

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 3

ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

ส่วนที่ 3

ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

13. ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ

13.1 ผู้สอบบัญชีของบริษัท

ประจำปี	ชื่อผู้สอบบัญชี	ผู้สอบบัญชีได้รับ อนุญาตเลข ทะเบียน	บริษัทผู้สอบบัญชี
ปี 2557	นายกฤษดา เลิศวนา	4958	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด
ปี 2558	นายกฤษดา เลิศวนา	4958	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด
ปี 2559	นายกฤษดา เลิศวนา	4958	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

13.2 สรุปรายงานสอบบัญชี

รายงานของผู้สอบบัญชีข้างต้นสามารถสรุปได้ดังนี้

งบการเงิน	สรุปรายงานของผู้สอบบัญชี
งบการเงินรวมสำหรับงวดปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2557	<p>ผู้สอบบัญชีเห็นว่างบการเงินนี้แสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของบริษัท และบริษัทย่อย และเฉพาะของ บริษัท โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน</p> <p><u>ข้อมูลและเหตุการณ์ที่เน้น</u></p> <p>ผู้สอบบัญชีขอให้สังเกตหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 4 เกี่ยวกับการที่บริษัทปรับปรุงย้อนหลัง งบการเงินปีก่อน ที่นำมาแสดงเปรียบเทียบในปีปัจจุบัน ทั้งนี้ ผู้สอบบัญชีมิได้แสดงความเห็นอย่างมีเงื่อนไขต่อกรณีนี้แต่อย่างใด</p>
งบการเงินรวมสำหรับงวดปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558	<p>ผู้สอบบัญชีเห็นว่างบการเงินของบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยและเฉพาะของ บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) แสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน</p>
งบการเงินรวมสำหรับงวดปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559	<p>ผู้สอบบัญชีเห็นว่างบการเงินของบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยและเฉพาะของ บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) แสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน</p>

13.3 ตารางสรุปงบการเงินของบริษัท ประจำปี 2557-2559

งบแสดงฐานะการเงิน	งบการเงินรวม		งบการเงินรวม		งบการเงินรวม	
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม					
	2557		2558		2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	60.6	2.6	428.6	12.6	343.7	9.4
เงินลงทุนชั่วคราว	-	-	458.4	13.5	-	-
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	473.7	20.0	670.1	19.8	761.0	20.7
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้าตัดจ่ายภายใน 1 ปี	44.6	1.9	81.2	2.4	428.9	11.7
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	25.7	1.1	28.7	0.8	48.4	1.3
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	604.6	25.6	1,667.1	49.1	1,583.4	43.1
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
เงินฝากสถาบันการเงินที่ติดภาระค้ำประกัน	140.7	5.9	7.5	0.2	18.1	0.5
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	-	-	0.71	0.0	26.4	0.7
เงินลงทุนระยะยาวอื่น	10.0	0.4	10.0	0.3	17.9	0.5
ส่วนปรับปรุงอาคารเช่าและอุปกรณ์	1,162.6	49.2	1,242.2	36.6	1,505.9	41
สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน	291.1	12.3	329.8	9.7	333.9	9.1
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอตัดบัญชี	4.3	0.2	7.5	0.2	10.3	0.3
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้าตัดจ่ายมากกว่า 1 ปี	120.5	5.1	102.1	3.0	136.8	3.7
เงินมัดจำค่าเช่า	12.0	0.5	15.3	0.5	22.2	0.6
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	19.6	0.8	10.4	0.3	17.5	0.5
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,760.8	74.4	1,725.5	50.9	2,089.1	56.9
รวมสินทรัพย์	2,365.4	100.0	3,392.6	100.0	3,672.5	100.0

