

สารสนเทศเกี่ยวกับการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันและการได้มาซึ่งสินทรัพย์ของ
บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) (บัญชี 2)

ตามที่ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ครั้งที่ 6/2561 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2561 ได้มีมติอนุมัติการเข้าซื้อหุ้นของ VGI Global Media (Malaysia) Sdn. Bhd. (“VGM”) ในสัดส่วนร้อยละ 75 ของหุ้นทั้งหมดของ VGM ในราคาซื้อขายรวมทั้งสิ้น 360,000,000 บาท จากบริษัท วี จี ไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน) (“VGI”) ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ (รายละเอียดปรากฏตามสารสนเทศเกี่ยวกับการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันและการได้มาซึ่งสินทรัพย์ของบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) (บัญชี 1) (สิ่งที่ส่งมาด้วย 3)) (“ธุรกรรมการซื้อหุ้น VGM”) และเสนอให้ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นพิจารณาอนุมัติเรื่องดังกล่าวต่อไปนี้

บริษัทฯ ขอแจ้งสารสนเทศของรายการดังกล่าวเพิ่มเติมตามที่กำหนดไว้ในบัญชี 2 ของประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ. 20/2551 เรื่อง หลักเกณฑ์ในการทำรายการที่มียุทธศาสตร์ที่เข้าข่ายเป็นการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลและการปฏิบัติการของบริษัทจดทะเบียนในการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ พ.ศ. 2547 (รวมทั้งที่แก้ไขเพิ่มเติม) และตามที่กำหนดไว้ในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ. 21/2551 เรื่อง หลักเกณฑ์ในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลและการปฏิบัติการของบริษัทจดทะเบียนในรายการที่เกี่ยวข้องกัน พ.ศ. 2546 (รวมทั้งที่แก้ไขเพิ่มเติม) ดังนี้

1. **ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัทฯ ที่มีต่อสารสนเทศในเอกสารที่ส่งให้ผู้ถือหุ้น**

คณะกรรมการบริษัทฯ เป็นผู้รับผิดชอบในข้อมูลที่ระบุไว้ในสารสนเทศฉบับนี้และในเอกสารอื่นที่จัดส่งให้แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทฯ ได้ตรวจสอบข้อมูลที่เสนอต่อผู้ถือหุ้นด้วยความระมัดระวัง และรับรองว่าข้อมูลที่ระบุไว้ในสารสนเทศฉบับนี้และในเอกสารอื่นที่จัดส่งให้แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ถูกต้อง ครบถ้วน ไม่มีข้อความอันเป็นเท็จ ไม่มีการละเว้นข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญซึ่งจำเป็นต้องมีหรือต้องระบุไว้ ตลอดจนไม่มีข้อความที่ทำให้บุคคลอื่นสำคัญผิดในสาระสำคัญ

2. **หนี้สินของบริษัทฯ**

2.1. **ยอดรวมของตราสารหนี้ที่ออกจำหน่ายแล้วและที่ยังไม่ได้ออกจำหน่ายของบริษัทฯ ตามที่ที่ประชุมผู้ถือหุ้นมีมติไว้และมอบอำนาจให้แก่คณะกรรมการบริษัทฯ เป็นผู้พิจารณาออกจำหน่ายตามที่เห็นสมควร**

-ไม่มี-

2.2. ยอดรวมของเงินกู้ที่มีกำหนดระยะเวลาของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทฯ มีเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน 2 ราย รวมเป็นจำนวน 230 ล้านบาท ดังนี้

1. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำนวน 150 ล้านบาท ครอบคลุมชำระ จำนวน 50 ล้านบาท ในวันที่ 25 มิถุนายน 2561 โดยมีอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 2.2 ต่อปี และจำนวน 100 ล้านบาท ครอบคลุมชำระวัน ในวันที่ 25 กรกฎาคม 2561 โดยมีอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 2.2 ต่อปี
2. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) จำนวน 80 ล้านบาท ครอบคลุมชำระในวันที่ 28 มิถุนายน 2561 โดยมีอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 2.15 ต่อปี

2.3. ยอดรวมหนี้ประเภทอื่นของบริษัทฯ รวมทั้งเงินเบิกเกินบัญชีของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทฯ มีหนี้สินประเภทอื่น (ไม่รวมเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น) ดังนี้

ประเภทหนี้สิน	มูลค่าหนี้สิน (ล้านบาท)
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	230
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	57
หนี้สินหมุนเวียนอื่น ๆ	25
หนี้สินไม่หมุนเวียน	38

2.4. หนี้ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีภาระผูกพันเพิ่มเติม นอกเหนือจากภาระผูกพันที่เปิดเผยในหมายเหตุประกอบงบการเงินรวมของบริษัทฯ สำหรับรอบระยะเวลาบัญชี สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2561 กล่าวคือ

1. ภาระผูกพันเกี่ยวกับรายจ่ายฝ่ายทุน

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายจ่ายฝ่ายทุนจำนวน 132 ล้านบาท (31 ธันวาคม 2560: 176 ล้านบาท) ที่เกี่ยวข้องกับการซื้ออุปกรณ์และซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์

2. ภาระผูกพันเกี่ยวกับสัญญาเช่าดำเนินงาน

บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้เข้าทำสัญญาเช่าดำเนินงานและสัญญาบริการที่เกี่ยวข้องกับการเช่าสถานที่เพื่อใช้ในการโฆษณา พื้นที่ในอาคาร รถยนต์และอุปกรณ์ และสัญญาบริการที่เกี่ยวข้องโดยสัญญาดังกล่าว มีระยะเวลาตั้งแต่ 1 ถึง 9 ปี

ทั้งนี้ บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีจำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องจ่ายในอนาคตทั้งสิ้นภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงานและสัญญาบริการที่บอกเลิกไม่ได้ ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	31 มีนาคม	31 ธันวาคม	31 มีนาคม	31 ธันวาคม
	2561	2560	2561	2560
		(ตรวจสอบแล้ว)		(ตรวจสอบแล้ว)
จ่ายชำระ				
ภายใน 1 ปี	93	83	162	25
มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	164	138	17	23
มากกว่า 5 ปี	14	18	-	-

ค่าตอบแทนภายใต้สัญญาเช่าสถานที่เพื่อใช้ในการโฆษณามีกำหนดการจ่ายชำระเป็นรายเดือน มีเงินมัดจำล่วงหน้า 1 เดือน ซึ่งจะจ่ายคืนเมื่อบอกเลิกสัญญา โดยได้รับความยินยอมจากผู้ให้เช่าและมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ทุก 3 ปี โดยจะมีการปรับราคาตามตลาดในขณะนั้น

3. ข้อมูลของบริษัทฯ

3.1. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณากลางแจ้ง โดยบริษัทฯ ได้ทำหน้าที่เป็นช่องทางการสื่อสารการตลาดให้ผู้ประกอบการและเจ้าของสินค้าเข้าถึงผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ รวมถึงขยายเครือข่ายโฆษณาไปยังพื้นที่ศักยภาพอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์ในการให้บริการสื่อโฆษณากลางแจ้งที่ครบวงจรมากที่สุดแก่ลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ปัจจุบันบริษัทฯ ให้บริการสื่อโฆษณาหลากหลายประเภท ทั้งสื่อโฆษณาภาพนิ่งและสื่อโฆษณาดิจิทัล โดยมีจุดติดตั้งสื่อกว่า 2,000 จุด กระจายตัวครอบคลุมทุกจังหวัดทั่วประเทศไทย

สินค้าและบริการของบริษัทฯ สามารถแบ่งตามประเภทของสื่อได้ 5 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่ (1) สื่อโฆษณาประเภทบิลบอร์ด (2) สื่อโฆษณาประเภทสตรีทเฟอร์นิเจอร์ (3) สื่อโฆษณาประเภทดิจิทัล (4) สื่อโฆษณาในต่างประเทศ และ (5) สื่อโฆษณาประเภทงานสร้างสรรค์

1. สื่อโฆษณาประเภทบิลบอร์ด: บริษัทฯ ถือเป็นผู้ให้บริการสื่อโฆษณาประเภทบิลบอร์ดรายแรก ๆ โดยสื่อโฆษณาประเภทบิลบอร์ดที่บริษัทฯ ให้บริการอยู่ในปัจจุบันประกอบด้วยป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ ป้ายบิลบอร์ดขนาดกลางบริเวณต่างจังหวัด และป้ายโฆษณาภายในปั๊มน้ำมันปตท. จีพีพี โดยมีจำนวนรวมกันกว่า 1,229 ป้าย ติดตั้งในทำเลที่มีศักยภาพสูง มีการจราจรหนาแน่น และง่ายต่อการมองเห็น ในรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งทำเลจุดติดตั้งสื่อที่กระจายตัวทำให้สื่อโฆษณาเหล่านี้สามารถตอบสนองของกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน
2. สื่อโฆษณาสตรีทเฟอร์นิเจอร์: สื่อโฆษณาสตรีทเฟอร์นิเจอร์ของบริษัทฯ ถูกติดตั้งบริเวณริมทางเท้า หรือริมถนนที่มีปริมาณการจราจรหนาแน่น สามารถมองเห็นได้ในระดับสายตาเจาะกลุ่มเป้าหมายคนเมือง คนทำงานในย่านธุรกิจการค้า ครอบคลุมพื้นที่ใจกลางเมืองโดยสื่อสตรีทเฟอร์นิเจอร์ที่บริษัทฯ ได้รับสิทธิในการบริหารประกอบด้วย (1) สื่อโฆษณาบริเวณเสาตอม่อใต้สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยบริษัทฯ ได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียวจาก บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการติดตั้งและบริหารจัดการสื่อโฆษณากว่า 188 ป้าย บริเวณใต้สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส 23 แห่ง และ (2) สื่อโฆษณาบริเวณใต้สะพานข้ามแยกโดยบริษัทฯ ได้รับสิทธิในการติดตั้งและบริหารจัดการจากกรุงเทพมหานคร โดยปัจจุบันสื่อโฆษณาบริเวณใต้สะพานข้ามแยกมีจำนวน 306 ป้าย ติดตั้งภายใต้สะพานข้ามแยก 19 แห่งทั่วกรุงเทพมหานคร
3. สื่อโฆษณาประเภทดิจิทัล: บริษัทฯ ได้เริ่มดำเนินการสร้างเครือข่ายดิจิทัลเพื่อคงความสามารถในการแข่งขันท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม ปัจจุบัน บริษัทฯ ให้บริการสื่อโฆษณา ประเภทดิจิทัล 2 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่ ดิจิทัลบิลบอร์ด และสื่อโฆษณา ออรัล ออรัล
4. สื่อโฆษณาในต่างประเทศ: บริษัทฯ ได้ขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาไปยังต่างประเทศครั้งแรกผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรที่มีศักยภาพจากประเทศมาเลเซีย โดยร่วมกันจัดตั้งกิจการร่วมค้า ภายใต้ชื่อ Eyeball Channel Sdn. Bhd. ("ECSB") เพื่อที่จะประกอบธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านในประเทศมาเลเซีย ปัจจุบันเครือข่ายสื่อของ ECSB ตั้งอยู่ในบริเวณทางหลวงสายหลักของเมืองกัวลาลัมเปอร์ ถนนสายหลักที่เชื่อมสนามบินนานาชาติกัวลาลัมเปอร์และตัวเมือง รวมไปถึงย่านธุรกิจการค้าและสถานที่สำคัญที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. สื่อโฆษณาประเภทงานสร้างสรรค์: ไม่เพียงแต่ให้บริการพื้นที่สื่อโฆษณาที่ครอบคลุมแก่ลูกค้า บริษัทฯ ยังมีบริการสื่อโฆษณาประเภทงานสร้างสรรค์ที่ผลิตขึ้นมาเป็นพิเศษ เพื่อตอบสนองของความต้องการที่แตกต่างกัน

ของลูกค้า เช่น การก่อสร้างโครงสร้างป้ายขนาดใหญ่ งานออกแบบและดีไซน์ การสร้างสีสันทันประกอบ
เรื่องราวให้กับตึกโดยการฉาย Projector การสร้างแบบจำลอง (Mock up) รวมถึง Event กิจกรรมทาง
การตลาดที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าของงาน ทำให้งานมีเอกลักษณ์และเป็นที่ยึดจำ

3.2. แนวโน้มธุรกิจ

เศรษฐกิจไทยเริ่มมีสัญญาณฟื้นตัวที่ชัดเจนในปี 2560 และคาดการณ์ว่าจะสามารถเติบโตอย่างต่อเนื่องในปี 2561 สะท้อนจากตัวเลขการเติบโตของเศรษฐกิจ (“GDP”) ที่เติบโตถึง 3.8% ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2561 (GDP โต 3.3% ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2559)หนุนโดยการส่งออกและการบริโภคภาคเอกชน โดยในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2560 การส่งออกเติบโต 5.3% (ในขณะที่การบริโภคภาคเอกชนเติบโต 3.1% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน) อย่างไรก็ตาม มูลค่าการใช้จ่ายสื่อโฆษณาสำหรับปี 2560 ปรับตัวลดลง 6.0% จากปีก่อนหน้า โดยมีมูลค่าทั้งสิ้น 101,445 ล้านบาท ซึ่งสาเหตุหลักมาจากการลดลงของกิจกรรมรื่นเริงที่ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2559 เพื่อให้อาลัยต่อการเสด็จสวรรคตของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รวมไปถึงการลดลงอย่างมีนัยสำคัญของเม็ดเงินโฆษณาในสื่อรูปแบบดั้งเดิม (Conventional Media) โดยกลุ่มโทรทัศน์ (โทรทัศน์ ดิจิทัลทีวี และเคเบิลทีวี) ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดถึง 64.8% ปรับตัวลดลง 7.4% จากปีก่อนหน้า ซึ่งอยู่ที่ 65,786 ล้านบาท ตามมาด้วยสื่อโฆษณารูปแบบดั้งเดิม (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวิทยุ) ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาด 13.9% ปรับตัวลดลงมากถึง 21.7% จากปีก่อนหน้า ซึ่งอยู่ที่ 14,125 ล้านบาท ในขณะที่สื่อโฆษณากลางแจ้ง (Outdoor Media) ซึ่งบริษัทฯ ดำเนินกิจการอยู่ ปรับตัวเพิ่มขึ้นสวนทางกับอุตสาหกรรมรวม (เติบโตกว่า 12.8% มาอยู่ที่ 6,391 ล้านบาท)

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เกิดการเปลี่ยนแปลงที่น่าสังเกตในภาพของการดำเนินชีวิตประจำวันและรูปแบบการบริโภคสื่อของผู้บริโภคในปัจจุบัน หลังจากที่โทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟนเข้ามามีบทบาทในชีวิตผู้คนมากขึ้น ลูกค้าโฆษณาต่างตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญดังกล่าว จึงทำให้มีการจัดสรรงบประมาณจากสื่อโฆษณารูปแบบดั้งเดิมไปยังสื่อโฆษณาที่สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคได้ เพื่อคว้าโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค โดยมีการคาดการณ์ว่าเม็ดเงินโฆษณาบางส่วนจะย้ายจากสื่อกลุ่มโทรทัศน์และสื่อโฆษณารูปแบบดั้งเดิมเข้าสู่สื่อโฆษณานอกบ้าน (สื่อโฆษณากลางแจ้ง สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน และสื่อโฆษณาในห้างสรรพสินค้า) และสื่อโฆษณาดิจิทัลและออนไลน์

3.3. ตารางสรุปงบการเงินในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา และไตรมาสล่าสุด สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2561 และคำอธิบาย และการวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาและปีปัจจุบันจนถึงไตรมาสล่าสุด

3.3.1. ตารางสรุปงบการเงินในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา และไตรมาสล่าสุด สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2561

(ก) งบแสดงฐานะการเงิน

หน่วย: ล้านบาท

งบแสดงฐานะการเงิน	Q1/2561	2560	2559	2558
เงินสด	263.23	195.47	312.5	149.29
ลูกหนี้และตัวเงินรับการค้าสุทธิ	260.9	345.22	276.17	403.63
สินค้าคงเหลือ	-	-	1.46	2.89
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	656.59	667.39	863.6	591.84
ที่ดินอาคารและอุปกรณ์สุทธิ	543.16	506.38	175.87	191.62
รวมสินทรัพย์	2,022.12	2,010.73	1,631.30	894.94
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืม	230	230	-	-
เจ้าหนี้และตัวเงินจ่ายการค้าสุทธิ	126.75	164.42	327.15	68.13
หนี้สินระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	-	-	9.03	11.21
รวมหนี้สินหมุนเวียน	438.01	479.18	434.05	110.09
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	37.94	37.98	38.67	39.48
รวมหนี้สิน	475.94	517.16	472.72	149.58
ทุนจดทะเบียน	409.52	409.52	409.52	376.12
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	343.89	343.89	334.30	300.90
ส่วนเกิน(ต่ำกว่า)มูลค่าหุ้น	743.49	743.49	561.2	167.08
ส่วนเกิน(ต่ำกว่า)ทุนอื่น	-	-	-	-
กำไร(ขาดทุน)สะสม	370.91	318.09	197.71	240.14
หุ้นทุนรับซื้อคืน/หุ้นที่ถือโดยบริษัทย่อย	-	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่	1,479.25	1,426.43	1,114.61	729.34
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	66.93	67.14	43.97	16.02

(ข) งบกำไรขาดทุนแบบเบ็ดเสร็จ

หน่วย: ล้านบาท

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	Q1/2561	2560	2559	2558
ยอดขายสุทธิ	290.14	932.08	734.63	694.4
รายได้อื่น	4.88	26.40	18.23	24.80
รวมรายได้	296.53	965.11	756.2	721.35
ต้นทุนขาย	109.12	389.64	330.05	309.05
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	118.62	292.15	281.48	193.65
รวมค่าใช้จ่าย	227.74	681.79	611.52	502.7
EBITDA	92.23	359.15	180.85	245.07
ค่าเสื่อมและค่าตัดจำหน่าย	23.45	75.82	36.18	26.41
กำไรก่อนด/บ และภาษีเงินได้	68.79	283.32	144.67	218.65
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	52.82	220.86	102	170.65
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.02	0.07	0.03	0.06

(ค) งบกระแสเงินสด

หน่วย: ล้านบาท

งบกระแสเงินสด	Q1/2561	2560	2559	2558
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	180.02	250	248.17	-4.84
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	-57.63	-476.18	-355.10	119.01
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	-54.64	109.16	269.99	-113.43
เงินสดสุทธิ	67.75	-117.02	163.05	0.74

(ง) อัตราส่วนทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงิน	Q1/2561	2560	2559	2558
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.50	1.39	1.99	5.38
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (%)	17.98	17.38	11.06	24.60
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%)	16.45	15.56	11.45	11.45
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.32	0.36	0.42	0.21

อัตราส่วนทางการเงิน	Q1/2561	2560	2559	2558
อัตราส่วนหมุนเวียนทรัพย์สิน (เท่า)	0.57	0.53	0.60	0.83
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	62.39	58.2	55.07	55.49
EBIT Margin (%)	23.20	29.36	19.13	30.31
อัตรากำไรสุทธิ (%)	17.81	22.88	13.49	23.66

3.3.2. คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน สำหรับปี 2560 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 และสำหรับงวดระยะเวลาบัญชี สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2561

ภาพรวมผลการดำเนินงานปี 2560

งบการเงินรวม

(ล้านบาท)	ปี 2559	ปี 2560	YoY (%)
รายได้จากการให้บริการ	735	932	26.9%
ต้นทุนการให้บริการ	330	390	18.1%
กำไรขั้นต้น	405	542	34.1%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	281	292	3.8%
EBITDA	173	348	101.4%
กำไรสุทธิจากการดำเนินงาน	104	226	118.2%
กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	102	221	116.5%
อัตรากำไรขั้นต้น	55.1%	58.2%	
อัตรา EBITDA	23.5%	37.3%	
อัตรากำไรสุทธิจากการดำเนินงาน	14.1%	24.3%	
อัตรากำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	13.9%	23.7%	

วิเคราะห์ผลการดำเนินงานปี 2560 เทียบกับปีก่อน

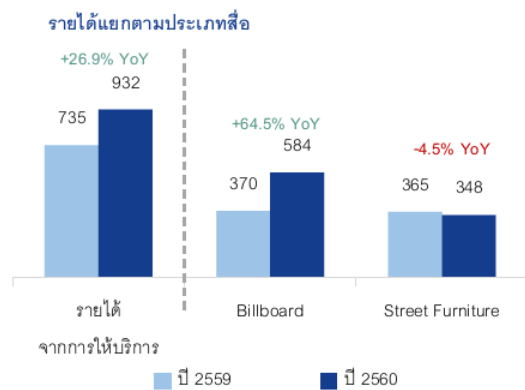
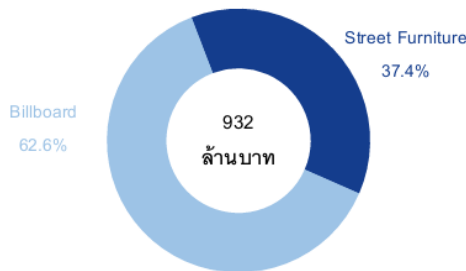
การขยายขีดความสามารถของบริษัทฯ ผ่านการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการที่มีอยู่ และการเข้าลงทุนในบริษัทสื่อโฆษณาออนไลน์ที่มีศักยภาพ ทำให้บริษัทฯ สามารถสร้างรายได้และกำไรที่เติบโตอย่างโดดเด่นเมื่อเทียบกับปีก่อน โดยปี 2560 บริษัทฯ รายงานรายได้และกำไรสูงสุดนับตั้งแต่เริ่มดำเนินกิจการ ซึ่งมีปัจจัยสนับสนุนดังนี้

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 การเปิดตัวสื่อดิจิทัลครั้งนี้ ถือเป็นพัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ จากเดิมที่ให้บริการเพียงสื่อภาพนิ่งให้กลายเป็นบริษัทสื่อโฆษณา นอกบ้านที่มีการผสมผสานการให้บริการทั้งสื่อภาพนิ่งและสื่อดิจิทัล เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์การใช้งานสื่อในรูปแบบใหม่ๆ ในอนาคต

จากปัจจัยข้างต้นส่งผลให้ ในปี 2560 บริษัทฯ มีรายได้จากการให้บริการ 392 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 26.9% จาก 735 ล้านบาทปีก่อน โดยเป็นรายได้จากสื่อประเภท Billboard¹ 584 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 64.5% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และเป็นรายได้จากสื่อประเภท Street Furniture 348 ล้านบาท ปรับตัวลดลงเล็กน้อย 4.5% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยรายได้จากสื่อประเภท Billboard คิดเป็น 62.6% ของรายได้จากการให้บริการ ในขณะที่รายได้จาก Street Furniture คิดเป็น 37.4%

สัดส่วนรายได้

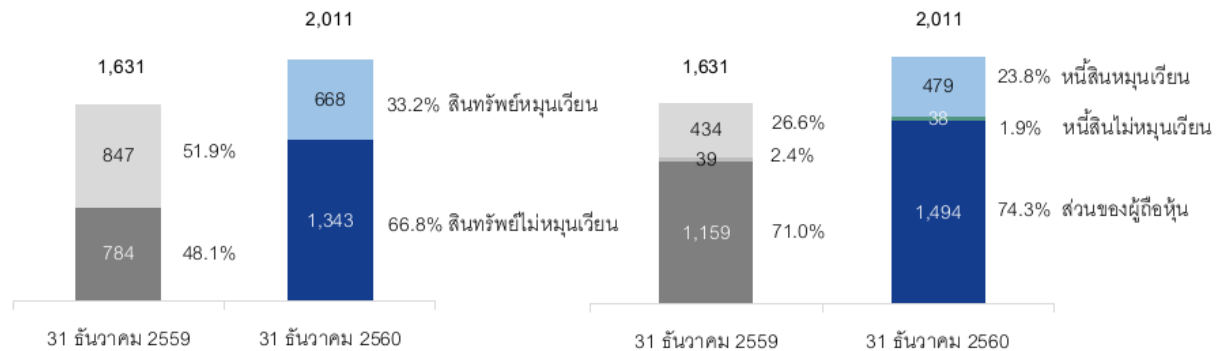


ต้นทุนการให้บริการ เพิ่มขึ้น 18.1% จาก 330 ล้านบาท ในปี 2559 เป็น 390 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการรวมงบการเงินกับบริษัท มัลติไชน์ และโคแมสและการเพิ่มขึ้นจากต้นทุนของจอดิจิทัล โดยบริษัทฯ มีอัตราการเติบโตของรายได้ที่มากกว่าต้นทุน ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวเพิ่มเป็น 58.2% จาก 55.1% ปีก่อน

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร เพิ่มขึ้นเล็กน้อย 3.8% จาก 281 ล้านบาทปีก่อน เป็น 292 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการรวมงบการเงินที่กล่าวมาข้างต้น โดยอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการดำเนินงานปรับตัวลดลงจาก 38.3% ปี 2559 เป็น 31.3% ส่งผลให้กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เพิ่มขึ้น 116.5% จาก 102 ล้านบาทปีก่อน มาอยู่ที่ 221 ล้านบาทและมีอัตรากำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นเป็น 23.7% จาก 13.9% ในปี 2559

¹ รายได้จากสื่อประเภท Billboard รวมรายได้จากสื่อ Billboard ภาพนิ่งและจอดิจิทัล และสื่อ Made to Order

ฐานะทางการเงิน



สินทรัพย์

รายละเอียดสินทรัพย์	31 ธันวาคม 2559		31 ธันวาคม 2560	
	(ล้านบาท)	% ของสินทรัพย์รวม	(ล้านบาท)	% ของสินทรัพย์รวม
เงินสด รายการเทียบเท่าเงินสด และเงินลงทุนชั่วคราว	484	29.7%	203	10.1%
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นๆ	290	17.8%	357	17.7%
อาคารและอุปกรณ์	176	10.8%	471	23.4%
ค่าความนิยมและสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	437	26.8%	710	35.3%
สินทรัพย์อื่นๆ	244	15.0%	270	13.5%
รวมสินทรัพย์	1,631	100.0%	2,011	100.0%

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 **สินทรัพย์รวม**ของบริษัทฯ มีจำนวน 2,011 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 380 ล้านบาท หรือ 23.3% จาก 1,631 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 โดยมี**สินทรัพย์หมุนเวียน** 668 ล้านบาท ลดลง 21.2% หรือ 180 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการลดลงของ เงินสด รายการเทียบเท่าเงินสดและเงินลงทุนชั่วคราว จำนวน 281 ล้านบาท รายการหลักมาจากการเข้าลงทุนในทรัพย์สิน ได้แก่ เข้าซื้อโครงข่ายโฆษณา จำนวน 74 โคร่ง เข้าลงทุนติดตั้งป้ายดิจิทัล จำนวน 21 ป้าย และเข้าซื้อบริษัท โคแมส รวมถึงการจ่ายเงินปันผล การลดลงของรายการข้างต้น ถูกชดเชยด้วยการเพิ่มขึ้นของ 1) ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นๆ จำนวน 69 ล้านบาท (รายละเอียดในหัวข้อลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น) 2) ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า จำนวน 21 ล้านบาท และ 3) สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น จำนวน 14 ล้านบาท

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน มีจำนวน 1,343 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 71.3% หรือ 559 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจาก 1) การเพิ่มขึ้นของอาคารและอุปกรณ์ จำนวน 295 ล้านบาท โดยหลักมาจากการรับรู้ทรัพย์สินจากเข้าซื้อโครงข่ายโฆษณา จำนวน 147 ล้านบาท การเพิ่มขึ้นของงานระหว่างทำจากการติดตั้งป้ายดิจิทัล จำนวน 139 ล้านบาท และการรับรู้ทรัพย์สินของ บริษัท โคแมส หลังจากควบรวมงบการเงิน จำนวน 43 ล้านบาท และ 2) การเพิ่มขึ้นของรายการประมาณการผลแตกต่างระหว่างต้นทุนการซื้อเงินลงทุน จำนวน 282 ล้านบาท จากการเข้าซื้อโคแมส

ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น มีจำนวน 345 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 69 ล้านบาทหรือคิดเป็น 25.1% จาก 276 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 โดยปกติบริษัทฯ มีนโยบายกำหนดระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยไม่เกิน 90 วัน โดย ณ 31 ธันวาคม 2560 และ 31 ธันวาคม 2559 ระยะเวลาการชำระหนี้โดยเฉลี่ยของบริษัทฯอยู่ที่ 69 วัน และ 77 วัน ตามลำดับ

ลูกหนี้การค้าค้าง (ล้านบาท)	31 ธันวาคม 2559	31 ธันวาคม 2560
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	132	124
ไม่เกิน 3 เดือน	47	89
3-6 เดือน	-	-
6-12 เดือน	-	-
มากกว่า 12 เดือน	13	13
รวม	193	227
สำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	13	11

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

รายละเอียดหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	31 ธันวาคม 2559		31 ธันวาคม 2560	
	(ล้านบาท)	% ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	(ล้านบาท)	% ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	-	0.0%	230	11.4%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	336	20.6%	164	8.2%
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	77	4.7%	57	2.8%
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	21	1.3%	28	1.4%
หนี้สินไม่หมุนเวียน	39	2.4%	38	1.9%
รวมหนี้สิน	473	29.0%	517	25.7%
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,159	71.0%	1,494	74.3%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,631	100.0%	2,011	100.0%

หนี้สินรวมเท่ากับ 517 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9.4% หรือ 44 ล้านบาท จาก 473 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 สาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นมาจาก 1) การเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน จำนวน 230 ล้านบาท จากการกู้ยืมเพื่อการลงทุนในสื่อดิจิทัล และ 2) การเพิ่มขึ้นของหนี้สินหมุนเวียนอื่น ๆ จำนวน 7 ล้านบาท ถูกหักกลับด้วย 1) การลดลงของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น จำนวน 162 ล้านบาท โดยหลักมาจากการชำระเจ้าหนี้เงินลงทุนในมัดติไซน์ 2) การลดลงของเงินปันผลค้างจ่ายของบริษัทย่อย จำนวน 21 ล้านบาท และ 3) การลดลงของเงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี จำนวน 9 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเท่ากับ 1,494 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 355 ล้านบาทหรือ 28.9% สาเหตุหลักมาจาก 1) การเพิ่มขึ้นของส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญภายหลังการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (MACO-W1) จำนวน

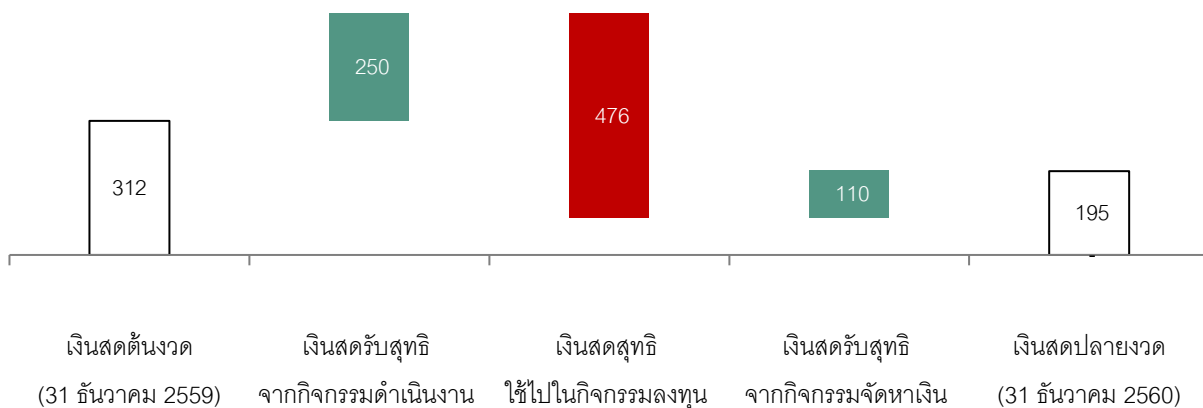
182 ล้านบาท 2) การเพิ่มขึ้นของกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรจากผลประกอบการ จำนวน 120 ล้านบาท และ 3) การเพิ่มขึ้นของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมภายหลังการควบรวมกิจการ จำนวน 23 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ส่วนของผู้ถือหุ้นรวมแบ่งเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ จำนวน 1,426 ล้านบาทและส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม จำนวน 67 ล้านบาท

สภาพคล่องและกระแสเงินสด (ล้านบาท)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีเงินสดรับสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน 250 ล้านบาท โดยเป็นเงินสดรับจากการดำเนินงาน 307 ล้านบาทและดอกเบี้ยรับ 4 ล้านบาท ซึ่งถูกหักกลับด้วยเงินสดจ่ายภาษีเงินได้ 56 ล้านบาทและดอกเบี้ยจ่าย 5 ล้านบาท ส่วนของเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน 476 ล้านบาท รายการหลักมาจากเงินสดจ่ายเพื่อเข้าลงทุนในบริษัท โคแมส 315 ล้านบาท และลงทุนในทรัพย์สินอื่น 346 ล้านบาท ซึ่งรายการหลักได้แก่ การลงทุนก่อสร้างและติดตั้งป้ายดิจิทัลและเข้าซื้อโครงข่ายโฆษณา และการซื้อเงินลงทุนชั่วคราว 30 ล้านบาท อย่างไรก็ตามเงินสดใช้ไปในกิจกรรมลงทุนเหล่านี้ถูกชดเชยด้วยเงินสดรับจากการจำหน่ายเงินลงทุนชั่วคราว 194 ล้านบาท เงินสดรับจากการขายคืนเงินให้กู้ยืมระยะสั้นแก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน 12 ล้านบาทและเงินสดรับจากการจำหน่ายอุปกรณ์ 11 ล้านบาท ในส่วนของเงินสดรับสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน 110 ล้านบาท ส่วนใหญ่มาจากรายการเงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน 230 ล้านบาท เพื่อใช้สำหรับการลงทุนที่กล่าวไปข้างต้น และเงินสดรับจากการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ 192 ล้านบาท

(จำนวนใบสำคัญแสดงสิทธิ 96 ล้านหน่วย ในราคาใช้สิทธิหน่วยละ 2 บาท) ถูกหักกลับด้วยเงินสดจ่ายเพื่อชำระเจ้าหนี้จากการซื้อเงินลงทุนใน มัลติไซน์ 176 ล้านบาท เงินสดจ่ายปันผล 123 ล้านบาทและเงินสดชำระคืนหนี้สิน 13 ล้านบาท

การเคลื่อนไหวของกระแสเงินสดสำหรับงวด 12 เดือน ปี 2560



อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	ปี 2559	ปี 2560		ปี 2559	ปี 2560
อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร			อัตราส่วนสภาพคล่อง		
กำไรขั้นต้น ¹	(%) 55.1%	58.2%	สภาพคล่อง	(เท่า) 2.0	1.4
EBITDA จากการดำเนินงาน	(%) 23.5%	37.3%	สภาพคล่องหมุนเร็ว ⁶	(เท่า) 2.0	1.4
กำไรสุทธิจากการดำเนินงาน	(%) 14.1%	24.3%	การหมุนเวียนลูกหนี้การค้า	(เท่า) 2.4	3.1
กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท ²	(%) 13.9%	23.7%	ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย ⁷	(วัน) 77	69
ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น ³	(%) 11.1%	17.4%	ระยะเวลาชำระหนี้	(วัน) 124	145
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน			อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้		
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ⁴	(%) 11.5%	15.6%	หนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า) 0.4	0.4
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร ⁵	(%) 87.1%	87.6%	เงินกู้ยืมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า) 0.0	0.2
การหมุนของสินทรัพย์	(เท่า) 0.6	0.5			

¹ คำนวณจากรายได้จากการให้บริการยอดสิ้นสุดปีปัจจุบัน

² กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท / รายได้จากการให้บริการ

³ คิดจากกำไรสุทธิย้อนหลัง 12 เดือน / ส่วนของผู้ถือหุ้นเฉลี่ยยอดสิ้นสุดปีก่อนหน้ากับยอดสิ้นสุดปีปัจจุบัน

⁴ คิดจากกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้ย้อนหลัง 12 เดือน / สินทรัพย์รวมเฉลี่ยยอดสิ้นสุดปีก่อนหน้ากับยอดสิ้นสุดปีปัจจุบัน

⁵ คิดจากกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้ย้อนหลัง 12 เดือน / สินทรัพย์ถาวรสุทธิเฉลี่ยของยอดสิ้นสุดปีก่อนหน้ากับยอดสิ้นสุดปีปัจจุบัน

⁶ (สินทรัพย์หมุนเวียน - สินค้าคงเหลือ) / หนี้สินหมุนเวียนยอดสิ้นสุดปีปัจจุบัน

⁷ ลูกหนี้การค้ารวมเฉลี่ยยอดสิ้นสุดปีก่อนหน้ากับยอดสิ้นสุดปีปัจจุบัน / รายได้จากการให้บริการย้อนหลัง 12 เดือน

*ในปี 2560 ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท ปรับตัวเพิ่มขึ้นชัดเจน จาก 1,115 ล้านบาท ในปี 2559 เป็น 1,426 ล้านบาท เป็นผลมาจากกำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้นและการใช้สิทธิ MACO-W1 จำนวนทั้งสิ้น 96 ล้านหน่วย คิดเป็นจำนวนเงิน 192 ล้านบาท

ในอนาคต บริษัท คาดการณ์ว่า ปี 2561 จะเป็นอีกหนึ่งปีที่บริษัท สามารถสร้างผลการดำเนินงานที่โดดเด่น โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการควบคุมวงการเงินเต็มปีของโคแมส การขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาดิจิทัลบิลบอร์ด จากปัจจุบันที่มีอยู่ 35 จอ (ณ วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2561) เป็น 50 จอ และการขยายเครือข่ายสื่อโฆษณาภาพนิ่ง นอกจากนี้บริษัท ยังเห็นสัญญาณการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมสื่อโฆษณารวม มีการคาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาจะกลับมาเติบโตได้ในปี 2561 โดยมีการเติบโตของเศรษฐกิจและแนวโน้มการใช้จ่ายสื่อโฆษณาที่ฟื้นตัวในช่วงเดือนพฤษภาคมและธันวาคม 2560 เป็นปัจจัยผลักดันที่สำคัญ จากปัจจัยสนับสนุนที่กล่าวมาข้างต้น บริษัท คาดการณ์ว่าจะสามารถเพิ่มรายได้ 20-25% เทียบกับรายได้ของปีก่อน

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%	
อัตรา 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 รายได้ที่เพิ่มขึ้นนี้อย่างโดดเด่นเป็นผลมาจากการรวบรวมงบการเงินเต็มปีของบริษัทฯ โคมแมส ซึ่งเริ่มรวบรวมครั้งแรกเมื่อเดือนกรกฎาคม 2560 รวมถึงการรับรู้รายได้จากสื่อดิจิทัลบิลบอร์ด ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2560 บริษัทฯ ได้เริ่มให้บริการสื่อดิจิทัลจำนวน 21 จอ และได้ขยายจำนวนสื่อเป็น 35 จอในเดือนมกราคม 2561

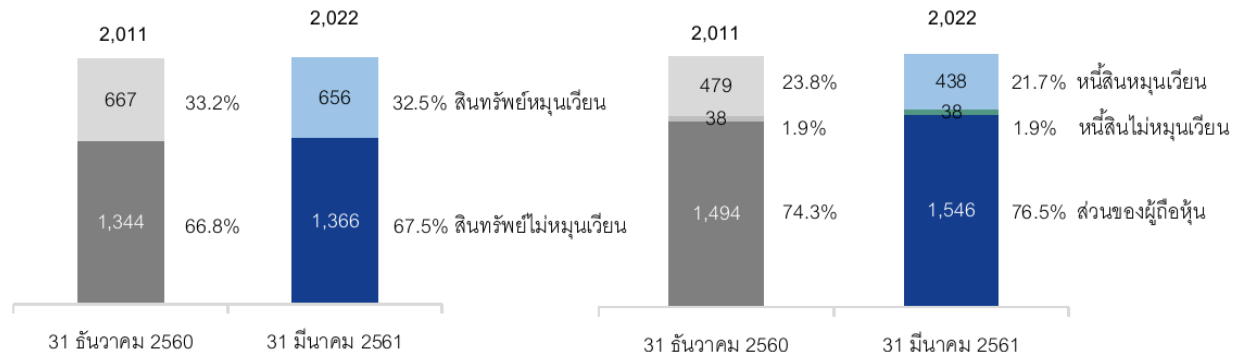
ในไตรมาสนี้ รายได้จากสื่อประเภท Billboard คิดเป็น 78.2% ของรายได้จากการให้บริการรวม ในขณะที่รายได้จากสื่อประเภท Street Furniture คิดเป็น 21.8%

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

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

จากรายการที่กล่าวมาข้างต้น ส่งผลให้**กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ** เพิ่มขึ้น 42.3% จาก 37 ล้านบาท ในช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 53 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม การรับรู้ขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ส่งผลให้บริษัทฯ มี**อัตรากำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ** 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%
รวมสินทรัพย์	2,011	100.0%	2,022	100.0%

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 **สินทรัพย์รวม**ของบริษัทฯ 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 ซึ่งถูกหักลบด้วยการลดลงของสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น จำนวน 16 ล้านบาท

ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น 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

ลูกหนี้การค้าค้างค้าง (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
รวม	227	147
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%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น ๆ	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%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,011	100.0%	2,022	100.0%

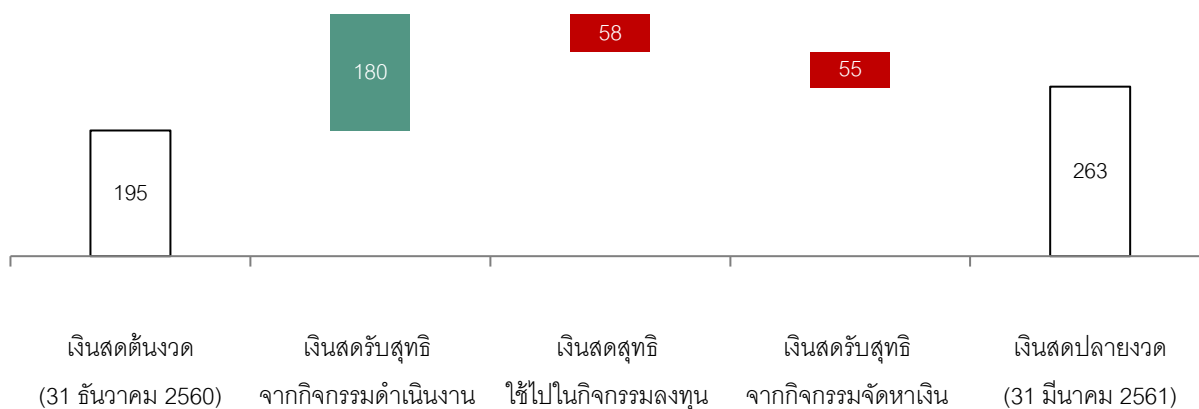
หนี้สินรวมเท่ากับ 476 ล้านบาท ลดลง 8.0% หรือ 41 ล้านบาท จาก 517 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 สาเหตุหลักจากการลดลงของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น จำนวน 38 ล้านบาท และการลดลงของหนี้สินหมุนเวียนอื่น ๆ จำนวน 4 ล้านบาท

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 ซึ่งถูกหักกลับด้วยเงินสดจ่ายภาษีเงินได้ 1 ล้านบาทและดอกเบี้ยจ่าย 10 ล้านบาท ส่วนของเงินสดสุทธิเข้าไปในกิจกรรมลงทุน 58 ล้านบาท รายการหลักมาจากการลงทุนก่อสร้างและติดตั้งป้ายดิจิทัล ในส่วนของเงินสดรับสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน 55 ล้านบาท ส่วนใหญ่มาจากรายการเงินสดจ่ายเพื่อชำระค่าหุ้นที่เหลืออยู่จากการเข้าลงทุนในมัลติ 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
อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร				อัตราส่วนสภาพคล่อง		
กำไรขั้นต้น ¹	(%)	53.2%	62.4%	สภาพคล่อง	(เท่า)	1.8
EBITDA	(%)	31.3%	31.1%	สภาพคล่องหมุนเร็ว ⁵	(เท่า)	1.8
กำไรสุทธิจากงบการเงิน	(%)	19.4%	18.7%	การหมุนเวียนลูกหนี้การค้า	(เท่า)	4.0
กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ²	(%)	19.6%	18.2%	ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย ⁷	(วัน)	72
ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น ³	(%)	8.5%	18.0%	ระยะเวลาชำระหนี้	(วัน)	138
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน				อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้		
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ⁴	(%)	8.2%	16.4%	หนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	0.4
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร ⁵	(%)	62.4%	79.4%	เงินกู้ยืมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	0.0
การหมุนของสินทรัพย์	(เท่า)	0.4	0.6			

¹ คำนวณจากรายได้จากการให้บริการยอดสิ้นสุดไตรมาสปัจจุบัน

² กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ / รายได้จากการให้บริการ

³ คิดจากกำไรสุทธิย้อนหลัง 12 เดือน / ส่วนของผู้ถือหุ้นเฉลี่ยยอดสิ้นสุดไตรมาสเดียวกันในปีก่อนหน้ากับยอดสิ้นสุดไตรมาสปัจจุบัน

⁴ คิดจากกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้ย้อนหลัง 12 เดือน / สินทรัพย์รวมเฉลี่ยยอดสิ้นสุดไตรมาสเดียวกันในปีก่อนหน้ากับยอดสิ้นสุดไตรมาสปัจจุบัน

⁵ คิดจากกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้ย้อนหลัง 12 เดือน / สินทรัพย์ถาวรสุทธิเฉลี่ยของยอดสิ้นสุดไตรมาสเดียวกันในปีก่อนหน้ากับยอดสิ้นสุดไตรมาสปัจจุบัน

⁶ (สินทรัพย์หมุนเวียน - สินค้าคงเหลือ) / หนี้สินหมุนเวียนยอดสิ้นสุดไตรมาสปัจจุบัน

⁷ ลูกหนี้การค้ารวมเฉลี่ยยอดสิ้นสุดไตรมาสเดียวกันในปีก่อนหน้ากับยอดสิ้นสุดไตรมาสปัจจุบัน / รายได้จากการให้บริการย้อนหลัง 12 เดือน

3.4. ปัจจัยความเสี่ยงซึ่งอาจมีผลกระทบต่อกำไรของบริษัทฯ

3.4.1. ความเสี่ยงจากการชะลอตัวด้านเศรษฐกิจ

ในปี 2560 สืบเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของโลกยังไม่มีความแน่นอน และตลาดทุนยังมีความผันผวน ประกอบกับราคาน้ำมันของตลาดโลกลดลง รวมถึงการถดถอยของเศรษฐกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา ยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม ราคาสินค้าเกษตรปรับตัวลดลงเป็นอย่างมาก ทำให้เกษตรกรขาดรายได้และขาดกำลังซื้อ แม้รัฐบาลจะออกมาตรึงการกระตุ้นเศรษฐกิจและมาตรการทางภาษี เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายในประเทศและในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงส่งเสริมผลักดันให้เกิดเมกะโปรเจกต์จำนวนมากก็ตาม ในขณะที่ราคาน้ำมันของตลาดโลกลดลง ก็ไม่ได้ส่งผลให้ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคในประเทศลดลงแต่อย่างใด ประชาชนยังมีความระมัดระวังในการใช้จ่าย การบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อภายในประเทศและยอดขายของหลายธุรกิจ รวมถึงทำให้การเติบโตของเศรษฐกิจมีข้อจำกัด โดยในไตรมาสสุดท้ายของปี มีการชะลอตัวและการงดใช้สื่อโฆษณา อีกทั้งผู้ประกอบการมีการพิจารณาใช้งบสื่อโฆษณาเพื่อให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุดเพื่อรอดูความชัดเจนของเศรษฐกิจ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ พบว่าการชะลอตัวดังกล่าวเป็นเพียงช่วงเวลาสั้น ๆ เนื่องจากลูกค้าอีกจำนวนมากของบริษัทฯ ก็ยังมีการวางแผนการซื้อสื่อและใช้สื่อโฆษณาของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการมีสื่อโฆษณาใหม่ ๆ ที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้ายังมีส่วนช่วยกระตุ้นให้มีการแบ่งปันงบจากสื่ออื่นมาใช้สื่อโฆษณาของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ทำให้ยอดขายของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และบริษัทฯ ยังสามารถลดความเสี่ยงด้านการบริหารสภาพคล่องในการชำระหนี้จากลูกค้าเป็นอย่างดี โดยในปีที่ผ่านมา จำนวนลูกหนี้ค้างชำระหรือการตั้งสำรองหนี้ของบริษัทฯ ไม่ได้มีอัตราที่เพิ่มขึ้นแต่อย่างใด ลูกหนี้ยังสามารถชำระหนี้ให้แก่บริษัทฯ ได้ภายในกำหนดเวลา รวมถึงบริษัทฯ ยังสามารถบริหารจัดการบัญชีลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4.2. ความเสี่ยงด้านข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับป้ายโฆษณาและอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้น

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญต่อข้อกำหนดควบคุมป้ายโฆษณาอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ ยังคงรักษานโยบายการก่อสร้างป้ายโฆษณาที่ได้รับอนุญาตถูกต้องก่อนเท่านั้น และบริษัทฯ ยังมีคณะทำงานในการติดตามการปรับปรุงข้อกำหนดอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้บริหารความเสี่ยงเกี่ยวกับป้ายโฆษณา โดยให้ความสำคัญกับการออกแบบก่อสร้างโดยใช้วิศวกรผู้ออกแบบที่มีคุณภาพ และบริษัทฯ ยังดำเนินการให้บริษัทตรวจสอบโครงสร้างอาคารและป้ายโฆษณาที่ขึ้นทะเบียนกับกรมโยธาธิการและผังเมือง ดำเนินการตรวจสอบและรับรองป้ายโฆษณาทุกป้ายของบริษัทฯ และดำเนินการให้ได้ใบรับรองการตรวจสอบอาคาร (แบบ ร.1) รวมถึงการประสานงานกับสมาคมป้ายโฆษณาเพื่อรับรองความมั่นคงแข็งแรงของโครงสร้างป้ายทุกป้าย ทั้งนี้ เพื่อเป็นการลดโอกาสการเกิดความเสียหายที่ต้องชดเชยจากอุบัติเหตุ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ทำประกันภัยที่จะเกิดขึ้นต่อทรัพย์สินและบุคคลภายนอกอีกด้วย

3.4.3. ความเสี่ยงอันเกิดจากความเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลและออนไลน์

ในปี 2560 การใช้งบประมาณสำหรับสื่อดิจิทัล สื่อออนไลน์ มีปริมาณเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ สืบเนื่องจากแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเป็นอย่างมาก สื่อดิจิทัล ออนไลน์ และอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น และผู้บริโภคก็หันมาใช้สื่อดังกล่าวมากขึ้นเช่นกัน เนื่องจากสื่อดังกล่าวมีความน่าสนใจ ดึงดูดสายตา และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างหลากหลาย อีกทั้งสื่อโฆษณาดิจิทัลสามารถตอบโต้ทางด้านความคุ้มค่าในการใช้จ่ายงบประมาณสำหรับการโฆษณาสินค้าและบริการให้กับผู้ประกอบการเป็นอย่างดี ในอดีต บริษัทฯ มีสื่อโฆษณาหลัก ๆ เป็นป้ายโฆษณาภาพนิ่ง (Static) เป็นจำนวนมาก แต่ในปัจจุบัน บริษัทฯ มีแผนงานในการพัฒนาสื่อเดิมและเพิ่มสื่อใหม่ ๆ ให้เป็นสื่อดิจิทัลที่มีความน่าสนใจและดึงดูดสายตาของผู้สัญจรไปมามากขึ้น โดยสื่อโฆษณาดังกล่าวจะครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศภายใน 3 ปี ซึ่งสื่อบางส่วนมีการเปิดการขายไปยังลูกค้าบ้างแล้ว โดยลูกค้าให้ความสนใจกับสื่อดังกล่าวเป็นอย่างมาก บริษัทฯ จึงมีความมั่นใจว่าสื่อดิจิทัลของบริษัทฯ จะสามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ เป็นอย่างมากในอนาคต

3.4.4. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบริษัทเอเจนซีรายใหญ่

ในธุรกิจสื่อโฆษณา ลูกค้าจะถูกแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ เจ้าของสินค้า และเอเจนซีโฆษณา ซึ่งรายได้สำคัญส่วนใหญ่จะมาจากเอเจนซี เอเจนซีจะทำหน้าที่ในการเป็นตัวแทนของเจ้าของสินค้าและบริการในการเจรจาต่อรองซื้อขายสื่อโฆษณา ดังนั้น เอเจนซีจึงมีบทบาทสำคัญในธุรกิจสื่อโฆษณา บริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงหากเอเจนซีไม่แนะนำให้เจ้าของสินค้าและบริการมาใช้สื่อโฆษณาของบริษัทฯ ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อรายได้และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับเอเจนซีที่สำคัญทุกราย โดยผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ จะเข้าพบลูกค้าเอเจนซีทุกรายเพื่อชี้แจงนโยบายการค้าและการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและตรงไปตรงมากับลูกค้า รวมถึงเข้าร่วมนำเสนอสื่อโฆษณาใหม่ของบริษัทฯ เพื่อให้เอเจนซีได้รับทราบ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีแผนงานที่ชัดเจนในการปรับปรุงและพัฒนาความสัมพันธ์ รวมถึงการกระชับความสัมพันธ์อย่างเหนียวแน่นกับลูกค้าเอเจนซีผ่านกิจกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ เอเจนซีหลายรายยังมีส่วนร่วมกับบริษัทฯ ในการพัฒนาสื่อโฆษณารูปแบบใหม่ ๆ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอีกด้วย

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนงานในการเพิ่มเครือข่ายสื่อป้ายโฆษณาของบริษัทฯ ให้มีความหลากหลายมากขึ้น อาทิ สื่อโฆษณาที่เป็นดิจิทัล สื่อโฆษณาที่มีการออกแบบตกแต่งเมือง (Street Furniture) ป้ายโฆษณาขนาดเล็กและใหญ่ตามจุดที่มีผู้รับชมจำนวนมาก ทั้งในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และทั่วประเทศ ซึ่งครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายของสินค้าและบริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองลูกค้าผู้ซื้อสื่อโฆษณาในด้านของความคุ้มค่าและความมีประสิทธิภาพของการใช้งบประมาณ ในกรณีนี้ บริษัทฯ จึงเชื่อว่าสื่อโฆษณาใหม่ของบริษัทฯ จะได้รับความนิยมและได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้าในทุกกลุ่มสินค้าและบริการ

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงรักษามาตรฐานการให้บริการกับลูกค้าที่ต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ มีระบบบริหารจัดการสื่อโฆษณาที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว อีกทั้งยังมีระบบบริหารจัดการที่ดีในการตรวจสอบและดูแลการซ่อมแซมสื่อโฆษณา รวมถึงการรายงานสภาพป้ายให้ลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่อง ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการเลือกใช้บริการกับบริษัทฯ

3.4.5. ความเสี่ยงจากการมีภาระผูกพันกับคู่สัญญาที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้มีการทำสัญญาเช่าโครงป้ายและพื้นที่ติดตั้งป้ายระยะยาวกับผู้ประกอบการเจ้าของพื้นที่สื่อโฆษณาและเจ้าของพื้นที่ติดตั้งป้ายเพื่อให้บริษัทฯ มีพื้นที่การให้บริการสื่อโฆษณาที่มั่นคงเป็นระยะเวลานาน และป้องกันไม่ให้คู่แข่งสามารถเข้ามาแย่งพื้นที่โฆษณาของบริษัทฯ แต่ก็ส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ มีภาระผูกพันที่ต้องจ่ายค่าเช่าในอนาคตภายใต้สัญญาเช่าตลอดอายุของสัญญา ดังนั้น หากบริษัทฯ ไม่สามารถทำรายได้จากสื่อโฆษณาได้ตามแผนที่วางไว้ ภาระผูกพันดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้อย่างไรก็ตาม การทำสัญญาเช่าพื้นที่ในระยะยาวกับเจ้าของพื้นที่จะส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มากกว่าที่จะเป็นความเสี่ยง เนื่องจากทำให้บริษัทฯ มั่นใจได้ว่ามีพื้นที่สำหรับการประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาที่แน่นอน ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการบริหารจัดการสัญญาอย่างเหมาะสม โดยทุกครั้งที่มีการต่อสัญญา บริษัทฯ จะมีการทบทวนต้นทุนค่าเช่าพื้นที่และค่าเช่าโครงป้ายให้สอดคล้องกับรายได้อยู่เสมอ

3.4.6. ความเสี่ยงจากการไม่สามารถต่ออายุสัมปทานภาครัฐและสัญญาเช่าพื้นที่เอกชน

ปัจจัยหลักของการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ คือ พื้นที่ติดตั้งสื่อโฆษณา ซึ่งได้มาจากทั้งสัญญาสัมปทานการเช่าพื้นที่จากภาครัฐ และสัญญาเช่าพื้นที่ของเอกชน เนื่องจากบริษัทฯ มีภาระผูกพันที่ระบุในสัญญาเหล่านี้ บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการไม่สามารถต่ออายุสัญญาเช่าพื้นที่ หรือการบอกเลิกสัญญาหากผู้ให้เช่ามีความจำเป็นต้องใช้สถานที่เช่า ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการหารายได้ของบริษัทฯ และฐานะทางการเงินของบริษัทฯ ในอนาคต

ตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญาที่มีการทำกับคู่สัญญาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีมาตรการระวังในการเช่าใช้พื้นที่เพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหา รวมถึงมีการเข้าแก้ไขปัญหาย่างทันท่วงทีกรณีมีเหตุสุดวิสัย ทำให้ตลอดหลายปีที่ผ่านมา บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าของสัมปทานและเจ้าของพื้นที่ ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับการต่ออายุสัมปทานและสัญญาเช่าอย่างต่อเนื่อง

3.4.7. ความเสี่ยงที่อาจเกิดจากผลตอบแทนในสื่อโฆษณาใหม่ ๆ ของบริษัทฯ ไม่เป็นไปตามที่ประมาณการไว้

ในการลงทุนสร้างสื่อใหม่ ๆ หากสื่อโฆษณาดังกล่าวไม่สามารถสร้างผลตอบแทนตามที่ประมาณการไว้ หรือไม่ สามารถสร้างผลตอบแทนได้ตามแผนงานที่กำหนดไว้ หรือมีเหตุใด ๆ ที่ส่งผลให้บริษัทฯ ไม่สามารถให้บริการสื่อโฆษณาดังกล่าวได้ เหตุดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

ในการนี้ บริษัทฯ จะใช้วิธีเจรจาต่อรองและการบริหารต้นทุนเพื่อลดความเสียหายจากการไม่สามารถสร้างผลตอบแทนตามที่ประมาณการไว้ รวมถึงจะปรับเปลี่ยนรูปแบบการขายและราคาให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและตลาด อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีบริษัทแม่คือ VGI ซึ่งเป็นบริษัทฯ ที่มีสื่อโฆษณาที่หลากหลาย ทำให้สามารถจัด Package การขาย และ Bundle สื่อโฆษณาเพื่อดึงดูดความสนใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้สื่อของบริษัทฯ ได้มากขึ้น

3.5. ประมาณการทางการเงินในปีปัจจุบัน

-ไม่มี-

3.6. คณะกรรมการ ผู้บริหาร และผู้ถือหุ้น 10 รายแรก

3.6.1. คณะกรรมการบริษัท ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2561

ที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1.	นายมานะ จันทนยิ่งยง	ประธานกรรมการบริษัท
2.	นายพูน ชง กิต	กรรมการ / ประธานกรรมการบริหาร
3.	นายชัยสิทธิ์ ภูวภิรมย์ขวัญ	กรรมการ
4.	นายสุรเชษฐ์ แสงชโยสวัสดิ์	กรรมการ
5.	นายชวลิต กัลยาณมิตร	กรรมการ
6.	นางสาวดารณี พรรณกลั่น	กรรมการ
7.	นายไพศาล ธรรมสารสมบัติ	ประธานกรรมการตรวจสอบ
8.	นายदनัย ตั้งศรีวิริยะกุล	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ
9.	นายชลัษ ชินธรรมมิตร	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ

3.6.2. รายชื่อผู้บริหาร ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2561

ที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1.	นายพูน ฅง กิต	ประธานกรรมการบริหาร / ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
2.	นายภาคินภักดิ์ ภูมิชิษานันท์	กรรมการบริหาร / ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด
3.	นายญาณิษฐ์ ทิพากร	กรรมการบริหาร
4.	นางสาวธมมวรรณ นรินทวานิช	กรรมการบริหาร / ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน
5.	นางสาวรจนา ตระกูลคูศรี	กรรมการบริหาร / ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารโครงการ
6.	นางอุไรวรรณ บุญยรัตพันธุ์	กรรมการบริหาร / ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารบุคลากร

3.6.3. รายชื่อผู้ถือหุ้น 10 รายแรก ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2561 (วันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นครั้งล่าสุดของบริษัทฯ)

ที่	รายชื่อ	จำนวนหุ้น	คิดเป็นร้อยละ
1	บริษัท วี จี ไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน)	1,044,710,300	30.38
2	บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)	621,973,000	18.09
3	NORTRUST NOMINEES LIMITED-GUERNEY RE GGDP RE: AIF CLIENTS 10 PERCENT ACCOUNT	253,047,900	7.36
4	กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ พนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ซึ่งจดทะเบียนแล้ว	130,516,500	3.80
5	นายณพดล ตันศลารักษ์	105,031,999	3.05
6	บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด	66,855,450	1.94
7	กองทุนเปิด ภัทร SMALL AND MID CAP EQUITY	42,992,200	1.25
8	นาย วรรณนะ เจริญนวัฒน์	36,640,000	1.07
9	น.ส.พรวิรัตน์ มณีรัตนะพร	34,171,600	0.99
10	กองทุนเปิด ทีเอสโก้ Mid/Small Cap อิควิตี	33,878,900	0.99

3.7. ข้อมูลอื่นที่อาจมีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ

-ไม่มี-

4. **ความเห็นของคณะกรรมการบริษัทเกี่ยวกับความพอเพียงของเงินทุนหมุนเวียนของบริษัทฯ**

คณะกรรมการบริษัทเห็นว่า การเข้าทำธุรกรรมการซื้อหุ้น VGM จะไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องของบริษัทฯ เนื่องจากบริษัทฯ จะใช้แหล่งเงินทุนสำหรับการลงทุนดังกล่าวจากการออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น (รายละเอียดที่ปรากฏตามแบบรายงานการเพิ่มทุนของบริษัทฯ มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) (สิ่งที่ส่งมาด้วย 6))

5. **คดีความหรือข้อเรียกร้องที่มีสาระสำคัญซึ่งอยู่ระหว่างดำเนินการ**

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทฯ มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจจะมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ ดังนี้

เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2560 บริษัทฯ ได้ทำสัญญาให้บริการเวลาโฆษณาออกอากาศของสื่อโฆษณาบนโครงข่ายโฆษณา 4 จุดติดตั้ง กับบริษัท ไมดาส โกลบอล มีเดีย จำกัด (“ไมดาส”) ในอัตราค่าบริการตลอดอายุสัญญาเป็นเงินจำนวน 27 ล้านบาท โดยในวันทำสัญญา บริษัทฯ ได้ชำระเงินค่าบริการดังกล่าวทั้งหมด อย่างไรก็ตาม เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2561 ไมดาสยื่นฟ้องบริษัทฯ และบริษัท วี จี ไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน) (“บริษัทใหญ่”) โดยเรียกค่าเสียหายเป็นจำนวนเงินประมาณ 24 ล้านบาท จากการที่บริษัทฯ และบริษัทใหญ่ผิดข้อตกลงและสัญญาที่ทำไว้กับไมดาส ปัจจุบัน คดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลแพ่ง ทั้งนี้ ฝ่ายบริหารของบริษัทฯ เชื่อว่าเหตุการณ์ดังกล่าวจะไม่เกิดผลเสียหายที่เป็นสาระสำคัญต่อบริษัทฯ เนื่องจากเชื่อมั่นว่าบริษัทฯ ไม่ผิดข้อตกลงและสัญญาที่ได้ทำไว้กับไมดาส จึงไม่มีเหตุที่จะต้องรับผิดขอค่าเสียหายดังกล่าว

6. **ผลประโยชน์หรือรายการที่เกี่ยวข้องกันระหว่างบริษัทฯ กับกรรมการ ผู้บริหาร และผู้ถือหุ้นที่ถือหุ้นทั้งทางตรงหรือทางอ้อมตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปตามที่ปรากฏในงบการเงินของปีที่ผ่านมาจนถึงไตรมาสล่าสุด**

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายการธุรกิจที่สำคัญกับกิจการที่เกี่ยวข้องกัน รายการธุรกิจดังกล่าวเป็นไปตามเงื่อนไขทางการค้าและเกณฑ์ตามที่ตกลงกันระหว่างบริษัทฯ บริษัทย่อยและกิจการที่เกี่ยวข้องกันเหล่านั้น ซึ่งเป็นไปตามปกติธุรกิจ โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม

	งบการเงิน				นโยบายการ กำหนดราคา
	งบการเงิน		เฉพาะ		
	รวม		กิจการ		
2561	2560	2561	2560		
<u>รายการธุรกิจกับบริษัทย่อย</u>					
(ตัดออกจากงบการเงินรวมแล้ว)					
รายได้ค่าเช่าป้าย	-	-	655	1,150	อัตราตามสัญญา
รายได้ค่านายหน้า	-	-	2,699	4,160	อัตราตามสัญญา
รายได้ค่าที่ปรึกษาและบริการทางบัญชี	-	-	174	192	อัตราตามสัญญา
รายได้ค่าเช่าสำนักงาน	-	-	311	271	อัตราตามสัญญา
เงินปันผลรับ	-	-	1,650	375	อัตราที่ประกาศจ่าย ร้อยละ 1.95 ถึง 5.00 ต่อ
ดอกเบี้ยรับ	-	-	4,172	785	ปี
รายได้อื่น	-	-	836	520	อัตราตามสัญญา
ต้นทุนการให้บริการ	-	-	49,456	22,601	อัตราตามสัญญา
ค่านายหน้า	-	-	277	27	อัตราตามสัญญา
<u>รายการธุรกิจกับบริษัทใหญ่ชั้นกลางของกลุ่มบริษัท</u>					
ต้นทุนการให้บริการ	2,766	2,766	-	-	อัตราตามสัญญา
<u>รายการธุรกิจกับบริษัทใหญ่</u>					
รายได้ค่าเช่าป้าย	2,281	-	2,281	-	อัตราตามสัญญา
รายได้ค่าบริการ	58,773	29,254	-	-	อัตราตามสัญญา
ต้นทุนการให้บริการ	1,125	861	1,125	-	อัตราตามสัญญา
ค่านายหน้า	13,950	-	261	-	อัตราตามสัญญา
ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย	-	45	-	-	อัตราตามสัญญา
<u>รายการธุรกิจกับบริษัทร่วม</u>					
ดอกเบี้ยรับ	231	336	-	-	ร้อยละ 5.00 ต่อปี
ค่าเช่าสำนักงาน	3,104	3,017	2,020	2,027	อัตราตามสัญญา
<u>รายการธุรกิจกับกิจการที่เกี่ยวข้องกัน</u>					
รายได้ค่าผลิตสื่อโฆษณา	5,010	2,542	48	-	อัตราตามสัญญา
รายได้ค่าเช่าป้าย	-	40	-	-	อัตราตามสัญญา
ต้นทุนการให้บริการ	79	-	79	-	อัตราตามสัญญา

(หน่วย: พันบาท)

สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม

	งบการเงิน				นโยบายการ กำหนดราคา
	งบการเงิน		เฉพาะ		
	รวม		กิจการ		
	2561	2560	2561	2560	
ค่าเช่าสำนักงาน	63	58	-	-	อัตราตามสัญญา

7. การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

ภายหลังจากการเข้าทำธุรกรรมการซื้อหุ้น VGM ตามรายละเอียดปรากฏในสารสนเทศเกี่ยวกับการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันและการได้มาซึ่งสินทรัพย์ของบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) (สิ่งที่ส่งมาด้วย 3) บริษัทฯ จะมีบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจโฆษณาในประเทศมาเลเซีย 2 บริษัท ได้แก่ (1) Maco Outdoor Sdn. Bhd. (“MOSB”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 โดย ณ ปัจจุบัน MOSB ถือหุ้นอยู่ใน ECSB ซึ่งเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจให้บริการและผลิตสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยในประเทศมาเลเซีย ในสัดส่วนร้อยละ 40 ของหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมดของ ECSB และ (2) VGM ซึ่งเป็นบริษัทที่บริษัทฯ จะถือหุ้นร่วมกับ VGI ในสัดส่วนร้อยละ 75 และร้อยละ 25 ของหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมดของ VGM (ตามลำดับ) ทั้งนี้ การที่ VGI ยังคงสัดส่วนการถือหุ้นใน VGM อยู่ในสัดส่วนร้อยละ 25 เนื่องจาก VGI เป็นผู้นำตลาดในด้านธุรกิจสื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชนที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ ดังนั้น เพื่อประโยชน์ในการประมูลงานสื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชนของ VGM ในอนาคต รวมไปถึงการบริหารจัดการสื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของ VGM การที่ VGI เป็นผู้ถือหุ้นของ VGM จะช่วยเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและศักยภาพในการแข่งขันของ VGM

ในการนี้ เพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตระหว่างบริษัทฯ VGI MOSB และ VGM บริษัทฯ มีนโยบายและวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ดังนี้

1. หากบริษัทฯ หรือ VGI ได้รับโอกาสทางธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านอื่น ๆ ในประเทศมาเลเซีย หรือประเทศอื่นใด ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ บริษัทฯ และ VGI มีแผนที่จะดำเนินธุรกิจผ่านทาง VGM และ/หรือ บริษัทฯ ซึ่งจะได้มีการจัดตั้งใหม่ที่บริษัทฯ และ VGI จะถือหุ้นในสัดส่วนเท่ากับที่บริษัทฯ และ VGI ถือใน VGM เท่านั้น โดย VGI จะไม่ดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านในทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วยตัวเองเพื่อมิให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ในขณะที่ MOSB จะดำเนินธุรกิจผ่านการถือหุ้นใน ECSB เท่านั้น โดยการขยายธุรกิจของ ECSB ในอนาคต จะเป็นไปตามที่ Mr. Lim Chee Seng ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของ ECSB โดยถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 50 ของหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมดของ ECSB เป็นผู้กำหนด ทั้งนี้ Mr. Lim Chee Seng ไม่มีความสัมพันธ์หรือส่วนได้เสียกับกลุ่มบริษัทหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกันของกลุ่มบริษัท แต่อย่างใด

2. VGI จะให้สิทธิ์ต่อกรรมการ และผู้บริหารของ VGM ทำหน้าที่กำหนดนโยบายการบริหารงานและบริหารกิจการของ VGM เพื่อประโยชน์สูงสุดของ VGM ในฐานะที่เป็นผู้ได้รับผลตอบแทนในการทำหน้าที่สำหรับ VGM ทั้งนี้ VGI มีนโยบายให้ผู้บริหารทุกคนของ VGM เป็นผู้บริหารมืออาชีพและไม่มีความสัมพันธ์หรือส่วนได้เสียกับ VGI แต่อย่างใด

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการกำหนดนโยบายการบริหารงานของบริษัทฯ และ VGI ให้มีอิสระต่อกัน กรรมการ กรรมการบริหาร และผู้บริหารของแต่ละบริษัทจะทำหน้าที่ของตนเองในการบริหารกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้ถือหุ้นของแต่ละบริษัท โดย VGI จะทำให้ตัวแทนจาก VGI ทั้งหมดในฐานะกรรมการ และผู้บริหารของบริษัทฯ ตระหนักถึงหน้าที่และความรับผิดชอบของตน เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ และปฏิบัติตามข้อบังคับกฎหมาย และกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและมีผลบังคับใช้ในขณะนั้น

ทั้งนี้ บริษัทฯ และ VGI จะบังคับใช้มาตรการดังกล่าวข้างต้นตราบเท่าที่ VGI ยังคงเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่และผู้ที่มีอำนาจควบคุมในบริษัทฯ

8. สรุปสาระสำคัญของสัญญาที่สำคัญของบริษัทฯ ในช่วงระยะเวลา 2 ปี

1. สัญญาให้สิทธิติดตั้งป้ายโฆษณาบริเวณต่อม่อสะพานรถยนต์ข้ามทางแยกและสะพานยกระดับของกรุงเทพมหานคร สะพานกลุ่มที่ 2 และสัญญาให้สิทธิติดตั้งป้ายโฆษณาบริเวณต่อม่อสะพานรถยนต์ข้ามทางแยกและสะพานยกระดับของกรุงเทพมหานคร สะพานกลุ่มที่ 3 ระหว่าง บริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด (“M&M”) กับกรุงเทพมหานคร โดยภายใต้สัญญาดังกล่าว M&M ได้รับสิทธิในการก่อสร้างและติดตั้งป้ายโฆษณาเพื่อหาประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เป็นระยะเวลา 9 ปี สิ้นสุดวันที่ 6 มกราคม 2567
2. สัญญาให้สิทธิติดตั้งป้ายโฆษณาบริเวณเสาของระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร ระหว่าง M&M และ บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยภายใต้สัญญาดังกล่าว M&M ได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการติดตั้งและบริหารจัดการป้ายโฆษณาบริเวณเสาของระบบรถไฟฟ้าบีทีเอสเพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เป็นระยะเวลา 13 ปี สิ้นสุดวันที่ 30 พฤษภาคม 2568

9. แบบหนังสือมอบฉันทะ

รายละเอียดของหนังสือมอบฉันทะและข้อมูลของกรรมการอิสระที่บริษัทฯ เสนอชื่อให้เป็นผู้รับมอบฉันทะของผู้ถือหุ้น มีรายละเอียดปรากฏตามหนังสือมอบฉันทะ (สิ่งที่ส่งมาด้วย 9) และรายชื่อและรายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการอิสระ (สิ่งที่ส่งมาด้วย 10) ของหนังสือเชิญประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2561