คณะกรรมการบริษัท จะจัดให้มีบุคคลที่มีความเป็นอิสระ เช่น กรรมการอิสระ หรือผู้สอบบัญชีของบริษัท เป็นผู้ตรวจนับหรือตรวจสอบคะแนนเสียงในการประชุมผู้ถือหุ้น

1.4) ให้เพิ่มช่องทางในการรับทราบข่าวสารของผู้ถือหุ้นผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทโดยนำข่าวสารต่าง ๆ และรายละเอียดไว้ที่เว็บไซต์ของบริษัทโดยเฉพาะในกรณีหนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้นให้เผยแพร่ก่อนวันประชุมล่วงหน้า เพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถดาวน์โหลดข้อมูลระเบียบวาระการประชุมได้อย่างสะดวกและครบถ้วน

1.5) บริษัทมีนโยบายให้กรรมการทุกท่านเข้าร่วมประชุมเพื่อตอบข้อซักถามจากผู้ถือหุ้นโดยพร้อมเพรียงกัน

1.6) การจดบันทึกรายงานการประชุม ให้บันทึกให้ครบถ้วน ถูกต้อง รวดเร็ว โปร่งใส และบันทึกประเด็นซักถามและข้อคิดเห็นที่สำคัญไว้ในรายงานการประชุมเพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถตรวจสอบได้ นอกจากนี้บริษัทยังได้มีการบันทึกวิดิทัศน์ภาพการประชุมเพื่อเก็บรักษาไว้อ้างอิง นอกจากนี้บริษัทได้นำรายงานการประชุมผู้ถือหุ้นเผยแพร่บนเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้พิจารณา รวมถึงส่งรายงานการประชุมดังกล่าวไปยังตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยภายใน 14 วัน นับแต่วันที่มีการประชุมผู้ถือหุ้นนั้น

1.7) เพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้ถือหุ้นในการได้รับเงินปันผลโดยการโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร (ถ้ามีการจ่ายเงินปันผล) เพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้ถือหุ้นให้ได้รับเงินปันผลตรงเวลา ป้องกันปัญหาเรื่องเช็คชำรุด สูญหาย หรือส่งถึงผู้ถือหุ้นล่าช้า

หมวดที่ 2 การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

บริษัทได้กำหนดให้มีการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน โดยบริษัทมีนโยบายที่จะรักษาสิทธิของผู้ถือหุ้นทุกราย และจะมีการดำเนินการประชุมตามระเบียบวาระการประชุมที่ได้แจ้งไว้ในหนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้นและไม่มีการเพิ่มวาระการประชุมโดยไม่แจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้าแต่อย่างใด โดยบริษัทจะจัดส่งหนังสือนัดประชุมพร้อมทั้งข้อมูลประกอบการประชุมให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้าก่อนการประชุมไม่น้อยกว่า 21 วัน (หรือระยะเวลาอื่นที่กฎหมายกำหนด) และเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทในระยะเวลาอันสมควรไม่น้อยกว่า 30 วัน ก่อนวันนัดประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นได้ศึกษาข้อมูลอย่างครบถ้วนก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น

การเสนอวาระการประชุมและชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับเลือกตั้งเป็นกรรมการเป็นการล่วงหน้า

ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี บริษัทจะเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นรายย่อยใช้สิทธิของตนเสนอวาระการประชุมและเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการเลือกตั้งเป็นกรรมการเป็นการล่วงหน้า เพื่อส่งเสริมให้มีการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน โดยให้สิทธิผู้ถือหุ้นรายเดียวหรือหลายรายรวมกันที่มีสัดส่วนการถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้วทั้งหมดของบริษัท และถือหุ้นต่อเนื่องมาแล้วไม่น้อยกว่า 12 เดือน และต้องถือหุ้นจนถึงวันที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น บริษัทได้นำหลักเกณฑ์นี้เผยแพร่บนเว็บไซต์ของบริษัท และแจ้งข่าวผ่านเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์ฯ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเสนอวาระการประชุมหรือเสนอชื่อกรรมการได้ภายในระยะเวลาที่บริษัทกำหนดผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของฝ่ายเลขานุการบริษัท ที่ companysecretary@planbmedia.co.th (สำหรับการนำเสนอเอกสารอย่างไม่เป็นทางการ) และจดหมายลงทะเบียนมายังฝ่ายเลขานุการบริษัท (สำหรับการนำเสนอต้นฉบับเอกสารเพื่อประกอบการพิจารณา) อย่างไรก็ดี ในปี 2563 ไม่มีผู้ถือหุ้นรายใดเสนอวาระการประชุม และ/หรือ ชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการเลือกตั้งเป็นกรรมการล่วงหน้า

การมอบฉันทะให้ผู้อื่นเข้าร่วมประชุมแทน

เพื่อรักษาสิทธิให้ผู้ถือหุ้นที่ไม่สะดวกเข้าประชุมด้วยตนเอง บริษัทจะจัดส่งแบบหนังสือมอบฉันทะแบบ ข. ซึ่งเป็นแบบหนังสือมอบฉันทะซึ่งกำหนดรายการต่างๆ ที่จะมอบฉันทะที่มีรายละเอียดชัดเจน พร้อมกับหนังสือเชิญประชุม และระบุถึงเอกสารและหลักฐานที่ต้องใช้ในการมอบฉันทะอย่างชัดเจน โดยผู้ถือหุ้นสามารถมอบหมายให้ตัวแทนของผู้ถือหุ้นหรือกรรมการอิสระของบริษัท เข้าร่วมประชุมและออกเสียงลงคะแนนแทนตนในการประชุมผู้ถือหุ้นได้ โดยบริษัทจะแจ้งในหนังสือเชิญประชุมถึงรายชื่อกรรมการอิสระที่ผู้ถือหุ้นสามารถมอบฉันทะได้อย่างน้อย 1 ท่าน ทั้งนี้ บริษัทจะเผยแพร่หนังสือเชิญประชุมและหนังสือมอบฉันทะแบบต่างๆ พร้อมทั้งรายละเอียดและขั้นตอนต่างๆ บนเว็บไซต์ของบริษัท

นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายในการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้น โดยการให้สิทธิแก่ผู้ถือหุ้นสามารถส่งเอกสารมอบฉันทะเพื่อมอบฉันทะให้แก่กรรมการอิสระล่วงหน้าก่อนการประชุมได้ โดยไม่จำเป็นต้องส่งในวันประชุมผู้ถือหุ้นเท่านั้น และเพื่อสนับสนุนให้นักลงทุนสถาบัน และ/หรือคัสโตเดียนเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้น บริษัทได้เปิดโอกาสให้มีการตรวจสอบรายชื่อ ข้อมูลและเอกสารประกอบการลงทะเบียนเพื่อเข้าร่วมการประชุมก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น รวมทั้งการจัดเจ้าหน้าที่ของบริษัทไปรับหนังสือมอบฉันทะและเอกสารประกอบการประชุมจากผู้ลงทุนสถาบัน หากมีผู้ถือหุ้นร้องขอมายังบริษัท ในกรณีนี้ บริษัทยังได้จัดเตรียมอาคารแสดมปีไว้ให้บริการแก่ผู้ถือหุ้นที่มอบฉันทะให้บุคคลอื่นโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย

ทั้งนี้บริษัทจะเปิดเผยให้ผู้ถือหุ้นทราบถึงผลการลงคะแนนของแต่ละวาระในการประชุมสามัญและวิสามัญผู้ถือหุ้นภายในวันทำการถัดไปหลังวันประชุมบนเว็บไซต์ของบริษัท

การเข้าถึงข้อมูลบริษัท

บริษัทไม่เลือกปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นพิเศษไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่หรือผู้ถือหุ้นส่วนน้อย หรือผู้ถือหุ้นชาวไทยหรือต่างชาติ โดยผู้ถือหุ้นมีสิทธิเข้าถึงข้อมูลของบริษัทซึ่งเปิดเผยต่อผู้ถือหุ้นและประชาชนได้อย่างเท่าเทียมกัน ผ่านเว็บไซต์ของบริษัทที่ www.planbmedia.co.th หรือสามารถติดต่อฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ที่หมายเลขโทรศัพท์ +66 (0) 2530-8053 ต่อ 134 หรืออีเมลล์ irplanb@planbmedia.co.th

หมวดที่ 3 บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทตระหนักและรับรู้ถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มไม่ว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้เสียภายใน ได้แก่ ผู้ถือหุ้น พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียภายนอก ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า เจ้าหนี้ คู่แข่ง ภาครัฐ และหน่วยงานอื่นๆ รวมทั้งชุมชนใกล้เคียงที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากบริษัทได้รับการสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ ซึ่งสร้างความสามารถในการแข่งขันและสร้างกำไรให้บริษัทซึ่งถือว่าการสร้างคุณค่าในระยะยาวให้กับบริษัทโดยมีการกำหนดนโยบาย ดังนี้

3.1) นโยบายต่อกรรมการและผู้บริหาร

บริษัทมีนโยบายที่จะป้องกันไม่ให้กรรมการและผู้บริหารใช้สถานภาพของตนเพื่อหาผลประโยชน์ส่วนตัว โดยกรรมการและผู้บริหารจะต้องละเว้นจากการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัท นอกจากนี้ กรรมการและผู้บริหารที่มีส่วนได้เสียอย่างมีนัยสำคัญในลักษณะที่อาจทำให้กรรมการหรือผู้บริหารรายดังกล่าวไม่สามารถให้ความเห็นได้อย่างอิสระ จะไม่ได้รับอนุญาตให้มีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กรรมการจะถูกห้ามไม่ให้พิจารณาหรือลงคะแนนเสียงในเรื่องที่ตนมีส่วนได้เสียที่เป็นประโยชน์รวมถึงธุรกรรมระหว่างบริษัทและบริษัทย่อยกับบุคคลผู้มีส่วนได้เสีย

3.2) นโยบายและแนวปฏิบัติต่อพนักงาน

บริษัทตระหนักว่า พนักงานเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของการบรรลุเป้าหมายของบริษัทที่มีคุณค่าจึงเป็นนโยบายของบริษัทที่จะให้การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม ทั้งในด้านโอกาส ผลตอบแทน การแต่งตั้ง โยกย้าย ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพ เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายดังกล่าว บริษัทจึงมีหลักปฏิบัติดังนี้

- 1) ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความสุภาพ และให้ความเคารพต่อความเป็นปัจเจกชน
- 2) ให้ผลตอบแทนต่อพนักงานที่เป็นธรรมเหมาะสมและสอดคล้องกับการจ่ายผลตอบแทนของอุตสาหกรรมเดียวกัน ตลอดจนให้ความสำคัญในด้านการดูแลสวัสดิการของพนักงาน ซึ่งมากกว่าที่กฎหมายกำหนด เช่น การจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพพนักงาน การจัดกิจกรรม 5 ส การดูแลรักษา สภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยและถูกสุขลักษณะอนามัย รวมถึงการจัดให้มีการตรวจสุขภาพพนักงานเป็นประจำทุกปีด้วย
- 3) ดูแลรักษาสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของพนักงาน โดยในปี 2562 บริษัทไม่มีสถิติการเกิดอุบัติเหตุร้ายแรง ไม่มีพนักงานที่เสียชีวิตหรือได้รับบาดเจ็บสาหัสแต่อย่างใด
- 4) การแต่งตั้ง โยกย้าย รวมถึงการให้รางวัลและการลงโทษพนักงานกระทำด้วยความสุจริตใจ และตั้งอยู่บนพื้นฐานความรู้ ความสามารถและความเหมาะสมของพนักงานนั้น

- 5) ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานให้โอกาสอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ โดยบริษัทได้จัดให้มีการฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอก ซึ่งจะพิจารณาหลักสูตรที่เหมาะสมกับธุรกิจของบริษัท เพื่อพัฒนาความสามารถของพนักงานให้เกิดศักยภาพในการปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ ได้แก่ หลักสูตร Creative and Innovation thinking, หลักสูตร Strategic Creative, หลักสูตร Magnetic & Audience Measurement, หลักสูตร Professional Sales Workshop, หลักสูตร Upward Feedback for Leadership เป็นต้น ทั้งนี้ในปี 2563 จำนวนชั่วโมงเฉลี่ยการฝึกอบรมพนักงาน ทั้งจาก หลักสูตรภายในองค์กรและหลักสูตรภายนอกองค์กรมีดังนี้

จำนวน พนักงาน	จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมของพนักงานทั้ง ปี (ชั่วโมง)	จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ยต่อคน ต่อปี (ชั่วโมง)
463	6,236	13.46*

*คำนวณจากจำนวนฝึกอบรมรวม/จำนวนพนักงานเฉลี่ยต้นปีและปลายปี 2563

- 6) รับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานความรู้ทางวิชาชีพของพนักงาน
- 7) ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพนักงานอย่างเคร่งครัด

3.3) นโยบายและแนวปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้น

บริษัทตระหนักอยู่เสมอว่าผู้ถือหุ้นคือ เจ้าของกิจการ และบริษัทมีหน้าที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว จึงกำหนดให้กรรมการผู้บริหารและพนักงานต้องปฏิบัติตามแนวทางดังต่อไปนี้

- 1) ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตลอดจนตัดสินใจดำเนินการใดๆ ตามหลักการของวิชาชีพ ด้วยความระมัดระวัง รอบคอบและเป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้นทั้งรายใหญ่และรายย่อย เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นโดยรวม
- 2) นำเสนอรายงานสถานภาพของบริษัทผลประกอบการ ฐานะข้อมูลทางการเงิน การบัญชี และรายงานอื่น ๆ โดยสม่ำเสมอ และครบถ้วนตามความเป็นจริง
- 3) แจ้งให้ผู้ถือหุ้นทุกรายทราบอย่างเท่าเทียมกัน ถึงแนวโน้มในอนาคตของบริษัททั้งในด้านบวกและด้านลบ ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นไปได้ มีข้อมูลสนับสนุนและมีเหตุผลเพียงพอ
- 4) ห้ามไม่ให้แสวงหาผลประโยชน์ให้ตนเอง และผู้อื่นโดยใช้ข้อมูลใดๆ ของบริษัทซึ่งยังมิได้เปิดเผยต่อสาธารณะ หรือดำเนินการใดๆ ในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัท

3.4) นโยบายและแนวปฏิบัติต่อลูกค้า

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้า จึงได้กำหนดนโยบายในการปฏิบัติต่อลูกค้าดังนี้

- 1) บริการลูกค้าด้วยความสุภาพ มีความกระตือรือร้น พร้อมให้บริการ ด่วนรับด้วยความจริงใจ เต็มใจ ตั้งใจ และใส่ใจ ดูแลผู้รับบริการดุจญาติสนิท บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง และน่าเชื่อถือ
- 2) รักษาความลับของลูกค้า และไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ของตนเองหรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยมิชอบ
- 3) ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เพียงพอ และทันต่อเหตุการณ์แก่ลูกค้าเพื่อให้ทราบเกี่ยวกับบริการ โดยไม่มีการโฆษณาเกินความเป็นจริงที่เป็นเหตุให้ลูกค้าเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณภาพ หรือเงื่อนไขใด ๆ ของบริการของบริษัท
- 4) ให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการให้บริการของบริษัทให้มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์กับลูกค้าสูงสุด

3.5) นโยบายและแนวปฏิบัติต่อลูกค้า

บริษัทมีนโยบายให้พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม ซื่อสัตย์ และไม่เอาเปรียบลูกค้า คำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมทั้งสองฝ่าย โดยคัดเลือกลูกค้าด้วยความเป็นธรรม คำนึงถึงชื่อเสียง ความสามารถ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ สถานะภาพทางการเงิน ความถูกต้องตามกฎหมาย ตลอดจนยึดหลักการปฏิบัติที่เสมอภาค เน้นความโปร่งใส และความตรงไปตรงมาในการดำเนินธุรกิจ และจะปฏิบัติต่อลูกค้าให้เป็นไปตามข้อตกลงในสัญญาและจรรยาบรรณของบริษัทอย่างเคร่งครัด หลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การเจรจาแก้ปัญหาตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์ทางธุรกิจ โดยมีแนวปฏิบัติดังนี้

- 1) ไม่เรียก หรือรับ หรือจ่ายผลประโยชน์ใดๆ ที่ไม่สุจริตในการค้ากับลูกค้า
- 2) กรณีที่มีข้อมูลว่ามีการเรียก หรือรับ หรือการจ่ายผลประโยชน์ใดๆ ที่ไม่สุจริตเกิดขึ้น ต้องเปิดเผยรายละเอียดต่อลูกค้าและร่วมกันแก้ไขปัญหาโดยยุติธรรมและรวดเร็ว
- 3) ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่างๆ ที่ตกลงกันไว้อย่างเคร่งครัด กรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อใดได้ ต้องรีบแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า เพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไขปัญหา

3.6) นโยบายและแนวปฏิบัติต่อเจ้าหน้าที่

บริษัทปฏิบัติต่อเจ้าหน้าที่อย่างเป็นธรรม มีความรับผิดชอบและโปร่งใส ปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อกำหนดของสัญญาและพันธะทางการเงินอย่างเคร่งครัดโดยเฉพาะเรื่องเงื่อนไขค่าประกัน การบริหารเงินทุนและการชำระหนี้ ตลอดจนไม่ใช้วิธีการที่ไม่สุจริต ปกปิดข้อมูลหรือข้อเท็จจริงอันจะทำให้เจ้าหน้าที่เกิดความเสียหาย กรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่งต้องรีบแจ้งให้เจ้าหน้าที่ทราบล่วงหน้า เพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไข

3.7) นโยบายและแนวปฏิบัติต่อคู่แข่ง

บริษัทมีนโยบายที่จะปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้า โดยไม่ละเมิดความลับหรือล่วงรู้ความลับทางการค้าของคู่แข่งด้วยวิธีใดๆ จึงกำหนดหลักนโยบายดังนี้

- 1) ประพฤติปฏิบัติภายใต้กรอบกติกาของการแข่งขันที่ดี
- 2) ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่เหมาะสม
- 3) ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาในทางร้าย
- 4) สนับสนุนและส่งเสริมการค้าเสรี เป็นธรรมไม่ผูกขาดหรือกำหนดให้ลูกค้าของบริษัทต้องทำการค้ากับบริษัทเท่านั้น
- 5) สนับสนุนการร่วมมือกับคู่แข่งทางการค้าที่เป็นประโยชน์ของผู้บริโภค มิใช่เป็นไปเพื่อการผูกขาดการจัดสรรรายได้และส่วนแบ่งการตลาด การลดคุณภาพของสินค้าและบริการ การกำหนดราคาสินค้าและบริการ อันจะก่อให้เกิดผลเสียต่อผู้บริโภคในภาพรวม

3.8) นโยบายและแนวปฏิบัติต่อสังคม / ชุมชน

บริษัทมีนโยบายที่จะดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมและยึดมั่นการปฏิบัติตนเป็นพลเมืองที่ดี และปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน บริษัทจะมุ่งมั่นในการพัฒนาส่งเสริม ยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคมและชุมชนอันเป็นที่บริษัทตั้งอยู่ให้มีคุณภาพดีขึ้นพร้อมๆ กับการเติบโตของบริษัทจึงผลักดันนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมให้มีอยู่ในทุกภาคส่วนขององค์กรตั้งแต่ระดับนโยบายหลักของบริษัทไปจนถึงระดับปฏิบัติการ โดยบริษัทเชื่อว่าการดำเนินธุรกิจอย่างมีจิตสำนึกต่อสังคมและส่วนรวมจะเป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญอันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งในระดับชุมชนและในระดับประเทศ

3.9) นโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

คณะกรรมการบริษัท มีนโยบายยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรมและแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี ควบคู่ไปกับการมีความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยบูรณาการกับวิสัยทัศน์พันธกิจ กลยุทธ์ และเป้าหมายขององค์กรเพื่อนำไปสู่การสร้างความสำเร็จก้าวหน้าในเชิงธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยเคารพสิทธิมนุษยชน ปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภค สนับสนุนและมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนสังคม และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ทำนุบำรุงศาสนา อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและพลังงาน รวมทั้งสนับสนุนการศึกษาและกิจกรรมสาธารณประโยชน์แก่ชุมชนหรือผู้ด้อยโอกาสให้มีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ยังเสริมสร้างคุณภาพชีวิต อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนรักษาภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของพนักงานอยู่เสมอ บริษัทมีการส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรการประหยัดพลังงานและนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งอาจไม่ได้ส่งผลที่เป็นรูปธรรมชัดเจน แต่เป็นการปลูกฝังให้เกิดจิตสำนึกและการปฏิบัติของบุคลากรในองค์กร

ทั้งนี้ บริษัทมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการจัดการสิ่งแวดล้อมซึ่งได้ถูกกำหนดและนำมาใช้กับพนักงานทั่วทั้งองค์กร ด้วยการส่งเสริมให้มีการให้ความรู้และฝึกอบรมแก่พนักงาน เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อชุมชนสิ่งแวดล้อมและสังคมส่วนรวมให้เกิดขึ้นในพนักงานทุกระดับและสนับสนุนให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่บริษัทจัดขึ้น

นโยบายเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ

บริษัทมีนโยบายเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ ซึ่งเป็นนโยบายที่ส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

1) การละเมิดสิทธิมนุษยชน

บริษัทมีนโยบายที่จะให้ความเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกรายโดยปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน และหลักการเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานตามเกณฑ์สากล โดยไม่แบ่งแยกถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ เพศ อายุ สีผิว ศาสนา ความพิการ ฐานะชาติตระกูล สถานศึกษา หรือสถานะอื่นใดที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการปฏิบัติงาน รวมทั้งให้ความเคารพต่อความเป็นปัจเจกชนและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

2) การต่อต้านการทุจริตและการติดสินบน

บริษัทต่อต้านการทุจริตและการติดสินบนทุกรูปแบบ และมีนโยบายที่จะสนับสนุนให้พนักงานดำรงตนให้ถูกต้องตามกฎหมาย เป็นพลเมืองที่ดีของสังคมและประเทศชาติ ตลอดจนส่งเสริมให้คู่ค้าของบริษัทดำเนินธุรกิจโดยถูกต้องตามกฎหมายด้วยความโปร่งใสโดยมีเป้าหมายในการสร้างความร่วมมือในการจรรโลงสังคมให้เจริญรุดหน้าอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ เพื่อแสดงจุดยืนของบริษัทในการต่อต้านการทุจริตและการติดสินบน รวมถึงเพื่อกำหนดกฎเกณฑ์และแนวปฏิบัติให้กรรมการผู้บริหาร และพนักงานยึดถือปฏิบัติ บริษัทจึงได้มีการกำหนดนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันและได้มีการเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของบริษัท

3) การให้และการรับของขวัญ

พนักงานจะต้องไม่เรียกรับของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดจากผู้รับเหมา ผู้ค้า ผู้ขาย ผู้ร่วมทุน หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท

พนักงานจะต้องไม่ให้หรือรับของขวัญ ทรัพย์สินหรือประโยชน์อื่นใดที่อาจทำให้เกิดอิทธิพลในการตัดสินใจเว้นแต่กรณีปกติประเพณีนิยมที่มีการให้ของขวัญแก่กัน และอยู่ในราคาที่เหมาะสมหากมีข้อสงสัยว่าการรับนั้นไม่เหมาะสมผู้บังคับบัญชาที่มีอำนาจสั่งให้ส่งคืนผู้ให้

4) การบริจาคเพื่อการกุศล

เพื่อเป็นการตอบแทนสังคม บริษัทสามารถบริจาคเพื่อการกุศล ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของตัวเงินหรือรูปแบบอื่นๆ เพื่อให้มั่นใจว่าการบริจาคเพื่อการกุศลไม่ถูกนำไปใช้เป็นวิธีการหลีกเลี่ยงในการให้สินบน ดังนั้น ในการบริจาคเพื่อการกุศล พนักงาน และ/หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องจัดทำเอกสารซึ่งระบุรายละเอียดเกี่ยวกับโครงการบริจาคเพื่อการกุศล เพื่อเสนอให้กรรมการผู้จัดการพิจารณาอนุมัติ

นอกจากการเผยแพร่นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตและการติดสินบนผ่านเว็บไซต์ของบริษัทแล้วแต่เพื่อให้พนักงานในบริษัททราบถึงนโยบายดังกล่าว บริษัทได้มีการสื่อสารและอบรมผู้บริหารและพนักงานผ่านการปฐมนิเทศสำหรับพนักงานใหม่

ในการนี้ หากผู้ใดพบเห็นการกระทำที่อาจทำให้เกิดความสงสัยได้ว่าเป็นการทุจริตและการติดสินบน สามารถแจ้งเบาะแสและยื่นข้อร้องเรียนได้ที่ companysecretary@planbmedia.co.th ซึ่งเป็นการส่งตรงถึงผู้ที่เกี่ยวข้องระดับสูงขององค์กร โดยผู้ร้องเรียนสามารถมั่นใจได้ว่า ผู้รับเรื่องร้องเรียนจะเก็บข้อมูลของผู้ร้องเรียนไว้เป็นความลับ เพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียนรวมทั้งจะแต่งตั้งบุคคลเพื่อตรวจสอบติดตามทุกเบาะแสที่มีการแจ้งเข้ามา ทั้งนี้ บริษัทจะดำเนินการประเมินความเสี่ยงในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องหรือสัมผัสเสี่ยงต่อการทุจริตและการติดสินบนอย่างสม่ำเสมอ

5) การไม่ล่วงละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์

บริษัทมีนโยบายไม่ใช้และไม่สนับสนุนการล่วงละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา โดยกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ในซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ด้วยการดาวน์โหลดและ/หรือ ติดตั้งโปรแกรมใดๆ ซึ่งไม่ได้ดำเนินการโดยฝ่ายเทคโนโลยีและสารสนเทศของบริษัท ทั้งนี้ ยังกำหนดให้ฝ่ายเทคโนโลยีและสารสนเทศตรวจสอบเป็นประจำเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ในซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ รวมถึงส่งเสริมให้มีการให้ความรู้และฝึกอบรมแก่พนักงาน เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกเกี่ยวกับการเคารพและการสร้างสรรค์ทรัพย์สินทางปัญญาและงานอันมีลิขสิทธิ์ให้เกิดขึ้นในหมู่พนักงานทุกระดับ และสนับสนุนให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่บริษัทจัดขึ้น

6) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยกำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลข่าวสาร เพื่อป้องกันและลดโอกาสที่ข้อมูลสำคัญหรือเป็นความลับถูกเผยแพร่ออกไปภายนอกโดยเจตนาหรือโดยความประมาท โดยได้มีการกำหนดแนวปฏิบัติด้านการดูแลการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำหรับเอกสารและข้อมูลที่ถือเป็นความลับของบริษัทจะจัดเก็บโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไว้ในระบบงานของหน่วยงานนั้นๆ ซึ่งหน่วยงานอื่นไม่สามารถเข้าถึงได้ อันเป็นการจำกัดการเข้าถึงข้อมูลเฉพาะบุคคลที่เป็นคณะทำงานเท่านั้น

นอกจากนี้ บริษัทยังกำหนดให้ฝ่ายเทคโนโลยีและสารสนเทศจัดเก็บข้อมูลการใช้งานของพนักงานไว้ ตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์พ.ศ. 2550 และประกาศกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เรื่องหลักเกณฑ์การเก็บรักษาข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ของผู้ให้บริการ

7) การแจ้งเรื่องร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแสการกระทำผิด (Whistle Blower)

บริษัทส่งเสริมให้ผู้บริหารและพนักงาน ดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง โปร่งใส ยุติธรรมและสามารถตรวจสอบได้ โดยสอดคล้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท จึงได้จัดให้มีนโยบายการแจ้งเบาะแสการกระทำที่ไม่ถูกต้องหรือข้อร้องเรียนและให้ความคุ้มครอง

บริษัทได้จัดให้มีกระบวนการและช่องทางในการรับและจัดการกับข้อร้องเรียนของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยสามารถติดต่อหรือร้องเรียนในเรื่องที่อาจเป็นปัญหาโดยร้องเรียนต่อคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งเป็นกรรมการอิสระ ดังนี้

- 1) ทางไปรษณีย์ ที่คณะกรรมการตรวจสอบ บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) เลขที่ 1213/420 ซอยลาดพร้าว 94 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310
- 2) ทาง e-mail ที่ auditcommittee@planbmedia.co.th
- 3) หรือส่งโดยตรงผ่านเลขานุการบริษัทที่ e-mail : companysecretary@planbmedia.co.th โทรศัพท์ : +66 (0) 2530-8053-6 ต่อ 422) ในการนี้ผู้ร้องเรียนสามารถมั่นใจได้ว่าบริษัทมีมาตรการในการเก็บข้อมูลของผู้ร้องเรียนไว้เป็นความลับและคุ้มครองผู้ให้ข้อมูล

สำหรับพนักงานของบริษัท เนื่องด้วยบริษัทเชื่อว่าพนักงานเป็นปัจจัยหลักและเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นเพื่อให้กระบวนการพิจารณาเป็นไปด้วยความยุติธรรมและเสมอภาค บริษัทจึงได้เปิดช่องทางให้กับพนักงานสามารถยื่นเรื่องร้องทุกข์หรือข้อร้องเรียน เช่น แจ้งให้พนักงานทราบถึงวิธีการและขั้นตอนการร้องทุกข์หรือข้อร้องเรียน รวมทั้งความคุ้มครองแก่พนักงานผู้ยื่นเรื่องร้องทุกข์หรือข้อร้องเรียน และ/หรือ พยานผู้ให้ข้อมูลจากการปฏิบัติไม่เป็นธรรม เช่น การโยกย้ายหน้าที่การงาน การลงโทษทางวินัย เป็นต้น โดยระบุเป็นลายลักษณ์อักษรไว้ในแนวปฏิบัติการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และประกาศให้กับพนักงานทราบโดยทั่วกัน

ทั้งนี้ในปี 2563 ไม่ปรากฏว่ามีข้อร้องเรียนหรือข้อสงสัย และไม่พบการกระทำในลักษณะที่เป็นการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมธุรกิจ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง กฎเกณฑ์ของสำนักงาน ก.ล.ต. และ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การคุ้มครองผู้ให้ข้อมูลหรือแจ้งเบาะแส

คณะกรรมการบริษัท กำหนดนโยบายและแนวทางในการคุ้มครองผู้ให้ข้อมูล หรือแจ้งเบาะแสดูแลผู้กระทำผิด โดยจะเก็บรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลไว้เป็นความลับ โดยผู้ได้รับข้อมูลจากการปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าว มีหน้าที่เก็บรักษาข้อมูล ข้อร้องเรียน และเอกสารหลักฐานของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลไว้เป็นความลับ ห้ามเปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลที่ไม่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง เว้นแต่เป็นการเปิดเผยตามหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด

8) การมีส่วนได้เสียและความขัดแย้งทางผลประโยชน์

คณะกรรมการบริษัท ตระหนักถึงความสำคัญในการป้องกันความขัดแย้งของผลประโยชน์ โดยมีนโยบายและแนวทางปฏิบัติดังนี้

1. ในการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ คณะกรรมการบริษัทจะมีการดูแลอย่างรอบคอบเมื่อเกิดรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยมีการกำหนดนโยบายและขั้นตอนการอนุมัติรายการที่เกี่ยวข้องกันไว้เป็นลายลักษณ์อักษรไว้ในระเบียบอำนาจอนุมัติและดำเนินการ และ/หรือขออนุมัติจากผู้ถือหุ้นตามข้อกำหนดของ ตลท. รวมทั้งมีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของ ตลท. โดยราคาและเงื่อนไขเสมือนทำรายการกับบุคคลภายนอก (Arm's Length Basis)
2. กรณีที่คณะกรรมการบริษัท เป็นผู้มีส่วนอำนาจอนุมัติรายการระหว่างกัน จะต้องมีการกรณิการอิสระหรือกรรมการตรวจสอบเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัทด้วย
3. คณะกรรมการตรวจสอบจะนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท เกี่ยวกับรายการที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์และรายการที่เกี่ยวข้องกันอย่างสม่ำเสมอโดยบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ไม่มีสิทธิออกเสียงหรืออนุมัติรายการนั้น
4. ในกรณีที่มีการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันที่เข้าข่ายจะต้องเปิดเผยข้อมูลหรือขออนุมัติจากผู้ถือหุ้นตามข้อกำหนดของ ตลท. ก่อนการทำรายการ บริษัทได้มีการเปิดเผยรายละเอียด อาทิ ชื่อ ความสัมพันธ์ของบุคคลที่เกี่ยวข้อง นโยบายการกำหนดราคามูลค่าของรายการ เหตุผลของการทำรายการ รวมทั้งความเห็นของคณะกรรมการบริษัทเกี่ยวกับรายการดังกล่าวให้ผู้ถือหุ้นทราบอย่างชัดเจน

5. ในการทำรายการระหว่างกันในลักษณะที่เป็นการให้ความช่วยเหลือทางการเงิน คณะกรรมการบริษัทได้มีการกำหนดแนวทางในการทำรายการระหว่างกันลักษณะที่เป็นการให้ความช่วยเหลือทางการเงินไว้ในระเบียบอำนาจอนุมัติและดำเนินการ ที่ผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท

6. คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานที่ได้รับทราบข้อมูลภายใน ไม่ทำการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ของบริษัทในช่วง 1 เดือน ก่อนงบการเงินเผยแพร่ต่อสาธารณชน

7. คณะกรรมการบริษัท กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง (ตามคำนิยามของ ก.ล.ต. และ ตลท.) ต้องจัดทำรายงานการมีส่วนได้เสียของตนและจัดส่งให้กับบริษัทและให้เลขานุการบริษัทสรุปรายงานการมีส่วนได้เสียของกรรมการ ผู้บริหารและบุคคลที่เกี่ยวข้องของบริษัทรวมถึงรายการที่มีการเปลี่ยนแปลง ต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อรับทราบเป็นประจำทุก 6 เดือน

8. คณะกรรมการบริษัท กำหนดให้มีการเปิดเผยรายการระหว่างกันที่มีสาระสำคัญ โดยแสดงรายละเอียดชื่อบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ความสัมพันธ์ ลักษณะของรายการ เงื่อนไข นโยบายการกำหนดราคา และมูลค่าของรายการ เหตุผลความจำเป็น และความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบและ/หรือคณะกรรมการบริษัท ไว้ในรายงานสารสนเทศ และ/หรือแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และรายงานประจำปีของบริษัท

9) นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญในการต่อต้านการทุจริตหรือคอร์รัปชัน ยึดมั่นคุณธรรม จริยธรรม บริหารงานด้วยความโปร่งใส และรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดแนวทางในการประพฤติปฏิบัติที่เหมาะสมของคณะกรรมการ ฝ่ายบริหาร และพนักงานในจริยธรรมทางธุรกิจและจรรยาบรรณพนักงาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ “บรรษัทภิบาล” ของบริษัท

การทุจริตหรือคอร์รัปชัน หมายถึง “การปฏิบัติหรือละเว้นการปฏิบัติในตำแหน่งหน้าที่หรือใช้อำนาจในตำแหน่งหน้าที่โดยมิชอบ การฝ่าฝืนกฎหมาย จริยธรรม ระเบียบหรือนโยบายของบริษัทเพื่อแสวงหาประโยชน์อันมิควรได้ ทั้งนี้ ในรูปแบบต่างๆ เช่น การเรียกรับ เสนอ หรือให้ทรัพย์สิน รวมถึงประโยชน์อื่นใดกับเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือบุคคลอื่นใดที่ทำธุรกิจกับบริษัท เป็นต้น”

นอกจากนั้น บริษัทได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับการต่อต้านทุจริตหรือคอร์รัปชัน เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปฏิบัติ ดังนี้

- กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานจะไม่กระทำหรือสนับสนุนการทุจริตหรือคอร์รัปชันไม่ว่ากรณีใดๆ และจะปฏิบัติตามมาตรการต่อต้านการทุจริตหรือคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด
- กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานมีหน้าที่ปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการต่อต้านการทุจริตหรือคอร์รัปชันโดยคณะกรรมการบริษัทมอบหมายให้ฝ่ายบริหารนำมาตรการต่อต้านการทุจริตหรือคอร์รัปชันไปสื่อสารและปฏิบัติตาม
- สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ซื่อสัตย์และยึดมั่นในความเป็นธรรม
- จัดให้มีการฝึกอบรมแก่พนักงานภายในองค์กร เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตต่อหน้าที่ และพร้อมจะนำหลักการและจรรยาบรรณในนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นหลักปฏิบัติในการดำเนินงานด้วยความเคร่งครัดและเป็นไปตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทั่วทั้งองค์กร
- บริษัทจัดให้มีกระบวนการบริหารงานบุคลากรที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทต่อมาตรการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ตั้งแต่การคัดเลือก การอบรม การประเมินผลงาน การให้ผลตอบแทน และการเลื่อนตำแหน่ง

- บริษัทจัดให้มีการตรวจสอบภายใน เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าระบบการควบคุมภายในช่วยให้บริษัทบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้ รวมทั้งตรวจสอบการปฏิบัติงานของทุกหน่วยงานให้เป็นไปตามข้อกำหนดกฎระเบียบ และช่วยค้นหาข้อบกพร่อง จุดอ่อน รวมถึงให้คำแนะนำในการพัฒนาระบบการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- ให้ความร่วมมือกับภาครัฐในการกำหนดให้ทุกหน่วยงานที่เป็นคู่สัญญากับภาครัฐ เปิดเผยแบบแสดงบัญชีรายรับ – รายจ่าย ต่อสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามทุจริตแห่งชาติ(ป.ป.ช.)
- กำหนดให้เลขานุการบริษัทและผู้จัดการตรวจสอบภายใน เป็นบุคคลที่ทำหน้าที่ให้เกิดการกำกับดูแลกิจการที่ดี

แนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

บุคลากรทุกระดับของบริษัทต้องปฏิบัติตามแนวทางที่ได้กำหนดไว้ ดังนี้

- ปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน การให้หรือรับสินบน จรรยาบรรณธุรกิจ รวมทั้งกฎระเบียบ และข้อบังคับของบริษัทโดยต้องไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน ในทุกรูปแบบ ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม
- ไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นการแสดงถึงเจตนาว่าเป็นการทุจริตคอร์รัปชัน การให้หรือรับสินบน แก่ผู้ที่มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัทในเรื่องที่ตนมีหน้าที่รับผิดชอบ ทั้งทางตรงหรือโดยอ้อม เพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์แก่องค์กร ตนเอง หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง
- ไม่ละเลยหรือเพิกเฉย เมื่อพบเห็นการกระทำที่เข้าข่ายการทุจริตและคอร์รัปชันที่เกี่ยวข้องกับบริษัทโดยถือเป็นหน้าที่ที่ต้องแจ้งให้ผู้บังคับบัญชา หรือบุคคลที่รับผิดชอบได้ทราบ และให้ความร่วมมือในการตรวจสอบข้อเท็จจริงต่างๆ
- ในการดำเนินการใดๆ ที่อาจมีความเสี่ยงต่อการเกิดการทุจริตและคอร์รัปชัน บุคลากรทุกระดับของบริษัทจะต้องปฏิบัติโดยเฉพาะในเรื่องดังต่อไปนี้ ด้วยความระมัดระวัง
 - การให้ หรือรับของขวัญ ของกำนัล การเลี้ยงรับรอง และค่าใช้จ่ายอื่นที่เกี่ยวข้อง ให้เป็นไปตามแนวปฏิบัติที่ดีที่กำหนดไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจ รวมถึงนโยบายการต่อต้านคอร์รัปชัน การให้หรือรับสินบนบริษัท
 - การให้เงินบริจาคเพื่อการกุศล จะต้องกระทำในนามบริษัทแก่องค์กรใดๆ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ต่อสังคม โดยต้องเป็นองค์กรที่เชื่อถือได้ มีใบรับรอง และต้องดำเนินการด้วยความโปร่งใส ผ่านขั้นตอนตามระเบียบของบริษัทที่กำหนดไว้ และถูกต้องตามกฎหมาย ตลอดจนมีการติดตามและตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจว่าเงินบริจาคไม่ได้ถูกนำไปใช้เพื่อเป็นข้ออ้างในการติดสินบน
 - การให้เงินสนับสนุน ไม่ว่าจะเงิน วัตถุหรือทรัพย์สิน แก่กิจกรรมหรือโครงการใด ต้องมีการระบุชื่อบริษัท โดยการให้การสนับสนุนนั้นต้องมีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมธุรกิจ ภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท และต้องดำเนินการด้วยความโปร่งใส ผ่านขั้นตอนตามระเบียบของบริษัทที่กำหนดไว้ และถูกต้องตามกฎหมาย
 - ความสัมพันธ์ทางธุรกิจและการจัดซื้อ จัดจ้างกับภาครัฐ หรือเอกชน รวมถึง การติดต่อกับกับภาครัฐหรือเจ้าหน้าที่ภาครัฐ หรือเอกชน ตลอดจนบุคคลที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจของบริษัท จะต้องเป็นไปด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์ และต้องดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

- บริษัทมีนโยบายเป็นกลางทางการเมือง โดยบุคลากรทุกคนมีสิทธิและเสรีภาพทางการเมืองตามกฎหมาย แต่พึงตระหนักที่จะไม่ดำเนินการ หรือดำเนินกิจกรรมใดๆ รวมถึงการนำทรัพยากรใดๆ ของบริษัท ไปใช้เพื่อดำเนินการหรือกิจกรรมทางการเมือง อันจะทำให้บริษัทสูญเสียความเป็นกลางหรือได้รับความเสียหายจากการเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องและการให้ความช่วยเหลือทางการเมือง

มาตรการ/แนวทางดำเนินงาน

- บริษัทสนับสนุนและส่งเสริมให้บุคลากรทุกระดับเห็นความสำคัญและมีจิตสำนึกในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน รวมทั้งจัดให้มีการควบคุมภายในเพื่อป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน การให้หรือรับสินบน ในทุกรูปแบบ
- แนวปฏิบัติในการต่อต้านการคอร์รัปชันนี้ครอบคลุมไปถึงกระบวนการบริหารงานบุคคล ตั้งแต่การสรรหาหรือการคัดเลือกบุคลากร การเลื่อนตำแหน่ง การฝึกอบรม การประเมินผลการปฏิบัติงานและการให้ผลตอบแทนแก่พนักงาน โดยกำหนดให้ผู้บังคับบัญชาทุกระดับ มีหน้าที่สื่อสารทำความเข้าใจกับพนักงานผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนำไปใช้ปฏิบัติในกิจกรรมทางธุรกิจที่อยู่ในความรับผิดชอบ และควบคุมดูแลการปฏิบัติให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับแนวปฏิบัติ
- บริษัทจะให้ความสำคัญและคุ้มครองพนักงาน หรือบุคคลอื่นใดที่แจ้งเบาะแสหรือหลักฐานเรื่องการทุจริตคอร์รัปชัน ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทรวมถึงพนักงานที่ปฏิเสธ ต่อการกระทำ โดยใช้มาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน หรือผู้ที่ให้ความร่วมมือในการรายงานการทุจริตคอร์รัปชัน ตามที่กำหนดไว้ในนโยบายการแจ้งเรื่องร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแสการกระทำผิด (Whistle Blower)
- ผู้ที่กระทำการทุจริตคอร์รัปชัน ถือเป็นการกระทำผิดตามข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานว่าด้วยการบริหารงานบุคคล สำหรับพนักงาน ซึ่งจะต้องได้รับการพิจารณาโทษทางวินัยที่กำหนดไว้ รวมถึงอาจได้รับโทษตามกฎหมาย
- บริษัทจะสอบทานแนวปฏิบัติและมาตรการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและสภาพการดำเนินธุรกิจ

ทั้งนี้ นอกเหนือจากการบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจแล้ว บริษัทได้เพิ่มความเสี่ยงด้านการทุจริตเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารความเสี่ยง รวมไปถึงมีการดำเนินการเพื่อกำหนดและประเมินความเสี่ยงด้านการทุจริตของบริษัทอีกด้วย ซึ่งบริษัทได้เข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมปฏิบัติ (Collective Action Coalition) ของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อเป็นการส่งเสริมและผลักดันให้มีการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม โดยในปี 2563 บริษัทยังคงได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต

หมวดที่ 4 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

คณะกรรมการบริษัท มีนโยบายที่จะเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศทางการเงินและอื่นๆ ที่เกี่ยวกับธุรกิจและผลประกอบการของบริษัทที่ตรงต่อความเป็นจริง ครบถ้วน เพียงพอ สม่าเสมอ ทันเวลา แสดงให้เห็นถึงสภาพทางการเงินและการประกอบกิจการที่แท้จริงของบริษัทรวมทั้งอนาคตทางธุรกิจของบริษัท

คณะกรรมการบริษัท มุ่งมั่นที่จะดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายข้อบังคับ และระเบียบที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสอย่างเคร่งครัด จัดให้มีการเผยแพร่ข้อมูลในเว็บไซต์ของบริษัททั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ผ่านช่องทางเผยแพร่ทางสื่อมวลชน สื่อเผยแพร่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อให้ผู้ถือหุ้น และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ได้รับ

ทราบข้อมูลของบริษัทได้อย่างทั่วถึง และจะทำการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับแนวทางที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ประกาศใช้บังคับ

ความสัมพันธ์กับผู้ลงทุน

บริษัทมุ่งมั่นสร้างความสัมพันธ์กับนักลงทุนและรักษาระดับมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลแก่ผู้ถือหุ้นและกลุ่มนักลงทุนต่างๆ โดยอยู่บนหลักการของความความเท่าเทียมและสม่ำเสมอ ถูกต้องและครบถ้วนตามความเป็นจริง ทั่วถึง โปร่งใส และทันเวลา จึงได้จัดตั้งฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์เพื่อดูแลในเรื่องนี้โดยเฉพาะ

หน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์ของบริษัทรายงานตรงต่อกรรมการผู้จัดการ เพื่อทำหน้าที่ติดต่อสื่อสารกับนักลงทุนหรือผู้ถือหุ้น รวมถึงนักลงทุนสถาบันและผู้ถือหุ้นรายย่อย บริษัทจะจัดให้มีการประชุมเพื่อวิเคราะห์ผลการดำเนินงานเป็นประจำ รวมทั้งจะเผยแพร่ข้อมูลขององค์กร ข้อมูลทางการเงินและข้อมูลทั่วไปให้แก่ผู้ถือหุ้น นักวิเคราะห์หลักทรัพย์ บริษัทจัดอันดับความน่าเชื่อถือ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านทางช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ การรายงานต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และเว็บไซต์ของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญในการเปิดเผยข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้รับข่าวสารเป็นประจำผ่านช่องทางเว็บไซต์ของบริษัท ข้อมูลที่อยู่บนเว็บไซต์จะมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นวิสัยทัศน์ พันธกิจ งบการเงิน ข่าวประชาสัมพันธ์ รายงานประจำปี โครงสร้างบริษัทผู้บริหาร โครงสร้างการถือหุ้นและผู้ถือหุ้นรายใหญ่

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญต่อรายงานทางการเงิน เพื่อให้แสดงถึงสถานะทางการเงินและผลประกอบการที่แท้จริงของบริษัทโดยอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลทางบัญชีที่ถูกต้อง ครบถ้วน และเพียงพอตามมาตรฐานการบัญชีซึ่งเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป บริษัทจะเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับกรรมการแต่ละท่าน ตลอดจนบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อยในรายงานประจำปี (แบบ 56-2) และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) รวมถึงการเปิดเผยคำตอบแทนของกรรมการและผู้บริหารระดับสูงในรายงานประจำปีและแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี

นอกจากนี้คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้มีการเปิดเผยข้อมูลทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษผ่านช่องทางเว็บไซต์ของบริษัท(<http://investor-th.planbmedia.co.th>) โดยสม่ำเสมอด้วยข้อมูลที่ปัจจุบัน อนึ่ง ข้อมูลบนเว็บไซต์ของบริษัทประกอบด้วยข้อมูลต่อไปนี้

- 1) วิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัท
- 2) ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัท
- 3) รายชื่อคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดย่อยและผู้บริหาร
- 4) งบการเงิน และรายงานเกี่ยวกับฐานะการเงิน และผลการดำเนินงาน ทั้งฉบับปัจจุบันและของปีก่อนหน้า
- 5) แบบ 56-1 และรายงานประจำปีที่สามารถดาวน์โหลดได้
- 6) โครงสร้างการถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อม
- 7) โครงสร้างกลุ่มบริษัทรวมถึงบริษัทย่อย บริษัทร่วม
- 8) กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ทั้งทางตรงและทางอ้อมที่ถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 5 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้ แล้วทั้งหมดและมีสิทธิออกเสียง
- 9) หนังสือเชิญประชุมสามัญและวิสามัญผู้ถือหุ้น
- 10) นโยบายด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท
- 11) กฎบัตรหรือหน้าที่ความรับผิดชอบ คุณสมบัติ วาระการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อย รวมถึงเรื่องที่ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท

12) จรรยาบรรณสำหรับพนักงานและกรรมการของบริษัทฯ

13) ข้อมูลติดต่อหน่วยงานหรือบุคคลที่รับผิดชอบงานนักลงทุนสัมพันธ์ เช่น หมายเลขโทรศัพท์ เป็นต้น

ในปี 2563 บริษัทได้มีการติดต่อและให้ข้อมูลกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกลุ่มต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

กิจกรรม	จำนวนครั้งต่อปี
Company Visit	48
Analyst Meeting	3
Roadshow	0
Press Release	7
Opportunity Day	0

ทั้งนี้ ในปี 2563 ไม่มีเหตุการณ์ที่บริษัทถูกดำเนินการโดยหน่วยงานกำกับดูแลเนื่องจากไม่ประกาศหรือไม่เปิดเผยข้อมูลที่มีสาระสำคัญภายในระยะเวลาที่กำหนด

การรายงานของคณะกรรมการทั้งเรื่องทางการเงินและเรื่องที่ไม่ใช่ทางการเงิน

คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่ในการเปิดเผยสารสนเทศทั้งที่เป็นสารสนเทศทางการเงิน และที่ไม่ใช่ทางการเงินอย่างครบถ้วนเพียงพอ เชื่อถือได้และทันเวลา เพื่อให้ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท ได้รับสารสนเทศอย่างเท่าเทียมกัน รวมทั้งจัดทำและปรับปรุงข้อมูลบนเว็บไซต์ของบริษัทให้มีความครบถ้วนอย่างสม่ำเสมอและรวดเร็วทันเหตุการณ์ โดยสารสนเทศของบริษัทจัดทำขึ้นอย่างรอบคอบ มีความชัดเจน ถูกต้องและโปร่งใส ด้วยภาษาที่กระชับและเข้าใจง่าย

นโยบายเปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญต่อสาธารณชน

บริษัทมีนโยบายเปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญต่อสาธารณชน อาทิ เช่น ฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท โครงสร้างองค์กรและโครงสร้างการถือหุ้น รายชื่อและประวัติของคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดย่อยและคณะผู้บริหาร ปัจจัยและนโยบายเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงที่สามารถคาดการณ์ได้ ทั้งที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและการเงิน นโยบายและโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance Structures and Policies) รวมทั้งความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการบริษัทในการรายงานทางการเงิน รายงานของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน รายงานของคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ รายงานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง รายงานของคณะกรรมการตรวจสอบ ตลอดจนการเปิดเผยในรายงานประจำปีเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่กรรมการและกรรมการชุดย่อยแต่ละท่านเข้าร่วมประชุม หลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง รวมทั้งค่าตอบแทนคณะกรรมการเป็นรายบุคคล รายงานข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท ข้อมูลที่มีผลกระทบต่อราคาซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหรือต่อการตัดสินใจลงทุน หรือต่อสิทธิประโยชน์ของผู้ถือหุ้นตามประกาศของตลาดหลักทรัพย์ฯ และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลตามข้อบังคับหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง งบการเงินและรายงานประจำปี เพื่อให้นักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นผู้ถือหุ้นและผู้สนใจจะถือหุ้นในอนาคตได้ใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน ผ่านช่องทางและสื่อการเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ของตลาดหลักทรัพย์ฯ ตลอดจนผ่านเว็บไซต์ของบริษัท เป็นต้น

หมวดที่ 5 ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการบริษัท

1) โครงสร้างของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทการกำกับดูแลกิจการให้เป็นไปตามเป้าหมายและแนวทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้น โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่ปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายวัตถุประสงค์ ข้อบังคับของบริษัทและมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น โดยปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ระวังรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และเพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานของบริษัทเป็นไปในทิศทางที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย คณะกรรมการบริษัท จะดูแลให้มีการจัดทำวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย นโยบาย ทิศทางการดำเนินงาน แผนกลยุทธ์ แผนงาน และงบประมาณประจำปีของบริษัทโดยคณะกรรมการบริษัท จะร่วมแสดงความคิดเห็น เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของธุรกิจร่วมกันก่อนที่จะพิจารณาอนุมัติ และติดตามให้มีการบริหารงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยจะยึดถือตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการทั้งหมด 8 ท่าน โดยมีกรรมการซึ่งเป็นกรรมการอิสระ 3 ท่าน และกรรมการอิสระซึ่งเป็นเพศหญิง 2 ท่าน ทั้งนี้บริษัทมีกรรมการที่มีผู้บริหารมากกว่า 1 ท่าน ที่มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับธุรกิจของบริษัท อนึ่ง บริษัทมีนโยบายกำหนดให้กรรมการแต่ละคนสามารถดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่นได้ โดยเมื่อรวมบริษัทแล้วไม่เกินจำนวน 5 บริษัทจดทะเบียน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำหน้าที่ และเพื่อให้กรรมการสามารถอุทิศเวลาในการปฏิบัติหน้าที่กรรมการของบริษัทได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้กรรมการไม่ควรรับเป็นกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่นที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทและการปฏิบัติหน้าที่กรรมการ และบริษัทมีนโยบายให้กรรมการที่เป็นผู้บริหาร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหารระดับสูง ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการในบริษัทอื่นและบริษัทจดทะเบียนไม่เกิน 2 แห่ง ทั้งนี้ไม่นับรวมบริษัทย่อย บริษัทในเครือ และบริษัทร่วมทุน ของบริษัทซึ่งบริษัทมีความจำเป็นต้องเข้าไปกำกับดูแลกิจการ บริหารจัดการเพื่อรักษาผลประโยชน์ของบริษัท

บริษัทมีนโยบายจำกัดจำนวนปีในการดำรงตำแหน่งโดยรวมทุกวาระแล้วต้องไม่เกิน 9 ปี เพื่อความเป็นอิสระในการให้ความเห็นและปฏิบัติหน้าที่ในฐานะกรรมการอิสระของบริษัท ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทสามารถพิจารณาขยายระยะเวลาการดำรงตำแหน่งของกรรมการอิสระได้ตามที่เห็นสมควร และในปีที่กรรมการอิสระดังกล่าวครบกำหนดออกตามวาระ คณะกรรมการอาจเสนอชื่อกรรมการดังกล่าวให้ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นพิจารณาเลือกตั้งกรรมการกลับเข้าเป็นกรรมการอิสระต่อไปได้

2) บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ เป้าหมาย ภารกิจ แผนธุรกิจ และมีการพิจารณาทบทวนและอนุมัติวิสัยทัศน์ ภารกิจ และกลยุทธ์ของบริษัทเป็นประจำทุกปี โดยในปี 2563 บริษัทได้มีการพิจารณาทบทวนกลยุทธ์ของบริษัทในการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2563 วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2563 รวมถึงการพิจารณากำหนดงบประมาณของบริษัท ตลอดจนกำกับดูแลให้คณะผู้บริหาร บริหารงานให้เป็นไปตามนโยบายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลภายใต้กรอบของกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับและมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น มติที่ประชุมคณะกรรมการ ด้วยความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์สุจริต ระวังรักษา ตามหลักการข้อพึงปฏิบัติที่ดี เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงสุดให้แก่กิจการ และความมั่นคงสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น

คณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วย กรรมการอิสระไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของกรรมการทั้งหมด และไม่น้อยกว่า 3 ท่านโดยคณะกรรมการบริษัท มีจำนวนทั้งสิ้น 8 ท่าน และเป็นกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน โดยกรรมการอิสระเป็นบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนและประกาศตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ กรรมการไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมดจะต้องมีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย

กรรมการแต่ละท่านสามารถปฏิบัติหน้าที่และใช้ดุลยพินิจอย่างเป็นอิสระในการพิจารณาตัดสินใจในเรื่องต่างๆ โดยสามารถตั้งคำถาม แสดงความคิดเห็น หรือคัดค้านในกรณีที่มีความเห็นขัดแย้งในเรื่องที่มีผลกระทบต่อผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นหรือผู้มีส่วนได้เสีย โดยไม่อยู่ภายใต้อิทธิพลของกลุ่มบุคคลใด

ขอบเขต อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท มีดังนี้

ปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับของบริษัทมติคณะกรรมการบริษัท และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น ด้วยความรับผิดชอบ ความระมัดระวัง และความซื่อสัตย์สุจริต

1. พิจารณากำหนดรายละเอียดและให้ความเห็นชอบ วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ทางธุรกิจ ทิศทางของธุรกิจ นโยบายทางธุรกิจเป้าหมาย แนวทาง แผนการดำเนินงาน และงบประมาณของบริษัทและบริษัทย่อย ตามที่ฝ่ายจัดการจัดทำ
2. กำกับดูแลการบริหารงานและผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ฝ่ายจัดการ หรือบุคคลใด ๆ ซึ่งได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ดังกล่าว เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด
3. ติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นไปตามแผนการดำเนินงานและงบประมาณของบริษัท
4. ดำเนินการให้บริษัทและบริษัทย่อยนำระบบงานบัญชีที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมาใช้ รวมทั้งจัดให้มีระบบควบคุมภายในและระบบการตรวจสอบภายใน
5. จัดให้มีการทำงานบุคคล และงบกำไรขาดทุน ณ วันสิ้นสุดรอบปีบัญชีของบริษัทและลงลายมือชื่อเพื่อรับรองงบการเงินดังกล่าว เพื่อนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นในการประชุมสามัญประจำปี เพื่อพิจารณาอนุมัติ
6. พิจารณาให้ความเห็นชอบการคัดเลือกและเสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชี และพิจารณาคำตอบแทนที่เหมาะสม ตามที่คณะกรรมการตรวจสอบนำเสนอ ก่อนนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นในการประชุมสามัญประจำปี เพื่อพิจารณาอนุมัติ
7. จัดให้มีนโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการตามหลักธรรมาภิบาลที่เป็นลายลักษณ์อักษร และการปรับใช้นโยบายดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เชื่อมั่นได้ว่าบริษัทมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่มด้วยความเป็นธรรม
8. พิจารณาอนุมัติแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติและไม่มีคุณสมบัติต้องห้ามตามที่กำหนดในพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) รวมถึง ประกาศ ข้อบังคับ และ/หรือระเบียบที่เกี่ยวข้อง เข้าดำรงตำแหน่ง ในกรณีที่ตำแหน่งกรรมการว่างลงเพราะเหตุอื่นนอกจากออกตามวาระ และพิจารณาให้ความเห็นชอบแต่งตั้งกรรมการแทนกรรมการที่ออกตามวาระ และการกำหนดคำตอบแทนกรรมการเพื่อนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติ
9. แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ หรือคณะกรรมการชุดย่อยอื่นใดและกำหนดอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อยดังกล่าวเพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ
10. พิจารณากำหนดและแก้ไขเปลี่ยนแปลงชื่อกรรมการซึ่งมีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทได้
11. พิจารณาแต่งตั้งผู้บริหารตามคำนิยามที่กำหนดโดยคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์หรือคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และเลขาธิการบริษัทรวมทั้งพิจารณากำหนดคำตอบแทนของผู้บริหารดังกล่าว
12. ขอความเห็นทางวิชาชีพจากองค์กรภายนอก หากมีความจำเป็นเพื่อประกอบการตัดสินใจที่เหมาะสม
13. ส่งเสริมให้กรรมการและผู้บริหารของบริษัทเข้าร่วมหลักสูตรสัมมนาต่างๆ ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการและผู้บริหารนั้น

ทั้งนี้ การมอบหมายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัทนั้น จะไม่มีลักษณะเป็นการมอบอำนาจ หรือมอบอำนาจช่วงที่ทำให้คณะกรรมการบริษัท หรือผู้รับมอบอำนาจจากคณะกรรมการบริษัท สามารถอนุมัติรายการที่ตนหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง (ตามที่นิยามไว้ในประกาศคณะกรรมการ ก.ล.ต. หรือประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน) อาจมีส่วนได้เสีย หรืออาจได้รับประโยชน์ในลักษณะใด ๆ หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ใดกับบริษัทหรือ

บริษัทย่อยของบริษัทยกเว้นเป็นการอนุมัติรายการที่เป็นไปตามนโยบาย และหลักเกณฑ์ที่ที่ประชุมผู้ถือหุ้นหรือคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติไว้

ขอบเขต อำนาจ หน้าที่และความรับผิดชอบของประธานกรรมการ

1. เรียกประชุมคณะกรรมการบริษัทโดยในการเรียกประชุมคณะกรรมการบริษัทให้ประธานกรรมการหรือผู้ซึ่งได้รับมอบหมายเป็นผู้ส่งหนังสือเชิญประชุมไปยังกรรมการของบริษัทในการประชุมคณะกรรมการบริษัทแต่ละครั้ง โดยให้ส่งคำบอกกล่าวเรียกประชุมถึงกรรมการทุกคนล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วันก่อนวันประชุม เว้นแต่กรณีจำเป็นเร่งด่วน โดยในหนังสือเชิญประชุมนั้น ให้ระบุสถานที่ วันเวลา และเรื่องที่จะประชุม
2. ปฏิบัติหน้าที่ประธานที่ประชุมคณะกรรมการและผู้ถือหุ้นของบริษัทและควบคุมการประชุม ให้เป็นไปตามข้อบังคับบริษัทและตามระเบียบวาระที่กำหนดไว้
3. เป็นผู้ลงคะแนนเสียงชี้ขาดในกรณีที่ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทมีการลงคะแนนเสียง และคะแนนเสียง 2 ฝ่ายเท่ากัน
4. ปฏิบัติหน้าที่อื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดไว้โดยเฉพาะว่าเป็นหน้าที่ของประธานกรรมการ ซึ่งสอดคล้องกับระเบียบข้อบังคับและเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

3) การประเมินตนเองของกรรมการ

คณะกรรมการบริษัท จัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานตนเอง (Board Self-Assessment) แบบทั้งคณะ และรายบุคคลเป็นประจำทุกปีเพื่อใช้เป็นกรอบในการตรวจสอบการปฏิบัติงานในหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท รวมทั้งพิจารณาทบทวน ประมวลข้อคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัทและการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทในระหว่างปีที่ผ่านมา โดยส่งให้เลขานุการบริษัทสรุปและนำเสนอผลการประเมินต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เพื่อสามารถนำมาแก้ไขและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

ทั้งนี้ การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการจะประเมินทั้งคณะและรายบุคคล รวมทั้งเปิดเผยหลักเกณฑ์ ขั้นตอนและผลการประเมินในภาพรวมไว้ในรายงานประจำปีนอกเหนือจากหลักการกำกับดูแลกิจการใน 5 หมวดที่กล่าวข้างต้นแล้ว ทั้งนี้ แบบประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการเป็นรายบุคคลแบ่งการประเมินเป็น 3 หัวข้อหลัก ได้แก่ (1) โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ (2) การประชุมคณะกรรมการ (3) บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

บริษัทได้จัดทำผลการประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และกรรมการผู้จัดการทุกสิ้นปี โดยคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนเป็นผู้ประเมินและนำเสนอคณะกรรมการบริษัท เพื่อขอความเห็นชอบเกณฑ์การประเมินแบ่งออกเป็น 2 หมวดหลัก คือ หมวดที่ 1 เรื่องความคืบหน้าของแผนงาน และหมวดที่ 2 เรื่องการวัดผลการปฏิบัติงาน ซึ่งผลการประเมินดังกล่าวจะถูกนำไปพิจารณากำหนดอัตราการปรับขึ้นเงินเดือนของประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการ และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาอนุมัติต่อไป

ทั้งนี้ให้มีการรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกปีเพื่อสอบถามการปฏิบัติงานในหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อยรวมทั้งพิจารณาทบทวน รวบรวมข้อคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อยในระหว่างปีที่ผ่านมา เพื่อสามารถนำมาแก้ไขและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โดยแบบประเมินผลตนเองของคณะกรรมการ จัดทำขึ้นตามขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบตามกฎหมายของคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด ตามแนวทางปฏิบัติที่ดีของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและปรับปรุงให้เหมาะสมกับโครงสร้างและลักษณะธุรกิจของบริษัท

4) การประชุมคณะกรรมการบริษัท

บริษัท กำหนดหลักเกณฑ์การประชุมคณะกรรมการบริษัท ดังนี้

- คณะกรรมการบริษัท มีนโยบายกำหนดการประชุมคณะกรรมการมากกว่า 6 ครั้ง ในหนึ่งปีบัญชีตามตารางนัดประชุมที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้าทั้งปี และมีการประชุมพิเศษเพิ่มเติมตามความจำเป็นและเหมาะสม โดยแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วัน สำหรับการประชุมทุกครั้งจะต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด จึงจะครบเป็นองค์ประชุม
- มีการกำหนดวาระชัดเจนล่วงหน้า ทั้งนี้ เลขานุการบริษัทมีหน้าที่ดูแลให้กรรมการได้รับเอกสารการประชุมล่วงหน้าก่อนการประชุมล่วงหน้าอย่างน้อย 5 วันทำการ เพื่อให้มีเวลาเพียงพอสำหรับการศึกษา และพิจารณาเรื่องเพื่อการให้ความเห็นและการออกเสียงลงคะแนน
- ประธานกรรมการมีหน้าที่จัดสรรเวลาให้อย่างเพียงพอที่ฝ่ายจัดการจะเสนอเอกสารข้อมูลเพื่อการอภิปราย และเพียงพอสำหรับคณะกรรมการที่จะอภิปรายในประเด็นสำคัญ เปิดโอกาสและสนับสนุนให้กรรมการแต่ละคนแสดงความคิดเห็นก่อนสรุปความเห็นที่ได้จากที่ประชุม
- ในการพิจารณาระเบียบวาระต่างๆ กรรมการซึ่งมีส่วนได้เสียในเรื่องที่พิจารณา ไม่มีสิทธิออกเสียงและต้องไม่อยู่ในที่ประชุมในวาระดังกล่าวๆ
- การประชุมทุกครั้ง ต้องมีการจดบันทึกการประชุมเป็นลายลักษณ์อักษร และจัดเก็บรายงานการประชุมที่ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการพร้อมให้คณะกรรมการและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถตรวจสอบได้
- นอกจากนี้ กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารยังสามารถประชุมกันเองได้ตามความเหมาะสม ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสให้กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารสามารถอภิปรายปัญหาต่างๆ ที่อยู่ในความสนใจร่วมกัน โดยไม่มีกรรมการที่เป็นผู้บริหารหรือฝ่ายบริหารเข้าร่วมประชุม คณะกรรมการตรวจสอบได้มีการประชุมร่วมกันกับผู้สอบบัญชี โดยไม่มีฝ่ายจัดการเข้าร่วมประจำปี 2563 จำนวน 1 ครั้ง ในวันที่ 19 มกราคม 2564

โดยในปี 2563 บริษัทได้จัดการประชุมคณะกรรมการบริษัทรวม 8 ครั้ง และมีอัตราการเข้าร่วมประชุมของกรรมการคิดเป็นร้อยละ 95.31 ซึ่งมีรายละเอียดการเข้าร่วมประชุมของกรรมการเป็นรายบุคคล ดังนี้

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง	จำนวนครั้งการเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัท
1	พลตำรวจเอกสมชาย วาณิชเสนี	ประธานกรรมการ กรรมการอิสระ/ประธานกรรมการตรวจสอบ / ประธานคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ	8/8
2	นายปรินทร์ โลจนะโกสินทร์	กรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	8/8
3	นายธเนษฐ โลจนะโกสินทร์*	กรรมการ / กรรมการบริหารความเสี่ยง	5/5
4	ดร.พินิจสรณ์ ลือชัยจรพันธ์	กรรมการ / กรรมการผู้จัดการ / กรรมการบริหารความเสี่ยง	7/8
5	นายแล้พ ชน เนลสัน เหลียง**	กรรมการ	3/3
6	นายมานะ จันทนียังยง**	กรรมการ	5/5
7	นายเอกภักดิ์ นิราพาธพงศ์พร	กรรมการ / กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน / กรรมการกำกับดูแลกิจการ	8/8
8	ดร.เพ็ญภา ธนสารศิลป์	กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ / ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน / กรรมการกำกับดูแลกิจการ	8/8

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง	จำนวนครั้งการเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัท
9	นางมลฤดี สุขพันธ์วรสิทธิ์	กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ / ประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง / กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	7/8
10	นายอานนท์ พรธิติ***	กรรมการ / กรรมการบริหารความเสี่ยง	2/2

*นายธนรัฐ โลจนะโกสินทร์ ได้ลาออกจากตำแหน่งกรรมการ ตั้งแต่วันที่ 19 สิงหาคม 2563 เป็นต้นไป

**นายมานะ จันทนยิ่งยง ได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2563 แทนนายแล๊พ ชน เนลสัน เหลียง ที่ได้ลาออกจากตำแหน่งกรรมการในวันเดียวกัน

***นายอานนท์ พรธิติ ได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2563 เป็นต้นไป

5) คณะกรรมการชุดย่อยและหน้าที่ความรับผิดชอบ

คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งกรรมการจำนวนหนึ่ง จากคณะกรรมการบริษัทเป็นกรรมการในคณะกรรมการชุดย่อยเพื่อทำหน้าที่พิเศษ โดยคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละคณะจะมีวาระการดำรงตำแหน่งเช่นเดียวกับคณะกรรมการบริษัท มีหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทปัจจุบัน คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการ ชุดย่อยจำนวน 5 คณะได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการชุดย่อยของบริษัทประกอบด้วย

- 1) คณะกรรมการตรวจสอบ
- 2) คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
- 3) คณะกรรมการบริหาร
- 4) คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง
- 5) คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการตรวจสอบ

ในปี 2563 บริษัทได้จัดประชุมคณะกรรมการตรวจสอบจำนวน 7 ครั้ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 คณะกรรมการตรวจสอบ ประกอบด้วยกรรมการจำนวน 3 ท่าน ดังนี้

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง	จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม
1	พล.ต.อ.สมชาย วาณิชเสนี	ประธานกรรมการตรวจสอบ / กรรมการอิสระ	7/7
2	ดร.เพ็ญภา ธนสารศิลป์	กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ	7/7
3	นางมลฤดี สุขพันธ์วรสิทธิ์	กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ	6/7

โดยมีนายเกษมศานต์ อิทธิธรรมวินิจ ทำหน้าที่เป็นเลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ

ทั้งนี้ นางมลฤดี สุขพันธ์วรสิทธิ์ เป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านบัญชีและการเงินเพียงพอที่จะสามารถทำหน้าที่สอบทานความน่าเชื่อถือของงบการเงิน โดยเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย และดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจสอบและกรรมการอิสระในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ และยังเคยดำรงตำแหน่งที่สำคัญในสายการบัญชีและการเงิน

นอกจากนี้ บริษัทได้ว่าจ้างให้ บริษัท พีแอนด์แอล อินเทอร์เน็ต ออดิท จำกัดในฐานะหน่วยงานภายนอก (Outsource) ให้เป็นผู้ตรวจสอบภายในของบริษัทและรายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ โดยมีนายเกษมศานต์ อิทธิธรรม วิณิช เลขาธิการคณะกรรมการตรวจสอบ เป็นบุคลากรภายในบริษัทที่ดูแลและประสานระหว่างคณะกรรมการตรวจสอบและ บริษัท พีแอนด์แอล อินเทอร์เน็ต ออดิท จำกัด โดยในปี 2563 บริษัทได้จัดประชุมคณะกรรมการตรวจสอบจำนวน 7 ครั้ง

ขอบเขต อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ

1. สอบทานให้บริษัท มีการรายงานทางการเงินอย่างถูกต้องและเพียงพอ
2. สอบทานให้บริษัท มีระบบการควบคุมภายใน (Internal Control) และระบบการตรวจสอบภายใน (Internal Audit) ที่เหมาะสมและมีประสิทธิผล พิจารณาความเป็นอิสระของหน่วยงานตรวจสอบภายในตลอดจนให้ความเห็นชอบในการพิจารณาแต่งตั้งโยกย้ายเลิกจ้างหัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายใน และ/หรือ การว่าจ้างบริษัทตรวจสอบภายในหรือหน่วยงานอื่นใดที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการตรวจสอบภายใน
3. สอบทานให้บริษัท ปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ฯ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท
4. พิจารณา คัดเลือก เสนอแต่งตั้งหรือเลิกจ้างบุคคลซึ่งมีความเป็นอิสระเพื่อทำหน้าที่เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัท และเสนอคำตอบแทนของบุคคลดังกล่าวรวมทั้งเข้าร่วมประชุมกับผู้สอบบัญชีโดยไม่มีฝ่ายจัดการเข้าร่วมประชุมด้วยอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
5. พิจารณารายการที่เกี่ยวข้องกันหรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ฯ ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่ารายการดังกล่าวสมเหตุสมผลและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท
6. จัดทำรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบโดยเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปีของบริษัท ซึ่งรายงานดังกล่าวต้องลงนามโดยประธานคณะกรรมการตรวจสอบ และต้องประกอบด้วยข้อมูลอย่างน้อยดังต่อไปนี้
 - (1) ความเห็นเกี่ยวกับความถูกต้องครบถ้วนเป็นที่เชื่อถือได้ของรายงานทางการเงินของบริษัท
 - (2) ความเห็นเกี่ยวกับความเพียงพอของระบบควบคุมภายในของบริษัท
 - (3) ความเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ฯ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท
 - (4) ความเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของผู้สอบบัญชี
 - (5) ความเห็นเกี่ยวกับรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์
 - (6) จำนวนการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบและการเข้าร่วมประชุมของกรรมการตรวจสอบแต่ละท่าน
 - (7) ความเห็นหรือข้อสังเกตโดยรวมที่คณะกรรมการตรวจสอบได้รับการปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย (Charter)
 - (8) รายการอื่นที่เห็นว่าผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนทั่วไปควรทราบภายใต้ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท
7. ในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบหากพบหรือมีข้อสงสัยว่า มีรายการหรือการกระทำดังต่อไปนี้ ซึ่งอาจมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท ให้คณะกรรมการตรวจสอบรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อดำเนินการปรับปรุงแก้ไขภายในเวลาที่คณะกรรมการตรวจสอบเห็นสมควร

- (1) รายการที่เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- (2) การทุจริตหรือมีสิ่งผิดปกติหรือมีความบกพร่องที่สำคัญในระบบควบคุมภายใน
- (3) การฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ฯ หรือ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท

หากคณะกรรมการบริษัท หรือผู้บริหารไม่ดำเนินการให้มีการปรับปรุงแก้ไขภายในเวลาข้างต้น กรรมการตรวจสอบรายใดรายหนึ่งอาจรายงานว่ามีรายการหรือการกระทำตามข้างต้นต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ หรือตลาดหลักทรัพย์

8. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการของบริษัท มอบหมายด้วยความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ประกอบด้วยกรรมการจำนวน 3 ท่าน ดังนี้

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	ดร.เพ็ญภา ธนสารศิลป์	ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
2	นางมณฑิลา สุขพันธ์	กรรมการ
3	นายเอกภักดิ์ นิราพาธพงศ์พร	กรรมการ

โดยมีนายเกษมศานต์ อิทธิธรรมวินิจ ทำหน้าที่เลขานุการคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

ขอบเขต อำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

1. พิจารณาและให้ความเห็นในเรื่องโครงสร้างคณะกรรมการบริษัท อันได้แก่ ขนาดและองค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัทที่ควรจะเป็นเมื่อพิจารณาตามขนาดและกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัท เปรียบเทียบกับขนาดและองค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัทในปัจจุบัน รวมทั้งพิจารณาความเป็นอิสระของกรรมการอิสระแต่ละคน เพื่อปรับเปลี่ยนองค์ประกอบคณะกรรมการบริษัทให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของบริษัท
2. กำหนดวิธีการสรรหาบุคคลเพื่อดำรงตำแหน่งกรรมการโดยพิจารณาจาก
 - คุณสมบัติของกรรมการที่เหมาะสมกับยุทธศาสตร์ของบริษัท และเป็นไปตามโครงสร้าง ขนาด และองค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัท ตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนดไว้
 - ความเหมาะสมของความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญการอุทิศเวลาของกรรมการรวมถึงคุณสมบัติตามกฎหมายหรือข้อกำหนดของหน่วยงานทางการ
3. สรรหาผู้มาดำรงตำแหน่งกรรมการที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับเกณฑ์คุณสมบัติที่กำหนดไว้
 - ในกรณีที่กรรมการต้องออกจากตำแหน่งตามวาระ เพื่อให้คณะกรรมการบริษัทให้ความเห็นชอบและนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติแต่งตั้ง
 - ในกรณีที่กรรมการพ้นจากตำแหน่งโดยเหตุอื่นใด (นอกจากการออกจากตำแหน่งตามวาระ) เพื่อให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติแต่งตั้งกรรมการใหม่แทนตำแหน่งกรรมการที่ว่างลง
 - ในกรณีที่ต้องแต่งตั้งกรรมการใหม่เพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับโครงสร้างคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้คณะกรรมการบริษัทให้ความเห็นชอบและนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติแต่งตั้ง

4. พิจารณาโครงสร้าง จำนวน รูปแบบ และหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนทุกประเภท ทั้งที่เป็นตัวเงิน และมีตัวเงินที่เหมาะสมให้แก่ ประธานกรรมการ กรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อย โดยทบทวนความเหมาะสมของหลักเกณฑ์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน พิจารณาเปรียบเทียบกับข้อมูลการจ่ายค่าตอบแทนของบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันกับบริษัท และบริษัทจดทะเบียนอื่นในตลาดหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าตลาด (Market Capitalization) ใกล้เคียงกับบริษัท เพื่อจูงใจและรักษาไว้ซึ่งกรรมการที่มีคุณประโยชน์กับบริษัท และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อให้ความเห็นชอบและนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติ

5. พิจารณาเกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการ และนำเสนอผลการประเมินตามเกณฑ์นั้นๆ ให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาให้ความเห็นชอบ ตลอดจนนำเสนอจำนวนและรูปแบบการจ่ายค่าตอบแทนของประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการที่สอดคล้องกับผลการประเมินการปฏิบัติงาน เพื่อให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติต่อไป

6. พิจารณาความเหมาะสมและเงื่อนไขต่างๆ เกี่ยวกับการเสนอขายหุ้น ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้น หรือหลักทรัพย์อื่นให้แก่กรรมการและพนักงาน เพื่อช่วยจูงใจให้กรรมการและพนักงานปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว และเพื่อสามารถรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพได้อย่างแท้จริงภายใต้เกณฑ์ที่เป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้น

7. รายงานผลการปฏิบัติหน้าที่ต่อคณะกรรมการบริษัท และ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้น

8. ปฏิบัติการอื่นใดในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมายและปฏิบัติการใดๆ ตามที่กำหนดโดยกฎหมายหรือข้อกำหนดของหน่วยงานราชการ

คณะกรรมการบริหาร

บริษัทมีการจัดประชุมเพื่อพิจารณาเรื่องการบริหารกิจการของบริษัทเป็นประจำทุกสัปดาห์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 คณะกรรมการบริหาร ประกอบด้วยกรรมการจำนวน 2 ท่าน ดังนี้

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นายปรินทร์ โฉมชนะโกสินทร์	ประธานคณะกรรมการบริหาร
2	ดร.พินิจสรณ์ ลือชัยขจรพันธ์	กรรมการบริหาร

โดยมีนายประสงค์ จรุงเบญจธรรม ทำหน้าที่เลขานุการคณะกรรมการบริหาร

ขอบเขต อำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริหาร

1. คณะกรรมการบริหาร มีหน้าที่ในการบริหารกิจการของบริษัทให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์การประกอบกิจการของบริษัท ทั้งนี้ในการบริหารกิจการของบริษัทดังกล่าวจะต้องเป็นไปตามนโยบาย ข้อบังคับหรือคำสั่งใดๆ ที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด นอกจากนี้ ให้คณะกรรมการบริหารมีหน้าที่ในการพิจารณากลับกรองเรื่องต่างๆ ที่จะนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาอนุมัติหรือให้ความเห็นชอบ

2. จัดทำวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ทางธุรกิจ ทิศทางของธุรกิจนโยบายทางธุรกิจ เป้าหมาย แนวทาง แผนการดำเนินงาน และงบประมาณของบริษัท และบริษัทย่อย เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ

3. ตรวจสอบ ติดตามการดำเนินงานนโยบาย และแนวทางการบริหารงานด้านต่างๆ ของบริษัท ให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการบริษัท มอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

4. มีอำนาจพิจารณาอนุมัติเฉพาะกรณีหรือการดำเนินการใดๆ อันเป็นปกติธุรกิจของบริษัท ภายใต้วงเงินหรืองบประมาณประจำปีตามที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท และมีอำนาจดำเนินการตามที่กำหนดไว้ โดยในการดำเนินการใดๆ ตามที่กล่าวข้างต้น คณะกรรมการบริหารจะต้องไม่ก่อให้เกิดหนี้สินหรือภาระผูกพันใดๆ ที่มีมูลค่าเกินกว่า

25 ล้านบาท ในส่วนของหนี้สินหรือภาระผูกพันใดๆ ให้รวมถึงสินเชื่อโครงการที่บริษัท ทำกับสถาบันการเงินใดๆ (Project Finance) ด้วย

5. ให้คณะกรรมการบริหาร รายงานผลการดำเนินงานในเรื่องและภายในกำหนดเวลาดังต่อไปนี้ ให้คณะกรรมการบริษัททราบ

5.1 รายงานผลการดำเนินงานของบริษัท รายไตรมาส ภายในกรอบระยะเวลาที่กำหนดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

5.2 รายงานของผู้ตรวจสอบบัญชีเกี่ยวกับงบการเงินของบริษัท ซึ่งรวมถึงงบการเงินประจำปีและงบการเงินรายไตรมาส ภายในกรอบระยะเวลาที่กำหนดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

5.3 รายงานอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการบริหารพิจารณาเห็นสมควร

6. ในการประชุมคณะกรรมการบริหาร เพื่อพิจารณาดำเนินการใดๆ ตามอำนาจหน้าที่ของตนที่กำหนดในคำสั่งนี้ จะต้องประกอบด้วย กรรมการไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของคณะกรรมการบริหารทั้งหมดเข้าร่วมประชุม จึงจะถือว่าครบเป็นองค์ประชุมในอันที่จะสามารถดำเนินการใดๆ ดังกล่าวได้

7. ในการออกเสียงของกรรมการในการประชุมคณะกรรมการบริหาร ให้กรรมการแต่ละคนมีสิทธิออกเสียงได้ท่านละ 1 เสียง ในกรณีที่เสียงเท่ากัน ให้ประธานคณะกรรมการบริหารมีสิทธิออกเสียงชี้ขาดอีก 1 เสียง

8. การลงมติในเรื่องใดของคณะกรรมการบริหาร จำเป็นต้องได้รับคะแนนเสียงเห็นชอบไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนเสียงทั้งหมดขององค์ประชุมในคราวการประชุมเพื่อลงมตินั้น

9. ให้มีการประชุมคณะกรรมการบริหาร ตามความจำเป็นและเหมาะสม กรรมการเพียงท่านใดท่านหนึ่ง จะเรียกให้มีการประชุมเป็นกรณีพิเศษต่างหากจากการประชุมตามปกติก็ได้ แต่ทั้งนี้ ต้องบอกกล่าว วาระการประชุมล่วงหน้าแก่กรรมการอื่นในระยะเวลาตามสมควร และเพียงพอแก่การทำให้กรรมการในการพิจารณาวาระการประชุมนั้น

10. คณะกรรมการบริหาร จะแต่งตั้งคณะทำงาน และ/หรือบุคคลใดๆ เพื่อทำหน้าที่กลั่นกรองงานที่น่าเสนอต่อคณะกรรมการบริหารหรือเพื่อให้ดำเนินงานใดๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร หรือเพื่อให้ดำเนินการใดๆ แทน ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริหารภายในขอบเขตแห่งอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารก็ได้

11. ให้มีอำนาจในการมอบอำนาจช่วง และ/หรือมอบหมายให้บุคคลอื่นปฏิบัติงานเฉพาะอย่างแทนได้ โดยการมอบอำนาจช่วง และ/หรือการมอบหมายดังกล่าวให้อยู่ภายใต้ขอบเขตแห่งการมอบอำนาจตามหนังสือมอบอำนาจที่ให้ไว้ และ/หรือเป็นไปตามระเบียบ ข้อกำหนดหรือคำสั่งที่คณะกรรมการบริษัท ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้การมอบหมายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริหารนั้น จะต้องไม่มีลักษณะเป็นการมอบอำนาจหรือมอบอำนาจช่วงที่ทำให้คณะกรรมการบริหารหรือผู้รับมอบอำนาจจากคณะกรรมการบริหารสามารถอนุมัติรายการที่ตนหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง (ตามที่นิยามไว้ในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน หรือประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์) อาจมีส่วนได้เสีย หรืออาจได้รับประโยชน์ในลักษณะใด ๆ หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์อื่นใดกับบริษัท หรือบริษัทย่อยของบริษัท

คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ ได้รับการแต่งตั้งจากกรรมการบริษัท ประกอบด้วยกรรมการ 3 ท่าน
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ดังรายชื่อต่อไปนี้

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	พลตำรวจเอกสมชาย วาณิชเสนี	ประธานคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ
2	นายเอกภักดิ์ นิราพาพงศ์พร	กรรมการ
3	ดร.เพ็ญภา ธนสารศิลป์	กรรมการ

ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ

- พิจารณา กำหนด ทบทวน และปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมธุรกิจในลักษณะที่สอดคล้องกับแนวปฏิบัติสากล เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติตลอดจนกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมธุรกิจ
- พิจารณา กำหนด ทบทวน และปรับปรุงนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility : CSR) เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ ตลอดจนกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม
- พิจารณา กำหนด ทบทวน และปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านทุจริตและติดสินบน (Anti-Corruption and Bribery) เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านทุจริตและติดสินบน
- รายงานผลการปฏิบัติหน้าที่ต่อคณะกรรมการบริษัท และ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้น
- ประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ตีประจำปี และรายงานผลการประเมินต่อคณะกรรมการบริษัท
- แต่งตั้งคณะทำงาน เพื่อช่วยเหลือการปฏิบัติงานต่างๆ ของคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ ตลอดจนแต่งตั้งที่ปรึกษาอิสระที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเพื่อให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำ ตลอดจนช่วยเหลือการปฏิบัติงานของคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ
- ปฏิบัติหน้าที่หรือดำเนินการอื่นใดตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย และปฏิบัติการใดๆ ตามที่กำหนดโดยกฎหมายหรือข้อกำหนดของหน่วยงานราชการ

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการบริษัท และอย่างน้อย 1 ท่านซึ่งเป็นกรรมการอิสระ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีรายชื่อดังต่อไปนี้

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นางมณฑิต สุขพันธ์รัตน์	ประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง/กรรมการอิสระ
2	ดร.พินิจสรณ์ ลือชัยขจรพันธ์	กรรมการ
3	นายอานนท์ พรวิติ*	กรรมการ
4	นายเอกภักดิ์ นิราพาพงศ์พร	กรรมการ

โดยมีนายเกษมศานต์ อิทธิธรรมวินิจ ทำหน้าที่เลขานุการคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

หมายเหตุ: *นายอานนท์ พรวิติ ได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการและกรรมการบริหารความเสี่ยง เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2563 แทนนายธนเชษฐ โลจนะโกสินทร์ ที่ได้ลาออกจากตำแหน่งจากการเป็นกรรมการและกรรมการบริหารความเสี่ยงเมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2563

หน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

1. กำหนด และทบทวน นโยบาย กรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กร
2. กำกับดูแล และสนับสนุนให้มีการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงองค์กร สอดคล้องกับกลยุทธ์ และเป้าหมายทางธุรกิจ รวมถึงสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป
3. ให้ข้อเสนอแนะแนวทาง ติดตาม และประเมินผล การบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) เพื่อนำไปดำเนินการ
4. พิจารณารายงานผลการบริหารความเสี่ยงองค์กร และให้ข้อคิดเห็นในความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งแนวทางการกำหนดมาตรการควบคุมหรือบรรเทา (Mitigation Plan) และการพัฒนาระบบการจัดการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง
5. สนับสนุนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการบริหารความเสี่ยงองค์กร
6. รายงานผลการบริหารความเสี่ยงองค์กรให้คณะกรรมการบริษัททราบ และในกรณีที่มีปัจจัย หรือเหตุการณ์สำคัญซึ่งอาจมีผลกระทบต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ ต้องรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อทราบและพิจารณาโดยเร็วที่สุด
7. พิจารณาสอบทานการลงทุนในต่างประเทศ
8. ปฏิบัติหน้าที่อื่นใดตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย

6) ฝ่ายบริหาร

คณะกรรมการบริษัท ได้กำหนดขอบเขต อำนาจ หน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการและฝ่ายบริหารไว้แยกจากกันอย่างชัดเจน กล่าวโดยสรุป คือ คณะกรรมการบริษัทมีอำนาจหน้าที่กำหนดนโยบายและติดตามการปฏิบัติงานของฝ่ายบริหาร และฝ่ายบริหารมีอำนาจหน้าที่ในการนำนโยบายไปปฏิบัติและรายงานผลการปฏิบัติงานต่อคณะกรรมการบริษัท ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้ดำรงตำแหน่งบริหารสูงสุดของบริษัท โดยมีอำนาจ หน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้

ขอบเขต อำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

1. การกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัท โดยรวมเพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจของบริษัท และตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท
2. กำหนดกลยุทธ์ และแผนการทางธุรกิจเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท และดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามกลยุทธ์และแผนการทางธุรกิจที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท
3. ดำเนินการและปฏิบัติการที่คณะกรรมการมอบหมายและเป็นไปตามนโยบายของคณะกรรมการบริษัท
4. สั่งการ ออกระเบียบ ประกาศ บัญชี เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามนโยบาย
5. อนุมัติ และ/หรือ มอบอำนาจการดำเนินงานนิติกรรมเพื่อผูกพันบริษัท สำหรับธุรกรรมปกติของบริษัท รวมถึงธุรกรรมที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้รับมอบอำนาจจากคณะกรรมการบริษัท ให้ดำเนินการแทน ทั้งนี้ ให้รวมถึง ธุรกรรมใดๆ ที่ไม่เป็นการผูกพันทรัพย์สินของบริษัทโดยตรง
6. ประสานงานผู้บริหาร และพนักงาน เพื่อปฏิบัติตามนโยบายและทิศทางธุรกิจที่ได้รับจากคณะกรรมการบริษัท
7. แสวงหาโอกาสทางธุรกิจและการลงทุนใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักของบริษัท และบริษัทย่อย เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่บริษัท
8. พิจารณานำสิทธิและทรัพย์สินของบริษัท ไปก่อภาระผูกพันใดกับบุคคล บริษัท ห้างร้าน หรือสถาบันการเงิน เพื่อนำเสนอคณะกรรมการอนุมัติ

9. พิจารณานุมัติการจ่ายค่าใช้จ่ายการดำเนินงานปกติในวงเงินตามที่คณะกรรมการบริษัทอนุมัติมอบหมายไว้
10. พิจารณานุมัติการลงทุนในตราสารและหลักทรัพย์ เพื่อบัญชีบริษัท ในวงเงินตามที่คณะกรรมการบริษัทอนุมัติมอบหมายไว้
11. อนุมัติในหลักการการลงทุนในการขยายธุรกิจ ตลอดจนการการร่วมทุนกับผู้ประกอบกิจการอื่นๆ และให้นำเสนอคณะกรรมการบริษัท เพื่ออนุมัติในที่ประชุมคราวถัดไป
12. อนุมัติการใช้จ่ายเงินลงทุนที่สำคัญๆ ที่ได้กำหนดไว้ในงบประมาณรายจ่ายสำหรับปี หรือที่คณะกรรมการบริษัท ได้เคยมีมติอนุมัติในหลักการไว้แล้ว
13. ดูแลการทำงานของพนักงานให้เป็นไปตามนโยบาย กฎระเบียบต่างๆ รวมถึงการปฏิบัติงานด้วยหลักธรรมาภิบาลในการทำธุรกิจ
14. ส่งเสริมพัฒนาความรู้ความสามารถ และศักยภาพของพนักงานเพื่อเพิ่มศักยภาพขององค์กร
15. พิจารณาแต่งตั้งที่ปรึกษาต่างๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินการของบริษัท
16. พิจารณานุมัติการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันที่เป็นเงื่อนไขปกติทางการค้า เช่น ซื้อขายสินค้าด้วยราคาตลาด การคิดค่าธรรมเนียมบริการในอัตราค่าธรรมเนียมปกติ และการให้เครดิตเทอมเหมือนลูกค้าทั่วไป เป็นต้น ทั้งนี้ภายใต้นโยบายที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท
17. อนุมัติการแต่งตั้ง โยกย้าย และเลิกจ้างพนักงานระดับผู้บริหาร
18. ดำเนินกิจการงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท เป็นกรณีๆ ไป ทั้งนี้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารไม่มีอำนาจในการอนุมัติเรื่องหรือรายการที่เกี่ยวข้องกันที่ไม่ใช่เป็นเงื่อนไขปกติทางการค้า รายการได้มาจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์สำคัญของบริษัท และ/หรือ รายการที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร หรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งมีส่วนได้เสียหรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในลักษณะอื่นใดที่จะทำขึ้นกับบริษัท และบริษัทย่อย ยกเว้นเป็นรายการที่เป็นเงื่อนไขปกติทางการค้าที่ได้มีการกำหนดนโยบายและหลักเกณฑ์ โดยได้อนุมัติรายการที่เป็นไปตามนโยบายและหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการบริษัท ได้พิจารณาอนุมัติไว้ และได้ขอความเห็นชอบจากผู้ถือหุ้น ในการทำรายการเกี่ยวข้องกันและการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัท หรือบริษัทย่อยแล้วเพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในเรื่องดังกล่าว

7) เลขานุการบริษัท

หน้าที่และความรับผิดชอบของเลขานุการบริษัทกำหนดไว้โดยอ้างอิงกับ พ.ร.บ. บริษัทมหาชนจำกัด พ.ร.บ. หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเลขานุการบริษัทมีหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

- (1) ให้คำแนะนำด้านกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท และการประกอบธุรกิจของบริษัท
- (2) จัดเตรียมเอกสารและข้อมูลประกอบการประชุมคณะกรรมการบริษัท และการประชุมผู้ถือหุ้น
- (3) ประสานงานและติดตามให้มีการปฏิบัติตามมติคณะกรรมการบริษัทและมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น
- (4) จัดทำและเก็บรักษาทะเบียนกรรมการ หนังสือนัดประชุมคณะกรรมการบริษัท รายงานการประชุมคณะกรรมการบริษัท รายงานประจำปีของบริษัท หนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้น และรายงานการประชุมผู้ถือหุ้น
- (5) เก็บรักษารายงานการมีส่วนได้เสียที่รายงานโดยกรรมการหรือผู้บริหาร

(6) จัดเตรียมข้อมูลและการบรรยายเกี่ยวกับธุรกิจของบริษัท รวมทั้งข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้แก่กรรมการใหม่

(7) ดูแลกิจกรรมของคณะกรรมการบริษัทและผู้ถือหุ้น

8) การพัฒนากรรมการและผู้บริหาร

คณะกรรมการบริษัทมีนโยบายส่งเสริม สนับสนุนให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบการกำกับดูแลกิจการของบริษัทเช่น กรรมการ กรรมการชุดย่อย ผู้บริการ เลขานุการบริษัท ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ ฝ่ายบัญชี เป็นต้น ได้เข้ารับการอบรมสัมมนาในหลักสูตรหรือร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น โดยสมาคมส่งเสริมกรรมการบริษัทไทย (IOD) สำนักงาน ก.ล.ต. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย สมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย และสถาบันผู้เชี่ยวชาญอื่นๆ อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อเป็นการเสริมสร้างความรู้ ปรับปรุงการปฏิบัติงาน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยบริษัทจะแจ้งให้กรรมการและผู้ที่เกี่ยวข้องทราบเกี่ยวกับหลักสูตรการฝึกอบรมต่างๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์กับกรรมการในการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะกรรมการบริษัทได้ดียิ่งขึ้น

รายชื่อ	หลักสูตรการอบรม
1. นางมลฤดี สุขพันธ์รัตน์	1. KPMG Webinar, Topic: Are you ready to close FY2020? Important tax points to know before closing, บจก. เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี
	2. สัมมนา เรื่อง แนวทางการจัดทำรายงานทางการเงิน ของบริษัทที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ COVID-19 ผ่านช่องทาง Live สด จากระบบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)
	3. สัมมนา เรื่อง กลยุทธ์บริหารการเงินเพื่อพลิกฟื้นองค์กรและสร้างการเติบโตในยุค New Normal ผ่านช่องทาง Live สด จากระบบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)
2. นายอานนท์ พรธิติ	1. หลักสูตร Directors Accreditation Program (DAP) รุ่นที่ 176/2563

นอกจากนี้บริษัทยังตระหนักถึงความสำคัญในการจัดปฐมนิเทศให้กับกรรมการใหม่ โดยมีนโยบายให้มีการปฐมนิเทศกรรมการใหม่ทุกครั้ง โดยให้เลขานุการบริษัท นำเสนอเอกสารและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการใหม่ เช่น คู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจ ข้อบังคับบริษัทโครงสร้างการลงทุน โครงสร้างผู้ถือหุ้น ผลการดำเนินงาน กฎหมาย ข้อพึงปฏิบัติที่ดี กฎเกณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และหลักสูตรการอบรมกรรมการ รวมทั้งข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทนี้เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในธุรกิจและการดำเนินงานด้านต่างๆ ของบริษัทให้แก่กรรมการที่เข้ารับตำแหน่งเป็นครั้งแรก

9) แผนสืบทอดตำแหน่งสำหรับผู้บริหารระดับสูง

บริษัทมีการดำเนินการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) สำหรับผู้บริหารระดับสูง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

- (1) ทดแทนบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ สำหรับการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง
- (2) เพื่อตอบสนองแผนการดำเนินธุรกิจของบริษัทในการวางแผนและเตรียมความพร้อมของกำลังคน
- (3) เพื่อเพิ่มโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ รวมทั้งเป็นการสร้างกำลังใจในการทำงานเนื่องจากเป็นการ

สรรหาบุคลากรภายในองค์กรเป็นลำดับแรก ทั้งนี้ บริษัทได้พิจารณาตำแหน่งที่สำคัญที่จำเป็นต้องมีแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) ซึ่งในการคัดเลือกบุคคลที่ควรได้รับการพิจารณาเพื่อสืบทอดตำแหน่ง จะพิจารณาจากหลากหลายปัจจัย เช่น อายุ ประสบการณ์ทำงาน ความรู้ความชำนาญในงานที่ทำ ผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมา เป็นต้น

10) รายงานประจำปีของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดทำรายงานทางการเงินของบริษัทและสารสนเทศทางการเงินที่ปรากฏในรายงานประจำปีการจัดทำรายงานทางการเงินเป็นการจัดทำตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป โดยเลือกใช้นโยบายบัญชีที่เหมาะสมและถือปฏิบัติสม่ำเสมอ ใช้ดุลยพินิจอย่างระมัดระวังในการจัดทำ รวมทั้งกำหนดให้มีการเปิดเผยข้อมูลสำคัญอย่างเพียงพอในหมายเหตุประกอบงบการเงิน โดยคณะกรรมการบริษัทมอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้ดูแลเกี่ยวกับคุณภาพของรายงานทางการเงิน และเป็นผู้ให้ความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัท

นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสำคัญกับเรื่องการทำการรายการที่เกี่ยวข้องกันและการควบคุมภายใน โดยมีรายละเอียดดังนี้

การทำการรายการที่เกี่ยวข้องกัน

บริษัทให้ความสำคัญต่อการพิจารณารายการต่างๆ อย่างโปร่งใสและเป็นประโยชน์ต่อบริษัทเป็นสำคัญ ดังนั้น จึงให้ความสำคัญต่อการป้องกันรายการที่อาจเป็นความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รายการที่เกี่ยวข้องกัน หรือรายการระหว่างกัน โดยมีนโยบายซึ่งสรุปสาระสำคัญได้ดังต่อไปนี้

1. ผู้บริหารและพนักงานต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณของบริษัทซึ่งถือเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องยึดถือปฏิบัติโดยเคร่งครัด เพื่อเป็นที่เชื่อถือและไว้วางใจของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย และจัดให้มีการเผยแพร่ข้อมูลความเข้าใจในการถือปฏิบัติของพนักงานทั่วทั้งบริษัท
2. กรรมการบริษัทและผู้บริหารต้องแจ้งให้บริษัททราบถึงความสัมพันธ์หรือรายการเกี่ยวโยงในกิจการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์
3. มีการนำเสนอรายการที่เกี่ยวข้องกันต่อคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อพิจารณาให้ความเห็นก่อนเสนอขออนุมัติต่อคณะกรรมการบริษัท ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ดูแลให้มีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำหนด

การควบคุมภายใน

คณะกรรมการบริษัท จัดให้บริษัท มีระบบควบคุมภายในที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งด้านการเงิน และการปฏิบัติงาน ให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง และจัดให้มีกลไกการตรวจสอบและถ่วงดุลที่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการปกป้องดูแลรักษาทรัพย์สินของบริษัท อยู่เสมอ จัดให้มีการกำหนดลำดับชั้นของอำนาจอนุมัติและความรับผิดชอบของผู้บริหารและพนักงานที่มีการตรวจสอบและถ่วงดุลในตัว กำหนดระเบียบการปฏิบัติงานอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร

9.1.1 ค่าตอบแทนผู้สอบบัญชี

ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2563 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชีสำหรับปี 2563 เป็นจำนวนเงินไม่เกิน 5,941,500 บาท และค่าตรวจสอบการขึ้นระบบใหม่เป็นจำนวนไม่เกิน 360,000 บาท ทั้งนี้ค่าสอบบัญชีดังกล่าวไม่รวมค่าบริการอื่นๆ (Non-Audit Fee) อย่างไรก็ตาม บริษัทและบริษัทย่อยได้จ่ายค่าตอบแทนการตรวจสอบและสอบทานงบการเงินสำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 ให้แก่บริษัท สำนักงาน อีวาย เป็นจำนวนเงินรวมทั้งสิ้นไม่เกิน 7,031,500 บาท เนื่องจากกลุ่มบริษัทมีบริษัทย่อยที่เพิ่มขึ้นในระหว่างปี 2563 จำนวน 3 บริษัท คิดเป็นค่าสอบบัญชีรวม 830,000 บาท ทั้งนี้ผู้สอบบัญชีไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัทและบริษัทย่อย ในด้านอื่นๆ นอกจากการสอบบัญชีเท่านั้น

ค่าบริการอื่น

-ไม่มี-

9.2 การสรรหาและแต่งตั้งกรรมการและผู้บริหารระดับสูง

กรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วยกรรมการอย่างน้อย 5 คน โดยกรรมการไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมดจะต้องมีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย ทั้งนี้กรรมการบริษัทจะเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทหรือไม่ก็ได้

ในการสรรหาและแต่งตั้งกรรมการ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจะทำหน้าที่ในการสรรหากรรมการใหม่ โดยจะสรรหาบุคคลเพื่อเสนอชื่อให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาแต่งตั้ง หรือเพื่อเสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาแต่งตั้ง (แล้วแต่กรณี) โดยหลักเกณฑ์ในการสรรหากรรมการใหม่จะคำนึงถึงโครงสร้างของคณะกรรมการบริษัท ซึ่งจะประกอบด้วยกรรมการในจำนวนที่เหมาะสมกับขนาดและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ความหลากหลายในโครงสร้างของคณะกรรมการบริษัท (Board Diversity) ความเหมาะสมของคุณสมบัติ ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ในธุรกิจสื่อโฆษณา และทักษะของกรรมการที่จำเป็นและยังขาดอยู่ในคณะกรรมการบริษัท รวมถึงวิชาชีพ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพศ หรือพิจารณาจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทที่มีประสบการณ์ในธุรกิจที่จะเป็นประโยชน์ต่อบริษัท โดยการจัดทำ Board Skill Matrix เพื่อกำหนดคุณสมบัติของกรรมการที่ต้องการสรรหา ซึ่งคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจะพิจารณาสรรหาบุคคลที่จะมาดำรงตำแหน่งกรรมการของบริษัท จากการแนะนำของกรรมการอื่นในบริษัท การเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการเลือกตั้งเป็นกรรมการโดยผู้ถือหุ้นของบริษัท การสรรหาโดยที่ปรึกษาภายนอก (Professional Search Firm) การสรรหาจากฐานข้อมูลกรรมการ (Director Pool) ของหน่วยงานต่างๆ หรือการสรรหาโดยกระบวนการอื่นๆ ที่คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนเห็นสมควรและเหมาะสม โดยบุคคลดังกล่าวจะต้องมีคุณสมบัติครบตามพระราชบัญญัติมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 กฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ประกาศของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ประกาศคณะกรรมการตลาดทุน รวมถึงประกาศข้อบังคับ และ/หรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม การแต่งตั้งกรรมการใหม่จะต้องผ่านการพิจารณาอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท และ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้น (แล้วแต่กรณี) ทั้งนี้ ข้อบังคับของบริษัทกำหนดให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นเลือกตั้งกรรมการตามหลักเกณฑ์และวิธีการดังต่อไปนี้

- (1) ผู้ถือหุ้นคนหนึ่งมีคะแนนเสียงเท่ากับ 1 หุ้นต่อ 1 เสียง
- (2) ผู้ถือหุ้นแต่ละคนจะใช้คะแนนเสียงที่มีอยู่ทั้งหมดตาม (1) เลือกตั้งบุคคลเดียวหรือหลายคนเป็น

กรรมการก็ได้ แต่จะแบ่งคะแนนเสียงให้แก่ผู้ใดมากที่สุดเพียงได้ไม่ได้

(3) บุคคลที่ได้รับคะแนนเสียงสูงสุดตามลำดับลงมาเป็นผู้ได้รับเลือกตั้งเป็นกรรมการเท่าจำนวนกรรมการที่จะพึงมีหรือจะพึงเลือกตั้งในครั้งนั้น ในกรณีที่บุคคลซึ่งได้รับการเลือกตั้งในลำดับถัดลงมา มีคะแนนเสียงเท่ากันเกินจำนวนกรรมการที่จะพึงมี ให้ประธานที่ประชุมเป็นผู้ออกเสียงชี้ขาด

ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีทุกครั้ง ให้กรรมการออกจากตำแหน่งเป็นจำนวน 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการในขณะนั้น ถ้าจำนวนกรรมการจะแบ่งออกให้ตรงเป็นสามส่วนไม่ได้ ก็ให้ออกโดยจำนวนใกล้เคียงที่สุดกับส่วน 1 ใน 3 กรรมการที่จะต้องออกจากตำแหน่งในปีแรก และปีที่สองภายหลังจดทะเบียนบริษัทนั้น ให้จับสลากกัน ส่วนปีหลังๆ ต่อไป ให้กรรมการคนที่อยู่ในตำแหน่งนานที่สุดนั้น เป็นผู้ออกจากตำแหน่งทั้งนี้ กรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระนั้น อาจได้รับเลือกให้กลับเข้ามาดำรงตำแหน่งอีกได้ ทั้งนี้ นอกจากการพ้นตำแหน่งตามวาระแล้ว กรรมการจะพ้นจากตำแหน่งเมื่อ

- (1) ตาย
- (2) ลาออก
- (3) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย
- (4) ที่ประชุมผู้ถือหุ้นลงมติให้ออกด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียง มีหุ้นนับรวมกันได้ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนหุ้นถือโดยผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียง หรือ
- (5) ศาลมีคำสั่งให้ออก

นอกจากนี้ บริษัทยังห้ามมิให้กรรมการประกอบกิจการอันมีสภาพอย่างเดียวกัน และเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัท หรือเข้าเป็นหุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือเป็นหุ้นส่วนไม่จำกัดความรับผิดในห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือเข้าเป็นกรรมการในบริษัทเอกชนหรือบริษัทมหาชนอื่น ซึ่งประกอบกิจการอันมีสภาพอย่างเดียวกัน และเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัท เว้นแต่จะแจ้งให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบก่อนที่จะมีมติแต่งตั้ง และกรรมการต้องแจ้งให้บริษัททราบโดยไม่ชักช้า หากมีส่วนได้ส่วนเสียไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อมในสัญญาใดๆ ที่บริษัททำขึ้นหรือถือหุ้น หุ้นกู้ เพิ่มขึ้นหรือลดลงในบริษัทหรือบริษัทในเครือ

ทั้งนี้ กรรมการบริษัทอย่างน้อย 1 คน เป็นบุคคลที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านธุรกิจสื่อโฆษณา พอที่จะสามารถทำหน้าที่ในการสอบทานความน่าเชื่อถือของงบการเงินได้ นอกจากนี้ บริษัทจะพิจารณาคุณสมบัติในด้านอื่นๆ ประกอบด้วย เช่น ประสบการณ์ในธุรกิจ ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและความมีจริยธรรม เป็นต้น

คณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นอิสระ

คณะกรรมการตรวจสอบ ประกอบด้วย กรรมการที่เป็นกรรมการอิสระอย่างน้อย 3 คน โดยมีวาระอยู่ในตำแหน่งคราวละ 3 ปี โดยหลักเกณฑ์และวิธีการแต่งตั้งกรรมการตรวจสอบ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการแต่งตั้งกรรมการบริษัท กล่าวคือ กรรมการตรวจสอบซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับการแต่งตั้งให้กลับมาดำรงตำแหน่งใหม่ได้กรณีที่ตำแหน่งกรรมการตรวจสอบว่างลงเพราะเหตุอื่นใดนอกจากถึงคราวออกตามวาระ ให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนเป็นกรรมการตรวจสอบเพื่อให้กรรมการตรวจสอบมีจำนวนครบตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด โดยบุคคลที่เป็นกรรมการตรวจสอบแทนจะอยู่ในตำแหน่งได้เพียงวาระที่เหลืออยู่ของกรรมการตรวจสอบซึ่งตนทดแทน

ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายในการสรรหากรรมการตรวจสอบ/กรรมการอิสระที่สอดคล้องกับประกาศกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ ทจ.28/2551 เรื่อง การขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ ฉบับลงวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2551 (รวมทั้งที่ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม) ดังนี้

1. ถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 1 ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท ทั้งนี้ ให้นับรวมการถือหุ้นของผู้ที่เกี่ยวข้องของกรรมการอิสระรายนั้นๆ ด้วย

2. ไม่เป็นหรือเคยเป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมบริหารงาน ลูกจ้างพนักงาน ที่ปรึกษาที่ได้เงินเดือนประจำหรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทย่อยลำดับเดียวกันผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือของผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันที่ยื่นคำขออนุญาตต่อสำนักงาน ทั้งนี้ ลักษณะต้องห้ามดังกล่าวไม่รวมถึงกรณีที่มีการกระทำความผิดเป็นข้าราชการ หรือที่ปรึกษา ของส่วนราชการซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท

3. ไม่เป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์ทางสายโลหิต หรือโดยการจดทะเบียนตามกฎหมายในลักษณะที่เป็นบิดา มารดา คู่สมรส พี่น้อง และบุตรรวมทั้งคู่สมรสของบุตร ของกรรมการรายอื่น ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุม หรือบุคคลที่จะได้รับการเสนอให้เป็นกรรมการ ผู้บริหารหรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทหรือบริษัทย่อย

4. ไม่มีหรือเคยมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท ในลักษณะที่อาจเป็นการขัดขวางการใช้วิจารณญาณอย่างอิสระของตน รวมทั้งไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัย หรือผู้มีอำนาจควบคุมของผู้ที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนวันที่ยื่นคำขออนุญาตต่อสำนักงาน ก.ล.ต. ความสัมพันธ์ทางธุรกิจดังกล่าว รวมถึงการทำรายการทางการเงินที่กระทำเป็นปกติเพื่อประกอบกิจการ การเช่าหรือให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ รายการเกี่ยวกับสินทรัพย์หรือบริการหรือการให้หรือรับความช่วยเหลือทางการเงินด้วยการรับหรือให้กู้ยืม คำประกัน การให้สินทรัพย์เป็นหลักประกันหนี้สิน รวมถึงพฤติการณ์อื่นที่ตนเองเดียวกัน ซึ่งเป็นผลให้บริษัท หรือคู่สัญญา มีภาระหนี้ที่ต้องชำระต่ออีกฝ่ายหนึ่ง ตั้งแต่ร้อยละ 3 ของสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิของบริษัทหรือตั้งแต่ 20 ล้านบาทขึ้นไปแล้วแต่จำนวนใดจะต่ำกว่า ทั้งนี้การคำนวณภาระหนี้ดังกล่าวให้เป็นไปตามวิธีการคำนวณมูลค่าของรายการที่เกี่ยวข้องกันตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยหลักเกณฑ์ในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน โดยอนุโลมแต่ในการพิจารณาภาระหนี้ดังกล่าว ให้นำรวมภาระหนี้ที่เกิดขึ้นในระหว่าง 1 ปีก่อนวันที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบุคคลเดียวกัน

5. ไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อยบริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท และไม่เป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัย ผู้มีอำนาจควบคุม หรือหุ้นส่วนของสำนักงานสอบบัญชี ซึ่งมีผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทสังกัดอยู่ เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนวันที่ยื่นคำขออนุญาตต่อสำนักงาน ก.ล.ต.

6. ไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ให้บริการทางวิชาชีพใดๆ ซึ่งรวมถึงการให้บริการเป็นที่ปรึกษากฎหมายหรือที่ปรึกษาทางการเงิน ซึ่งได้รับค่าบริการเกินกว่า 2 ล้านบาทต่อปีจากบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท และไม่เป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัย ผู้มีอำนาจควบคุม หรือหุ้นส่วนของผู้ให้บริการทางวิชาชีพนั้นด้วย เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนวันที่ยื่นคำขออนุญาตต่อสำนักงาน ก.ล.ต.

7. ไม่เป็นกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนของกรรมการของบริษัท ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท

8. ไม่ประกอบกิจการที่มีสภาพอย่างเดียวกันและเป็นการแข่งขันที่มีนัยกับกิจการของบริษัท หรือบริษัทย่อย หรือไม่เป็นหุ้นส่วนที่มีนัยในห้างหุ้นส่วน หรือเป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมบริหารงาน ลูกจ้างพนักงาน ที่ปรึกษาที่รับเงินเดือนประจำ หรือถือหุ้นเกินร้อยละ 1 ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัทอื่น ซึ่งประกอบกิจการที่มีสภาพอย่างเดียวกันและเป็นการแข่งขันที่มีนัยกับกิจการของบริษัทหรือบริษัทย่อย

9. ไม่มีลักษณะอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถให้ความเห็นอย่างเป็นอิสระเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท

10. ไม่เป็นกรรมการที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการ ให้ตัดสินใจในการดำเนินกิจการของบริษัท บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทย่อยลำดับเดียวกัน ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท

11. ไม่เป็นกรรมการของบริษัทย่อย หรือบริษัทย่อยลำดับเดียวกันเฉพาะที่เป็นบริษัทจดทะเบียน

ปัจจุบันบริษัทมีกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่านคิดเป็นสัดส่วนมากกว่า 1 ใน 3 หรือร้อยละ 37.5 ของกรรมการทั้งคณะ ได้แก่ (1) พล.ต.อ.สมชาย วาณิชเสณี (2) ดร.เพ็ญภา ธนสารศิลป์ (3) นางมณฑิลา สุขพันธ์รัตน์ โดยกรรมการอิสระมีความเป็นอิสระจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่และฝ่ายบริหารของบริษัทมีคุณสมบัติครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดข้างต้น ทั้งนี้ในระยะเวลาบัญชีที่ผ่านมา กรรมการอิสระไม่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจหรือให้บริการทางวิชาชีพแก่บริษัท

นอกจากนี้ กรรมการอิสระที่ดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 1 คน เป็นบุคคลที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการบัญชีหรือการเงินเพียงพอที่จะสามารถทำหน้าที่ในการสอบทานความน่าเชื่อถือของงบการเงินได้ นอกจากนี้ บริษัทจะพิจารณาคุณสมบัติในด้านอื่นๆ ประกอบด้วย เช่น ประสบการณ์ในธุรกิจ ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและความมีจริยธรรม เป็นต้น

คณะกรรมการบริหาร

ในการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้แต่งตั้งโดยจะพิจารณาคัดเลือกจากกรรมการหรือผู้บริหารระดับสูงของบริษัทที่สามารถบริหารงานในเรื่องที่เกี่ยวกับการดำเนินงานตามปกติธุรกิจและงานบริหารของบริษัทและสามารถกำหนดนโยบาย แผนธุรกิจ งบประมาณ โครงสร้างการบริหารงาน รวมถึงการตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินงานของบริษัท ตามนโยบายที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด

การกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อย

คณะกรรมการบริษัทมีกลไกในการกำกับดูแลที่ทำให้สามารถควบคุมดูแลการจัดการและรับผิดชอบการดำเนินงานของบริษัทย่อย เพื่อดูแลรักษาผลประโยชน์ในเงินลงทุนของบริษัท ดังนี้

1) การส่งบุคคลเพื่อเป็นตัวแทนของบริษัท ในบริษัทย่อย

บริษัทได้ส่งตัวแทนเพื่อเข้าเป็นกรรมการในบริษัทย่อยต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

บริษัท	นายปรินทร์ โลจนะโกสินทร์	นายพินิจสรณ์ ลือชัยจรพันธ์	นายอานนท์ พรธิตี
1) บริษัท เวิร์ชบายน์ จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
2) บริษัท แอด คูซีน จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
3) บริษัท มาสเตอร์ สเตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
4) บริษัท เอสอาร์พีบี มีเดีย จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	กรรมการ
5) บริษัท เดอะ วันพลัส จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
6) บริษัท เมอซี พลัส จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
7) บริษัท แม็กชีว์ มีเดีย กรุ๊ป จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
8) บริษัท ทริปเปิลเพลย์ จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
9) บริษัท พูน่า แอดเวอร์ไทซิง จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
10) บริษัท แพลน บี อิเลฟเว่น จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	กรรมการ
11) บริษัท ไบรท์ สกาย มีเดีย จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
12) บริษัท ดับบลิว.พี.เอส.มีเดีย จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
13) บริษัท อินดิเพนเดนซ์ อาร์ทิสต์ เมเนจเม้นท์ จำกัด*	กรรมการ	กรรมการ	-
14) บริษัท ไซน์ เวิร์ค มีเดีย จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
15) บริษัท ดิจิทัล แฟคตอรี จำกัด	กรรมการ	-	-
16) บริษัท แอทมอส สปอร์ต แล็บ จำกัด	กรรมการ	-	-

บริษัท	นายปริญทร์ โลจนะโกสินทร์	นายพินิจสรณ์ ลือชัยขจรพันธ์	นายอานนท์ พรธิตี
17)บริษัท แอทมอส แอปพาวเรล จำกัด	กรรมการ	-	-
18)บริษัท สแพลช มีเดีย จำกัด (มหาชน)	กรรมการ	กรรมการ	กรรมการ
19)บริษัท สตาร์ค มัลติมีเดีย จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
20)บริษัท แพลน บี ซีเอส จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
21)บริษัท ปัญญาทิพย์ แพลน บี มีเดีย ลาว จำกัด	กรรมการ	-	-
22)บริษัท แพลน บี มาเลเซีย เอสดีเอ็นบีเอสดี	กรรมการ	กรรมการ	-

*เดิมชื่อ บริษัท บีเอ็นเค48 ออฟฟิศ จำกัด

2) กลไกในการกำกับดูแลบริษัทย่อย

บริษัทกำหนดให้บุคคลที่ได้รับการแต่งตั้งจากบริษัทเข้าไปดูแลให้บริษัทย่อยมีนโยบายการบริหารงานที่เป็นไปตามนโยบายของบริษัท นอกจากนี้ต้องดูแลให้บริษัทย่อยมีข้อบังคับในการทำรายการเกี่ยวโยง การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์หรือการทำรายการสำคัญอื่นใดของบริษัทดังกล่าวให้ครบถ้วนถูกต้อง ใช้หลักเกณฑ์ในการเปิดเผยข้อมูลและการทำงานรายการขึ้นต้นในลักษณะเดียวกันกับหลักเกณฑ์ของบริษัท รวมถึงต้องกำกับให้มีการจัดเก็บข้อมูลการบันทึกบัญชีของบริษัทย่อยให้บริษัทสามารถตรวจสอบ และรวบรวมมาจัดทำงบการเงินรวมได้ทันกำหนดอีกด้วย

การดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายใน

คณะกรรมการบริษัท ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Governance) และเพื่อความโปร่งใสและป้องกันการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตนจากการใช้ข้อมูลภายในของบริษัท ที่ยังไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณชน บริษัทได้กำหนดนโยบายการใช้ข้อมูลของบริษัท ดังนี้

1. ให้ความรู้แก่กรรมการ ผู้บริหาร รวมถึงผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารในสายงานบัญชีหรือการเงิน ระดับผู้อำนวยการฝ่ายขึ้นไปหรือเทียบเท่า เกี่ยวกับหน้าที่ที่ต้องจัดทำและส่งรายงานการถือหลักทรัพย์ของตน คู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ตามมาตรา 59 และบทกำหนดโทษตามมาตรา 275 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535

2. กำหนดให้กรรมการและผู้บริหาร รวมถึงผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารในสายงานบัญชีหรือการเงินที่เป็นระดับผู้อำนวยการฝ่ายขึ้นไปหรือเทียบเท่า จัดทำและนำเสนอรายงานการถือหลักทรัพย์ของตน ของคู่สมรส และของบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ส่งผ่านมายังเลขาธิการบริษัท ซึ่งมีหน้าที่รวบรวมและสรุปรายงานการถือครองหลักทรัพย์ และการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ เพื่อรายงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทรับทราบ ก่อนนำเสนอสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ทุกครั้ง โดยให้จัดทำและนำเสนอภายใน 30 วันนับแต่วันที่ได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการ ผู้บริหาร หรือรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ภายใน 3 วันทำการนับแต่วันที่มีการซื้อ ขาย โอน หรือรับโอนหลักทรัพย์นั้น

3. กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร รวมถึงผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารในสายงานบัญชีหรือการเงินที่เป็นระดับผู้อำนวยการฝ่ายขึ้นไปหรือเทียบเท่า และผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง ที่ได้รับทราบข้อมูลภายในที่เป็นสาระสำคัญ ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงราคาหลักทรัพย์ จะต้องระงับการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท ในช่วงเวลาก่อนที่จะเผยแพร่ทางการเงิน หรือเผยแพร่เกี่ยวกับฐานะการเงินและสถานะของบริษัท จนกว่าบริษัทจะได้เปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชนแล้ว โดยบริษัทจะแจ้งให้กรรมการและผู้บริหาร รวมถึงผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารในสายงานบัญชีหรือการเงินที่เป็นระดับผู้จัดการฝ่ายขึ้นไปหรือเทียบเท่างดการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรเป็นเวลาอย่างน้อย 30 วันล่วงหน้าก่อนการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชน

และควรรอคอยอย่างน้อย 24 ชั่วโมงภายหลังการเปิดเผยข้อมูลให้แก่สาธารณชนแล้ว รวมทั้งห้ามไม่ให้เปิดเผยข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญนั้นต่อบุคคลอื่น

4. กำหนดบทลงโทษทางวินัยหากมีการฝ่าฝืนนำข้อมูลภายในไปใช้หาประโยชน์ส่วนตน โดยเริ่มตั้งแต่การดักเต็อนเป็นหนังสือ ตัดค่าจ้าง พักงานชั่วคราวโดยไม่ได้รับค่าจ้าง หรือให้ออกจากงาน ซึ่งการลงโทษจะพิจารณาจากเจตนาของการกระทำและความร้ายแรงของความผิดนั้นๆ

10. การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability Development: SD)

10.1 การพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ยึดมั่นในแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนซึ่งครอบคลุม 3 มิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งได้มีการปลูกฝังแนวคิดความรับผิดชอบต่อในการให้บริการ เพื่อป้องกันผลกระทบต่อสังคมที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท และต่อยอดการพัฒนาและส่งเสริมความก้าวหน้าของบุคลากร การดูแลผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายและมอบผลตอบแทนที่ยั่งยืนผ่านนวัตกรรม เทคโนโลยี ภายใต้หลักการบริหารจัดการตามแนวทางของการกำกับดูแลกิจการที่ดี และผลักดันให้แพลนบีเป็นผู้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีให้กับสังคมด้วยการเป็นมากกว่าผู้ให้บริการสื่อโฆษณา (“More than Advertising”) โดยได้มีการกำหนดกรอบการพัฒนาอย่างยั่งยืน (More than Advertising Framework) ที่เชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 17 ข้อ (Sustainable Development Goals – SDGs)

โดยบริษัทฯ มีการกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน (Key Performance Indicator : KPI) ที่ครอบคลุมเป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืน โดยเป็นตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของทั้งองค์กร เพื่อให้พนักงานทุกคนตระหนักถึงความสำคัญและรับรู้ถึงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาร่วมกัน เพื่อบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ ควบคู่ไปกับด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนในปี 2563 และการสร้างคุณค่าร่วมกันทางธุรกิจ

เพื่อเป็นการเน้นย้ำแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ได้นำ มิติด้านความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ คือเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มาร่วมพิจารณาเพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มในระยะยาว ตลอดจนลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม ดังต่อไปนี้

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี จรรยาบรรณธุรกิจ และการปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นรากฐานสำคัญในการดำเนินงานที่บริษัทยึดถือ เน้นความโปร่งใสตรวจสอบได้ เป็นธรรมตามหลักจรรยาบรรณธุรกิจ ต่อด้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ สอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบของ บริษัทพร้อมทั้งมุ่งสร้างคุณค่าและความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกันขององค์กรและสังคม โดยบริษัทมีการประชุมคณะกรรมการการกำกับดูแลกิจการเพื่อทบทวนนโยบายและแนวทางการกำกับดูแลกิจการ พร้อมแก้ไขเพิ่มเติมให้เป็นปัจจุบันและเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจของบริษัทและเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติตามขั้นตอน โดยปีล่าสุดได้มีการเพิมนโยบายจำกัดจำนวนปีในการดำรงตำแหน่งโดยรวมทุกวาระแล้วต้องไม่เกิน 9 ปี เพื่อความเป็นอิสระในการให้ความเห็นและปฏิบัติหน้าที่ในฐานะกรรมการอิสระของบริษัทและได้มีการเผยแพร่นโยบายการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจที่ผ่านการอนุมัติ ทบทวนแล้วบนเว็บไซต์ และกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท

เพื่อให้การกำกับดูแลกิจการที่ดีของคณะกรรมการบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ ได้กำหนดคุณสมบัติของ คณะกรรมการบริษัทหมายถึงผู้นำบริษัท (CEO หรือเทียบเท่า) ที่ต้องการสรรหาโดยพิจารณาจากทักษะที่จำเป็น และจัดทำเป็น Skill Matrix เพื่อให้ได้บุคคลที่มีคุณสมบัติดำรงตำแหน่ง ทั้งนี้บริษัทมีการกำหนดให้มีการประเมินผล การปฏิบัติงานทั้งรายคณะและรายบุคคลเป็นประจำทุกปี เพื่อร่วมกันพิจารณาทบทวนและปรับปรุงแก้ไข ให้การปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้บริษัทมีการกำหนดคำตอบแทนให้สอดคล้อง กับผลการปฏิบัติหน้าที่ของผู้นำบริษัท (CEO หรือเทียบเท่า)

โดยในปี 2563	ผลการประเมินคณะกรรมการรายคณะ มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยมที่ร้อยละ	94.38
	ผลการประเมินคณะกรรมการรายบุคคล มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่เกณฑ์ดีเยี่ยมที่ร้อยละ	93.80

อนึ่ง คุณสมบัติของคณะกรรมการบริษัทหมายถึงผู้นำบริษัท (CEO หรือเทียบเท่า) ที่ใช้ในการสรรหาและทักษะที่จำเป็นและจัดทำเป็น Skill Matrix นั้น บริษัทได้มีการเผยแพร่บนเว็บไซต์ของบริษัท

นอกจากนี้ บริษัทกำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส และปฏิบัติตามกฎหมายและนโยบายต่อต้านทุจริตอย่างเคร่งครัด รวมถึงต้องไม่กระทำการใดๆ เพื่อแสวงหาผลประโยชน์เพื่อตนเองและบุคคลใกล้ชิด

- ปี 2563
- ร้อยละ 100 ของพนักงานบริษัทรับทราบ ศึกษา และผ่านการทำแบบทดสอบเพื่อเน้นย้ำความรู้ความเข้าใจเรื่องเกี่ยวกับนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจ บริษัทมีเป้าหมายให้พนักงานทุกระดับในองค์กรยึดถือแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจจะก่อให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชันและการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
 - ไม่พบเรื่องการทุจริตคอร์รัปชัน

2. สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

การดำเนินการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน ตามหลักปฏิบัติ บริษัทได้จัดให้มีช่องทางในการสื่อสารด้านการปกป้องสิทธิมนุษยชน มีการบริหารจัดการความหลากหลายและยอมรับในความแตกต่าง

การเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทให้ความสำคัญกับการเคารพกฎหมายและการไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน โดยกำหนดนโยบายจริยธรรมทางธุรกิจว่าด้วยเรื่องการไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคณะกรรมการบริษัทยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้เป็นไปตามกฎหมาย รวมทั้งหลักสิทธิมนุษยชน ซึ่งเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่แสดงให้เห็นถึงความเสมอภาคความเท่าเทียมกันในแง่ของศักดิ์และสิทธิ์ โดยมีนโยบายไม่เลือกปฏิบัติไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ ศาสนา เพศ หรือสมรรถภาพทางร่างกาย โดยเห็นได้จากการให้โอกาสที่เท่าเทียมกันในการจ้างงานของบริษัท รวมทั้งส่งเสริมให้มีการตระหนักและสำนึกในสิทธิหน้าที่ และความรับผิดชอบของตนที่มีต่อสังคมและบุคคลอื่น นอกจากนี้ ยังกำหนดให้มีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกคู่ค้า การคัดกรองคู่ค้าอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้โดยปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล

ด้านการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

การดูแลพนักงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

บริษัทตระหนักในความสำคัญของพนักงานทุกคนและมีความเชื่อมั่นว่า “พนักงาน” คือทรัพยากรที่สำคัญที่สุดสามารถนำองค์กรไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้และเป็นการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จมาโดยตลอด โดยบริษัท ได้ให้ความสำคัญในการดูแลสวัสดิการของพนักงาน ซึ่งอยู่ในระดับที่สูงกว่าที่กฎหมายกำหนด ได้แก่

- 1) การจัดให้มีการตรวจสอบสุขภาพประจำปีให้กับพนักงาน โดยจัดโปรแกรมการตรวจให้สอดคล้องและเหมาะสมกับอายุของพนักงานแต่ละคน พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกโดยให้โรงพยาบาลมาให้บริการตรวจสุขภาพที่สำนักงานของบริษัท รวมไปถึงการมีสวัสดิการพนักงาน เช่น สวัสดิการค่ารักษาพยาบาล การทำประกัน

สุขภาพ, ประกันชีวิตและประกันอุบัติเหตุกลุ่ม ทั้งนี้ในปี 2563 บริษัทจัดให้มีประกันโควิดเพิ่มเติมสืบเนื่องจากสถานการณ์โควิด นอกจากนี้ยังมีสวัสดิการการเงินช่วยเหลือและอื่นๆ (เช่น เงินช่วยเหลืองานศพ กรณีพนักงานเสียชีวิต และกรณีบิดา มารดา บุตร หรือ คู่สมรสที่ชอบด้วยกฎหมายของพนักงานเสียชีวิต เงินช่วยเหลือกรณีพนักงานสมรส เป็นต้น) รวมถึงการฉีดวัคซีนป้องกันให้กับพนักงานโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

- 2) ด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยในสถานที่ทำงาน บริษัทมีการดูแลสุขภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของพนักงาน มีประกันอุบัติเหตุเพิ่มเติม สำหรับพนักงานที่ปฏิบัติงานในทีมเสี่ยงภัย การอบรมเรื่องการซ้อมหนีไฟให้แก่พนักงานเป็นประจำทุกปี การอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติเพื่อให้พนักงานมีความรู้และทักษะพร้อมปฏิบัติงานจริง อาทิเช่น หลักสูตร High Work หลักสูตร Hot Work เป็นต้น และการเตรียมพร้อมอุปกรณ์เพื่อป้องกันอันตรายที่จะเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน อาทิ การจัดกิจกรรม 5 ส การดูแลสุขภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยและถูกสุขลักษณะ อนามัย และเหมาะสมกับลักษณะงานของแต่ละหน่วยงาน โดยในปี 2563 บริษัทมีการเตรียมชุดการปฏิบัติงานเพื่อการป้องกันจากโควิด (COVID-19 protection pack) ให้กับพนักงาน มีหน้ากากอนามัย เจลล้างมือ ถุงมือ เป็นต้น และการฉีดพ่นยาฆ่าเชื้อ hygienic ประจำสัปดาห์ให้กับพนักงานเพื่อความปลอดภัยจากสถานการณ์โควิดที่เกิดขึ้นในขณะที่พนักงานต้องไปปฏิบัติงานภายนอก ดังนั้นในปี 2563 บริษัทไม่มีสถิติการเกิดอุบัติเหตุร้ายแรง ไม่มีพนักงานที่เสียชีวิตหรือได้รับบาดเจ็บสาหัสสืบเนื่องจากการปฏิบัติงาน และในระหว่างการทำงาน และไม่มีพนักงานติดเชื้อไวรัสโควิด
- 3) ส่งเสริมให้พนักงานดูแลสุขภาพ โดยบริษัทจัดให้มีพื้นที่สำหรับการออกกำลังกายและกีฬา พร้อมอุปกรณ์การออกกำลังกาย ภายในสำนักงานของบริษัทอาคาร 2 ชั้น 1 และในปี 2563 บริษัทได้จัดให้มีการออกกำลังกายประจำปี โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านความแข็งแรงของร่างกายเข้ามาตรวจวัดสภาพความแข็งแรงและให้ความรู้กับพนักงานโดยตรง
- 4) บริษัทสนับสนุนส่งเสริมให้พนักงานมีการวางแผนทางการเงินในระยะยาว ด้วยการให้ความรู้ในการลงทุนทางการเงิน การบริหารภาษี การเก็บออมของพนักงานเพื่ออนาคต โดยเฉพาะการลงทุนที่ได้รับผลประโยชน์ทางภาษี เช่น กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Equity Fund : LTF) กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (Retirement Mutual Fund : RMF) เพื่อสร้างความมั่นคงและอิสรภาพทางการเงินในวัยเกษียณ
- 5) บริษัทยังมีนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ระดับองค์กรและการพัฒนานวัตกรรม โดยการให้ความสำคัญกับการพัฒนางานบริหารทรัพยากรบุคคลทั้งระบบให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องตั้งแต่การสรรหาบุคคล พัฒนาพนักงาน กำหนดผลตอบแทนอย่างเป็นธรรม จัดให้มีสวัสดิการอย่างเหมาะสม เพื่อยกระดับการทำงานของพนักงานอย่างมืออาชีพ พัฒนาระบบการทำงานและสร้างนวัตกรรมในองค์กร สนับสนุนให้พนักงานมีโอกาสก้าวหน้าในสายอาชีพตลอดจนเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานอย่างมีส่วนร่วม สร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับพนักงานเพื่อความสุขทั้งกายและใจของพนักงาน ซึ่งบริษัทได้จัดให้มีกิจกรรมพักผ่อนของพนักงานเป็น

ประจำปี อันจะนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด อีกทั้งยังส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการทำประโยชน์กับสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อมอีกด้วย

ซึ่งจากที่บริษัทให้ความสำคัญกับพนักงานซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีค่ามากที่สุดขององค์กร ได้มีการจัดทำแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กร (Engagement Survey) ปีละ 2 ครั้ง และนำผลลัพธ์ที่ได้มาวิเคราะห์และพิจารณาจัดทำแผนเพื่อปรับปรุง พัฒนาให้พนักงานมีความสุข ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยผลคะแนนความผูกพันต่อองค์กรในปี 2563 อยู่ที่ระดับร้อยละ 83 ซึ่งสูงกว่าปีก่อนหน้า และเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ที่ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 สะท้อนให้เห็นว่าสวัสดิการ และรูปแบบการทำงานของบริษัทตอบสนองความต้องการของพนักงานเพื่อให้พนักงานสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีความสุขมากยิ่งขึ้น

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อในการให้บริการสื่อโฆษณา

บริษัทให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยในทุกกระบวนการของการดำเนินธุรกิจรวมถึงการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและประหยัดพลังงานตามหลักการสากล และยังส่งเสริมให้มีการรณรงค์และสร้างจิตสำนึกให้แก่พนักงานในการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากร และพลังงานต่างๆ อย่างชาญฉลาดและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสร้างสรรค์และสนับสนุนกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อการดูแลรักษาการอนุรักษ์ และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และพลังงานต่างๆ อย่างต่อเนื่องโดยพนักงานทุกคนมีหน้าที่โดยตรงในการดูแลไม่ให้ทรัพยากรสินใดๆ ของบริษัทที่อยู่ในความรับผิดชอบของตน เสื่อมค่า สูญหาย หรือสูญเสียไปโดยเปล่าประโยชน์ รวมทั้งการใช้ทรัพยากรอื่นๆ ของบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพ โดยได้จัดทำเป็นแนวทางในการบริหารจัดการซึ่งเน้นการใช้พลังงานตามความจำเป็นลดการสูญเสียของทรัพยากร บริษัทได้ดำเนินโครงการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ได้แก่

1. บริหารจัดการทรัพยากรเพื่อการผลิตสื่อโฆษณาให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพื่อเป็นการบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด บริษัทได้มีการพัฒนาปรับปรุงวัสดุที่ใช้ผลิตสื่อโฆษณาประเภท Serie Poster คือไวนิล ด้วยการนำวัสดุหรือของเสียจากไวนิล รวมถึงสติ๊กเกอร์ที่ใช้ในสื่อโฆษณานรกรประจำทางปรับอากาศ มาปรับปรุงเพื่อเพิ่มมูลค่าและรักษาสิ่งแวดล้อม

- จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ในปี 2563 บริษัทได้ทำการส่งมอบ “ถุงยิ้ม” ซึ่งเป็นโครงการที่บริษัทร่วมมือกับพันธมิตรและอาสาสมัครในการส่งมอบสิ่งของที่จำเป็นแก่พี่น้องผู้ประสบภัยในชุมชนที่ได้รับความเดือดร้อน โดยมีการส่งมอบถุงยิ้มกว่า 30,000 ถุง กว่า 83 ชุมชนตามบ้านเรือนและจุดต่างๆ ทั่วกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เพื่อเป็นกำลังใจในการช่วยเหลือและให้กำลังใจให้คนไทยสามารถฝ่าฟันวิกฤตครั้งนี้ไปด้วยกัน
- นอกจากนี้บริษัทยังได้มอบพื้นที่สื่อโฆษณาของบริษัทเพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เป็นสาธารณประโยชน์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ไม่ว่าจะเป็นการรายงานข่าวสารและสถานการณ์การติดเชื้อ เพื่อให้ความรู้เตรียมพร้อมกับสถานการณ์การแพร่กระจายของไวรัส รวมถึงการร่วมมือกับสภาอากาศไทยในการโพสต์เชิญชวนบริจาคโลหิต เนื่องจากวิกฤติโลหิตขาดสะสมอย่างต่อเนื่อง ไม่เพียงพอต่อการจ่ายเลือดให้โรงพยาบาลทั่วประเทศ

- การสนับสนุนไวเนลเหลือหรือหมดสัญญาของลูกค้าแล้วมาเพื่อออกแบบจัดทำเป็นของใช้ที่เกิดประโยชน์ เช่น ถูจากไวเนล เนื่องจากมีความคงทนสามารถใช้งานได้ยาวนาน และที่สำคัญสามารถลดพื้นที่การจัดเก็บอุปกรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยปี 2563 บริษัทได้มีการนำไวเนลกว่า 1,080 ต.ร.มาผลิตเป็นกระเป๋าวีเนล 2,000 ใบ เพื่อให้ชุมชนหรือหน่วยงานของรัฐนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติกได้อีกทางหนึ่งด้วย
- นอกจากนี้บริษัทยังได้นำไวเนลที่เหลือใช้มาประยุกต์ทำเป็นซองจดหมายเพื่อใช้ภายในองค์กรได้กว่า 360 ซอง/ปี เพื่อลดการใช้ซองกระดาษและลดค่าใช้จ่ายได้บางส่วน

4. การลดการใช้พลังงานและอุปกรณ์ภายในสำนักงาน

บริษัทยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแสดงภาพโฆษณา รวมทั้งเพิ่มอายุการใช้งานและเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายของบริษัทจากการประหยัดพลังงาน โดยบริษัทได้มีการตรวจวัดค่าแสงอย่างต่อเนื่องโดยทีม Quality Control และทีม Maintenance และรายงานให้ทีมที่ควบคุมดูแลรับทราบเพื่อปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้การวัดค่าแสงจะปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมแต่ละฤดูกาลหรือตามช่วงเวลาการให้บริการสื่อโฆษณา โดยที่ความสว่างของจอภาพจะต้องไม่เป็นการรบกวนต่อผู้สัญจรไปมาบนท้องถนนหรือแม้แต่ผู้พักอาศัยบริเวณที่มีการติดตั้งสื่อโฆษณา แต่สื่อโฆษณาดิจิทัลของบริษัทยังคงประสิทธิภาพการให้บริการสื่อโฆษณาอีกด้วย ทั้งนี้ในปี 2563 บริษัทได้มีการเปลี่ยนแปลงหน้าจอ LED ทั้งสิ้นจำนวน 50 จอ ทั่วประเทศด้วยระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่ซึ่งจะช่วยทำให้บริษัทสามารถประหยัดพลังงานไฟฟ้าได้มากกว่าร้อยละ 30 เมื่อเปรียบเทียบกับการใช้พลังงานไฟฟ้าของหน้าจอเก่า เปลี่ยนโคมไฟจากเดิมแบบเมทัลฮาไลด์เป็นแบบโคม LED กว่า 4,000 โคมทั่วประเทศ ช่วยลดค่าไฟมากกว่าร้อยละ 50.0 และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกกว่า 460,000 KgCO₂e และเปลี่ยนหลอดไฟฟลูออเรสเซนต์กว่า 800 หลอด ช่วยลดค่าไฟมากกว่าร้อยละ 50.0 และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกกว่า 23,300 KgCO₂e

5. การบริหารจัดการนวัตกรรม

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรมเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานและพัฒนารูปแบบการให้บริการสื่อโฆษณาของบริษัท ด้วยการกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กรให้สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจของบริษัทเพื่อแสวงหาโอกาสใหม่ๆ ให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งส่งผลต่อการจัดสรรงบประมาณการใช้สื่อโฆษณาของเจ้าของแบรนด์สินค้าและเพื่อตอบสนองต่อแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคและนักลงทุน รวมถึงการต่อยอดเพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

โดยในปี 2563 บริษัท ร่วมกับ 3 พันธมิตร จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่, เอไอเอ็ม มีเดีย และ Goodthings happen สร้างปรากฏการณ์ใหม่ของวงการสื่อด้วยการแสดงดนตรีสดในรูปแบบ Multi-platform โชว์จากศิลปินชื่อดังอย่าง บอดี้สแลม, โปเตโต้, ปาล์มมี่ และ เป็ก ผลิตโชค ที่มาสร้างสีสันบนเส้นทางการเดินทางในกรุงเทพฯ ที่จะกลับมาคึกคักอีกครั้งในวันเปิดเทอม (Music live on the way) โปรเจกต์นี้เกิดขึ้นเพื่อเติมกำลังใจให้ทุกคนผ่านช่วงวิกฤติโควิด-19 ในวันที่ต้องออกจากบ้านส่งลูกหลานกลับเข้าสู่รั้วโรงเรียน และคนทำงานที่เริ่มกลับเข้าสู่โหมดทำงานที่ออฟฟิศ ผ่านช่องทางการเผยแพร่แบบ Multi-Platform ซึ่งถือเป็นครั้งแรกในเมืองไทย กับการรับชม Live show ผ่านจอทีวีจอของบริษัททั่วกรุงเทพฯ กว่า 120 จอ มาพร้อมเสียงผ่านวิทยุคลื่น GreenWave 106.5 และ 94 EFM รวมถึงสามารถชมผ่าน

live Facebook ได้ทางเพจ GMM Grammy, Atime Showbiz , Plan B Media, Goodthings Happen และ Chang World เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2563 เวลา 7.30-9.00 น. ซึ่งเป็นการนำจุดเด่นของแต่ละพันธมิตรมารวมกัน ด้วยกลยุทธ์ Music Marketing กับการ Cross Channel กันครั้งแรก นำ 4 ศิลปินที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ มาเล่นคอนเสิร์ตบนเวทีที่มีโปรดัคชั่นจัดเต็ม เหมือนยกเวทีคอนเสิร์ตจากฮอลล์คอนเสิร์ตมาถ่ายทอดสดบนจอดิจิทัลขนาดใหญ่ ท่ามกลางการจราจรที่หนาแน่นบนถนนสายสำคัญในกรุงเทพฯ และสามารถฟังถ่ายทอดสดเสียงผ่านทั้ง 2 คลื่นวิทยุ คือ GreenWave และ EFM เรียกได้ว่าเป็นครั้งแรกที่ตาจุดจอดิจิทัล หูฟังวิทยุ และยังสามารถดู Live สดผ่าน Online ได้อีกด้วย



โครงการ Bangkok Jams และ Bangkok Jams 2.0 : สื่อโฆษณาประเภทจอดิจิทัลที่ไม่เพียงแต่นำเสนอโฆษณา แต่ยังมีคอนเทนต์ที่เป็นสาธารณประโยชน์ รายงานสภาพการจราจร พร้อมคำนวณเวลาในการเดินทาง ช่วยให้ผู้ใช้รถใช้ถนนตัดสินใจและวางแผนการเดินทางได้ดียิ่งขึ้น รวม 90 จอทั่วกรุงเทพมหานคร





นอกจากนี้ในปี 2563 บริษัทยังได้คิดค้นนวัตกรรมที่สามารถทราบข้อมูลรวมถึงวัดผลของสื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัยได้ เรียกว่านวัตกรรม “MAGNETIC” โดยร่วมมือกับ Telco เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนา ด้วยการใช้เทคโนโลยีและฐานข้อมูลจากบริษัทโทรคมนาคมเพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้ชมที่เห็นป้ายหรือจอโฆษณา (Reach), จำนวนครั้งของการมองเห็น (Eyeballs) ไปจนถึงข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ชม (Audience Profile) ที่จะช่วยให้แบรนด์เข้าใจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยมากขึ้น อีกทั้งช่วยให้พนักงานการตลาดเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ถูกกลุ่ม สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพและวางแผนการใช้สื่อได้อย่างคุ้มค่าเงินลงทุน



6. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงแนวโน้มด้านการตลาดและความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย โดยบริษัทได้เปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาระดับการให้บริการด้วยการสอบถามความคิดเห็นและประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้า ในต้นปี 2563 ได้ตั้งเป้าหมายระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่คะแนน 4.50 เต็ม 5.00 อย่างไรก็ตามระดับความพึงพอใจเฉลี่ยของลูกค้าจริงอยู่ที่ 4.45 ซึ่งใกล้เคียงกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ สูงขึ้นเล็กน้อยกว่าปี 2562 ที่ได้คะแนนอยู่ที่ 4.40 เพื่อปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการลูกค้าและความรู้ความสามารถของพนักงานขายอย่างต่อเนื่อง และจากผลการประเมินความพึงพอใจบริษัทได้มีการนำมาวิเคราะห์แยกออกเป็นกลุ่มตามหลักเกณฑ์ด้วยการพิจารณาจาก

- ทักษะที่เกี่ยวข้องกับงานขาย
- ความรู้รอบตัวเรื่องสื่อโฆษณาและผลิตภัณฑ์ของบริษัท
- บุคลิกภาพ การสื่อสารกับลูกค้า
- ทักษะการแก้ไขปัญหา

เพื่อให้บริษัทสามารถจัดหาหลักสูตรการอบรมและข้อเสนอแนะที่จะช่วยพัฒนาทักษะของพนักงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มสูงขึ้นและรองรับความต้องการของลูกค้าที่มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อันจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของบริษัทในอุตสาหกรรมตามมาด้วย

7. การจัดการของเสีย

บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและลดปริมาณของเสียจึงมีนโยบายลดปริมาณของเสียและการบริหารจัดการของเสีย เช่น การคัดแยกขยะ ซึ่งบริษัทได้มีการรณรงค์คัดแยกขยะอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการช่วยลดปริมาณขยะลง สามารถนำขยะเปียกไปทำเป็นเชื้อเพลิงหรือก๊าซชีวภาพได้ เพิ่มความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความร่มรื่น ลดมลภาวะที่เป็นพิษ และหลีกเลี่ยงอันตรายจากขยะอันตราย

ในปี 2563 บริษัทได้เพิ่มประเภทของถังแยกขยะออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ขยะเปียก ขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะพิษ ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมีเป้าหมายที่จะติดตั้งชุดถังขยะให้ครบร้อยละ 100 ที่สำนักงานของบริษัททุกแห่ง



8. ความรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัทส่งเสริมการใช้กระบวนการทางธุรกิจเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ช่วยสร้างเศรษฐกิจและความเข้มแข็งให้กับชุมชนและสังคมไทย ผ่านโครงการความร่วมมือของบริษัท คู่ค้าของบริษัท ดังเช่น การพัฒนาระบบรายงานสภาพจรรยาบรรณจริยะ ซึ่งให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ซื้อชื้อยานยนต์อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2563 บริษัทยังคงพัฒนาระบบการรายงานสภาพจรรยาบรรณจริยะ เพื่ออำนวยความสะดวก เพิ่มประสิทธิภาพ และเพิ่มความแม่นยำในการวางแผนการเดินทางของผู้ใช้รถใช้ถนนได้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือสำคัญในช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับสื่อโฆษณาในบริเวณดังกล่าวของบริษัท

นอกจากนี้บริษัทยังมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมด้วยการเป็นส่วนหนึ่งเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมผ่านทางสื่อโฆษณาของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ด้วยการยึดมั่นในแนวคิด “การเป็นมากกว่าสื่อโฆษณา – More Than Advertising”) ได้แก่

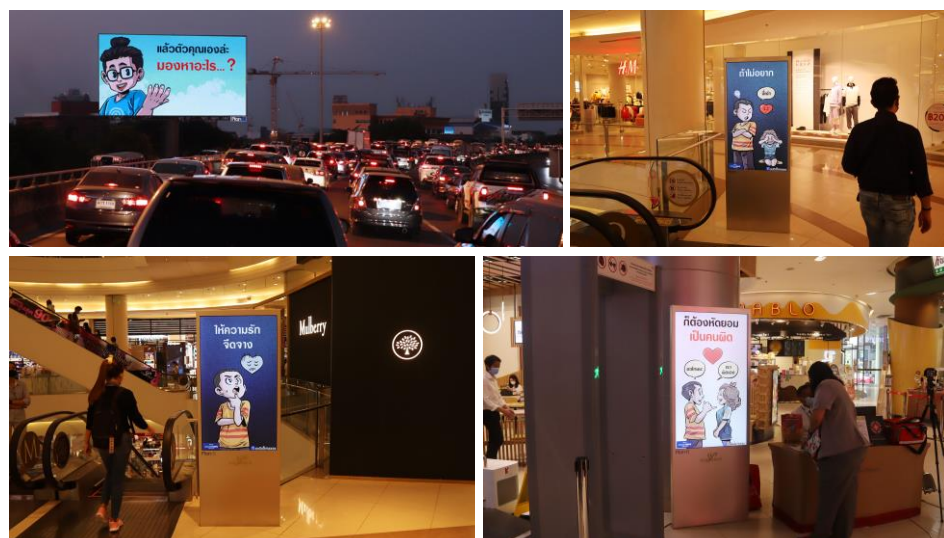
1) แคมเปญ #ThailandTogetherAsOne

แพลนบีร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการใช้สื่อโฆษณาของบริษัทฯ เป็นสื่อกลางในการสร้างความเข้าใจในการดูแลตัวเองให้ห่างจากไวรัส COVID-19 และส่งผ่านพลังบวกด้วยข้อความให้กำลังใจ ผ่านแคมเปญ #ThailandTogetherAsOne บนโซเชียลมีเดียกว่า 700 จอ จาก 16 สื่อทั่วประเทศ

- รายงานข่าวสารและสถานการณ์ติดเชื้อเพื่อให้ความรู้เตรียมพร้อมพร้อมกับสถานการณ์การแพร่กระจายของไวรัส
- สร้างจิตสำนึกที่ดีด้วยการรณรงค์ให้ประชาชน อยู่บ้านเพื่อหยุดเชื้อ (Social Distancing) และสร้างความเข้าใจในการดูแลตัวเองอย่างถูกวิธี เพื่อชะลอการแพร่เชื้อและลดปริมาณผู้ป่วย
- ร่วมเป็นสื่อกลางในการส่งผ่านพลังบวกด้วยข้อความให้กำลังใจ พร้อมกับด้วยศิลปิน นักร้อง นักแสดง นักกีฬา และนักธุรกิจที่มีชื่อเสียงกว่า 70 ชีวิต เพื่อให้คนไทยมีแรงร่วมกันฝ่าวิกฤติครั้งนี้ไปด้วยกันอย่างมีสติ
- ร่วมมือกับสำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (United Nations Development Programme :UNDP) เพื่อแสดงเจตนารมณ์การดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ หรือ Sustainable Development Goals –SDGs) ผ่านสื่อโฆษณาของบริษัท เช่น การใช้สื่อโฆษณาของบริษัทเพื่อรณรงค์วิธีการดูแลตัวเองในช่วงสถานการณ์โควิด-19 เป็นต้น

2) โครงการธรรมะ ธรรมคา ธรรมชาติ

บริษัทร่วมกับเพจสงฆ์สมัย? ธรรมะ ส่งต่อข้อคิดดีๆในการใช้ชีวิต ทำธรรมะให้น่าอ่านและเข้าใจมากขึ้น ผ่านสื่อโฆษณาประเภทจอติดจอภายในห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน และสยามเซ็นเตอร์ โดยได้เริ่มโครงการตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 อย่างต่อเนื่อง



3) ให้กำลังใจชาวโคราช

จากสถานการณ์โรคภัยที่ทางสรรพสินค้าเทมिनอล 21 จ.นครราชสีมา สร้างความสูญเสียครั้งใหญ่ให้กับชาวโคราช แพลนบีร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการส่งกำลังใจผ่านจอดีจิตอลภายในจังหวัด

4) ร่วมกับมูลนิธิเด็กโสสะแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์

บริษัทได้ร่วมประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆของมูลนิธิ ผ่านเครือข่ายสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยของบริษัทมาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยให้มูลนิธิเป็นที่รู้จักและได้รับการสนับสนุนทั้งในรูปแบบที่เป็นตัวเงินเพื่อใช้กิจการของมูลนิธิและรูปแบบที่ไม่ใช่ตัวเงินผ่านอาสาสมัครที่เข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆของมูลนิธิ ทั้งนี้มูลนิธิมีภารกิจหลักเพื่อช่วยเหลือเด็กไทยที่สูญเสียพ่อแม่ และขาดญาติมิตร โดยมีต้นแบบการดำเนินงานมาจากองค์กรเอส โอ เอส สากล (SOS Children's Villages International) ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเลี้ยงดูพร้อมเสริมสร้างประสบการณ์ในวัยเด็กของเหล่าเด็กด้อยโอกาสให้เติบโตขึ้นอย่างสมบูรณ์ในทิศทางที่เหมาะสม รวมถึงได้รับการศึกษาสูงสุดตามความสามารถและสามารถประกอบอาชีพพึ่งพาตนเองได้ และอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

5) ร่วมกับมูลนิธิกระจกเงา

บริษัทร่วมประชาสัมพันธ์ตามหาคนหายที่ได้รับแจ้งจากมูลนิธิกระจกเงาผ่านจอดีจิตอลอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 และในปี 2563 ได้ร่วมประชาสัมพันธ์โครงการจ้างวานฆ่าผ่านจอดีจิตอลในกรุงเทพฯ โดยโครงการจ้างวานฆ่าเป็นโครงการที่ช่วยสร้างงานสร้างรายได้ให้กับ "คนไร้บ้าน" ทำความสะอาดในพื้นที่สาธารณะ



11. การควบคุมภายในและการบริหารจัดการความเสี่ยง**11.1 ความเห็นของคณะกรรมการบริษัทเกี่ยวกับระบบการควบคุมภายในของบริษัท**

คณะกรรมการบริษัท ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการระบบควบคุมภายในที่ดี ทั้งด้านการเงิน และการปฏิบัติงาน เพื่อสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจัดให้มีกลไกการตรวจสอบและถ่วงดุล ด้วยการกำหนดลำดับขั้นของอำนาจอนุมัติ และความรับผิดชอบของผู้บริหารและพนักงานที่มีการตรวจสอบและถ่วงดุลในตัว การกำหนดระเบียบการปฏิบัติงานอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร และจัดให้มีคณะกรรมการตรวจสอบทำหน้าที่สอบทานให้บริษัท มีระบบการควบคุมภายใน (Internal Control) และระบบการตรวจสอบภายใน (Internal Audit) ที่เหมาะสมและมีประสิทธิผลสอดคล้องกับแนวทางของตลาดหลักทรัพย์ฯ

ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2564 เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2564 โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบทั้ง 3 ท่านเข้าร่วมประชุมด้วย คณะกรรมการบริษัทได้ประเมินระบบควบคุมภายในโดยการซักถามข้อมูลจากฝ่ายบริหารของบริษัท และตอบแบบประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในของบริษัท ในด้านต่างๆ 5 ด้าน ตามแนวทางของ COSO (The Committee of Sponsoring Organization of Trade Way Commission) คือ สภาพแวดล้อมในการควบคุม (Control Environment) การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) กิจกรรมการควบคุม (Control Activities) สารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication) และการติดตามผล (Monitoring) โดยคณะกรรมการบริษัท มีความเห็นว่า ระบบการควบคุมภายในของบริษัทมีความเพียงพอและเหมาะสมตามสภาพแวดล้อมการควบคุมที่เป็นอยู่ โดยบริษัทได้จัดให้มีบุคลากรอย่างเพียงพอที่จะดำเนินการตามระบบอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีระบบควบคุมภายในในเรื่องการติดตามควบคุมดูแลการดำเนินงานของบริษัทอยู่ให้ สามารถป้องกันทรัพย์สินของบริษัทและบริษัทอยู่จากการที่กรรมการหรือผู้บริหารนำไปใช้โดยมิชอบหรือโดยไม่มีอำนาจ รวมถึงการทำธุรกรรมกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งและบุคคลที่เกี่ยวข้องกันอย่างเพียงพอ สำหรับการควบคุมภายในหัวข้ออื่น คณะกรรมการบริษัทเห็นว่าบริษัทมีการควบคุมภายในที่เพียงพอแล้วเช่นกัน

ระบบการควบคุมภายในของบริษัท ในด้านต่างๆ 5 ด้าน ตามแนวทางของ COSO สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมในการควบคุม (Control Environment)

การมีโครงสร้างองค์กรและสภาพแวดล้อมที่ดีเป็นรากฐานที่สำคัญของระบบการควบคุมภายในที่มีประสิทธิผล ดังนั้น บริษัท จึงได้สร้างสภาพแวดล้อมของการควบคุมภายในที่ดีซึ่งเอื้อให้ระบบการควบคุมภายในดำเนินไปได้ตามที่บริษัท มุ่งหวัง และเป็นการสร้างบรรยากาศการควบคุมเพื่อส่งเสริมให้ทุกคนในบริษัท ตระหนักถึงความจำเป็นของระบบการควบคุมภายในในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ เช่น

- บริษัท ได้มีการจัดตั้งโครงสร้างองค์กรที่มีความเหมาะสมที่ช่วยให้มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ โดยไม่มีการพึ่งพาผู้บริหารหรือพนักงานคนใดคนหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่มีการทำงานอย่างเป็นรูปแบบที่สามารถทำงานทดแทนกันได้
- บริษัทมีการกำหนดเป้าหมายของธุรกิจที่ชัดเจน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานและมีการติดตามผลโดยคณะกรรมการเป็นประจำทุกไตรมาส
- การกำหนดเป้าหมายจะมีกรอบนโยบายจากคณะกรรมการบริษัท และให้ฝ่ายปฏิบัติการมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายด้วย โดยผ่านการกลั่นกรองจากประธานเจ้าหน้าที่บริหารอีกชั้นหนึ่ง ซึ่งทำให้มั่นใจว่าเป้าหมายที่กำหนดมีความเป็นไปได้ และสมเหตุสมผล
- บริษัท ได้มีการจัดทำข้อกำหนดเกี่ยวกับจริยธรรมไว้ในเอกสารเผยแพร่ของบริษัท เพื่อประกาศให้สาธารณชนและตัวพนักงานของบริษัท ได้รับรู้และตระหนักถึงจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

- บริษัท ได้มีการจัดคู่มือการปฏิบัติงานในขั้นตอนการจัดซื้อ/จัดจ้างไว้อย่างเป็นลายลักษณ์อักษร อีกทั้งยังมีการกำหนดตารางอำนาจอนุมัติในการทำธุรกรรมทางการเงิน/การทำสัญญา และการจัดซื้อจัดจ้างไว้อย่างชัดเจน
- บริษัท ได้มีความมุ่งมั่นในการที่จะเป็นบริษัทธรรมาภิบาลโดยการประกาศเจตจำนงไว้ในเอกสารเผยแพร่ของบริษัท ไว้อย่างชัดเจน ซึ่งในนี้รวมถึงการสร้างความเป็นธรรมต่อคู่ค้าและมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย เป็นเหตุผลหลักที่ทำให้ความสัมพันธ์ของบริษัท กับคู่ค้ามีความแน่นแฟ้นและเอื้อประโยชน์ต่อกันในระยะยาว การเซ็นสัญญาการให้บริการกับคู่ค้าและมีบริการข่าวสารความรู้เพื่อประโยชน์กับคู่ค้า รวมถึงได้เสนอเงื่อนไขการให้บริการที่เป็นธรรม อีกทั้งบริษัท มีการกำหนดราคาลิขิตตามมาตรฐานไว้อย่างชัดเจน

2. การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)

- บริษัท ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในกระบวนการธุรกิจเป็นอย่างดี และเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงที่เกิดขึ้นทางบริษัท ได้จัดตั้งคณะทำงานด้านการบริหารความเสี่ยงขึ้นมาโดยมีตัวแทนของแผนกต่างๆ เป็นคณะทำงาน ซึ่งคณะทำงานดังกล่าวมีหน้าที่ในการการระบุความเสี่ยง (Risk Identification) ของบริษัท
- คณะทำงานด้านการบริหารความเสี่ยงของบริษัท ที่ประกอบด้วยตัวแทนของแผนกต่างๆ เป็นผู้รวบรวมประเด็นความเสี่ยงของทุกภาคส่วน เพื่อนำมาวิเคราะห์และหาแนวทางในการลดความเสี่ยงนั้นๆ ซึ่งสามารถเชื่อได้ว่าคณะทำงานที่มีหลายภาคส่วนจะมีมุมมองที่ครอบคลุมและสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในทุกๆ ด้านได้ ทั้งนี้ทางคณะทำงานด้านการบริหารความเสี่ยงของบริษัท ได้มีการกำหนดสภาพแวดล้อมการควบคุมเอาไว้อย่างชัดเจนอีกด้วย
- คณะทำงานด้านการบริหารความเสี่ยงของบริษัท เป็นตัวแทนของบริษัทในการเผยแพร่และสื่อสารความรู้ความเข้าใจในเรื่องการบริหารความเสี่ยงให้ทั่วถึงทั้งองค์กรและเนื่องจากคณะทำงานด้านการบริหารความเสี่ยงประกอบไปด้วยตัวแทนของทุกภาคส่วนจึงเชื่อได้ว่าจะเป็นการสื่อสารความรู้ความเข้าใจที่มีประสิทธิภาพ
- บริษัทมีการติดตามการบริหารความเสี่ยง โดยคณะทำงานบริหารความเสี่ยง ซึ่งต้องจัดให้มีการประชุมอย่างน้อยไตรมาสละครั้งหรือเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

3. กิจกรรมการควบคุม (Control Activities)

บริษัท มีการกำหนดนโยบาย คู่มือ และระเบียบปฏิบัติงานไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งแนวทางดังกล่าว บริษัท ได้กำหนดไว้ในรูปแบบของตารางอำนาจอนุมัติ (Level of Authorization Table) ซึ่งจะระบุถึงขอบเขต อำนาจหน้าที่ และเงื่อนไขต่างๆ ในการอนุมัติวงเงินของผู้บริหารทุกๆ ระดับเอาไว้อย่างชัดเจน และตารางอำนาจอนุมัตินี้จะถูกนำไปพิจารณาในการประชุมบอร์ดของบริษัท เพื่อให้ที่ประชุมพิจารณาอนุมัติ ในการเพิ่มเติม/เปลี่ยนแปลง รายละเอียดต่างๆ

ในส่วนของการแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบ บริษัท ได้กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบเอาไว้อย่างชัดเจนโดย (1) หน้าที่อนุมัติได้กำหนดไว้ในตารางอำนาจอนุมัติ (2) หน้าที่บันทึกรายการบัญชีกำหนดให้ฝ่ายบัญชี/การเงินเป็นผู้รับผิดชอบ และข้อมูลสารสนเทศกำหนดให้ฝ่าย IT เป็นผู้รับผิดชอบ และ (3) การดูแลจัดเก็บทรัพย์สินเป็นหน้าที่ของฝ่ายต่างๆ ที่เป็นผู้ขอซื้อทรัพย์สินโดยมีฝ่ายบัญชีเป็นผู้ควบคุมทะเบียนทรัพย์สิน

นอกจากนี้ บริษัทยังมีมาตรการที่จะติดตามให้การดำเนินงานของบริษัท เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจและรักษาชื่อเสียงของบริษัท โดยกำหนดให้พนักงานกฎหมายของบริษัท เป็นผู้พิจารณาเงื่อนไขในการทำสัญญาผูกพันและการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยให้มีการรายงานความเสี่ยงในด้านการทำธุรกิจให้ผู้บริหารทราบทุกครั้ง

4. สารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication)

บริษัท ให้ความสำคัญต่อระบบสารสนเทศและการสื่อสาร โดยจัดให้มีระบบข้อมูลและช่องทางการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ คือ ครบถ้วน ถูกต้อง ทันเวลา เพียงพอต่อการตัดสินใจ เพื่อให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีส่วนได้เสีย เช่น ผู้ถือหุ้น เป็นต้น ได้รับทราบข้อมูลสำคัญอย่างถูกต้องภายในเวลาที่เหมาะสม โดยบริษัท ได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

- การจัดส่งหนังสือเชิญประชุมคณะกรรมการบริษัทและข้อมูลสำคัญต่าง ๆ สำหรับใช้ประกอบการตัดสินใจให้แก่คณะกรรมการล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 7 วัน
- ได้บันทึกความเห็นหรือข้อสังเกตของกรรมการในประเด็นที่เห็นว่าสำคัญและ/หรือจำเป็นไว้ในรายงานการประชุมอย่างละเอียดชัดเจนตามสมควร

5. การติดตามผล (Monitoring)

บริษัท ได้มีการติดตามการปฏิบัติตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยฝ่ายบริหารได้มีการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอเป็นรายเดือน และจะวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้ผลการดำเนินงานแตกต่างไปจากเป้าหมาย เพื่อวางแผนและดำเนินการแก้ไขต่อไป นอกจากนี้ บริษัท ยังจัดให้มีการตรวจสอบภายใน ในแต่ละกิจกรรม ทั้งการควบคุมด้านการเงิน ด้านการปฏิบัติงาน และด้านการปฏิบัติตามข้อกำหนด จากผู้สอบบัญชี และผู้ตรวจสอบภายในอิสระจากภายนอกอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าระบบการควบคุมภายในมีความเพียงพอและมีประสิทธิผล โดยรายงานผลการตรวจสอบโดยตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบภายในระยะเวลาที่กำหนด

11.2 **ความเห็นแตกต่าง/การตั้งข้อสังเกต โดยคณะกรรมการตรวจสอบ/ผู้สอบบัญชี เกี่ยวกับระบบการควบคุมภายในของบริษัท**

คณะกรรมการบริษัท ได้ประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในจากรายงานผลการประเมินของคณะกรรมการตรวจสอบในด้านต่าง ๆ 5 ด้าน ได้แก่ สภาพแวดล้อมในการควบคุม การประเมินความเสี่ยง กิจกรรมการควบคุมสารสนเทศและการสื่อสาร และการติดตามผล สรุปความเห็นได้ว่า บริษัทมีระบบการควบคุมภายในที่เพียงพอและเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจ ไม่มีข้อบกพร่องกับการควบคุมภายในที่เป็นสาระสำคัญ

นอกจากนี้ ผู้สอบบัญชีมีความเห็นสอดคล้องกับคณะกรรมการบริษัทในเรื่องของการควบคุมภายในที่เหมาะสม ไม่มีข้อสังเกตที่เป็นสาระสำคัญในเรื่องของความบกพร่องการควบคุมภายใน สามารถป้องกันทรัพย์สินของบริษัท และบริษัทย่อยจากการที่ผู้บริหาร หรือพนักงานนำไปใช้โดยมิชอบหรือโดยไม่มีอำนาจ รายงานทางการเงินมีความถูกต้องเชื่อถือได้ สอดคล้องกับมาตรฐานการบัญชีที่รับรองทั่วไป และมาตรฐานรายงานทางการเงิน

11.3 **ความเห็นของผู้ตรวจสอบระบบควบคุมภายในเกี่ยวกับระบบการควบคุมภายในของบริษัท**

บริษัทได้ว่าจ้าง บริษัท พีแอนด์แอล คอร์ปอเรชั่น จำกัด “พีแอนด์แอล” ซึ่งเป็นบุคคลภายนอก เพื่อทำการตรวจสอบระบบการควบคุมภายในของบริษัท โดยพีแอนด์แอลได้ทำการตรวจสอบวงจรรายจ่าย การบริหารการจ่ายเงินเดือน วงจรรายได้ และการตรวจสอบการควบคุมเฉพาะด้าน Application Control โดยการสอบทานดังกล่าวอ้างอิงกับกรอบ COSO ซึ่งได้ขอสรุปจากการตรวจสอบระบบการควบคุมภายในโดยรวม ว่ามีการควบคุมด้านการปฏิบัติงานที่ดี เหมาะสม โดยผลการตรวจสอบและประเด็นที่สำคัญที่ตรวจพบ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. วงจรรายจ่าย

บริษัท มีการควบคุมภายในที่เหมาะสมทั้งในส่วนของนโยบาย/ระเบียบและคู่มือการปฏิบัติงาน โครงสร้างหน่วยงานและการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ การกำหนดอำนาจดำเนินการทางด้านการจัดซื้อจัดจ้าง และบัญชีรายจ่าย รวมถึงการประเมินผู้ขายประจำปี โดยบริษัทได้ดำเนินการจัดทำไว้เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจน ผ่านการลงนามอนุมัติจากผู้มีอำนาจอย่างเหมาะสม

บริษัทฯ มีการจัดทำประมาณการรายจ่าย ประจำปี 2563 ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน ซึ่งมีการเปรียบเทียบประมาณการรายจ่าย กับรายจ่ายที่เกิดขึ้นจริงไว้เป็นลายลักษณ์อักษร และจัดให้มีการประชุมทุกๆ เดือน เพื่อรายงานผลประกอบการ และหาแนวทางในการควบคุมรายจ่ายให้เป็นไปตามประมาณการรายจ่ายที่กำหนดไว้

สำหรับขั้นตอนการขึ้นทะเบียนผู้ขาย มีการตรวจสอบทะเบียนประวัติผู้ขาย ในระบบ Epicor กับเอกสารประกอบการขึ้นทะเบียนประวัติผู้ขาย และการจัดซื้อได้มีการเปรียบเทียบราคา ตามระเบียบการปฏิบัติงานที่บริษัทกำหนด รวมทั้งผ่านการพิจารณาอนุมัติจากผู้มีอำนาจอย่างถูกต้อง

ในส่วนของการตั้งเจ้าหนี้ บริษัทมีการตรวจสอบเอกสารประกอบการตั้งเจ้าหนี้ก่อนการบันทึกข้อมูลเข้าระบบ Epicor รวมทั้ง มีการลงนาม และจัดเก็บเอกสารประกอบการตั้งหนี้้อย่างถูกต้องตามอำนาจดำเนินการทุกรายการ สำหรับการจ่ายชำระหนี้ ตรวจสอบรายการการจ่ายชำระหนี้ในระบบ Epicor กับ พบการบันทึกบัญชีในระบบ (Epicor) กับเอกสารการจ่ายชำระหนี้มีความถูกต้องตรงกัน นอกจากนี้บริษัทมีการจัดทำรายงานเจ้าหนี้ค้างชำระและนำเสนอให้ผู้บริหารรับทราบเป็นประจำทุกเดือน

สำหรับการรายงานภาษีซื้อเป็นไปตามเงื่อนไขที่กรมสรรพากรกำหนด และพบเอกสาร “ใบกำกับภาษี (ภาษีซื้อ)” ครบถ้วนตามรายงานภาษีซื้อ และมีการยื่นแบบภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ.30) อย่างถูกต้อง ทันกาลตามระยะเวลาที่กรมสรรพากรกำหนด ในส่วนของรายงานภาษีหัก ณ ที่จ่าย และหนังสือรับรองการหักภาษี ณ ที่จ่าย บริษัทมีการจัดเก็บเอกสารหนังสือรับรองการหักภาษี ณ ที่จ่ายครบถ้วนตามรายงานภาษีหัก ณ ที่จ่าย

นอกเหนือจากนี้ บริษัทมีการแบ่งแยกหน้าที่ผู้รับผิดชอบในการจัดซื้อ, การขึ้นทะเบียนผู้ขาย, การตั้งหนี้และการจ่ายชำระหนี้เงินอย่างเหมาะสม มีการกำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลในระบบ Epicor ของฝ่ายจัดซื้อ และฝ่ายบัญชี และการเงิน ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร และผ่านการพิจารณาอนุมัติจากผู้มีอำนาจอย่างถูกต้อง

2. การบริหารการจ่ายเงินเดือน

บริษัท มีการควบคุมภายในที่เหมาะสมทั้งในส่วนของนโยบาย/ระเบียบและคู่มือการปฏิบัติงาน โครงสร้างหน่วยงานและการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ การกำหนดอำนาจดำเนินการด้านการจ่ายเงินเดือน และโครงสร้างเงินเดือน โดยบริษัทได้ดำเนินการจัดทำไว้เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจน ผ่านการลงนามอนุมัติจากผู้มีอำนาจอย่างเหมาะสม

บริษัทมีการจ่ายเงินเดือน รายได้อื่นๆ และรายการหักค่าใช้จ่ายต่างๆ อย่างถูกต้อง ตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด โดยการจ่ายเงินเดือนผ่านการตรวจสอบจากผู้มีอำนาจอย่างเหมาะสม รวมทั้ง การบันทึกบัญชีเกี่ยวกับเงินเดือนมีความถูกต้อง นอกจากนี้ บริษัทมีการแบ่งแยกหน้าที่และรักษาความปลอดภัยของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ Payroll อย่างเหมาะสม

3. ระบบงานวางจรรยาได้

บริษัท มีการควบคุมภายในที่เหมาะสมทั้งในส่วนของการนโยบาย/ระเบียบและคู่มือการปฏิบัติงาน โครงสร้างหน่วยงานและการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ การกำหนดอำนาจดำเนินการทางการขายและบัญชีรายได้ การกำหนดราคาขาย (Rate Card) และอัตราการให้ส่วนลด รวมถึงกำหนดเป้าหมายในการขายและการจัดทำแผนการตลาด การประเมินความพึงพอใจลูกค้า โดยบริษัทได้ดำเนินการจัดทำไว้เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจน ผ่านการลงนามอนุมัติจากผู้มีอำนาจอย่างเหมาะสม

บริษัทฯ มีการจัดทำประมาณการรายได้ ประจำปี 2563 ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน ซึ่งมีการเปรียบเทียบประมาณการรายได้ กับรายได้ที่เกิดขึ้นจริงไว้เป็นลายลักษณ์อักษร และจัดให้มีการประชุมทุกๆ เดือน เพื่อรายงานผลประกอบการ และหาแนวทางในการควบคุมรายได้ให้เป็นไปตามประมาณการรายได้ที่กำหนดไว้

สำหรับขั้นตอนการขึ้นทะเบียนลูกค้าและการพิจารณาเงินสินเชื่อ โดยมีการตรวจสอบทะเบียนประวัติลูกค้า ในระบบ Epicor กับเอกสารประกอบการขึ้นทะเบียนประวัติลูกค้า และมีการกำหนดราคาค่าบริการสื่อโฆษณาของสื่อแต่ละประเภท รวมถึงการกำหนดการอนุมัติราคาส่งลดค่าโฆษณาไว้เป็นลายลักษณ์อักษรและผ่านการอนุมัติจากผู้มีอำนาจอย่างถูกต้อง

ในส่วนของการตั้งลูกหนี้ บริษัทมีการตรวจสอบทะเบียนคุมตารางสื่อกับการออกเอกสารใบแจ้งหนี้ การบันทึกตั้งลูกหนี้เป็นไปตามทะเบียนคุมตารางสื่อครบถ้วน รวมทั้ง มีการลงนาม และจัดเก็บเอกสารประกอบการตั้งหนี้อย่างถูกต้องตามอำนาจดำเนินการทุกรายการ สำหรับการรับชำระหนี้ ตรวจสอบรายงานการรับชำระหนี้ในระบบ Epicor กับ พบการบันทึกบัญชีในระบบ (Epicor) กับเอกสารการรับชำระหนี้มีความถูกต้องตรงกัน นอกจากนี้บริษัทมีการติดตามหนี้เป็นไปตามระเบียบ/ขั้นตอนการติดตามหนี้อย่างถูกต้องครบถ้วน และมีการตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกหนี้ค้างเกิน 1 ปี ตามระเบียบการปฏิบัติงานที่กำหนด

สำหรับการรายงานภาษีขายเป็นไปตามเงื่อนไขที่กรมสรรพากรกำหนด และพบเอกสาร “ใบกำกับภาษี (ภาษีขาย)” ครบถ้วนตามรายงานภาษีขาย และมีการยื่นแบบภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ.30) อย่างถูกต้อง ทันกาลตามระยะเวลาที่กรมสรรพากรกำหนด ในส่วนของรายงานภาษีหัก ณ ที่จ่าย และหนังสือรับรองการหักภาษี ณ ที่จ่าย บริษัทมีการจัดเก็บเอกสารหนังสือรับรองการหักภาษี ณ ที่จ่ายครบถ้วนตามรายงานภาษีหัก ณ ที่จ่าย

นอกเหนือจากนี้ บริษัทมีการแบ่งแยกหน้าที่ผู้รับผิดชอบในการจัดทำใบเสนอราคา, การขึ้นทะเบียนลูกค้า, การตั้งหนี้และการรับเงินอย่างเหมาะสม มีการกำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลในระบบ Epicor ของฝ่ายบัญชี และการเงิน ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร และผ่านการพิจารณาอนุมัติจากผู้มีอำนาจอย่างถูกต้อง

4. การตรวจสอบการควบคุมเฉพาะด้าน Application Control

การควบคุมระบบ Epicor และระบบ Biosoft ในการสอบทานครั้งนี้ มี 10 การควบคุม ซึ่งพบว่า บริษัทมีการควบคุมใน Control ที่ 1 – 8 อย่างเหมาะสม สำหรับ Control ที่ 9 และ 10 อยู่ระหว่างการดำเนินการให้ครอบคลุมดังนี้

- 1) กระบวนการพัฒนาซอฟต์แวร์ (Software Development Process) เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการพัฒนาซอฟต์แวร์มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และมีคุณภาพ ตั้งแต่การเริ่มเก็บความต้องการ การตั้งเป้าหมายของระบบ การออกแบบกระบวนการพัฒนา การตรวจสอบ การประเมินผล การติดตามการพัฒนา เป็นต้น
- 2) การควบคุมการเข้าถึง (Access Control) พบนโยบายและควบคุมในการเข้าถึงข้อมูลที่ชัดเจน และมีกระบวนการกำหนดสิทธิและรหัสผ่าน

- 3) การควบคุมข้อมูลนำเข้า (Input Control) มีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และมีการอนุมัติโดยผู้มีสิทธิตามขั้นตอนที่กำหนดไว้
- 4) การควบคุมกระบวนการทำงาน (Process Control) พบกระบวนการทุกขั้นตอนมีความถูกต้อง ครบถ้วน และเชื่อถือได้
- 5) การควบคุมผลลัพธ์ที่ได้ (Output Control) มีการเก็บรักษาข้อมูล และผลลัพธ์จากกระบวนการทำงานได้อย่างปลอดภัย มีการกำหนดสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลของระบบ มีการจัดทำทะเบียนคุมการจัดส่งข้อมูลไปให้ผู้ใช้อ้างอิง
- 6) การควบคุมการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง (Change Control) มีการวางแผนควบคุม ขั้นตอนการขอเปลี่ยนแปลงระบบ
- 7) การจัดการปัญหา (Incident Management) มีกระบวนการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้งานระบบ มีกระบวนการติดตามปัญหา สรุปปัญหาที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งหาแนวทางในการปกป้องอย่างเหมาะสม
- 8) การควบคุมด้านกฎหมายและจริยธรรม (Legal and Ethical Control) องค์การมีการซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ไม่ขัดแย้งต่อกฎหมาย และมีจริยธรรม
- 9) การจัดการความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของสารสนเทศ (Information Security Risk Management) พบการประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) ทางด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อนำผลมาวิเคราะห์ และ จัดลำดับความเสี่ยงที่จะมีผลกระทบต่อธุรกิจขององค์กรที่จะนำมาซึ่งการจัดการความเสี่ยง (Risk Management) อย่างเหมาะสม (เอกสาร: แผนการดำเนินงานควบคุมความเสี่ยงระดับฝ่าย ประจำปี 2564) อย่างไรก็ตามการประเมินความเสี่ยงดังกล่าวยังไม่ครอบคลุมความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อระบบ Epicor และระบบ BioSoft ขององค์กร
- 10) การควบคุมความต่อเนื่อง (Continuity Control) พบการจัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) (เอกสาร: แผนบริหารความต่อเนื่อง (Business Continuity - BCP)) และพบผลการทดสอบ Business Continuity - BCP (เอกสาร: ผลการทดสอบ BCP) อย่างไรก็ตามแผนดังกล่าวยังไม่ครอบคลุมความเสี่ยงทั้งหมดขององค์กร ซึ่งองค์กรอยู่ระหว่างการทบทวนความเสี่ยงและปรับปรุงกระบวนการป้องกันความเสี่ยง รวมถึงเตรียมการทดสอบในสถานการณ์ที่ใกล้เคียงสถานการณ์จริง และทบทวนการสำรองบนระบบ Cloud ให้รองรับความเสี่ยงทั้งหมด

11.4 หัวหน้างานตรวจสอบภายในและหัวหน้างานกำกับการปฏิบัติงานของบริษัท

คณะกรรมการตรวจสอบได้แต่งตั้ง พีแอนด์แอล ให้ปฏิบัติหน้าที่ผู้ตรวจสอบภายในของบริษัท สำหรับปี 2563 โดยพีแอนด์แอลได้มอบหมายให้นางสาวสุกัลยา มโนเลิศ เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการปฏิบัติหน้าที่เป็นหัวหน้างานตรวจสอบภายในของบริษัท โดยคณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่า ผู้ดำรงตำแหน่งหัวหน้างานตรวจสอบภายในมีวุฒิการศึกษา ประสิทธิภาพ การอบรม ที่เหมาะสมเพียงพอกับการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าว ทั้งนี้ การแต่งตั้ง ถอดถอน และโยกย้ายผู้ดำรงตำแหน่งหัวหน้างานตรวจสอบภายในต้องผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจสอบ

รายงานคณะกรรมการตรวจสอบประจำปี 2563

เรียน ท่านผู้ถือหุ้น บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

คณะกรรมการบริษัทมีมติกำหนดองค์ประกอบ คุณสมบัติ วาระการดำรงตำแหน่ง และหน้าที่ความรับผิดชอบของ คณะกรรมการตรวจสอบเป็นกฎบัตรไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ในรอบปีที่ผ่านมาคณะกรรมการตรวจสอบประกอบด้วยกรรมการ อิสระ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและมีประสบการณ์ด้านบัญชี การเงิน กฎหมาย และการบริหาร ดังนี้

- | | |
|---------------------------|----------------------|
| 1. พล.ต.อ.สมชาย วาณิชเสนี | ประธานกรรมการตรวจสอบ |
| 2. ดร.เพ็ญภา ธาราสีลปี | กรรมการตรวจสอบ |
| 3. นางมณฑิลา สุขพันธ์ | กรรมการตรวจสอบ |

คณะกรรมการตรวจสอบปฏิบัติหน้าที่ตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย และตามกฎบัตรของคณะกรรมการ ตรวจสอบ ซึ่งสอดคล้องกับข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยในรอบระยะเวลาบัญชีปี 2563 คณะกรรมการ ตรวจสอบได้ประชุมรวม 7 ครั้ง โดยได้มีการหารือร่วมกับฝ่ายจัดการผู้ตรวจสอบภายใน และผู้สอบบัญชีในเรื่องที่เกี่ยวข้อง และได้สรุปรายงานผลการประชุมให้คณะกรรมการบริษัททราบ สรุปสาระสำคัญของภารกิจในรอบปีได้ดังนี้

รายงานทางการเงิน

คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานงบการเงินรายไตรมาส และงบการเงินประจำปีของบริษัท รวมทั้งงบการเงินรวม ของบริษัทและบริษัทย่อยร่วมกับผู้สอบบัญชี ฝ่ายจัดการและผู้ตรวจสอบภายใน โดยพิจารณาในประเด็นสำคัญพร้อมให้ คำแนะนำ รวมทั้งข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการควบคุมภายใน ในการจัดทำงบการเงินของบริษัทมีความ ถูกต้องเชื่อถือได้ อีกทั้งมีการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญอย่างเพียงพอและทันเวลาต่อผู้ใช้งบการเงิน สอดคล้องกับกฎหมายและ ประกาศต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กฎเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และ ตลาดหลักทรัพย์ อีกทั้งเป็นไปตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน นอกจากนี้ คณะกรรมการตรวจสอบได้ประชุมร่วมกับ ผู้สอบบัญชีโดยไม่ผู้บริหารหรือฝ่ายจัดการเข้าร่วมประชุมด้วย เพื่อซักถามประเด็นต่างๆ จากผลการตรวจสอบของผู้สอบบัญชี ปรากฏว่าผู้สอบบัญชีไม่มีข้อมูลหรือข้อสังเกตเป็นพิเศษจากการตรวจสอบแต่ประการใด

รายการเกี่ยวโยงหรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์

คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาและให้ความเห็นเกี่ยวกับรายการเกี่ยวโยงกัน หรือรายการที่อาจมีความขัดแย้ง ทางผลประโยชน์ของบริษัทและบริษัทย่อย โดยยึดหลักความระมัดระวัง ความสมเหตุสมผล และคำนึงถึงประโยชน์ของผู้มีส่วน ได้เสียของบริษัท รวมทั้งการเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอ ตามเงื่อนไขที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ กำหนด

การควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในของบริษัทและบริษัทย่อย โดย พิจารณาจากรายงานของผู้ตรวจสอบภายในและของผู้สอบบัญชี เพื่อประเมินความมีประสิทธิภาพและความเพียงพอของระบบ การควบคุมภายใน การบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัท การดำเนินงานของฝ่ายบริหารที่สอดคล้องกับนโยบาย และอำนาจ อนุมัติที่กำหนดไว้

การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนด

คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบถามการดำเนินงานของบริษัทว่าเป็นไปตามพรบ.หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ฯ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ฯ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทและรับทราบการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

การกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบถามให้บริษัทมีการบริหารจัดการตามหลักการของการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้การปฏิบัติงานมีความโปร่งใส และเป็นธรรม สร้างความเชื่อมั่นและเชื่อถือได้ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย

การกำกับดูแลงานตรวจสอบภายใน

คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณา คัดเลือก และแต่งตั้งบริษัท พีแอนด์แอล อินเทอร์เน็ต ออดิท จำกัด เป็นที่ปรึกษาภายนอก เพื่อให้ปฏิบัติหน้าที่ผู้ตรวจสอบภายในของบริษัทประจำปี 2564 ซึ่งบริษัท พีแอนด์แอล อินเทอร์เน็ต ออดิท จำกัด ได้มอบหมายให้นางสาวสุกัลยา มโนเลิศ เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการปฏิบัติหน้าที่ที่ตรวจสอบภายในของบริษัท โดยคณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาความเป็นอิสระของผู้ตรวจสอบภายใน ขอบเขตการปฏิบัติงาน แผนการตรวจสอบประจำปี พิจารณารายงานผลการตรวจสอบ การติดตามผลการแก้ไขตามรายงานการตรวจสอบประเด็นที่มีนัยสำคัญ ให้คำแนะนำในการพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงานตรวจสอบให้มีประสิทธิภาพ

การพิจารณาคัดเลือกผู้สอบบัญชีและการกำหนดค่าตอบแทนประจำปี 2564

คณะกรรมการตรวจสอบได้คัดเลือกผู้สอบบัญชีและกำหนดค่าตอบแทน โดยพิจารณาถึงความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และคุณภาพงานของผู้สอบบัญชี สถานะของผู้สอบบัญชี ข้อจำกัดที่มีสาระสำคัญ หรือข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ฯ หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องให้มั่นใจว่าผู้สอบบัญชีมีความเป็นอิสระและเป็นกลางในการปฏิบัติงานอย่างแท้จริง

ทั้งนี้ คณะกรรมการตรวจสอบได้คัดเลือกผู้สอบบัญชี บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด พร้อมทั้งพิจารณาค่าตอบแทนการตรวจสอบงบการเงินสำหรับปี 2564 โดยนำเสนอคณะกรรมการบริษัทและนำเสนอขออนุมัติต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2564 ตามขั้นตอนต่อไป โดยคณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่าผู้สอบบัญชี บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด เป็นผู้มีความเข้าใจธุรกิจของบริษัทเป็นอย่างดี ประกอบวิชาชีพด้วยความเป็นอิสระเป็นกลาง และส่งมอบงานตรงตามเวลาอย่างสม่ำเสมอ โดยในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2564 คณะกรรมการบริษัทได้เสนอให้แต่งตั้ง บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัท โดยมีรายชื่อผู้สอบบัญชี ดังนี้

- | | |
|----------------------------|---|
| 1. นายเดิมพงศ์ โอปนพันธ์ | ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 4501 และ/หรือ |
| 2. นางสาววิสสุตา จริยธนากร | ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 3853 และ/หรือ |
| 3. นางสาวมณี รัตนบรรณกิจ | ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 5313 |

โดยสรุปคณะกรรมการตรวจสอบได้ปฏิบัติตามหน้าที่และความรับผิดชอบตามที่ได้ระบุไว้ในกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท โดยใช้ความรู้ ความสามารถ และความระมัดระวัง รอบคอบ ความเป็นอิสระ อย่างเพียงพอ เพื่อประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน คณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่าการบริหารและการดำเนินงานของบริษัทมีการพัฒนาด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างต่อเนื่อง มีระบบการบริหารจัดการความเสี่ยง มีการจัดวางระบบการควบคุมภายใน และระบบการตรวจสอบที่เหมาะสม เพียงพอและมีประสิทธิผล รายงานข้อมูลทางการเงินของบริษัทมีความถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญ เชื่อถือได้ สอดคล้องกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ มีการเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอ และบริษัทมีการปฏิบัติงานสอดคล้องตามกฎหมาย กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ



(พล.ต.อ.สมชาย วาณิชเสนี)

ประธานกรรมการตรวจสอบ

12. รายการระหว่างกัน

รายละเอียดรายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นในปี 2562 และปี 2563

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง ลักษณะการประกอบธุรกิจ/ ลักษณะความสัมพันธ์	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)		ความจำเป็นและ ความสมเหตุสมผลของรายการ
		ปี 2562	ปี 2563	
1 นาย ปรินทร์ โฉจนะโกสินทร์ <u>ลักษณะธุรกิจ</u> ธุรกิจลงทุนโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น และให้เช่า อาคารสำนักงาน <u>ความสัมพันธ์กับบริษัท</u> เป็นกรรมการ ผู้บริหารและผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท	<u>เช่าอาคาร</u> บริษัท เช่าอาคารสำนักงาน เลขที่ 1213/420 และ 1213/531 ซอยลาดพร้าว 94 (ปัญจมิตร) แขวง พลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ เพื่อใช้เป็นสำนักงานสาขา และโกดังสำนักงานของบริษัทตามลำดับ โดยมีระยะเวลาการเช่าคราวละ 3 ปี - ค่าเช่าอาคาร - เงินมัดจำค่าเช่า	3.64 0.40	3.64 0.40	บริษัท เช่าอาคารจากนายปรินทร์ โฉจนะโกสินทร์ เพื่อใช้เป็นสำนักงานสาขา และโกดังสำนักงานของบริษัท โดยอัตราค่าเช่าเป็นอัตราที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเช่าในบริเวณใกล้เคียง โดยเงื่อนไขการชำระราคาเป็นไปตามปกติธุรกิจเช่นเดียวกับบุคคลภายนอก รายการดังกล่าวจึงมีความจำเป็นและสมเหตุสมผล <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> รายการดังกล่าวเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท เป็นที่ตั้งสำนักงานสาขาเหมาะสำหรับการติดต่อประสานงานกับลูกค้า โดยอัตราค่าเช่าเป็นอัตราราคาตลาด และเงื่อนไขการชำระราคาเป็นไปตามธุรกิจเช่าอาคารโดยทั่วไป ดังนั้นรายการดังกล่าวจึงมีความจำเป็นและสมเหตุสมผล

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง ลักษณะการประกอบธุรกิจ/ ลักษณะความสัมพันธ์	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)		ความจำเป็นและ ความสมเหตุสมผลของรายการ
		ปี 2562	ปี 2563	
2 บริษัท พรีเมียม แมนเนจเม้นท์ จำกัด (“พรีเมียม”) <u>ลักษณะธุรกิจ</u> ประกอบกิจการให้เช่าพื้นที่โฆษณา เป็นนายหน้า ในการจัดหา เช่าพื้นที่โฆษณา เช่ารถโดยสาร <u>ความสัมพันธ์กับบริษัท</u> มีกรรมการร่วมกัน คือ นายธนเชษฐ โลจนะโกสินทร์ กรรมการของบริษัท ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการในพรีเมียม	<u>เช่าพื้นที่โฆษณา</u> บริษัท เช่าพื้นที่โฆษณาภายนอกและภายในรถโดยสารปรับอากาศประเภท CNG522 และ NGV จากพรีเมียม จำนวนรวม 249 คัน โดยมีระยะเวลาการเช่าคราวละ 5-7 ปี - ค่าเช่าพื้นที่โฆษณา	18.39	9.19	บริษัท เช่าพื้นที่ภายนอกและภายในรถโดยสารปรับอากาศจากพรีเมียม เพื่อใช้โฆษณา โดยอัตราค่าเช่าเป็นอัตราเดียวกับที่คิดกับบุคคลภายนอกและเงื่อนไขการชำระราคาเป็นอัตราที่เป็นปกติธุรกิจ รายการดังกล่าวจึงมีความจำเป็นและสมเหตุสมผล <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> การเช่าพื้นที่โฆษณาดังกล่าวเป็นปกติธุรกิจของบริษัท โดยอัตราค่าธรรมเนียมเป็นอัตราเดียวกับที่คิดกับบุคคลภายนอกและเงื่อนไขการชำระราคาเป็นอัตราที่เป็นปกติธุรกิจ รายการดังกล่าวจึงมีความจำเป็นและสมเหตุสมผล
3 บริษัท แพลน บี โฮลดิ้ง จำกัด <u>ความสัมพันธ์กับบริษัท</u> มีกรรมการร่วมกัน คือ นายปรินทร์ โลจนะโกสินทร์ กรรมการบริหารของบริษัท ดำรงตำแหน่งกรรมการในบจก. แพลน บี โฮลดิ้ง	<u>เช่าอาคาร</u> บริษัท เช่าอาคารสำนักงาน เลขที่ 1213/539 และ 1213/540 ซอยลาดพร้าว 94 (ปัญจมิตร) แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ เพื่อใช้เป็นสำนักงานสาขา และโกดังสำนักงานของบริษัทตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเช่าคราวละ 3 ปี - ค่าเช่าอาคาร - เงินมัดจำค่าเช่า	4.20 0.35	4.20 0.35	บริษัทฯ เช่าอาคารจากบจก.แพลน บี โฮลดิ้ง เพื่อใช้เป็นสำนักงานของบริษัทฯ โดยอัตราค่าเช่าเป็นอัตราที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเช่าในบริเวณใกล้เคียง โดยเงื่อนไขการชำระราคาเป็นไปตามปกติธุรกิจเช่นเดียวกับบุคคลภายนอก รายการดังกล่าวจึงมีความจำเป็นและสมเหตุสมผล <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> รายการดังกล่าวเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เป็นที่ตั้งสำนักงานสาขาเหมาะสำหรับ การติดต่อประสานงานกับลูกค้า โดยอัตราค่าเช่าเป็นอัตราตลาด และเงื่อนไขการชำระราคาเป็นไปตามธุรกิจเช่าอาคารโดยทั่วไปดังนั้นรายการดังกล่าวจึงมีความจำเป็นและสมเหตุสมผล

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง ลักษณะการประกอบธุรกิจ/ ลักษณะความสัมพันธ์	ลักษณะรายการ	มูลค่ารายการ (ล้านบาท)		ความจำเป็นและ ความสมเหตุสมผลของรายการ
		ปี 2562	ปี 2563	
4 บริษัท สมาร์ทบัส จำกัด ("สมาร์ทบัส") <u>ความสัมพันธ์กับบริษัท</u> มีกรรมการร่วมกัน คือนายธเนษฐ โฉมจันทร์ กรรมการ ร่วมในบริษัทย่อยของบริษัทฯ ดำรงตำแหน่งกรรมการใน สมาร์ทบัส	<u>เช่าพื้นที่โฆษณา</u> บริษัทฯ เเช่าพื้นที่โฆษณาภายนอกและภายในรถ โดยสารปรับอากาศประเภท NGV จากสมาร์ทบัส จำนวนรวม 224 คัน โดยมีระยะเวลาเช่า 1 ปี (1 กันยายน 2563 – 31 สิงหาคม 2564) ต่อสัญญา เป็นคราว คราวละไม่น้อยกว่า 1 ปี - ค่าเช่าพื้นที่โฆษณา	-	1.72	บริษัทฯ เเช่าพื้นที่ภายนอกและภายในรถโดยสารปรับอากาศจาก สมาร์ทบัส เพื่อใช้โฆษณา โดยอัตราค่าเช่าเป็นอัตราเดียวกับที่คิด กับบุคคลภายนอกและเงื่อนไขการชำระราคาเป็นอัตราที่เป็นปกติ ธุรกิจ รายการดังกล่าวจึงมีความจำเป็นและสมเหตุสมผล <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> การเช่าพื้นที่โฆษณาดังกล่าวเป็นปกติธุรกิจของบริษัทฯ โดยอัตรา ค่าธรรมเนียมเป็นอัตราเดียวกับที่คิดกับบุคคลภายนอกและ เงื่อนไขการชำระราคาเป็นอัตราที่เป็นปกติธุรกิจ รายการดังกล่าว จึงมีความจำเป็นและสมเหตุสมผล

12.1 ความจำเป็นและสาเหตุสมผลของรายการระหว่างกัน

รายการระหว่างกันของบริษัท ที่เกิดขึ้นมีความจำเป็นและสมเหตุสมผลในการเข้าทำรายการ โดยการเข้าพื้นที่โฆษณาที่มีความสมเหตุสมผล เนื่องจากเป็นรายการการค้าที่มีเงื่อนไขการค้าโดยทั่วไปที่บริษัท คิดกับบุคคลภายนอก และการค้าประกันเงินกู้ยืมของบริษัท เป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดโดยสถาบันการเงินที่ให้กู้ยืมเงิน โดยบริษัท ไม่มีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นจากการค้าประกันดังกล่าว

ทั้งนี้ คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัท ได้พิจารณารายการระหว่างกันดังกล่าวข้างต้นแล้ว มีความเห็นว่า รายการดังกล่าวมีความจำเป็นและสมเหตุสมผลตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อบริษัท

12.2 มาตรการหรือขั้นตอนในการอนุมัติให้เข้าทำรายการระหว่างกัน

คณะกรรมการบริษัทมีการกำหนดมาตรการและขั้นตอนการอนุมัติการทำรายการระหว่างกัน โดยกรณีที่มีรายการระหว่างกันของบริษัท หรือบริษัทย่อยกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ มีส่วนได้ส่วนเสีย หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในอนาคต คณะกรรมการตรวจสอบจะเป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความจำเป็นในการเข้าทำรายการและความเหมาะสมทางด้านราคาของรายการนั้น ๆ โดยพิจารณาเงื่อนไขต่าง ๆ ให้เป็นไปตามลักษณะการดำเนินธุรกิจปกติในอุตสาหกรรม และมีการเปรียบเทียบกับราคาของบุคคลภายนอกหรือราคาตลาด หากคณะกรรมการตรวจสอบไม่มีความชำนาญในการพิจารณารายการระหว่างกันที่เกิดขึ้น บริษัท จะจัดให้ผู้เชี่ยวชาญอิสระหรือผู้สอบบัญชีของบริษัท เป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับรายการระหว่างกันดังกล่าว เพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจของคณะกรรมการ คณะกรรมการตรวจสอบ หรือผู้ถือหุ้นตามแต่กรณี โดยกรรมการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะไม่มีสิทธิออกเสียงในรายการดังกล่าว อีกทั้งจะมีการเปิดเผยรายการระหว่างกันในหมายเหตุประกอบงบการเงินที่ตรวจสอบหรือสอบทานโดยผู้สอบบัญชีของบริษัท

12.3 นโยบายหรือแนวโน้มการทำรายการระหว่างกันในอนาคต

คณะกรรมการบริษัทได้มีการกำหนดนโยบายการทำรายการระหว่างกันในอนาคต โดยบริษัท จะปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง หรือข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมทั้งเป็นไปตามมาตรฐานบัญชี เรื่องการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกันซึ่งกำหนดโดยสมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย

ในกรณีที่เป็นการรายการที่เกิดขึ้นเป็นปกติ และเป็นรายการที่เกิดขึ้นต่อเนื่องในอนาคต บริษัท ได้กำหนดหลักเกณฑ์ และแนวทางในการปฏิบัติให้เป็นไปตามลักษณะการค้าโดยทั่วไป โดยอ้างอิงกับราคาและเงื่อนไขที่เหมาะสมและยุติธรรม สมเหตุสมผล สามารถตรวจสอบได้ และนำเสนอให้คณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้พิจารณามติในหลักเกณฑ์ และแนวทางในการปฏิบัติดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม หากมีการเข้าทำรายการระหว่างกัน บริษัท จะจัดให้คณะกรรมการตรวจสอบให้ความเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของรายการดังกล่าว ในกรณีที่คณะกรรมการตรวจสอบไม่มีความชำนาญในการพิจารณารายการระหว่างกันที่เกิดขึ้น บริษัท จะจัดให้มีบุคคลที่มีความรู้ ความชำนาญพิเศษ เช่น ผู้สอบบัญชีหรือผู้ประเมินราคาทรัพย์สินที่มีความเป็นอิสระเป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับรายการระหว่างกัน โดยความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบหรือบุคคลที่มีความรู้ความชำนาญพิเศษ จะถูกนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจของคณะกรรมการบริษัทหรือผู้ถือหุ้น แล้วแต่กรณี เพื่อให้มีความมั่นใจว่าการเข้าทำรายการดังกล่าวจะไม่เป็นการโยกย้าย หรือถ่ายเทผลประโยชน์ระหว่างบริษัท หรือผู้ถือหุ้นของบริษัท แต่เป็นการทำรายการที่บริษัทได้คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นทุกราย

ทั้งนี้ สำหรับรายการค้าประกันเงินกู้ยืมสถาบันการเงินโดยกรรมการ จะไม่เกิดขึ้นในอนาคต เนื่องจากบริษัท จะขอปลดการค้ำประกันดังกล่าวจากสถาบันการเงินภายหลังจากชำระหนี้ในในตลาดหลักทรัพย์ฯ ในขณะที่รายการเช่าพื้นที่โฆษณา ซึ่งจัดเป็นรายการการค้าทั่วไป จะยังคงมีรายการระหว่างกันเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต เช่นเดียวกับการเช่าพื้นที่สำนักงาน ซึ่งอัตราค่าเช่าและเงื่อนไขการเช่าจะอ้างอิงและเป็นไปตามราคาตลาด และสมเหตุสมผล เป็นธรรมต่อคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายและสมเหตุสมผล เป็นธรรมต่อคู่สัญญาทั้งสองฝ่าย

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 3

ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

ส่วนที่ 3

ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

13. ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ

13.1 ผู้สอบบัญชีของบริษัท

ประจำปี	ชื่อผู้สอบบัญชี	ผู้สอบบัญชีได้รับ อนุญาตเลข ทะเบียน	บริษัทผู้สอบบัญชี
ปี 2561	นาย เต็มพงษ์ โอปนพันธุ์	4501	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด
ปี 2562	นาย เต็มพงษ์ โอปนพันธุ์	4501	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด
ปี 2563	นาย เต็มพงษ์ โอปนพันธุ์	4501	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

13.2 สรุปรายงานสอบบัญชี

รายงานของผู้สอบบัญชีข้างต้นสามารถสรุปได้ดังนี้

งบการเงิน	สรุปรายงานของผู้สอบบัญชี
งบการเงินรวมสำหรับ งวดปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561	ข้าพเจ้าเห็นว่างบการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย และเฉพาะของบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน
งบการเงินรวมสำหรับ งวดปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562	ข้าพเจ้าเห็นว่างบการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย และเฉพาะของบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน
งบการเงินรวมสำหรับ งวดปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563	ข้าพเจ้าเห็นว่างบการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย และเฉพาะของบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

13.3 ตารางสรุปงบการเงินของบริษัท ประจำปี 2561-2563

งบแสดงฐานะการเงิน	งบการเงินรวม					
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม					
	2561		2562		2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	440.5	7.4	2,360.1	29.6	638.3	5.2
เงินลงทุนชั่วคราว	-	-	12.4	0.2	-	-
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	1,332.5	22.5	1,559.8	19.5	1,428.3	11.7
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้าตัดจ่ายภายใน 1 ปี	633.7	10.7	429.6	5.4	241.0	2.0
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	1.0	0.0	69.8	0.9	66.7	0.5
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน	3.0	0.1	13.0	0.1	1.8	0.0
สินค้าคงเหลือ	-	-	13.3	0.2	11.8	0.1
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	12.9	0.1
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	79.0	1.3	63.5	0.8	62.2	0.5
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	2,489.7	42.0	4,521.5	56.7	2,463.0	20.1
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
เงินฝากสถาบันการเงินที่ติดภาระค้ำประกัน	-	-	11.2	0.1	-	-
สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	691.2	5.6
เงินลงทุนในการร่วมค้า	-	-	14.8	0.2	36.0	0.3
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	370.2	6.2	117.6	1.5	120.5	1.0
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	-	-	8.4	0.1	8.1	0.1
ที่ดิน ส่วนปรับปรุงอาคารเช่าและอุปกรณ์	2,237.7	37.8	2,424.9	30.4	3,010.9	24.6
สินทรัพย์สิทธิการใช้	-	-	-	-	5,128.5	41.9
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	541.2	9.1	562.1	7.0	361.6	3.0
ค่าความนิยม	49.5	0.8	51.4	0.7	51.4	0.4
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอตัดบัญชี	10.5	0.2	11.8	0.1	198.0	1.6
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้าตัดจ่ายมากกว่า 1 ปี	96.3	1.6	96.5	1.2	14.7	0.1
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	133.3	2.3	159.2	2.0	166.3	1.3
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	3,438.7	58.0	3,457.9	43.3	9,787.2	79.9
รวมสินทรัพย์	5,928.4	100.0	7,979.4	100.0	12,250.2	100.0

งบแสดงฐานะการเงิน	งบการเงินรวม					
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม					
	2561		2562		2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สิน						
หนี้สินหมุนเวียน						
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	974.6	16.4	739.3	9.3	970.9	7.9
ส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบัน การเงินที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	2.0	0.0	19.9	0.3	2.0	0.0
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงินที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	2.0	0.0	3.4	0.0	-	-
ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	-	-	-	-	1,286.1	10.5
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	54.4	0.9	45.9	0.6	6.3	0.1
รายได้รับล่วงหน้า	203.4	3.5	74.0	0.9	614.3	5.0
ภาษีขายที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	104.7	1.8	111.0	1.4	104.1	0.8
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	27.7	0.5	23.9	0.3	37.1	0.3
รวมหนี้สินหมุนเวียน	1,368.8	23.1	1,017.4	12.8	3,020.8	24.6
หนี้สินไม่หมุนเวียน						
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	6.3	0.1	5.4	0.1	2.6	0.0
- สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี						
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน	5.7	0.1	2.3	0.0	-	-
- สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี						
หนี้สินตามสัญญาเช่า	-	-	-	-	3,510.1	28.7
- สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี						
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	8.3	0.1	9.4	0.1	8.3	0.1
หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	55.8	1.0	46.7	0.6	37.9	0.3
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	8.2	0.1	16.0	0.1
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	76.1	1.3	72.0	0.9	3,574.9	29.2
รวมหนี้สิน	1,444.9	24.4	1,089.4	13.7	6,595.7	53.8
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนเรือนหุ้น						
ทุนจดทะเบียน						
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว	353.0	5.9	388.3	4.9	388.3	3.2
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	2,293.3	38.7	4,515.8	56.6	4,515.8	36.9
สำรองส่วนทุนจากการจ่ายโดยใช้หุ้นเป็นเกณฑ์	29.2	0.5	29.2	0.4	29.2	0.2
กำไรสะสม						
จัดสรรแล้ว - สำรองตามกฎหมาย	45.9	0.8	45.9	0.6	45.9	0.4
ยังไม่ได้จัดสรร	1,328.1	22.4	1,397.9	17.5	1,001.7	8.2
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	0.3	0.0	(1.7)	(0.1)	(700.7)	(5.8)
ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	4,049.8	68.3	6,375.4	79.9	5,280.2	43.1
ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	433.7	7.3	514.6	6.4	374.3	3.1
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	4,483.5	75.6	6,890.0	86.3	5,654.5	46.2
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	5,928.4	100.0	7,979.4	100.0	12,250.2	100.0

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	งบการเงินรวม					
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2561		2562		2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้						
รายได้จากการให้บริการ	4,011.7	99.3	4,861.0	98.8	3,724.4	98.8
รายได้อื่น	27.6	0.7	58.5	1.2	43.6	1.2
รวมรายได้	4,039.3	100.0	4,919.5	100.0	3,768.0	100.0
ค่าใช้จ่าย						
ต้นทุนการให้บริการ	2,643.3	65.5	3,173.1	64.5	2,941.2	78.1
ค่าใช้จ่ายในการขาย	243.5	6.0	323.4	6.6	211.7	5.6
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	279.1	6.9	365.0	7.4	361.5	9.6
ค่าใช้จ่าย	3,165.9	78.4	3,861.5	78.5	3,514.4	93.3
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	-	-	(0.5)	(0.0)	(6.2)	(0.2)
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	4.0	0.1	(1.8)	(0.1)	(4.8)	(0.1)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	877.4	21.7	1,055.7	21.4	242.6	6.4
ต้นทุนทางการเงิน	(1.4)	(0.0)	(1.5)	(0.0)	(89.7)	(2.4)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	876.0	21.7	1,054.2	21.4	152.9	4.0
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(157.9)	(3.9)	(197.4)	(4.0)	(31.0)	(0.8)
กำไรสำหรับปี	718.1	17.8	856.8	17.4	121.9	3.2
ผลต่างของอัตราแลกเปลี่ยนจากการแปลงค่า งบการเงินที่เป็นเงินตราต่างประเทศ	(0.7)	(0.0)	(3.9)	(0.0)	(4.5)	(0.1)
ขาดทุนจากเงินลงทุนในตราสารทุนที่ กำหนดให้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่าน กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น - สุทธิจากภาษีเงิน ได้	-	-	-	-	(695.8)	(18.5)
กำไรจากการประมาณการตามหลัก คณิตศาสตร์ประกันภัย - สุทธิจากภาษีเงินได้	-	-	1.1	0.0	2.7	0.1
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	717.4	17.8	854.0	17.4	(575.7)	(15.3)
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน	0.19		0.20		0.04	

