

### ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการดำเนินงาน

สื่อโฆษณากลางแจ้ง ถือเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากเจ้าของสินค้าและนักการตลาด สะท้อนมาจากมูลค่าการใช้จ่ายสื่อในไตรมาส 3 ปี 2560 ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น 3.6%<sup>1</sup> เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนมาอยู่ที่ 1,678 ล้านบาท สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงไลฟ์สไตล์ของคนยุคใหม่ที่ใช้เวลาอยู่นอกบ้านนานขึ้น นอกจากนี้สื่อโฆษณากลางแจ้งมีจุดเด่นที่สามารถสร้างความตระหนักรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) แก่กลุ่มผู้ชมในวงกว้างได้เป็นอย่างดี

สวนทางกับตลาดสื่อโฆษณารวมซึ่งยังคงชะลอตัว โดยในไตรมาส 3 ปี 2560 มูลค่าการใช้จ่ายสื่อโฆษณารวม ปรับตัวลดลงกว่า 11.4% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 26,351 ล้านบาท โดยกลุ่มโทรทัศน์ (โทรทัศน์ระบบอนาล็อก ดิจิทัลทีวี และเคเบิลทีวี) ถือเป็นสาเหตุหลักที่กระทบมูลค่าการใช้จ่ายสื่อโฆษณารวม เนื่องจากมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดถึง 65.4% โดยในไตรมาสนี้ กลุ่มโทรทัศน์ปรับตัวลดลง 12.8% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 17,226 ล้านบาท ตามมาด้วยสื่อโฆษณารูปแบบดั้งเดิม (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวิทยุ) ที่มีส่วนแบ่งการตลาด 13.8% ปรับตัวลดลง 22.7% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 3,629 ล้านบาท

สำหรับ MACO ในไตรมาสนี้สามารถสร้างผลประกอบการที่โดดเด่นสวนทางกับตลาดสื่อโฆษณารวม โดยมีรายได้จากการดำเนินงาน 262 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 52.1% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีกำไรสุทธิ 60 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 183.0% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ในส่วนของรายละเอียดผลการดำเนินงานได้แสดงไว้ในหัวข้อ *วิเคราะห์ผลการดำเนินงานไตรมาส 3 ปี 2560*

ในส่วนของเดือนตุลาคม 2560 ซึ่งเป็นช่วงงานพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช MACO ในฐานะของผู้ประกอบการสื่อโฆษณากลางแจ้งได้ร่วมปฏิบัติตามแนวทางการโฆษณาตามประกาศจากสมาคมจากสมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทยและสมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) โดยได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนสื่อดิจิทัลทั้งหมดให้เป็นแอดสีเทาและปิดไฟป้ายโฆษณาภาพนิ่งในเวลากลางคืนเป็นเวลา 1 เดือน อย่างไรก็ตามจากสถานการณ์ดังกล่าว บริษัทฯ คาดว่าผลประกอบการไตรมาส 4 ปี 2560 จะได้รับผลกระทบเพียงเล็กน้อย ประมาณ 1% ของยอดขายได้รวมทั้งปี ทั้งนี้บริษัทฯ ได้นำผลกระทบดังกล่าวเข้าร่วมในการประมาณการทั้งปีเรียบร้อยแล้ว อีกทั้งช่วงเดือนพฤศจิกายนและธันวาคม 2560 มีแนวโน้มการใช้จ่ายสื่อโฆษณาที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน จึงมั่นใจว่าปี 2560 บริษัทฯ จะสามารถบรรลุเป้าหมายการเติบโตของรายได้ที่ 20%

<sup>1</sup> บริษัท เดอะ นิลเซ็น คอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด

## ภาพรวมผลการดำเนินงานไตรมาส 3 ปี 2560

## งบการเงินรวม

(ล้านบาท)	ไตรมาส 3 ปี 2559	ไตรมาส 2 ปี 2560	ไตรมาส 3 ปี 2560	QoQ (%)	YoY (%)
รายได้จากการให้บริการ	172	199	262	31.8%	52.1%
ต้นทุนการให้บริการ	79	87	106	21.7%	34.8%
กำไรขั้นต้น	94	112	156	39.7%	66.7%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	71	64	79	22.1%	10.4%
EBITDA	34	66	106	60.5%	215.7%
กำไรสุทธิจากการดำเนินงาน	22	51	65	28.2%	198.2%
กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	21	51	60	18.1%	183.0%
อัตรากำไรขั้นต้น	54.3%	56.1%	59.5%		
อัตรากำไร EBITDA	19.5%	33.2%	40.5%		
อัตรากำไรสุทธิจากการดำเนินงาน	12.7%	25.6%	24.9%		
อัตรากำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	12.3%	25.6%	22.9%		

