

# บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 2 ปี 2564/65 สิ้นสุด 30 กันยายน 2564

12 พฤศจิกายน 2564

## ภาพรวมธุรกิจไตรมาส 2 ปี 2564/65

สถานการณ์ความท้าทายที่เกิดจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ยังคงมีความไม่แน่นอนต่อเนื่องจากไตรมาส 1 ปี 2564/65 และยังคงส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยเฉพาะธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกบ้าน

- ในไตรมาส 2 ปี 2564/65 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานอยู่ที่ 923 ล้านบาท และมีผลขาดทุนสุทธิอยู่ที่ 9 ล้านบาท
  - ธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกบ้านมีรายได้ลดลง 38.8% YoY มาอยู่ที่ 294 ล้านบาท
  - ธุรกิจดิจิทัลมีรายได้เพิ่มขึ้น 165.2% YoY มาอยู่ที่ 629 ล้านบาท จากการเติบโตของกลุ่มแรปบิท และรับรู้รายได้จากการรวบรวมผลการดำเนินงานของบริษัท แฟนสลิ้งค์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด เป็นระยะเวลา 2 เดือน
- บริษัทฯ ประกาศความตั้งใจเข้าลงทุน 15.0% ในบริษัท เจ มาร์ท จำกัด (มหาชน) เพื่อขยายกลยุทธ์สู่ธุรกิจค้าปลีก

## พัฒนาการและกลยุทธ์ที่สำคัญในไตรมาส 2 ปี 2564/65

### 1) ธุรกิจสื่อโฆษณา

#### เทรนด์ใหม่ของการใช้สื่อโฆษณานอกบ้าน

- สื่อโฆษณานอกบ้านกลายเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มแฟนคลับและผู้มีชื่อเสียง จากความสามารถในการเข้าถึงผู้พบเห็น ที่สร้างปรากฏการณ์การโฆษณาที่น่าประทับใจในวงกว้าง นอกจากนี้สื่อโฆษณานอกบ้านยังสามารถเพิ่มความสัมพันธ์ (Engagement) ได้มากกว่าแพลตฟอร์มโฆษณาอื่น ผ่านการใช้นวัตกรรมและแคมเปญที่สามารถสื่อสารระหว่างกันได้ อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสื่อโฆษณาของ VGI ได้รับอิทธิพลจากเทรนด์ดังกล่าว โดยในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ที่ผ่านมา แคมเปญโฆษณาลงวันเกิดได้กลายเป็นหนึ่งในรายได้ใหม่ของ VGI ที่บริษัทฯ ได้ให้บริการโฆษณากว่า 17 แคมเปญ ผ่านทุกสื่อโฆษณานอกบ้านของบริษัทฯ เช่น สถานีรถไฟฟ้ามหานคร สื่อโฆษณาบนตัวรถไฟฟ้ามหานคร (Train Wrap) หน้าจอ LED ขนาดใหญ่ และหน้าจอ LED ของสื่อโฆษณาบนท้องถนน



# บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 2 ปี 2564/65 สิ้นสุด 30 กันยายน 2564

12 พฤศจิกายน 2564

## เพิ่มความสัมพันธ์กับผู้บริโภคผ่านสื่อโฆษณาและการตลาดใหม่ล่าสุด 'VGI Hanger'

- VGI ได้เพิ่มช่องทางการตลาดและการโฆษณาแบบใหม่ล่าสุดภายใต้ชื่อ VGI Hanger ซึ่งเปิดโอกาสให้นักโฆษณาและแบรนด์ต่างๆ สามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้โดยสารรถไฟฟ้ายูบีทีเอส ผ่านป้ายโฆษณาแบบแขวน โดยผู้โดยสารที่สนใจสามารถสแกน QR Code จากป้ายโฆษณาเพื่อลงทะเบียน และนำป้ายโฆษณาดังกล่าวไปรับสินค้าทดลองได้ฟรีที่จุดให้บริการสินค้าของแบรนด์



## 2) ธุรกิจบริการชำระเงิน

### การร่วมมือกับ Garmin ผู้นำด้านนาฬิกาอัจฉริยะ (Smartwatch)

- แรบบิทเข้าร่วมมือกับบริษัท การ์มิน (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผู้นำด้านเทคโนโลยีอัจฉริยะ เปิดตัวนาฬิการุ่นพิเศษ Garmin X Rabbit เพื่อตอบสนองต่อเทรนด์การใช้ชีวิตในรูปแบบใหม่ของสังคมไร้เงินสด และการใช้จ่ายที่ลดการสัมผัส โดยนาฬิกา Garmin X Rabbit ออกแบบให้ใช้งานภายใต้แนวคิด Touch and Go ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสะดวกในการใช้จ่ายที่มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้จ่ายด้านค่าโดยสารบีทีเอส หรือค่าโดยสารในรูปแบบอื่น และการชำระสินค้าและบริการของแบรนด์ชั้นนำอื่นๆ ผ่านทางเครื่องชำระเงินของทางแรบบิท การเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้จ่ายรูปแบบใหม่นี้ จะสามารถขยายฐานลูกค้าให้กับกลุ่มแรบบิทได้เป็นอย่างดี



### แรบบิท แคช

- บริษัท แรบบิท แคช จำกัด ("RCash") เปิดตัวแพลตฟอร์มบริการสินเชื่อผ่านดิจิทัล 100% ภายใต้แนวคิด "Money Rabbolution" เพื่อให้คนไทยเข้าถึงการบริการสินเชื่อที่ง่ายขึ้น ผ่านการนำข้อมูลทางเลือก (Alternative Data) มาใช้สำหรับการวิเคราะห์เพื่อปล่อยสินเชื่อ อีกทั้งสามารถสมัครสินเชื่อ ตรวจสอบผลการอนุมัติและรับเงินกู้ผ่านสมาร์ตโฟนในช่องทางดิจิทัล 100% ตั้งแต่ต้นจนจบ ทั้งนี้ RCash ได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์สินเชื่อร่วมกับบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ("KEX") และบริษัท ฮิวแมนิกา จำกัด (มหาชน) ("HUMAN") โดยมีแผนการให้บริการสินเชื่ออย่างเป็นทางการในไตรมาส 4 ปี 2564/65 ภายหลังจากได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจสินเชื่อจากธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่จะนำเสนอในระยะแรกได้แก่ สินเชื่อนาโน สินเชื่อสวัสดิการ สินเชื่อเงินด่วน และบริการสินเชื่อซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later)

### บัตรเครดิต

- จำนวนผู้ใช้บัตรเครดิตมีจำนวนทั้งสิ้น 14.5 ล้านใบ เพิ่มขึ้น 6.3%

### แรบบิท โลว์ เพย์

- จำนวนผู้ใช้บริการแรบบิท โลว์ เพย์ มีจำนวนทั้งสิ้น 9.0 ล้านราย เพิ่มขึ้น 14.0%

# บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 2 ปี 2564/65 สิ้นสุด 30 กันยายน 2564

12 พฤศจิกายน 2564

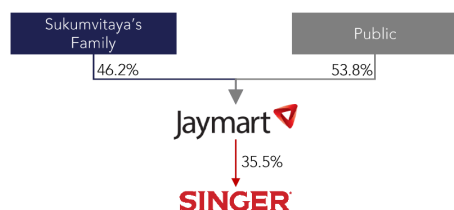
## 3) ธุรกิจค้าปลีก

### ขยายพันธมิตรทางธุรกิจผ่านการเข้าลงทุนใน Jaymart

- VGI ตอกย้ำการขยายเชิงกลยุทธ์สู่ธุรกิจค้าปลีก จากการประกาศเข้าลงทุน 15.0% ในบริษัท เจ มาร์ท จำกัด (มหาชน) ("Jaymart") โดยการลงทุนครั้งนี้จะทำให้ VGI สามารถเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับ Offline-to-Online (O2O) โซลูชันส์ และเติบโตไปพร้อมกับธุรกิจการจัดจำหน่ายที่มีการเติบโตอย่างมากในปัจจุบัน การร่วมมือกันในครั้งนี้จะช่วยให้ VGI และ Jaymart ร่วมกันสร้าง synergy ที่มีศักยภาพได้อย่างมากมาย เช่น การให้บริการสื่อโฆษณาและการตลาดของ VGI กับกลุ่มบริษัทของ Jaymart การใช้พื้นที่บนสถานีรถไฟฟ้ามหานครสำหรับการเป็นจุดรับสินค้า/ บริการ การขยายเครือข่ายการกระจายสินค้าของบริษัท แฟนสลิงค์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด ("Fanslink") ผ่านเครือข่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศของ Jaymart และบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน)

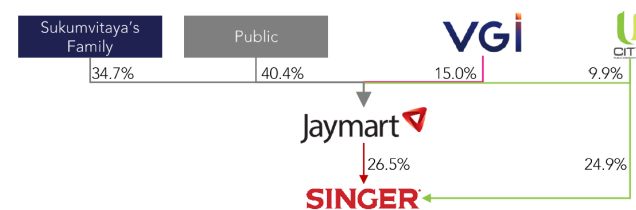
#### โครงสร้างผู้ถือหุ้นก่อนการเข้าทำรายการ

จำนวนหุ้นทั้งสิ้น 1,032,583,940 หุ้น



#### โครงสร้างผู้ถือหุ้นหลังการเข้าทำรายการ

จำนวนหุ้นทั้งสิ้น 1,374,945,327\* หุ้น



\*206,241,800 หุ้นโดย VGI และ 136,119,587 โดย U City

## 4) รางวัลและความรับผิดชอบต่อสังคม

### รางวัล

- ได้รับคัดเลือกให้เข้าร่วมรายชื่อหุ้นยั่งยืน หรือ The Thailand Sustainability Investment (THIS) List เป็นครั้งแรก จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประจำปี 2564 ซึ่งการได้รับคัดเลือกในครั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงการมีแนวทางบริหารจัดการในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม มีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีการบริหารงานตามหลักบรรษัทภิบาล
- คว้ารางวัลนักลงทุนสัมพันธ์ดีเด่นเป็นที่ 3 ติดต่อกัน จากงาน SET Awards 2021 ที่จัดขึ้นโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และวารสารการเงินการธนาคาร

### ความรับผิดชอบต่อสังคม

- มอบพื้นที่สื่อโฆษณาฟรี ผ่านโครงการช่วยเหลือต่างๆ อาทิ สนับสนุนพื้นที่สื่อให้กับองค์การยูนิเซฟ ในโครงการช่วยเหลือวิกฤติโรคขาดสารอาหารรุนแรงในเด็ก และร่วมสนับสนุนโครงการ "บริการช่วยเหลือ ผู้ป่วยโควิดที่บ้าน" เพื่อช่วยเหลือผู้ป่วย COVID-19 เป็นต้น

# บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 2 ปี 2564/65 สิ้นสุด 30 กันยายน 2564

12 พฤศจิกายน 2564

## ภาพรวมผลการดำเนินงานไตรมาส 2 ปี 2564/65

งบการเงินรวม

ล้านบาท	ไตรมาส 2	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	QoQ (%)	YoY (%)
	2563/64	2564/65	2564/65		
รายได้จากการให้บริการและการขาย	717	596	923	55.0%	28.7%
ต้นทุนการให้บริการและการขาย	(430)	(410)	(756)	84.3%	75.9%
กำไรขั้นต้น	287	185	167	-10.0%	-42.0%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(234)	(251)	(278)	10.7%	18.7%
รายได้อื่น	28	24	115	371.9%	315.0%
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนใน กิจการร่วมค้าและบริษัทร่วม	(53)	38	(23)	-160.2%	57.5%
EBITDA	140	119	101	-15.7%	-28.2%
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้	28	(4)	(19)	-409.6%	-167.0%
ดอกเบี้ยจ่าย	(19)	(15)	(16)	-7.7%	17.4%
ภาษีเงินได้	(16)	7	(6)	-184.3%	64.3%
กำไรสุทธิ*	12	10	(9)	-193.2%	-179.0%

อัตรากำไรขั้นต้น	40.1%	31.1%	18.1%
อัตรา EBITDA	19.6%	20.0%	10.9%
อัตรากำไรสุทธิ	1.7%	1.7%	-1.0%

\*กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ตามงบการเงิน (ไม่รวมส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย)

โครงสร้างรายได้

ล้านบาท	ไตรมาส 2	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	QoQ (%)	YoY (%)
	2563/64	2564/65	2564/65		
ธุรกิจสื่อโฆษณาออกบ้าน	480	378	294	-22.2%	-38.8%
สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน	417	349	271	-22.4%	-35.1%
สื่อโฆษณาในอาคาร สำนักงาน และอื่นๆ	63	29	23	-19.4%	-63.0%
ธุรกิจดิจิทัล	237	218	629	188.7%	165.2%
การบริการดิจิทัล	237	218	272	24.8%	14.6%
การค้าปลีก	-	-	357	100.0%	100.0%
รวมรายได้จากการให้บริการและการขาย	717	596	923	55.0%	28.7%

สัดส่วนรายได้ (%)

	ไตรมาส 2	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2
	2563/64	2564/65	2564/65
ธุรกิจสื่อโฆษณาออกบ้าน	66.9%	63.4%	31.8%
สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน	58.2%	48.0%	22.2%
สื่อโฆษณาในอาคาร สำนักงาน และอื่นๆ	8.8%	4.8%	2.5%
ธุรกิจดิจิทัล	33.1%	36.6%	68.2%
การบริการ	33.1%	36.6%	29.5%
การค้าปลีก	-	-	38.7%
รวมรายได้จากการให้บริการและการขาย	100.0%	100.0%	100.0%

# บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 2 ปี 2564/65 สิ้นสุด 30 กันยายน 2564

12 พฤศจิกายน 2564

## วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน (ไตรมาส 2 ปี 2564/65 เทียบกับไตรมาส 2 ปี 2563/64)

สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในประเทศไทยยังคงมีความไม่แน่นอนต่อเนื่องจากไตรมาสที่ 1 ปี 2564/65 อันเนื่องมาจากจำนวนผู้ติดเชื้อ COVID-19 ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนผู้ป่วยใหม่กว่า 20,000 รายต่อวัน ในช่วงเดือนสิงหาคม 2564 ทั้งนี้เพื่อความคุ้มครองสถานการณ์ดังกล่าว รัฐบาลได้เพิ่มมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดที่เข้มงวดมากขึ้น ส่งผลให้ผลการดำเนินงานรวมของบริษัทฯ โดยเฉพาะธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกบ้าน (“OOH”) ยังคงได้รับผลกระทบ อย่างไรก็ตามรายได้จากการให้บริการและการขายของบริษัทฯ ในไตรมาส 2 ปี 2564/65 เพิ่มขึ้น 28.7% YoY มาอยู่ที่ 923 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเติบโตของกลุ่มแรมบิท รวมถึงการควบรวมกิจการของบริษัท แฟนสลิ้งค์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด (“Fanslink”)

ในไตรมาสนี้ VGI ได้เข้าเป็นพันธมิตรผ่านการลงทุนใน Fanslink และกลายเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ส่งผลให้บริษัทฯ ต้องทำการควบรวมงบการเงินของ Fanslink ตั้งแต่เดือนเดือนสิงหาคม 2564 เป็นต้นไป โดยผลการดำเนินงานของ Fanslink เกิดจากการขายสินค้าผ่านช่องทางดิจิทัลและออนไลน์ ดังนั้นบริษัทฯ จึงบันทึกผลการดำเนินงานของ Fanslink ในส่วนงานธุรกิจดิจิทัลภายใต้ชื่อธุรกิจการค้าปลีก

ธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกบ้าน มีรายได้ลดลง 38.8% YoY มาอยู่ที่ 294 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ส่งผลให้รายได้ของธุรกิจสื่อโฆษณาทุกประเภทลดลง

- สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน มีรายได้ 271 ล้านบาท ลดลง 35.1% YoY จาก 417 ล้านบาท
- สื่อโฆษณาในอาคารสำนักงานและอื่นๆ มีรายได้ 23 ล้านบาท ลดลง 63.0% YoY จาก 63 ล้านบาท

ธุรกิจดิจิทัล มีรายได้เพิ่มขึ้น 165.2% YoY มาอยู่ที่ 629 ล้านบาท มาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ค่าคอมมิชชั่น และ Lead generation ภายใต้การดำเนินงานของกลุ่มแรมบิท และการรับรู้รายได้จากการควบรวมกิจการ Fanslink ซึ่งบันทึกตั้งแต่วันที่สิงหาคม 2564

- การบริการ มีรายได้ 272 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14.6% YoY จาก 237 ล้านบาท
- การค้าปลีก มีรายได้ 357 ล้านบาท

รายได้อื่นอยู่ที่ 115 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 315.0% YoY โดยสาเหตุหลักเกิดจากการรับรู้กำไรที่ยังไม่เกิดขึ้นจริงจากการปรับมูลค่ายุติธรรมในสินทรัพย์ทางการเงินของ AnyMind Group Inc. (“AnyMind”) และใบสำคัญแสดงสิทธิ MACO-W3

การควบรวมกิจการโดยรวมผลการดำเนินงานของ Fanslink ได้ส่งผลให้ต้นทุนการบริการและการขายของบริษัทฯ เพิ่มขึ้น 75.9% YoY มาอยู่ที่ 756 ล้านบาท อัตราส่วนต้นทุนต่อรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 81.9% จาก 59.9% ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นลดลงเป็น 18.1% จาก 40.1% ในช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารเพิ่มขึ้นเป็น 278 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18.7% YoY อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้ลดลงเป็น 30.1% จาก 32.6% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า

บริษัทฯ บันทึกส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในการร่วมค่าและบริษัทร่วมจำนวน 23 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนซึ่งมีส่วนแบ่งขาดทุน 53 ล้านบาท โดยมีสาเหตุมาจากผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นของบริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) (“MACO”) พัฒนาการดังกล่าวเป็นผลมาจากการรับรู้รายได้ค่าตอบแทนขึ้นต่อจากธุรกิจโฆษณาในประเทศของ MACO ประกอบกับผลการดำเนินงานของธุรกิจสื่อโฆษณาในต่างประเทศของ MACO มีแนวโน้มที่ดีขึ้น

จากที่กล่าวไปข้างต้นส่งผลให้บริษัทฯ มีผลขาดทุนสุทธิที่ 9 ล้านบาท ลดลง 179.0% YoY และมีอัตรขาดทุนสุทธิ 1.0%

# บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 2 ปี 2564/65 สิ้นสุด 30 กันยายน 2564

12 พฤศจิกายน 2564

## ฐานะทางการเงิน

### สินทรัพย์

รายละเอียดสินทรัพย์	31 มีนาคม 2564		30 กันยายน 2564	
	(ล้านบาท)	% ของ สินทรัพย์รวม	(ล้านบาท)	% ของ สินทรัพย์รวม
เงินสด รายการเทียบเท่าเงินสด และสินทรัพย์ทางการเงิน หมุนเวียนอื่น	1,461	7.0%	1,505	7.4%
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	794	3.8%	879	4.3%
อุปกรณ์ – สุทธิ	1,220	5.8%	1,133	5.6%
เงินลงทุนในบริษัทร่วมค้า บริษัทร่วม และสินทรัพย์ทางการเงินไม่ หมุนเวียนอื่น	15,019	71.6%	13,842	68.0%
ค่าความนิยม และประมาณการผลแตกต่างระหว่างต้นทุนการซื้อ เงินลงทุนในบริษัทย่อยกับสินทรัพย์สุทธิที่ระบุได้ของผู้ถูกซื้อ	291	1.4%	315	1.5%
<b>สินทรัพย์อื่น</b>	<b>2,185</b>	<b>10.4%</b>	<b>2,673</b>	<b>13.1%</b>
<b>สินทรัพย์รวม</b>	<b>20,970</b>	<b>100.0%</b>	<b>20,347</b>	<b>100.0%</b>

ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 20,347 ล้านบาท ลดลง 623 ล้านบาท หรือ 3.0% จาก 20,970 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564

สินทรัพย์หมุนเวียน 3,661 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14.0% หรือ 450 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของ 1) สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น 458 ล้านบาท 2) สินค้าคงเหลือ 375 ล้านบาท อย่างไรก็ตามสินทรัพย์หมุนเวียนที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวถูกหักลบด้วยการลดลงของ 3) เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 414 ล้านบาท

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน 16,687 ล้านบาท ลดลง 6.0% หรือ 1,073 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการลดลงของ 1) สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น 941 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่มาจากการปรับมูลค่ายุติธรรมจากเงินลงทุนในบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) (“PlanB”), iClick Interactive Asia Group Limited (“iClick”) และ AnyMind

ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น 879 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.7% หรือ 85 ล้านบาท และมีระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยอยู่ที่ 105 วัน ลดลงเมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 อยู่ที่ 137 วัน

ลูกหนี้การค้า (ล้านบาท)	31 มีนาคม 2021	30 กันยายน 2021
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	295	304
ไม่เกิน 6 เดือน	96	174
6 เดือนขึ้นไป	190	169
ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	170	163
รวม	411	484
% ต่อลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นรวม	51.7%	55.1%

# บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 2 ปี 2564/65 สิ้นสุด 30 กันยายน 2564

12 พฤศจิกายน 2564

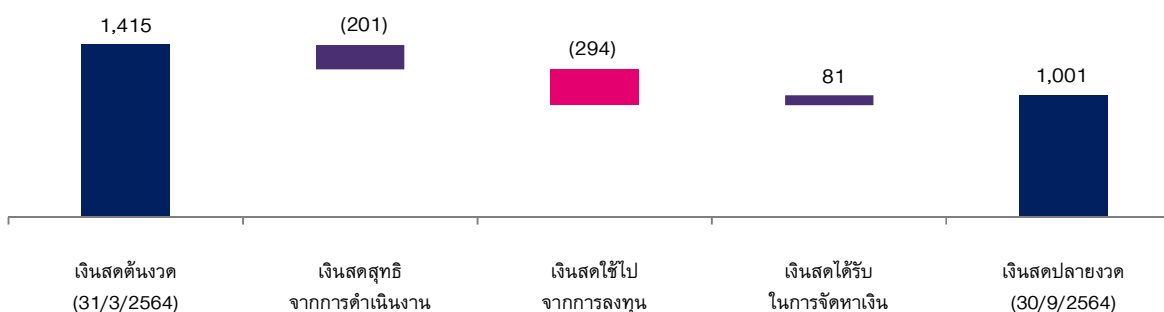
## หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

รายละเอียดหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	31 มีนาคม 2564		30 กันยายน 2564	
	(ล้านบาท)	% ของหนี้สิน และผู้ถือหุ้นรวม	(ล้านบาท)	% ของหนี้สิน และผู้ถือหุ้นรวม
เงินกู้ยืมระยะสั้น	-	-	250	1.2%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	399	1.9%	601	3.0%
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	377	1.8%	337	1.7%
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี	1,159	5.5%	1,198	5.9%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	1,248	5.9%	993	4.9%
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	724	3.5%	572	2.8%
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>3,907</b>	<b>18.6%</b>	<b>3,952</b>	<b>19.4%</b>
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>17,063</b>	<b>81.4%</b>	<b>16,396</b>	<b>80.6%</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>20,970</b>	<b>100.0%</b>	<b>20,347</b>	<b>100.0%</b>

หนี้สินรวมเท่ากับ 3,952 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 45 ล้านบาท หรือ 1.1% จาก 3,907 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 โดยสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของ 1) เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน 250 ล้านบาท 2) เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น 202 ล้านบาท อย่างไรก็ตามการเพิ่มขึ้นดังกล่าวถูกชดเชยด้วยการลดลงของ 3) ภาษีเงินได้ค้างจ่าย 188 ล้านบาท และ 4) หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี 166 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 16,396 ล้านบาท ลดลง 668 ล้านบาท หรือ 3.9% สาเหตุหลักมาจากการลดลงของ 1) องค์กรประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้นจากผลขาดทุนจากเงินลงทุนในตราสารทุนที่กำหนดให้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น 779 ล้านบาท ส่วนใหญ่มาจากการลงทุนใน PlanB และ iClick อย่างไรก็ตามการลดลงดังกล่าวได้รับการชดเชยจากการเพิ่มขึ้นของ 2) ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย 464 ล้านบาท

## สภาพคล่องและกระแสเงินสด (ล้านบาท)



สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 บริษัทฯ มีเงินสดสุทธิใช้ไปจากกิจกรรมดำเนินงาน 201 ล้านบาท ส่วนของเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน จำนวน 294 ล้านบาท มีรายการหลักจาก 1) เงินสดจ่ายเพื่อซื้อเงินลงทุนในตราสารทางการเงิน 400 ล้านบาท และ 2) เงินสดจ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน 87 ล้านบาท ซึ่งได้รับการชดเชยจากเงินสดรับจาก 3) เงินปันผลรับ 311 ล้านบาท และ 4) เงินสดรับสุทธิจากการซื้อเงินลงทุนบริษัทย่อย 75 ล้านบาท สำหรับเงินสดสุทธิได้รับจากกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 81 ล้านบาท ส่วนใหญ่มาจาก 1) เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน 450 ล้านบาท 2) เงินสดรับจากส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อยในการออกหุ้นสามัญของบริษัทย่อย 246 ล้านบาท ทั้งนี้การเพิ่มขึ้นดังกล่าวถูกหักกลับด้วย 3) เงินปันผลจ่าย 353 ล้านบาท และ 4) เงินสดจ่ายเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน 210 ล้านบาท

# บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 2 ปี 2564/65 สิ้นสุด 30 กันยายน 2564

12 พฤศจิกายน 2564

## อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนความสามารถในการทำอะไร		ไตรมาส 2 2563/64	ไตรมาส 2 2564/65	อัตราส่วนสภาพคล่อง		31 มี.ค. 2564	30 ก.ย. 2564
กำไรขั้นต้น	(%)	48.5%	18.1%	สภาพคล่อง	(เท่า)	1.0	1.1
EBITDA จากการทำกำไร	(%)	19.6%	10.9%	สภาพคล่องหมุนเร็ว	(เท่า)	0.9	0.7
เงินสดต่อการทำกำไร	(%)	-93.9%	1820.3%	การหมุนเวียนลูกหนี้การค้า	(เท่า)	2.7	3.5
กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	(%)	1.6%	-0.9%	ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	(วัน)	137	105
ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	(%)	4.9%	7.2%	ระยะเวลาชำระหนี้	(วัน)	102	80
<b>อัตราส่วนประสิทธิภาพในการดำเนินงาน</b>				<b>อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้</b>			
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์	(%)	3.7%	5.4%	หนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	0.2	0.2
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร	(%)	82.0%	127.0%	เงินกู้ยืมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	0.1	0.1
การหมุนของสินทรัพย์	(เท่า)	0.2	0.2				

หมายเหตุ:

- อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ คำนวณโดยใช้สูตรตามตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ด.)

## มุมมองของผู้บริหารต่อการดำเนินงานในอนาคต

ในช่วงที่ผ่านมาภาครัฐได้ทำการเร่งการฉีดวัคซีนให้แก่ประชาชนไทย โดยวันที่ 31 ตุลาคม 2564 อัตราผู้ได้รับการฉีดวัคซีนในประเทศไทยมีมากกว่า 65% ของจำนวนประชากรทั้งหมด และกว่า 90% ของประชากรในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อีกทั้งผู้เสียชีวิตจากโรค COVID-19 มีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ภาครัฐตัดสินใจประกาศเปิดประเทศอย่างเป็นทางการครั้งแรกหลังจากที่มีการปิดประเทศมาตั้งแต่เดือนเมษายน 2563 รวมถึงผ่อนปรนมาตรการทางการเดินทางแก่นักท่องเที่ยว โดยนับตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2564 นักท่องเที่ยวที่ได้รับการฉีดวัคซีนครบถ้วนจาก 63 ประเทศ จะสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้โดยไม่ต้องกักตัว บังคับดังกล่าวจะช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจและกิจกรรมต่างๆ ในจังหวัดที่ภาครัฐกำหนดเป็นพื้นที่นำร่อง (Blue Zone หรือพื้นที่สีฟ้า) กลับมาให้บริการได้อย่างปกติ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวและภาคธุรกิจอื่นๆ

สำหรับแนวโน้มของ VGI เราเชื่อมั่นว่าจากพัฒนาการในเชิงบวกดังกล่าว จะทำให้ VGI มีแนวโน้มการดำเนินธุรกิจที่ดีขึ้น ทั้งจากการฟื้นตัวของการดำเนินธุรกิจหลัก ประกอบกับ synergy จากการลงทุนใหม่ในพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ต่างๆ ส่งผลให้บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น และสามารถกลับไปสู่ช่วงก่อน COVID-19 ได้

นางจิตเกษม หมุ่มมิ่ง  
(ผู้อำนวยการใหญ่สายงานการเงิน)  
บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)