งบกระแสเงินสด	งบการเงินรวม		
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
	2561	2562	2563
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน			
กำไรก่อนภาษี	876.0	1,054.2	152.8
รายการปรับกระทบยอดกำไรก่อนภาษีเป็นเงินสดรับ (จ่าย) จากกิจกรรมการดำเนินงาน			
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	512.1	623.2	2,151.9
ส่วนลดค่าเช่าตามสัญญาเช่า	-	-	(372.4)
กำไรจากการยกเลิกสัญญาเช่า	-	-	(1.8)
ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	2.0	8.4	4.0
การปรับลดสินค้าคงเหลือเป็นมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ	-	7.7	0.3
ขาดทุน (กำไร) จากการจำหน่ายสินทรัพย์	(0.4)	(1.3)	0.0
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	1.8	2.4	2.2
กำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทย่อย	-	-	(0.6)
ขาดทุนจากการขายเงินลงทุนในบริษัทร่วม	-	6.6	-
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	-	0.4	6.2
ส่วนแบ่งขาดทุน (กำไร) จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	(4.0)	1.8	4.8
กำไรจากการต่อรองราคาซื้อธุรกิจ	-	(1.9)	-
รายได้ดอกเบี้ย	(2.8)	(29.3)	(6.8)
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	1.4	1.5	89.8
กำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	1,386.1	1,673.7	2,030.4
สินทรัพย์ดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง			
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	(288.7)	(188.9)	120.8
สินค้าคงเหลือ	-	(20.9)	1.2
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	(69.0)	242.6	(112.4)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	(14.6)	(8.4)	16.5
หนี้สินดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)			
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	120.1	(42.0)	89.7
รายได้รับล่วงหน้า	114.8	(136.4)	540.3
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	63.9	(2.5)	6.9
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	(0.4)	(0.6)	-
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	1,312.2	1,516.6	2,693.4
จ่ายดอกเบี้ย	(1.7)	(1.9)	(89.8)
จ่ายภาษีเงินได้	(135.5)	(221.3)	(157.4)
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	1,175.0	1,293.4	2,446.2

งบกระแสเงินสด	งบการเงินรวม		
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
	2561	2562	2563
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน			
เงินฝากธนาคารที่มีภาระค่าประกันลดลง (เพิ่มขึ้น)	-	(11.0)	11.2
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่บุคคลและกิจการที่เกี่ยวข้องกันลดลง (เพิ่มขึ้น)	0.3	(0.4)	13.1
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่บุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องกันเพิ่มขึ้น	(3.0)	(10.0)	1.2
เงินสดรับจากการขายเงินลงทุนในบริษัทย่อย	1.5	-	-
เงินสดรับ (จ่าย) สุทธิจากการซื้อธุรกิจ	17.2	(114.8)	-
เงินสดจ่ายจากการลงทุนในการร่วมค้า	-	(15.2)	(17.5)
เงินสดจ่ายจากการลงทุนเพิ่มในบริษัทร่วม	(330.0)	(18.0)	(7.6)
เงินสดรับสุทธิจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทย่อย	-	-	4.8
เงินสดจ่ายค่าหุ้นสามัญลงทุนให้ผู้มีส่วนได้เสีย ที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	-	(10.3)	(13.2)
เงินสดรับจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทร่วม	-	269.2	-
เงินสดรับล่วงหน้าจากการจำหน่ายเงินลงทุนในกิจการร่วมค้า	-	-	7.8
เงินสดจ่ายซื้ออุปกรณ์	(696.4)	(523.1)	(885.0)
เงินสดจ่ายชำระเจ้าหนี้ค่าซื้ออุปกรณ์	(42.9)	(340.9)	(117.1)
เงินสดจ่ายซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(86.3)	(100.6)	(18.0)
เงินสดจ่ายซื้อสินทรัพย์สิทธิการใช้	-	-	(99.8)
เงินสดรับจากการจำหน่ายอุปกรณ์	1.4	8.8	31.0
ดอกเบี้ยรับ	2.8	28.6	7.4
เงินลงทุนในตราสารทุนเพิ่มขึ้น	-	-	(1,560.9)
เงินลงทุนชั่วคราวลดลง (เพิ่มขึ้น)	138.7	(12.4)	-
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(996.7)	(850.1)	(2,642.6)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน			
เงินสดจ่ายชำระเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	(13.4)	(14.9)	(20.7)
เงินสดจ่ายชำระหนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน	(1.0)	(2.0)	-
เงินสดจ่ายชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า	-	-	(853.9)
เงินสดรับค่าหุ้นสามัญเพิ่มทุน	-	2,259.0	-
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายออกหุ้นเพิ่มทุน	-	(1.3)	-
เงินสดรับค่าหุ้นสามัญเพิ่มทุนจากผู้มีส่วนได้เสีย ที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	13.5	0.6	-
เงินปันผลจ่าย	(158.8)	(674.5)	(539.9)
เงินปันผลจ่ายแก่ผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	(19.0)	(86.6)	(105.8)
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	(178.7)	1,480.3	(1,520.3)
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงินลดลง	(0.7)	(4.0)	(5.1)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	(1.1)	1,919.6	(1,721.8)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นปี	441.6	440.5	2,360.1
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นปี	440.5	2,360.1	638.3

13.4 อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร	2561	2562	2563
กำไรขั้นต้น ¹ (ร้อยละ)	35.1	34.7	21.0
EBITDA (ร้อยละ)	34.5	34.6	54.6
EBIT (ร้อยละ)	22.3	21.8	6.8
กำไรสุทธิ (ร้อยละ)	15.9	15.3	3.8
ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น ² (ร้อยละ)	16.1	14.2	2.4

อัตราส่วนสภาพคล่อง	2561	2562	2563
สภาพคล่อง (เท่า)	1.8	4.4	0.8
สภาพคล่องหมุนเร็ว ³ (เท่า)	1.3	4.4	0.8
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	102	108.6	146.2
ระยะเวลารับหนี้ (วัน)	63	98.6	106.0

อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	2561	2562	2563
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ⁴ (ร้อยละ)	12.9	15.4	2.5
การหมุนของสินทรัพย์ (ร้อยละ)	0.07	0.06	0.03

อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน	2561	2562	2563
หนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.32	0.16	1.25

¹ คำนวณจากรายได้รวม² คำนวณโดยวิธีปรับปรุงค่าใช้จ่ายให้เป็นรายปี โดยใช้ข้อมูลไตรมาสก่อน³ (เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด + ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นๆ)⁴ คำนวณโดยวิธีปรับปรุงค่าใช้จ่ายให้เป็นรายปี

14. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

14.1 บทสรุปผลประกอบการประจำปี 2563

หน่วย: ล้านบาท	งบประจำ ปี 2563	งบประจำ ปี 2562	อัตราการ เปลี่ยนแปลง (%)
รายได้จากการขายและการให้บริการ	3,724	4,861	-23.4
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน	254	1,058	-76.0
กำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัท	140	743	-81.1
กำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัท ไม่รวมผลกระทบจากการปรับมาตรฐานบัญชี TFRS16	197	743	-73.5
กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	2,033	1,681	20.9

1. รายได้จากการขายและการให้บริการ

บริษัทรายงานรายได้จากการดำเนินงานประจำปี 2563 เท่ากับ 3,724 ล้านบาท ลดลง 1,137 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 23.4 เมื่อเปรียบเทียบกับงบประจำปี 2562 โดยสาเหตุหลักมาจากผลกระทบของวิกฤติการณ์ COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อในเชิงลบในธุรกิจสื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัยและธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม อีกทั้งความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจทำให้หลายบริษัทดำเนินการลดค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณาลงอย่างมาก

- รายได้รวมสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยประจำปี 2563 เท่ากับ 3,013 ล้านบาท ลดลง 598 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 16.6 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนจากรายได้ที่ลดลงของทุกสื่อโฆษณาเนื่องจากผลกระทบของวิกฤติการณ์ COVID-19 อย่างไรก็ตามสื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อมีการเติบโตที่ประมาณร้อยละ 19.8 จากการขยายการลงทุนสื่อโฆษณาในร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven
 - รายได้สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชนในปี 2563 เท่ากับ 248 ล้านบาท ลดลง 128 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 34.1 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน เนื่องจากปริมาณการเดินทางบนเมล์และรถไฟฟ้าที่ลดลงจากมาตรการปฏิบัติงานนอกสถานที่ (Work from home) จากผลกระทบของวิกฤติการณ์ COVID-19
 - รายได้สื่อโฆษณาภาพนิ่งประจำปี 2563 เท่ากับ 812 ล้านบาท ลดลง 77 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.6 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน จากอัตราการใช้สื่อโฆษณาที่ลดลงเนื่องจากผลกระทบของวิกฤติการณ์ COVID-19 ที่เกิดขึ้นในระหว่างปี
 - รายได้สื่อโฆษณาดิจิทัลประจำปี 2563 เท่ากับ 1,638 ล้านบาท ลดลงที่ 286 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.9 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนจากเม็ดเงินสื่อโฆษณาที่ลดลงจากผลกระทบของวิกฤติการณ์ COVID-19
 - รายได้สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อประจำปี 2563 เท่ากับ 248 ล้านบาท เติบโต 41 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 19.8 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน เนื่องจากการขยายสื่อโฆษณาภายในร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ทั้งนี้ ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2563 บริษัทสามารถติดตั้งจอ LED แล้วเสร็จ จำนวน 1,000 สาขาได้ตามเป้าหมาย
 - รายได้สื่อโฆษณาภายในสนามบินประจำปี 2563 เท่ากับ 67 ล้านบาท ลดลงที่ 148 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 68.8 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน เนื่องจากการปิดเส้นทางทางการเดินทางระหว่างประเทศของสายการบินและจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง

- รายได้รวมธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วมประจำปี 2563 เท่ากับ 711 ล้านบาท ลดลง 539 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 43.1 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน เนื่องจากการเลื่อนการจัดงานอีเวนต์ต่างๆ ออกไปเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการระยะห่างทางสังคม (Social distancing) ในระหว่างปี 2563 จากสถานการณ์ COVID-19 ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย รวมถึงการบันทึกรายได้จากการบริหารสิทธิทางการตลาดสำหรับการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกที่เกิดขึ้นในไตรมาส 4/2562 อยู่ที่ประมาณ 136 ล้านบาท

2. ค่าใช้จ่าย

บริษัทรายงานค่าใช้จ่ายรวมประจำปี 2563 เท่ากับ 3,635 ล้านบาท ลดลง 416 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 10.2 เมื่อเปรียบเทียบกับประจำปี 2562 โดยค่าใช้จ่ายรวมประจำปี 2563 ลดลงเนื่องจาก (1) ต้นทุนการขายและการให้บริการซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับรายได้จากการดำเนินงานที่ลดลง รวมถึงการเจรจาขอลดค่าเช่าจากเจ้าของพื้นที่เนื่องจากวิกฤติการณ์ COVID-19 ที่ทำให้บางพื้นที่ของสื่อโฆษณาไม่สามารถเปิดให้บริการได้ และ (2) ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเนื่องจากการควบคุมต้นทุนที่มีประสิทธิภาพรวมถึงค่าคอมมิชชั่นที่ลดลงซึ่งแปรผันตามยอดขายที่ลดลง

3. กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

บริษัทรายงานกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีประจำปี 2563 เท่ากับ 254 ล้านบาท ลดลง 804 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 76.0 เมื่อเปรียบเทียบกับประจำปี 2562 โดยสาเหตุเกิดจากรายได้จากการดำเนินงานและอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลงเนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 ที่เกิดขึ้นในปี 2563

4. กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัท

บริษัทรายงานกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทประจำปี 2563 เท่ากับ 140 ล้านบาท ลดลง 603 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 81.1 เมื่อเปรียบเทียบกับประจำปี 2562 จากสาเหตุที่กล่าวไว้ข้างต้น โดยผลการดำเนินงานที่ปรับตัวดีขึ้นในไตรมาส 3/2563 และไตรมาส 4/2563 ไม่สามารถชดเชยผลการดำเนินงานที่เสียไปในไตรมาส 2/2563 รวมถึงรายได้จากการดำเนินงานที่หายไปในช่วงปีเนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 ที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตามหากไม่รวมผลกระทบจากมาตรฐานบัญชี TFRS16 ที่เกิดขึ้นสำหรับประจำปี 2563 จำนวน 57 ล้านบาท บริษัทจะมีกำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัทประจำปี 2563 อยู่ที่ 197 ล้านบาท นอกจากนี้บริษัทยังมีเงินสดในประจำปี 2563 จำนวน 638 ล้านบาท

รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถอ่านได้ใน MD&A บนเว็บไซต์ของบริษัท (<https://investor.planbmedia.co.th/mdna.html>)

14.2 พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทในปี 2563

บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าในการพัฒนาคอนเทนต์ให้ครอบคลุมในทุกด้านและยังคงมองหาพันธมิตรทางธุรกิจที่จะคอยสร้างเครือข่ายให้สื่อโฆษณานอกที่อยู่อายุเติบโตและต่อยอดสู่แพลตฟอร์มในอนาคต รวมทั้งตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคในปัจจุบัน เพื่อรองรับการขยายตัวของความต้องการสื่อในอนาคต รวมถึงการขยายธุรกิจตลาดแบบมีส่วนร่วม หรือ Engagement marketing โดยมีรายละเอียดของพัฒนาการที่สำคัญดังต่อไปนี้

มกราคม 2563

- บริษัทร่วมมือกับ MACO โดยเป็นตัวแทนในการบริหารจัดการสื่อโฆษณาภายในประเทศของ MACO ทั้งหมด เพื่อพัฒนาและเสริมศักยภาพร่วมกันในธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย ซึ่งประกอบไปด้วยป้ายโฆษณาขนาดใหญ่, เครือข่ายสตรีทเฟอร์นิเจอร์ และจอดิจิทัล มากกว่า 2,000 แห่ง

มีนาคม 2563

- เปิดตัวสื่อโฆษณาดิจิทัล Paragon motion block 2 บริเวณทางเชื่อมห้างสยามพารากอนและสยามเซ็นเตอร์ ซึ่งเดิมให้บริการ ณ บริเวณลานน้ำพุซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างสถานีสยาม และห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน เพื่อเพิ่มพื้นที่สื่อให้ครอบคลุมในตำแหน่งที่ตั้งที่มีศักยภาพ
- ขยายพื้นที่สื่อโฆษณาดิจิทัล บริเวณ rooftop @ Parc paragon เพื่อขยายความครอบคลุมของสื่อโฆษณาดิจิทัลในพื้นที่แลนด์มาร์คที่สำคัญของกรุงเทพฯ
- เปิดตัวเกมออนไลน์ครั้งแรก “Samkok MOE” เนื่องจากบริษัทฯ เล็งเห็นถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมเกมออนไลน์ในปัจจุบันที่จะสามารถเติบโตในอนาคตได้ โดยหลังการเปิดตัวเกม “Samkok MOE” ได้รับกระแสตอบรับที่ดีจากตลาด ซึ่งสามารถดาวน์โหลดได้ในระบบ Android และจะเปิดให้ดาวน์โหลดในระบบ iOS ในเดือนเมษายน

เมษายน 2563

- ขยายสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัล โดยเปิดให้บริการสื่อโฆษณา Twintube+ เป็นจอดิจิทัลรูปแบบ Vertical screen ตั้งอยู่บริเวณถนนสาทร ซึ่งเป็นทำเลยุทธศาสตร์ที่สำคัญของกรุงเทพมหานครที่จะสามารถดึงดูดสายตาของผู้สัญจรไปมาในบริเวณดังกล่าวได้

พฤษภาคม 2563

- การบริหารสื่อโฆษณาภายในร้านสะดวกซื้อ 7-eleven โดยจะสามารถติดตั้งแล้วเสร็จ 300 สาขาแรกในปลายเดือนมิถุนายน โดยมีเป้าหมายการขยายสื่อโฆษณาให้ครอบคลุมกว่า 1,000 สาขาทั่วประเทศภายในไตรมาสที่ 3 ปี 2563
- ขยายพื้นที่สื่อโฆษณาดิจิทัล โดยเปิดให้บริการสื่อโฆษณา The Prime 9 ด้วยจอ Signature screen ขนาดใหญ่ บริเวณถนนเอกมัย-รามอินทรา เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

มิถุนายน 2563

- เข้าลงทุนในบริษัท กู๊ดอิงแอสเฟ่น จำกัด ประกอบธุรกิจ Strategic Marketing Partner ซึ่งการลงทุนในครั้งนี้จะช่วยเพิ่มศักยภาพของบริษัทฯ ในการขยายธุรกิจประเภทสื่อบันเทิง พร้อมเปิดตัว Live Concert มัลติแพลตฟอร์มครั้งแรกในเมืองไทย ผ่านความร่วมมือระหว่างแพลนบี, จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่, เอไอเอ็ม มีเดีย และ กู๊ดอิงแอสเฟ่น

สิงหาคม 2563

- พัฒนาปรับปรุงศาลาที่พักผู้โดยสารรถประจำทางอัจฉริยะ เพื่อยกระดับชีวิตของคนในกรุงเทพฯ สำนักงานจราจรและขนส่ง กรุงเทพมหานคร ได้ร่วมมือกับบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) พัฒนาและปรับปรุงศาลาที่พักผู้โดยสารรถประจำทางรูปแบบเดิมให้มีความทันสมัย เพื่อแก้ไขปัญหาการรอรถโดยสารประจำทางอย่างไม่มีจุดหมายที่แน่นอน มีระบบรักษาความปลอดภัยด้วยการติดตั้งระบบกล้อง CCTV ระบบชาร์จแบตเตอรี่โทรศัพท์มือถือ

และ Free Wi-Fi ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับประชาชน ทั้งนี้บริษัทมีเป้าหมายที่จะพัฒนาปรับปรุงศาลาทั้งหมด 691 ศาลา

- ตัวแทนบริหารสิทธิสมาคมกีฬาฟุตบอลฯ บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ชนะการประมูลสิทธิการเป็นตัวแทนอย่างเป็นทางการในการบริหารสิทธิประโยชน์ของสมาคมกีฬา ฟุตบอลฯ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จัดหาผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาฟุตบอลทีมชาติ การแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพ และกิจกรรมฟุตบอลอื่น ๆ ประจำปี 2564-2571 เป็นเวลาทั้งหมด 8 ปี แต่เพียงผู้เดียว เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการกีฬาฟุตบอลของชาติ โดยสมาคมกีฬาฟุตบอลฯ ได้ลงนามในสัญญาฉบับสิทธิการจัดการด้านการขายและสิทธิประโยชน์กับบริษัท เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2563

ก้นยายน 2563

- บริษัทเข้าร่วมชิงรางวัลแห่งความสำเร็จ Best performance company awards 2020, รางวัล Best CEO Awards 2020 และรางวัล Young Rising Star CEO Awards 2020 จากผลประกอบการและผลการดำเนินงานที่ดีเยี่ยมของบริษัทในปี 2019 ด้วยวิสัยทัศน์อันกว้างไกลและการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพของผู้บริหาร รวมถึงความเป็นเลิศในด้านต่างๆ ซึ่งจัดงานโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยร่วมกับวารสารการเงินธนาคาร โดยสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (SASIN) เป็นผู้ดำเนินผู้ดำเนินการรวบรวมและประมวลผลรางวัล ทั้งนี้รางวัลดังกล่าวจะประกาศผลในช่วงกลางเดือนพฤศจิกายน 2563

- นวัตกรรม “Magnetic” การวัดประสิทธิผลของโฆษณาอุตสาหกรรมสื่อหรือผลตอบแทนจากการลงทุนสื่อจะต้องสามารถวัดผลเป็นตัวเลขเสมอ ไม่ว่าจะเป็นสื่อดั้งเดิมอย่างโทรทัศน์ที่ใช้เรตติ้ง หรือสื่อใหม่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ใช้ KPI ต่างๆ เป็นตัวกำหนด โดยมีวิธีการเก็บข้อมูลไปจนถึงค่าตัวเลขที่วัดแตกต่างกันไป สำหรับสื่อ นอกบ้านนั้นที่ผ่านมายังไม่มีมาตรฐานของการนับจำนวนคนเห็นสื่อที่ชัดเจนนัก ข้อมูลที่ได้จึงมาจากการนับจำนวนรถยนต์บนถนน ประกอบกับสมมติฐานของผู้ให้บริการแต่ละรายเท่านั้น

บริษัทได้พัฒนานวัตกรรมแพลตฟอร์ม Magnetic โดยร่วมมือกับ Telco เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาวัดผลสำเร็จของแคมเปญเพื่อให้สื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยสามารถวัดผลได้ โดยการใช้เทคโนโลยีและฐานข้อมูลจากบริษัทโทรคมนาคมซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างประชากรกว่าครึ่งประเทศ มาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละสถานที่จากสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งเป็นข้อมูลที่ถูเก็บเป็นรายวัน ทำให้เราสามารถรู้ข้อมูลเชิงลึกได้มากขึ้น และเข้าใจกลุ่มเป้าหมายซึ่งอยู่ในตำแหน่งที่สื่อโฆษณาตั้งอยู่ โดยจะทำให้ผู้ที่ใช้บริการระบบ Magnetic ทราบข้อมูล Audience profile เช่น ข้อมูลพื้นฐาน, เพศ, อายุ, ความสนใจ, Reach จำนวนผู้ชมที่เห็นสื่อโฆษณา Eyeballs จำนวนครั้งของการมองเห็นสื่อโฆษณา, Frequency ความถี่ในการมองเห็น และ Dwell time ระยะเวลาในการอยู่บริเวณป้ายของกลุ่มผู้ชม

แพลนบียังคงวางแผนระยะยาวในการพัฒนาแพลตฟอร์ม Magnetic โดยนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงเอกสารอธิบายที่มา วิธีการใช้ เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจ character ของแต่ละสื่อมากขึ้น, นำส่งข้อมูลวัดผลของแต่ละแคมเปญสื่อเป็นรายเดือน ซึ่งข้อมูลวัดผลนี้สามารถนำไปใช้การวางแผนสื่อ และการรายงานผลลัพธ์หลังจากการใช้สื่อ (สถิติจริงในช่วงที่มีการออนไลน์โฆษณา), แปรนัยสามารถซื้อสื่อผ่านแพลตฟอร์ม Programmatic DOOH เพื่อขยายฐานลูกค้าไปยังต่างประเทศ และลดอุปสรรคทางด้านราคาสำหรับลูกค้ารายย่อย และนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงพัฒนาแพลตฟอร์มให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้นวัตกรรม Magnetic จะช่วยให้นักการตลาดเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

ได้มากขึ้น สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อพัฒนาการสื่อสารมีประสิทธิภาพและและจัดสรรเม็ดเงินในการซื้อสื่อได้อย่างคุ้มค่าเงินลงทุน สามารถวัดผลได้อย่างเป็นระบบ

- บริษัทเข้าลงทุนใน บริษัท เวีย กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทร่วมมือกับบริษัท เวีย กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจัดทำ VIA BUS Application เพื่อนำทางและติดตามรถโดยสารสาธารณะแบบเรียลไทม์ เพื่อต่อยอดและสนับสนุนการขยายธุรกิจของโครงการศาลาที่พักผู้โดยสารรถประจำทางอัจฉริยะ (Smart Bus Shelter)
- โครงการ 7-Eleven บริษัทได้ทำการติดตั้งจอ LED ในร้านค้าสะดวกซื้อ 7-Eleven เพื่อให้บริการสื่อโฆษณา ณ จุดขาย ทั้งนี้ ณ สิ้นเดือนกันยายน 2563 บริษัทสามารถติดตั้งจอ LED ในร้านค้าได้มากกว่า 850 ร้านค้า และมีเป้าหมายขยายสื่อโฆษณาให้ครอบคลุมกว่า 1,000 สาขาทั่วประเทศภายในปี 2563

พฤศจิกายน 2563

- โครงการร้านค้า 7-Eleven ขยายสื่อโฆษณาบรรลุเป้าหมายได้ตามกำหนด
บริษัทสามารถติดตั้งจอ LED ในร้านค้าสะดวกซื้อ 7-Eleven ได้ครบ 1,000 ร้านค้า ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2563 และมีแผนขยายสื่อโฆษณาในร้านค้าสะดวกซื้อ 7-Eleven ให้ครอบคลุมกว่า 1,500 สาขาทั่วประเทศภายในไตรมาส 1 ปี 2564
- เปิดตัว Official line @Planbmedia เพิ่มช่องทางในการสื่อสารให้กับลูกค้า
บริษัทให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกกลุ่มมาโดยตลอดจึงจัดทำ Official line account เพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสาร การขยายฐานลูกค้า การสอบถามข้อมูล การติดตามข่าวสารของบริษัทอย่างใกล้ชิด และการเข้าถึงข้อมูลของสื่อต่างๆ ให้สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้นโดยเฉพาะข้อมูลของสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย นอกจากนี้ทางบริษัทยังมีการพัฒนา Content ที่เกี่ยวกับกีฬา รวมไปถึงเกร็ดความรู้ต่างๆ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้านกีฬาสปอร์ต และการทำการตลาดแบบผสมผสาน ซึ่งถือเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการขยายธุรกิจทางด้าน Engagement marketing
- บริษัทร่วมเป็นหนึ่งในช่องทางการประชาสัมพันธ์การรับบริจาคโลหิตให้ทางสภากาชาดไทย
ทางสภากาชาดไทยได้เชิญบริษัทเข้าร่วมเป็นหนึ่งในในการจัดหาและส่งเสริมผู้ให้โลหิตแห่งสภากาชาดไทย ซึ่งได้รับการรับรองจากสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เป็นระยะเวลา 2 ปี ตั้งแต่วันที่ 15 ตุลาคม 2563 เป็นต้นไป หลังจากบริษัทได้ประชาสัมพันธ์เชิญชวนคนไทยไปบริจาคเลือดที่ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ผ่านช่องทางสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยของบริษัท ส่งผลให้ยอดบริจาคโลหิตเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

ธันวาคม 2563

- บริษัทเข้าลงทุนใน บริษัท เรซอัพ เวิร์ด จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทจัดกิจกรรมกีฬาและงานอีเวนท์วิ่งมาราธอนในรูปแบบ Sport tourism theme จัดการแข่งขันตามเส้นทางที่มีทิวทัศน์สวยงามในแต่ละจังหวัด ซึ่งเป็นการจัดการแข่งขันที่ได้รับมาตรฐาน IAAF โดยใช้สื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยของบริษัทในการโปรโมทการจัดกิจกรรมและการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดร่วมกับการสนับสนุนด้าน Sponsorship เพื่อเพิ่มมูลค่าและต่อยอดธุรกิจ Sport marketing

- บริษัทปรับปรุงแสงสว่าง LED เพิ่มประสิทธิภาพป้ายโฆษณา
บริษัทยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงแสงสว่างโดยเปลี่ยนโคมไฟ LED ส่องหน้าจอของป้ายสื่อโฆษณา Unipole billboard ทั่วกรุงเทพฯ จำนวนกว่า 150 ป้าย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแสดงภาพโฆษณาให้เกิดความชัดเจนและสวยงามมากขึ้น
- บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) ดำรงสถานะในการเป็นบริษัทจดทะเบียน SET100 ในรอบเดือนมกราคม - มิถุนายน 2564 เนื่องจากเป็นหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าตามราคาตลาด (Market Capitalization) และสภาพคล่องในการซื้อขายสูงสุด 100 อันดับแรก
- บริษัทได้รับรางวัล SET Awards ในกลุ่มรางวัล Business Excellence ปี 2563 จากความสามารถในการดำเนินงานทางธุรกิจอย่างมีศักยภาพ บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัลแห่งความสำเร็จจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประเภทรางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านผลการดำเนินงานดีเด่น (Outstanding Company Performance Awards) ที่มีมูลค่าตามราคาตลาดโดยรวมของหลักทรัพย์จดทะเบียนตั้งแต่ 10,000 – 30,000 ล้านบาท ปี 2563, รางวัลผู้บริหารสูงสุดดีเด่น (Outstanding CEO Awards) ปี 2563 และรางวัลผู้บริหารสูงสุดรุ่นใหม่ดีเด่น (Out-standing Young Rising Star CEO Awards) ปี 2562-2563

14.3 ฐานะทางการเงินของบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 12,250 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4,270 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 53.5 จาก 7,980 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เนื่องจากมีรายการสินทรัพย์สิทธิการให้ซึ่งเป็นรายการที่เพิ่มเข้ามาจากการปรับมาตรฐานบัญชี TFRS16

บริษัทมีหนี้สินรวมเท่ากับ 6,595 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5,505 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 505.0 จาก 1,090 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เนื่องจากมีรายการหนี้สินตามสัญญาเช่า ซึ่งเป็นรายการที่เพิ่มเข้ามาจากการปรับมาตรฐานบัญชี TFRS16 ที่มีการตั้งค่าสัญญาเช่าล่วงหน้าและถูกตัดจำหน่ายตามจริง

บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเท่ากับ 5,655 ล้านบาท ลดลง 1,235 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 17.9 จาก 6,890 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ซึ่งมีสาเหตุมาจากการปรับใช้มาตรฐานบัญชีฉบับที่ 16 (TFRS16) ตามที่ได้อธิบายไว้ข้างต้น

14.4 สภาพคล่องและกระแสเงินสด

สำหรับงบประมาณปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเท่ากับ 638 ล้านบาท ลดลง 1,722 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 72.9 จาก 2,360 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เนื่องจากการเข้าลงทุนในการบริหารจัดการสื่อโฆษณาภายในประเทศทั้งหมดให้กับ MACO ในช่วงต้นปี 2563 ที่ผ่านมา

ในระหว่างงบประมาณปีมีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานเท่ากับ 2,446 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,153 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 89.2 กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมการลงทุนเท่ากับ 2,643 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,793 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 210.9 และกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมการจัดหาเงินเท่ากับ 1,520 ล้านบาท ลดลง 40 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.7 ถึงแม้ว่าบริษัทได้รับผลกระทบจากวิกฤติการณ์ COVID-19 บริษัทยังคงสามารถสร้างกระแสเงินสดจากการดำเนินงานให้เป็นบวกได้ และมีจำนวนเงินเพียงพอต่อการลงทุนและขยายโครงการต่างๆ ในอนาคต

14.5 แนวโน้มและพัฒนาการของบริษัทในปี 2563

ภาวะเศรษฐกิจไทยในปี 2563 ยังคงชะลอตัวแต่มีทิศทางปรับตัวดีขึ้น สืบเนื่องจากแรงขับเคลื่อนจากการเบิกจ่ายของภาครัฐบาลช่วยพยุงภาคธุรกิจให้มีการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงเดินหน้าขยายธุรกิจสื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัยและธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วมเพื่อรักษาความสมดุลของการเติบโตเพื่อความยั่งยืนและรองรับการเติบโตในอนาคต

การเติบโตของเศรษฐกิจในปี 2564 ยังคงมีความไม่แน่นอนจากการระบาดระลอกใหม่ของโรค COVID-19 ที่เริ่มในช่วงปลายปี 2563 ในขณะที่ภาคธุรกิจยังคงไม่ฟื้นตัวสู่ระดับเดิมในช่วงก่อนการระบาด โดยคาดว่าจะการใช้จ่ายของผู้บริโภคยังมีแนวโน้มที่อ่อนตัวจากผลกระทบของการระบาดและผลกระทบโดยตรงต่อภาคธุรกิจและการจ้างงาน นอกจากนี้การฟื้นตัวของภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและการส่งออกซึ่งเป็นกลไกขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยยังขึ้นอยู่กับ การเข้าถึงของวัคซีน

สำหรับปี 2564 บริษัทคาดการณ์ว่าธุรกิจสื่อโฆษณายังคงได้รับผลกระทบโดยตรงจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 อย่างไรก็ตามด้วยการปรับตัวของผู้ประกอบการรวมถึงอุตสาหกรรมสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยที่ยังสามารถเติบโตได้ในระยะยาว บริษัทยังคงกลยุทธ์เดิมที่จะรักษาสมดุลของการเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยการขยายแพลตฟอร์มธุรกิจให้มีความหลากหลายและครอบคลุมพื้นที่ประเทศไทย

- **บริหารสภาพคล่องทางการเงินเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน**

สถานการณ์ COVID-19 ในปี 2563 ส่งผลกระทบเชิงลบต่อทุกธุรกิจในประเทศไทย อย่างไรก็ตามบริษัทได้ให้ความสำคัญกับการรักษากระแสเงินสดและสภาพคล่องจากมาตรการลดต้นทุนและบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ คือ การต่อรองราคาเช่าจากเจ้าของพื้นที่ทั้งก่อนและหลังวิกฤติการณ์ COVID-19 และการเลื่อนการซ่อมบำรุงในบางสื่อโฆษณา โดยจะเห็นได้ว่า ณ สิ้นปี 2563 บริษัทยังสามารถรักษากระแสเงินสดให้เป็นบวกได้ที่ 638 ล้านบาท บริษัทมั่นใจว่าจะมีสภาพคล่องเพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคต และสร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุนต่อการขยายธุรกิจให้เติบโตอย่างมั่นคงในระยะยาว

- **อุตสาหกรรมสื่อโฆษณากลับมาฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องในไตรมาส 4/2563 หลังจากสถานการณ์ COVID-19 ที่ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างในช่วงไตรมาส 2/2563 และคาดว่าจะดีขึ้นต่อเนื่องอย่างค่อยเป็นค่อยไปในปี 2564**

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยยังคงชะลอตัวแต่มีทิศทางปรับตัวดีขึ้นสืบเนื่องจากการออกมาตรการเยียวยาของรัฐบาล เช่น โครงการคนละครึ่งเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจทำให้ประชาชนเกิดการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น นอกจากนี้การใช้เม็ดเงินโฆษณามีแนวโน้มดีขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมการเงินและการธนาคาร ส่งผลให้รายได้สื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยของบริษัทในไตรมาส 4/2563 มีการเติบโตดีขึ้น

- **นับถอยหลังเข้าสู่ Tokyo Olympics 2020 เพื่อต่อยอดและเพิ่มมูลค่าของธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม**

บริษัทร่วมมือกับบริษัท เรซอัพ เวิร์ค จำกัด จัดกิจกรรม Count down สู่โอลิมปิก โดยทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ OOH ของแพลน บี เพื่อเชิญชวนคนไทยร่วมส่งกำลังใจให้นักกีฬาไทยไปโอลิมปิกเกมส์ 2021 ณ กรุงโตเกียว #THAItteamชนะใจคนไทย ผ่านกิจกรรม Flag of Nation การวิ่ง Virtual Run สะสมระยะทางร่วมกัน 1,000,000 กิโลเมตร และการวิ่งผลัดธง รวมทั้งหมด 35 จังหวัดทั่วประเทศไทย โดยมีนักกีฬา ดารา นักร้อง นักแสดงชั้นนำ อาทิ วง BNK48 เข้าร่วมกิจกรรมการวิ่งคบเพลิงธงชาติไทยที่จะผ่านมือคนไทยทั่วประเทศเพื่อไปโบกสะบัดในพิธีเปิดโอลิมปิก ณ กรุงโตเกียว นอกจากนี้คณะกรรมการจัดงานโตเกียว 2020 (โตเกียว 2020) คณะกรรมการโอลิมปิกสากล

(IOC) และคณะกรรมการพาราลิมปิกสากล (IPC) ได้เผยแพร่ Playbook สำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่จะเดินทางเข้าประเทศญี่ปุ่นเพื่อเข้าร่วมเกมการแข่งขันโอลิมปิกจะต้องดูแลความปลอดภัยและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์อย่างเข้มงวดเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทั้งนี้บริษัทคาดการณ์ว่ารายได้จากการบริหารสิทธิทางการตลาดของการจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกจะสามารถบันทึกได้ตามเป้าหมายช่วยต่อยอดการสร้างความมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วมด้านกีฬาของบริษัท

- **เพิ่มช่องทางการสื่อสารให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม**

บริษัทได้ดำเนินการเพิ่มช่องทางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นข่าวกิจกรรมด้านธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย หรือข่าวกิจกรรมด้านธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้กลุ่มผู้บริโภคสามารถติดตามข่าวสารของบริษัทได้อย่างใกล้ชิด และเป็นการขยายฐานลูกค้าของบริษัทให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้นผ่านช่องทาง Email, Facebook, Instagram, YouTube, Website และ Line official

- **1impact การรวมตัวกันของบริษัทพันธมิตรจาก 6 บริษัทยักษ์ใหญ่สู่ความเป็นหนึ่งเดียวบริษัทได้ทำการ Rebranding และผนึกกำลัง (Synergy) ระหว่างบริษัทพันธมิตร Hello Bangkok, MACO, SR media, MULTI SIGN, SPLASH MEDIA และ CO-MASS เพื่อรวมตัวสู่ความเป็นหนึ่งเดียวในผู้นำด้านสื่อโฆษณาป้ายนิ่งที่มีทั้งขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ ทั่วประเทศไทยภายใต้ชื่อทีมขาย “1impact” เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้ทีมขายจะช่วยลูกค้าในการวางแผน การออกแบบ การผลิต การติดตั้ง การซ่อมบำรุง และการให้บริการหลังการขาย เพื่อตอบโจทย์ทุกความต้องการของลูกค้าให้สามารถวางแผนการขึ้นสื่อโฆษณาตามจุดสำคัญทั่วประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมภายใต้คอนเซ็ปต์ “One-stop-service”**

- **ลงทุนอย่างต่อเนื่องเพื่อขยายความสามารถในการให้บริการเพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรม**

บริษัทมีแผนการลงทุนในปี 2564 อยู่ที่ประมาณ 700-1,000 ล้านบาท ซึ่งมุ่งเน้นการขยายลงทุนเพื่อสร้าง Engagement ผ่านคอนเทนต์ให้กับผู้บริโภคมากขึ้น โดยในปี 2564 บริษัทจะมุ่งเน้นการเพิ่มความสามารถในการสร้างรายได้ (Media capacity) ของสื่อโฆษณาร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ซึ่งมีเป้าหมายที่จะติดตั้งจอ LED เพิ่มประมาณ 500-1,000 สาขาในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2564 เพื่อเพิ่มประสบการณ์และการเข้าถึงสื่อโฆษณาบนทุกพื้นที่ของลูกค้า

- **คงความสามารถในการทำกำไรโดยการเน้นการบริหารจัดการต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ**

เพื่อรักษากระแสเงินสดจากการดำเนินงานและความสามารถในการทำกำไรภายใต้ความไม่แน่นอนในปี 2564 บริษัทได้ดำเนินการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโรค COVID-19 จนถึงปัจจุบันและในอนาคต เช่น การต่อรองราคาเช่าจากเจ้าของพื้นที่ การปรับกระบวนการปฏิบัติงานในรูปแบบอัตโนมัติ การปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้มีประสิทธิภาพและมีกระบวนการทำงานภายในองค์กรที่คล่องตัว

การรับรองความถูกต้องของข้อมูล

บริษัทได้สอบทานข้อมูลในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีฉบับนี้แล้วด้วยความระมัดระวัง บริษัทขอรับรองว่าข้อมูลดังกล่าวถูกต้องครบถ้วน ไม่เป็นเท็จ ไม่ทำให้ผู้อื่นสำคัญผิด หรือไม่ขาดข้อมูลที่ควรต้องแจ้งในสาระสำคัญ นอกจากนี้ บริษัทขอรับรองว่า

- (1) งบการเงินและข้อมูลทางการเงินที่สรุปมาในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีได้แสดงข้อมูลอย่างถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญเกี่ยวกับฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน และกระแสเงินสดของบริษัทและบริษัทย่อยแล้ว
- (2) บริษัทได้จัดให้มีระบบการเปิดเผยข้อมูลที่ดี เพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทได้เปิดเผยข้อมูลในส่วนที่เป็นสาระสำคัญทั้งของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างถูกต้องครบถ้วนแล้ว รวมทั้งควบคุมดูแลให้มีการปฏิบัติตามระบบดังกล่าว
- (3) บริษัทได้จัดให้มีระบบการควบคุมภายในที่ดี และควบคุมดูแลให้มีการปฏิบัติตามระบบดังกล่าว และบริษัทได้แจ้งข้อมูลการประเมินระบบการควบคุมภายใน ณ วันที่ 19 มกราคม 2564 ต่อผู้สอบบัญชีและกรรมการตรวจสอบของบริษัท ซึ่งครอบคลุมถึงข้อบกพร่องและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของระบบการควบคุมภายใน รวมทั้งการกระทำที่มีขอบที่อาจมีผลกระทบต่อการจัดทำรายงานทางการเงินของบริษัทและบริษัทย่อย

ในการนี้ เพื่อเป็นหลักฐานว่าเอกสารทั้งหมดเป็นเอกสารชุดเดียวกันกับที่บริษัทได้รับรองความถูกต้องแล้ว บริษัทได้มอบหมายให้นายเกษมศานต์ อธิธิธรรมวินิจ เป็นผู้ลงลายมือชื่อกำกับเอกสารนี้ไว้ทุกหน้าด้วย หากเอกสารใดไม่มีลายมือชื่อของนายเกษมศานต์ อธิธิธรรมวินิจ กำกับไว้ บริษัทจะถือว่าไม่ใช่ข้อมูลที่บริษัทได้รับรองความถูกต้องของข้อมูลแล้วดังกล่าวข้างต้น

ชื่อ-สกุล

ตำแหน่ง

ลายมือชื่อ

นายปรินทร์ โลจนะโกสินทร์

กรรมการ / กรรมการบริหาร /
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

-ปรินทร์ โลจนะโกสินทร์-

ดร. พินิจสรณ์ ลือชัยขจรพันธ์

กรรมการ / กรรมการบริหาร /
กรรมการผู้จัดการ

-พินิจสรณ์ ลือชัยขจรพันธ์-

ผู้รับมอบอำนาจ

ชื่อ-สกุล

ตำแหน่ง

ลายมือชื่อ

นายเกษมศานต์ อธิธิธรรมวินิจ

เลขานุการบริษัท

-เกษมศานต์ อธิธิธรรมวินิจ-

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

เอกสารแนบ 1

รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม และเลขานุการของบริษัทฯ

รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุมและเลขานุการบริษัท

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัท	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
1. นายปรินทร์ โลจนะโกสินทร์ กรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร วันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการ 1 สิงหาคม 2556	38	- ปริญญาตรี สาขาการตลาด Depaul University ประเทศ สหรัฐอเมริกา - หลักสูตร Directors Certification Program (DCP) รุ่นที่ 181/2556 สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการ บริษัทไทย (IOD)	25.09%	พี่ชายนายธนเชษฐ โลจนะโกสินทร์	<u>บริษัทจดทะเบียน</u> 2548 - ปัจจุบัน <u>บริษัทจำกัด / องค์การอื่น</u> ปัจจุบัน 2561 - ปัจจุบัน 2556 – ปัจจุบัน 2556 – ปัจจุบัน 2555 – ปัจจุบัน 2554 – ปัจจุบัน	กรรมการ ประธาน กรรมการบริหารและ ประธาน เจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ	บมจ. แพลน บี มีเดีย บริษัทย่อยและบริษัทร่วม บจ. แอลทีแมน บจ. แพลน บี อินเวสเมนต์ โฮลดิ้ง บจ. เอ้าท์ดอร์ มีเดีย อินเวสเมนต์ บจ. เอ.บี.เอ็ม. โกลบอล อินเวสเมนต์ บจ. แพลน บี โฮลดิ้ง
2. นายธนเชษฐ โลจนะโกสินทร์ กรรมการ* วันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการ 1 สิงหาคม 2556 <u>หมายเหตุ:</u> นายธนเชษฐ โลจนะโกสินทร์ ได้ลาออกจากตำแหน่งกรรมการ บริษัทตั้งแต่วันที่ 19 สิงหาคม 2563 เป็นต้นไป	35	- ปริญญาตรี สาขาการเงินและ เศรษฐศาสตร์ Shanghai University - หลักสูตร Directors Certification Program (DCP) รุ่นที่ 181/2556 สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการ บริษัทไทย (IOD)	-ไม่มี-	น้องชายนายปรินทร์ โลจนะโกสินทร์	<u>บริษัทจดทะเบียน</u> 2551 – ปัจจุบัน <u>บริษัทจำกัด / องค์การอื่น</u> 2562 – ปัจจุบัน 2557 – ปัจจุบัน	กรรมการ กรรมการ กรรมการ	บมจ. แพลน บี มีเดีย บจ. สมาร์ทบัส จำกัด บจ. สมาร์ท ออโต้ เทคโนโลยี จำกัด

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
3. ดร. พินิจสรณ์ ลือชัยขจรพันธ์ กรรมการ กรรมการผู้จัดการ วันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการ 1 สิงหาคม 2556	39	- ปริญญาเอก เศรษฐศาสตร์ University of New South Wales ประเทศออสเตรเลีย - ปริญญาตรี เศรษฐศาสตร์(เกียรตินิยม) University of New South Wales ประเทศออสเตรเลีย - หลักสูตร Directors Certification Program (DCP) รุ่นที่ 181/2556 สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการ บริษัทไทย (IOD)	1.50%	-ไม่มี-	<u>บริษัทจดทะเบียน</u> 2556 – ปัจจุบัน	กรรมการ กรรมการบริหาร กรรมการผู้จัดการ	บมจ. แพลน บี มีเดีย
					<u>บริษัทจำกัด / องค์การอื่น</u> ปัจจุบัน 2561 – ปัจจุบัน	กรรมการ กรรมการ	บริษัทย่อยและบริษัทร่วม บจ. แอลทีแมน

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
4. นายแล้พ ชน เนลสัน เหลียง กรรมการ วันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการ 30 เมษายน 2562 หมายเหตุ: **นายแล้พ ชน เนลสัน เหลียง ได้ ลาออกจากตำแหน่งกรรมการ บริษัทตั้งแต่วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2563 เป็นต้นไป	45	- คณิตศาสตรบัณฑิต University of Waterloo ประเทศแคนาดา - ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (Executive) สถาบันบัณฑิต บริหารธุรกิจศศินทร์ แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	-	ไม่มี	<u>บริษัทจดทะเบียน</u> 2561 – ปัจจุบัน 2560 – ปัจจุบัน 2560 - 2561 <u>บริษัทจำกัด/องค์กรอื่น</u> 2562 – ปัจจุบัน 2562 – ปัจจุบัน 2560 – ปัจจุบัน 2559 – ปัจจุบัน 2559 – ปัจจุบัน 2558 – ปัจจุบัน 2560 – ปัจจุบัน 2558 - 2560 2552 – ปัจจุบัน 2552 – 2558 2558 – ปัจจุบัน 2558 – ปัจจุบัน 2558 – ปัจจุบัน 2558 – ปัจจุบัน 2557 – ปัจจุบัน 2553 – ปัจจุบัน	กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ กรรมการบริหาร รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ กรรมการ กรรมการ กรรมการบริหาร กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ กรรมการ กรรมการบริหาร กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ	บมจ. วีจีไอ บมจ. วี จี ไอ โกลบอล มีเดีย บมจ. วี จี ไอ โกลบอล มีเดีย บจ. วี-คลิ๊ก เทคโนโลยี บจ.วีจีไอ เอเนี่ยมายด์ เทคโนโลยี บจ. อาร์บี เซอร์วิสเชส บจ. บีเอสเอส โฮลดิ้งส์ บจ. แรบบิท-ไลน์ เพย์ บจ. บีเอสเอส โฮลดิ้งส์ บจ. บางกอก สมาร์ทการ์ด ชีสเทม บจ. บางกอก สมาร์ทการ์ด ชีสเทม บจ. บางกอก สมาร์ทการ์ด ชีสเทม บจ. บางกอก สมาร์ทการ์ด ชีสเทม บจ. แรบบิท อินเตอร์เน็ต บจ. แรบบิท อินซัวร์รันส์ โบรคเกอร์ บจ. เอเอสเค ไดเร็ค กรุ๊ป บจ. แรบบิทเพย์ ชีสเทม บจ. เอทีเอส แรบบิท นิติบุคคลเฉพาะกิจ บจ. บางกอก เพย์เมนต์ โซลูชันส์ บจ. แรบบิท รีเวอร์ดิส

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
5. นายเอกภักดิ์ นิราพาพงศ์พร กรรมการ วันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการ 1 สิงหาคม 2556	39	- Bachelor of Engineering, Electrical/Communication, University of Melbourne - Bachelor of Commerce, Finance, University of Melbourne - หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) 134/2560 สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย	0.6 %	-ไม่มี-	<u>บริษัทจดทะเบียน</u> 2556 – ปัจจุบัน ม.ค.63 <u>บริษัทจำกัด / องค์การอื่น</u> 2554 – ปัจจุบัน	กรรมการ กรรมการ กรรมการ	บมจ. แพลน บี มีเดีย บมจ. มาสเตอร์ แอด บจ. เอฟซี อินเทอร์เน็ตชั่นแนล
6. พลตำรวจเอกสมชาย วาณิชเสนี ประธานกรรมการ กรรมการอิสระและ ประธานกรรมการตรวจสอบ	79	- ปริญญาโท รัฐประศาสนศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - ปริญญาตรี รัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิต โรงเรียนนายร้อยตำรวจ - หลักสูตรของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) 1) หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) รุ่นที่ 6/2546 2) หลักสูตร Director Certification Program (DCP) รุ่นที่ 40/2547 3) หลักสูตร Audit Committee Program (ACP) รุ่นที่ 6/2548	0.03%	-ไม่มี-	<u>บริษัทจดทะเบียน</u> 2557 – ปัจจุบัน 2549 – ปัจจุบัน 2545 – ปัจจุบัน <u>บริษัทจำกัด / องค์การอื่น</u> 2553 – ปัจจุบัน 2549 – ปัจจุบัน	ประธานกรรมการบริษัท กรรมการอิสระและ ประธานกรรมการตรวจสอบ รองประธานกรรมการ รองประธานกรรมการ กรรมการ กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ	บมจ. แพลน บี มีเดีย บมจ. เอ็นอีพี อสังหาริมทรัพย์และ อุตสาหกรรม บมจ. นวนคร บจ. ผลิตไฟฟ้า นวนคร บมจ. กูเก็ตแฟนตาซี

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
		4) หลักสูตร Finance for Non – Finance Directors (FND) รุ่นที่ 8/2547 5) หลักสูตร Corporate Governance for Capital Market Intermediaries (CGI) รุ่นที่ 4/2559					

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
7. ดร. เพ็ญภา ธนสารศิลป์ กรรมการอิสระและ กรรมการตรวจสอบ วันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการ 1 สิงหาคม 2556	66	- ปริญญาเอก สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยโนวา เซาท์อีสเทิร์น ประเทศสหรัฐอเมริกา - ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - ปริญญาตรี เศรษฐศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - หลักสูตรของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย 1) Director Certification Program (DCP) รุ่นที่ 68/2548 2) หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) รุ่นที่ 3/2546	-ไม่มี-	-ไม่มี-	<u>บริษัทจดทะเบียน</u> 2556 – ปัจจุบัน 2561 – ปัจจุบัน 2546 - ปัจจุบัน 2558 - ปัจจุบัน 2561 - ปัจจุบัน <u>บริษัทจำกัด / องค์การอื่น</u> 2563 – ปัจจุบัน 2562 – ปัจจุบัน 2557 – ปัจจุบัน 2555 – ปัจจุบัน	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ กรรมการบริหาร กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บมจ. แพลน บี มีเดีย บมจ. อินเด็คซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ บมจ. ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล บมจ. ไฟโอเนียร์ มอเตอร์ บมจ. หลักทรัพย์ ไอ วี โกลบอล บจ.อเมริกันฟู้ด บจ. การ์ทีเนีย เบเกอรี่ เทรดดิ้ง บจ. เพนส์ อินเตอร์ เทรดดิ้ง บจ. เพนส์มาร์เก็ตติ้งแอนด์ ดิสทริบิวชั่น

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
8. นางมลฤดี สุขพันธุ์ กรรมการอิสระและ กรรมการตรวจสอบ วันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการ 1 สิงหาคม 2556	66	- บัณฑิตมหาบัณฑิต สาขาบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	0.02%	-ไม่มี-	<u>บริษัทจดทะเบียน</u>		
		- บัณฑิตบัณฑิต สาขาบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (เกียรตินิยมอันดับ 2)			2563 - ปัจจุบัน	กรรมการอิสระ ประธาน คณะกรรมการตรวจสอบ และ กรรมการบริหารความเสี่ยง	บมจ. ซิลิคอน คราฟท์ เทคโนโลยี จำกัด
		- ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย			2556 - ปัจจุบัน	กรรมการอิสระและกรรมการ ตรวจสอบ	บมจ. แพลน บี มีเดีย
		- อนุญาตตุลาการ สถาบัน อนุญาตตุลาการ			2558 - ปัจจุบัน	รองประธานกรรมการ กรรมการ อิสระและประธานกรรมการ ตรวจสอบ	บมจ.เอเอสเอ็น โบรกเกอร์
		- อนุญาตตุลาการ สำนัก อนุญาตตุลาการ สำนักงานศาล ยุติธรรม			2558 - ปัจจุบัน	รองกรรมการผู้จัดการ ด้านบัญชีและการเงิน	บมจ. นวนคร
		- นักบัญชีวิชาชีพอาเซียน			2550 - ปัจจุบัน	กรรมการอิสระและกรรมการ ตรวจสอบ	บมจ.เอเชียซอฟท์ คอร์ปอเรชั่น
		- หลักสูตรของสมาคมส่งเสริม สถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)			<u>บริษัทจำกัด / องค์การอื่น</u>		
		1) Director Accreditation Program (DAP) รุ่นที่ 34/2548			2558 - ปัจจุบัน	รองกรรมการผู้จัดการ ด้านบัญชีและการเงิน	บจ. ผลิตภัณฑ์ฟ้านวนคร
		2) Director Certification Program (DAP) รุ่นที่ 31/2546			2543 - ปัจจุบัน	อาจารย์พิเศษ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
		3) Audit Committee Program (ACP) รุ่นที่ 23/2551			2535 - ปัจจุบัน	อาจารย์พิเศษ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
		4) หลักสูตร Director Diploma Award (Fellow Member) รุ่น 11/ 2546 หลักสูตรการอบรมอื่นๆ ในระหว่างปี 2563 - KPMG Webinar , Topic: Are you ready to close FY2020? Important tax points to know before closing, บจก. เคพีเอ็มจี ภูมิภาคไทย สอบบัญชี :KPMG - สัมมนา เรื่อง แนวทางการจัดทำรายงานทางการเงิน ของบริษัทที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ COVID-19 ผ่านช่องทาง Live สดจากระบบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) - สัมมนา เรื่อง กลยุทธ์บริหารการเงินเพื่อพลิกฟื้นองค์กรและสร้างการเติบโตในยุค New Normal ผ่านช่องทาง Live สดจากระบบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)					

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
9. นายมานะ จันทนยิ่งยง*** กรรมการ วันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการ 27 กุมภาพันธ์ 2563 หมายเหตุ: ***นายมานะ จันทนยิ่งยง ได้รับ การแต่งตั้งเป็นกรรมการเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2563 แทนนาย แล้พ ขน เนลสัน เหลียง ที่ได้ ลาออกจากการเป็นกรรมการในวัน เดียวกัน	60	- ปริญญาโท สาขาวิชา พระพุทธศาสนา, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ ราชวิทยาลัย - ปริญญาตรี สาขาการตลาด สถาบันเทคโนโลยีและ อาชีวศึกษา - Director Accreditation Program (DAP) รุ่น 2012, สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการ บริษัทไทย - Audit Committee Program (ACP), สมาคมส่งเสริมสถาบัน กรรมการบริษัทไทย	-ไม่มี-	-ไม่มี-	<u>บริษัทจดทะเบียน</u> 2563 – ปัจจุบัน 2559 – ม.ค. 2563 2555 – 2559 <u>บริษัทจำกัด / องค์การอื่น</u> 2548 - 2560	กรรมการ ประธานกรรมการ กรรมการอิสระ / กรรมการ ตรวจสอบ / กรรมการสรรหาและ พิจารณาค่าตอบแทน ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บมจ. แพลน บี มีเดีย บมจ. มาสเตอร์ แอด บมจ. วี จี ไอ โกลบอล มีเดีย Group M

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
10. นายอานนท์ พรธิติ กรรมการ วันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการ 16 กันยายน 2563 <i>หมายเหตุ: ***นายอานนท์ พรธิติ ได้รับการ แต่งตั้งเป็นกรรมการเมื่อวันที่ 16 กันยายน 2563 แทนนายธนเชษฐ โลจนะโกสินทร์ ที่ได้ลาออกจาก การเป็นกรรมการในวันที่ 19 สิงหาคม 2563</i>	39	- ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิต บริหารธุรกิจศศินทร์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - ปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยซีแอตเทิล ประเทศสหรัฐอเมริกา - หลักสูตร Directors Accreditation Program (DAP) รุ่นที่ 176/2563 สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการ บริษัทไทย (IOD)	-ไม่มี-	-ไม่มี-	<u>บริษัทจดทะเบียน</u> 2563 – ปัจจุบัน <u>บริษัทจำกัด / องค์การอื่น</u> 2563 – ปัจจุบัน	กรรมการ รองประธานอาวุโส ประธานฝ่ายกีฬา	บมจ. แพลน บี มีเดีย บมจ. แพลน บี มีเดีย
11. นายประสงค์ จรุงเบญจธรรม ประธานฝ่ายบัญชีและการเงิน	50	- ปริญญาโท สาขาการเงิน มหาวิทยาลัยรามคำแหง - ปริญญาตรี สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	0.00%	-ไม่มี-	2555 - ปัจจุบัน	ประธานฝ่ายบัญชีและ การเงิน	บมจ. แพลน บี มีเดีย
12. นางสาวพาขวัญ วงศ์พลทวี ประธานฝ่ายพัฒนาธุรกิจและ รักษาการประธานฝ่าย การตลาดและกำกับดูแลลูกค้า	46	- ปริญญาโท วิทยาศาสตร์ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง	0.03%	-ไม่มี-	2556 - ปัจจุบัน	ประธานฝ่ายพัฒนาธุรกิจ และรักษาการประธานฝ่าย การตลาดและกำกับดูแล ลูกค้า	บมจ. แพลน บี มีเดีย

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัท	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
		- ปริญญาตรี สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ - หลักสูตร Director Certification Program (DCP 286/2562) ปี 2562					
13.นายณัฐวุฒิ ชูยายโสม ประธานฝ่ายปฏิบัติการ	50	- ปริญญาตรี สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	-ไม่มี-	-ไม่มี-	2559 – ปัจจุบัน 2557 – 2559 2556 – 2557	ประธานฝ่ายปฏิบัติการ ผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการ ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ	บมจ. แพลน บี มีเดีย บมจ. แพลน บี มีเดีย บริษัท เวิร์ดแอนด์ดีน มีเดีย เซอร์วิส จำกัด
14.นางสาวอังคณา เฉลิมชัยกิจ ประธานฝ่ายทรัพยากรบุคคล	43	- วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ - หลักสูตรดุษฎีบัณฑิตด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - วิทยาศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยม อันดับ 1) สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	-ไม่มี-	-ไม่มี-	<u>บริษัทจดทะเบียน</u> 2561 <u>บริษัทจำกัด / องค์การอื่น</u> 2560 2548 - 2559	ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล รองประธานอาวุโสฝ่ายทรัพยากรบุคคล ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	บมจ. ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล บจ.กรุงเทพ คอมพิวเตอร์ เซอร์วิส ไพร์วอเทอร์เฮาส์คูเปอร์

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
15.นายเกษมศานต์ อิทธิธรรมวินิจ เลขานุการบริษัท	40	- ปริญญาโท สาขากฎหมายธุรกิจ ระหว่างประเทศ, American University Washington College of Law - ปริญญาโท สาขากฎหมายธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - ปริญญาตรี นิติศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ - ทนายความรับอนุญาตแห่ง ประเทศไทย, สภานายความ - ทนายความผู้รับรองเอกสารแห่ง ประเทศไทย, สภานายความ - ทนายความผู้รับรองเอกสาร มหาชน กระทรวงพาณิชย์	-	ไม่มี	<u>บริษัทจดทะเบียน</u> 2557 - ปัจจุบัน 2552 - 2557	ที่ปรึกษากฎหมายประจำ บริษัท ผู้อำนวยการฝ่ายกฎหมาย	บมจ. แพลน บี มีเดีย บมจ. สายการบินนกแอร์

ข้อมูลการดำรงตำแหน่งของกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุมและเลขานุการบริษัทของบริษัทฯ ในบริษัทย่อยและบริษัทที่เกี่ยวข้อง

บริษัท	กรรมการ ผู้บริหาร และผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ													
	นายปริณิทร โลจนะโกสินทร์	นายธเนษฐ โลจนะโกสินทร์	ดร. พินิจสรณ์ ลือชัย ขจรพันธ์	นายแล้พ ชน เนลสัน เหลียง	นายเอกภักดี นिरาพาธ พงศ์พร	พล.ต.อ. สมชาย วาณิชเสณี	ดร. เพ็ญภา ธนสารศิลป์	นางมลฤดี สุขพันธ์รัตน์	นายมานะ จันทนยังยง	นายอานนท์ พรธิติ	นายประสงค์ จรุงเบญจธรรม	นายณัฐวุฒิ อุ้ยไยโสม	น.ส. พาขวัญ วงศ์พลทวี	น.ส. อังคณา เฉลิมชัยกิจ
บริษัท	ED,CEO	D	D,ED,M	D	D	C,ID,AC	ID,AC	ID,AC	D	D	M	M	M	M
1. บมจ. แพลน บี มีเดีย														
บริษัทย่อย														
2. บจ. เวริชายนน์	D		D											
3. บจ. แอด คูซีน	D		D											
4. บจ. มาสเตอร์ สแตนดาร์ด ดิสเพลย์	D		D											
5. บจ. แพลน บี ซีเอส	D		D											
6. บจ. เอสอาร์พีบี มีเดีย	D		D							D				
7. บจ. เดอะ วันพลัส จำกัด	D		D											
8. บจ. เมอซี พลัส จำกัด	D		D											
9. บจ. แม็กชีว์ มีเดีย กรุ๊ป	D		D											
10. บจ. ทริปปิเลเพลย์	D		D											
11. บจ. ทูน่า แอดเวอร์ไทซิง	D		D											
12. บจ. ไบรท์ สกาย มีเดีย	D		D											
13. บจ. แพลน บี มาเลเชีย เอสดีเอ็น บีเอสดี	D		D											
14. บจ. แพลน บี อีเลฟเว่น	D		D							D				
15. บจ. ปัญญาทิพย์ แพลน บี มีเดีย ลาว	D													
16. บจ. อินดิเพนเด็นท์ อาร์ทิสต์ เมเนจเม้นท์	D		D											
17. บจ. ไซน์ เวิร์ค มีเดีย	D		D											
18. บจ. ดิจิทัล แพคคอรี่	D		D											

บริษัท	กรรมการ ผู้บริหาร และผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ													
	นายปรินทร์ โลจนะโกสินทร์	นายธเนษฐ โลจนะโกสินทร์	ดร. พินิจสรณ์ ลือชัย ขจรพันธ์	นายแล้พ ชน เนลสัน เหลียง	นายเอกภักดิ์ นिरาพาธ พงศ์พร	พล.ต.อ. สมชาย วณิชเสนี	ดร. เพ็ญภา ธนสารศิลป์	นางมลฤดี สุขพันธุ์รัตน์	นายมานะ จันทนยิ่งยง	นายอานนท์ พรธิติ	นายประสงค์ จรุงเบญจธรรม	นายณัฐวุฒิ อุ้ยยาไสม	น.ส. พาชวัญ วงศ์พลทวี	น.ส. อังคณา เฉลิมชัยกิจ
19. บจ. แอทมอส สปอร์ต แล็บ	D													
20. บจ. แอทมอส แอพพาวเวอร์	D													
21. บมจ. สแพลช มีเดีย	D		D							D				
22. บจ. สตาร์ค มัลติมีเดีย	D		D											
23. บริษัท BL Falcon Pte.Ltd. สิงคโปร์	D													
บริษัทที่เกี่ยวข้อง														
24. บจ. แพลน บี โฮลดิ้ง	D													
25. บจ. แพลน บี อินเวสเมนต์ โฮลดิ้ง	D													
26. บจ. เอ้าท์ดอร์ มีเดีย อินเวสเมนต์	D													
27. บจ. เอ.บี.เอ็ม. โกลบอล อินเวสเมนต์	D													
28. บจ. แอลทีแมน	D		D											
29. บจ. สมาร์ทบัส จำกัด		D												
30. บจ. สมาร์ท ออโต้ เทคโนโลยี จำกัด		D												
31. บจ. เอพีซี อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล					D									
32. บจ. ผลิตไฟฟ้า นวนคร						D		M						
33. บมจ. นวนคร						D		M						
34. บมจ. เอ็นอีพี อสังหาริมทรัพย์และ อุตสาหกรรม						D								
35. บมจ. ภูเก็ตแพนด้าซี						ID, AC								
36. บมจ. อินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์							ID, AC							
37. บจ. อเมริกันฟู้ด							D							
38. บจ. การ์ตูนเบเกอรี่ เทวดา							D							
39. บจ. เพนส์ มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ ดิสทริบิวชัน							D, CEO							

บริษัท	กรรมการ ผู้บริหาร และผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ													
	นายปรินทร์ โลจนะโกสินทร์	นายธเนษฐ โลจนะโกสินทร์	ดร. พินิจสรณ์ ลือชัย ขจรพันธ์	นายแล้พ ชน เนลสัน เหลียง	นายเอกภักดิ์ นिरาพา พงศ์พร	พล.ต.อ. สมชาย วามิขเสนี	ดร. เพ็ญภา ธนสารศิลป์	นางมลฤดี สุขพันธุ์รัตน์	นายมานะ จันทนยิ่งยง	นายอานนท์ พรธิติ	นายประสงค์ จรุงเบญจธรรม	นายณัฐวุฒิ อุ้ยยายโสม	น.ส. พาขวัญ วงศ์พลทวี	น.ส. อังคณา เฉลิมชัยกิจ
40. บมจ. ไฟโอเนียร์ มอเตอร์							D							
41. บมจ. หลักทรัพย์ ไอ วี โกลบอล							D							
42. บมจ. ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล							ED							
43. บมจ. เอเชียซอฟท์ คอร์ปอเรชั่น								ID, AC						
44. บมจ. เอสเอ็น โบรกเกอร์								ID, AC						
45. บมจ. ซิลิคอน คราฟท์ เทคโนโลยี								ID, AC						
46. บมจ. วีจีไอ				CEO										
47. บจ. วี-คลิ๊ก เทคโนโลยี				D										
48. บจ. วีจีไอ เอ็นิมาйд เทคโนโลยี				D										
49. บจ. อาร์บี เซอร์วิสเชส				D										
50. บจ. บีเอสเอส โฮลดิ้งส์				D,CEO										
51. บจ. แรบบิท-ไลน์ เพย์				D										
52. บจ. บางกอก สมาร์ทการด์ ซิสเต็ม				D, ED										
53. บจ. แรบบิท อินเตอร์เน็ต				D										
54. บจ. แรบบิท อินซัวร์รันส์ โบรคเกอร์				D										
55. บจ. เอสเค ไดเร็ค กรุ๊ป				D										
56. บจ. แรบบิทเพย์ ซิสเต็ม				D										
57. บจ.เอทีเอส แรบบิทนิติบุคคล เฉพาะกิจ				D										
58. บจ. บางกอก เพย์เมนต์ โซลูชั่นส์				D										
59. บจ. แรบบิท รีเวอร์ดิส				D										

หมายเหตุ: C- ประธานกรรมการ, D-กรรมการ, ID-กรรมการอิสระ, AC-กรรมการตรวจสอบ, ED-กรรมการบริหาร, CEO-ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร, M-ผู้บริหาร, P-President Director, CO-Commissioner

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

เอกสารแนบ 2

รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการของบริษัทย่อย

ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการของบริษัทย่อย

บริษัท	นายปรินทร์ โลจนะโกสินทร์	นายพินิจสรณ์ ลือชัยขจรพันธ์	นายอานนท์ พรธิติ
1. บริษัท เวนริชขายน์ จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
2. บริษัท แอด คูซีน จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
3. บริษัท มาสเตอร์ สเตนดาร์ด ดิสเพลย์ จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
4. บริษัท เอสอาร์พีบี มีเดีย จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	กรรมการ
5. บริษัท เดอะ วันพลัส จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
6. บริษัท เมอซี พลัส จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
7. บริษัท แม็กชีวิ มีเดีย กรุ๊ป จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
8. บริษัท ทริปเปิลเพลย์ จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
9. บริษัท พูน่า แอดเวอร์ไทซิง จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
10. บริษัท แพลน บี อีเลฟเว่น จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	กรรมการ
11. บริษัท ไบรท์ สกาย มีเดีย จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
12. บริษัท ดับบลิว.พี.เอส.มีเดีย จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
13. บริษัท อินดิเพนเด้นท์ อาร์ติสท์ เมเนจเม้นท์ จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
14. บริษัท ไซน์ เวิร์ค มีเดีย จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
15. บริษัท ดิจิทัล แฟคตอรี จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
16. บริษัท แอทมอส สปอร์ต แล็บ จำกัด	กรรมการ	-	-
17. บริษัท แอทมอส แอพพาวเรล จำกัด	กรรมการ	-	-
18. บริษัท สเพลช มีเดีย จำกัด (มหาชน)	กรรมการ	กรรมการ	กรรมการ
19. บริษัท สตาร์ค มัลติมีเดีย จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
20. บริษัท แพลน บี ซีเอส จำกัด	กรรมการ	กรรมการ	-
21. บริษัท ปัญญาทิพย์ แพลน บี มีเดีย ลาว จำกัด	กรรมการ	-	-
22. บริษัท แพลน บี มาเลเซีย เอสดีเอ็น บีเอสดี	กรรมการ	กรรมการ	-

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

เอกสารแนบ 3

รายละเอียดเกี่ยวกับหน่วยงานตรวจสอบภายในและหัวหน้างานกำกับดูแลการปฏิบัติงานของบริษัทฯ

รายละเอียดเกี่ยวกับหน่วยงานตรวจสอบภายใน

ปัจจุบันบริษัทว่าจ้าง บริษัท พีแอนด์แอล อินเทอร์เน็ต ออดิท จำกัด ในฐานะหน่วยงานภายนอก (Outsource) เพื่อเป็นผู้ตรวจสอบภายในของบริษัท โดยมีบุคคลที่ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้ดูแลการปฏิบัติงานคือ นางสาวสุกัลยา มโนเลิศ

ชื่อ-นามสกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา	สัดส่วน การถือหุ้น ในบริษัทฯ	ความสัมพันธ์ทาง ครอบครัวระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงาน		
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
นางสาวสุกัลยา มโนเลิศ	37	- โครงการหลักสูตรประกาศนียบัตร ผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย CPIAT (รุ่นที่ 19) - บัณฑิตบัณฑิต มหาวิทยาลัย ธุรกิจบัณฑิต	-ไม่มี-	-ไม่มี-	2561 - ปัจจุบัน	Assistant Vice President	บจ. พีแอนด์แอล อินเทอร์เน็ต ออดิท
					2560	Internal Audit Manager	บจ. พีแอนด์แอล อินเทอร์เน็ต ออดิท
					2549 – 2559	Internal Audit Supervisor	บจ. พีแอนด์แอล อินเทอร์เน็ต ออดิท

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

เอกสารแนบ 4

รายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน

รายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน

- ไม่มี -

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

เอกสารแนบ 5

รายละเอียดอื่น ๆ

รายละเอียดอื่น ๆ

- ไม่มี -