

สรุปภาพรวมผลการดำเนินงานไตรมาส 1 ปี 2563/64

ภาพรวมผลการดำเนินงานของ MACO ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญจากความต้องการใช้จ่ายสื่อโฆษณาที่ลดลง ซึ่งเป็นผลมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และความไม่มั่นคงของเศรษฐกิจทั่วโลก

- รายได้จากการให้บริการ ลดลง 25.9% YoY มาอยู่ที่ 512 ล้านบาท
 - รายได้ธุรกิจสื่อโฆษณา ลดลง 45.0% YoY มาอยู่ที่ 144 ล้านบาท
 - รายได้จากการให้บริการด้านระบบครบวงจร ลดลง 14.2% YoY มาอยู่ที่ 368 ล้านบาท
- รัฐบาลแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในกิจการร่วมค้าและบริษัทร่วมจำนวน 92 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากจำนวนผู้โดยสารที่ลดลงของระบบขนส่งมวลชนในประเทศอินโดนีเซีย
- ขาดทุนสุทธิอยู่ที่ 179 ล้านบาท โดยมีอัตราขาดทุนสุทธิที่ 35.0%

พัฒนาการและกลยุทธ์ที่สำคัญของธุรกิจ

ขยายฐานสื่อโฆษณานอกบ้านไปยังประเทศเวียดนาม

- เมื่อวันที่ 21 มกราคม 2563 MACO ได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริหารให้เข้าทำรายการผ่าน VGI MACO (Singapore) Private Limited¹ (“VGIMS”) เพื่อขยายธุรกิจไปยังตลาดเวียดนาม ซึ่งเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการเติบโตสะท้อนจากจำนวนประชากรประมาณ 100 ล้านคน² ในปี 2562 โดย VGIMS จะเข้าลงทุนในสัดส่วน 25.0% ในบริษัท VGI Vietnam Joint Stock Company (“VGI Vietnam”) คิดเป็นมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น 347.7 พันล้านดองเวียดนาม หรือ 457 ล้านบาท³
- ต่อมาในช่วงไตรมาส 1 ปี 2563/64 บริษัทฯ เล็งเห็นถึงผลการดำเนินงานเชิงบวกของ Prowtech จากสถานการณ์ของสื่อออกบ้านในประเทศเวียดนามที่เริ่มมีสัญญาณฟื้นตัว ดังนั้น MACO จึงจะดำเนินการเข้าลงทุนซื้อหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 15.0% ใน VGI Vietnam ภายในไตรมาสที่ 2 ปี 2563/64 สำหรับการลงทุนซื้อหุ้นเดิมในส่วนที่เหลือ 10.0% คาดว่าจะแล้วเสร็จในไตรมาส 3 ปี 2563/64

เกี่ยวกับ VGI Vietnam

VGI Vietnam คือผู้ประกอบการธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านที่มีเครือข่ายสื่อประเภทป้ายบิลบอร์ดภาพนิ่ง และหน้าจอดิจิทัล ในทำเลที่มีศักยภาพทั่วประเทศเวียดนาม

ธุรกรรมโดยสรุป

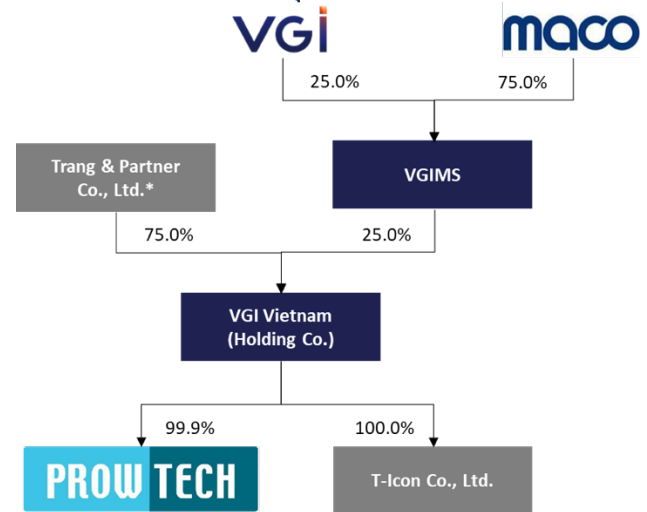
สัดส่วนการลงทุน: 25.0%

การลงทุน:

- 347.7 พันล้านดองเวียดนาม หรือ 457 ล้านบาท
- (MACO 343 ล้านบาทและ VGI 114 ล้านบาท)
 - 15.0% จากหุ้นสามัญเพิ่มทุน – เงินลงทุนเริ่มแรก
 - 10.0% จากหุ้นสามัญเดิม

หมายเหตุ: อัตราแลกเปลี่ยนอิงจากอัตราขายเฉลี่ยของ BOT ณ วันที่ 9 ม.ค. 2563 (0.1315 บาท = 100 ดองเวียดนาม)

โครงสร้างสัดส่วนการถือหุ้น



*Trang & Partner Co., Ltd. ถือโดย Ms. Nguyen Thi Ngoc Trang (ผู้ขาย) ที่สัดส่วน 95.0% และสัดส่วนที่เหลือ 5.0% ถือโดย Mr. Lan Tieu Phi (คู่สมรสของผู้ขาย)

¹ MACO ถือหุ้นในสัดส่วน 75.0% และ VGI ถือหุ้นในสัดส่วน 25.0% ใน VGIMS

² General Statistics Office of Vietnam

³ อัตราแลกเปลี่ยนอิงจากอัตราขายเฉลี่ยของ BOT ณ วันที่ 9 ม.ค. 2563 (0.1315 บาท = 100 ดองเวียดนาม)

ภาพรวมผลการดำเนินงานไตรมาส 1 ปี 2563/64

ล้านบาท	ไตรมาส 1 2562/63 (ปรับปรุงใหม่)	ไตรมาส 4 2562/63	ไตรมาส 1 2563/64	QoQ (%)	YoY (%)
รายได้จากการให้บริการ	690	612	512	-16.4%	-25.9%
ต้นทุนการให้บริการ	429	465	453	-2.6%	5.7%
กำไรขั้นต้น	261	147	58	-60.2%	-77.7%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	188	431	210	-51.3%	11.7%
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนใน กิจการร่วมค้าและบริษัทร่วม	(27)	1	(92)	-13,661.0%	-236.3%
EBITDA	112	(65)	(59)	10.3%	-152.5%
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้	65	(248)	(236)	4.8%	-465.7%
ดอกเบี้ยจ่าย	3	39	40	2.4%	1093.6%
ภาษีเงินได้	26	(83)	(13)	84.1%	-151.2%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ*	38	(129)	(179)	-39.2%	-571.1%

อัตรากำไรขั้นต้น	37.9%	24.0%	11.4%
อัตร่า EBITDA	16.2%	-10.7%	-11.5%
อัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิ	5.5%	-21.0%	-35.0%

*กำไรสุทธิจากการดำเนินงานในส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ

โครงสร้างรายได้ (ล้านบาท)

	ไตรมาส 1 2562/63 (ปรับปรุงใหม่)	ไตรมาส 4 2562/63	ไตรมาส 1 2563/64	QoQ (%)	YoY (%)
สื่อโฆษณา	262	270	144	-46.6%	-45.0%
สื่อโฆษณาในประเทศ	262	182	97	-46.7%	-62.9%
บิลบอร์ดและอื่นๆ	150	101	66	-34.9%	-56.2%
สตรีทเฟอร์นิเจอร์และดิจิทัล	112	81	31	-61.5%	-71.9%
สื่อโฆษณาในต่างประเทศ	0	87	47	-46.2%	n/a
งานระบบครบวงจร	428	343	368	7.3%	-14.2%
รายได้รวม	690	612	512	-16.4%	-25.9%

สัดส่วนรายได้ (%)

