

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 3

ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

ส่วนที่ 3

ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

13. ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ

13.1 ผู้สอบบัญชีของบริษัท

ประจำปี	ชื่อผู้สอบบัญชี	ผู้สอบบัญชีได้รับ อนุญาตเลข ทะเบียน	บริษัทผู้สอบบัญชี
ปี 2560	นายกฤษดา เลิศวนา	4958	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด
ปี 2561	นาย เดิมพงษ์ โอปนพันธุ์	4501	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด
ปี 2562	นาย เดิมพงษ์ โอปนพันธุ์	4501	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

13.2 สรุปรายงานสอบบัญชี

รายงานของผู้สอบบัญชีข้างต้นสามารถสรุปได้ดังนี้

งบการเงิน	สรุปรายงานของผู้สอบบัญชี
งบการเงินรวมสำหรับงวดปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560	ข้าพเจ้าเห็นว่างบการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย และเฉพาะของบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน
งบการเงินรวมสำหรับงวดปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561	ข้าพเจ้าเห็นว่างบการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย และเฉพาะของบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน
งบการเงินรวมสำหรับงวดปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562	ข้าพเจ้าเห็นว่างบการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย และเฉพาะของบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

13.3 ตารางสรุปงบการเงินของบริษัท ประจำปี 2560-2562

งบแสดงฐานะการเงิน	งบการเงินรวม		งบการเงินรวม		งบการเงินรวม	
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม					
	2560		2561		2562	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	441.6	10.5	440.5	7.7	2,360.1	29.6
เงินลงทุนชั่วคราว	138.7	3.3	-	-	12.4	0.2
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	907.7	21.6	1,332.5	23.2	1,559.8	19.5
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้าตัดจ่ายภายใน 1 ปี	573.5	13.7	633.7	11.1	429.6	5.4
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	52.9	1.3	79	1.4	63.5	0.8
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	2,115.7	50.4	2,489.7	43.4	4,521.5	56.7
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
เงินฝากสถาบันการเงินที่ติดภาระค้ำประกัน	-	-	-	-	79.0	1.0
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	36.2	0.9	370.2	6.5	117.6	1.5
เงินลงทุนระยะยาวอื่น	-	-	-	-	-	-
ส่วนปรับปรุงอาคารเช่าและอุปกรณ์	1,566.2	37.3	2,237.7	39.0	2,424.9	30.4
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	256.1	6.1	262.4	4.6	562.1	7.0
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอตัดบัญชี	11.1	0.3	10.5	0.2	11.8	0.1
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้าตัดจ่ายมากกว่า 1 ปี	107.5	2.6	96.4	1.7	96.5	1.2
เงินมัดจำค่าเช่า	83.7	2	73.1	1.3	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	23.8	0.6	60.2	1.0	159.2	2.0
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,084.6	49.6	3,244.3	56.6	3,457.9	43.3
รวมสินทรัพย์	4,200.3	100.0	5,734.0	100.0	7,979.4	100.0

งบแสดงฐานะการเงิน	งบการเงินรวม		งบการเงินรวม		งบการเงินรวม	
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม					
	2560		2561		2562	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สิน						
หนี้สินหมุนเวียน						
เงินเบิกเกินบัญชีและกู้ยืมระยะสั้น	-	-	-	-	-	-
จากสถาบันการเงิน						
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	411	9.8	974	17.0	739.3	9.3
ส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบัน	10.9	0.3	2.0	0.0	19.9	0.2
การเงินที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี						
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงินที่ถึงกำหนด	1.1	0.0	2.0	0.0	3.4	0.0
ชำระภายในหนึ่งปี						
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	14.8	0.4	54.4	0.9	45.9	0.6
รายได้รับล่วงหน้า	24.7	0.6	203.4	3.5	74.0	0.9
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	78.6	1.9	27.7	0.5	23.9	0.3
รวมหนี้สินหมุนเวียน	541.1	12.9	1,368.8	23.1	1,017.5	12.8
หนี้สินไม่หมุนเวียน						
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	10.8	0.3	6.3	0.1	5.4	0.1
- สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี						
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน	3.2	0.1	5.7	0.1	2.3	0.0
- สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี						
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	6.5	0.2	8.4	0.1	9.4	0.1
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	0.4	0.0	-	-	8.2	0.1
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	20.9	0.5	76.1	1.3	72.0	0.9
รวมหนี้สิน	562.0	13.4	1,444.9	24.4	1,089.5	13.7
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนเรือนหุ้น						
ทุนจดทะเบียน						
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว	353.0	9.6	353.0	6.0	388.3	4.9
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	2,293.4	54.6	2,293.4	38.7	4,515.7	56.6
กำไรสะสม						
จัดสรรแล้ว - สรรองตามกฎหมาย	35.4	0.8	45.9	0.8	45.9	0.6
ยังไม่ได้จัดสรร	861.1	20.5	1,328.1	22.4	1,379.9	17.5
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	3,638.3	86.6	4,483.5	75.6	6,890.0	86.3
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	4,200.3	100.0	5,928.4	100.0	7,979.4	100.0

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	งบการเงินรวม		งบการเงินรวม		งบการเงินรวม	
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2560		2561		2562	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้						
รายได้จากการให้บริการ	2,980.0	98.8	4,011.7	99.3	4,861.0	98.8
รายได้อื่น	26.6	0.9	27.6	0.7	58.5	1.2
รวมรายได้	3,006.6	100.0	4,039.3	100.0	4,919.5	100.0
ค่าใช้จ่าย						
ต้นทุนการให้บริการ	1,967.1	65.2	2,643.3	78.6	3,173.1	64.50
ค่าใช้จ่ายในการขาย	217.8	7.2	243.5	7.2	323.4	6.57
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	261.2	8.7	279.1	8.3	365.0	7.42
ขาดทุนจากการด้อยค่าของ	-	-	-	-	-	-
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน						
ค่าใช้จ่าย	2,446.1	81.1	3,165.9	78.38	3,861.5	78.49
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนใน	-	-	4.0	0.1	(1.8)	(0.04)
บริษัทร่วม						
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและ	570.3	18.9	877.4	21.7	1,055.7	21.46
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้						
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	2.1	0.1	(1.4)	(0.03)	(1.5)	(0.03)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	568.2	18.8	876.0	21.7	1,054.2	21.43
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	93.2	3.1	(157.9)	(3.9)	(197.4)	(4.01)
กำไรสำหรับปี	475.0	15.6	718.1	17.8	856.8	17.42
กำไรจากการประมาณการตามหลัก	1.8	0.1	-	-	1.1	0.02
คณิตศาสตร์ประกันภัย - สุทธิจากภาษีเงินได้						
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	476.1	15.6	735.72	18.2	854.0	17.36
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน	0.13		0.18		0.20	

งบกระแสเงินสด	งบการเงินรวม	งบการเงินรวม	งบการเงินรวม
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
	2560	2561	2562
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน			
กำไรก่อนภาษี	568.2	876.0	1,054.2
รายการปรับกระทบยอดกำไรก่อนภาษีเป็นเงินสดรับ (จ่าย) จากกิจกรรมการดำเนินงาน			
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	443.8	512.1	623.2
โอนกลับ ค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญ	4.5	2.0	8.5
ขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	7.8	-	-
ขาดทุนจากการจำหน่ายอุปกรณ์	-	-	0.0
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	1.7	1.9	2.4
การจ่ายโดยการให้หุ้นเป็นเกณฑ์	13.6	-	-
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากบริษัทร่วม	(9.8)	4.0	1.8
ดอกเบี้ยรับ	(5.1)	(2.7)	(29.3)
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	2.1	1.4	1.5
กำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	1,027.3	1,386.1	1,673.8
สินทรัพย์ดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง			
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	(150.4)	(288.7)	(188.9)
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	(132.4)	(69.0)	242.6
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	(38.5)	(14.6)	(8.4)
หนี้สินดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)			
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	60.0	120.1	(42.0)
รายได้รับล่วงหน้า	(15.4)	114.8	(136.4)
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	5.3	63.9	(2.5)
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	0.0	(0.4)	(0.6)
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	756.0	1,312.3	1,516.6
จ่ายดอกเบี้ย	(2.0)	(1.7)	(1.9)
จ่ายภาษีเงินได้	(102.6)	(135.6)	(221.3)
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	666.9	1,175.0	1,293.4

งบกระแสเงินสด	งบการเงินรวม	งบการเงินรวม	งบการเงินรวม
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
	2560	2561	2562
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน			
เงินฝากธนาคารที่มีภาระผูกพันลดลง(เพิ่มขึ้น)	(18.1)	-	-
เงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกันลดลง(เพิ่มขึ้น)	0.1	0.3	-
เงินสดจ่ายสุทธิเพื่อลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม	-	(3.0)	-
เงินลงทุนระยะยาวอื่นเพิ่มขึ้น	-	-	-
เงินสดรับจากการจำหน่ายสินทรัพย์	0.4	1.4	-
เงินสดจ่ายซื้ออุปกรณ์	(416.4)	(696.4)	(523.1)
เงินสดจ่ายซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(8.3)	(86.3)	(100.6)
เงินสดรับจากดอกเบี้ย	4.2	2.8	28.6
เงินลงทุนชั่วคราวลดลง(เพิ่มขึ้น)	(138.7)	(138.7)	(12.4)
เงินลงทุนระยะยาวเพิ่มขึ้น	10	-	-
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(515.2)	(996.7)	(839.8)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากเงินเบิกเกินบัญชีและกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	-	-	-
จ่ายเงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลและกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	-	-	-
เงินสดรับจากกู้ยืมเงินระยะยาวจากสถาบันการเงิน	-	-	-
ชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	(9.5)	(13.4)	(14.9)
เงินสดจ่ายชำระตามสัญญาเช่าการเงิน	(1.6)	(1.0)	(2.0)
เงินรับค่าหุ้นสามัญเพิ่มทุน	84.5	-	2,258.9
เงินรับค่าหุ้นสามัญเพิ่มทุนจากผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	11.0	13.6	0.6
เงินปันผลจ่าย	(122.6)	(158.8)	(674.5)
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	(38.1)	(178.7)	1,470.0
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	97.9	(1.1)	1,919.7
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นปี	343.7	441.6	440.5
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นปี	441.6	440.5	2,360.1