งบแสดงฐานะการเงิน	งบการเงินรวม		งบการเงินรวม		งบการเงินรวม	
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม					
	2557		2558		2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สิน						
หนี้สินหมุนเวียน						
เงินเบิกเกินบัญชีและกู้ยืมระยะสั้น	220.0	9.3	-	-	-	-
จากสถาบัน การเงิน						
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	275.2	11.6	290.7	8.6	335.1	9.1
ส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน						
ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	252.3	10.7	-	-	9.4	0.3
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงินที่ถึงกำหนด						
ชำระภายในหนึ่งปี	61.8	2.6	2.1	0.1	0.8	0.0
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	5.5	0.2	38.7	1.1	6.3	0.2
รายได้รับล่วงหน้า	6.2	0.3	3.5	0.1	40.1	1.1
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	54.0	2.3	72.9	2.1	17.5	0.5
รวมหนี้สินหมุนเวียน	875.0	37.0	407.9	12.0	465.0	12.7
หนี้สินไม่หมุนเวียน						
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน						
- สุทธิจากส่วน	706.1	29.9	-	-	21.8	0.6
ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี						
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน						
- สุทธิจากส่วน	25.1	1.0	0.9	0.0	2.9	0.1
ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี						
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	2.9	0.1	3.8	0.1	6.5	0.2
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น					0.3	0.0
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	734.1	31.0	4.7	0.1	31.4	0.9
รวมหนี้สิน	1,609.1	68.0	412.7	12.2	496.4	13.5
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนเรือนหุ้น						
ทุนจดทะเบียน						
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว	259.7	11.0	350.7	10.3	351.6	9.6
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	426.3	18.0	2,180.3	64.3	2,210.2	60.2
กำไรสะสม						
จัดสรรแล้ว - สำรองตามกฎหมาย	26.0	1.1	35.4	1.0	35.4	1.1
ยังไม่ได้จัดสรร	44.3	1.9	391.6	11.5	496.9	13.5
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	756.3	32.0	756.3	87.8	3,176.1	85.4
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,365.4	100.0	2,365.4	100.0	3,672.5	100.0

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	งบการเงินรวม		งบการเงินรวม		งบการเงินรวม	
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2557		2558		2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้						
รายได้จากการให้บริการ	1,465.1	99.7	2,153.8	99.2	2,422.0	99.0
รายได้อื่น	3.8	0.3	16.3	0.8	24.2	1.0
รวมรายได้	1,468.9	100.0	2,170.1	100.0	2,446.2	100.0
ค่าใช้จ่าย						
ต้นทุนการให้บริการ	941.8	64.1	1,348.3	62.1	1,639.1	67.0
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริการ	100.1	6.8	150.4	6.9	170	7.0
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	101.5	6.9	151.7	7.0	213.6	8.7
ขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	-	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่าย	1,143.4	77.8	1,650.5	76.1	2,022.8	82.7
ส่วนแบ่งขาดทุน(กำไร)จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม			0.3		(1.9)	
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	325.5	22.2	519.2	23.9	425.3	17.4
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	55.2	3.8	12.7	0.6	0.7	0.0
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	270.3	18.4	506.6	23.3	424.6	17.4
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	63.7	4.3	101.3	4.7	64.3	2.6
กำไรสำหรับปี	206.6	14.1	405.3	18.7	360.3	14.7
กำไรจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย - สุทธิจากภาษีเงินได้	0.8	0.0	-	-	0.8	0.0
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	207.4	14.1	405.3	18.7	359.5	14.7
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน	0.08		0.12		0.10	

งบกระแสเงินสด	งบการเงินรวม	งบการเงินรวม	งบการเงินรวม
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
	2557	2558	2559
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน			
กำไรก่อนภาษี	270.3	506.6	424.6
รายการปรับกระทบยอดกำไรก่อนภาษีเป็นเงินสดรับ (จ่าย) จากกิจกรรมการดำเนินงาน			
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	292.4	374.4	444.5
โอนกลับ ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	1.2	-	(1.1)
ขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	-	-	-
กำไรจากการจำหน่ายอุปกรณ์	-	-	-
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	0.8	0.9	1.7
การจ่ายโดยการให้หุ้นเป็นเกณฑ์	-	-	32.4
ส่วนแบ่งขาดทุน(กำไร)จากบริษัทร่วม	-	0.3	(1.9)
ดอกเบี้ยรับ	(2.9)	(11.9)	(10.3)
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	55.2	12.6	0.6
กำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	617.0	882.9	890.7
สินทรัพย์ดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง			
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	(54.4)	(81.7)	(82.0)
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	8.9	(19.2)	(354.4)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	36.7	30.9	(44.0)
หนี้สินดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)			
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	(150.6)	65.4	38.3
รายได้รับล่วงหน้า	(8.7)	(3.6)	29.6
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	20.1	(25.2)	(5.5)
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	0.3
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	469.0	849.5	472.9
จ่ายดอกเบี้ย	(67.6)	(24.5)	(1.3)
จ่ายภาษีเงินได้	(97.3)	(81.2)	(113.8)
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	304.1	743.7	357.8

