

ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการดำเนินงาน

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในประเทศไทยเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด โดยสื่อโฆษณาแบบดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวิทยุ มียอดการใช้สื่อลดลงอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่สื่อโฆษณานอกบ้านและสื่อออนไลน์/ สื่อดิจิทัล ได้กลายเป็นตัวเลือกที่สำคัญสำหรับการโฆษณาในยุคปัจจุบัน

การขยายตัวของสื่อโฆษณานอกบ้านและสื่อออนไลน์ในช่วงที่ผ่านมา เป็นผลมาจากรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปของคนยุคใหม่ ผู้คนตามเมือง หลวงและหัวเมืองใหญ่ที่นิยมใช้เวลาอยู่นอกบ้านกันมากขึ้น นอกจากนี้การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์สมาร์ทโฟน รวมไปถึงความนิยมในการใช้สื่อทั้งสองประเภทที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารด้านโฆษณาและการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

สำหรับสื่อโฆษณานอกบ้าน การเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดคือการมุ่งเน้นผสมผสานและเชื่อมต่อสื่อออฟไลน์และออนไลน์เข้าไว้ด้วยกันแทนการโฆษณาบนแพลตฟอร์มสื่อออกบ้านเพียงอย่างเดียว การใช้สื่อรูปแบบใหม่นี้ได้ถูกพิสูจน์ให้เห็นแล้วว่าสามารถช่วยให้การโฆษณาเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และเฉพาะเจาะจงกว่าสื่อโฆษณาในรูปแบบเดิม ทำให้ผู้ลงโฆษณาสามารถสร้างการรับรู้ในสินค้า (awareness) สร้างความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับผู้บริโภค (engagement) และยังสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือสมัครใช้บริการของแบรนด์นั้นได้ (conversion) ในยุคแห่งการเปลี่ยนผ่านนี้ บริษัทที่สามารถปรับตัวเองให้ตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้บริโภคได้ก่อน จะอยู่รอดและมีผลงานที่โดดเด่นมากกว่าผู้เล่นรายอื่นในธุรกิจเดียวกัน

การเปลี่ยนแปลงต่างๆ เหล่านี้ ทำให้ VGI ได้ปฏิวัติตนเองจนกลายเป็นผู้เล่นรายแรกที่สามารถให้บริการสื่อรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ หรือโอทูโอ ("O2O") โซลูชันส์ ที่สมบูรณ์แบบ ปัจจุบัน VGI ก้าวขึ้นเป็นผู้ให้บริการโฆษณาที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในการโฆษณาและการสื่อสารได้ครบทั้งรอบด้าน เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในทุกๆ จุดของการเดินทาง โดยในปี 2560/61 VGI ได้เริ่มเปิดตัวผลิตภัณฑ์ภายในแคมเปญ O2O โซลูชันส์ ซึ่งได้พิสูจน์ให้เห็นว่าสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้แข็งแกร่ง ทั้งนี้บริษัทฯ คาดหวังว่าแคมเปญดังกล่าวจะสามารถสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่องให้แก่ทุกธุรกิจในปี 2561

เหตุการณ์สำคัญในไตรมาส 1 ปี 2561/62

พฤษภาคม 2561

- วันที่ 23 พฤษภาคม 2561 VGI ได้ประกาศวิสัยทัศน์ใหม่เป็น "Pioneering Solutions for Tomorrow" พร้อมขยายจากธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้าน เข้าสู่ธุรกิจใหม่ เชื่อมออฟไลน์และออนไลน์ไว้ด้วยกัน เพื่อโมเดลธุรกิจที่สมบูรณ์แบบ ตอกย้ำความเป็นผู้นำบริการ O2O Solutions ที่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าและผู้บริโภคได้ครบทุกขั้นตอน



กรกฎาคม 2561

- บริษัทฯ ได้แต่งตั้ง นายเนลสัน เหลียง ขึ้นตำแหน่งเป็นกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 5 กรกฎาคม 2561 เป็นต้นไป โดยในปี 2560/61 นายเนลสันได้เป็นกำลังสำคัญในการผลักดันให้ VGI ก้าวไปข้างหน้าและริเริ่มการผสมผสานสื่อโฆษณาทั้งหมดของบริษัทฯ เข้ากับฐานข้อมูลที่มี จนเกิดเป็นกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจแบบ O2O โซลูชันส์ ทั้งนี้ นายเนลสันมุ่งมั่นที่จะนำพา VGI ไปข้างหน้าและรักษาตำแหน่งความเป็นผู้นำแนวหน้าในอุตสาหกรรมเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายของบริษัทฯ
- วันที่ 5 กรกฎาคม 2561 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติการขายบริษัท VGI Global Media (Malaysia) Sdn. Bhd. (“VGM”) จำนวนทั้งสิ้น 75% หรือคิดเป็นเงิน 360 ล้านบาท ให้แก่บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) (“MACO”) โดยการซื้อขายนี้คาดว่าจะแล้วเสร็จภายในไตรมาสที่ 3 ของปี 2561/62 ทั้งนี้เนื่องจากกลยุทธ์ของ VGI ในปัจจุบันมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการสร้าง O2O ecosystem ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม VGI ยังมองเห็นศักยภาพในธุรกิจสื่อโฆษณาในต่างประเทศ บริษัทฯ จึงตัดสินใจขายธุรกิจนี้ให้แก่ MACO ซึ่งจะยังคงสำคัญในการขยายธุรกิจไปในระดับอาเซียนต่อไป
- VGI ประสบความสำเร็จในการเข้าซื้อ 23% ในบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (“Kerry Express”) คิดเป็นเงินลงทุนทั้งสิ้น 5,901 ล้านบาท Kerry Express เป็นบริษัทชั้นนำที่ดำเนินธุรกิจโลจิสติกส์ครบวงจร และให้บริการจัดส่งพัสดุไปยังสถานที่ต่างๆ เป็นจำนวนกว่า 800,000 ชิ้นต่อวัน ปัจจุบัน Kerry Express มีบริการส่งของหลายช่องทาง ได้แก่ 1) ธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) 2) ธุรกิจกับบุคคล (B2C) และ 3) บุคคลกับบุคคล (C2C) โดยการเข้าถือหุ้นในครั้งนี้ถือเป็นการก้าวสำคัญของ VGI ในการสร้าง O2O ecosystem ที่ครอบคลุมธุรกิจสื่อโฆษณา ธุรกิจบริการชำระเงิน และธุรกิจโลจิสติกส์ ให้สมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น ด้วยการขยายขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจไปยังโลจิสติกส์ ซึ่งจะช่วยให้เชื่อมต่อกับ VGI ให้เข้าถึงผู้บริโภคได้กว้างขึ้น และสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้บริโภคผ่านการบริการของ Kerry Express



- วันที่ 19 กรกฎาคม 2561 บริษัทฯ ได้จัดตั้งบริษัท บีวี มีเดีย แอดส์ จำกัด (“BVTV”) ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนในอัตรา 50:50 ระหว่าง VGI และบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด (“ช่อง 7”) โดย VGI และช่อง 7 จะร่วมมือกันสร้างแพคเกจสื่อโฆษณาใหม่ที่รวมสื่อโฆษณาแบบออฟไลน์และออนไลน์ รวมถึงใช้แคมเปญส่งเสริมการตลาดผ่านเหล่าดารา หรือคนดัง โดยบริษัทฯ คาดหวังว่า การทำกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับช่อง 7 ภายใต้ BVTV จะช่วยเพิ่มความหลากหลายให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการ O2O โซลูชันส์ต่อไปในอนาคต

สิงหาคม 2561

- ใบสำคัญแสดงสิทธิของ VGI ครั้งที่ 1 (“VGI-W1”) หมดอายุลงเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2561 โดยบริษัทได้รับเงินสดจากการใช้สิทธิแปลงสภาพ VGI-W1 ทั้งสิ้น 8,618 ล้านบาท หรือ 72% ของทั้งหมด ทั้งนี้เงินที่ได้รับจาก VGI-W1 นี้ได้นำมาใช้สำหรับการเข้าลงทุนใน Kerry Express ในขณะที่เงินที่เหลือบริษัทฯ ได้วางแผนจะนำไปใช้เพื่อการซื้อหุ้นเพิ่มทุนของ MACO ตามสัดส่วนการถือหุ้น (Right Offerings) และใช้เพื่อการลงทุนขยายธุรกิจดิจิทัลและออนไลน์

¹ ตามรอบบัญชี ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2561 VGI บันทึกลูกหนี้จากการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิจำนวน 7,121 ล้านบาท

ภาพรวมผลการดำเนินงานไตรมาส 1 ปี 2561/62

งบการเงินรวม

(ล้านบาท)	ไตรมาส 1 2560/61	ไตรมาส 4 2560/61	ไตรมาส 1 2561/62	QoQ (%)	YoY (%)
รายได้จากการให้บริการ	852	1,128	1,077	-4.6%	26.5%
ต้นทุนการให้บริการ	356	406	392	-3.5%	10.1%
กำไรขั้นต้น	496	722	685	-5.1%	38.2%
EBITDA	352	524	507	-3.2%	43.9%
EBITDA (ปรับปรุง) ¹	361	535	542	1.3%	50.3%
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้	251	413	384	-7.1%	53.0%
ดอกเบี้ยจ่าย	23	17	15	-10.2%	-33.5%
ภาษีเงินได้	55	66	82	23.8%	50.4%
กำไรสุทธิ ²	175	288	261	-9.3%	49.4%
กำไรสุทธิ (ปรับปรุง) ³	192	305	304	-0.6%	58.4%
อัตรากำไรขั้นต้น	58.2%	64.0%	63.6%		
อัตรา EBITDA	41.4%	46.4%	47.1%		
อัตรา EBITDA (ปรับปรุง)	42.3%	47.4%	50.3%		
อัตรากำไรสุทธิ	20.5%	25.5%	24.3%		
อัตรากำไรสุทธิ (ปรับปรุง)	22.5%	27.1%	28.2%		

หมายเหตุ:

¹ไม่รวม 1) ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในบริษัทร่วมค้าและบริษัทร่วม และ 2) ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกิดขึ้นเป็นประจำ²กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ตามงบการเงิน (ไม่รวมส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย)³กำไรสุทธิ (ไม่รวมส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย) ปรับปรุงด้วย 1) Purchase Price Allocation (PPA) จากการลงทุนใน MACO 2) ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกิดขึ้นเป็นประจำ และ 3) ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในบริษัทร่วมค้าและบริษัทร่วม

วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน (ไตรมาส 1 ปี 2561/62 เทียบกับไตรมาส 1 ปี 2560/61)

VGI เริ่มต้นปี 2561/62 ด้วยการแสดงศักยภาพของผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาส 1 ปี 2561/62 บริษัทฯ มีรายได้อยู่ที่ 1,077 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 26.5% หรือ 225 ล้านบาท จาก 852 ล้านบาท โดยการเติบโตดังกล่าวมาจากผลการดำเนินงานที่ดีอย่างต่อเนื่องจากธุรกิจสื่อโฆษณาออนไลน์

โครงสร้างรายได้ (ล้านบาท)

	ไตรมาส 1 2560/61			ไตรมาส 1 2561/62		
	ไตรมาส 1 2560/61	ไตรมาส 1 2561/62	YoY (%)	สัดส่วนรายได้ (%)		
	ไตรมาส 1 2560/61	ไตรมาส 1 2561/62		ไตรมาส 1 2560/61	ไตรมาส 1 2561/62	
สื่อโฆษณานอกบ้าน	755	997	32.1%	88.6%	92.5%	
สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน	519	620	19.5%	60.9%	57.6%	
สื่อโฆษณากลางแจ้ง	170	284	67.4%	19.9%	26.4%	
สื่อโฆษณาในอาคารสำนักงาน และอื่นๆ	66	93	40.0%	7.8%	8.6%	
ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล	97	80	-17.2%	11.4%	7.5%	
รวมรายได้จากการให้บริการ	852	1,077	26.5%	100.0%	100.0%	

ธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านมีรายได้อยู่ที่ 997 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 32.1% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยคิดเป็นสัดส่วนรายได้ 92.5% ของรายได้รวมในไตรมาส 1 ปี 2561/62 การขยายตัวของรายได้ถูกขับเคลื่อนโดยผลประกอบการที่เติบโตอย่างโดดเด่นในทุกกลุ่มธุรกิจ โดยมีปัจจัยสนับสนุนจาก Synergy จากบริการ O2O โซลูชันส์ การเพิ่มขึ้นของอัตราการใช้สื่อ การให้บริการสื่อดิจิทัลบิลบอร์ดของกลุ่มสื่อกลางแจ้ง รวมถึงการควบคุมงบประมาณการเงินจากบริษัท โคมอส จำกัด ("Co-Mass") โดยบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด มหาชน ("MACO")

สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชนมีรายได้ 620 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 19.5% สาเหตุหลักมาจากอัตราการใช้สื่อที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัล และพื้นที่เช่าเชิงพาณิชย์บนสถานี นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้รับผลประโยชน์จาก Synergy ของแคมเปญ O2O โซลูชันส์บน 10 สถานีของรถไฟฟ้าบีทีเอส ซึ่งสามารถสร้างรายได้กว่า 80 ล้านบาทในช่วงไตรมาส 1 ปี 2561/62

สำหรับ **สื่อโฆษณาในอาคารสำนักงานและอื่นๆ** มีรายได้อยู่ที่ 93 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 40.0% จากปีก่อนหน้า โดยสาเหตุหลักมาจากอัตราการใช้สื่อที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการปรับขึ้นราคาของสื่อโฆษณาในอาคารสำนักงาน นอกจากนี้บริษัท ยังมีการรับรู้รายได้จากสื่อโฆษณาใหม่ๆ ในธุรกิจสื่ออื่นๆ

ขณะที่**สื่อโฆษณากลางแจ้ง**มีการเติบโตอย่างโดดเด่นในไตรมาส 1 ปี 2561/62 โดยมีรายได้ 284 ล้านบาท เติบโตมากถึง 67.4% หรือ 114 ล้านบาท เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า สาเหตุหลักมาจากการรับรู้รายได้ต่อเนื่องจากสื่อโฆษณาดิจิทัลบิลบอร์ด จำนวน 35 จอ ที่เริ่มให้บริการเมื่อเดือนกรกฎาคม 2560 นอกจากนี้ยังมีการควมรวมงบการเงินของ Co-Mass โดย MACO ซึ่ง MACO ได้เข้าซื้อกิจการเมื่อเดือนมิถุนายน 2560 (โปรดอ่านรายละเอียดผลการดำเนินงานของสื่อโฆษณากลางแจ้งเพิ่มเติมในคำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับ ไตรมาส 2 ปี 2561 ของบริษัท MACO <http://maco.listedcompany.com/misc/mdna/20180806-maco-mdna-2q2018-th.pdf>)

ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล คิดเป็นสัดส่วน 7.5% ของรายได้การให้บริการรวม มีรายได้ 80 ล้านบาท ลดลง 17 ล้านบาท หรือ 17.2% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า สาเหตุหลักมาจากการลดลงของรายได้จากการบริหารโครงการ (project management)

การเติบโตอย่างโดดเด่นของรายได้มาพร้อมกับต้นทุนที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน ในไตรมาส 1 ปี 2561/62 บริษัท มี**ต้นทุนการให้บริการ**อยู่ที่ 392 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 36 ล้านบาท หรือ 10.1% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยการเพิ่มขึ้นนี้มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของอัตราค่าตอบแทนการให้สิทธิบริหารพื้นที่โฆษณาในระบบขนส่งมวลชนจาก 5% เป็น 10% (ส่วนแบ่งรายได้เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2555 ที่อัตรา 5% และเพิ่มขึ้น 5% ในทุกๆ 5 ปี) ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับ**สื่อโฆษณาดิจิทัลบิลบอร์ด 35 จอ** และการควมรวมงบการเงินของ Co-Mass โดย MACO ทั้งนี้บริษัท สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้เป็นอย่างดี ทำให้**อัตรากำไรสุทธิต่อรายได้**ลดลงมาอยู่ที่ 36.4% ลดลงจาก 41.8% ในช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ส่งผลให้**กำไรขั้นต้น**เพิ่มขึ้น 38.2% จาก 496 ล้านบาท เป็น 685 ล้านบาท โดยมี**อัตรากำไรขั้นต้น**เพิ่มขึ้นจาก 58.2% เป็น 63.6%

การขายธุรกิจอย่างต่อเนื่องทำให้บริษัท มี**ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร**เพิ่มขึ้น 25.2% หรือ 65 ล้านบาท จาก 257 ล้านบาท เป็น 322 ล้านบาท โดยมี**อัตรากำไรขั้นต้น**ในการขายและบริหารต่อรายได้ลดลงเหลือ 29.90% จาก 30.2% ในช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า

บริษัท มี EBITDA เพิ่มขึ้น 43.9% จาก 352 ล้านบาท มาอยู่ที่ 507 ล้านบาท และมี EBITDA (**ปรับปรุง**) เพิ่มขึ้นถึง 50.3% จาก 361 ล้านบาทปีก่อน เป็น 542 ล้านบาท

ดอกเบี้ยจ่ายลดลง 8 ล้านบาท จาก 23 ล้านบาท เป็น 15 ล้านบาทในไตรมาส 1 ปี 2561/62 และ **ภาษี** เพิ่มขึ้น 28 ล้านบาท จาก 55 ล้านบาท เป็น 82 ล้านบาท ในไตรมาสนี้ จากผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น

พัฒนาการอย่างต่อเนื่องของผลการดำเนินงานที่กล่าวมาข้างต้นส่งผลให้ **กำไรสุทธิ**ของบริษัทฯ ปรับตัวเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 261 ล้านบาท เติบโต 49.4% จาก 175 ล้านบาท ในไตรมาส 1 ปีก่อนหน้า ในขณะที่**กำไรสุทธิ (ปรับปรุง)** เพิ่มขึ้นมากถึง 58.4% จาก 192 ล้านบาท เป็น 304 ล้านบาท

ฐานะทางการเงิน

ในไตรมาสนี้ งบแสดงฐานะทางการเงินของบริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงหลัก 2 รายการได้แก่ 1) ผลกระทบจากการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิเป็นหุ้นสามัญเพิ่มทุน และ 2) การปรับปรุงงบแสดงฐานะทางการเงินย้อนหลัง ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 ที่นำมาแสดงเปรียบเทียบกับเพื่อสะท้อนถึงมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ที่ระบุได้และหนี้สินที่ได้มาของ Co-Mass ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ MACO โดยมีรายละเอียดเพิ่มเติมดังต่อไปนี้:-

- เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2561 ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิได้ใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ตามใบสำคัญแสดงสิทธิจำนวน 1,017 ล้านหน่วย ในราคาการใช้สิทธิหุ้นละ 7 บาท บริษัทฯ ได้รับเงินจากการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 7,121 ล้านบาท ในวันที่ 2 กรกฎาคม 2561 และได้จดทะเบียนเพิ่มทุนที่ออกและชำระแล้วกับกระทรวงพาณิชย์ในวันที่ 3 กรกฎาคม 2561 ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ จึงได้แสดงเงินค้างรับจากการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 7,121 ล้านบาท ดังกล่าวอยู่ภายใต้ “ลูกหนี้จากการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ” และบันทึกส่วนทุนอยู่ภายใต้ “ส่วนทุนจากการใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ” ในงบแสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2561
- บริษัทฯ ได้ปรับปรุงย้อนหลังงบแสดงฐานะการเงินรวม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 เพื่อสะท้อนถึงมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ของโคแมสภายหลังเสร็จสิ้นการวัดมูลค่าของสินทรัพย์ โดยมีรายการปรับปรุง ได้แก่ การนำรายการประมาณการผลแตกต่างระหว่างต้นทุนการซื้อเงินลงทุนกับสินทรัพย์สุทธิที่ระบุได้ของโคแมส 281 ล้านบาท ออกจากสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน และทดแทนด้วยการบันทึก 1) ค่าความนิยม 262 ล้านบาท และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน 36 ล้านบาท ในส่วนของสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน 2) หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี 7 ล้านบาท ในส่วนของหนี้สินไม่หมุนเวียน และ 3) ส่วนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของโคแมส 9 ล้านบาท ในส่วนของผู้ถือหุ้น

สินทรัพย์

รายละเอียดสินทรัพย์	31 มีนาคม 2561 (ปรับปรุงใหม่)		30 มิถุนายน 2561	
	(ล้านบาท)	% ของสินทรัพย์รวม	(ล้านบาท)	% ของสินทรัพย์รวม
เงินสด รายการเทียบเท่าเงินสด และเงินลงทุนชั่วคราว	1,905	19.8%	1,990	11.8%
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	1,078	11.2%	1,165	6.9%
ลูกหนี้จากการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ	65	0.7%	7,121	42.2%
อุปกรณ์ – สุทธิ	1,615	16.8%	1,735	10.3%
เงินลงทุนในบริษัทร่วมค้าและบริษัทร่วม	1,421	14.7%	1,389	8.2%
ค่าความนิยม	1,748	18.2%	1,748	10.4%
สินทรัพย์อื่น	1,799	18.7%	1,739	10.3%
สินทรัพย์รวม	9,632	100.0%	16,886	100.0%