## วิเคราะห์ผลการดำเนินงานไตรมาส 3 ปี 2560 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

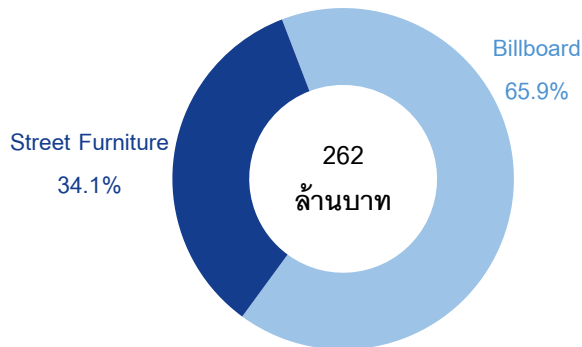
ไตรมาส 3 ปี 2560 บริษัทฯ สามารถสร้างรายได้และกำไรที่เติบโตอย่างโดดเด่นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยเติบโต ดังนี้

- 1) การควบรวมงบการเงินกับบริษัทสื่อโฆษณากลางแจ้งสองราย ได้แก่ บริษัท มัลติไซน์ จำกัด (“มัลติไซน์”) ซึ่งเริ่มดำเนินการเมื่อเดือนตุลาคม 2559 และบริษัท โคแมส จำกัด (“โคแมส”) เมื่อเดือนกรกฎาคม 2560 การเข้าลงทุนครั้งนี้ช่วยเพิ่มจำนวนสื่อและขยายเน็ตเวิร์คของบริษัทฯ ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ อีกทั้งเพิ่มกำลังการผลิตสื่อกว่า 55% จาก 900 ล้านบาท (ก่อนควบรวมกิจการ) เป็น 1,400 ล้านบาท
- 2) การเปิดตัวสื่อ CBD LED Network เฟส 1 จำนวน 21 จอ ครอบคลุม 19 จังหวัด การเปิดตัวสื่อดิจิทัลครั้งนี้ถือเป็นพัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ จากเดิมที่ให้บริการเพียงสื่อภาพนิ่งให้กลายเป็นบริษัทสื่อโฆษณานอกบ้านที่มีการผสมผสานการให้บริการทั้งสื่อภาพนิ่งและสื่อดิจิทัล เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์การใช้งานสื่อในรูปแบบใหม่ๆ ในอนาคต

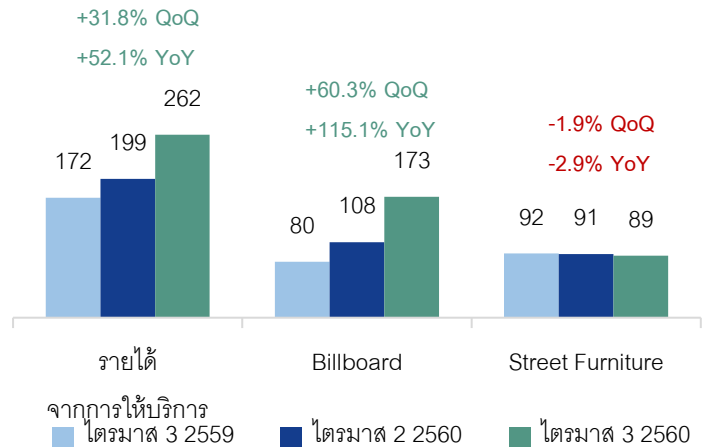
จากปัจจัยข้างต้นส่งผลให้ ในไตรมาสนี้บริษัทฯ มีรายได้จากการให้บริการ 262 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 52.1% จาก 172 ล้านบาทปีก่อน โดยเป็นรายได้จากสื่อประเภท Billboard<sup>2</sup> 173 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 115.1% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และเป็นรายได้จากสื่อประเภท Street Furniture 89 ล้านบาท ปรับตัวลดลงเล็กน้อย 2.9% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยรายได้จากสื่อประเภท Billboard คิดเป็น 65.9% ของรายได้จากการให้บริการ ในขณะที่รายได้จาก Street Furniture คิดเป็น 34.1%

<sup>2</sup> รายได้จากสื่อประเภท Billboard รวมรายได้จากสื่อ Billboard ภาพนิ่งและจอดิจิทัล

สัดส่วนรายได้



รายได้แยกตามประเภทสื่อ

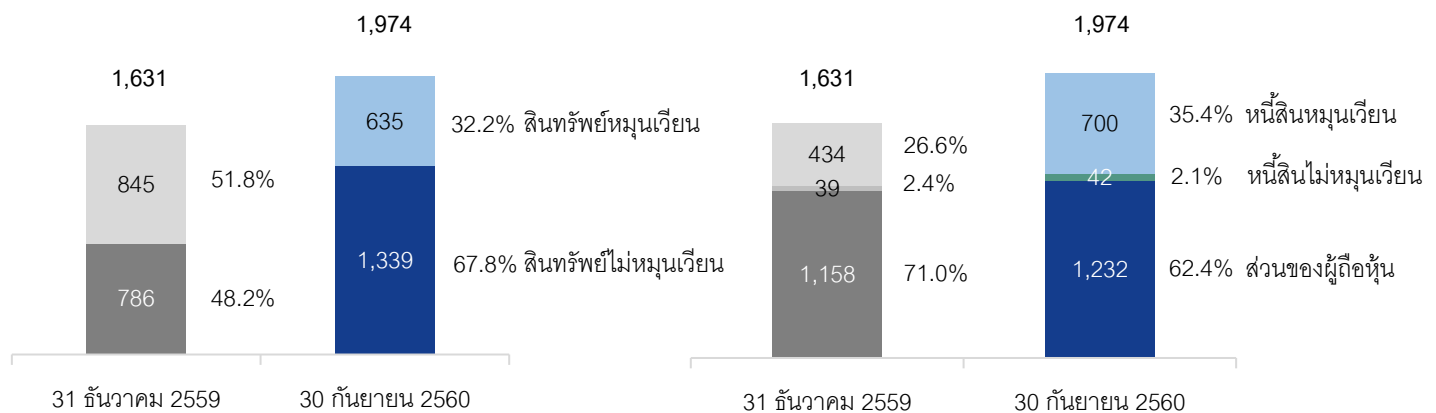


**ต้นทุนการให้บริการ** เพิ่มขึ้น 34.8% จาก 79 ล้านบาท เป็น 106 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการรวมงบการเงินกับบริษัท มัลติไซน์และโคแมส และการเพิ่มขึ้นจากต้นทุนของจอดิจิทัล โดยบริษัทฯ มีอัตราการเติบโตของรายได้ที่มากกว่าต้นทุน ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวเพิ่มเป็น 59.5% จาก 54.3% ปีก่อน

**ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร** เพิ่มขึ้น 10.4% จาก 71 ล้านบาทปีก่อน เป็น 79 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการรวมงบการเงินที่กล่าวมาข้างต้น โดยอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการดำเนินงานปรับตัวลดลงจาก 41.4% ในไตรมาส 3 ปี 2559 เป็น 30.0% ส่งผลให้กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เพิ่มขึ้น 183.0% จาก 21 ล้านบาทปีก่อน มาอยู่ที่ 60 ล้านบาทและมีอัตรากำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นเป็น 22.9% จาก 12.3% ในไตรมาส 3 ปี 2559

ฐานะทางการเงิน

MACO ได้ทำการควบรวมงบการเงินในส่วนของบแสดงฐานะทางการเงินกับ บริษัท โคแมส นับตั้งแต่วันที่ 30 มิถุนายน 2560 ซึ่งเป็นวันที่บริษัทฯ ได้ทำการเข้าลงทุนเป็นที่เรียบร้อย ดังนั้น รายการที่เกี่ยวข้องกับฐานะทางการเงิน จะมีการเปลี่ยนแปลงสืบเนื่องจากเหตุผลข้างต้น



## สินทรัพย์

รายละเอียดสินทรัพย์	31 ธันวาคม 2559		30 กันยายน 2560	
	(ล้านบาท)	% ของสินทรัพย์รวม	(ล้านบาท)	% ของสินทรัพย์รวม
เงินสด รายการเทียบเท่าเงินสด และเงินลงทุนชั่วคราว	484	29.7%	203	10.3%
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	276	16.9%	295	14.9%
อาคารและอุปกรณ์	176	10.8%	460	23.3%
ค่าความนิยมและสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	437	26.8%	712	36.0%
สินทรัพย์อื่นๆ	258	15.8%	304	15.5%
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>1,631</b>	<b>100.0%</b>	<b>1,974</b>	<b>100.0%</b>