13.4 อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร	2560	2561	2562
กำไรขั้นต้น ¹ (ร้อยละ)	34.6	35.1	35.5
EBITDA (ร้อยละ)	33.7	34.5	34.1
EBIT (ร้อยละ)	19.0	22.3	21.5
กำไรสุทธิ (ร้อยละ)	15.3	15.9	15.1
ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น ² (ร้อยละ)	13.5	16.1	13.1

อัตราส่วนสภาพคล่อง	2560	2561	2562
สภาพคล่อง (เท่า)	3.9	1.8	4.4
สภาพคล่องหมุนเร็ว ³ (เท่า)	2.5	1.3	3.9
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	102	102	109
ระยะเวลาชำระหนี้ (วัน)	69	63	99

อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	2560	2561	2562
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ⁴ (ร้อยละ)	11.7	12.9	10.7
การหมุนของสินทรัพย์ (เท่า)	0.8	0.8	0.7

อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน	2560	2561	2562
หนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.15	0.32	0.16

¹ คำนวณจากรายได้รวม

² คำนวณโดยวิธีปรับปรุงค่าใช้จ่ายให้เป็นรายปี โดยใช้ข้อมูลไตรมาส

³ เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด + ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นๆ

⁴ คำนวณโดยวิธีปรับปรุงค่าใช้จ่ายให้เป็นรายปี

14. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ**14.1 บทสรุปผลประกอบการประจำปี 2562**

- รายได้รวมของบริษัทเท่ากับ 4,919.5 ล้านบาท เติบโต +21.8% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน
- EBITDA เท่ากับ 1,678.9 ล้านบาท เติบโต 20.8% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน
- กำไรสุทธิ เท่ากับ 743.2 ล้านบาท เติบโต 16.8% จากปีก่อนหน้า

หน่วย: ล้านบาท	FY 2560	FY 2561	FY 2562	เปลี่ยนแปลง (2561/2562)
รายได้รวม	3,006.6	4,039.3	4,919.5	21.8%
EBITDA	1,014.1	1,394.0	1,678.9	20.8%
กำไรสุทธิ	460.5	636.4	743.2	16.8%

14.2 พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทในปี 2562

บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าในการพัฒนาคอนเทนต์ให้ครอบคลุมในทุกด้าน และยังคงมองหาพันธมิตรทางธุรกิจที่จะคอยสร้างเครือข่ายให้สื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัยเติบโตและต่อยอดสู่แพลตฟอร์มในอนาคต รวมทั้งตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคในปัจจุบัน เพื่อรองรับการขยายตัวของความต้องการสื่อในอนาคต รวมถึงการขยายธุรกิจตลาดแบบมีส่วนร่วม หรือ Engagement marketing โดยมีรายละเอียดของพัฒนาการที่สำคัญดังต่อไปนี้

- กุมภาพันธ์ 2562 เปิดตัวบริการ Bangkok Jam สื่อโฆษณาดิจิทัลพร้อมระบบรายงานสภาพจราจรกว่า 50 จุดทั่วถนนสายสำคัญในกรุงเทพมหานคร ยกย่องคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยในเมืองไม่เป็นเพียงแค่อินเทอร์เน็ตแต่ยังมีระบบรายงานสภาพการจราจร Intelligence traffic sign, ระบบ Accident report และ กล้อง CCTV รายงานสภาพจราจร ช่วยแก้ไขปัญหาการจราจรของคนในกรุงเทพฯ เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาด้วยการนำจุดเด่นทั้งสองมาผสมผสานกัน
- มีนาคม 2562 เปิดตัวสื่อโฆษณาดิจิทัล Paragon motion block ซึ่งให้บริการ ณ บริเวณลานน้ำพุซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างสถานีสยาม ของรถไฟฟ้าบีทีเอส และห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน เพื่อขยายความครอบคลุมของสื่อโฆษณาดิจิทัลในพื้นที่แลนด์มาร์คที่สำคัญของกรุงเทพฯ
- มีนาคม 2562 เข้าลงทุนในบริษัท BL FALCON PTE.LTD. เพื่อขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาดิจิทัลในประเทศสิงคโปร์ ซึ่งเป็นตลาดต่างประเทศลำดับที่ 5 ของบริษัทฯ
- เมษายน 2562 ความร่วมมือระหว่างบริษัทฯ และ บมจ.วีจีไอ ("VGI") ซึ่งเป็น 2 ผู้นำตลาดสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย เพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกันทั้งในธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย และความร่วมมือกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่เพื่อนำเสนอโซลูชันการตลาดที่ครบวงจรโดยใช้ Offline-to-Online (O2O) Solutions จาก VGI ร่วมกับคอนเทนต์ทางด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมของแพลนบี

- พฤษภาคม 2562 เข้าลงทุนในบมจ.สแพลช มีเดีย (“สแพลช”) เพื่อขยายธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยประเภทภาพนิ่ง Static media เพื่อเพิ่มความครอบคลุมของสื่อโฆษณา ด้วยจำนวนป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ 79 ป้าย (35 แห่งในกรุงเทพ และ 44 แห่งในต่างจังหวัด)
- มิถุนายน 2562 การขยายธุรกิจมิวสิคมาร์เก็ตติ้งด้วยการเปิดตัววง CGM 48 ซึ่งเป็นวงน้องสาวของ BNK48 โดย CGM48 จะเน้นกิจกรรมหลักในบริเวณภาคเหนือ และจะช่วยสร้างฐานแฟนคลับในภูมิภาคให้สามารถเข้าถึงและมีความผูกพันกับศิลปินให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น และถือเป็นการขยายธุรกิจของ BNK48 ให้มีความหลากหลายและเสริมศักยภาพในการหารายได้และกำไรที่สูงขึ้น
- กรกฎาคม 2562 การลงนามเป็นตัวแทนบริหารสิทธิทางการตลาดสำหรับการแข่งขันโอลิมปิก โตเกียว 2020 ซึ่งประกอบด้วย 1. สิทธิในการถ่ายทอดสด 2. สิทธิในการบริหารผู้สนับสนุน (Sponsorship) 3. สิทธิในการบริหารคอนเทนต์ โดยแพลนบีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการสร้างโอกาสการรับชมมหกรรมกีฬาคครั้งสำคัญของมวลมนุษยชาติให้เข้าถึงพี่น้องชาวไทยอย่างทั่วถึง ซึ่งจะช่วยสร้างความสุขให้กับทุกคนในการร่วมส่งกำลังใจให้นักกีฬาทีมชาติไทยไปสู่เหรียญทองโอลิมปิกด้วยกัน
- สิงหาคม 2562 การเปิดให้บริการสื่อโฆษณา “Lido connect” สื่อโฆษณาที่ผสมผสานระหว่างสื่อโฆษณาดิจิทัลและสื่อโฆษณาภาพนิ่ง ซึ่งได้พลิกโฉมหน้าโรงภาพยนตร์ลิโด ใจกลางสยามสแควร์ให้มีสีสัน และโดดเด่นดึงดูดสายตานักท่องเที่ยวและผู้สัญจรไปมาในบริเวณดังกล่าว
- กันยายน 2562 การลงนามในสัญญาบริหารสื่อโฆษณา กับ บมจ. ซีพีออลล์ (“ซีพีออลล์”) เพื่อขยายการให้บริการสื่อโฆษณา ณ จุดขาย (Retail Media) ภายในร้าน 7-11 โดยมีเป้าหมายการขยายพื้นที่ให้บริการครอบคลุมกว่า 2,000 สาขาทั่วประเทศไทย ในปี 2564
- ตุลาคม 2562 ขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัล โดยการเปิดให้บริการสื่อโฆษณา Bangkok Jam Phase 2 ด้วยจอภาพดิจิทัลจำนวน 40 แห่ง ซึ่งก่อนหน้านี้ได้เปิดให้บริการ Phase 1 จำนวน 50 แห่ง โดยจอดิจิทัลมาพร้อมระบบรายงานสภาพจราจรในท่าอากาศยานสำคัญในพื้นที่กรุงเทพฯ

14.3 สรุปผลการดำเนินงาน

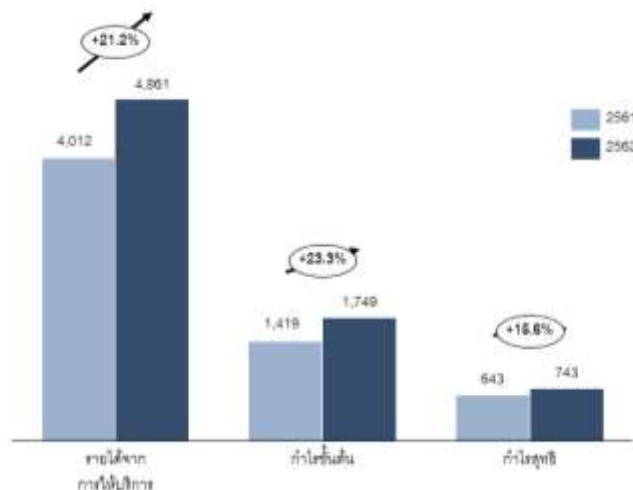
1) รายได้การให้บริการ

บริษัทมีบริษัทฯ มีรายได้จากการให้บริการในปี 2562 เท่ากับ 4,861.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.2% จากปีก่อนหน้า โดยเป็นผลจากการขยายกำลังการผลิตสื่อโฆษณาอย่างต่อเนื่องในปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัลและสื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังเริ่มรับรู้รายได้เพิ่มขึ้นจากค่าธรรมเนียมการบริหารจัดการสิทธิของสมาคมฟุตบอลฯ และบริษัท ไทยลีกฯ รวมถึงเริ่มรับรู้รายได้จากการบริหารสิทธิทางการตลาดสำหรับการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก โตเกียว 2020 โดยสรุปรายละเอียดของรายได้แยกตามประเภทสื่อได้ดังนี้

- 4.1.1 รายได้จากสื่อโฆษณาดิจิทัล (Digital media) เท่ากับ 1,884 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 11.5% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สาเหตุหลักมาจากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของสื่อดิจิทัลในการขยายความ

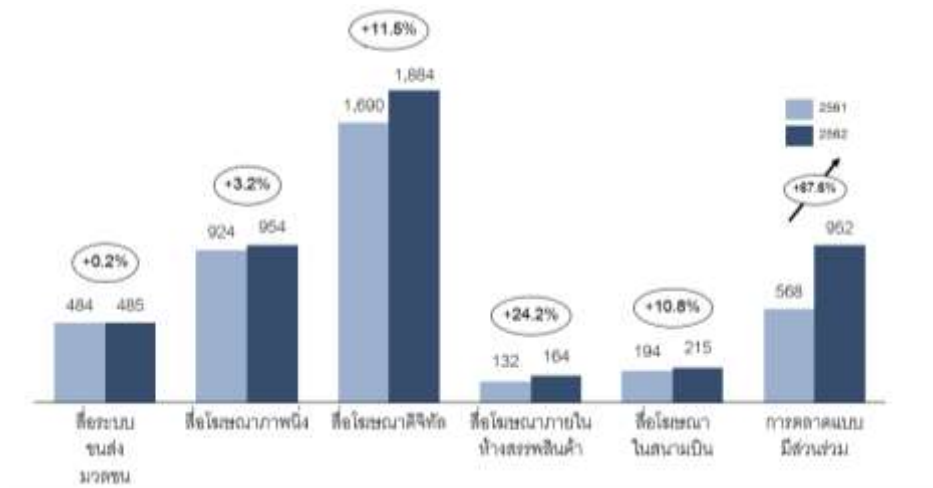
ครอบคลุม โดยในปีบริษัทฯ ได้เน้นขยายเครือข่ายไปยัง Landmark location ที่เป็น signature screen เช่น Bangkok Jam Phase 1 และ 2 ประกอบกับ Utilization rate ของสื่อโฆษณาดิจิทัลโดยรวมที่ปรับตัวสูงขึ้นจากปีก่อนหน้า

- 4.1.2 รายได้จากสื่อโฆษณาในสนามบิน (Airport media) เท่ากับ 215 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.8% จากปีก่อนหน้า เป็นผลมาจากการขยายพื้นที่ให้บริการในสนามบินซึ่งในปัจจุบันครอบคลุม 31 สนามบินทั่วประเทศ และการเพิ่มความหลากหลายของสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัลในสนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินอื่นๆทั่วประเทศ รวมถึง Utilization rate ปรับตัวสูงขึ้นจากปีก่อนหน้า
- 4.1.3 รายได้จากสื่อโฆษณาภาพนิ่งกลางแจ้ง (Outdoor static media) เท่ากับ 954 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.2% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า จากอัตราการใช้สื่อโฆษณาโฆษณาที่ปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อย
- 4.1.4 รายได้จากสื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน (Transit media) เท่ากับ 485 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.2% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า จากอัตราการใช้สื่อโฆษณาที่ปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อย
- 4.1.5 รายได้จากสื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า (Mall media) เท่ากับ 164 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 24.2% จากปีก่อนหน้า เป็นผลจาก Utilization rate ที่ปรับตัวสูงขึ้นจากปีก่อนหน้า
- 4.1.6 รายได้จากการตลาดแบบมีส่วนร่วม (Engagement marketing) จากการเข้าไปลงทุนใน มิวสิค มาร์เก็ตติ้งและสปอร์ตมาร์เก็ตติ้งโดยจัดหารายได้ให้กับสมาคมฟุตบอลฯ และ บริษัท ไทยลีกฯ สำหรับปี 2560 ละเริ่มรับรู้รายได้จากการบริหารสิทธิทางการตลาดสำหรับการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก โตเกียว 2020 โดย บริษัทได้รับค่าธรรมเนียมบริหารจัดการเท่ากับ 952 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 67.6% จากปีก่อนหน้า



รายได้ กำไรขั้นต้น และกำไรสุทธิปี 2561 และปี 2562 (ล้านบาท)

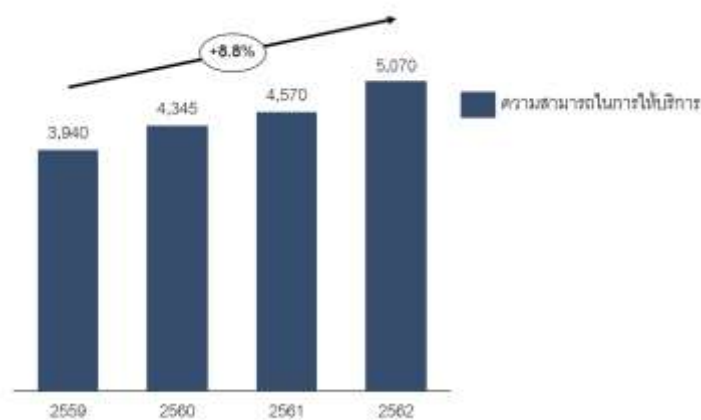
บริษัทฯ ยังคงรักษาอัตราการเติบโตของกำไรขั้นต้นและกำไรสุทธิ ซึ่งเป็นผลมาจากอัตราการใช้สื่อโฆษณา (Utilization Rate) ที่ยังอยู่ในระดับสูง



รายได้ของบริษัทแยกตามประเภทปี 2561 และ ปี 2562 (ล้านบาท)

รายได้ของสื่อโฆษณาดิจิทัล และสื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้าของบริษัทฯ เติบโตในอัตราที่สูงจากปีก่อนหน้า ซึ่งเป็นผลจากการขยายกำลังการผลิตสื่ออย่างต่อเนื่องในปีที่ผ่านมา ด้านรายได้การตลาดแบบมีส่วนร่วม ที่เติบโตสูง จากการเริ่มรับรู้รายได้จากการบริหารจัดการการตลาดสำหรับการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก โตเกียว 2020 ในขณะที่สื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ มีรายได้ที่เติบโตขึ้นจากอัตราการใช้สื่อโฆษณาที่สูงขึ้น

จากการมุ่งขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาในปัจจุบันพร้อมทั้งพัฒนาสื่อรูปแบบใหม่ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ในช่วงปี 2559 ส่งผลให้กำลังการผลิตสื่อ (Media Capacity) ปี 2562 เพิ่มขึ้นเป็น 5,070 ล้านบาท



กำลังการผลิตสื่อ (Media Capacity) ในช่วงปี 2559 ถึง 2562 (ล้านบาท)

มูลค่าความสามารถในการให้บริการ (Media Capacity) ในช่วงปี 2559 ถึง 2562 (ล้านบาท)

บริษัทมีการลงทุนเพื่อพัฒนาสื่อใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มความสามารถในการสร้างรายได้ในอนาคต โดยมีอัตราการเติบโตของการกำลังการผลิตสื่อรายปีเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2559 ถึงปี 2562 เท่ากับ 8.8%

2) ต้นทุน

ค่าใช้จ่ายรวมของบริษัทปี 2562 เท่ากับ 3,861.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22.0% จากปีก่อนหน้าสาเหตุหลักมาจากต้นทุนการให้บริการซึ่งเพิ่มขึ้นจากการขยายพื้นที่ให้บริการในปีที่ผ่านมา รายละเอียดค่าใช้จ่ายประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 2.1) ต้นทุนการให้บริการ สำหรับปี 2562 เท่ากับ 3,173.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 20.0% จากปีก่อนหน้า มีสาเหตุหลักมาจากการขยายพื้นที่ให้บริการและกำลังการผลิตสื่ออย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ต้นทุนผันแปรต่างๆ ที่เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของธุรกิจ อาทิ ค่าเช่า ค่าไฟฟ้า ค่าซ่อมบำรุง ค่าส่วนแบ่งการขาย นอกจากนี้ยังเป็นผลมาจากค่าใช้จ่ายของธุรกิจมิวสิคมาร์เก็ตติ้งที่เริ่มรับรู้ต้นทุนเต็มปี
- 2.2) ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ และค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับปี 2562 เท่ากับ 688.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 31.7% จากปีก่อนหน้า สาเหตุมาจากค่าใช้จ่ายในการบริหารของบริษัทย่อยที่ควบรวมเข้ามาใหม่ 5 บริษัทฯ รวมถึงค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นของบริษัทฯ หลัก จากการเพิ่มคอนเทนต์ทางธุรกิจ เช่น โอลิมปิก และการรับรู้ค่าใช้จ่ายเต็มปีจาก บริษัท บีเอ็นเค48 ออฟฟิศ จำกัด ซึ่งภายหลังได้เปลี่ยนชื่อเป็น “iAM” ทั้งนี้ สัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการขายฯ ต่อรายได้รวมในปี 2562 คิดเป็น 14.1% เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจาก 12.9%

3) กำไร

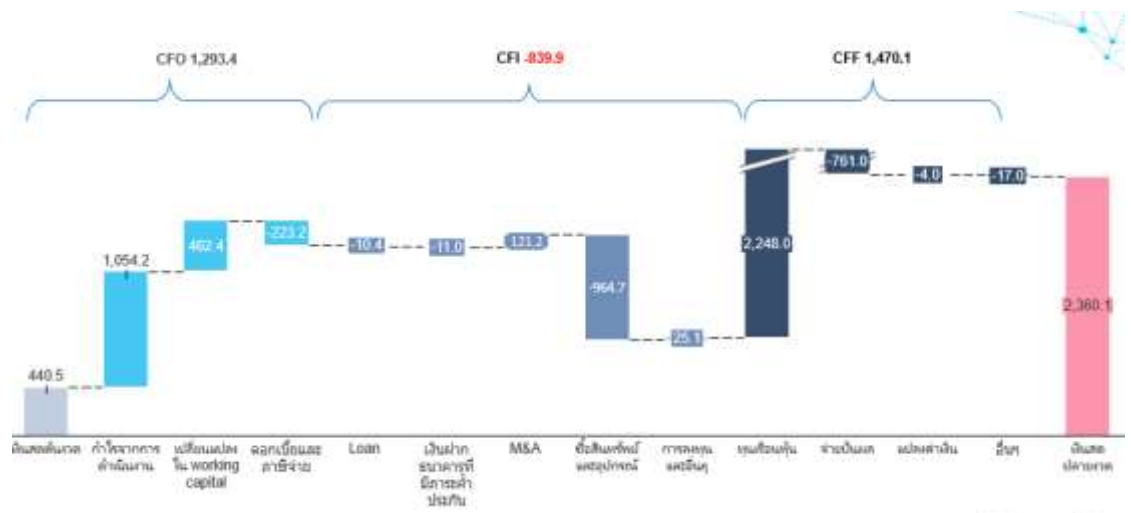
ในปี 2562 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ เท่ากับ 743.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16.8% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งมีสาเหตุมาจากการพัฒนาสื่อโฆษณาใหม่ๆเพิ่มเติม และความสามารถในการหารายได้จากสื่อโฆษณาที่เพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่อัตราค่าไรสุทธิของบริษัทเท่ากับ 15.1 % ลดลงจากปีก่อนเล็กน้อยที่เท่ากับ 15.8% ซึ่งเป็นผลมาจากการรักษาระดับอัตราการใช้สื่อโฆษณา (Utilization rate) ที่ยังอยู่ในระดับสูง

4) ฐานะทางการเงินของบริษัท

วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 7,979.4 ล้านบาท เติบโตขึ้นจากสิ้นปีก่อนหน้าคิดเป็น 34.6% จากสินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นตามการขยายธุรกิจของบริษัทฯ

หนี้สินของบริษัทฯ เท่ากับ 1,089.5 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปีก่อนหน้า 24.6% เนื่องจากในปีปีก่อนหน้ามีรายการเจ้าหนี้ที่เกิดขึ้นจากโครงการก่อสร้างจอ Central World Panoramic

บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 6,890.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปีก่อนหน้า 53.7% ซึ่งเป็นผลมาจากการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน และกำไรสะสมที่เพิ่มขึ้นสภาพคล่องและกระแสเงินสด



5) สภาพคล่องและกระแสเงินสด

ณ สิ้นงวดบัญชีปี 2562 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 2,360.1 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 1,919.6 ล้านบาท จาก ณ สิ้นปีก่อนหน้า โดยในระหว่างงวดมีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานสุทธิเท่ากับ 1,293.4 ล้านบาท กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมการลงทุนสุทธิเท่ากับ 839.9 ล้านบาท และกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมการจัดหาเงินสดสุทธิเท่ากับ 1,470.1 ล้านบาท ทั้งนี้เงินสด ณ สิ้นงวดบัญชีของบริษัทมีเงินจำนวนเพียงพอสำหรับการลงทุนขยายงานและโครงการต่างๆ ในอนาคต

14.4 แนวโน้มและพัฒนาการของบริษัทในปี 2563

คาดว่าปี 2563 จะเป็นปีที่ท้าทายอีกปีหนึ่ง ดังจะเห็นจากการคาดการณ์โดยธนาคารแห่งประเทศไทย ที่มองว่าเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวต่ำกว่าระดับศักยภาพ และต่ำกว่าที่ประมาณการไว้เดิม คาดว่าปี 2563 จะมีอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจที่ 2.8% บริษัทฯ จึงมีทิศทางการดำเนินธุรกิจที่รอบคอบ แต่ยังคงลงทุนเพื่อการขยายธุรกิจ รองรับแนวโน้มระยะยาวของสื่อหลัก คือสื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัย ซึ่งยังมีแนวโน้มเติบโตได้ดี ทั้งนี้ การขยายธุรกิจ จะมุ่งเน้นการขยายอย่างมีประสิทธิภาพ ใช้ประโยชน์จากข้อมูลอย่างเป็นระบบ ร่วมกับการใช้นวัตกรรม และเพิ่มความหลากหลายของคอนเทนต์ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด

เพิ่มศักยภาพของสื่อหลักจากการร่วมมือกับพันธมิตร และการใช้นวัตกรรม

จากการร่วมมือเป็นพันธมิตรกับ บมจ.วีจีไอ ("VGI") และการเข้าถือหุ้น บมจ.มาสเตอร์ แอด ("MACO") และทำสัญญาบริหารจัดการสื่อให้กับ MACO ทำให้บริษัทฯ มีสื่อที่หลากหลาย ครอบคลุมพื้นที่กว้าง และสร้างการรับรู้ได้ดียิ่งขึ้น สามารถร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อเพิ่มความสามารถในการนำเสนอบริการทางการตลาดอย่างครบวงจร โดยในปี 2563 นี้ คาดว่า จะทำให้มูลค่าความสามารถในการให้บริการ (Media Revenue Capacity) เพิ่มขึ้นกว่า 70% ในส่วนของสื่อภาพนิ่ง โดยสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นมาจากส่วนแบ่งการบริหารจัดการสื่อของ MACO โดยจะเริ่มรับรู้รายได้ตั้งแต่ไตรมาส 1

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังร่วมมือเป็นพันธมิตรระยะยาวกับ บมจ. ซีฟ็อกซ์ เพื่อให้ให้บริการสื่อสารแคมเปญโฆษณาด้วยจอดิจิทัลในร้านค้า 7-11 ซึ่งมีลูกค้าเฉลี่ยต่อวันเกินกว่า 1,000 คนต่อสาขา มีอัตราการมองเห็นสื่อ (eyeball) เฉลี่ยประมาณ 13,000 ครั้งต่อวัน โดยบริษัทฯ จะนำเสนอบริการรูปแบบใหม่ที่เข้าถึงลูกค้าได้ในวงกว้าง กระตุ้นการซื้อสินค้าด้วยสื่อ ณ จุดขาย สำหรับ 1,500 สาขาในปีแรก คาดว่าจะเริ่มติดตั้งจอ และรับรู้รายได้ประมาณไตรมาส 2 ของปี 2563

ทำการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีระบบ เพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร

บริษัทฯ มีแผนงานที่จะนำข้อมูลจากที่มีการเก็บอย่างเป็นระบบเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการวัดผลของสื่อโฆษณา นอกบ้าน เช่น ในแง่กลุ่มลูกค้า หรือช่วงเวลา ช่วยให้การวางแผนสื่อมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และนำข้อมูลจากพันธมิตรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารด้วยสื่อโฆษณาออนไลน์ อีกทั้งยังมีแผนที่จะทำการวิจัยตลาดในเชิงลึก เพื่อให้เข้าใจความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ช่วยให้องค์การวางแผนการตลาดได้ตอบโจทย์อย่างตรงประเด็น ทั้งนี้ คาดว่าการทำวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีระบบนี้ จะช่วยให้สามารถวัดผลสำเร็จของสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยได้อย่างน่าเชื่อถือ เพิ่มโอกาสการเติบโตให้กับอุตสาหกรรม

เพิ่มความหลากหลายของคอนเทนต์ เพื่อการสื่อสารให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

ในส่วนธุรกิจ Engagement Marketing คาดว่าจะมีการเติบโตได้ดี ด้วยคอนเทนต์ที่หลากหลายยิ่งขึ้น รองรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากขึ้น เช่น ด้านกีฬา ในปี 2563 นี้ จะมีคอนเทนต์กีฬาโอลิมปิกเพิ่มเติมเข้ามา ซึ่งมีแผนสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์ตั้งแต่ก่อนแข่งขัน ไปจนถึงช่วงหลังแข่ง ในส่วน Music marketing มีแผนที่จะเพิ่มความหลากหลายของคอนเทนต์เช่นกันเพื่อสร้างความนิยมและความผูกพันกับแบรนด์

นอกเหนือไปจากวง BNK48 ที่ยังมีกลุ่มแฟนคลับที่เหนียวแน่น ก็จะขยายธุรกิจ Idol management สำหรับกลุ่มไอดอลชายในรายการ The Brothers รวมถึงเสริมธุรกิจ Talent management สำหรับศิลปินและ influencer อื่นๆ

เดินนำลงทุน เพื่อขยายความสามารถในการให้บริการ รองรับการเติบโตของอุตสาหกรรม

ด้วยมุมมองที่ยังมั่นใจในแนวโน้มระยะยาว บริษัทฯ จึงยังคงการลงทุนตามแผนงาน โดยมองว่าธุรกิจสื่อโฆษณายังสามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค เน้นสร้าง Engagement marketing ผ่านคอนเทนต์ โดยวางแผนการเติบโตในระดับ 15-20% เพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า ในปี 2563 คาดว่าบริษัทฯ จะใช้งบลงทุนประมาณ 2,500 ล้านบาท โดย 1,500 ล้านบาท จะใช้สำหรับการลงทุนใน MACO ส่วนที่เหลือจะใช้สำหรับการลงทุนติดตั้งจอในร้านค้า 7-Eleven จำนวน 1,500 สาขา และสำหรับการขยายธุรกิจตามปกติ