

## ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการดำเนินงาน

สื่อโฆษณากลางแจ้ง ถือเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากเจ้าของสินค้าและนักการตลาดในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา โดยความนิยมนี้ได้รับอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงไลฟ์สไตล์ของคนยุคใหม่ที่ใช้เวลาอยู่นอกบ้านนานขึ้น ทำให้สื่อออกบ้านมีโอกาสเข้าถึงผู้ชมมากขึ้น และยังมีจุดเด่นที่สามารถสร้างความจดจำแบรนด์ (Brand Awareness) แก่กลุ่มผู้ชมในวงกว้างได้เป็นอย่างดี และสามารถเข้าถึงผู้ชมในขณะที่กำลังเดินทาง

การเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดของอุตสาหกรรมสื่อโฆษณากลางแจ้งในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา คือการควบรวมกันของผู้ประกอบการสื่อโฆษณากลางแจ้งหลายราย เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและขยายฐานผู้ชมสื่อของตนให้กว้างขึ้น อีกหนึ่งการเปลี่ยนแปลงคือการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ และปรับเปลี่ยนไปสู่สื่อโฆษณาดิจิทัล การพัฒนาไปสู่สื่อดิจิทัลช่วยปรับภาพลักษณ์ของสื่อโฆษณากลางแจ้ง จากการเป็นเพียงสื่อโฆษณาภาพนิ่งไปสู่การสร้างการจดจำแบรนด์ที่ดียิ่งขึ้นและช่วยเพิ่มความถี่ของการใช้สื่อโฆษณากลางแจ้งได้เป็นอย่างดี

ในช่วงปีที่ผ่านมา MACO ได้รุกขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรม โดยบริษัทฯ ได้เข้าลงทุนในบริษัท มัลติ ไซน์ จำกัด (“มัลติ ไซน์”) และบริษัท โคแมส จำกัด (“โคแมส”) ซึ่งการลงทุนในครั้งนี้ช่วยขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาของ MACO ให้ครอบคลุมทุกจังหวัดทั่วประเทศ และช่วยให้เราเข้าถึงกลุ่มผู้ชมมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ในปีที่ผ่านมา MACO ยังได้เริ่มการให้บริการสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัลบิลบอร์ดเป็นปีแรก จากพัฒนาการของบริษัทฯ ที่กล่าวมาข้างต้นช่วยให้ MACO มีผลประกอบการที่ก้าวกระโดดตลอดปี 2560

ในไตรมาสนี้ บริษัทฯ ยังสามารถสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการเข้าลงทุนในช่วงที่ผ่านมาและการพัฒนาสื่อดิจิทัล โดยไตรมาส 1 ปี 2561 บริษัทฯ มีรายได้ 290 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 53.1% และมีกำไรสุทธิ 53 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 42.3%

เหตุการณ์สำคัญในไตรมาส 1 ปี 2561

- MACO ได้ขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาดิจิทัลบิลบอร์ด (หรือที่รู้จักกันในนาม CBD LED network) เพิ่มขึ้นเป็น 35 จอ ครอบคลุม 31 จังหวัด ในช่วงเดือนมกราคม 2561 ที่ผ่านมา หลังจากที่ได้เริ่มเปิดให้บริการสื่อประเภทนี้ครั้งแรก จำนวน 21 จอ ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2560

CBD LED network



- เมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2561 คณะกรรมการบริษัทฯ อนุมัติการเข้าลงทุนในหุ้นสามัญส่วนที่เหลือของมัลติ ไชน์ จำนวน 42,000 หุ้น คิดเป็น 30.0% ด้วยมูลค่าการลงทุน 203 ล้านบาท โดยการเข้าลงทุนครั้งนี้ เป็นการลงทุนผ่านบริษัท กรีนแอด จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทลูกที่ MACO ถือหุ้นอยู่ 100.0%

เครือข่ายสื่อโฆษณาของ Multi Sign



- เมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2561 ผลงาน Lightning-powered Billboard จากแบรนด์ Volvo โดย บริษัท GREYNJ UNITED ซึ่งติดตั้งป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ของ MACO ได้รับรางวัล Gold ประเภท Best use of Billboard & Street Furniture หมวด Large/Highway Billboard จากงาน ADFEST 2561 TRANSFORM

Volvo Lightning-powered billboard



#### การจ่ายเงินปันผล

- ในวันที่ 25 เมษายน 2561 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น อนุมัติการจ่ายเงินปันผลจากผลประกอบการครึ่งปีหลังเป็นเงินสด ในอัตรา 0.018 บาทต่อหุ้น เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 62 ล้านบาท โดยเมื่อรวมกับเงินปันผลระหว่างกาลที่จ่ายไปก่อนหน้านี้ เงินปันผลจากผลประกอบการปี 2560 เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 122 ล้านบาท

## ภาพรวมผลการดำเนินงานไตรมาส 1 ปี 2561

## งบการเงินรวม

(ล้านบาท)	ไตรมาส 1 ปี 2560	ไตรมาส 1 ปี 2561	YoY (%)
รายได้จากการให้บริการ	190	290	53.1%
ต้นทุนการให้บริการ	89	109	22.9%
กำไรขั้นต้น	101	181	79.7%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	66	119	78.6%
EBITDA	59	90	51.9%
กำไรสุทธิจากงบการเงิน	37	54	47.6%
กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	37	53	42.3%
อัตรากำไรขั้นต้น	53.2%	62.4%	
อัตรากำไร EBITDA	31.3%	31.1%	
อัตรากำไรสุทธิจากงบการเงิน	19.4%	18.7%	
อัตรากำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	19.6%	18.2%	

## วิเคราะห์ผลการดำเนินงานไตรมาส 1 ปี 2561 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ไตรมาส 1 ปี 2561 บริษัทฯ รายงานรายได้จากการให้บริการทั้งสิ้น 290 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 53.1% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน รายได้เพิ่มขึ้นอย่างโดดเด่นเป็นผลมาจากการควบคุมงบการเงินเต็มปีของบริษัทโคแมส ซึ่งเริ่มควบคุมครั้งแรกเมื่อเดือนกรกฎาคม 2560 รวมถึงการรับรู้รายได้จากสื่อดิจิทัลบิลบอร์ดในช่วงเดือนกรกฎาคม 2560 บริษัทฯ ได้เริ่มให้บริการสื่อดิจิทัลจำนวน 21 จอ และได้ขยายจำนวนสื่อเป็น 35 จอในเดือนมกราคม 2561

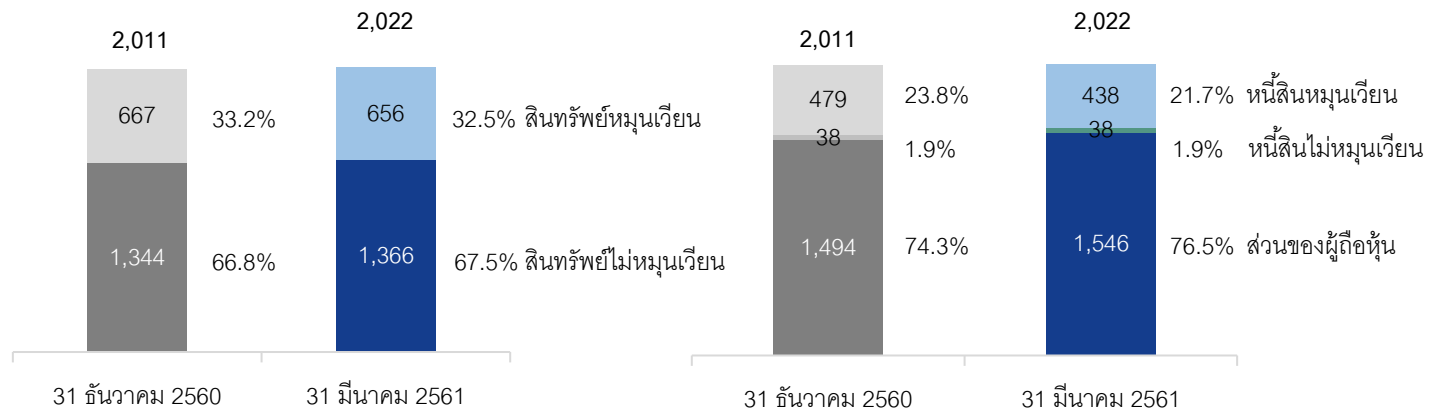
ในไตรมาสนี้ รายได้จากสื่อประเภท Billboard คิดเป็น 78.2% ของรายได้จากการให้บริการรวม ในขณะที่รายได้จากสื่อประเภท Street Furniture คิดเป็น 21.8%