	ไตรมาส 1 2562/63 (ปรับปรุงใหม่)	ไตรมาส 4 2562/63	ไตรมาส 1 2563/64
สื่อโฆษณา	37.9%	44.0%	28.1%
สื่อโฆษณาในประเทศ	37.9%	29.8%	19.0%
บิลบอร์ดและอื่นๆ	21.8%	16.5%	12.9%
สตรีทเฟอร์นิเจอร์และดิจิทัล	16.2%	13.3%	6.1%
สื่อโฆษณาในต่างประเทศ	0.0%	14.2%	9.2%
งานระบบครบวงจร	62.1%	56.0%	71.9%
รายได้รวม	100.0%	100.0%	100.0%

วิเคราะห์ผลการดำเนินงานไตรมาส 1 ปี 2563/64

ในไตรมาส 1 ปี 2563/64 MACO มีรายได้จากการให้บริการ 512 ล้านบาท ลดลง 25.9% YoY สาเหตุหลักมาจากผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาที่เริ่มตั้งแต่ต้นปี 2563 ทำให้มีการบังคับใช้มาตรการที่รัดกุม เช่น การล็อกดาวน์ การเข้ารับการกักตัวของภาครัฐ และการจำกัดการเดินทางทั้งในประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ทำให้กิจกรรมทางธุรกิจส่วนใหญ่ถูกระงับอย่างชั่วคราว ซึ่งนำไปสู่ลดลงของจำนวนผู้ชมสื่อโฆษณาในบ้าน

ธุรกิจสื่อโฆษณา คิดเป็น 28.1% ของรายได้ทั้งหมด หรือ 144 ล้านบาท ลดลง 45.0% YoY การลดลงดังกล่าวมีสาเหตุหลักมาจากผลกระทบที่กล่าวข้างต้นและสถานการณ์ความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจหลายภาคส่วนปรับลดการใช้จ่ายเพื่อการโฆษณา

- **สื่อโฆษณาในประเทศ** มีรายได้ 97 ล้านบาท ลดลง 62.9% YoY
- **สื่อโฆษณาในต่างประเทศ** มีรายได้ 47 ล้านบาท โดยไตรมาสนี้ MACO รับรู้รายได้จากการรวบรวมงบการเงินแบบเต็มไตรมาสของ VGI Global Media (Malaysia) Sdn. Bhd. ("VGM") ซึ่งเริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ปี 2562 อย่างไรก็ตามการดำเนินงานของธุรกิจในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียได้รับผลกระทบอย่างมากจากวิกฤต COVID จากจำนวนผู้โดยสารที่ลดลงในระบบขนส่งมวลชนและสนามบิน ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของสื่อโฆษณาในต่างประเทศ ทำให้มีการชะลอการใช้จ่ายด้านการโฆษณา

ธุรกิจการให้บริการด้านระบบครบวงจร คิดเป็น 71.9% ของรายได้ทั้งหมด หรือ 368 ล้านบาท ลดลง 14.2% YoY สาเหตุหลักมาจากการลดลงของรายได้จากการบริหารโครงการ

ต้นทุนการให้บริการ เพิ่มขึ้น 5.7% YoY มาอยู่ที่ 453 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากการรวบรวมงบการเงินแบบเต็มไตรมาสของธุรกิจสื่อโฆษณาในต่างประเทศ ส่งผลให้ในไตรมาสนี้ **อัตราดัชนีต้นทุนต่อรายได้** เพิ่มขึ้นจาก 62.1% มาอยู่ที่ 88.6% ทั้งนี้ VGM มีลักษณะโครงสร้างต้นทุนที่สูงกว่าธุรกิจสื่อโฆษณาในประเทศของบริษัทฯ จากค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าของค่าสัมปทานสื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน และสื่อโฆษณาในสนามบิน ส่งผลให้ **อัตรากำไรขั้นต้น** ลดลงจาก 37.9% มาอยู่ที่ 11.4%

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร เพิ่มขึ้น 11.7% YoY มาอยู่ที่ 210 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลมาจากการรวบรวมที่กล่าวไปข้างต้น ขณะที่**อัตราร้อยค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้** เพิ่มขึ้นจาก 27.2% มาอยู่ที่ 41.0%

บริษัทฯ รับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในกิจการร่วมค้าและบริษัทร่วมจำนวน 92 ล้านบาท โดยสาเหตุหลักของการลดลงเกิดจากผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดที่รุนแรงของโรค COVID-19 ในตลาดประเทศอินโดนีเซีย

จากสถานการณ์ที่กล่าวไปข้างต้น ส่งผลให้บริษัทฯ มี**ขาดทุนสุทธิ**ที่ 179 ล้านบาท ในไตรมาสนี้ ลดลง 571.1% YoY และมี**อัตรขาดทุนสุทธิ**อยู่ที่ 35.0%

ฐานะทางการเงิน

เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2563 บริษัทฯ ได้เริ่มใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน (IFRS) 9 เรื่องตราสารทางการเงิน และ IFRS 16 เรื่องสัญญาเช่า โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ภายใต้ IFRS 9 บริษัทฯ จะต้องจัดประเภทตราสารอนุพันธ์และความสูญเสียจากการให้เครดิตเป็นสินทรัพย์ทางการเงิน บริษัทฯ จะวัดมูลค่ายุติธรรมของตราสารอนุพันธ์ในส่วนของบริษัทฯ ไรขาดทุน ขณะที่ความสูญเสียจากการให้เครดิตจะถือว่าการด้อยค่าของลูกหนี้การค้า
- ภายใต้ IFRS 16 บริษัทฯ จะต้องบันทึกสัญญาเช่าที่มีระยะเวลามากกว่า 12 เดือนในงบการเงิน โดยสัญญาเช่าที่มีอยู่ของบริษัทฯ ได้แก่ สัญญาเช่าที่เกี่ยวข้องกับการเช่าสถานที่เพื่อใช้ในการโฆษณา พื้นที่ในอาคาร รถยนต์ และอุปกรณ์

สินทรัพย์

รายละเอียดสินทรัพย์	31 มีนาคม 2563		30 มิถุนายน 2563	
	(ล้านบาท)	% ของสินทรัพย์รวม	(ล้านบาท)	% ของสินทรัพย์รวม
เงินสด รายการเทียบเท่าเงินสด และเงินลงทุนชั่วคราว	1,216	13.2%	1,099	12.5%
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	641	7.0%	631	7.2%
เงินลงทุนในการร่วมค้าและบริษัทร่วม	2,129	23.2%	2,030	23.1%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	877	9.5%	861	9.8%
สินทรัพย์สิทธิการใช้	2,233	24.3%	2,033	23.2%
ค่าความนิยมและสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	1,467	16.0%	1,434	16.3%
สินทรัพย์อื่น ๆ	624	6.8%	688	7.8%
รวมสินทรัพย์	9,187	100.0%	8,776	100.00%

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2563 บริษัทฯ มี**สินทรัพย์รวม** 8,776 ล้านบาท ลดลง 4.5% หรือ 411 ล้านบาท จาก 9,187 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 โดยมี**สินทรัพย์หมุนเวียน** 2,132 ล้านบาท ลดลง 3.9% หรือ 86 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการลดลงของ 1) เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 118 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม การลดลงดังกล่าวถูกหักลบจากการเพิ่มขึ้นของ 2) เงินจ่ายล่วงหน้าแก่ผู้รับเหมา 28 ล้านบาท **สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน** 6,644 ล้านบาท ลดลง 4.7% หรือ 325 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจาก 1) สินทรัพย์สิทธิการใช้ 200 ล้านบาท 2) เงินลงทุนในการร่วมค้าและบริษัทร่วม 99 ล้านบาท และ 3) สินทรัพย์ไม่มีตัวตน 23 ล้านบาท

ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น 631 ล้านบาท ลดลง 1.6% หรือ 10 ล้านบาท จาก 641 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 โดยปกติบริษัทฯ มีนโยบายกำหนดระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยไม่เกิน 90 วัน โดย ณ สิ้นไตรมาสนี้ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยอยู่ที่ 108 วัน เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2562 อยู่ที่ 94 วัน

ลูกหนี้การค้าค้างค้าง (ล้านบาท)	31 มีนาคม 2563	31 มิถุนายน 2562
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	176	182
ไม่เกิน 3 เดือน	182	134
3-6 เดือน	76	72
6-12 เดือน	12	66
มากกว่า 12 เดือน	13	13
รวม	459	467
สำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	31	31

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

รายละเอียดหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	31 มีนาคม 2563		31 มิถุนายน 2563	
	(ล้านบาท)	% ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	(ล้านบาท)	% ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินและอื่นๆ	1,030	11.2%	970	11.1%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	864	9.4%	924	10.5%
รายได้รับล่วงหน้า	259	2.8%	272	3.1%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	244	2.7%	686	7.8%
หนี้สินตามสัญญาเช่ารวม	2,198	23.9%	1,580	18.0%
หนี้สินไม่หมุนเวียน	288	3.1%	385	4.4%
รวมหนี้สิน	4,883	53.2%	4,817	54.9%
ส่วนของผู้ถือหุ้น	4,304	46.8%	3,959	45.1%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	9,187	100.0%	8,776	100.0%

หนี้สินรวม เท่ากับ 4,818 ล้านบาท ลดลง 1.3% หรือ 65 ล้านบาท จาก 4,883 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 โดยสาเหตุหลักมาจากการลดลงของ 1) หนี้สินตามสัญญาเช่ารวม 189 ล้านบาท 2) เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน 60 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม การลดลงดังกล่าวถูกชดเชยด้วยการเพิ่มขึ้นของ 3) เงินกู้ยืมระยะยาว 102 ล้านบาท 4) เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น 60 ล้านบาท 5) รายได้รับล่วงหน้า 13 ล้านบาท และ 6) ภาษีเงินได้ค้างจ่าย 5 ล้านบาท

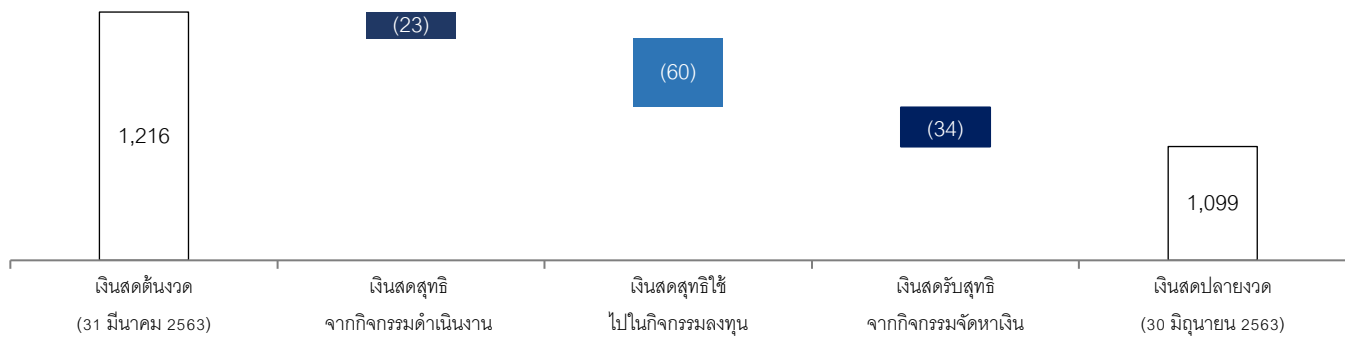
ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 3,959 ล้านบาท ลดลง 345 ล้านบาท หรือ 8.0% สาเหตุหลักมาจากการลดลงของ 1) กำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรจำนวน 179 ล้านบาท และ 2) ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย จำนวน 113 ล้านบาท โดย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2563 ส่วนของผู้ถือหุ้นรวมที่เป็นส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ จำนวน 3,857 ล้านบาท และส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมจำนวน 101 ล้านบาท

สภาพคล่องและกระแสเงินสด

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2563 บริษัทฯ มี**เงินสดสุทธิ**ใช้ใน**กิจกรรมดำเนินงาน** 23 ล้านบาท ส่วนของ**เงินสดสุทธิ**ใช้ใน**กิจกรรมลงทุน** 60 ล้านบาท รายการหลักมาจาก 1) เงินสดจ่ายเพื่อซื้ออุปกรณ์ 62 ล้านบาท สำหรับ**เงินสดสุทธิ**ใช้ใน**กิจกรรมจัดหาเงิน** 39 ล้านบาท ส่วนใหญ่มาจาก 1) เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน 315 ล้านบาท ซึ่งถูกชดเชยบางส่วนด้วยเงินสดรับจาก 2) เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน 255 ล้านบาท

การเคลื่อนไหวของกระแสเงินสดสำหรับงวด 3 เดือน ปี 2563

(ล้านบาท)



*รวมผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน 5 ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	1Q 2562/63	1Q 2563/64	31 มี.ค. 2563	30 มิ.ย. 2563
อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร				
กำไรขั้นต้น ¹ (%)	37.9%	11.4%		
EBITDA จากการดำเนินงาน (%)	16.2%	-11.5%		
กำไรสุทธิจากการดำเนินงาน (%)	5.1%	-51.5%		
กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท ² (%)	5.5%	-35.0%		
ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น ³ (%)	10.5%	-6.7%		
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน				
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%)	9.1%	-6.1%		
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร ⁵ (%)	43.2%	-47.0%		
การหมุนของสินทรัพย์ (เท่า)	0.8	0.4		
อัตราส่วนสภาพคล่อง				
สภาพคล่อง (เท่า)			0.8	0.8
สภาพคล่องหมุนเร็ว ⁶ (เท่า)			0.8	0.7
การหมุนเวียนลูกหนี้การค้า (เท่า)			4.0	3.4
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย ⁷ (วัน)			94	108
ระยะเวลาชำระหนี้ (วัน)			143	152
อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้				
หนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)			1.1	1.2
เงินกู้ยืมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)			0.3	0.3

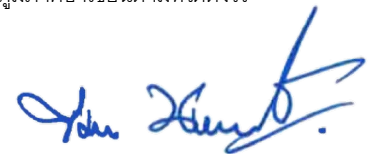
หมายเหตุ:

- อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ คำนวณโดยใช้สูตรตามตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

มุมมองผู้บริหารต่อผลการดำเนินงานในอนาคต

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลกในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2563 และถูกคาดการณ์ว่าจะส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจตลอดทั้งปี 2563 หดตัวลง สำหรับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ปรับลดคาดการณ์การเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ในปี 2563 เป็นติดลบ 8.1% จากคาดการณ์เดิมที่ติดลบอยู่ที่ 5.3% ซึ่งนับเป็นการหดตัวที่ต่ำที่สุดนับตั้งแต่วิกฤตต้มยำกุ้งในปี 2540 นอกจากนี้ประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นประเทศที่ MACO มีธุรกิจสื่อโฆษณาอยู่นั้น มีคาดการณ์การเติบโตทางเศรษฐกิจว่าจะหดตัวลงมาเป็น -6.2% และ 4.4%⁴ ตามลำดับ ส่งผลให้ปีนี้เป็นปีที่ยากลำบากอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจทุกภาคส่วน

สำหรับ MACO บริษัทฯ คาดว่าจะเห็นผลกระทบเชิงลบต่อผลดำเนินงานของบริษัทฯ จากสถานการณ์ที่กล่าวไปข้างต้น อย่างไรก็ตามบริษัทฯ จะยังคงมุ่งมั่นในการรักษาความมั่นคงทางธุรกิจ และจะบริหารให้มีกระแสเงินสดที่เพียงพอและมีสภาพคล่องที่ดี ทั้งนี้เมื่อสถานการณ์ตลาดโลกฟื้นตัว บริษัทฯ จะมุ่งสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งเพื่อการเติบโตของเครือข่ายสื่อโฆษณาในตลาดต่างประเทศ และดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ที่จะก้าวสู่การเป็นผู้นำสื่อโฆษณานอกบ้านในภูมิภาคอาเซียนตามที่ได้ตั้งไว้



ธมนวรรณ นรินทวานิช

ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน

⁴ IMF, World Economic Outlook database