

27 กุมภาพันธ์ 2567

เรื่อง คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร สำหรับผลประกอบการไตรมาส 4 ปี 2566 และผลประกอบการประจำปี 2566

เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บทสรุปผู้บริหารประจำไตรมาส 4 ปี 2566 และงบประจำปี 2566

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส	ไตรมาส	ไตรมาส	QoQ (%)	YoY (%)	ปี 2566	ปี 2565 (ปรับปรุง)	YoY (%)
	4/2566	3/2566	4/2565 (ปรับปรุง)					
รายได้จากการขายและการให้บริการ	2,480	2,141	2,020	15.8	22.8	8,365	6,590	26.9
ธุรกิจสื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัย	1,952	1,645	1,583	18.7	23.3	6,621	5,278	25.4
ธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม	528	496	437	6.4	20.7	1,744	1,312	32.9
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน	464	405	347	14.6	33.7	1,455	1,100	32.3
กำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัท	291	261	235	11.4	23.6	911	686	32.9
กำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัท ไม่รวมรายการพิเศษที่เกิดขึ้นครั้งเดียว	291	261	245	11.4	18.6	929 ⁽¹⁾	691 ⁽²⁾	34.4

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ไม่รวมรายการค่าใช้จ่ายในการตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญที่ 10 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการ Write-off สินทรัพย์ของตึกสำนักงานเก่าของบริษัทที่ 8 ล้านบาท

⁽²⁾ ไม่รวมรายการกำไรจากการจำหน่ายตราสารอนุพันธ์ที่ 25 ล้านบาท และรายการค่าใช้จ่ายในการ Write-off จากการปรับเปลี่ยนป้ายจอดีจิทัลเป็นจอภาพหนึ่งและเปลี่ยนโลโก้ของป้าย AQUA และ COMASS เป็นโลโก้ PLANB หลังจากการควบรวมกิจการที่ 30 ล้านบาท

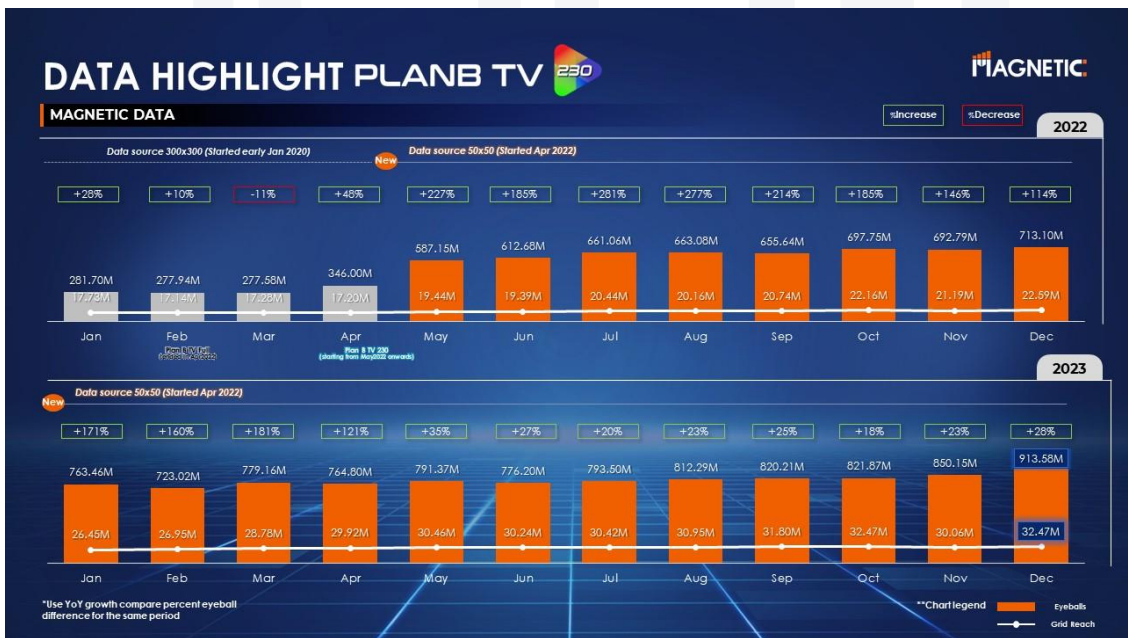
ภาพรวมธุรกิจปี 2566

- **แพลน บี สร้างรายได้จากการขายและการให้บริการสูงสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทมา อยู่ที่ 8,365 ล้านบาท เติบโตอย่างแข็งแกร่งที่ 26.9% YoY**
 - ธุรกิจสื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัย สร้างรายได้ 6,621 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 25.4% YoY ด้วยอัตราการใช้สื่อโฆษณาที่ 73.1% จากการเติบโตของสื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัยทุกประเภท
 - ธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม สร้างรายได้ 1,744 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 32.9% YoY จากการเติบโตของธุรกิจด้านสปอร์ตมาร์เก็ตติ้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับรู้รายได้จากกีฬามวย ที่ 404 ล้านบาท และการบริหารสิทธิทางการตลาดสำหรับการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ณ เมืองหางโจว ที่ 248 ล้านบาท เป็นไปตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้
- **บริษัทสามารถบริหารต้นทุนการขายและให้บริการ (COGS) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นเติบโตอย่างก้าวกระโดดอยู่ที่ 29.9% สูงกว่าปี 2565 ที่อยู่ระดับ 27.4%**
- **ด้วยนโยบายการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างเคร่งครัด ส่งผลให้ SG&A to sales อยู่ที่ 13.5% เป็นไปตามแผนการของบริษัท**
- **EBITDA เติบโตอย่างมั่นคงจากผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง ทำให้บริษัทมี EBITDA อยู่ที่ 3,846 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.6% YoY จากผลการดำเนินงานที่เติบโตขึ้นอย่างแข็งแกร่ง**
- **ทั้งนี้ EBITDA ที่ไม่รวมผลกระทบจากมาตรฐานบัญชี TFRS16 อยู่ที่ 2,481 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 19.1% YoY สะท้อนความสามารถในการทำกำไร การบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ และการสร้างกระแสเงินสดที่ยั่งยืน**
- **จากทั้งหมดที่กล่าวมาส่งผลให้ แพลน บี มีกำไรสุทธิอยู่ที่ 911 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 32.9% YoY**

ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการดำเนินงาน

ในไตรมาส 4/2566 ภาวะเศรษฐกิจของไทยขยายตัวขึ้นโดยได้รับปัจจัยบวกจากการบริโภคภาคเอกชน และภาคบริการที่ ยังคงมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องเป็นผลมาจากมาตรการลดค่าครองชีพของภาครัฐ โดยในช่วงที่ผ่านมารัฐบาลมีการปรับราคา พลังงานลดลง ทั้งการปรับลดค่าไฟฟ้าในรอบเดือน ก.ย.-ธ.ค. 2566 ที่ผ่านมา และการตรึงราคาน้ำมันดีเซล ช่วยสนับสนุนกำลังซื้อ ภาคครัวเรือนโดยเฉพาะความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นมาตั้งแต่ช่วงเดือน ก.ย. 2566 ที่ระดับ 55.7 และยังเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ในเดือน ต.ค. 2566 ที่ระดับ 55.8 อย่างไรก็ตาม ภาวะเศรษฐกิจไทยยังคงถูกกดดันจากรายรับภาคการท่องเที่ยวที่มีการขยายแบบ ชะลอลตัวเนื่องจากนักท่องเที่ยวในบางสัญชาติชะลอลตัวลงเล็กน้อย รวมไปถึงมูลค่าการส่งออกไม่รวมทองคำขยายตัวชะลอลง เช่นกัน ทั้งนี้ ความเชื่อมั่นผู้บริโภคในเดือน พ.ย. และ ธ.ค. 2566 ปรับลดลงต่อเนื่องอยู่ที่ระดับ 55.0 และ 54.8 ตามลำดับ เนื่องจาก ราคาสินค้าเกษตรสำคัญบางรายการปรับลดลง และความกังวลต่อปัญหารายได้ที่อาจจะยังไม่เพียงพอกับค่าครองชีพและ ภาระหนี้สิน ในส่วนของภาพรวมภาวะเศรษฐกิจไทยในปี 2566 กระทรวงการคลังคาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 1.8 ซึ่งเติบโตได้น้อยกว่าคาด เนื่องจากการส่งออกยังคงชะลอลตัวตามทิศทางประเทศเศรษฐกิจหลัก โดยเฉพาะจีน การผลิตสินค้าอุตสาหกรรม หดตัวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง ผลการดำเนินงานของภาคการท่องเที่ยว ทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายต่อหัวที่ต่ำกว่าคาด

ในขณะที่ภาวะเศรษฐกิจในปี 2567 มีแนวโน้มขยายตัวที่ร้อยละ 2.8-3.3 สนับสนุนจากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว และการเติบโตของภาคเอกชนจากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวและการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น อีกทั้ง ปัจจัยบวกจากนโยบายของ ภาครัฐที่ช่วยบรรเทาค่าครองชีพ และมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย อย่างไรก็ตาม ภาวะการเติบโตของเศรษฐกิจยังคงถูกกดดันจาก การฟื้นตัวของภาคส่งออกที่ยังคงมีแนวโน้มเติบโตต่ำเนื่องจากยังเผชิญแรงกดดันจากความอ่อนแอของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า



ในไตรมาส 4/2566 สถิติจากระบบวัดผลสื่อโฆษณานอกที่อยู่อัดัย (Magnetic Measurement) แสดงให้เห็นจำนวนการมองเห็น สื่อโฆษณาที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาส 4/2565 และไตรมาส 3/2566 สอดคล้องกับการเติบโตของ ผลประกอบการของบริษัท โดยจำนวนการมองเห็นที่เพิ่มอย่างต่อเนื่องนั้นเป็นผลมาจากเข้าสู่ช่วงเทศกาล ส่งผลให้ผู้คนออก นอกบ้านมาเพื่อทำกิจกรรมเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเนื่องจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ สะท้อนยอดการมองเห็นสื่อโฆษณาที่เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าอย่างมีนัยสำคัญ

บทสรุปผู้บริหารประจำไตรมาส 4 ปี 2566 และงบประจำปี 2566

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 4/2566	ไตรมาส 3/2566	ไตรมาส 4/2565 (ปรับปรุง)	QoQ (%)	YoY (%)	ปี 2566	ปี 2565 (ปรับปรุง)	YoY (%)
รายได้จากการขายและการให้บริการ	2,480	2,141	2,020	15.8	22.8	8,365	6,590	26.9
รายได้อื่น	22	16	45	34.0	-51.5	81	93	-12.6
กำไร (ขาดทุน) จากการจำหน่ายตราสารอนุพันธ์	(2)	-	(1)	nm	>100.0	-	24	nm
รายได้รวม	2,499	2,157	2,064	15.9	21.1	8,446	6,706	25.9
ต้นทุนการขายและการให้บริการ	1,666	1,486	1,461	12.1	14.0	5,861	4,785	22.5
กำไรขั้นต้น	814	654	559	24.4	45.7	2,504	1,805	38.7
ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และให้บริการ	157	111	96	41.3	64.2	466	303	53.9
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	197	154	160	27.9	23.5	649	519	25.1
ขาดทุนจากการด้อยค่าของค่าความนิยม	15	-	-	nm	nm	15	-	nm
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	369	265	255	39.2	44.6	1,130	822	37.5
กำไร (ขาดทุน) จากบริษัทในเครือ	3	(2)	(0)	>100.0	>100.0	(5)	(13)	62.6
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน	464	405	347	14.6	33.7	1,455	1,100	32.3
ต้นทุนทางการเงิน	65	68	55	-4.1	18.3	256	181	41.3
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	403	335	292	20.1	37.8	1,194	905	31.9
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	78	68	58	15.1	35.0	247	209	17.8
กำไรสุทธิสำหรับงวด	324	267	234	21.4	38.5	947	696	36.2
ส่วนของกำไร (ขาดทุน) ที่เป็นของ:								
ผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	33	6	(1)	>100.0	nm	36	10	>100.0
ผู้ถือหุ้นของบริษัท	291	261	235	11.4	23.6	911	686	32.9
รายการพิเศษที่เกิดขึ้นครั้งเดียวสุทธิหลังหักภาษี:								
กำไรจากการจำหน่ายตราสารอนุพันธ์	-	-	-	nm	nm	-	25	nm
ค่าใช้จ่ายในการตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญ	-	-	-	nm	nm	10	-	nm
ค่าปรับเปลี่ยนแปลงบัญชีจากดิจิทัลเป็นภาพนิ่ง								
ค่าบำรุงรักษา ค่าทำความสะอาดและเปลี่ยนแปลงโลโก้ของ			10	nm	nm		30	nm
ป้าย AQUA และ COMASS เป็น PLANB หลังจาก								
ควมรวมกิจการ								
ค่าใช้จ่ายในการ Write-off สินทรัพย์ดีเกินสำนักงานเก่า	-	-	8	nm	nm	8	-	nm
ของบริษัท								
กำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัทไม่รวม	291	261	245	11.4	18.6	929	691	34.4
รายการพิเศษที่เกิดขึ้นครั้งเดียว								

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ (ร้อยละ)	ไตรมาส 4/2566	ไตรมาส 3/2566	ไตรมาส 4/2565 (ปรับปรุง)	ปี 2566	ปี 2565 (ปรับปรุง)
อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและการให้บริการ*	32.8	30.6	27.7	29.9	27.4
อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริหารต่อรายได้จากการขายและการให้บริการ*	14.9	12.4	12.6	13.5	12.5
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีต่อรายได้จากการขายและการให้บริการ*	18.7	18.9	17.2	17.4	16.7
อัตรากำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัท*	11.7	12.2	11.6	10.9	10.4
อัตรากำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัท (ไม่รวม One-time items)*	11.7	12.2	12.1	11.1	10.5

หมายเหตุ: * รายได้จากการขายและการให้บริการไม่รวมรายได้อื่น

วิเคราะห์ผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาสที่ 4 ปี 2566 และงบประมาณปี 2566

รายได้จากการขายและการให้บริการ

บริษัทรายงานรายได้จากการดำเนินงานในไตรมาส 4/2566 เท่ากับ 2,480 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 460 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 22.8 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ คือ (1) ธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยที่เติบโตตามมูลค่าเม็ดเงินสื่อโฆษณาซึ่งเป็นช่วง High season ของบริษัท อีกทั้งการทำแคมเปญทางการตลาดเพิ่มมากขึ้นในหลากหลายอุตสาหกรรม ส่งผลในการกระตุ้นการใช้เม็ดเงินสื่อโฆษณาให้กลับมาคึกคักอีกครั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มลูกค้า Luxury Brands ที่ยังใช้เม็ดเงินสื่อโฆษณาที่สูงอย่างต่อเนื่อง รวมถึงกลุ่มลูกค้ายานยนต์ (Automotive) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มรถยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle Car) ที่มีแนวโน้มการใช้เม็ดเงินสื่อโฆษณาเพิ่มขึ้นเช่นกัน (2) ธุรกิจด้านสปอร์ต มาร์เก็ตติ้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับรู้รายได้จากกีฬามวยและการบริหารสิทธิทางการตลาดสำหรับการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ณ เมืองหางโจว ที่เป็นไปตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้ และ (3) ธุรกิจด้านอาร์ตอิส เมเนจเม้นท์ ที่มีการรับรู้รายได้จากการจัดงาน BNK48 16th Single Senbatsu General Election

บริษัทรายงานรายได้จากการดำเนินงานงบประมาณปี 2566 เท่ากับ 8,365 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,775 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 26.9 เมื่อเปรียบเทียบกับงบประมาณปี 2565 จากรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทั้งจากธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยเติบโตตามภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น และรายได้จากธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม จากการรับรู้รายได้กีฬามวย จำนวน 404 ล้านบาท และการบริหารสิทธิทางการตลาดสำหรับการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ณ เมืองหางโจว จำนวน 248 ล้านบาท ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้

ธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส	ไตรมาส	ไตรมาส	QoQ (%)	YoY (%)	ปี 2566	ปี 2565 (ปรับปรุง)	YoY (%)
	4/2566	3/2566	4/2565 (ปรับปรุง)					
รายได้รวมสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย	1,952	1,645	1,583	18.7	23.3	6,621	5,278	25.4
สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน	134	105	75	27.3	79.0	406	254	60.3
สื่อโฆษณาภาพนิ่ง	564	488	418	15.7	35.1	1,992	1,658	20.1
สื่อโฆษณาดิจิทัล	996	828	901	20.4	10.6	3,375	2,769	21.9
สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ	175	149	143	17.4	22.4	565	510	10.8
สื่อโฆษณาภายในสนามบิน	83	75	47	10.2	77.8	283	88	>100.0
ภาพรวมอัตราการใช้สื่อโฆษณา	81.6	73.2	71.9	8.4	9.7	73.1	61.2 ⁽¹⁾	11.7
ความสามารถในการผลิตสื่อโฆษณา	2,393 ⁽²⁾	2,247	2,202	6.5	8.7	9,057	8,600	5.3

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ภาพรวมอัตราการใช้สื่อโฆษณาในปี 2565 คำนวณจากรายได้รวมสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยที่ไม่รวมการขายสินทรัพย์ภายในห้างสรรพสินค้า ICONSIAM จำนวน 17 ล้านบาท

⁽²⁾ ความสามารถในการผลิตสื่อโฆษณาเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3/2566 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของความสามารถในการผลิตสื่อของสื่อโฆษณาที่ The District EM, สิ้นทรัพย์ในประเทศสิงคโปร์จากการลงทุนใน Falcon PTE Ltd และสินทรัพย์ New York Times Square

รายได้รวมสื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัยในไตรมาส 4/2566 อยู่ที่ 1,952 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 369 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 23.3 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยรายได้รวมสื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 79.0 ของรายได้จากการขายและการให้บริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- รายได้สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชนในไตรมาส 4/2566 อยู่ที่ 134 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 59 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 79.0 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการรับรู้รายได้จากสิทธิการบริหารจัดการสื่อโฆษณาทั้งด้านในและด้านนอกรถโดยสารพลังงานไฟฟ้า (EV Bus) จากองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ที่เพิ่มขึ้น หลังจากเริ่มเปิดให้บริการมาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2566 ที่ผ่านมา
- รายได้สื่อโฆษณาภาพนิ่งในไตรมาส 4/2566 อยู่ที่ 564 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 146 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 35.1 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เป็นผลจากการฟื้นตัวของมูลค่าเม็ดเงินสื่อโฆษณาตามภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น รวมถึงการโฆษณาสินค้าในกลุ่มสินค้ารถยนต์ที่มีการเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มรถยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle Car) สินค้ากลุ่มอุปกรณ์บริโภคที่มีการทำการตลาดเพิ่มมากขึ้นเพื่อกระตุ้นยอดขายในช่วงสิ้นปี รวมไปถึงสินค้าในกลุ่มธนาคารและประกันภัย
- รายได้สื่อโฆษณาดิจิทัลในไตรมาส 4/2566 อยู่ที่ 996 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 95 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 10.6 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เป็นไปในทิศทางเดียวกับสื่อโฆษณาภาพนิ่ง อีกทั้ง การรับรู้รายได้จากสื่อโฆษณาดิจิทัลใหม่ๆ ได้แก่ Paragon Façade และ The District EM ที่ได้รับการตอบรับอย่างดีจากลูกค้าในหลากหลายอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าในกลุ่ม Luxury Brand ที่ยังคงให้ความสนใจโฆษณาอย่างต่อเนื่อง
- รายได้สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อในไตรมาส 4/2566 อยู่ที่ 175 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 32 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 22.4 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากการเติบโตของรายได้จากสื่อโฆษณาภายในร้านสะดวกซื้อ หลังจากที่มีการปรับเปลี่ยนแพ็คเกจการขายให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น เช่น แพ็คเกจ 7-Eleven Plus เป็นการใช้สื่อที่ผสมผสานกันระหว่างสื่อ Outdoor และสื่อ Indoor ทำให้แบรนด์สินค้าสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้เพิ่มมากขึ้น
- รายได้สื่อโฆษณาภายในสนามบินในไตรมาส 4/2566 อยู่ที่ 83 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 36 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 77.8 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สนับสนุนจากการสัญจรภายในสนามบินที่ดีขึ้นจากทั้งนักท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ ควบคู่กับการขยายสื่อโฆษณาภายในสนามบินที่ครอบคลุมตั้งแต่ขาเข้าจนถึงขาออก สนามบิน ซึ่งเป็นการสร้างประสบการณ์การเข้าถึงผู้ใช้บริการได้ทุกโมเมนต์ของการเดินทางอย่างลงตัว

ธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส		ไตรมาส	QoQ (%)	YoY (%)	ปี 2566	ปี 2565 (ปรับปรุง)	YoY (%)
	4/2566	3/2566	4/2565 (ปรับปรุง)					
รายได้รวมธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม	528	496	437	6.4	20.7	1,744	1,312	32.9
ธุรกิจด้านสปอร์ต มาร์เก็ตติ้ง	345	418	249	-17.4	38.3	1,247	755	65.2
ธุรกิจด้านอาร์ติส เมเนจเม้นท์	141	71	127	97.7	11.5	386	439	-12.2
ธุรกิจออนไลน์	-	7	23	nm	nm	69	80	-13.5
ธุรกิจบริหารจัดการอีเวนต์และคอนเสิร์ต	42	-	38	nm	8.7	42	38	8.7

รายได้รวมธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วมในไตรมาส 4/2566 อยู่ที่ 528 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 91 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20.7 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยรายได้รวมธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วมคิดเป็นอัตราส่วนประมาณร้อยละ 21.0 ของรายได้จากการขายและการให้บริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- รายได้จากธุรกิจด้านสปอร์ต มาร์เก็ตติ้ง ในไตรมาส 4/2566 อยู่ที่ 345 ล้านบาท เติบโตที่ 96 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 38.3 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีรายละเอียดดังนี้
 - 1) กีฬาฟุตบอลที่รับรู้รายได้จากผู้สนับสนุนที่เข้ามาในช่วงฤดูกาลการแข่งขันที่มีการจัดอย่างต่อเนื่อง ทั้งการแข่งขันฟุตบอลโลก 2026 รอบคัดเลือก โซนเอเชีย และการแข่งขันฟุตบอลอุ่นเครื่องฟีฟ่าเดย์ FIFA International 'A' Match
 - 2) กีฬามวย โดยทางบริษัทได้จัดการแข่งขัน Rajadamnern World Series (RWS) ซีซั่น 2 มาตั้งแต่วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2566 รอบชิงชนะเลิศในช่วงวันที่ 30 กันยายน และ 7 ตุลาคม 2566 รวมไปถึงการจัดการแข่งขัน Amazing Muaythai Road To Rajadamnern ที่จัดขึ้นที่สโรวาเกีย ญี่ปุ่น และไทย โดยรายการดังกล่าวได้รับความสนใจจากผู้ชมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติอย่างล้นหลาม โดยสามารถรับรู้รายได้จำนวน 124 ล้านบาท ตามเป้าหมายที่วางไว้ในไตรมาส 4/2566
 - 3) การรับรู้รายได้จากการบริหารสิทธิทางการตลาดสำหรับการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ณ เมืองหางโจว ที่จัดขึ้นในช่วงวันที่ 23 กันยายน - 8 ตุลาคม 2566 โดยรับรู้รายได้จากการบริหารสิทธิทางการตลาดสำหรับการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ในไตรมาส 4/2566 จำนวน 47 ล้านบาท
- รายได้จากธุรกิจด้านอาร์ตติส เมเนจเม้นท์ ในไตรมาส 4/2566 อยู่ที่ 141 ล้านบาท เพิ่มขึ้นที่ 14 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 11.5 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากการรับรู้รายได้การจัดงาน BNK48 16th Single Senbatsu General Election, Depart'Cher Cherprang BNK48's Graduation Concert และกระแสของวง PROXIE ที่ยังคงดีอย่างต่อเนื่อง
- รายได้จากธุรกิจบริหารจัดการอีเวนต์และคอนเสิร์ตในไตรมาส 4/2566 อยู่ที่ 42 ล้านบาท เพิ่มขึ้นที่ 4 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.7 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากการจัดงาน BOYd+NOP FAMILY CHRISTMAS FUN FEST 2023 ในช่วงวันที่ 22-23 ธ.ค. 2566 ที่ผ่านมา

ค่าใช้จ่าย (ต้นทุนการขายและการให้บริการ + ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และให้บริการ + ต้นทุนทางการเงิน + ภาษีเงินได้)

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส	ไตรมาส	ไตรมาส	QoQ (%)	YoY (%)	ปี 2566	ปี 2565 (ปรับปรุง)	YoY (%)
	4/2566	3/2566	4/2565 (ปรับปรุง)					
ค่าใช้จ่ายรวม	2,178	1,887	1,829	15.4	19.1	7,494	5,997	25.0
ต้นทุนการขายและการให้บริการ	1,666	1,486	1,461	12.1	14.0	5,861	4,785	22.5
ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และให้บริการ	369	265	255	39.2	44.6	1,130	822	37.5
ต้นทุนทางการเงิน	65	68	55	-4.1	18.3	256	181	41.3
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	78	68	58	15.1	35.0	247	209	17.8

บริษัทรายงานค่าใช้จ่ายรวมในไตรมาส 4/2566 เท่ากับ 2,178 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 349 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 19.1 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ต้นทุนในการขายและการให้บริการ อยู่ที่ 1,666 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 205 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.0 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เป็นการเพิ่มขึ้นไปในทิศทางเดียวกันกับการเพิ่มขึ้นของรายได้และการให้บริการ อย่างไรก็ตาม ด้วยความสามารถในการสร้างรายได้และการให้บริการที่สูงขึ้นกว่าต้นทุนในการขายและการให้บริการ ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาส 4/2566 อยู่ที่ร้อยละ 32.8 สูงกว่าอัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาส 4/2565 ที่อยู่ที่ร้อยละ 27.7
2. ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และให้บริการ อยู่ที่ 369 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 114 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 44.6 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีรายการหลักดังนี้
 - I. ค่าคอมมิชชั่นและค่าเงินส่วนลดคืน (Commission and Rebate) เป็นไปตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น
 - II. ค่าใช้จ่ายพนักงานและค่าผลประโยชน์พนักงาน (Employee Benefits) เป็นไปตามผลประกอบการและการขยายตัวของธุรกิจ
 - III. ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายของอาคารสำนักงานใหม่ ที่เริ่มรับรู้ในช่วงปลายไตรมาส 1/2566
 - IV. การด้อยค่าของ บริษัท อินดิเพนเด็นท์ อาร์ทิสท์ เมเนจเม้นท์ จำกัด เนื่องจากกระแสความนิยมในธุรกิจไอศกรีมเกิร์ลกรุ๊ป ไม่เป็นไปตามแผนการณที่คาดไว้
 - V. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าที่ปรึกษา ค่าเดินทาง และเงินบริจาค เป็นต้น

บริษัทรายงานค่าใช้จ่ายรวมประจำปี 2566 เท่ากับ 7,494 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,497 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 25.0 เมื่อเปรียบเทียบกับงบประมาณประจำปี 2565 จากสาเหตุหลักที่กล่าวข้างต้น

กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

บริษัทรายงานกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีในไตรมาส 4/2566 เท่ากับ 464 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 117 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 33.7 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากรายได้จากการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในทุกกลุ่มธุรกิจดังสาเหตุที่กล่าวไว้ข้างต้น รวมถึงความสามารถในการบริหารต้นทุนการขายและการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทรายงานกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีในงบประมาณประจำปี 2566 เท่ากับ 1,455 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 355 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 32.3 เมื่อเปรียบเทียบกับงบประมาณประจำปี 2565 โดยมีสาเหตุหลักดังที่กล่าวไว้ข้างต้น

กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัท

บริษัทรายงานกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทในไตรมาส 4/2566 เท่ากับ 291 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 56 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 23.6 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เป็นผลมาจากรายได้จากการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ควบคู่กับความสามารถในการทำอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงขึ้น ส่งผลให้บริษัทสามารถสร้างกำไรสุทธิได้อย่างแข็งแกร่งในไตรมาสที่ผ่านมา บริษัทยังสามารถสร้างกำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) ที่ไม่รวมผลกระทบจากการปรับมาตรฐานบัญชี TFRS16 ในไตรมาส 4/2566 ได้อย่างโดดเด่นที่จำนวน 743 ล้านบาท

บริษัทรายงานกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทในงบประจำปี 2566 เท่ากับ 911 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 225 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 32.9 เมื่อเปรียบเทียบกับงบประจำปี 2565 เป็นไปตามสาเหตุที่กล่าวไว้ข้างต้น นอกจากนี้ กลยุทธ์การลงทุนที่หลากหลายและสมดุลทางธุรกิจ ส่งผลให้บริษัทยังสามารถสร้าง EBITDA ที่ไม่รวมผลกระทบจากการปรับมาตรฐานบัญชี TFRS16 ในงบประจำปี 2566 ได้อย่างมั่นคงต่อเนื่องจำนวน 2,481 ล้านบาท

ฐานะทางการเงินของบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 บริษัทมีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 16,245 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 783 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 5.1 จาก 15,462 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยสาเหตุหลักเกิดจากการเพิ่มขึ้นของเงินสดและลูกหนี้การค้า

บริษัทมีหนี้สินรวมเท่ากับ 7,295 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 40 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.5 จาก 7,255 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี

บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเท่ากับ 8,950 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 744 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 9.1 จาก 8,206 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของกำไรสะสม

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร		ปี 2566	ปี 2565 (ปรับปรุง)
อัตรากำไรขั้นต้น	(ร้อยละ)	29.9	27.4
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	(ร้อยละ)	17.4	16.7
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อม และค่าตัดจำหน่าย	(ร้อยละ)	46.0	52.8
อัตรากำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท	(ร้อยละ)	10.9	10.4
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	(ร้อยละ)	9.0	7.1
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	(ร้อยละ)	10.5	8.7

อัตราส่วนสภาพคล่อง		ปี 2566	ปี 2565 (ปรับปรุง)
สภาพคล่อง	(เท่า)	1.02	0.76
สภาพคล่องหมุนเร็ว	(เท่า)	1.02	0.76
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	(เท่า)	120.5	123.5
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย	(เท่า)	114.7	129.2

อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้		ปี 2566	ปี 2565 (ปรับปรุง)
หนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	0.82	0.88

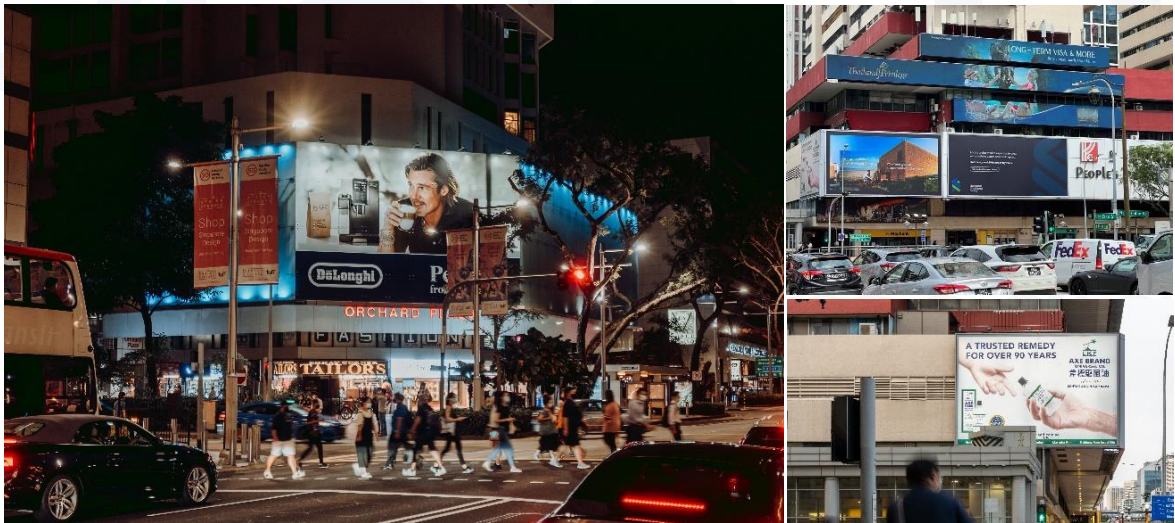
พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทในไตรมาสที่ 4 ปี 2566

บริษัทมุ่งมั่นเดินตามพันธกิจและวิสัยทัศน์ของบริษัทด้วยการเดินหน้าพัฒนาคอนเทนต์ให้ครอบคลุมทุกด้านพร้อมมองหาพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อสร้างเครือข่ายให้สื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยและธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม เป็นการยกระดับประสิทธิภาพของการสื่อสารด้วยการสร้างความผูกพันระหว่างผู้บริโภคกับแบรนด์สินค้าและบริการ เพื่อรองรับการขยายตัวของความต้องการสื่อในอนาคต ทั้งนี้ ในไตรมาส 4/2566 บริษัทมีพัฒนาการที่สำคัญดังนี้

ธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย (Out-of-home business)

- **ต่อยอดเครือข่ายสื่อโฆษณาในเอเชียผ่านบริษัท บีแอล ฟาลคอน พีทีอี (“ฟาลคอน”)**

บริษัทเข้าซื้อหุ้นสามัญใน บริษัท บีแอล ฟาลคอน พีทีอี (“ฟาลคอน”) จำนวน 2,100,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 70 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดของฟาลคอน ด้วยเงินลงทุนเริ่มต้น 475,000 เหรียญสิงคโปร์ ส่งผลให้ปัจจุบันบริษัทถือหุ้นในฟาลคอนร้อยละ 100 และเปลี่ยนชื่อเป็น PLANB Singapore ปัจจุบันฟาลคอนมีสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยในประเทศสิงคโปร์ทั้งหมด 49 จอ ประกอบด้วยสื่อ 3 ประเภท ได้แก่ สื่อดิจิทัล จำนวน 7 จอ สื่อภาพนิ่ง จำนวน 6 จอ และสื่อภายในร้านสะดวกซื้อ จำนวน 36 จอ ครอบคลุม 29 ร้านค้า ทั้งนี้ บริษัทมีแผนที่จะใช้เงินลงทุนเพื่อการต่อยอดธุรกิจในประเทศสิงคโปร์เพิ่มเติมโดยการขยายเครือข่ายสื่อโฆษณามากขึ้น ไม่จำกัดการร่วมทุนกับบริษัท รวมถึงการปรับแก้รายการขายให้มีประสิทธิภาพเพื่อตอบโจทย์แบรนด์สินค้าและรองรับการเติบโตของธุรกิจอย่างแข็งแกร่งในอนาคต



- **ขยายสื่อโฆษณาไปสู่ใจกลาง New York Times Square มหานครเศรษฐกิจสำคัญของโลก**

บริษัทตัดสินใจเข้าลงทุนในสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยใจกลาง New York Times Square ซึ่งเป็นหนึ่งในจอที่มีอิทธิพลมากที่สุดในโลกด้วยความโดดเด่นของที่ตั้งและจำนวนนักท่องเที่ยวที่สัญจรกว่า 65 ล้านคนต่อปี โดยบริษัทได้สิทธิร่วมบริหารจัดการพื้นที่จอทั้งหมด 3 จอ ประกอบไปด้วย จอ LED ขนาดใหญ่บนพื้นที่ 290 ตารางเมตร 1 จอ และ จอ LED แผดขนาดใหญ่บนพื้นที่รวมกัน 600 ตารางเมตร เป็นระยะเวลา 10 ปี สำหรับลูกค้าในเอเชีย



ธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม (Engagement Marketing)

- การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยผ่านการแข่งขันมวยไทยใน 3 ประเทศ ภายใต้ชื่อรายการ 'Amazing Muaythai, Road To Rajadamnern'

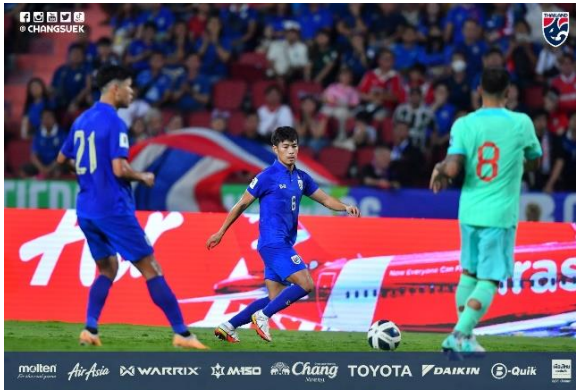
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จับมือกับสนามมวยเวทีราชดำเนิน จัดการแข่งขัน Amazing Muaythai, Road To Rajadamnern เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และผลักดันกระแสของมวยไทยให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยการแข่งขันในรายการนี้จัดขึ้น 4 รอบ 3 ประเทศ ได้แก่ ประเทศสโลวาเกีย (23 ก.ย.) เมืองโยโกสุกะ ประเทศญี่ปุ่น (1 ต.ค.) และเมืองโยโกฮาม่า ประเทศญี่ปุ่น (26 พ.ย.) โดยการแข่งขันรอบสุดท้ายได้ทำการชิงแชมป์ที่ สนามมวยเวทีราชดำเนิน ประเทศไทย (22 ธ.ค.) ซึ่งรายการการแข่งขันดังกล่าวได้รับการตอบรับจากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติอย่างล้นหลาม



- การแข่งขันฟุตบอลโลก 2026 รอบคัดเลือก โซนเอเชีย

ช้างศึก ฟุตบอลทีมชาติไทยเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลโลก 2026 รอบคัดเลือก โซนเอเชีย รอบที่ 2 เริ่มแข่งขันตั้งแต่วันที่ 16 พ.ย. 2566 – 11 มิ.ย. 2567 โดยในช่วงไตรมาส 4/2566 ที่ผ่านมา ทีมชาติไทยได้เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลโลก 2026 รอบคัดเลือก โซนเอเชีย 2 รายการ ได้แก่ การแข่งขันระหว่างทีมชาติไทยและทีมชาติจีน และการแข่งขันระหว่างทีมชาติไทยและทีมชาติสิงคโปร์





● การแข่งขันฟุตบอลอุ่นเครื่องฟีฟ่าเดย์ FIFA International 'A' Match

ทีมชาติไทยเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลนัดอุ่นเครื่องฟีฟ่าเดย์ FIFA International 'A' Match ซึ่งเป็นการแข่งขันเพื่อนำไปจัดอันดับบน FIFA Ranking ซึ่งปัจจุบันทีมชาติไทยอยู่ในอันดับที่ 113 จากทั้งหมด 210 ประเทศ โดยในช่วงไตรมาส 4/2566 ทีมชาติไทยได้เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลนัดอุ่นเครื่องฟีฟ่าเดย์ FIFA International 'A' Match 2 รายการ ได้แก่ การแข่งขันระหว่างทีมชาติไทยและทีมชาติจอร์เจีย และการแข่งขันระหว่างทีมชาติไทยและทีมชาติเอสโตเนีย



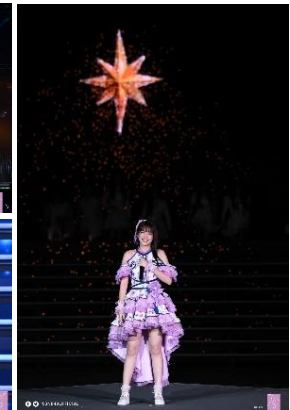
● BNK48 16th Single Senbatsu General Election

การเลือกตั้งทั่วไปเซ็มบัตสึ BNK48 & CGM48 ประจำปีครั้งที่ 16 (BNK48 16th Single Senbatsu General Election) เป็นการเลือกตั้งเซ็มบัตสึประจำปีครั้งที่ 4 เพื่อคัดเลือกสมาชิกจำนวน 16 คน จากการโหวตของแฟนคลับมาร่วมขับร้องและแสดงในเพลงหลักของซิงเกิ้ลที่ 16 และได้มีการจัดงานประกาศผลการเลือกตั้งอย่างเป็นทางการ ณ ยูเนียนฮอลล์ ศูนย์การค้ายูนิคอนมอลล์ ซึ่งผู้ที่ได้อันดับที่ 1 ในครั้งนี้ได้แก่ พรพาวรินทร์ วงศ์ตระกูลกิจ สมาชิกจาก CGM48 ขณะการเลือกตั้งครั้งนี้ไปด้วยจำนวนคะแนนโหวต 133,892 เหยียดูโหวต



- **Depart'Cher Cherprang BNK48's Graduation Concert**

iAM จัดคอนเสิร์ตจบการศึกษาของ เมอปปราง อาร์รียกุล ภายใต้ชื่อ Depart'Cher Cherprang BNK48's Graduation Concert ที่จัดขึ้นเมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2566 ที่ผ่านมา โดยคอนเสิร์ตดังกล่าวรวบรวมแฟนคลับมาร่วมเก็บเกี่ยวความทรงจำไปด้วยกันอย่างเนืองแน่น ก่อนที่เมอปปรางจะเข้าสู่เส้นทางใหม่ในบทบาททชีไฮนิน (ผู้จัดการวง) เต็มตัว



- **BOYd+NOP FAMILY CHRISTMAS FUN FEST 2023**

เทศกาลดนตรีสุดยิ่งใหญ่ส่งท้ายปี Heineken® Official Main Sponsor BOYd+NOP FAMILY CHRISTMAS FUN FEST 2023 เมื่อวันที่ 22-23 ธ.ค. 2566 ที่ผ่านมา



media

ความสำเร็จที่เกิดขึ้นในไตรมาส 4/2566

- **แพลนบี คว้ารางวัลเกียรติยศด้านนักลงทุนสัมพันธ์จาก SET Awards 2023 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3**
บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) หรือ แพลนบี รับมอบรางวัล SET Awards 2023 กลุ่มรางวัล Business Excellence ประเภทรางวัลเกียรติยศแห่งความสำเร็จ (SET Award of Honor Excellence in Investor Relations) สำหรับบริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดสูงกว่า 30,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100,000 ล้านบาท ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน



- **แพลนบีได้รับคัดเลือกให้เป็นหนึ่งในบริษัทที่เป็นหุ้นยั่งยืนหรือ SET ESG Ratings 2023 ในระดับ 'AA'**
ในปี 2566 บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) ได้รับการคัดเลือกเป็น 1 ใน 193 บริษัทจดทะเบียนที่ผ่านเกณฑ์ในการประเมินให้มีรายชื่ออยู่ในหุ้นยั่งยืน หรือ SET ESG Ratings 2023 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) เป็นปีที่สามติดต่อกัน ในระดับ 'AA' สะท้อนให้เห็นความมุ่งมั่นตั้งใจและการให้ความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ ควบคู่ไปกับการคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียจากทุกภาคส่วนภายใต้กรอบสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล



- **แพลนบีได้รับรางวัลการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนประจำปี 2566**
บริษัทได้รับรางวัลกิตติกรรมประกาศการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน (Sustainability Disclosure Acknowledgement) ประจำปี 2566 ที่จัดขึ้นโดยประชาคมการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน (Sustainability Disclosure Community: SDC) ในความดูแลของสถาบันไทยพัฒน์ เป็นปีที่สองติดต่อกัน สะท้อนให้เห็นถึงความตระหนักและการให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ข้อมูลการดำเนินงานซึ่งครอบคลุมทั้งการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม นอกเหนือจากข้อมูลทางการเงิน ซึ่งแสดงถึงความยั่งยืนของธุรกิจ อันเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของกิจการ โดยปัจจุบันประชาคมการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน มีองค์กรสมาชิกจำนวน 154 ราย

มุมมองของผู้บริหารต่อแนวโน้มและกลยุทธ์ในปี 2567

รายได้จากการขายและการให้บริการ	เติบโตประมาณร้อยละ 6 ถึง 8
EBITDA	เติบโตประมาณร้อยละ 8 ถึง 10
งบประมาณการลงทุน	700 – 800 ล้านบาท

คาดการณ์รายได้จากการขายและการให้บริการเติบโตที่ระดับร้อยละ 6 ถึง 8

ปี 2567 คาดการณ์การเติบโตจากการรักษาแนวโน้มการเติบโตของการดำเนินงานปกติ ท่ามกลางการขยายตัวที่ชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก นโยบายการเงินที่ตึงตัวต่อเนื่อง รวมถึงตลาดแรงงานอ่อนตัว อาจทำให้เกิดการชะงักของห่วงโซ่อุปทานและส่งผลต่อภาคการผลิตและอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจไทยคาดว่าจะสามารถขยายตัวได้ต่อเนื่อง ขับเคลื่อนจากการบริโภคของภาคเอกชน มาตรการลดค่าครองชีพ และการเติบโตในภาคการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตั้งเป้าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยในปี 2567 อยู่ที่กว่า 35 ล้านคน

- ธุรกิจสื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัย** คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 ของรายได้จากการขายและการให้บริการ โดยบริษัท คาดในปี 2567 บริษัทจะมีความสามารถในการผลิตสื่อโฆษณา (Media Capacity) อยู่ที่ประมาณ 9,500 ล้านบาท ต่อปี และมีอัตราการใช้สื่อโฆษณาที่ระดับร้อยละ 74-76 จากการฟื้นตัวของเม็ดเงินสื่อโฆษณา รวมถึงผลกระทบเชิงบวกจากการมีสื่อโฆษณาคอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ในประเทศไทย (Network Power) และความสามารถในการขึ้นราคาขาย (Pricing Effect) ทั้งนี้ บริษัทได้เริ่มทำการปรับราคาขายในสื่อโฆษณาดิจิทัลเป็นเฟสแรก ตั้งแต่ไตรมาส 4/2566 เช่น ที่สยามพารากอน เซ็นทรัลเวิลด์ และแพลนบี ทีวี เป็นต้น ควบคู่กับแผนที่จะทำการปรับราคาขายในสื่อโฆษณาสนามบินเป็นเฟสที่สองในปี 2567 นอกจากนี้ กลุ่มลูกค้า Luxury Brands ยังคงมีแนวโน้มในการใช้เม็ดเงินสื่อโฆษณาเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงกลุ่มลูกค้ายานยนต์ (Automotive) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มรถยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle Car) ที่มีแนวโน้มการใช้เม็ดเงินสื่อโฆษณาเพิ่มขึ้นในปีนี้อย่างเห็นได้ชัด สอดคล้องกับเทรนด์การเติบโตของรถยนต์ไฟฟ้าในปัจจุบัน
- ธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม** คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ของรายได้จากการขายและการให้บริการ บริษัทยังคงมุ่งเน้นและสร้างเครือข่ายการเติบโตอย่างไม่หยุดยั้งผ่านธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วมด้านกีฬาเพื่อสร้าง Ecosystem ผลักดันการเติบโตของบริษัทอย่างยั่งยืนผ่านกลยุทธ์การตลาดแบบ 4Os ได้แก่ สื่อออกที่อยู่อาศัย (OOH) ออนไลน์ (Online) สื่อโทรทัศน์ (On-Air) และการจัดกิจกรรม (On-Ground) เพื่อพัฒนาและต่อยอดแผนการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

 - กีฬาฟุตบอลไทยกลับมาคึกคักเพิ่มขึ้นหลังทีมฟุตบอลทีมชาติไทยทำผลงานได้ดีเยี่ยมในการแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์เอเชีย "AFC ASIAN CUP 2023" โดยสามารถทำผลงานผ่านเข้าถึงรอบ 16 ทีมสุดท้ายได้เป็นครั้งที่ 2 ติดต่อกัน ต่อเนื่องจากปี 2562 และยังสามารถขยับอันดับโลกตาม FIFA Ranking จากเดิมอันดับ 113 ขึ้นมาอยู่ที่อันดับ 101 ของโลก โดยเป็นอันดับที่สูงสุดในรอบ 14 ปี ของทีมชาติไทย และทำให้ทีมชาติไทยครองแรงกิ้งอันดับ 1 ของทีมชาติในอาเซียนได้อีกด้วย โดยภายหลังจากการแข่งขันเอเชียนคัพ ทีมชาติไทยจะมีโปรแกรมการแข่งขันรอบคัดเลือกฟุตบอลโลกกับทีมชาติเกาหลีใต้ ทีมชาติจีน และทีมชาติสิงคโปร์ในช่วงเดือนมีนาคม-พฤษภาคม 2567 เพื่อลุ้นทำผลงานผ่านเข้ารอบคัดเลือกรอบที่ 3 ของการแข่งขันรอบคัดเลือกฟุตบอลโลกโซนเอเชียต่อไป ถัดไปในเดือนเมษายน 2567 ทีมชาติไทยชุดรุ่นอายุไม่เกิน 23 ปี (U23) จะมีโปรแกรมเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์เอเชีย รุ่นอายุไม่เกิน 23 ปี

รอบสุดท้าย (AFC U-23 Asian Cup) ที่ประเทศกาตาร์ เพื่อลุ้นทำอันดับเป็นตัวแทนจากเอเชียเข้าร่วมแข่งขันฟุตบอลชาย ในการแข่งขันโอลิมปิก เกมส์ ปารีส 2024 ด้วย นอกจากนี้ ส่วนหนึ่งของความสำเร็จในสนามและวงการฟุตบอลไทยที่ช่วยผลักดันและสร้างมูลค่าให้กับฟุตบอล คือ แปรนด์และสปอนเซอร์ต่างๆ ที่เข้ามาทำกิจกรรมทางการตลาดผ่านรายการแข่งขันหลักสำคัญของทีมชาติไทยตลอดทั้งปี ในปีนี้จะเป็นอีกปีที่สำคัญและเป็นโอกาสของแปรนด์ในการสร้างจุดยืนและเข้าถึงกลุ่มคนรักกีฬาผ่านการทำกิจกรรมทางการตลาด โดยมีเป้าหมายสำคัญ คือ สร้างมาตรฐานและคุณภาพของการบริการให้กับแปรนด์ผู้สนับสนุนโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creative) เป็นตัวขับเคลื่อนความสนุกใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นควบคู่กับการวัดผลเชิงปริมาณผ่านตัวเลขที่จับต้องได้ เช่น จำนวนผู้ติดตาม (Follower) จำนวนผู้พบเห็นคอนเทนต์หรือโพสต์ (Reach) จำนวนผู้เข้าชม (View) และจำนวนกิจกรรม (Event) เป็นต้น

- ตลอดระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา บริษัทประสบความสำเร็จจากการจัดการแข่งขันมวยไทย ภายใต้รายการ “Rajadamnern World Series” หรือ “RWS” อย่างล้นหลาม ด้วยเรตติ้งที่พุ่งอย่างต่อเนื่องสูงสุดเป็นเบอร์ 1 ของรายการมวยไทย 3 ยก กว่าร้อยละ 260 (ที่มา: บริษัท นิลเส็น ประเทศไทย) สะท้อนกระแสความนิยมที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ทั้งนี้ ในปี 2567 บริษัทยังคงมุ่งเน้นจัดการแข่งขันให้มีความหลากหลาย รวมถึงการจัดอีเวนต์ครบคลุมตลอด 7 วันต่อสัปดาห์ โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของบริษัทยังคงเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ชื่นชอบศิลปะมวยไทยและต้องการที่จะเข้าชมการแข่งขันมวยไทย ณ เวทีราชดำเนิน พร้อมทั้งถ่ายทอดสดรายการ RWS ผ่านทาง ดะไซน (DAZN) สตริมีมิงคอนเทนต์กีฬายักษ์ใหญ่ระดับโลก ด้วยการถ่ายทอดสดไปกว่า 200 ประเทศ นอกเหนือจากนั้น บริษัทมีแผนที่จะผลักดันวงการมวยไทยสู่ระดับสากลมากขึ้น โดยวางแผนที่จะจัดชกในประเทศต่างๆ เพื่อสร้างกระแสนิยมและดึงดูดผู้ชมจากทั่วโลกให้รู้ถึงเอกลักษณ์และอรรถรสของมวยไทยอย่างแท้จริง
- แพลนบี อีเลฟเว่น (Plan B Eleven) ผู้ร่วมบริหารสิทธิ์การถ่ายทอดสด การแข่งขันโอลิมปิก ปารีส 2024 และบริหารสิทธิ์บริหารงานทางการตลาดในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ ร่วมกับ เดนส์ สู อิงค์ (Denstu Inc.) ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นผู้รับสิทธิ์จากคณะกรรมการโอลิมปิกสากล (International Olympic Committee) ร่วมสร้างประสบการณ์ครั้งสำคัญให้คนไทยได้สัมผัสทุกช่วงเวลาของ โอลิมปิก ปารีส 2024 ภายใต้แนวคิดหลักความเป็น “ที่สุดของที่สุด” ตั้งแต่ก่อนเริ่ม ระหว่างแข่งขัน และหลังจบการแข่งขัน ผ่านการสื่อสารอย่างครบวงจรด้วยกลยุทธ์การตลาดแบบ 4Os เข้ามาพัฒนาและต่อยอดแผนการตลาดเพื่อผลักดันกระแสการรับชม เซียร์ และส่งกำลังใจให้กับทัพนักกีฬาไทยในการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก ปารีส 2024 ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยมีเป้าหมายให้ประชาชนสามารถร่วมเชียร์ทีมชาติไทยได้จากหลากหลายช่องทาง ทุกที่ ทุกเวลา ครอบคลุมในทุกแพลตฟอร์ม ทั้งสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล สื่อบนอินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ
- ด้านอาร์ทิส เมเนจเม้นท์ ยังคงเดินหน้าจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการจัดคอนเสิร์ตของวง BNK48, CGM48 และ PROXIE โดยในปีนี้อคาดว่าจะมีอีเวนต์จากศิลปินดังกล่าวประมาณ 8-9 อีเวนต์ รวมถึงการปล่อยอัลบั้มเพลงใหม่ 3-4 เพลง

EBITDA เติบโตที่ระดับร้อยละ 8 ถึง 10 จากการมุ่งเน้นที่ความสามารถในการทำกำไร

บริษัทยังคงตั้งเป้าบริหารจัดการต้นทุนการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงพัฒนาระบบการขายโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานต่างๆ เช่น ใช้ระบบ Salesforce ในการจัดการและเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร และเก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้า ทำให้บริษัทสามารถเก็บข้อมูลไว้ในที่เดียวโดยที่ข้อมูลของลูกค้าจะไม่กระจัดกระจาย อีกทั้งยังช่วยให้ธุรกิจสามารถรวมระบบ (Integration) และแอปพลิเคชันที่มีอยู่เข้ากับระบบ Salesforce ได้อย่างราบรื่น ที่สำคัญ บริษัทยังคงมุ่งเน้นการจัดสรรเงินทุนด้วยความระมัดระวัง โดยบริษัทมีเป้าหมายที่จะรักษากระแสเงินสดและสภาพคล่องจากมาตรการควบคุมและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างเคร่งครัดเพื่อให้การใช้จ่ายมีประสิทธิภาพ สร้างความแข็งแกร่งให้กับฐานะทางการเงินของบริษัท และรองรับการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืนในอนาคต

ตั้งเป้าลงทุน 700-800 ล้านบาท เพื่อสร้างโอกาสในการเติบโตและรักษาคุณภาพสินทรัพย์ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

บริษัทคาดการณ์งบลงทุนใกล้เคียงจากปีก่อนหน้า โดยมีเป้าหมายที่จะคงความเป็นผู้นำทางด้านสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยด้วยการใช้เงินลงทุนอย่างเหมาะสมสอดคล้องกับความตั้งใจของบริษัทที่ต้องการรักษาลูกค้าผ่านการให้บริการสื่อโฆษณาที่มีคุณภาพสูงสุด ทั้งนี้ เป้าหมายการใช้เงินลงทุนในปี 2567 มากกว่าร้อยละ 75 จะใช้ไปกับการปรับปรุงและพัฒนา (Renovation) จอที่มีอายุการใช้งานครบกำหนดเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าและผู้ให้บริการ และเงินลงทุนที่เหลือกว่าร้อยละ 35 จะใช้ในการเพิ่มความสามารถในการผลิตสื่อโฆษณาจากการเติบโตภายใน (Organic growth) จากการเพิ่มสื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน สื่อโฆษณาภายในสนามบิน และสื่อโฆษณาดิจิทัล เพื่อรองรับการเติบโตในอนาคตอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายเน้นย้ำประสิทธิภาพของเงินลงทุน โดยมีการบริหารจัดการอย่างเคร่งครัดเพื่อให้มั่นใจว่าเงินที่ลงทุนไปเกิดความคุ้มค่าและประสิทธิผลทางการเงินสูงสุด

นโยบายการจ่ายเงินปันผลจ่ายไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและหลังหักสำรองตามกฎหมาย

บริษัทมุ่งมั่นในการสร้างการเติบโตของธุรกิจในระยะยาวและส่งมอบผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น บริษัทจึงให้ความสำคัญต่อการรักษาฐานะทางการเงินให้แข็งแกร่งและมีความคล่องตัวเพื่อสร้างการเติบโตในอนาคต นโยบายการจ่ายเงินปันผลไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและหลังหักสำรองตามกฎหมายนี้จะทำให้บริษัทมีกระแสเงินสดเพื่อเพิ่มความคล่องตัวทางการเงินซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเป็นผู้นำตลาด ความสามารถในการแข่งขัน และโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ รวมถึงพร้อมรับมือต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต

ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลในทุกกรณี จะขึ้นอยู่กับกระแสเงินสด แผนการลงทุน รวมถึงความจำเป็นและความเหมาะสมอื่นๆ ในอนาคตของบริษัท และ/หรือบริษัทย่อย การจ่ายเงินปันผลดังกล่าวจะต้องไม่เกินกำไรสะสมที่ปรากฏในงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท และ/หรือมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานปกติของบริษัทและบริษัทย่อย

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ
-พินิจสรณ์ ลือชัยขจรพันธ์-
(ดร.พินิจสรณ์ ลือชัยขจรพันธ์)
กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม