

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)
ผลต่างจากการแปลงค่าทางการเงินลดลง	(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
ระยะเวลาชำระหนี้ (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
 - รายได้สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชนประจำปี 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 ยังคงเดินหน้าในการพัฒนาคอนเทนต์ให้ครอบคลุมในทุกด้านและยังคงมองหาพันธมิตรทางธุรกิจที่จะคอยสร้างเครือข่ายให้สื่อโฆษณานอกที่อยู่อัดยเติบโตและต่อยอดสู่แพลตฟอร์มในอนาคต 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 กู๊ดอิงแฮฟเฟ่น จำกัด ประกอบธุรกิจ Strategic Marketing Partner ซึ่งการลงทุนในครั้งนี้จะช่วยเพิ่มศักยภาพของบริษัทฯ ในการขยายธุรกิจประเภทสื่อบันเทิง พร้อมเปิดตัว Live Concert มัลติแพลตฟอร์มครั้งแรกในเมืองไทย ผ่านความร่วมมือระหว่างแพลนบี, จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่, เอไอเอ็ม มีเดีย และ กู๊ดอิงแฮฟเฟ่น

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 ซึ่งเป็นบริษัทจัดกิจกรรมกีฬาและงานอีเวนท์ที่วังมาราธอนในรูปแบบ 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 เนื่องจากมีรายการสินทรัพย์สิทธิการใช้ซึ่งเป็นรายการที่เพิ่มเข้ามาจากการปรับมาตรฐานบัญชี 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 #THAteamชนะใจคนไทย 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