งบกระแสเงินสด	งบการเงินรวม	งบการเงินรวม	งบการเงินรวม
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
	2557	2558	2559
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน			
เงินฝากธนาคารที่มีภาวะผูกพันลดลง(เพิ่มขึ้น)	(13.5)	133.2	(7.5)
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกันลดลง(เพิ่มขึ้น)	-	-	(1.5)
เงินสดจ่ายสุทธิเพื่อลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม	-	(137.7)	(80.2)
เงินลงทุนระยะยาวอื่นเพิ่มขึ้น	-	-	-
เงินสดรับจากการจำหน่ายสินทรัพย์	-	-	-
เงินสดจ่ายซื้ออุปกรณ์	(328.1)	(235.9)	(585.9)
เงินสดจ่ายซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(46.8)	(76.6)	(33.4)
เงินสดรับจากดอกเบี้ย	3.0	10.1	11.4
เงินลงทุนชั่วคราวลดลง(เพิ่มขึ้น)	-	(458.4)	458.4
เงินลงทุนระยะยาวเพิ่มขึ้น	-	-	(7.9)
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(385.4)	(765.3)	(246.5)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากเงินเบิกเกินบัญชีและกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	44.0	(220.0)	(2.5)
จ่ายเงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลและกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	-	-	-
เงินสดรับจากกู้ยืมเงินระยะยาวจากสถาบันการเงิน	531.7	41.4	23.2
ชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	(157.4)	(1,075.7)	(12.7)
เงินสดจ่ายชำระตามสัญญาเช่าการเงิน	(75.4)	(83.9)	(3.0)
เงินรับค่าหุ้นสามัญเพิ่มทุน	-	1,845.0	39.4
เงินรับค่าหุ้นสามัญเพิ่มทุนจากผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	-	-	5.0
เงินปันผลจ่าย	(274.7)	(117.3)	(245.5)
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	68.2	389.5	(196.2)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	(13.1)	368.0	(84.9)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นปี	73.7	60.6	428.6
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นปี	60.6	428.6	343.7

13.4 อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร		2557	2558	2559
กำไรขั้นต้น	(ร้อยละ)	35.9	37.9	33.0
EBITDA	(ร้อยละ)	42.1	41.1	35.5
EBIT	(ร้อยละ)	22.2	23.9	17.3
กำไรสุทธิ	(ร้อยละ)	14.1	18.7	14.4
ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	(ร้อยละ)	25.7	21.7	11.4

อัตราส่วนสภาพคล่อง		2557	2558	2559
สภาพคล่อง	(เท่า)	0.7	4.1	3.4
สภาพคล่องหมุนเร็ว	(เท่า)	0.5	3.8	2.4
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	(วัน)	111.1	96.2	107
ระยะเวลาชำระหนี้	(วัน)	129.1	76.6	69.7

อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน		2557	2558	2558
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์	(ร้อยละ)	8.9	14.5	10.0
การหมุนของสินทรัพย์	(เท่า)	0.6	0.8	0.7

อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน		2557	2558	2559
หนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	2.1	0.16	0.14

14. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

14.1 บทสรุปผลประกอบการประจำปี 2559

- รายได้รวมของบริษัทเท่ากับ 2,446.2 ล้านบาท เติบโต +12.5% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน
- EBITDA เท่ากับ 867.9 ล้านบาท เปลี่ยนแปลง -2.9% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน
- กำไรสุทธิ (ไม่รวมค่าใช้จ่ายโครงการ ESOP และ ESOP Warrant ซึ่งไม่ใช่ค่าใช้จ่ายเงินสด) เท่ากับ 384.0 ล้านบาท เปลี่ยนแปลง -8.5% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

หน่วย: ล้านบาท	FY2557	FY2558	เปลี่ยนแปลง (2014/2015)	FY 2559	เปลี่ยนแปลง (2015/2016)
รายได้รวม	1,468.9	2,170.1	+47.7%	2,446.2	+12.5%
EBITDA	617.9	893.9	+44.6%	867.9	-2.9%
กำไรสุทธิ	207.4	400.2	+92.9%	351.6	-12.1%
กำไรสุทธิ ¹ (ไม่รวมค่าใช้จ่าย IPO Bonus, ESOP)	-	419.8	+102.4%	384.0	-8.5%

14.2 พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทในปี 2559

จากการพัฒนาตามแผนการขยายสื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัยให้มีความหลากหลายเพื่อรองรับการขยายตัวของความต้องการสื่อในอนาคตอย่างต่อเนื่อง และเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว ในปี 2559 บริษัทยังคงมีการพัฒนาธุรกิจที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

- มกราคม 2559 เปิดให้บริการสื่อโฆษณาภาพนิ่ง ครอบคลุมจังหวัดอุดรธานี จำนวน 50 ป้าย เพื่อขยายความครอบคลุมของสื่อ Street Furniture เพิ่มเติมจากเดิมซึ่งให้บริการแล้วในจังหวัดเชียงใหม่
- มีนาคม 2559 ขยายธุรกิจสื่อในสนามบิน (Airport Media) ด้วยการเข้าซื้อกิจการของบริษัท พูน่า แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด (“พูน่า”) ทั้ง 100% ทั้งนี้ พูน่าเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสื่อโฆษณาในสนามบินที่มีความหลากหลายของสื่อที่ให้บริการ อาทิ ป้ายโฆษณาภายนอกสนามบิน ป้ายโฆษณาภายในสนามบิน ป้ายไฟภายในสนามบิน ป้ายโฆษณาแบบดิจิทัล และ รถเซ็นสัญญาระผู้โดยสาร ซึ่งครอบคลุมใน 25 สนามบินที่บริหารโดยกรมท่าอากาศยาน
- เมษายน 2559 ได้รับเลือกให้เป็นตัวแทนอย่างเป็นทางการในการบริหารสิทธิประโยชน์ของสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย (“สมาคมกีฬาฟุตบอลฯ”) และ บริษัท ไทยลีก จำกัด (“บริษัท ไทยลีกฯ”) สำหรับปี 2560 - 2563 โดยบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายสิทธิประโยชน์ต่างๆ ของทั้งสมาคมกีฬาฟุตบอลฯ และ บริษัท ไทยลีกฯ อาทิ
- สิทธิการจัดหารายได้จากการถ่ายทอดสดและเทปการแข่งขันฟุตบอลทุกรายการ ที่จัดโดยสมาคมกีฬาฟุตบอลฯ เว้นแต่การแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพ รายการ ไทยลีก และ ดิวิชั่น 1

¹ กำไรสุทธิไม่รวมค่าใช้จ่ายสำหรับพนักงานเกี่ยวกับโครงการ ESOP ซึ่งจ่ายให้แก่พนักงานและผู้บริหาร จำนวน 32.4 ล้านบาท ตามลำดับ

- สิทธิการจัดการรายได้สนับสนุนการจัดการแข่งขัน และ การจัดกิจกรรมอื่นๆของสมาคมกีฬาฟุตบอลฯ และบริษัท ไทยลีกฯ
- สิทธิการนำ Content ซึ่งเป็นสิทธิของสมาคมกีฬาฟุตบอลฯ และบริษัท ไทยลีกฯ ไปจัดการรายได้ทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อไร้สาย และ สื่อโทรคมนาคมต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- สิทธิการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกของสมาคมกีฬาฟุตบอลฯ และบริษัท ไทยลีกฯ

พฤษภาคม 2559 จัดตั้ง Plan B (Malaysia) SDN. BHD. เพื่อพัฒนาธุรกิจสื่อโฆษณาทั้งสื่อโฆษณาระบบขนส่งมวลชน สื่อโฆษณาภาพนิ่ง และสื่อโฆษณาดิจิทัลในประเทศมาเลเซีย

พฤษภาคม 2559 เปิดให้บริการสื่อโฆษณาดิจิทัลขนาดใหญ่หน้าศูนย์การค้า Show DC บริเวณถนนพระราม 9

กรกฎาคม 2559 เปิดให้บริการเว็บไซต์ CityGlide.com เพื่อให้บริการค้นหาสายรถประจำทางด้วยระบบจีพีเอสซึ่งจะช่วยบอกตำแหน่งของรถประจำทางที่อยู่ใกล้ที่สุดและช่วยคำนวณเวลาการเดินทางพร้อมประเมินเวลาในการมาถึงซึ่งจะช่วยให้ผู้โดยสารสามารถวางแผนการเดินทางและช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตการเดินทางด้วยรถประจำทางให้ดียิ่งขึ้น

สิงหาคม 2559 ควมรวมกิจการ บริษัท ไบรท์ สกาย มีเดีย จำกัด (“ไบรท์สกาย”) เพื่อขยายธุรกิจสื่อโฆษณาในสนามบินให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้น โดยไบรท์สกายเป็นผู้ให้บริการสื่อโฆษณาในสนามบินที่มีนวัตกรรมทันสมัย รวมถึงความหลากหลายของสื่อที่ให้บริการ อาทิ สื่อโฆษณารูปแบบจอสัมผัส พร้อมจุดบริการชาร์ตโทรศัพท์เคลื่อนที่ สื่อโฆษณาดิจิทัล สื่อโฆษณาภาพนิ่ง ซึ่งครอบคลุมใน 22 สนามบินที่บริหารโดยการท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย และกรมท่าอากาศยาน

สิงหาคม 2559 การเปิดให้บริการเครือข่ายสื่อโฆษณาดิจิทัล Plan B TV Nation wide จำนวน 60 จอภาพใน 44 จังหวัด เพื่อขยายความครอบคลุมของสื่อโฆษณาดิจิทัลไปยังทั่วประเทศ

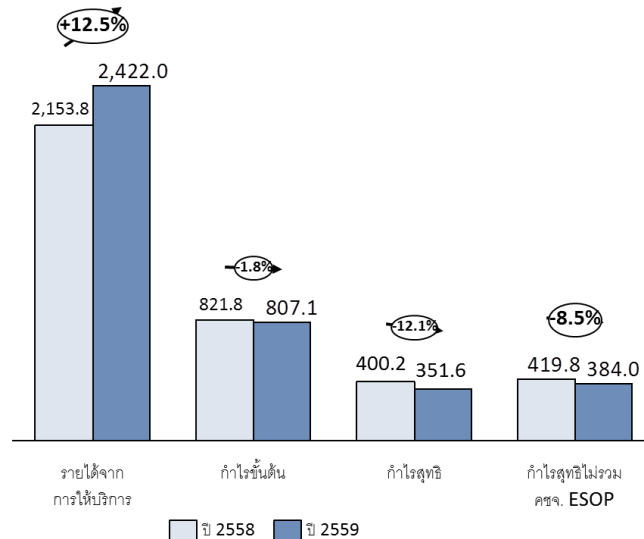
สิงหาคม 2559 พัฒนารูปแบบของสื่อบนรถโดยสารประจำทางรูปแบบใหม่ ด้วยไฟเรืองแสง เพื่อเพิ่มความโดดเด่นและดึงดูดความสนใจในช่วงกลางคืน ซึ่งเริ่มให้บริการบนรถโดยสารประจำทางปรับอากาศจำนวน 120 คัน

กันยายน 2559 การเปิดให้บริการสื่อโฆษณาดิจิทัล Central in-store network จำนวน 10 จอภาพภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ และเซ็นทรัล พระราม 9

14.3 สรุปผลการดำเนินงาน

1) รายได้การให้บริการ

บริษัทมีรายได้จากการให้บริการใน ปี 2559 เท่ากับ 2,422.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.5% จากปีก่อนหน้า โดยเป็นผลมาจากการขยายกำลังการผลิตและเพิ่มรายได้จากทุกประเภทสื่อหลักในช่วง 9 เดือนแรกของปี โดยรายได้จากสื่อโฆษณาภาพนิ่งกลางแจ้งเติบโตจากการร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับ บริษัท ฮัลโล บางกอก แอลอีดี จำกัด (“ฮัลโลบางกอก”) รายได้จากสื่อโฆษณาดิจิทัลเติบโตจากการขยายกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่องรวมถึงการตอบรับจากตลาดที่ดี ด้านรายได้จากสื่อโฆษณาในห้างสรรพสินค้าเพิ่มสูงขึ้นจากการขยายพื้นที่การให้บริการในปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ในช่วงครึ่งหลังของปี 2559 บริษัทยังได้เริ่มรับรู้รายได้จากค่าธรรมเนียมการบริหารจัดการจากสมาคมกีฬาฟุตบอลฯ และบริษัท ไทยลีกฯ



รายได้ ค่าไรชั่นดิน และค่าไรสุทธิปี 2558 และปี 2559 (ล้านบาท)

ค่าไรสุทธิของบริษัทลดลงจากปีก่อนหน้า เป็นผลจาก Utilization Rate ที่ลดลงจากปีก่อนหน้าจาก 73.2% เป็น 57.6% ประกอบกับลักษณะโครงสร้างต้นทุนของบริษัทที่มีสัดส่วนของต้นทุนคงที่สูง

จากการมุ่งขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาในปัจจุบันพร้อมทั้งพัฒนาสื่อรูปแบบใหม่ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ ปี 2557 ส่งผลให้กำลังการผลิตสื่อ (Media Capacity) สำหรับไตรมาส 4 ของปี 2559 เพิ่มขึ้นเป็น 1,077.7 ล้านบาท หรือสูงขึ้น 34.8% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการให้บริการของบริษัทในการรองรับความต้องการสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยที่เติบโตขึ้นในระยะยาว

2) ต้นทุน

ค่าใช้จ่ายรวมของบริษัทสำหรับปี 2559 เท่ากับ 2,022.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22.6% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายส่วนแบ่งรายได้ (Revenue Sharing) ที่จ่ายให้กับฮัลโลบางกอกที่เพิ่มสูงขึ้นตามยอดขาย ประกอบกับต้นทุนการให้บริการซึ่งเพิ่มขึ้นจากค่าเสื่อมราคาของการลงทุนในปีที่ผ่านมา รายละเอียดค่าใช้จ่ายประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 2.1) ต้นทุนการให้บริการ สำหรับ ปี 2559 เท่ากับ 1,639.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.6% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า มีสาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายส่วนแบ่งรายได้ (Revenue Sharing) ที่จ่ายให้กับฮัลโลบางกอกในอัตรา 80% ของรายได้ ประกอบกับค่าเสื่อมราคาที่เพิ่มสูงขึ้นจากการขยายธุรกิจและเพิ่มจำนวนสื่อโฆษณา และอีกปัจจัยหนึ่งของการเพิ่มขึ้นของต้นทุนเป็นผลมาจากต้นทุนผันแปรต่างๆ ที่เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของธุรกิจ อาทิ ค่าเช่า ค่าไฟฟ้า ค่าซ่อมบำรุง

ต้นทุนการให้บริการที่เติบโตในอัตรา 21.6% นั้นสูงกว่าการเติบโตของยอดขายซึ่งได้รับผลกระทบจากช่วงถดถอยความไว้อาลัยที่ส่งผลให้รายได้รวมของปีเติบโตในอัตรา 12.5% ส่งผลให้อัตรากำไรเบื้องต้นในปี 2559 เท่ากับ 33.0% ลดลงจาก 37.9% ของปีก่อนหน้า

- 2.2) ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ และค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับปี 2559 เท่ากับ 383.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 27.0% จากปีก่อนหน้า สาเหตุหลักมาจาก ค่าใช้จ่ายในการบริหารของบริษัทที่ย่อยที่ควมรวมเข้ามาในปีที่ผ่านมา และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนพนักงานในปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ สัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมในปี 2559 คิดเป็น 15.7% เพิ่มขึ้นจาก 13.9%

ของปี 2558 เนื่องจากการควบรวมกิจการในปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามสัดส่วนนี้มีแนวโน้มที่จะลดต่ำลงในอนาคตอันเนื่องมาจากการประหยัดต่อขนาด และการปรับลดค่าใช้จ่ายในการบริหารที่ซ้ำซ้อนระหว่างกัน

3) กำไร

ในปี 2559 บริษัทมีกำไรสุทธิ เท่ากับ 351.6 ล้านบาท ลดลง -12.1% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และอัตรากำไรสุทธิของบริษัทเท่ากับ 14.4% ลดต่ำลงจากช่วงปี 2558 ซึ่งเท่ากับ 18.4% การลดลงของผลกำไรและอัตรากำไรสุทธิเป็นผลมาจาก Utilization Rate ที่ลดลง และผลกระทบของรายได้จากการถวายเป็นระยะเวลา 30 วัน ประกอบกับการพัฒนาสื่อโฆษณาใหม่ของบริษัทอย่างต่อเนื่องส่งผลให้บริษัทมีต้นทุนคงที่เพิ่มสูงขึ้น (อาทิ ค่าเสื่อมราคา และค่าเช่า) ดังนั้นในช่วงที่มีความต้องการสื่อโฆษณาต่ำ ประกอบกับสภาวะการชะลอตัวของสภาวะเศรษฐกิจ บริษัทจึงมีสัดส่วนของต้นทุนคงที่ต่อรายได้ที่สูงและมีอัตรากำไรสุทธิที่ต่ำ ทั้งนี้หากไม่นับรวมค่าใช้จ่ายพิเศษของโครงการ ESOP ทั้งโครงการ 1 และ 2 จำนวนรวม 32.4 ล้านบาท กำไรสุทธิไม่รวมรายการพิเศษสำหรับปี 2559 เท่ากับ 384.0 ล้านบาท และอัตรากำไรสุทธิไม่รวมรายการพิเศษเท่ากับ 15.7%

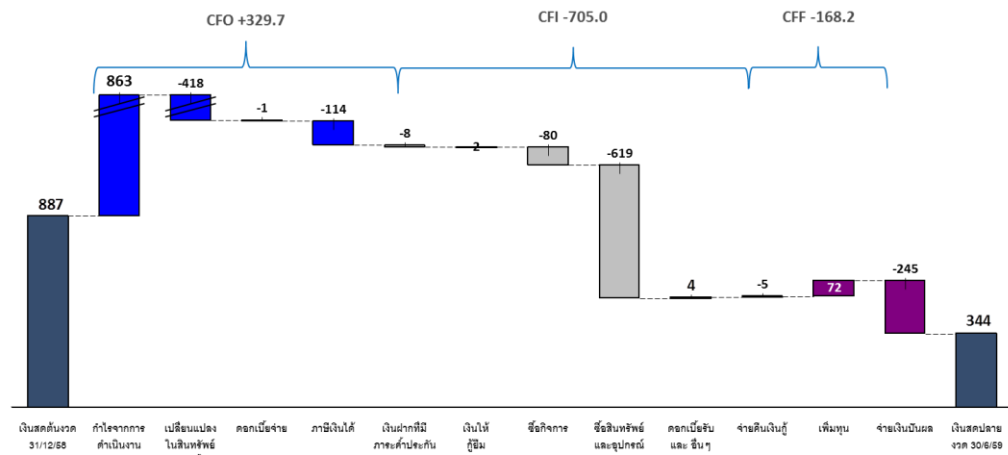
4) ฐานะทางการเงินของบริษัท

ณ 31 ธ.ค. 2559 บริษัทมีสินทรัพย์รวม 3,672.5 ล้านบาท เติบโตขึ้นเล็กน้อยจากสิ้นปีก่อนหน้าคิดเป็น 8.3% จากสินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นตามการขยายธุรกิจของบริษัท

หนี้สินของบริษัท เท่ากับ 496.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปีก่อนหน้า 20.3% จากเจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้นตามการขยายธุรกิจของบริษัท

บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 3,176.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปีก่อนหน้า 6.6% ซึ่งเป็นผลจากกำไรสะสมที่เพิ่มขึ้น หลังหักเงินปันผลจ่ายจำนวน 245.5 ล้านบาทในปี 2559

5) สภาพคล่องและกระแสเงินสด



ณ สิ้นงวดบัญชี ปี 2559 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดรวมทั้งเงินลงทุนระยะสั้นทั้งสิ้น 343.7 ล้านบาท ลดลง 543.4 ล้านบาท จาก ณ สิ้นปีก่อนหน้า โดยในระหว่างงวดมีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานสุทธิเท่ากับ 329.7 ล้านบาท กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมการลงทุนสุทธิเท่ากับ 705.0 ล้านบาท โดยรายการหลักของกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมการลงทุนมาจาก 1) การลงทุนในอุปกรณ์เพื่อขยายการให้บริการสื่อโฆษณา จำนวน 619.3 ล้านบาท และ 2) การลดลงของเงินลงทุนชั่วคราวจำนวน 458.4 ล้านบาท ด้านกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมการจัดหาเงินสดเท่ากับ 168.2 ล้านบาท โดยรายการหลักของกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมการจัดหาเงินสดมาจาก 1) การจ่ายเงินปันผลจำนวน 245.5 ล้านบาท

และ 2)เงินรับค่าหุ้นสามัญเพิ่มทุนจากโครงการ ESOP จำนวน 67.4 ล้านบาท ทั้งนี้เงินสดรวมทั้งเงินลงทุนระยะสั้น ณ สิ้นงวดบัญชีของบริษัทมีจำนวนเพียงพอสำหรับการลงทุนขยายงานและโครงการต่างๆในอนาคต

14.4 แนวโน้มและพัฒนาการของบริษัทในปี 2560

ภาวะเศรษฐกิจไทยในปี 2560 มีแนวโน้มการฟื้นตัวจากปีก่อนหน้า จากนโยบายการกระตุ้นค่าใช้จ่ายของภาครัฐที่เริ่มในปี 2560 และคาดว่าจะมีการเร่งการใช้จ่ายการลงทุนของรัฐมากขึ้นในปี 2560 ประกอบกับการฟื้นตัวของการผลิตภาคเกษตรซึ่งเริ่มกลับมาขยายตัวอีกครั้งในไตรมาสสุดท้ายของปี 2559 ทั้งนี้สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คาดว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจในปี 2560 จะปรับเพิ่มสูงขึ้นจากปีก่อนหน้าจากความคาดหวังการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก และการขยายตัวของเศรษฐกิจในประเทศจากปัจจัยข้างต้น

จากปัจจัยบวกทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2560 ข้างต้นส่งผลในเชิงบวกต่อภาพรวมของอุตสาหกรรมสื่อโฆษณา โดยสมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT) ได้คาดการณ์มูลค่าการใช้จ่ายอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาปี 2560 ว่าจะเติบโต +10% จากปี 2559 ดังนั้นบริษัทจึงมีความมั่นใจว่าด้วยเครือข่ายสื่อของบริษัทที่หลากหลายและสามารถตอบโจทย์ทางการตลาดของเจ้าของสินค้าและบริการได้เป็นอย่างดี อีกทั้งด้วยกลยุทธ์ของบริษัทที่จะพัฒนาสื่อที่มีประสิทธิภาพ คุ่มค่าและสามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม บริษัทจะยังคงสามารถขยายตัวได้ในอัตราที่สูงกว่าอุตสาหกรรมดังเช่นผลประกอบการในอดีตสืบเนื่องจากปัจจัย ดังต่อไปนี้

- บริษัทยังคงมุ่งเน้นการเพิ่มรายได้ และ Utilization rate จากสื่อโฆษณาเดิมที่ได้เริ่มพัฒนาในปี 2559 ซึ่งมีกำลังการผลิตของสื่อใหม่ส่วนนี้ประมาณ 767.3 ล้านบาท โดยบริษัทจะเร่งทำการตลาดเพื่อให้นักการตลาดได้รู้จักกับสื่อที่พัฒนาใหม่ พร้อมทั้งเข้าใจในประสิทธิภาพ ความคุ้มค่า และการวัดผลของแต่ละสื่อได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายในการเพิ่ม Utilization Rate ของสื่อใหม่เหล่านี้ให้เข้าสู่ระดับสูงตามมาตรฐานของบริษัทภายในระยะเวลา 6 เดือน
- การขยายพื้นที่สื่อออกที่อยู่อาศัยให้ครอบคลุมทั่วประเทศเพื่อรองรับการเติบโตของหัวเมืองในต่างจังหวัดทั่วประเทศ ตามแผนการขยายเครือข่ายสื่อต่างๆ ดังนี้
 - สื่อโฆษณาในสนามบิน นอกเหนือจากที่บริษัทได้เริ่มให้บริการสื่อในหมวด Air Traveller ใน สนามบินของ AOT และสนามบินของกรมท่าอากาศยาน รวมเป็นกว่า 34 แห่งแล้วในปัจจุบัน บริษัทยังคงมีแผนการเพิ่มพื้นที่สื่อโฆษณาในสนามบินต่อไป โดยเน้นการพัฒนาสื่อโฆษณาควบคู่กับนวัตกรรมเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักเดินทางและเพิ่มมูลค่าให้กับสื่อโฆษณาของบริษัท
- การพัฒนาธุรกิจในฐานะตัวแทนจำหน่ายสิทธิต่างๆ ของสมาคมสมาคมกีฬาฟุตบอลฯ และ บริษัท ไทยลีก ฯ ซึ่งจะเริ่มอย่างเป็นทางการในระหว่างปี 2560 – 2563 ทั้งนี้บริษัทได้ตั้งเป้าหมายการจัดหารายได้ดังกล่าวเป็นจำนวน 500-700 ล้านบาทต่อปี
- การขยายธุรกิจสื่อโฆษณาในภูมิภาคอาเซียน บริษัทวางแผนที่จะขยายธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยโดยการนำแผนธุรกิจของสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในประเทศไทย ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจในประเทศผู้มีความเชี่ยวชาญและเข้าใจในสภาพแวดล้อมของธุรกิจและความต้องการของผู้ผลิตสินค้าและบริการในตลาดแต่ละประเทศ เพื่อบรรลุเป้าหมายการขยายธุรกิจสื่อเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคทั่วทั้งภูมิภาค ในเบื้องต้นบริษัทจะเริ่มดำเนินการขยายธุรกิจไปยังกลุ่มประเทศในอาเซียนที่มีศักยภาพสูง อาทิ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และ ฟิลิปปินส์