**สินทรัพย์รวม** ณ วันที่ 30 กันยายน 2560 มีจำนวน 1,974 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 343 ล้านบาท หรือ 21.0% จาก 1,631 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 โดยมี**สินทรัพย์หมุนเวียน** 635 ล้านบาท ลดลง 24.9% หรือ 210 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการลดลงของ เงินสด รายการเทียบเท่าเงินสดและเงินลงทุนชั่วคราว จำนวน 282 ล้านบาท รายการหลักมาจากการเข้าลงทุนในทรัพย์สิน ได้แก่ เข้าซื้อโครงข่ายโฆษณา จำนวน 74 โครง เข้าลงทุนติดตั้งป้ายดิจิทัล จำนวน 21 ป้าย และเข้าซื้อบริษัท โคแมส รวมถึงการจ่ายเงินปันผล การลดลงของรายการข้างต้นถูกชดเชยด้วยการเพิ่มขึ้นของ 1) ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า จำนวน 27 ล้านบาท 2) ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น จำนวน 18 ล้านบาท (รายละเอียดในหัวข้อลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น) และ 3) สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น จำนวน 22 ล้านบาท

**สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน** มีจำนวน 1,339 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 70.3% หรือ 553 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจาก 1) การเพิ่มขึ้นของอาคารและอุปกรณ์ จำนวน 283 ล้านบาท โดยหลักมาจากการรับรู้ทรัพย์สินจากเข้าซื้อโครงข่ายโฆษณา จำนวน 147 ล้านบาท การเพิ่มขึ้นของงานระหว่างทำจากการติดตั้งป้ายดิจิทัล จำนวน 127 ล้านบาท และการรับรู้ทรัพย์สินของ บริษัท โคแมส หลังจากควมรวมงบการเงิน จำนวน 43 ล้านบาท และ 2) การเพิ่มขึ้นของรายการประมาณการผลแตกต่างระหว่างต้นทุนการซื้อเงินลงทุน จำนวน 282 ล้านบาท จากการเข้าซื้อบริษัท โคแมส

**ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น** มีจำนวน 295 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18 ล้านบาทหรือคิดเป็น 6.7% จาก 276 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 โดยปกติบริษัทฯ มีนโยบายกำหนดระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยไม่เกิน 90 วัน โดย ณ 30 กันยายน 2560 และ 31 ธันวาคม 2559 ระยะเวลาการชำระหนี้โดยเฉลี่ยของบริษัทฯอยู่ที่ 70 วัน และ 77 วัน ตามลำดับ

ลูกหนี้การค้าค้างค้าง (ล้านบาท)	31 ธันวาคม 2559	30 กันยายน 2560
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	134	128
ไม่เกิน 3 เดือน	47	37
3-6 เดือน	-	4
6-12 เดือน	-	1
มากกว่า 12 เดือน	14	11
<b>รวม</b>	<b>195</b>	<b>181</b>
สำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	14	11

## หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

รายละเอียดหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	31 ธันวาคม 2559		30 กันยายน 2560	
	(ล้านบาท)	% ของหนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น	(ล้านบาท)	% ของหนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	-	-	455	23.0%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	327	20.1%	171	8.7%
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	91	5.6%	68	3.5%
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	16	1.0%	6	0.3%
หนี้สินไม่หมุนเวียน	39	2.4%	42	2.1%
รวมหนี้สิน	473	29.0%	742	37.6%
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,158	71.0%	1,232	62.4%
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>1,631</b>	<b>100.0%</b>	<b>1,974</b>	<b>100.0%</b>

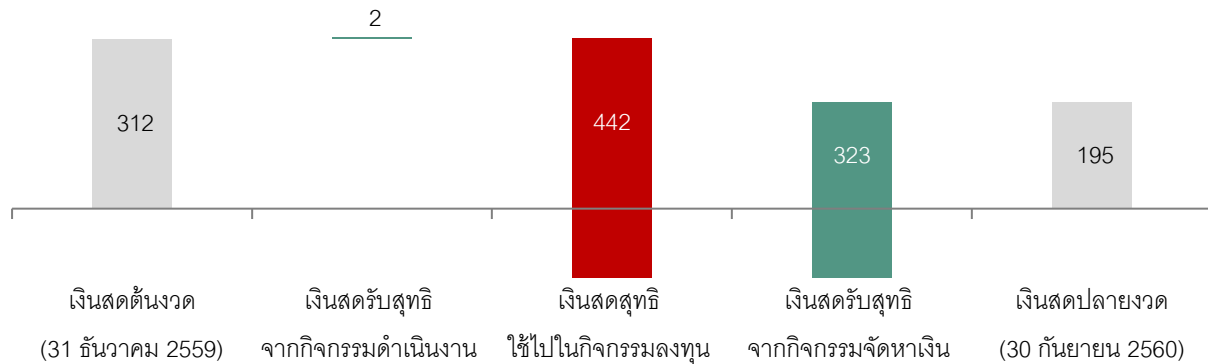
หนี้สินรวมเท่ากับ 742 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 56.9% หรือ 269 ล้านบาท จาก 473 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 สาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นมาจาก 1) การเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน จำนวน 455 ล้านบาท จากการกู้ยืมเพื่อการลงทุนในบริษัท โคแมสและสื่อดิจิทัล และ 2) การเพิ่มขึ้นของสำรองผลประโยชน์ระยะยาวพนักงาน จำนวน 6 ล้านบาท ถูกหักกลับด้วยการลดลงของ 1) เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น จำนวน 156 ล้านบาท โดยหลักมาจากการชำระเจ้าหนี้เงินลงทุนในบริษัท มัลติไซน์และโคแมส 2) เงินปันผลค้างจ่าย จำนวน 21 ล้านบาท และ 3) เงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี จำนวน 8 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเท่ากับ 1,232 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 74 ล้านบาทหรือ 6.4% สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรจากผลประกอบการและการเพิ่มขึ้นของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมภายหลังการควบรวมกิจการ โดยส่วนของผู้ถือหุ้นรวมแบ่งเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ จำนวน 1,162 ล้านบาทและส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม จำนวน 71 ล้านบาท

**สภาพคล่องและกระแสเงินสด (ล้านบาท)**

ณ วันที่ 30 กันยายน 2560 บริษัทฯ มีเงินสดรับสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน 2 ล้านบาท โดยเป็นเงินสดรับจากการดำเนินงาน 50 ล้านบาท และดอกเบี้ยรับ 4 ล้านบาท ซึ่งถูกหักกลับด้วยเงินสดจ่ายภาษีเงินได้ 49 ล้านบาทและดอกเบี้ยจ่าย 3 ล้านบาท ส่วนของเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน 442 ล้านบาท รายการหลักมาจากเงินสดจ่ายเพื่อเข้าลงทุนในบริษัท มัลติไซน์และโคแมส 315 ล้านบาทและลงทุนในทรัพย์สินอื่น 306 ล้านบาท ซึ่งรายการหลักได้แก่ การลงทุนก่อสร้างและติดตั้งป้ายดิจิทัลและเข้าซื้อโครงข่ายโฆษณา อย่างไรก็ตามเงินสดใช้ไปในกิจกรรมลงทุนเหล่านั้นถูกชดเชยด้วยเงินสดรับจากการจำหน่ายเงินลงทุนชั่วคราว 194 ล้านบาท เงินสดรับจากการจ่ายเงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน 8 ล้านบาทและเงินสดรับจากการจำหน่ายอุปกรณ์ 9 ล้านบาท ในส่วนของเงินสดรับสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน 323 ล้านบาท ส่วนใหญ่มาจากรายการเงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน 455 ล้านบาท เพื่อใช้สำหรับการลงทุนที่กล่าวไปข้างต้น ซึ่งถูกหักกลับด้วยเงินสดจ่ายปันผล 118 ล้านบาทและเงินสดชำระคืนหนี้สิน 13 ล้านบาท

## การเคลื่อนไหวของกระแสเงินสดสำหรับงวด 9 เดือน ปี 2560



## อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	ไตรมาส 3 ปี 2559	ไตรมาส 3 ปี 2560		ไตรมาส 3 ปี 2559	ไตรมาส 3 ปี 2560
<b>อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร</b>			<b>อัตราส่วนสภาพคล่อง</b>		
กำไรขั้นต้น <sup>1</sup>	(%) 54.3%	59.5%	สภาพคล่อง	(เท่า) 2.4	0.9
EBITDA จากการดำเนินงาน	(%) 19.5%	40.5%	สภาพคล่องหมุนเร็ว <sup>6</sup>	(เท่า) 2.4	0.9
กำไรสุทธิจากการดำเนินงาน	(%) 12.7%	24.9%	การหมุนเวียนลูกหนี้การค้า	(เท่า) 2.3	3.0
กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท <sup>2</sup>	(%) 12.3%	22.9%	ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย <sup>7</sup>	(วัน) 62	70
ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น <sup>3</sup>	(%) 21.2%	15.7%	ระยะเวลาชำระหนี้	(วัน) 68	103
<b>อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน</b>			<b>อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้</b>		
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ <sup>4</sup>	(%) 19.5%	13.1%	หนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า) 0.5	0.6
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร <sup>5</sup>	(%) 124.9%	65.7%	เงินกู้ยืมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า) 0.0	0.4
การหมุนของสินทรัพย์	(เท่า) 0.7	0.6			

<sup>1</sup> คำนวณจากรายได้จากการให้บริการยอดสิ้นสุดไตรมาสปัจจุบัน<sup>2</sup> กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท / รายได้จากการให้บริการ<sup>3</sup> คิดจากกำไรสุทธิย้อนหลัง 12 เดือน / ส่วนของผู้ถือหุ้นเฉลี่ยยอดสิ้นสุดไตรมาสเดียวกันในปีก่อนหน้ากับยอดสิ้นสุดไตรมาสปัจจุบัน<sup>4</sup> คิดจากกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้ย้อนหลัง 12 เดือน / สินทรัพย์รวมเฉลี่ยยอดสิ้นสุดไตรมาสเดียวกันในปีก่อนหน้ากับยอดสิ้นสุดไตรมาสปัจจุบัน<sup>5</sup> คิดจากกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้ย้อนหลัง 12 เดือน / สินทรัพย์ถาวรสุทธิเฉลี่ยของยอดสิ้นสุดไตรมาสเดียวกันในปีก่อนหน้ากับยอดสิ้นสุดไตรมาสปัจจุบัน<sup>6</sup> (สินทรัพย์หมุนเวียน - สินค้าคงเหลือ) / หนี้สินหมุนเวียนยอดสิ้นสุดไตรมาสปัจจุบัน<sup>7</sup> ลูกหนี้การค้ารวมเฉลี่ยยอดสิ้นสุดไตรมาสเดียวกันในปีก่อนหน้ากับยอดสิ้นสุดไตรมาสปัจจุบัน / รายได้จากการให้บริการย้อนหลัง 12 เดือน

### มุมมองผู้บริหารต่อผลการดำเนินงานในอนาคต

ไตรมาส 3 ปี 2560 บริษัทฯ ประสบผลสำเร็จตามแผนกลยุทธ์ที่วางไว้ โดยสามารถสร้างสถิติรายได้และกำไรสูงที่สุดนับตั้งแต่เริ่มดำเนินธุรกิจ เป็นไตรมาสที่สองติดต่อกัน

สำหรับไตรมาส 4 ปี 2560 บริษัทฯ คาดว่าจะได้รับผลกระทบเพียงเล็กน้อยในช่วงถวายอาลัยเนื่องในพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เนื่องจากเครือข่ายสื่อกลางแจ้งโดยส่วนใหญ่ของบริษัทฯ เป็นสื่อภาพนิ่งและแนวโน้มการใช้บิลโฆษณาในช่วงเดือนพฤศจิกายนและธันวาคม 2560 มีสัญญาณที่ค่อนข้างเห็นได้ชัด จากแรงหนุนของตัวเลขทางเศรษฐกิจที่ปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งภาคส่งออก ภาคการท่องเที่ยวและการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ นอกจากนี้การเลือกตั้งภายในประเทศที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในเดือนพฤศจิกายน 2561 ยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสนับสนุนซึ่งจะส่งผลเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมสื่อโฆษณาโดยรวม จากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นนี้ บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นว่าจะสามารถบรรลุเป้าหมายการเติบโตของรายได้ปี 2560 ที่ 20%

ปี 2561 MACO จะยังคงมุ่งพัฒนาทำเลพรีเมียมในย่านธุรกิจที่มีอยู่ในต่างจังหวัดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจ โดยปรับเปลี่ยนสื่อภาพนิ่งให้กลายเป็นเครือข่ายดิจิทัล ตั้งเป้าพร้อมให้บริการ 30 จอ ตั้งแต่นั้นปี 2561 และเสร็จสิ้นทั้ง 50 จอ ภายในไตรมาส 2 ปี 2561



นางสาวธมนวรรณ นรินทวานิช  
ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน