

ภาพรวมธุรกิจไตรมาส 3 ปี 2565/66

ในไตรมาส 3 ปี 2565/66 บริษัทฯ มีรายได้จากการให้บริการและการขายที่ 1,377 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิที่ 102 ล้านบาท

- ธุรกิจสื่อโฆษณาออกบ้านมีรายได้ 618 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 41.8% YoY โดยมีอัตราการใช้สื่อโฆษณาอยู่ที่ 58% สูงกว่าคาดการณ์ก่อนหน้าที่ 50 – 55%
- ธุรกิจบริการด้านดิจิทัลมีรายได้ 379 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.5% YoY

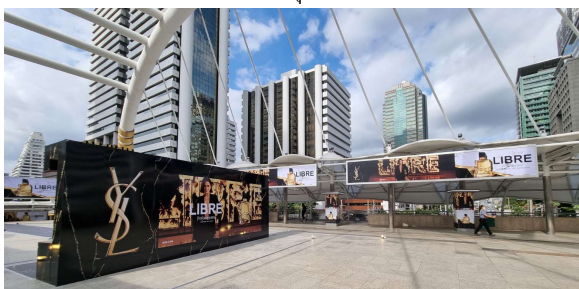
ในไตรมาส 3 ปี 2565/66 บริษัทฯ ได้รับรางวัล ได้แก่ Thailand's Top Corporate Brand Award, Most Innovative (O2O) Marketing Campaigns & Solutions Award, รางวัลองค์กรต้นแบบความยั่งยืนในตลาดทุนไทยด้านสนับสนุนคนพิการดีเด่น, Sustainability Yearbook 2023 และ รางวัลแคมเปญโฆษณาที่มีความครีเอทีฟ

พัฒนาการและกลยุทธ์ที่สำคัญในไตรมาส 3 ปี 2565/66

1) ธุรกิจสื่อโฆษณา

VGI แสดงประสิทธิภาพของการให้บริการการตลาดแบบ O2O โซลูชันส์ ผ่านแพลตฟอร์ม Digital OOH

- ในช่วงที่ผ่านมาแบรนด์ต่างๆ เริ่มกลับมาใช้ค่าใช้จ่ายโฆษณาในสื่อโฆษณาออกบ้านของ VGI มากยิ่งขึ้น โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้โดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอส ทั้งนี้ด้วยประสิทธิภาพของการให้บริการการตลาดแบบ Offline-to-Online (O2O) โซลูชันส์ที่สามารถตอบโจทย์วัตถุประสงค์การตลาดของแบรนด์ ผ่านการสร้างการรับรู้ (Awareness) การมีส่วนร่วมกับโฆษณาของแบรนด์ (Engagement) รวมถึงการช่วยให้เกิดยอดขาย (Conversion) ทำให้สื่อโฆษณาของ VGI สามารถดึงดูดแบรนด์ชั้นนำในประเทศและต่างประเทศ อาทิ BOYY, Jaspal และ Yves Saint Laurent ให้มาใช้สื่อโฆษณาออกบ้านของบริษัทฯ เพื่อโฆษณาแคมเปญต่างๆ
- VGI และ SOUR Bangkok ร่วมกันเปิดตัวแคมเปญการสื่อสารที่สร้างสรรค์ 'Whoscall The Safety Station' ซึ่งเป็นแคมเปญที่มีจุดประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้รับชมสื่อเกี่ยวกับปัจจัยเสี่ยงผ่านเนื้อหาที่นำจดจำบนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส 24 สถานี โดยความร่วมมือนี้นับเป็นผลงานที่แสดงให้เห็นถึงความนิยมที่แบรนด์มีต่อแพลตฟอร์มสื่อโฆษณาออกบ้านแบบดิจิทัล ("Digital OOH") ของ VGI ในการใช้เพื่อเป็นช่องทางสร้างสรรค์การสื่อสารที่มีความครีเอทีฟ
- ในเดือนพฤศจิกายน 2565 VGI เปิดตัวแคมเปญทดลอง 'programmatic Digital OOH' ("pDOOH") บนเครือข่ายรถไฟฟ้าบีทีเอสเป็นครั้งแรก โดย pDOOH เป็นแคมเปญที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักโฆษณา ผ่านการใช้แพลตฟอร์มที่มีนวัตกรรม การเลือกเกณฑ์ลักษณะเฉพาะของผู้ชม ผสมผสานกับ สถานที่ เวลา และสภาพอากาศ ซึ่งผลลัพธ์ของแคมเปญนี้แสดงให้เห็นว่า pDOOH ทำให้การโฆษณาของแบรนด์สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ที่เดินทางด้วยรถไฟฟ้าบีทีเอส นอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ของแบรนด์ได้อีกด้วย
- VGI ยังได้ร่วมกับบริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด (พีพีทีวี เอชดี 36) ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ชั้นนำของไทย ในการนำเสนอเนื้อหาข่าวกีฬาระดับโลก รวมถึงข่าวสารประจำวันบนสื่อโฆษณา Digital OOH ของ VGI ที่ครอบคลุมกว่า 3,500 หน้าจอ บนรถไฟฟ้าบีทีเอส และอาคารสำนักงานทั่วกรุงเทพฯ และปริมณฑล



บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 3 ปี 2565/66 สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2565

14 กุมภาพันธ์ 2566

2) ธุรกิจบริการชำระเงิน

เปิดตัวระบบไอทีใหม่เพื่อเสริมประสิทธิภาพของแพลตฟอร์มโบรกเกอร์ประกันภัยและผลิตภัณฑ์ด้านการเงิน ของ RCare

- ภายหลังจากการระดมทุนรอบ Series C บริษัท แรบบิท แคร่ จำกัด (“RCare”) ได้ลงทุนพัฒนาระบบไอที ให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการเป็นแพลตฟอร์มเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ประกันภัยและการเงินรายแรกในประเทศไทย โดยในช่วงไตรมาส 3 ปี 2565/66 RCare ได้เปิดตัวเทคโนโลยี CareOS ซึ่งเป็นระบบไอทีสำหรับการค้นหาบัตรเครดิตและผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้อย่างตรงจุด บริษัท เชื่อว่าประสิทธิภาพของเทคโนโลยี CareOS ในการจับคู่โปรไฟล์ลูกค้ากับผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมจะช่วยให้ RCare มีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบัน RCare มีแผนประกันกว่า 40,000 แผน และมีผลิตภัณฑ์ทางการเงินมากกว่า 50 ตัวเลือก จากพันธมิตรชั้นนำกว่า 50 ราย รวมถึงมีผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตกว่า 30 ใบ จาก 6 ธนาคาร

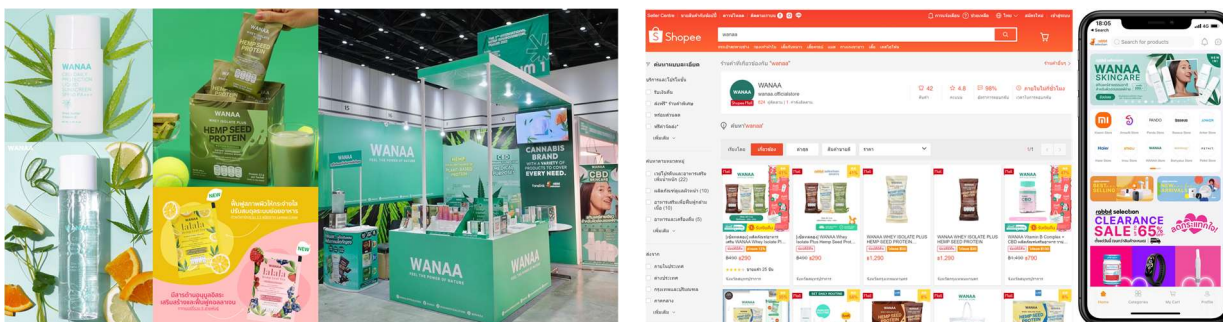
จำนวนผู้ใช้บริการของแรบบิทเติบโตอย่างต่อเนื่อง

- ในเดือนธันวาคม 2565 บัตรแรบบิทมีจำนวน 16.0 ล้านใบ เพิ่มขึ้น 8.1% YoY ในขณะที่ แรบบิท โอน เพย์ มีจำนวนผู้ใช้งานทั้งสิ้น 10.2 ล้านราย เพิ่มขึ้น 9.9% YoY

3) ธุรกิจการจัดจำหน่าย

เปิดตัวแบรนด์ของตนเอง ภายใต้ชื่อ WANAA

- บริษัท แพนสลิ้งค์ คอมมูนิตี้ จำกัด ได้ตั้งกลยุทธ์ในการเพิ่มอัตรากำไรผ่านการมุ่งเน้นพัฒนาแบรนด์ของตนเอง โดยในเดือนตุลาคม ปี 2565 ได้เปิดตัว WANAA ซึ่งเป็นแบรนด์ความงามที่ใช้ส่วนผสมที่กันซงเป็นแห่งแรกของเอเชีย ปัจจุบัน WANAA มีผลิตภัณฑ์ 5 ประเภท ได้แก่ เวียโปรตีน ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ทั้งนี้แบรนด์ WANAA มีการวางจำหน่ายที่แอปพลิเคชัน Rabbit Selection ช่องทาง Facebook LINE Shopee Lazada TikTok และร้าน Turtle บนเครือข่ายรถไฟฟ้าบีทีเอส



ขยายบริการภายใต้แบรนด์ Turtle บนเครือข่ายรถไฟฟ้าบีทีเอส

- ในเดือนมกราคม 2566 บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเอ็นช้านแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (“NINE”) ผ่านบริษัทร่วมทุนชื่อ บริษัท ซุปเปอร์ริช เทอร์เทิล เอ็กซ์เชนจ์ จำกัด เปิดให้บริการร้านแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศภายใต้แบรนด์ SuperRich Turtle ที่สถานีโศกเป็นครั้งแรก นอกจากนี้ NINE ยังได้เปิดตัวร้าน ‘Turtle Taste!’ ซึ่งเป็นร้านที่นำอาหารและเครื่องดื่มประเภทสินค้าขายดีจากแบรนด์ Turtle มาตั้งเป็นบูธมือป้อฟสเตอร์ โดยปัจจุบันร้าน Turtle Taste! พร้อมให้บริการอยู่ที่สถานีเอกมัยและหมอชิต

SuperRich Turtle



Turtle Taste!



4) การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ร่วมกับ Root the Future เพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับความสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

- VGI ตั้งมั่นในพันธกิจที่จะดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยบริษัทฯ ร่วมกับ Root the Future ซึ่งเป็นองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่แสวงหาผลกำไร เปิดตัวแคมเปญ 'Climate Hero' ผ่านสื่อโฆษณาดิจิทัลของ VGI บนเครือข่ายรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยแคมเปญนี้มีจุดประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับความสำคัญของการใช้ชีวิตอย่างยั่งยืน การลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และก๊าซเรือนกระจกอื่นๆ (Carbon Footprint)

5) รางวัลและความสำเร็จ



'Thailand's Top Corporate Brand Award 2022' เป็นปีที่ 6 ติดต่อกัน

โดยคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



'Most Innovative (O2O) Marketing Campaigns & Solutions Award' เป็นปีแรก

โดย Global Economics ซึ่งเป็นนิตยสารทางการเงินชั้นนำของประเทศไทย



'รางวัลสื่อโฆษณาสุดครีเอทีฟ' ผ่านแคมเปญ Whoscall the Safety Station

จากเวที Adman Awards & Symposium 2022 ซึ่งจัดโดยสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย



'รางวัลองค์กรต้นแบบความยั่งยืนในตลาดทุนไทยด้านสนับสนุนคนพิการดีเด่น ประจำปี 2565' เป็นครั้งแรก

จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (SEC)

S&P Global

ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิก 'Sustainability Yearbook 2023' เป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน

โดยได้รับการจัดอันดับเป็น Top 1% คะแนนอันดับ 1 ของโลก และได้รับรางวัล Industry Mover ภายใต้หมวดอุตสาหกรรมสื่อโฆษณา ภาพยนตร์ และเอ็นเตอร์เทนเมนต์ ซึ่งทำการคัดเลือกโดย S&P Global

Thailand's Top Corporate Brand Award 2022



Model Sustainability Organisation in the Thai Capital Market for Supporting the Disabled Award 2022



Most Innovative (O2O) Marketing Campaigns & Solutions Award



Most Creative Media Award



บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 3 ปี 2565/66 สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2565

14 กุมภาพันธ์ 2566

ภาพรวมผลการดำเนินงาน

งบการเงินรวม

ล้านบาท	ไตรมาส 3	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	QoQ (%)	YoY (%)
	2564/65	2565/66	2565/66		
รายได้จากการให้บริการและการขาย	1,429	1,225	1,377	12.4%	-3.6%
ต้นทุนการให้บริการและการขาย	(1,105)	(945)	(905)	-4.3%	-18.1%
กำไรขั้นต้น	324	279	472	68.9%	45.6%
รายได้อื่น	87	300	288	-3.9%	231.2%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(367)	(487)	(589)	20.9%	60.4%
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในกิจการร่วมค้าและบริษัทร่วม	(119)	(51)	(94)	-82.6%	21.4%
EBITDA	47	164	203	23.7%	337.3%
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้	(75)	41	77	89.6%	202.6%
ดอกเบี้ยจ่าย	(24)	(7)	(6)	-14.9%	-75.8%
ภาษีเงินได้	(13)	(61)	(65)	7.0%	384.6%
กำไรสุทธิ*	(76)	68	102	51.4%	235.3%

อัตรากำไรขั้นต้น	22.7%	22.8%	34.3%
อัตรากำไร EBITDA	3.3%	13.4%	14.8%
อัตรากำไรสุทธิ	-5.3%	5.5%	7.4%

*กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ตามงบการเงิน (ไม่รวมส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย)

โครงสร้างรายได้

ล้านบาท	ไตรมาส 3	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	QoQ (%)	YoY (%)
	2564/65	2565/66	2565/66		
ธุรกิจสื่อโฆษณาออกบ้าน	436	436	618	41.8%	41.8%
สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน	412	414	540	30.7%	31.1%
สื่อโฆษณาในอาคาร สำนักงาน และอื่นๆ	24	23	78	245.4%	226.5%
ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล	312	381	379	-0.5%	21.5%
ธุรกิจบริการจัดจำหน่าย	681	408	380	-6.9%	-44.3%
รวมรายได้จากการให้บริการและการขาย	1,429	1,225	1,377	12.4%	-3.6%

สัดส่วนรายได้ (%)

	ไตรมาส 3	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3
	2564/65	2565/66	2565/66
ธุรกิจสื่อโฆษณาออกบ้าน	30.5%	35.6%	44.9%
สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน	28.9%	33.8%	39.2%
สื่อโฆษณาในอาคาร สำนักงาน และอื่นๆ	1.7%	1.8%	5.7%
ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล	21.8%	31.1%	27.5%
ธุรกิจบริการจัดจำหน่าย	47.7%	33.3%	27.6%
รวมรายได้จากการให้บริการและการขาย	100.0%	100.0%	100.0%

วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน (ไตรมาส 3 ปี 2565/66 เทียบกับไตรมาส 3 ปี 2564/65)

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2565/66 VGI ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องจากช่วงครึ่งแรกของปี 2565/66 โดยได้รับแรงสนับสนุนจากเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมที่ฟื้นตัวที่แข็งแกร่ง ทั้งนี้การฟื้นตัวของเศรษฐกิจดังกล่าว ได้ส่งผลให้จำนวนผู้โดยสารรถไฟฟ้ามหานครเพิ่มขึ้นมากขึ้น ซึ่งการเพิ่มขึ้นนี้ช่วยสนับสนุนธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกบ้านของ VGI ให้เข้าถึงผู้ชมได้กว้างขวางขึ้น และส่งผลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ มีรายได้จากการให้บริการและการขายที่ 1,377 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิที่ 102 ล้านบาท เติบโตขึ้น 12.4% QoQ และ 51.4% QoQ ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม รายได้จากการให้บริการและการขายลดลง 3.6% YoY สาเหตุหลักมาจากการลดลงของรายได้ธุรกิจการจัดจำหน่าย อันเป็นผลมาจากการขายที่น้อยกว่าคาดการณ์ของ บริษัท แฟนสลิ้งค์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด (“Fanslink”) โดยในไตรมาสนี้บริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้ของธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกบ้านที่ 44.9% ธุรกิจบริการด้านดิจิทัลที่ 27.5% และธุรกิจการจัดจำหน่ายที่ 27.6%

รายได้ของธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกบ้านอยู่ที่ 618 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 41.8% YoY โดยมีอัตราการใช้สื่อโฆษณาที่ 58% สูงกว่าบริษัทฯ ที่คาดการณ์ไว้ในช่วง 50 – 55% ทั้งนี้การเติบโตดังกล่าวมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญของจำนวนผู้โดยสารรถไฟฟ้ามหานคร รวมถึงได้รับผลบวกจากช่วงไฮซีซั่น (High Season) ในไตรมาสนี้

- สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน มีรายได้ 540 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 31.1% YoY
- สื่อโฆษณาในอาคารสำนักงานและอื่นๆ มีรายได้ 78 ล้านบาท เพิ่มขึ้นที่ 226.5% YoY

ธุรกิจบริการด้านดิจิทัล มีรายได้อยู่ที่ 379 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.5% YoY โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเติบโตของรายได้ lead generation และค่าคอมมิชชั่นของบริษัท แรบบิท แคร์ จำกัด (“RCare”) นอกจากนี้ผลการดำเนินงานของกลุ่มแรบบิทยังได้รับประโยชน์จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้โดยสารรถไฟฟ้ามหานคร ซึ่งสะท้อนจากการรับรู้รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการขายบัตรแรบบิทและค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรม

ธุรกิจการจัดจำหน่าย มีรายได้อยู่ที่ 380 ล้านบาท ลดลง 44.3% YoY สาเหตุหลักมาจากการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการขายผลิตภัณฑ์ของ Fanslink ที่เลือกขายผลิตภัณฑ์ที่มีอัตรากำไรสูงกว่า

รายได้อื่น อยู่ที่ 288 ล้านบาท จากการรับรู้กำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทร่วม รวมถึงเงินปันผลรับจาก บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

ต้นทุนการให้บริการและการขายลดลง 18.1% YoY มาอยู่ที่ 905 ล้านบาท เป็นผลมาจากต้นทุนที่ลดลงของธุรกิจการจัดจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับการลดลงของรายได้ของหน่วยธุรกิจนี้ ขณะที่อัตราต้นทุนต่อรายได้ลดลงเป็น 65.7% จาก 77.3% ในช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า เนื่องจากการอัตราลดลงของต้นทุนการให้บริการและการขายมากกว่ารายได้จากการบริการและการขาย ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเป็น 34.3% จาก 22.7% ในช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า

ในช่วงเดียวกันค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารเพิ่มขึ้น 60.4% YoY มาอยู่ที่ 589 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการรวบรวมกิจการของ บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) รวมถึงการขายธุรกิจของ RCare และบริษัท แรบบิท แคช จำกัด (RCash) โดยอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อรายได้ เพิ่มขึ้นเป็น 42.8% จาก 25.7% ในช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า

ในไตรมาสนี้ บริษัทฯ รับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในกิจการร่วมค้าและบริษัทร่วมจำนวน 94 ล้านบาท ขาดทุนลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าที่รับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนอยู่ที่ 119 ล้านบาท ซึ่งการรับรู้ผลขาดทุนดังกล่าวมีสาเหตุหลักมาจากการชะลอตัวในผลการดำเนินงานของบริษัท เคอร์รี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) อย่างไรก็ตามผลขาดทุนนี้ถูกชดเชยบางส่วนด้วยส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัท เจ มาร์ท จำกัด (มหาชน)

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ บริษัทฯ สามารถบันทึกกำไรสุทธิที่ 102 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 235.3% YoY และมีอัตรากำไรสุทธิ 7.4%

บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 3 ปี 2565/66 สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2565

14 กุมภาพันธ์ 2566

ฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์

รายละเอียดสินทรัพย์	31 มีนาคม 2565 (ปรับปรุงใหม่)		31 ธันวาคม 2565	
	(ล้านบาท)	% ของ สินทรัพย์รวม	(ล้านบาท)	% ของ สินทรัพย์รวม
เงินสด รายการเทียบเท่าเงินสด และสินทรัพย์ทางการเงิน หมุนเวียนอื่น	1,205	3.0%	7,614	22.6%
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	1,007	2.5%	1,500	4.4%
ลูกหนี้จากการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน	12,917	31.7%	-	-
อุปกรณ์ – สุทธิ	1,062	2.6%	1,115	3.3%
เงินลงทุนในบริษัทร่วมค้า บริษัทร่วม และสินทรัพย์ทางการเงินไม่ หมุนเวียนอื่น	21,436	52.6%	20,067	59.5%
ค่าความนิยม และประมาณการผลแตกต่างระหว่างต้นทุนการซื้อ เงินลงทุนในบริษัทย่อยกับสินทรัพย์สุทธิที่ระบุได้ของผู้ถูกซื้อ	314	0.8%	395	1.2%
สินทรัพย์อื่น	2,852	7.0%	3,061	9.1%
สินทรัพย์รวม	40,792	100.0%	33,753	100.0%

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 33,753 ล้านบาท ลดลง 7,039 ล้านบาท จาก 40,792 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565

สินทรัพย์หมุนเวียน 10,324 ล้านบาท ลดลง 5,983 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการลดลงของ 1) ลูกหนี้จากการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน 12,917 ล้านบาท จากการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 2,583 ล้านหุ้น อย่างไรก็ตามการลดลงดังกล่าวถูกชดเชยจากการเพิ่มขึ้นของ 2) เงินสด รายการเทียบเท่าเงินสด และสินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น 6,409 ล้านบาท และ 3) ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น 493 ล้านบาท

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน 23,429 ล้านบาท ลดลง 1,056 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการลดลงของเงินลงทุนในกิจการร่วมค้า บริษัทร่วม และสินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น 1,369 ล้านบาท

ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น 1,500 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 493 ล้านบาท โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ มีค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น 203 ล้านบาท และมีระยะเวลาเกินหนี้เฉลี่ยอยู่ที่ 96 วัน เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565 อยู่ที่ 80 วัน

ลูกหนี้การค้า (ล้านบาท)	31 มีนาคม 2565 (ปรับปรุงใหม่)	31 ธันวาคม 2565
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	538	638
ไม่เกิน 6 เดือน	281	417
6 เดือนขึ้นไป	172	183
ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	184	203
รวม	807	1,035
% ต่อลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นรวม	80.2%	69.0%

บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 3 ปี 2565/66 สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2565

14 กุมภาพันธ์ 2566

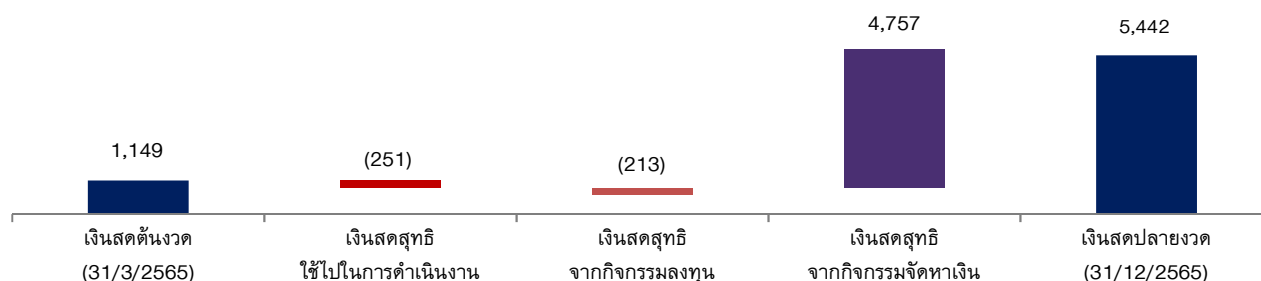
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

รายละเอียดหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	31 มีนาคม 2565 (ปรับปรุงใหม่)		31 ธันวาคม 2565	
	(ล้านบาท)	% ของหนี้สิน และผู้ถือหุ้นรวม	(ล้านบาท)	% ของหนี้สิน และผู้ถือหุ้นรวม
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	8,130	19.9%	-	-
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	665	1.6%	674	2.0%
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	300	0.7%	382	1.1%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	885	2.2%	1,001	3.0%
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	829	2.0%	809	2.4%
รวมหนี้สิน	10,809	26.5%	2,866	8.5%
ส่วนของผู้ถือหุ้น	29,983	73.5%	30,887	91.5%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	40,792	100.0%	33,753	100.0%

หนี้สินรวมเท่ากับ 2,866 ล้านบาท ลดลง 7,943 ล้านบาท จาก 10,809 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565 โดยสาเหตุหลักมาจากการจ่ายคืนเงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 30,887 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 904 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย 1,813 ล้านบาท อย่างไรก็ตามการเพิ่มขึ้นดังกล่าวถูกหักลบจากการลดลงของ 1) ส่วนต่ำกว่าทุนจากการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อย/ ธุรกิจ 619 ล้านบาท และ 2) องค์กรประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น 289 ล้านบาท

สภาพคล่องและกระแสเงินสด (ล้านบาท)



สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ มีเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงาน 251 ล้านบาท ส่วนของเงินสดสุทธิใช้ไปกิจกรรมลงทุน จำนวน 213 ล้านบาท สำหรับเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 4,757 ล้านบาท ส่วนใหญ่มาจากเงินสดรับจากการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น (Rights Offering) 12,917 ล้านบาท ทั้งนี้การเพิ่มขึ้นดังกล่าวถูกหักลบด้วยเงินสดจ่ายสุทธิสำหรับการชำระคืนเงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงิน และหนี้สินตามสัญญาเช่า 8,232 ล้านบาท

บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 3 ปี 2565/66 สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2565

14 กุมภาพันธ์ 2566

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร		ไตรมาส 3 2564/65	ไตรมาส 3 2565/66	อัตราส่วนสภาพคล่อง		31 มี.ค. 2565 (ปรับปรุงใหม่)	31 ธ.ค. 2565
กำไรขั้นต้น	(%)	22.7%	34.3%	สภาพคล่อง	(เท่า)	1.6	5.0
EBITDA จากการดำเนินงาน	(%)	3.3%	14.8%	สภาพคล่องหมุนเร็ว	(เท่า)	0.3	3.7
เงินสดต่อการทำกำไร	(%)	144.8%	-184.0%	การหมุนเวียนลูกหนี้การค้า	(เท่า)	4.6	3.8
กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	(%)	-5.0%	6.1%	ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	(วัน)	80.2	95.9
ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	(%)	1.8%	0.7%	ระยะเวลาชำระหนี้	(วัน)	60.5	60.9
อัตราส่วนประสิทธิภาพในการดำเนินงาน				อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้			
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์	(%)	1.2%	0.5%	หนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	0.4	0.1
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร	(%)	58.1%	48.5%	เงินกู้ยืมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	0.3	-
การหมุนของสินทรัพย์	(เท่า)	0.2	0.2				

หมายเหตุ:

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

มุมมองของผู้บริหารต่อการดำเนินงานในอนาคต

ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องจากในปี 2565 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการฟื้นตัวของภาคเอกชน รวมถึงการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ธนาคารแห่งประเทศไทยคาดการณ์ว่าการเติบโตของเศรษฐกิจปี 2566 จะเติบโตถึง 3.7% ซึ่งใกล้เคียงกับการเติบโตในช่วงก่อน COVID-19 ด้วยแนวโน้มการเติบโตที่ฟื้นตัวดังกล่าว ทำให้เราคาดการณ์ว่าจะเป็นปัจจัยส่งเสริมต่อผลการดำเนินงานของ VGI ในไตรมาสที่เหลือของปีนี้

สุดท้ายนี้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2566 ได้อนุมัติการจ่ายปันผลระหว่างกาลจากผลประกอบการในครึ่งปีแรกของปี 2565/66 ในอัตราหุ้นละ 0.04 บาท รวมเป็นเงินจำนวน 447.8 ล้านบาท โดยบริษัท กำหนดให้วันที่ 1 มีนาคม 2566 เป็นวันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิได้รับปันผล (Record Date) และจะจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นในวันที่ 14 มีนาคม 2566

บริษัทฯ จะประกาศแนวโน้มผลการดำเนินงานสำหรับปี 2566/67 บนเว็บไซต์ภายในเดือนเมษายน 2566

.....

นางจิตเกษม หมุ่มมิ่ง
(ผู้อำนวยการใหญ่สายงานการเงิน)
บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)