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2561 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 16,886 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 75.3% หรือ 7,254 ล้านบาท จาก 9,632 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 โดยมีสินทรัพย์หมุนเวียน 10,956 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 195.7% หรือ 7,250 ล้านบาท สาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นของ 1) ลูกหนี้จากการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ 7,055 ล้านบาท 2) ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น 87 ล้านบาท (รายละเอียดในหัวข้อลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น) และ 3) เงินสด รายการเทียบเท่าเงินสด และเงินลงทุนชั่วคราว 85 ล้านบาท

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน 5,930 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.1% หรือ 4 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของ 1) อุปกรณ์ – สุทธิ 119 ล้านบาท ซึ่งรายการหลักมาจากจอโฆษณาดิจิทัลใหม่บนเครือข่ายรถไฟฟ้ามหานคร 69 ล้านบาท และที่ดิน อาคารและอุปกรณ์จากการควบรวมกิจการของบริษัทย่อยของ MACO จำนวน 50 ล้านบาท 2) เงินให้กู้ยืมระยะยาวแก่บริษัทร่วม 51 ล้านบาท อย่างไรก็ตามการเพิ่มขึ้นดังกล่าวถูกชดเชยด้วยการลดลงของ 3) เงินจ่ายล่วงหน้าสำหรับงานระหว่างทำ 79 ล้านบาท 4) สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น 69 ล้านบาท และ 5) ขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมค้าและบริษัทร่วม 34 ล้านบาท

ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น 1,165 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 87 ล้านบาท ตามการเพิ่มขึ้นของยอดขายในปี 2560/61 ทั้งนี้บริษัทฯ มีการให้เครดิตเทอมแก่ลูกค้า 60-90 วัน และมีนโยบายการตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ โดยพิจารณาจากอายุหนี้ที่ค้างชำระเกิน 120 วัน ประกอบกับประวัติการชำระเงินและความน่าเชื่อถือของลูกค้าแต่ละราย โดย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทฯ มีค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ 35 ล้านบาท

ลูกหนี้การค้าค้างค้าง (ล้านบาท)	31 มีนาคม 2561 (ปรับปรุงใหม่)	30 มิถุนายน 2561
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	647	619
ไม่เกิน 6 เดือน	164	241
6 เดือนขึ้นไป	22	22
รวม	833	883
% ต่อลูกหนี้รวม	77.3%	75.8%
สำรองค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	36	35
% ต่อลูกหนี้รวม	3.4%	3.0%

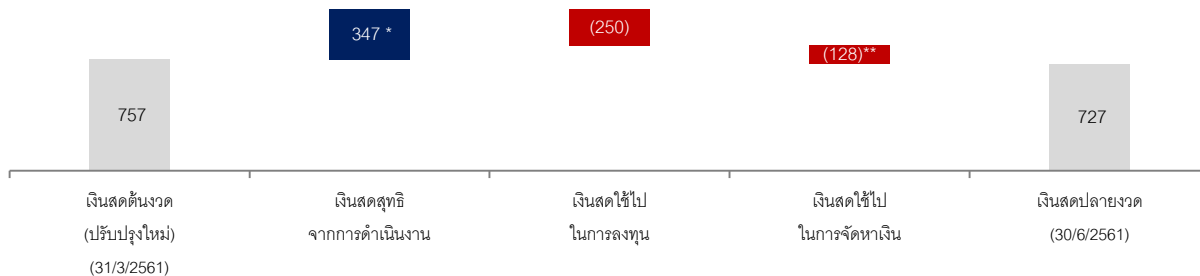
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

รายละเอียดหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	31 มีนาคม 2561 (ปรับปรุงใหม่)		30 มิถุนายน 2561	
	(ล้านบาท)	% ของหนี้สินและส่วนผู้ถือหุ้นรวม	(ล้านบาท)	% ของหนี้สินและส่วนผู้ถือหุ้นรวม
เงินกู้ยืมระยะสั้น	230	2.4%	275	1.6%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	285	3.0%	340	2.0%
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	571	5.9%	495	2.9%
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี	44	0.5%	46	0.3%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	918	9.5%	969	5.7%
เงินกู้ยืมระยะยาว	1,489	15.5%	1,477	8.7%
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	169	1.8%	172	1.0%
รวมหนี้สิน	3,706	38.5%	3,773	22.3%
ส่วนของผู้ถือหุ้น	5,926	61.5%	13,113	77.7%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	9,632	100.0%	16,886	100.0%

หนี้สินรวมเท่ากับ 3,773 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 66 ล้านบาท หรือ 1.8% จาก 3,706 ล้านบาท ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2561 โดยสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของ 1) เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น 55 ล้านบาท 2) เงินกู้ยืมระยะสั้น เงินกู้ยืมระยะยาว และเงินกู้ระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี จำนวน 47 ล้านบาท 3) ภาษีเงินได้ค้างจ่าย 40 ล้านบาท และ 4) เงินรับล่วงหน้าจากผู้ถือบัตรแบริบิท 17 ล้านบาท อย่างไรก็ตามการเพิ่มขึ้นดังกล่าวถูกชดเชยบางส่วนด้วยการลดลงของ 5) ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย 77 ล้านบาท ซึ่งรวมภาษีโรงเรือน 64 ล้านบาท และการชำระคืนเงินกู้ 12 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 13,113 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7,188 ล้านบาท หรือ 121.3% สาเหตุหลักมาจากการเงินรับล่วงหน้าค่าหุ้นเพิ่มทุนที่ได้รับจากการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ 7,055 ล้านบาท และการเพิ่มขึ้นของกำไรสะสม 261 ล้านบาท

สภาพคล่องและกระแสเงินสด (ล้านบาท)



* หลังหักผลต่างของจ่ายภาษีเงินได้และรับคืนภาษีเงินได้ (จำนวน -40 ล้านบาท) และหลังหักจ่ายดอกเบี้ย (จำนวน -15 ล้านบาท)

** รวมผลต่างจากการแปลงค่าทางการเงิน 0.1 ล้านบาท

สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2561 บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 727 ล้านบาท ลดลง 3.9% หรือ 30 ล้านบาท บริษัทฯ มีเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน 403 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 51.2% หรือ 136 ล้านบาท หลังจากหักการจ่ายภาษีเงินได้และรับคืนภาษีเงินได้ จำนวน 40 ล้านบาท (3 เดือน ปี 2560/61: 38 ล้านบาท) และจ่ายดอกเบี้ย 15 ล้านบาท (3 เดือน ปี 2560/61: 20 ล้านบาท) ทำให้บริษัทฯ มีเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน 347 ล้านบาท ส่วนของเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน จำนวน 250 ล้านบาท รายการหลักมาจากเงินสดจ่ายเพื่อซื้อเงินลงทุนชั่วคราว 115 ล้านบาท เงินสดจ่ายเพื่อลงทุนป้ายดิจิทัลบิลบอร์ด พัฒนาระบบดิจิทัลในขบวนรถไฟฟ้า ติดตั้งจอ LCD ในอาคารสำนักงานและอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 58 ล้านบาท เงินกู้ยืมระยะยาวให้แก่กิจการที่เกี่ยวข้องกัน 52 ล้านบาท และเงินลงทุนใน Meru Utama Sdn Bhd 44 ล้านบาท โดยรายการดังกล่าวถูกชดเชยจากดอกเบี้ยรับและเงินปันผลรับ 13 ล้านบาท และ 9 ล้านบาท ตามลำดับ ในส่วนของเงินสดสุทธิใช้ไปจากกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 128 ล้านบาท ส่วนใหญ่มาจากเงินสดใช้ไปเพื่อลงทุนในบริษัท มัลดีไซน์ จำกัด 163 ล้านบาท จ่ายเงินปันผล 65 ล้านบาท² และจ่ายคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจำนวน 11 ล้านบาท ทั้งนี้รายการดังกล่าวถูกชดเชยด้วยเงินสดรับจากการแปลงสภาพใบสำคัญแสดงสิทธิ VGI-W1 เป็นหุ้นสามัญ 65 ล้านบาท และเงินกู้ยืมระยะสั้น 45 ล้านบาท

² รวมเงินปันผลจ่ายของ MACO ที่ชำระแก่ผู้ถือหุ้นและผู้ถือหุ้นที่ไม่มีอำนาจควบคุม จำนวน 48 ล้านบาท และ 17 ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร		ไตรมาส 1 2560/61	ไตรมาส 1 2561/62
กำไรขั้นต้น	(%)	58.2%	63.6%
EBITDA จากการดำเนินงาน	(%)	41.4%	47.1%
เงินสดต่อการทำกำไร	(%)	82.8%	90.5%
กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้น ของบริษัทฯ	(%)	20.0%	23.2%
ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	(%)	35.4%	13.5%

อัตราส่วนประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

ผลตอบแทนจากสินทรัพย์	(%)	8.5%	7.4%
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร	(%)	60.1%	72.7%
การหมุนของสินทรัพย์	(เท่า)	0.4	0.3

อัตราส่วนสภาพคล่อง		31 มี.ค. 61	30 มิ.ย. 61
สภาพคล่อง	(เท่า)	1.8	5.2
สภาพคล่องหมุนเร็ว	(เท่า)	1.2	4.5
การหมุนเวียนลูกหนี้การค้า	(เท่า)	4.1	4.2
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	(วัน)	88.4	86.8
ระยะเวลารับหนี้	(วัน)	97.6	107.2

อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้

หนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	0.6	0.3
เงินกู้ยืมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	0.3	0.1

หมายเหตุ:

- เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2561 ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิได้ใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 1,017 ล้านหุ้น ที่ราคาใช้สิทธิหุ้นละ 7 บาท ต่อมาบริษัทฯ ได้จดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์ในวันที่ 3 กรกฎาคม 2561 ดังนั้นบริษัทฯ จึงบันทึก "เงินรับล่วงหน้าค่าหุ้นเพิ่มทุน" ในงบแสดงฐานะทางการเงิน ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2561
- อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ คำนวณโดยใช้สูตรตามตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

มุมมองของผู้บริหารต่อการดำเนินงานในอนาคต

ในปีนี้ VGI ฉลองครบรอบ 20 ปี ด้วยการประกาศวิสัยทัศน์เป็น “Pioneering Solutions for Tomorrow” พร้อมขยายจากธุรกิจสื่อโฆษณาออนไลน์ เข้าสู่ธุรกิจใหม่ที่เชื่อมโยงออฟไลน์และออนไลน์ไว้ด้วยกัน และนำเสนอบริการโฆษณารูปแบบใหม่ หรือ O2O โซลูชันส์ ปัจจุบันเราคือผู้นำบริการ O2O โซลูชันส์ รายแรกและรายเดียวในประเทศไทย ที่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าและผู้บริโภคได้ครบทุกขั้นตอน

ปัจจุบันอีโคซิสเต็ม (ecosystem) ของ VGI ประกอบด้วย 3 แพลตฟอร์มหลัก ได้แก่ 1) ธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านทั้งหมด (สื่อในระบบขนส่งมวลชน สื่อในอาคาร สำนักงาน ป้ายโฆษณา และสื่อในสนามบิน) 2) ธุรกิจให้บริการชำระเงินของ แอปเปิล กู้อุป และ 3) ธุรกิจโลจิสติกส์ที่ครบวงจรของบริษัท เคอรี่ เอ็กเพรส (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท เดโม เพาเวอร์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยมีฐานข้อมูลกระจายอยู่ในทุกแพลตฟอร์ม ซึ่งถือเป็นกุญแจสำคัญในการปลดล็อกศักยภาพการทำธุรกิจร่วมกันในทุกๆ ธุรกิจ

ทั้ง 3 แพลตฟอร์มดังกล่าวจะช่วยเปิดโอกาสในการสร้างรายได้จากช่องทางใหม่ๆ ให้แก่ VGI จากเดิมที่บริษัทฯ มีรายได้มาจากงบประมาณโฆษณาที่มักแปรผันตามสภาพตลาดสื่อโฆษณาในประเทศเพียงอย่างเดียว ไปสู่การคว้าส่วนแบ่งจากงบประมาณการตลาด และการเติบโตของตลาดอีคอมเมิร์ซ (e-Commerce) ที่กำลังมาแรงในประเทศไทย โดยทั้งหมดนี้จะทำให้ VGI มีโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเจริญเติบโตและแข่งขันในตลาดได้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

สำหรับปี 2561/62 บริษัทฯ เริ่มต้นปีใหม่ ด้วยการแสดงผลการดำเนินงานที่เติบโตอย่างต่อเนื่องจากช่วงปีที่ผ่านมา โดยในไตรมาสนี้บริษัทฯ มีรายได้เติบโตขึ้นจาก 852 ล้านบาท เป็น 1,077 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นอย่างโดดเด่นถึง 26.5% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ทั้งนี้บริษัทฯ คาดหวังว่าในปีนี้ บริษัทฯ จะมียาได้เพิ่มขึ้นเป็น 4,400 - 4,600 ล้านบาท และมีอัตรากำไรสุทธิอยู่ในช่วง 20 - 25% ตามลำดับ

.....

นางจิตเกษม หมุ่มมิ่ง
(ผู้อำนวยการใหญ่สายงานการเงิน)
บริษัท วี จี ไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน)