

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 3

ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

ส่วนที่ 3

ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

13. ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ

13.1 ผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ

ประจำปี	ชื่อผู้สอบบัญชี	ผู้สอบบัญชีได้รับอนุญาตเลขทะเบียน	บริษัทผู้สอบบัญชี
ปี 2556	นายกฤษดา เลิศวนา	4958	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด
ปี 2557	นายกฤษดา เลิศวนา	4958	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด
ปี 2558	นายกฤษดา เลิศวนา	4958	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

13.2 สรุปรายงานสอบบัญชี

รายงานของผู้สอบบัญชีข้างต้นสามารถสรุปได้ดังนี้

งบการเงิน	สรุปรายงานของผู้สอบบัญชี
งบการเงิน เพื่อ วัตถุประสงค์ เฉพาะสำหรับ งวดปีบัญชี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556	<p>ผู้สอบบัญชีเห็นว่างบการเงินนี้แสดงฐานะทางการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของบริษัทฯ โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป</p> <p><u>ข้อมูลและเหตุการณ์ที่เน้น และข้อจำกัดในการเผยแพร่และนำไปใช้</u></p> <p>โดยมิได้เป็นการแสดงความเห็นแบบที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้สอบบัญชี ขอให้สังเกตตามหมายเหตุประกอบงบการเงินเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะข้อ 1.2 ซึ่งอธิบายเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการจัดทำงบการเงินเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ และข้อ 2.1 ซึ่งอธิบายเกี่ยวกับหลักการในการรายงานทางการเงิน บริษัทฯ ได้จัดทำงบการเงินเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ โดยอ้างอิงงบการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 และสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันที่ผู้สอบบัญชีได้รายงานตามรายงานลงวันที่ 4 เมษายน 2557 และปรับปรุงด้วยรายการปรับมูลค่าเงินลงทุนในบริษัทย่อยตามคำแนะนำของหน่วยงานกำกับดูแล ทั้งนี้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในหนังสือชี้ชวนและเพื่อประกอบการยื่นขอทำคำเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ แก่บุคคลภายนอกต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของคณะกรรมการของบริษัทฯ ดังนั้น อาจไม่เหมาะสมสำหรับใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น รายงานนี้จึงไม่ควรนำไปใช้อ้างอิงในประเทศอื่นหรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่นนอกจากวัตถุประสงค์ดังที่กล่าวมาข้างต้น ผู้สอบบัญชีไม่มีหน้าที่หรือส่วนรับผิดชอบและขอปฏิเสธความรับผิดชอบต่อบุคคลใดๆ อันเนื่องมาจากการใช้หรือการอ้างอิงถึงรายงานฉบับนี้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมใดๆ รวมถึงการขายหลักทรัพย์ นอกจากการยื่นขอทำคำเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ แก่บุคคลภายนอกต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย</p>

งบการเงิน	สรุปรายงานของผู้สอบบัญชี
งบการเงิน รวมสำหรับ งวดปีบัญชี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2557	<p>ผู้สอบบัญชีเห็นว่างบการเงินนี้แสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของบริษัทฯ และบริษัทย่อย และเฉพาะของบริษัทฯ โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน</p> <p><u>ข้อมูลและเหตุการณ์ที่เน้น</u></p> <p>ผู้สอบบัญชีขอให้สังเกตหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 4 เกี่ยวกับการที่บริษัทฯ ปรับปรุงย้อนหลังงบการเงินปีก่อน ที่นำมาแสดงเปรียบเทียบในปีปัจจุบัน ทั้งนี้ ผู้สอบบัญชีมิได้แสดงความเห็นอย่างมีเงื่อนไขต่อกรณีนี้แต่อย่างใด</p>
งบการเงิน รวมสำหรับ งวดปีบัญชี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558	<p>ผู้สอบบัญชีเห็นว่างบการเงินข้างของ บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยและเฉพาะของ บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)แสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน</p>

13.3 ตารางสรุปการเงินของบริษัทฯ ประจำปี 2556-2558

งบแสดงฐานะการเงิน	งบการเงินรวมเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ		งบการเงินรวม		งบการเงินรวม	
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม					
	2556		2557		2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	73.7	3.2	60.6	2.6	428.6	12.6
เงินลงทุนชั่วคราว	-	-	-	-	458.4	13.5
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	420.6	18.5	473.7	20.0	670.1	19.8
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้าตัดจ่ายภายใน 1 ปี	23.5	1.0	44.6	1.9	81.2	2.4
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	55.7	2.5	25.7	1.1	28.7	0.8
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	573.5	25.2	604.6	25.6	1,667.1	49.1
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
เงินฝากสถาบันการเงินที่ติดภาระค้ำประกัน	127.2	5.6	140.7	5.9	7.5	0.2
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	-	-	-	-	0.71	0.0
เงินลงทุนระยะยาวอื่น	10.0	0.4	10.0	0.4	10.0	0.3
ส่วนปรับปรุงอาคารเช่าและ อุปกรณ์	1,072.3	47.2	1,162.6	49.2	1,242.2	36.6
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	297.8	13.1	291.1	12.3	329.8	9.7
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอตัดบัญชี	1.9	0.1	4.3	0.2	7.5	0.2
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้าตัดจ่ายมากกว่า 1 ปี	151.4	6.7	120.5	5.1	102.1	3.0
เงินมัดจำค่าเช่า	18.0	0.8	12.0	0.5	15.3	0.5
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	19.4	0.9	19.6	0.8	10.4	0.3
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,698.0	74.8	1,760.8	74.4	1,725.5	50.9
รวมสินทรัพย์	2,271.5	100.0	2,365.4	100.0	3,392.6	100.0

งบแสดงฐานะการเงิน	งบการเงินรวมเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ		งบการเงินรวม		งบการเงินรวม	
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม					
	2556		2557		2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สิน						
หนี้สินหมุนเวียน						
เงินเบิกเกินบัญชีและกู้ยืมระยะสั้น	176.0	7.7	220.0	9.3	-	-
จากสถาบัน การเงิน						
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	407.7	18.0	275.2	11.6	290.7	8.6
ส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน						
ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	150.8	6.6	252.3	10.7	-	-
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงินที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	75.2	3.3	61.8	2.6	2.1	0.1
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	36.6	1.6	5.5	0.2	38.7	1.1
รายได้รับล่วงหน้า	14.9	0.7	6.2	0.3	3.5	0.1
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	33.9	1.5	54.0	2.3	72.9	2.1
รวมหนี้สินหมุนเวียน	895.1	39.4	875.0	37.0	407.9	12.0
หนี้สินไม่หมุนเวียน						
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน						
- สุทธิจากส่วน	433.3	19.1	706.1	29.9	-	-
ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี						
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน						
- สุทธิจากส่วน	86.0	3.8	25.1	1.0	0.9	0.0
ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี						
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	3.1	0.1	2.9	0.1	3.8	0.1
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	522.4	23.0	734.1	31.0	4.7	0.1
รวมหนี้สิน	1,417.5	62.4	1,609.1	68.0	412.7	12.2
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนเรือนหุ้น						
ทุนจดทะเบียน						
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว	259.7	11.4	259.7	11.0	350.7	10.3
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	426.3	18.8	426.3	18.0	2,180.3	64.3
กำไรสะสม						
จัดสรรแล้ว - สำรองตามกฎหมาย	26.0	1.1	26.0	1.1	35.4	1.0
ยังไม่ได้จัดสรร	142.0	6.3	44.3	1.9	391.6	11.5
ส่วนของผู้ถือหุ้นที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย					22.0	0.6
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	854.0	37.6	756.3	32.0	2,980.0	87.8
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,271.5	100.0	2,365.4	100.0	3,392.6	100.0

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	งบการเงินรวมเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ		งบการเงินรวม		งบการเงินรวม	
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2556		2557		2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้						
รายได้จากการให้บริการ	1,379.4	99.7	1,465.1	99.7	2,153.8	99.2
รายได้อื่น	3.7	0.3	3.8	0.3	16.3	0.8
รวมรายได้	1,383.1	100.0	1,468.9	100.0	2,170.1	100.0
ค่าใช้จ่าย						
ต้นทุนการให้บริการ	784.1	56.7	941.8	64.1	1,348.3	62.1
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริการ	91.3	6.6	100.1	6.8	150.4	6.9
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	93.6	6.8	101.5	6.9	151.7	7.0
ขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	125.5	9.1	-	-	-	-
ค่าใช้จ่าย	1,094.5	79.2	1,143.4	77.8	1,650.5	76.1
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม					0.3	
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	288.6	20.8	325.5	22.2	519.2	23.9
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	40.0	2.9	55.2	3.8	12.7	0.6
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	248.6	17.9	270.3	18.4	506.6	23.3
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	82.0	5.9	63.7	4.3	101.3	4.7
กำไรสำหรับปี	166.6	12.0	206.6	14.1	405.3	18.7
กำไรจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย - สุทธิจากภาษีเงินได้	-	-	0.8	0.0	-	-
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	166.6	12.0	207.4	14.1	405.3	18.7
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน	0.65		0.08		0.12	

งบกระแสเงินสด	งบการเงินรวม เพื่อ วัตถุประสงค์ เฉพาะ	งบการเงินรวม	งบการเงินรวม
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
	2556	2557	2558
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน			
กำไรก่อนภาษี	248.6	270.3	506.6
รายการปรับกระทบยอดกำไรก่อนภาษีเป็นเงินสดรับ (จ่าย) จากกิจกรรมการดำเนินงาน			
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	208.9	292.4	374.4
ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	-	1.2	-
ขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	125.5	-	-
กำไรจากการจำหน่ายอุปกรณ์	(0.4)	-	-
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	3.1	0.8	0.9
ส่วนแบ่งขาดทุนจากบริษัทร่วม			0.3
ดอกเบี้ยรับ	(2.4)	(2.9)	(11.9)
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	39.9	55.2	12.6
กำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	623.2	617.0	882.9
สินทรัพย์ดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง			
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	(46.8)	(54.4)	(81.7)
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	48.7	8.9	(19.2)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	(121.0)	36.7	30.9
หนี้สินดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)			
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	(0.6)	(150.6)	65.4
รายได้รับล่วงหน้า	(54.0)	(8.7)	(3.6)
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	(2.2)	20.1	(25.2)
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	447.3	469.0	849.5
จ่ายดอกเบี้ย	(38.5)	(67.6)	(24.5)
จ่ายภาษีเงินได้	(89.0)	(97.3)	(81.2)
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	319.8	304.1	743.7

งบกระแสเงินสด	งบการเงินรวม เพื่อ วัตถุประสงค์ เฉพาะ	งบการเงินรวม	งบการเงินรวม
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
	2556	2557	2558
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน			
เงินฝากธนาคารที่มีภาระผูกพันเพิ่มขึ้น	(65.5)	(13.5)	133.2
เงินสดจ่ายสุทธิเพื่อลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม	(420.9)	-	(137.7)
เงินลงทุนระยะยาวอื่นเพิ่มขึ้น	-	-	-
เงินสดรับจากการจำหน่ายสินทรัพย์	0.5	-	-
เงินสดจ่ายซื้ออุปกรณ์	(335.1)	(328.1)	(235.9)
เงินสดจ่ายซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(50.4)	(46.8)	(76.6)
เงินสดรับจากดอกเบี้ย	2.2	3.0	10.1
เงินลงทุนชั่วคราวเพิ่มขึ้น	-	-	(458.4)
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(869.2)	(385.4)	(765.3)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากเงินเบิกเกินบัญชีและกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	168.0	44.0	(220.0)
จ่ายเงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลและกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	-	-	-
เงินสดรับจากกู้ยืมเงินระยะยาวจากสถาบันการเงิน	440.0	531.7	41.4
ชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	(89.2)	(157.4)	(1,075.7)
เงินสดจ่ายชำระตามสัญญาเช่าการเงิน	(210.2)	(75.4)	(83.9)
เงินรับค่าหุ้นสามัญเพิ่มทุน	461.0	-	1,845.0
เงินปันผลจ่าย	(204.6)	(274.7)	(117.3)
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	565.0	68.2	389.5
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	15.6	(13.1)	368.0
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นปี	58.1	73.7	60.6
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นปี	73.7	60.6	428.6

13.4 อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร		2556	2557	2558
กำไรขั้นต้น	(ร้อยละ)	43.2	35.9	37.9
EBITDA	(ร้อยละ)	33.1	42.1	41.1
EBIT	(ร้อยละ)	20.8	22.2	23.9
กำไรสุทธิ	(ร้อยละ)	12.0	14.1	18.7
ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	(ร้อยละ)	25.9	25.7	21.7

อัตราส่วนสภาพคล่อง		2556	2557	2558
สภาพคล่อง	(เท่า)	0.7	0.7	4.1
สภาพคล่องหมุนเร็ว	(เท่า)	0.5	0.5	3.8
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	(วัน)	96.5	111.1	96.2
ระยะเวลาชำระหนี้	(วัน)	133.9	129.1	76.6

อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน		2556	2557	2558
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์	(ร้อยละ)	9.6	8.9	14.5
การหมุนของสินทรัพย์	(เท่า)	0.8	0.6	0.8

อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน		2556	2557	2558
หนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	1.7	2.1	0.1

14. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ**14.1 บทสรุปผลประกอบการประจำปี 2558**

- รายได้รวมของบริษัทเท่ากับ 2,170.1 ล้านบาท เติบโต 47.7% จากปีก่อน
- EBITDA เท่ากับ 893.7 ล้านบาท เติบโต 44.6% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน
- กำไรสุทธิ (ไม่รวมค่าใช้จ่าย IPO Bonus และค่าใช้จ่ายโครงการ ESOP) เท่ากับ 419.8 ล้านบาท เติบโต 102.4% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

(ล้านบาท)	FY2013	FY2014	เปลี่ยนแปลง (2013/2014)	FY2015	เปลี่ยนแปลง (2014/2015)
รายได้รวม	1,381.1	1,468.9	+6.2%	2,170.1	+47.7%
EBITDA	497.5	617.9	+24.2%	893.7	+44.6%
กำไรสุทธิ	167.0	207.4	+24.2%	400.2	+92.9%
กำไรสุทธิ (ไม่รวม IPO Bonus, ESOP)	-	-	-	419.8	+102.4%

14.2 พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทในปี 2558

ในปี 2558 บริษัทได้เพิ่มเพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการสื่อโฆษณา และสร้างความแข็งแกร่งของสื่อโฆษณาทุกประเภท โดยมีพัฒนาการที่สำคัญดังนี้

- เมษายน 2558 พันธมิตรทางธุรกิจกับบริษัท ฮัลโล บางกอก แอลอีดี จำกัด (“ฮัลโล บางกอก”) เพื่อขยายความครอบคลุมและความหลากหลายของสื่อ ซึ่งความร่วมมือนี้ได้ช่วยเพิ่มป้ายโฆษณาภาพนิ่งขนาดใหญ่จำนวน 128 ป้ายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิทั่วประเทศ อีกทั้งได้ช่วยขยายเครือข่ายป้ายโฆษณาดิจิทัลของบริษัทเพื่อนำไปสู่การเป็นผู้นำในตลาดของสื่อโฆษณาดิจิทัล ส่งผลให้ในปี 2559 บริษัทมีกำลังการผลิตสื่อโฆษณา (Media Capacity) จากฮัลโล บางกอก เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนประมาณ 800 ล้านบาท ทั้งนี้บริษัทได้รับส่วนแบ่งรายได้ในอัตราร้อยละ 20 โดยจะเริ่มรับรู้รายได้จากฮัลโลบางกอกเต็มปีในปี 2559
- กรกฎาคม 2558 ขยายธุรกิจใหม่ให้ครอบคลุมสื่อในสนามบิน (Air Traveller) ด้วยการเข้าซื้อกิจการของบริษัท ทริปเปิ้ลเพลย์ จำกัด (“ทริปเปิ้ลเพลย์”) ทั้ง 100% ซึ่งทริปเปิ้ลเพลย์เป็นเจ้าของสื่อโฆษณาดิจิทัลจำนวน 88 ป้ายในบริเวณสายพานลำเลียงสัมภาระในสนามบินสุวรรณภูมิทั้งหมด 22 สายพาน ทั้งนี้ถือเป็นก้าวแรกของกลยุทธ์ในการขยายตลาดไปยังผู้โดยสารทางอากาศซึ่งเป็นกลุ่มสื่อโฆษณาที่บริษัทยังไม่เคยมีให้บริการ
- ตุลาคม 2558 การเข้าซื้อกิจการในสัดส่วน 85% ของบริษัท แม็กชีวิมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (แม็กชีวิ) ซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสื่อโฆษณา และเป็นเจ้าของจอแอลอีดี จำนวน 19 จอภาพ รวมทั้งป้ายโฆษณาภาพนิ่งขนาดใหญ่ จำนวน 3 ป้ายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิทั้งใน กรุงเทพฯ นนทบุรี พัทยา ขอนแก่น เชียงใหม่ ภูเก็ต หาดใหญ่ สุราษฎร์ธานี และเกาะสมุย ซึ่งการควบรวมกิจการในครั้งนี้จะส่งผลให้อัตรากำไรของบริษัทสูงขึ้น และด้วยศักยภาพของแม็กชีวิในการจัดหาและ

- พัฒนาสื่อใหม่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถของบริษัทในการเพิ่มรายได้จากสื่อใหม่ๆ ในพื้นที่ทั่วประเทศ
- ตุลาคม 2558 ลงทุนในบริษัท 2000 พับลิชชิง แอนด์ มีเดีย จำกัด ในสัดส่วน 35% ซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจด้านสิ่งพิมพ์ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่มีรายได้สูง ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มประเภทสื่อของบริษัทและเพื่อพัฒนาต่อเนื่องไปยังสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต
- พฤศจิกายน 2558 ลงนามในสัญญาการลงทุนในบริษัท แชนจูรี บิลบอร์ด จำกัด (“แชนจูรี”) มาเลเซีย ซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัยในประเทศมาเลเซีย และเป็นเจ้าของป้ายโฆษณาภาพนิ่งขนาดใหญ่ในเขตเมืองกัวลาลัมเปอร์รวมจำนวน 38 ป้าย เพื่อร่วมพัฒนาเครือข่ายสื่อโฆษณาดิจิทัลในประเทศมาเลเซียดังเช่นที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงแล้วในประเทศไทย และนับเป็นก้าวแรกของบริษัทในตลาดโฆษณาออกที่อยู่อาศัยในภูมิภาคอาเซียน
- พฤศจิกายน 2558 การเข้าซื้อกิจการของบริษัท เมอร์ซี พลัส จำกัด ทั้ง 100% ซึ่งเป็นผู้ให้บริการสื่อโฆษณาดิจิทัลในห้างสรรพสินค้าบิกซีทั่วกว่า 100 สาขาทั่วประเทศ เพื่อเริ่มขยายตลาดสื่อโฆษณาในห้างสรรพสินค้าประเภทโมเดิร์นเทรด
- ธันวาคม 2558 การเข้าซื้อกิจการทั้ง 100% ของบริษัท เดอะวันพลัส จำกัด เจ้าของสิทธิและจุดดิจิทัลจำนวน 153 จอภาพใน 6 สนามบินของ บมจ. ท่าอากาศยานไทย เพื่อเพิ่มความครอบคลุมของสื่อโฆษณาไปยังสนามบินต่างจังหวัดโดยเฉพาะหัวเมืองหลัก

นอกจากการขยายธุรกิจในกลุ่มสื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัยแล้ว บริษัทยังได้เริ่มพัฒนาสื่อประเภทออนไลน์เพื่อรองรับการเติบโตของสื่ออินเทอร์เน็ต ทั้งนี้แสดงให้เห็นถึงวิสัยทัศน์ของบริษัทที่ไม่ได้จำกัดการให้บริการอยู่เฉพาะสื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัย แต่ยังคงมีความมุ่งมั่นในการนำนวัตกรรมมาใช้เพื่อพัฒนาสื่อใหม่ให้ครอบคลุมตลอดการเดินทางของผู้บริโภคทุกกลุ่ม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

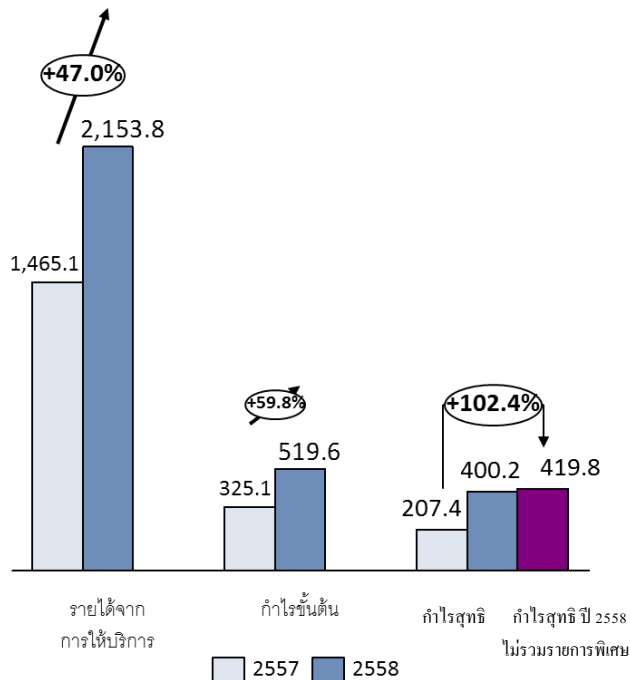
- สิงหาคม 2558 เริ่มให้บริการ On WiFi ซึ่งเป็นบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายสำหรับผู้ให้บริการรถประจำทาง จำนวน 550 คัน โดยไม่มีค่าใช้จ่าย และมีแผนที่จะขยายให้ครอบคลุมรถประจำทางจำนวน 1,500 คัน ภายในปี 2560 ซึ่งถือเป็นก้าวสำคัญของบริษัทในการขยายสื่อโฆษณาไปยังกลุ่มสื่อโฆษณาอินเทอร์เน็ตที่เอื้ออำนวยให้นักการตลาดสามารถเลือกใช้เพื่อที่จะสื่อสารกับผู้บริโภคได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย และยังเป็นสื่อที่สามารถวัดผลได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

14.3 สรุปผลการดำเนินงาน

1) รายได้การให้บริการ

บริษัทมีรายได้จากการให้บริการใน ปี 2558 เท่ากับ 2,153.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 47.0% จากปีก่อนหน้า เนื่องจากการขยายกำลังการผลิตสื่อโฆษณาอย่างต่อเนื่องในปีที่ผ่านมา รวมทั้งสื่อใหม่ๆ จากการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับฮัลโลบางกอก นอกจากนี้การเติบโตของรายได้มีสาเหตุหลักมาจากรายได้ของสื่อโฆษณาดิจิทัลที่มีอัตราการเติบโตสูงที่สุด จากการขยายการลงทุนที่สูงในปีที่ผ่านมา และได้รับการตอบรับจากตลาดที่ดี โดยอัตรา Utilization ของสื่อโฆษณา

ดิจิทัลในปี 2558 เท่ากับ 89.0% ส่งผลให้มีอัตราการเติบโตของรายได้สื่อโฆษณาดิจิทัลสูงถึง 72.0% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า



รายได้ กำไรขั้นต้น และกำไรสุทธิ ปี 2557 และ ปี 2558 (ล้านบาท)

กำไรขั้นต้นและกำไรสุทธิของบริษัทเติบโตขึ้นในอัตราที่สูงกว่าการเติบโตของรายได้รวมอย่างมีนัยสำคัญ เป็นผลจาก Utilization Rate ที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า ประกอบกับลักษณะโครงสร้างต้นทุนของบริษัทที่มีสัดส่วนของต้นทุนคงที่สูง

จากการมุ่งขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาในปัจจุบันพร้อมทั้งพัฒนาสื่อรูปแบบใหม่ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ในช่วงปี 2557 ส่งผลให้กำลังการผลิตสื่อ (Media Capacity) สำหรับปี 2558 เพิ่มขึ้นเป็น 2,921.4 ล้านบาท หรือสูงขึ้น 55.3% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า แต่บริษัทยังคงรักษา Utilization Rate ในปี 2558 ไว้ในระดับที่สูงโดยมี Utilization Rate เฉลี่ยจากสื่อทุกประเภทเท่ากับ 73.2% เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ซึ่งเท่ากับ 69.0%

2) ต้นทุน

ค่าใช้จ่ายรวมของบริษัทในปี 2558 เท่ากับ 1,650.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 44.4% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า สาเหตุหลักมาจากต้นทุนการให้บริการซึ่งเพิ่มขึ้นจากค่าเสื่อมราคาของการลงทุนในปีที่ผ่านมา รวมทั้งค่าใช้จ่ายส่วนแบ่งรายได้ (Revenue Sharing) ที่เพิ่มสูงขึ้นตามยอดขาย อย่างไรก็ตามค่าใช้จ่ายรวมของบริษัทยังคงเพิ่มขึ้นในอัตราที่ต่ำกว่าการขยายตัวของยอดขายที่เพิ่มขึ้น 47.7% เนื่องจากต้นทุนค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ รายละเอียดค่าใช้จ่ายประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 2.1) ต้นทุนการให้บริการ สำหรับปี 2558 เท่ากับ 1,348.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 43.2% จากปีที่ผ่านมา เนื่องจากค่าเสื่อมราคาที่สูงขึ้นจากการขยายเครือข่ายสื่อดิจิทัลใหม่ของ Plan B TV ในช่วงปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ต้นทุนการให้บริการที่สูงขึ้นยังมีผลมาจากค่าใช้จ่ายส่วนแบ่งรายได้ (Revenue Sharing) ที่จ่ายให้กับฮิลโลบังกอกในอัตราประมาณร้อยละ 80 ของรายได้ ประกอบกับค่าใช้จ่ายส่วนแบ่งรายได้ที่จ่าย

ให้ผู้ถือหุ้นอื่นที่เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของยอดขาย และอีกปัจจัยหนึ่งของการเพิ่มขึ้นของต้นทุนเป็นผลมาจากต้นทุนผันแปรต่างๆ ที่เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของธุรกิจ อาทิ ค่าเช่า ค่าไฟฟ้า ค่าซ่อมบำรุง

อย่างไรก็ตามการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการให้บริการยังอยู่ในอัตราที่ต่ำกว่าการเติบโตของยอดขายที่ 47.7% ส่งผลให้อัตรากำไรเบื้องต้นในปี 2558 ยังคงเพิ่มขึ้นเป็น 37.9% จาก 35.9% ของปี 2557

2.2) ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ และค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับปี 2558 เท่ากับ 302.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 49.9% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายด้านการตลาด อาทิ ค่าส่งเสริมการขายที่เพิ่มขึ้นตามยอดขาย ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนพนักงาน ค่าใช้จ่ายที่ปรึกษากฎหมายสำหรับการควบรวมกิจการบริษัทย่อย ทั้งนี้สัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการขายฯ ต่อรายได้รวมในปี 2558 คิดเป็น 13.9% เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาเล็กน้อยที่ 13.8% ซึ่งถือว่าบริษัทยังสามารถควบคุมสัดส่วนต้นทุนประเภทนี้ต่อรายได้เอาไว้ได้ดี

2.3) ค่าใช้จ่ายทางการเงินในปี 2558 เท่ากับ 12.7 ล้านบาท ลดลงจาก 55.2 ล้านบาทในปีก่อนหน้า เนื่องจากบริษัทได้นำเงินจากการเพิ่มทุนไปชำระคืนเงินกู้จากสถาบันการเงินแล้วทั้งหมดในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ส่งผลให้ ณ สิ้นปี 2558 บริษัทไม่มีหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่าย

3) กำไร

ในปี 2558 บริษัทมีกำไรสุทธิ เท่ากับ 400.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 92.9% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า อย่างไรก็ตาม ในปี 2558 บริษัทมีค่าใช้จ่ายรายการพิเศษสำหรับพนักงานเกี่ยวกับ IPO โบนัส และค่าใช้จ่ายในโครงการ ESOP ซึ่งจ่ายให้แก่พนักงานและผู้บริหารของบริษัทฯ ในเดือนกุมภาพันธ์ และเดือนธันวาคม จำนวน 11.0 ล้านบาท และ 8.6 ล้านบาท ตามลำดับสำหรับรายการ IPO Bonus เป็น Non-recurring ซึ่งเกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว และรายการ ESOP เป็น Non-recurring ที่จะเกิดขึ้นเพียงในช่วงระยะเวลาของโครงการ ESOP ระหว่างปี 2558 – 2560 ดังนั้นหากไม่นับรวมค่าใช้จ่ายรายการพิเศษดังกล่าว บริษัทจะมีกำไรสุทธิเท่ากับ 419.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 102.4% จากปีก่อนหน้า

อัตรากำไรสุทธิของบริษัทเท่ากับ 18.4% เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่เท่ากับ 14.1% อย่างไรก็ตามหากไม่นับรวมค่าใช้จ่ายพิเศษ 2 รายการข้างต้นอัตรากำไรสุทธิไม่รวมรายการพิเศษของบริษัทในปี 2558 เท่ากับ 19.3% ทั้งนี้ในปี 2558 ที่ผ่านมา บริษัทมีการพัฒนาสื่อโฆษณาใหม่อย่างต่อเนื่องซึ่งกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทที่ต้องรองรับผลขาดทุนจากช่วงเปิดตัวของสื่อใหม่ๆ ในระยะเวลาประมาณ 3 – 6 เดือน และเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิต่ำกว่าที่ควร

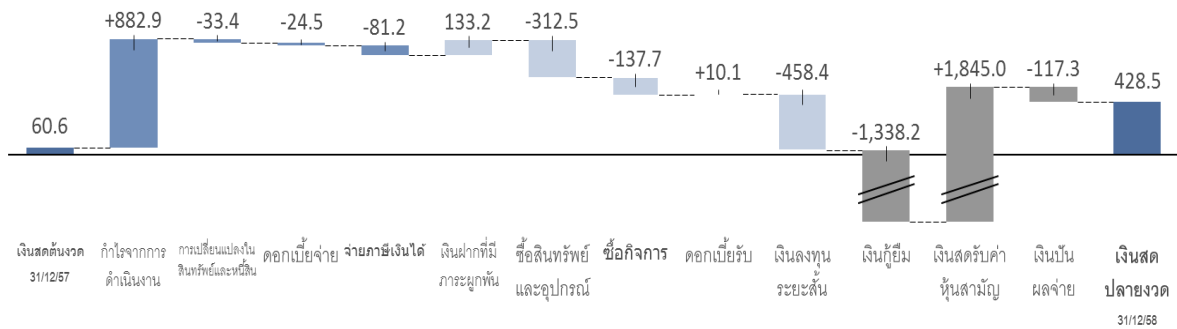
4) ฐานะทางการเงินของบริษัท

ณ 31 ธ.ค. 2558 บริษัทมีสินทรัพย์รวม 3,392.6 ล้านบาท เติบโตจากสิ้นปีก่อนหน้า 43.5% โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด (รายละเอียดในหัวข้อสภาพคล่องและกระแสเงินสด)

หนี้สินของบริษัท เท่ากับ 412.7 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปีก่อนหน้า 74.4% จากการชำระคืนเงินกู้ยืมทั้งหมดจากสถาบันการเงินและจ่ายชำระสัญญาเช่าทางการเงิน

บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 2,979.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,223.7 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลมาจากการจำหน่ายหุ้นสามัญแก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) จำนวน 1,759.4 ล้านบาท และกำไรสะสมที่เพิ่มขึ้น 405.3 ล้านบาท อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น ในปีนี้เท่ากับร้อยละ 21.7% ลดลงจาก 25.7% ในปีก่อนหน้า

5) สภาพคล่องและกระแสเงินสด



ณ สิ้นงวดบัญชีปี 2558 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 428.5 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 367.9 ล้านบาทจาก ณ สิ้นปีก่อนหน้า โดยในระหว่างงวดมีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานสุทธิเท่ากับ 743.7 ล้านบาท กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมการลงทุนสุทธิเท่ากับ 765.3 ล้านบาท และกระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงินสุทธิเท่ากับ 389.5 ล้านบาท ทั้งนี้เงินสดรวมทั้งเงินฝากประจำ ณ สิ้นงวดบัญชีของบริษัทมีเท่ากับ 887.0 ล้านบาท ซึ่งเพียงพอสำหรับการลงทุนขยายงานและโครงการต่างๆ ในอนาคต

14.5 แนวโน้มและพัฒนาการของบริษัทในปี 2559

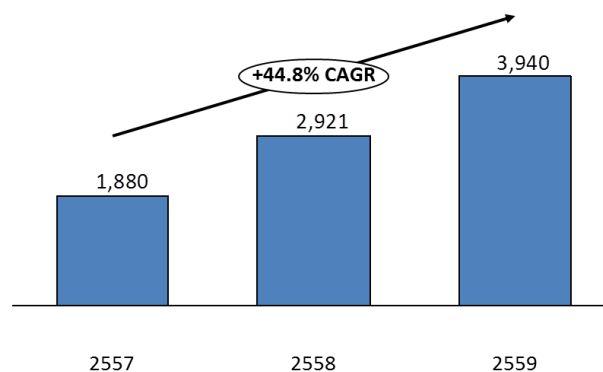
เศรษฐกิจไทยในปี 2559 มีแนวโน้มการฟื้นตัวที่ดีขึ้นจากปีก่อนหน้าเนื่องมาจากนโยบายการกระตุ้นค่าใช้จ่ายภาครัฐที่สูงขึ้น แต่ยังคงมีปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค อาทิ การชะลอตัวของภาคการส่งออก และการลงทุนภาคเอกชน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อเนื่องไปยังแนวโน้มการใช้งบประมาณโฆษณาของผู้ผลิตสินค้าและบริการ อย่างไรก็ตามระดับการระดมทุนมากขึ้นและให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าจากการใช้เม็ดเงินโฆษณาที่มีอยู่อย่างจำกัด ด้วยการกระจายงบประมาณโฆษณาไปยังสื่อต่างๆ ให้หลากหลายขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้คนเมืองที่เปลี่ยนไปโดยใช้เวลาอยู่ภายนอกที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้น และสัดส่วนการใช้ระบบขนส่งมวลชนของคนในเมืองที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดให้ผู้ผลิตสินค้าและบริการหันมาให้ความสำคัญกับการใช้งบประมาณโฆษณาไปยังสื่อภายนอกที่อยู่อาศัยในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสื่อในระบบขนส่งมวลชน และสื่อโฆษณาดิจิทัลภายนอกที่อยู่อาศัย

จากการเล็งเห็นถึงแนวโน้มอุตสาหกรรมข้างต้น บริษัทเริ่มลงทุนและพัฒนาพื้นที่สื่อโฆษณาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2557 เพื่อขยายเครือข่ายสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยให้หลากหลายและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มศักยภาพในการให้บริการในอนาคต และแสดงถึงความมุ่งมั่นในดำเนินตามวิสัยทัศน์ในการเป็นผู้นำของโลกในสื่ออุตสาหกรรมโฆษณาของบริษัทในระยะยาว และในปี 2559 บริษัทยังคงวางแผนและเตรียมความพร้อมที่จะขยายการลงทุนเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและการเติบโตในระยะยาว ดังต่อไปนี้

- การขยายพื้นที่สื่อภายนอกที่อยู่อาศัยให้ครอบคลุมทั่วประเทศเพื่อรองรับการเติบโตของหัวเมืองในต่างจังหวัด ทั่วประเทศ ตามแผนการขยายเครือข่ายสื่อต่างๆ ดังนี้
 - สื่อโฆษณาภาพนิ่ง ด้วยการพัฒนาเครือข่ายสื่อประเภท Street Furniture ไปยังหัวเมืองต่างๆ ให้ครอบคลุมมากขึ้น โดยในปัจจุบันมีให้บริการแล้วในจังหวัดเชียงใหม่ และกำลังขยายไปยังจังหวัดอื่นๆ อาทิ จังหวัดอุดรธานีซึ่งมีกำหนดแล้วเสร็จในช่วงครึ่งแรกของปี 2559
 - สื่อโฆษณาดิจิทัล เพื่อเพิ่มความครอบคลุมของสื่อดิจิทัล Plan B TV บริษัทจึงมีแผนในการขยายเครือข่าย Plan B TV Nation wide ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ
 - สื่อโฆษณาในสนามบิน นอกเหนือจากที่บริษัทได้เริ่มให้บริการสื่อในหมวด Air Traveller ในสนามบินของ AOT ทั้ง 6 แห่งแล้ว บริษัทได้เล็งเห็นถึงการเติบโตในอัตราที่สูงของผู้โดยสารทางอากาศซึ่งเติบโตในอัตราที่สูงกว่า 20% ในปี 2557 ซึ่งผู้โดยสารกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อที่สูงและเป็นเป้าหมายของผู้ผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ดังนั้นบริษัทจึงมีแผนการขยายพื้นที่สื่อในหมวดนี้เพื่อรองรับการขยายตัวของความต้องการสื่อโฆษณาในสนามบินอื่นๆ ทั่วประเทศ
- การพัฒนาทางด้านนวัตกรรมสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสื่อโฆษณาให้สามารถตอบโจทย์ทางการตลาดของเจ้าของผลิตภัณฑ์ได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยเท่านั้น แต่ยังรวมถึงช่องทางอื่นๆ อาทิ สื่อโฆษณาออนไลน์ ดังเช่นที่ได้เริ่มให้บริการ On Wifi แล้วในปีที่ผ่านมาและกำลังดำเนินการขยายการให้บริการบนรถโดยสารประจำทางให้ครอบคลุมกว่า 1,500 คันในปี 2561 และยังมีการพัฒนาสื่อออนไลน์อื่นๆ ดังเช่น การขยายการให้บริการ On WiFi และสื่อออนไลน์บนตู้เดิมเงินโทรศัพท์มือถือ
- การพัฒนาระบบบริหารจัดการสื่อโฆษณาผ่านทางออนไลน์ (Media Intelligent Project Plan B: MIB) เพื่อให้ผู้ผลิตสินค้าและบริการสามารถเข้าถึงข้อมูล รายละเอียด ที่ตั้งของสื่อทุกสื่อได้โดยละเอียด พร้อมทั้งสามารถวางแผนการใช้สื่อ จองซื้อสื่อ และติดตามผลผ่านทางออนไลน์ ซึ่งนอกจากระบบ MIB นี้จะช่วยให้บริการ

ลูกค้าเดิมได้มีประสิทธิภาพมากขึ้นแล้ว ยังจะช่วยให้บริษัทสามารถเข้าถึงลูกค้า SMEs ซึ่งมีความต้องการใช้สื่อโฆษณาด้วยงบประมาณที่จำกัด อีกเป็นจำนวนมาก โดยที่บริษัทสามารถใช้ระบบดังกล่าว เพื่อให้บริการลูกค้ากลุ่มนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้ต้นทุนการให้บริการที่ต่ำผ่านระบบออนไลน์

- การขยายธุรกิจสื่อโฆษณาในภูมิภาคอาเซียน บริษัทวางแผนที่จะขยายธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยโดยการนำแผนธุรกิจของสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในประเทศไทย ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจในต่างประเทศผู้มีเชี่ยวชาญและเข้าใจในสภาพแวดล้อมของธุรกิจและความต้องการของผู้ผลิตสินค้าและบริการในตลาดแต่ละประเทศ เพื่อบรรลุเป้าหมายการขยายธุรกิจสื่อเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคทั่วทั้งภูมิภาค ในเบื้องต้นบริษัทจะเริ่มดำเนินการขยายธุรกิจไปยังกลุ่มประเทศในอาเซียนที่มีศักยภาพสูง อาทิ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และ ฟิลิปปินส์



กำลังการผลิตสื่อ (Media Capacity) ของบริษัทรายปีระหว่างปี 2557 ถึง ปี 2559 (ล้านบาท)

จากการลงทุนในสื่อใหม่และการพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2557 ส่งผลให้บริษัทมีกำลังการผลิตสื่อที่คาดการณ์สำหรับปี 2559 ประมาณ 3,940 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตของกำลังการผลิตสื่อรายปีเท่ากับ 44.8%

นอกจากโครงการพัฒนาสื่อโฆษณาใหม่เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของธุรกิจระยะยาวข้างต้น ในปี 2559 บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการเพิ่มรายได้ และ Utilization rate จากสื่อโฆษณาเดิมที่ได้เริ่มพัฒนาในปี 2558 ซึ่งมีกำลังการผลิตของสื่อใหม่ส่วนนี้ประมาณ 540 ล้านบาท (ไม่รวมกำลังการผลิตสื่อของอัลโล บางกอก) โดยบริษัทจะเร่งทำการตลาดเพื่อให้นักการตลาดได้รู้จักกับสื่อที่พัฒนาใหม่ พร้อมทั้งเข้าใจในประสิทธิภาพ ความคุ้มค่า และการวัดผลของแต่ละสื่อได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายในการเพิ่ม Utilization Rate ของสื่อใหม่เหล่านี้ให้เข้าสู่ระดับสูงตามมาตรฐานของบริษัทภายในระยะเวลา 6 เดือน