

12 พฤษภาคม 2566

เรื่อง คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร สำหรับผลประกอบการไตรมาส 1 ปี 2566

เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บทสรุปผู้บริหารประจำไตรมาส 1 ปี 2566

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 4/2565	ไตรมาส 1/2565	QoQ (%)	YoY (%)
รายได้จากการขายและการให้บริการ	1,729	2,020	1,209	-14.4	43.1
ธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย	1,405	1,583	1,001	-11.2	40.4
ธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม	324	437	208	-25.9	55.8
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน	227	355	195	-35.9	16.8
กำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัท	132	241	104	-45.2	26.7
กำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัทไม่รวมรายการพิเศษที่เกิดขึ้นครั้งเดียว*	150	251	89	-40.3	67.7

หมายเหตุ: * กำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัท (ไม่รวม One-time items) จะไม่รวมรายการค่าใช้จ่ายในการตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญ ประมาณ 10 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการ Write-off สินทรัพย์ของตึกสำนักงานเก่าของบริษัทฯ ประมาณ 8 ล้านบาท ที่เกิดขึ้นในไตรมาส 1/2566, รายการค่าใช้จ่ายในการ Write-off จากการปรับเปลี่ยนป้ายจอดีจิทัลเป็นจอภาพนิ่งและเปลี่ยนโลโก้ของป้าย AQUA และ COMASS เป็นโลโก้ PLANB หลังจากการควบรวมกิจการ ประมาณ 10 ล้านบาท ที่เกิดขึ้นในไตรมาส 4/2565 และรายการกำไรจากการจำหน่ายตราสารอนุพันธ์ ประมาณ 15 ล้านบาท ที่เกิดขึ้นในไตรมาส 1/2565

ภาพรวมธุรกิจในช่วงไตรมาส 1 ปี 2566

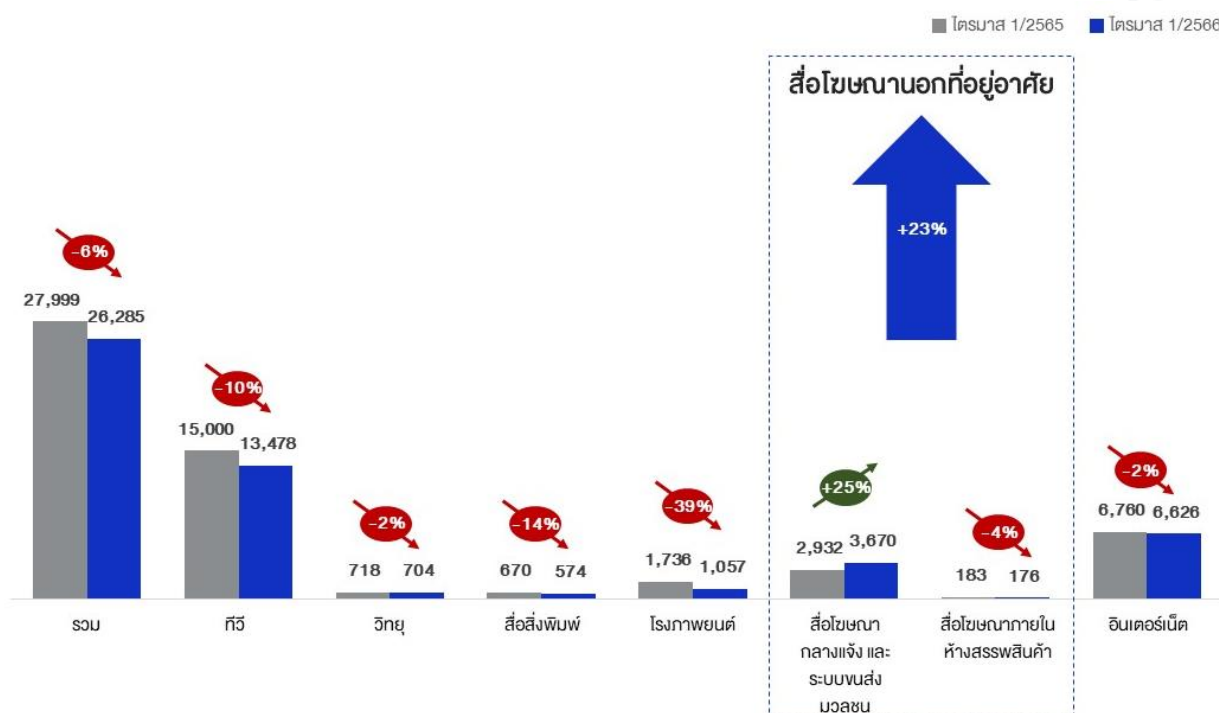
- **แพลนบี สร้างกำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัท อยู่ที่ 132 ล้านบาท** เติบโตอย่างแข็งแกร่งที่ 26.7% YoY จากการเพิ่มขึ้นของรายได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโฆษณาภาพนิ่ง สื่อดิจิทัล และสื่อสนามบินจากการฟื้นตัวและกลับมาของนักท่องเที่ยวที่สูงขึ้นกว่าที่คาดการณ์ไว้ ประกอบกับความสามารถในการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ
- **แพลนบี สร้างรายได้จากการขายและการให้บริการ อยู่ที่ 1,729 ล้านบาท** เติบโตอย่างมีนัยสำคัญที่ 43.1% YoY
 - ธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย สร้างรายได้ 1,405 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 40.4% YoY จากอัตราการใช้สื่อโฆษณาที่ 64.8%
 - ธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม สร้างรายได้ 324 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 55.8% YoY
- **แพลนบี รับแรงกดดันจากการรับรู้ต้นทุนจากการขายและการให้บริการที่สูงขึ้นราว 423 ล้านบาท YoY** โดยมีรายการหลัก ดังนี้ (รายละเอียดค่าใช้จ่ายสามารถดูได้ใน MD&A หน้า 6)
 - 1) ต้นทุนการขายและการให้บริการซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับรายได้จากการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น ประมาณ 205 ล้านบาท
 - 2) ค่าเช่า ค่าภาษีป้าย และค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์หลังจากการเข้าลงทุนในบริษัทย่อยของ บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่รับรู้เต็มไตรมาสในไตรมาส 1/2566 โดยในไตรมาส 1/2565 ยังไม่มีการรับรู้ต้นทุนส่วนนี้ ประมาณ 114 ล้านบาท
 - 3) ค่าไฟจากการเพิ่มขึ้นของสื่อโฆษณาและการปรับตัวของค่า Ft ประมาณ 32 ล้านบาท
 - 4) ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว (One-time items) ประมาณ 18 ล้านบาท แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้
 - การตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญ ประมาณ 10 ล้านบาท โดยบริษัทได้ปรับเปลี่ยนนโยบายการติดตามลูกหนี้ค้างนานในการเริ่มดำเนินการติดตามลูกหนี้ที่ไม่สามารถชำระหนี้ให้แก่บริษัทได้ทั้งในกระบวนการปกติและกระบวนการฟ้องร้อง ทั้งนี้หากบริษัทได้รับการชำระหนี้จากลูกหนี้ บริษัทจะทำการปรับปรุงค่าใช้จ่ายดังกล่าวออกจากงบกำไรขาดทุนของบริษัท
 - ค่าใช้จ่ายในการ Write-off สินทรัพย์ของตึกสำนักงานเก่าของบริษัทฯ จำนวน 8 ล้านบาท
- **ทั้งนี้ หากไม่รวมรายการ One-time items (ตามรายละเอียดที่กล่าวไว้ข้างต้น) ส่งผลให้บริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัทอยู่ที่ 150 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 67.7% YoY**

ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการดำเนินงาน

เศรษฐกิจไทยในไตรมาส 1/2566 ปรับตัวดีขึ้นจากไตรมาสก่อน สนับสนุนจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องหลังจากการเปิดประเทศเต็มรูปแบบ ส่งผลให้ภาคบริการและเครื่องใช้การบริโภคภาคเอกชนปรับตัวสูงขึ้น อีกทั้งการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกสินค้า และราคาสินค้าอุปโภคบริโภคบางรายการปรับตัวลดลง โดยเฉพาะน้ำมันเชื้อเพลิงทั้งประเภทดีเซลและเบนซิน สะท้อนมายังดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจอยู่ที่ระดับ 51.3, 52.5 และ 52.3 ในเดือนมกราคม-มีนาคม 2566 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับเดือนธันวาคม 2565 ที่ระดับ 50.4 อย่างไรก็ตาม ยังมีความกังวลต่อภาวะค่าครองชีพที่ยังคงอยู่ในระดับที่สูง โดยเฉพาะค่าไฟฟ้าครัวเรือนที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคมีการปรับตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป

ทั้งนี้ มูลค่าเม็ดเงินสื่อโฆษณาในไตรมาส 1/2566 อยู่ที่ 26,285 ล้านบาท ลดลง 1,717 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.1 เมื่อเปรียบเทียบกับเม็ดเงินสื่อโฆษณาในช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลมาจากการระมัดระวังในการใช้จ่ายงบโฆษณา และการชะลอตัวทั้งในการโปรโมทสินค้า และการออกสินค้าใหม่ในสินค้าบางประเภท จึงสะท้อนไปยังเม็ดเงินสื่อโฆษณาที่ลดลงในสื่อทุกประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่งเม็ดเงินสื่อโฆษณาในสื่อประเภทโทรทัศน์ที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญราว 10.1% เมื่อเปรียบเทียบกับเม็ดเงินสื่อโฆษณาในช่วงเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตาม สื่อนอกที่อยู่อาศัยและสื่อบนระบบขนส่งมวลชนเป็นสื่อประเภทเดียวที่มีการเติบโตในช่วงที่ผ่านมาอยู่ที่ระดับร้อยละ 25.2 เมื่อเปรียบเทียบกับเม็ดเงินสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยและสื่อบนระบบขนส่งมวลชนในช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลมาจากตัวเลขนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องหลังจากการเปิดประเทศเต็มรูปแบบในช่วงที่ผ่านมา และการทำกิจกรรมนอกบ้านของประชาชนเพิ่มมากขึ้น โดยมีสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงดังนี้

เม็ดเงินสื่อโฆษณาในไตรมาส 1/2566 เปรียบเทียบกับเม็ดเงินสื่อโฆษณาในไตรมาส 1/2565 (ล้านบาท)



รายการหลักในงบกำไรขาดทุนประจำไตรมาสที่ 1 ปี 2566

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 4/2565	ไตรมาส 1/2565	QoQ (%)	YoY (%)
รายได้จากการขายและการให้บริการ	1,729	2,020	1,209	-14.4	43.1
รายได้อื่น	23	42	9	-45.0	154.6
กำไร (ขาดทุน) จากการจำหน่ายตราสารอนุพันธ์	-	(1)	15	nm	nm
กำไรจากการยกเลิกสัญญาเช่า	-	3	-	nm	nm
รายได้รวม	1,752	2,064	1,233	-15.1	42.2
ต้นทุนการขายและการให้บริการ	1,295	1,454	871	-11.0	48.6
กำไรขั้นต้น	435	566	337	-23.2	28.9
ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และให้บริการ	80	96	52	-16.6	53.8
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	151	160	115	-5.4	31.1
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	231	255	167	-9.6	38.2
กำไร (ขาดทุน) จากบริษัทในเครือ	(4)	(0.1)	(6)	>100.0	20.6
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน	227	355	195	-35.9	16.8
ต้นทุนทางการเงิน	55	55	37	-0.2	47.2
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	168	299	152	-43.9	10.7
รายได้ (ค่าใช้จ่าย) ภาษีเงินได้	(38)	(59)	(51)	36.2	26.0
กำไรสุทธิสำหรับงวด	130	240	100	-45.9	29.5
ส่วนของกำไร (ขาดทุน) ที่เป็นของ:					
ผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	(2)	(1)	(4)	-98.9	42.2
ผู้ถือหุ้นของบริษัท	132	241	104	-45.2	26.7
รายการพิเศษที่เกิดขึ้นครั้งเดียวสุทธิหลังหักภาษี:					
ค่าใช้จ่ายในการตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญ	10	-	-	nm	nm
ค่าใช้จ่ายในการ Write-off สินทรัพย์ติดสำนักงานเก่าของบริษัท	8	-	-	nm	nm
ค่าใช้จ่ายในการ Write-off การปรับเปลี่ยนป้ายดิจิทัลเป็นจอภาพนิ่งและการปรับเปลี่ยนโลโก้ของป้าย AQUA และ COMASS เป็นโลโก้ PLANB หลังควบรวมกิจการ	-	10	-	nm	nm
กำไรจากการจำหน่ายตราสารอนุพันธ์	-	-	15	nm	nm
กำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัทไม่รวมรายการพิเศษที่เกิดขึ้นครั้งเดียว	150	251	89	-40.3	67.7

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ (ร้อยละ)	ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 4/2565	ไตรมาส 1/2565
อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและการให้บริการ*	25.1	28.0	27.9
อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและการให้บริการ (ไม่รวม One-time items)*	26.2	28.5	27.0
อัตราค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขายและการให้บริการ*	13.3	12.6	13.8
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีต่อรายได้จากการขายและการให้บริการ*	13.1	17.6	16.1
อัตรากำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัท*	7.6	11.9	8.6
อัตรากำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัท (ไม่รวม One-time items)*	8.7	12.4	7.5

หมายเหตุ: * รายได้จากการขายและการให้บริการไม่รวมรายได้อื่น

วิเคราะห์ผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2566

บริษัทรายงานรายได้จากการดำเนินงานในไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 1,729 ล้านบาท เพิ่มขึ้นที่ 521 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 43.1 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญของทั้งธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยที่เติบโตตามเศรษฐกิจที่ดีขึ้นตามลำดับ และการรับรู้รายได้หลังจากการลงทุนในบริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่รับรู้เต็มไตรมาสในไตรมาส 1/2566 โดยในไตรมาส 1/2565 ยังไม่มีการรับรู้รายได้ส่วนนี้ และธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจด้านสปอร์ต มาร์เก็ตติ้ง ที่มีการรับรู้รายได้เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับจำนวนการจัดกิจกรรมนอกบ้านที่เพิ่มมากขึ้นตามสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ที่ลดน้อยลง

ทั้งนี้ บริษัทรายงานกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทในไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 132 ล้านบาท เพิ่มขึ้นที่ 28 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 26.7 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงความสามารถในการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพของบริษัท

โครงสร้างรายได้จากการดำเนินงานแยกตามธุรกิจของบริษัท

ธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 4/2565	ไตรมาส 1/2565	QoQ (%)	YoY (%)
รายได้รวมสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัย	1,405	1,583	1,001	-11.2	40.4
สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน	66	75	54	-12.0	22.7
สื่อโฆษณาภาพนิ่ง	456	418	332	9.1	37.5
สื่อโฆษณาดิจิทัล	733	901	491	-18.7	49.2
สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ	99	143	117	-30.7	-15.7
สื่อโฆษณาภายในสนามบิน	52	47	7	11.8	611.8
ภาพรวมอัตราการใช้สื่อโฆษณา (Utilization Rate)	64.8	71.9	52.1	-7.1	12.7

รายได้รวมสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยในไตรมาส 1/2566 อยู่ที่ 1,405 ล้านบาท เพิ่มขึ้นที่ 404 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 40.4 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยรายได้รวมสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 81 ของรายได้จากการขายและการให้บริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- รายได้สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชนในไตรมาส 1/2566 อยู่ที่ 66 ล้านบาท เพิ่มขึ้นที่ 12 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 22.7 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการดำเนินชีวิตนอกบ้านและการสัญจรของประชาชนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้ง การรับรู้รายได้จากสิทธิการบริหารจัดการสื่อโฆษณาทั้งด้านในและด้านนอกรถโดยสารพลังงานไฟฟ้า หรือรถเมล์ EV จากองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2565
- รายได้สื่อโฆษณาภาพนิ่งในไตรมาส 1/2566 อยู่ที่ 456 ล้านบาท เพิ่มขึ้นที่ 124 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 37.5 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากการรับรู้รายได้จากการลงทุนในบริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ("AQUA") ที่รับรู้เต็มไตรมาสในไตรมาส 1/2566 โดยในไตรมาส 1/2565 ยังไม่มีการรับรู้รายได้ส่วนนี้ รวมถึงการฟื้นตัวของมูลค่าเม็ดเงินสื่อโฆษณาตามภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น

- รายได้สื่อโฆษณาดิจิทัลในไตรมาส 1/2566 อยู่ที่ 733 ล้านบาท เพิ่มขึ้นที่ 242 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 49.2 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากการรับรู้รายได้จากการลงทุนในบริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ("AQUA") ที่รับรู้เต็มไตรมาสในไตรมาส 1/2566 โดยในไตรมาส 1/2565 ยังไม่มีการรับรู้รายได้ส่วนนี้ การฟื้นตัวของมูลค่าเม็ดเงินสื่อโฆษณาตามภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น รวมไปถึงการรับรู้รายได้จากการขายส่วนแบ่งเวลาสื่อโฆษณาบริเวณ New York Times Square ในไตรมาส 1/2566 ที่ประมาณ 30 ล้านบาท
- รายได้สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อในไตรมาส 1/2566 อยู่ที่ 99 ล้านบาท ลดลงที่ 18 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 15.7 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากการหดตัวของรายได้จากร้านสะดวกซื้อ
- รายได้สื่อโฆษณาภายในสนามบินในไตรมาส 1/2566 อยู่ที่ 52 ล้านบาท เพิ่มขึ้นที่ 45 ล้านบาท หรือคิดเป็นมากกว่าร้อยละ 100 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการเปิดรับนักท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ที่ดีขึ้น ส่งผลให้การสัญจรภายในสนามบินดีขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงก่อน จากทั้งนักท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ

ธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 4/2565	ไตรมาส 1/2565	QoQ (%)	YoY (%)
รายได้รวมธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม	324	437	208	-25.9	55.8
ธุรกิจด้านสปอร์ต มาร์เก็ตติ้ง	204	249	111	-18.1	83.5
ธุรกิจด้านอาร์ติส เมเนจเม้นท์	93	127	81	-26.7	15.1
ธุรกิจออนไลน์	27	23	16	18.1	69.0
ธุรกิจบริหารจัดการอีเวนต์	-	38	-	nm	nm

รายได้รวมธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วมในไตรมาส 1/2566 อยู่ที่ 324 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 116 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 55.8 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยรายได้รวมธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วมคิดเป็นอัตราส่วนประมาณร้อยละ 19 ของรายได้จากการขายและการให้บริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- รายได้จากธุรกิจด้านสปอร์ต มาร์เก็ตติ้ง ในไตรมาส 1/2566 อยู่ที่ 204 ล้านบาท เพิ่มขึ้นที่ 93 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 83.5 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากบริษัทรับรู้รายได้จากรายการกีฬาต่างๆ ที่ทยอยกลับมาดำเนินกิจกรรมเพิ่มมากขึ้นจาก
 - 1) กีฬาฟุตบอลที่รับรู้รายได้จากผู้สนับสนุนที่เข้ามาในช่วงฤดูกาลแข่งขันตั้งแต่ช่วงต้นปีถึงปัจจุบัน รวมถึงความคึกคักของการแข่งขันหลังจากช่วงคลาย Lockdown อย่างเต็มรูปแบบ
 - 2) กีฬามวย โดยทางบริษัทได้จัดการแข่งขัน Rajadamnern World Series (RWS) ซีซั่น 2 มาตั้งแต่วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2566 โดยในซีซั่นนี้จะมีการแข่งขันตลอดทั้งปี ตั้งแต่กุมภาพันธ์ไปจนถึงธันวาคม 2566 และมีการเปลี่ยนช่วงเวลาในการแข่งขันเป็นทุกวันเสาร์ เวลา 20.05 น. ทางช่อง Workpoint 23 ซึ่งเป็นเวลาไพรม์ไทม์ที่ดีที่สุดในการถ่ายทอดสดรายการประเภทกีฬา เวลาที่ทุกคนสามารถเข้าถึงความเดือดและความมันส์ได้ง่ายที่สุด นอกจากนี้ ทางบริษัทยังมีการจัดการแข่งขันมวยตลอดทั้ง 7 วันต่อสัปดาห์ เพื่อให้มีความหลากหลายในการเข้าร่วมชมการแข่งขันมวยไทยให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมไปถึงตอบสนองต่อแนวโน้มตัวเลขนักท่องเที่ยวที่ฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง

3) รับรู้รายได้จากช่องทีวีดิจิทัล ช่อง T-Sports 7 จากการถ่ายทอดสด ประชาสัมพันธ์ และผลิตรายการทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวและกีฬา

- รายได้จากธุรกิจด้านอาร์ตอิส เมเนจเม้นท์ ในไตรมาส 1/2566 อยู่ที่ 93 ล้านบาท เพิ่มขึ้นที่ 12 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 15.1 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สนับสนุนจากการจัดกิจกรรมต่างๆ ของ BNK48 ที่ยังคงจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องหลังจากการผ่อนคลายมาตรการการป้องกันโควิด-19 ทั้งกิจกรรม BNK48 4th Generation Fan Meet, BNK48 & CGM48 Matsuri 2023, กิจกรรมจับมือ และการออกซิงเกิ้ลใหม่ของ BNK48 ในช่วงที่ผ่านมา รวมไปถึงกระแสความนิยมของวง PROXIE ที่ได้รับความนิยมขึ้นชอบในหมู่วัยรุ่นปัจจุบัน
- รายได้จากธุรกิจออนไลน์ในไตรมาส 1/2566 อยู่ที่ 27 ล้านบาท เพิ่มขึ้นที่ 11 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 69.0 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากรายได้ที่เพิ่มขึ้นของ บริษัท ดิจิทัล แพคเคจ จำกัด

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 4/2565	ไตรมาส 1/2565	QoQ (%)	YoY (%)
ค่าใช้จ่ายรวม	1,618	1,824	1,127	-11.3	43.6
ต้นทุนการขายและการให้บริการ	1,295	1,454	871	-11.0	48.6
ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และให้บริการ	231	255	167	-9.6	38.2
ต้นทุนทางการเงิน	55	55	37	-0.2	47.2
รายได้ (ค่าใช้จ่าย) ภาษีเงินได้	(38)	(59)	(51)	-36.2	-26.0

ค่าใช้จ่าย (ต้นทุนการขายและการให้บริการ + ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และให้บริการ + ต้นทุนทางการเงิน + ภาษีเงินได้) บริษัทรายงานค่าใช้จ่ายรวมในไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 1,618 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 491 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 43.6 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยค่าใช้จ่ายหลักในไตรมาส 1/2566 ที่เพิ่มขึ้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ซึ่งมีรายการหลัก ดังต่อไปนี้

- **ค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่เงินสด (Non-cash) ประมาณ 80 ล้านบาท**
 - 1) ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายของสินทรัพย์หลังจากการเข้าลงทุนใน บริษัท อควา แอด จำกัด (มหาชน) ("AA") และ บริษัท บอร์ดเวย์ มีเดีย จำกัด ("BMW") จาก บริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ("AQUA") ที่รับรู้เต็มไตรมาสในไตรมาส 1/2566 โดยในไตรมาส 1/2565 ยังไม่มีการรับรู้ต้นทุนส่วนนี้ ประมาณ 52 ล้านบาท
 - 2) ค่าใช้จ่ายจากผลกระทบมาตรฐานบัญชี TFRS16 ประมาณ 20 ล้านบาท
 - 3) ค่าใช้จ่ายในการ Write-off สินทรัพย์ของตึกสำนักงานเก่าของบริษัทฯ ประมาณ 8 ล้านบาท (*One-time items*)
- **ค่าใช้จ่ายที่เป็นเงินสด (Cash) ประมาณ 320 ล้านบาท**
 - 1) ต้นทุนการขายและการให้บริการซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับรายได้จากการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น ประมาณ 205 ล้านบาท
 - 2) ค่าเช่าและค่าภาษีป้าย หลังจากการเข้าลงทุนในบริษัทย่อยของบริษัท อควา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ("AQUA") ที่รับรู้เต็มไตรมาสในไตรมาส 1/2566 โดยในไตรมาส 1/2565 ยังไม่มีการรับรู้ต้นทุนส่วนนี้ ประมาณ 62 ล้านบาท
 - 3) ค่าไฟจากการเพิ่มขึ้นของสื่อโฆษณาและการปรับตัวของ FT ค่าไฟจากการปรับตัวของค่า Ft ประมาณ 32 ล้านบาท
 - 4) การตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญ ประมาณ 10 ล้านบาท (*One-time items*)
 - 5) ค่าดอกเบี้ยเงินกู้ ประมาณ 8 ล้านบาท
 - 6) ค่าเช่าตึกสำนักงานใหม่ของบริษัทฯ ประมาณ 3 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายจากรายการที่กล่าวมาข้างต้น (ยกเว้นรายการค่าดอกเบี้ยเงินกู้) เป็นค่าใช้จ่ายที่ถูกบันทึกในรายการต้นทุนการขายและการให้บริการ ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาส 1/2566 อยู่ที่ร้อยละ 25.1 ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับอัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาส 1/2565 ที่ร้อยละ 27.9 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการขายและการให้บริการ (ดังรายละเอียดที่ชี้แจงไว้ข้างต้น) ทั้งนี้ หากไม่รวมค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว (One-time items) จะส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาส 1/2566 อยู่ที่ร้อยละ 26.2

บริษัทได้รับเปลี่ยนแปลงนโยบายการติดตามลูกหนี้ค้างนานในการเริ่มดำเนินการติดตามลูกหนี้ที่ไม่สามารถชำระหนี้ให้แก่บริษัทได้ทั้งในกระบวนการปกติและกระบวนการฟ้องร้อง โดยในไตรมาส 1/2566 บริษัทได้มีการตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญประมาณ 10 ล้านบาท (One-time items) ทั้งนี้ บริษัทได้มีการติดตามลูกหนี้อย่างใกล้ชิดและเชื่อมั่นว่าบริษัทสามารถบริหารจัดการกับค่าใช้จ่ายดังกล่าวได้ และหากบริษัทได้รับการชำระหนี้จากลูกหนี้ บริษัทจะทำการปรับปรุงค่าใช้จ่ายดังกล่าวออกจากงบกำไรขาดทุนของบริษัท

อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรขั้นต้นในการขายและบริหารต่อยอดขายในไตรมาส 1/2566 อยู่ที่ร้อยละ 13.3 ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับอัตรากำไรขั้นต้นในการขายและบริหารต่อยอดขายในไตรมาส 1/2565 ที่ร้อยละ 13.8 แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการควบคุมค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพของบริษัท

กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

บริษัทรายงานกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีในไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 227 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 16.8 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เป็นผลมาจากรายได้จากการดำเนินงานของธุรกิจสื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัยและธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วมที่เพิ่มขึ้นตามการฟื้นตัวของสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 รวมถึงความสามารถในการควบคุมค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพของบริษัท

กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัท

บริษัทรายงานกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทในไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 132 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 28 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 26.7 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตาม หากไม่รวมรายการ One-time items จากรายการตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญ ประมาณ 10 ล้านบาท และรายการค่าใช้จ่ายในการ Write-off สินทรัพย์ของตึกสำนักงานเก่าของบริษัท ประมาณ 8 ล้านบาท ที่เกิดขึ้นในไตรมาส 1/2566 และรายการกำไรจากการจำหน่ายตราสารอนุพันธ์ ประมาณ 15 ล้านบาท ที่เกิดขึ้นในไตรมาส 1/2565 ส่งผลให้บริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัทอยู่ที่ 150 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 61 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 67.7 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

นอกจากนี้ กลยุทธ์การลงทุนที่หลากหลายและสมดุลทางธุรกิจ ส่งผลให้ในไตรมาส 1/2566 บริษัทยังสามารถสร้างกำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) ที่ไม่รวมผลกระทบจากการปรับมาตรฐานบัญชี TFRS16 ได้อย่างมั่นคงต่อเนื่องจำนวน 469 ล้านบาท

ฐานะทางการเงินของบริษัท

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566 บริษัทมีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 15,656 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 194 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.3 จาก 15,462 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยสาเหตุหลักเกิดจากการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์สิทธิการใช้

บริษัทมีหนี้สินรวมเท่ากับ 7,285 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 30 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.4 จาก 7,255 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี

บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเท่ากับ 8,371 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 165 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.0 จาก 8,206 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของกำไรสะสม

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร		ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 1/2565
อัตรากำไรขั้นต้น	(ร้อยละ)	25.1	27.9
อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและการให้บริการ (ไม่รวม One-time items)*	(ร้อยละ)	26.2	27.0
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	(ร้อยละ)	13.1	16.1
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อม และค่าตัดจำหน่าย	(ร้อยละ)	46.4	59.0
อัตรากำไรสุทธิของผู้ถือหุ้นของบริษัท	(ร้อยละ)	7.6	8.6
อัตรากำไรสุทธิสำหรับผู้ถือหุ้นของบริษัท (ไม่รวม One-time items)*	(ร้อยละ)	8.7	7.5
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	(ร้อยละ)	8.1	2.6
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	(ร้อยละ)	9.4	2.0

อัตราส่วนสภาพคล่อง		ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 1/2565
สภาพคล่อง	(เท่า)	0.8	1.2
สภาพคล่องหมุนเร็ว	(เท่า)	0.8	1.2
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	(เท่า)	83.7	102.2
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย	(เท่า)	74.1	86.8

อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้		ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 1/2565
หนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	0.9	0.6

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทในไตรมาสที่ 1 ปี 2566

บริษัทมุ่งมั่นเดินตามพันธกิจและวิสัยทัศน์ของบริษัทด้วยการเดินหน้าพัฒนาคอนเทนต์ให้ครอบคลุมทุกด้านพร้อมมองหาพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อสร้างเครือข่ายให้สื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยและธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม เป็นการยกระดับประสิทธิภาพของการสื่อสารด้วยการสร้างความผูกพันระหว่างผู้บริโภคกับแบรนด์สินค้าและบริการ เพื่อรองรับการขยายตัวของความต้องการสื่อในอนาคต ทั้งนี้ ในไตรมาส 1/2566 บริษัทมีพัฒนาการที่สำคัญดังนี้

กุมภาพันธ์ 2566

- รายการ Rajadamnern World Series (RWS) ได้ถูกยกระดับขึ้นใหม่ตั้งแต่ 11 กุมภาพันธ์ 2566

หลังจากรายการ Rajadamnern World Series (RWS) ซีซั่นแรกได้ปิดฉากลงไปอย่างสวยงามในช่วงสิ้นปี 2565 ในปี 2566 นี้ ทางบริษัทฯ ได้ถูกยกระดับขึ้นใหม่เพื่อต่อยอดความสำเร็จจากปีก่อน และพร้อมระเบิดความมันส์ไปตลอดทั้งปีตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ไปจนถึงธันวาคม โดยในซีซั่นนี้จะมีความยิ่งใหญ่กว่าเดิม ทั้งการเพิ่มเงินรางวัลของผู้ชนะในแต่ละรุ่นให้สมศักดิ์ศรีจาก 1 ล้านบาท เป็น 3 ล้านบาท พร้อมแจกโบนัสทุกสัปดาห์เพื่อการันตีว่าทุกไฟต์จะดุเดือดและมันส์ขึ้นไปอีกขั้น รวมไปถึงการผนึกกำลังกับโปรโมเตอร์ที่ดีที่สุดในประเทศ 4 ราย คือ เพชรยินดี, เกียรติเพชร, พลังใหม่ และศศิประภา กับรูปแบบรายการใหม่ RWS Fight Night ที่แต่ละโปรโมเตอร์จะประกบคู่มวยในแต่ละสัปดาห์กับรูปแบบกติกาในแบบฉบับของ RWS สามารถติดตามรายการได้ทุกวันเสาร์ ตั้งแต่เวลา 20.05 น. ทางช่องเวิร์คพอยท์ 23, YouTube: WorkpointOfficial และ Facebook: Workpoint Entertainment



- Plan B ได้รับสิทธิในการบริหารจัดการสื่อโฆษณาบนรถโดยสารพลังงานไฟฟ้า

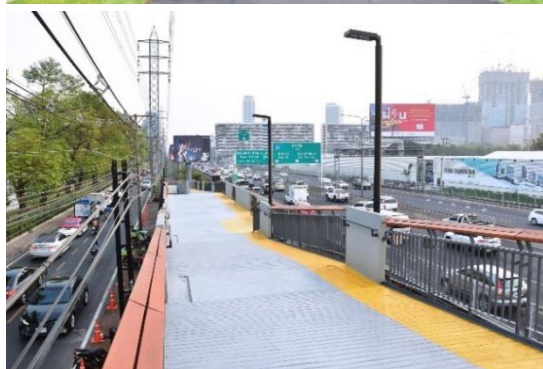
บริษัทได้รับสิทธิการบริหารจัดการสื่อโฆษณาทั้งด้านในและด้านนอกรถโดยสารพลังงานไฟฟ้า หรือ รถเมล์ EV จากองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) เป็นระยะเวลา 10 ปี ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2566 ที่ผ่านมา



มีนาคม 2566

- Plan B เปิดตัว “สวนเพลินจิต” สวนสาธารณะแห่งใหม่ของคนกรุง

บริษัทได้ร่วมมือกับการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงคมนาคม เพื่อปรับปรุงพื้นที่รกร้างบริเวณเลียบบางสวนเพลินจิตให้กลายเป็น “สวนเพลินจิต” สวนสาธารณะแห่งใหม่ โดยมีระยะทางกว่า 2.5 กิโลเมตร ซึ่งเชื่อมระหว่างสวนสาธารณะ 3 แห่งของกรุงเทพฯ ได้แก่ สวนลุมพินี, สวนป่าเบญจกิติ และสวนเบญจกิติ พร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ฟิตเนส จุดบริการน้ำดื่ม ห้องน้ำ ระบบรักษาความปลอดภัย และการรองรับวีลแชร์ เพื่อช่วยสร้างสภาพที่ดีให้แก่ประชาชนทุกคน รวมถึงยกระดับคุณภาพชีวิตคนเมืองให้ก้าวไปสู่การมีสุขอนามัยที่ดีและมีความสุขอย่างยั่งยืนในทุกมิติ



- เทศกาลงานวัดญี่ปุ่นสไตล์ 48 Group Thailand ที่จัดขึ้นเมื่อวันที่ 3-5 มีนาคม 2566

กลับมาอีกครั้งกับเทศกาลงานวัดญี่ปุ่นประจำปี 2566 เนรมิต 12 บูธจำหน่ายสินค้าและจัดกิจกรรม รวมไปถึงการเล่นเกมส์กับ 75 เมมเบอร์จาก BNK48 และ CGM48 เพื่อให้ทุกคนได้รับความสนุกสนานแบบเป็นกันเองระหว่างเมมเบอร์และแฟนคลับ



แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในไตรมาส 2/2566 และภาพรวมทั้งปี 2566

เศรษฐกิจไทยในไตรมาส 2/2566 มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากภาคการท่องเที่ยวและการบริโภคภาคเอกชนเป็นหลัก ขณะที่การส่งออกสินค้าเริ่มมีสัญญาณฟื้นตัวเมื่อเทียบกับช่วงก่อนหน้านี้ อย่างไรก็ตาม อัตราเงินเฟ้อพื้นฐานยังทรงตัวอยู่ในระดับสูงและมีความเสี่ยงจากการส่งผ่านต้นทุนและแรงกดดันเงินเฟ้อด้านอุปสงค์

ธนาคารแห่งประเทศไทยคาดว่าเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องที่ร้อยละ 3.6 และ 3.8 ในปี 2566 และ 2567 ตามลำดับ สนับสนุนจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งจะช่วยขับเคลื่อนการบริโภคภาคเอกชน ในขณะที่การส่งออกสินค้าคาดว่าจะฟื้นตัวชัดเจนในช่วงครึ่งปีหลังของปี อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจโลกมีความไม่แน่นอนเพิ่มขึ้นจากแนวโน้มเงินเฟ้อที่อยู่ในระดับสูง รวมถึงปัญหาสถาบันการเงินในประเทศเศรษฐกิจหลัก

มุมมองของผู้บริหารต่อแนวโน้มและกลยุทธ์ในปี 2566

รายได้จากการขายและการให้บริการ	ประมาณ 7,200 – 7,500 ล้านบาท
EBITDA	เติบโตในอัตราเลขระดับกลาง
งบประมาณการลงทุน	800 – 1,00 ล้านบาท

คาดการณ์รายได้จากการขายและการให้บริการในปี 2566 อยู่ที่ประมาณ 7,200 – 7,500 ล้านบาท ท่ามกลางความเสี่ยงและความไม่แน่นอนของสถานะเศรษฐกิจ ในปี 2566 เศรษฐกิจโลกยังอยู่บนความไม่แน่นอนจากความเสี่ยงในการเกิดเศรษฐกิจชะลอตัวในหลายประเทศทั่วโลกที่อาจทำให้เกิดการชะงักของห่วงโซ่อุปทานและส่งผลกระทบต่อภาคการผลิตและอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวของเศรษฐกิจในประเทศไทยได้รับการสนับสนุนจากการเติบโตในภาคการท่องเที่ยวซึ่งได้รับอานิสงส์เพิ่มเติมจากการเปิดประเทศเร็วกว่าที่คาดไว้ของประเทศจีนในช่วงต้นปี 2566 และอัตราเงินเฟ้อที่ปรับตัวขึ้นซึ่งช่วยหนุนการบริโภคภาคเอกชนให้สูงขึ้น

- **ธุรกิจสื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัย** คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 75 ของรายได้รวม โดยบริษัทคาดในปี 2566 บริษัทจะมีความสามารถในการผลิตสื่อโฆษณา (Media capacity) อยู่ที่ประมาณ 8,950 ล้านบาท/ปี และมีอัตราการใช้สื่อโฆษณาที่ระดับ 60-65% จากการฟื้นตัวของเม็ดเงินสื่อโฆษณา ประกอบกับการใช้เม็ดเงินของสินค้ากลุ่ม Luxury brands ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ช่วงปลายปี 2565 นอกจากนี้ บริษัทมีแผนที่จะเพิ่มความสามารถในการผลิตสื่อโฆษณาในช่วงครึ่งปีหลัง เช่น สื่อดิจิทัลและสื่อในสนามบิน เนื่องจากเป็นสื่อที่มีศักยภาพในการเติบโตค่อนข้างสูง ในส่วนของการผนึกกำลัง (Synergy) บริษัทยังคงให้ความสำคัญเป็นอย่างมากหลังการควบรวมธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยของ MACO และ AQUA โดยจะมุ่งเน้นการประหยัดต้นทุนเพื่อสร้างการเติบโตระยะยาว
- **ธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม** คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25 ของรายได้รวม ปัจจุบันกิจกรรมนอกบ้านสามารถกลับมาจัดได้อย่างเต็มรูปแบบอีกครั้ง ส่งผลให้คาดการณ์ผลการดำเนินงานของธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วมสามารถเติบโตอย่างก้าวกระโดดในปี 2566 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- บริษัทยังคงมุ่งเน้นธุรกิจมวยหลังจากประสบความสำเร็จในการจัดการแข่งขันมวยไทย “Rajadamnern World Series” หรือ “RWS” เมื่อปีก่อน โดยในปีนี้บริษัทจะมุ่งเน้นการจัดการแข่งขันให้มีความหลากหลาย รวมถึงการเพิ่มจำนวนวันในการจัดอีเวนต์ให้เพิ่มมากขึ้นเป็นจำนวน 7 วัน/สัปดาห์ โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของเรายังคงเป็น

นักทอ่งเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ชื่นชอบศิลปะมวยไทยและต้องการที่จะเข้าชมการแข่งขันมวยไทย ณ เวทีราชดำเนิน

- กีฬาฟุตบอลเริ่มกลับมาได้รับความนิยมอย่างล้นหลามอีกครั้งหลังจากทีมชาติไทยคว้าแชมป์อาเซียนคัพ สมัยที่ 7 ในช่วงต้นปี 2566 โดยในปีนี้นี้ทีมชาติไทยมีแผนที่จะเข้าร่วมการแข่งขันรอบคัดเลือกฟุตบอลโลกโซนเอเชีย ในช่วงปลายปีเพื่อคัดเลือกไปสำหรับฟุตบอลโลกปี 2569 รวมถึงการแข่งขันฟุตบอลถ้วยชิงแชมป์เอเชีย (Asia Cup 2023) ที่จะจัดขึ้นในช่วงต้นปี 2567
- สิทธิการถ่ายทอดสดมหกรรมกีฬาเอเชียนเกมส์ หางโจว ระหว่างวันที่ 23 กันยายน – 3 ตุลาคม 2566 ที่เมืองหางโจว ประเทศจีน โดยบริษัทได้สิทธิในการบริหารสิทธิคอนเทนต์กีฬาเอเชียนเกมส์ และมีการวางแผนที่จะใช้สื่อโฆษณาของบริษัทเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมและพัฒนางานการกีฬาไทยให้คนไทยสามารถรับชมกีฬาได้อย่างทั่วถึง และยกระดับความสามารถในการแข่งขันของวงการกีฬาไทย พร้อมทั้งร่วมโปรโมทคอนเทนต์กีฬาเอเชียนเกมส์ ผ่านเครือข่ายสื่อโฆษณาของแพลนบีและพันธมิตรทุกรูปแบบทั่วประเทศ โดยบริษัทมีแผนที่จะโปรโมทคอนเทนต์กีฬาในช่วง ก่อน-ระหว่าง-หลัง การแข่งขัน ผ่านกลยุทธ์ 4Os Media เพื่อสร้างการจดจำและสร้างกระแสนิยมให้แก่วงการกีฬาไทย
- ด้านอาร์ทิส เมเนจเม้นท์ กิจกรรมของ BNK48 สามารถกลับมาจัดกิจกรรมได้อย่างเต็มรูปแบบอีกครั้ง โดยปีนี้คาดว่าจะมีอีเวนต์จากศิลปิน BNK48 และ CGM48 ประมาณ 8-9 อีเวนต์ รวมถึงการปล่อยอัลบั้มเพลงใหม่มากกว่า 5-6 เพลง

EBITDA เติบโตในอัตราเลขระดับกลาง จากการมุ่งเน้นที่ความสามารถในการทำกำไร บริษัทมีการพัฒนาระบบการขาย โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานต่างๆ และต้นทุนในการให้บริการ รวมถึงการบรรลุเป้าหมายการเติบโตอย่างยั่งยืนในการทำกำไรท่ามกลางสภาวะแวดล้อมที่ท้าทาย นอกจากนี้ การจัดสรรเงินทุนจะดำเนินการด้วยความระมัดระวัง โดยเรามีเป้าหมายที่จะรักษากระแสเงินสดและสภาพคล่องจากมาตรการควบคุมและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างเคร่งครัดเพื่อให้การใช้จ่ายมีประสิทธิภาพ สร้างความแข็งแกร่งให้กับฐานะทางการเงินของบริษัท และรองรับการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืนในอนาคต

คงการลงทุนที่สร้างโอกาสในการเติบโตโดยเน้นย้ำประสิทธิภาพของเงินลงทุน บริษัทคาดการณ์งบการลงทุนสำหรับปี 2566 อยู่ที่ประมาณ 800 – 1,000 ล้านบาท โดยมีเป้าหมายที่จะคงความเป็นผู้นำทางด้านสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยด้วยการใช้เงินลงทุนอย่างเหมาะสม เป้าหมายการใช้เงินลงทุนในปี 2566 มากกว่าร้อยละ 65 จะใช้ไปกับการปรับปรุงและพัฒนา (Renovate) จอที่มีอายุการใช้งานครบกำหนดเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีกว่าให้กับลูกค้าและผู้ให้บริการ เงินลงทุนที่เหลือกว่าร้อยละ 35 จะใช้ในการเพิ่มความสามารถในการผลิตจากการเติบโตภายใน (Organic growth) จากการเพิ่มสื่อดิจิทัลและสื่อภายในสนามบินเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคตอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายเน้นย้ำประสิทธิภาพของเงินลงทุน โดยมีการบริหารจัดการอย่างเคร่งครัดเพื่อให้มั่นใจว่าเงินที่ลงทุนไปเกิดความคุ้มค่าที่สุด

นโยบายการจ่ายเงินปันผลจ่ายไม่ต่ำกว่า 50% ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและหลังหักสำรองตามกฎหมาย บริษัทมุ่งมั่นในการสร้างการเติบโตของธุรกิจในระยะยาวและส่งมอบผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น บริษัทจึงให้ความสำคัญต่อการรักษาฐานะทางการเงินให้แข็งแกร่งและมีความคล่องตัวเพื่อสร้างการเติบโตในอนาคต นโยบายการจ่ายเงินปันผลไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและหลังหักสำรองตามกฎหมายนี้จะทำให้บริษัทมีกระแสเงินสดเพื่อเพิ่มความคล่องตัวทางการเงินซึ่ง

เป็นปัจจัยสำคัญต่อการเป็นผู้นำตลาด ความสามารถในการแข่งขัน และโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ รวมถึงพร้อมรับมือต่อ
สถานการณ์ต่างๆ ที่อาจเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต

ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลในทุกกรณี จะขึ้นอยู่กับกระแสเงินสด แผนการลงทุน รวมถึงความจำเป็นและความเหมาะสมอื่นๆ
ในอนาคตของบริษัท และ/หรือบริษัทย่อย การจ่ายเงินปันผลดังกล่าวจะต้องไม่เกินกำไรสะสมที่ปรากฏในงบการเงินเฉพาะกิจการ
ของบริษัท และ/หรือมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานปกติของบริษัทและบริษัทย่อย

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

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

Plan.B
media