ต้นทุนการให้บริการ เพิ่มขึ้น 22.9% จาก 89 ล้านบาท ในไตรมาส 1 ปี 2560 เป็น 109 ล้านบาท ในไตรมาส 1 ปี 2561 สาเหตุหลักมาจากการรวมงบการเงินที่กล่าวมาข้างต้นและการเพิ่มขึ้นของต้นทุนจอดีจิทัล โดยบริษัทฯ มีอัตราการเติบโตของรายได้ที่มากกว่าต้นทุน ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็น 62.4% จาก 53.2% ปีก่อน

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร เพิ่มขึ้น 78.6% จาก 66 ล้านบาทปีก่อน เป็น 119 ล้านบาท ในไตรมาสนี้ บริษัทฯ รับรู้รายการที่ไม่ได้เกิดขึ้นประจำจากรายการขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ จำนวน 24 ล้านบาท

จากรายการที่กล่าวมาข้างต้น ส่งผลให้กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เพิ่มขึ้น 42.3% จาก 37 ล้านบาท ในช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 53 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม การรับรู้ขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ส่งผลให้บริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ลดลงเล็กน้อยเป็น 18.2% จาก 19.6% ในไตรมาส 1 ปี 2560

## ฐานะทางการเงิน



## สินทรัพย์

รายละเอียดสินทรัพย์	31 ธันวาคม 2560		31 มีนาคม 2561	
	(ล้านบาท)	% ของสินทรัพย์รวม	(ล้านบาท)	% ของสินทรัพย์รวม
เงินสด รายการเทียบเท่าเงินสด และเงินลงทุนชั่วคราว	203	10.1%	268	13.3%
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นๆ	345	17.2%	261	12.9%
อาคารและอุปกรณ์	471	23.4%	508	25.1%
ค่าความนิยมและสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	710	35.3%	710	35.1%
สินทรัพย์อื่นๆ	282	14.0%	275	13.6%
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>2,011</b>	<b>100.0%</b>	<b>2,022</b>	<b>100.0%</b>

**สินทรัพย์รวม** ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 มีจำนวน 2,022 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 11 ล้านบาท หรือ 0.6% จาก 2,011 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 โดยมี **สินทรัพย์หมุนเวียน** 656 ล้านบาท ลดลง 1.6% หรือ 11 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการลดลงของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นๆ จำนวน 84 ล้านบาท ซึ่งถูกชดเชยด้วยการเพิ่มขึ้นของเงินสด รายการเทียบเท่าเงินสดและเงินลงทุนชั่วคราว จำนวน 68 ล้านบาท

**สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน** มีจำนวน 1,366 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.7% หรือ 22 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของอาคารและอุปกรณ์ จำนวน 37 ล้านบาท ซึ่งถูกหักกลับด้วยการลดลงของสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น ๆ จำนวน 16 ล้านบาท

**ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น ๆ** มีจำนวน 261 ล้านบาท ลดลง 84 ล้านบาทหรือคิดเป็น 24.4% จาก 345 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 โดยปกติบริษัทฯ มีนโยบายกำหนดระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยไม่เกิน 90 วัน โดย ณ 31 มีนาคม 2561 และ 31 ธันวาคม 2560 ระยะเวลาการชำระหนี้โดยเฉลี่ยของบริษัทฯ อยู่ที่ 63 วัน และ 69 วัน ตามลำดับ

ลูกหนี้การค้าค้าง (ล้านบาท)	31 ธันวาคม 2560	31 มีนาคม 2561
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	124	97
ไม่เกิน 3 เดือน	89	35
3-6 เดือน	-	7
6-12 เดือน	-	0
มากกว่า 12 เดือน	13	8
<b>รวม</b>	<b>227</b>	<b>147</b>
สำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	11	6

### หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

รายละเอียดหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	31 ธันวาคม 2560		31 มีนาคม 2561	
	(ล้านบาท)	% ของหนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น	(ล้านบาท)	% ของหนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	230	11.4%	230	11.4%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	164	8.2%	127	6.3%
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	57	2.8%	57	2.8%
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	28	1.4%	25	1.3%
หนี้สินไม่หมุนเวียน	38	1.9%	38	1.9%
รวมหนี้สิน	517	25.7%	476	23.5%
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,494	74.3%	1,546	76.5%
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>2,011</b>	<b>100.0%</b>	<b>2,022</b>	<b>100.0%</b>

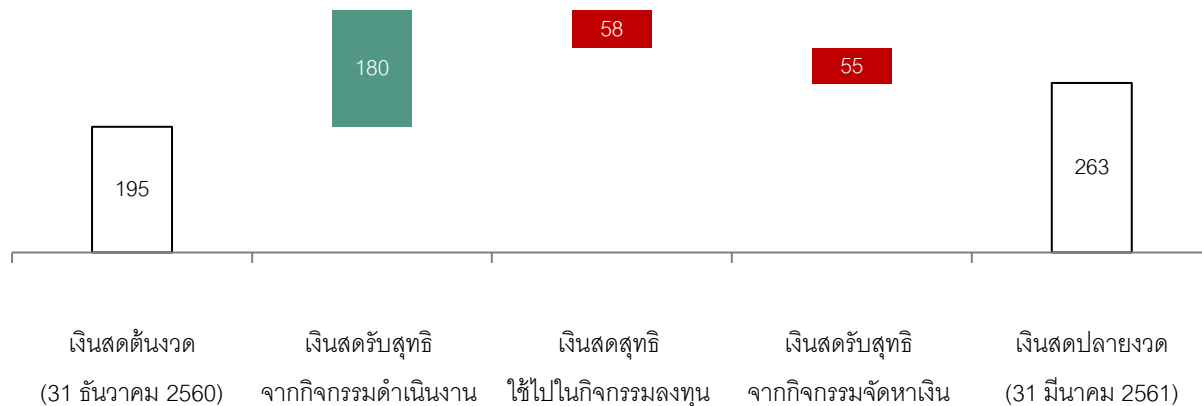
หนี้สินรวมเท่ากับ 476 ล้านบาท ลดลง 8.0% หรือ 41 ล้านบาท จาก 517 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 สาเหตุหลักจากการลดลงของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น จำนวน 38 ล้านบาท และการลดลงของหนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ จำนวน 4 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเท่ากับ 1,546 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 53 ล้านบาทหรือ 3.5% สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรจากผลประกอบการประจำไตรมาส จำนวน 53 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 ส่วนของผู้ถือหุ้นรวมแบ่งเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ จำนวน 1,479 ล้านบาทและส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม จำนวน 67 ล้านบาท

### สภาพคล่องและกระแสเงินสด (ล้านบาท)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีเงินสดรับสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน 180 ล้านบาท โดยเป็นเงินสดรับจากการดำเนินงาน 191 ล้านบาทและดอกเบี้ยรับ 0.4 ล้านบาท ซึ่งถูกหักลบด้วยเงินสดจ่ายภาษีเงินได้ 1 ล้านบาทและดอกเบี้ยจ่าย 10 ล้านบาท ส่วนของเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน 58 ล้านบาท รายการหลักมาจากการลงทุนก่อสร้างและติดตั้งป้ายดิจิทัล ในส่วนของเงินสดรับสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน 55 ล้านบาท ส่วนใหญ่มาจากรายการเงินสดจ่ายเพื่อชำระค่าหุ้นที่เหลืออยู่จากการเข้าลงทุนในบริษัท มัลติ ไชน์ 44 ล้านบาทและเงินสดจ่ายปันผล 11 ล้านบาท

## การเคลื่อนไหวของกระแสเงินสดสำหรับงวด 3 เดือน ปี 2561



## อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	ไตรมาส 1 ปี 2560	ไตรมาส 1 ปี 2561	ไตรมาส 1 ปี 2560	ไตรมาส 1 ปี 2561
<b>อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร</b>			<b>อัตราส่วนสภาพคล่อง</b>	
กำไรขั้นต้น <sup>1</sup> (%)	53.2%	62.4%	สภาพคล่อง (เท่า)	1.8
EBITDA (%)	31.3%	31.1%	สภาพคล่องหมุนเร็ว <sup>6</sup> (เท่า)	1.8
กำไรสุทธิจากงบการเงิน (%)	19.4%	18.7%	การหมุนเวียนลูกหนี้การค้า (เท่า)	4.0
กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ <sup>2</sup> (%)	19.6%	18.2%	ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย <sup>7</sup> (วัน)	72
ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น <sup>3</sup> (%)	8.5%	18.0%	ระยะเวลาชำระหนี้ (วัน)	138
<b>อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน</b>			<b>อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้</b>	
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ <sup>4</sup> (%)	8.2%	16.4%	หนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.4
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร <sup>5</sup> (%)	62.4%	79.4%	เงินกู้ยืมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.1
การหมุนของสินทรัพย์ (เท่า)	0.4	0.6		

<sup>1</sup> คำนวณจากรายได้จากการให้บริการยอดสิ้นสุดไตรมาสปัจจุบัน<sup>2</sup> กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ / 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**

ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา MACO ได้ขยายเครือข่ายธุรกิจผ่านการเข้าลงทุนในบริษัท สื่อโฆษณากลางแจ้ง เพื่อที่จะเสริมสร้างความแข็งแกร่งของเครือข่ายสื่อโฆษณาในประเทศไทย รวมทั้งปรับเปลี่ยนธุรกิจจากการให้บริการเพียงสื่อโฆษณาภาพนิ่งแก่ลูกค้า มาเป็นการให้บริการที่ผสมผสานระหว่างดิจิทัลและสื่อภาพนิ่ง วันนี้ MACO ได้พิสูจน์ความแข็งแกร่งของเครือข่ายสื่อโฆษณาในประเทศไทย ด้วยจุดให้บริการกว่า 2,000 จุด ครอบคลุมทั่วประเทศ พร้อมที่จะรองรับการเติบโตของความต้องการสื่อโฆษณากลางแจ้งที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

หลังจากนี้ กลยุทธ์การเติบโตของบริษัทฯ จะมาถูกผลักดันด้วยการเสริมความแข็งแกร่งของเครือข่ายสื่อโฆษณาในประเทศไทยและโอกาสในการเข้าลงทุนในบริษัท ที่มีศักยภาพ สื่อโฆษณากลางแจ้งถือว่าเป็นธุรกิจที่ยังมีโอกาสเติบโตอีกมากในประเทศ ทั้งจากการขยายตัวของระบบขนส่งมวลชนสายใหม่ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งเพิ่มโอกาสในการเติบโตของสื่อโฆษณาประเภทสตรีทเฟอร์นิเจอร์ของบริษัทฯ และการปรับเปลี่ยนสื่อโฆษณาภาพนิ่งให้กลายเป็นสื่อดิจิทัล ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าของสื่อโฆษณาที่เรามีอยู่ในมือ นอกจากนี้ ปัจจุบัน MACO กำลังอยู่ในขั้นตอนการศึกษาโอกาสในการขยายธุรกิจไปยังประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศเพื่อรองรับการเติบโตของเศรษฐกิจและความต้องการใช้สื่อโฆษณาในประเทศนั้นๆ ด้วยประสบการณ์ในการบริหารสื่อโฆษณากลางแจ้งที่มีมายาวนานและความรู้ที่แข็งแกร่งของบริษัทฯ บริษัทฯ มั่นใจว่า MACO จะก้าวเข้าสู่วงจรของการเติบโตของธุรกิจอีกครั้งหนึ่ง



นางสาวธมนวรรณ นรินทวานิช  
ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน