

PLANB

Outperform

ผ่านสรุปเศรษฐกิจ...กำไรเติบโตต่อทุกไตรมาส

Flash Points

- งวด 1Q68 กำไรสุทธิ 193 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6%YoY กำไรเติบโตจากการตั้งด้อยค่าความนิยมใน BNK48 ส่งผลให้ SG&A สูงกว่าปกติ ขณะที่ธุรกิจหลักยังมีรายได้เติบโต โดยเฉพาะธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วมที่เติบโตจากมวยเวทีราชดำเนิน
- กำลังการผลิตสื่อวง 1Q68 อยู่ที่ 2,483 ล้านบาท/ไตรมาส เพิ่มจากปีก่อน 138 ล้านบาท มาจากการเพิ่มพื้นที่สื่อโฆษณาหลายประเภท และการปรับราคาสื่อสนามบินขึ้น โดยมีอัตราการใช้สื่อโฆษณานอกบ้านเฉลี่ย 67.9% ต่ำกว่างวด 1Q67 ที่ทำได้ 69.7%

Impact Insight

- แม้กำไร 1Q68 คิดเป็นสัดส่วนเพียง 17% จากประมาณการกำไรทั้งปี แต่ธรรมชาติของสื่อออกบ้านที่จะมีอัตราการใช้สื่อเพิ่มขึ้นไปทำจุดสูงสุดในไตรมาส 4 ร่วมกับ Synergy จากการบริหารสื่อให้ VGI ตั้งแต่ 1 พ.ค. ทำให้กำไรมีโอกาสเป็นไปตามที่ฝ่ายวิจัยคาดไว้
- ประเด็นเรื่องป้ายโฆษณาของบริษัท Hello จำนวน 140 ป้าย จากทั้งหมด 178 ป้าย ไม่มีใบอนุญาตก่อสร้าง แต่ภาครัฐผ่อนผันให้ยื่นเอกสารขออนุญาตได้ และปัจจุบัน Hello ได้ยื่นเอกสารแล้ว อยู่ระหว่างรอรับใบอนุญาต เชื่อไม่ส่งผลกระทบต่อผลซื้อกิจการ Hello

Execution

- ราคาหุ้นปรับตัวลดลง ส่วนทางทิศทางการธุรกิจที่กำลังดีขึ้นเรื่อยๆ หลัง PLANB ควบรวมอุตสาหกรรมสื่อออกบ้านมาไว้ในมือทั้งหมด คงให้น้ำหนักการลงทุน Outperform ประเมินราคาเหมาะสมวิธี DCF อยู่ที่ 10.60 บาท

ราคาปัจจุบัน (บาท)

4.50

Upside (%)

135.56

ราคาเป้าหมาย (บาท)

10.60

Dividend yield (%)

2.93

Consensus Analysis

EPS (บาท)	ASPS	IAA Cons	% diff
2568F	0.26	0.27	-2%
2569F	0.29	0.29	1%

ที่มา : สายงานวิจัย บล.เอเชียพลัส

Industry Peers

หุ้น	PE		PBV	
	2568F	2569F	2568F	2569F
PLAN B MEDIA	16.42	14.90	1.83	1.72
VGI PCL	72.67	87.20	1.20	1.19
MAJOR CINEPLEX	12.76	11.98	1.24	1.20
ONE ENTERPRISE P	14.89	14.19	0.71	0.71
BEC WORLD PCL	28.14	26.27	1.26	#N/A N/A

ที่มา : Bloomberg

ประมาณการตัวเลขสำคัญทางการเงิน

สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2566	2567	2568F	2569F	2570F
กำไรสุทธิ	911	1,050	1,137	1,268	1,369
Norm Profit	926	1,065	1,137	1,268	1,369
EPS (บาท)	0.21	0.24	0.26	0.29	0.32
DPS (บาท)	0.07	0.12	0.13	0.15	0.16
PER (เท่า)	21.2	18.4	17.1	15.3	14.2
Dividend Yield (%)	1.66%	2.59%	2.93%	3.27%	3.53%
BVS (บาท)	2.0	2.3	2.4	2.6	2.7
PBV (เท่า)	2.23	1.99	1.85	1.75	1.64
EVEBITDA	6.0	5.5	5.3	4.7	4.1

ESG Assessment

SET ESG Ratings

CG Score

Anti-corruption ที่ผ่านการรับรอง

ที่มา : SET

AA

ดีเลิศ

Yes

Technical Chart



แนวโน้มราคา : SIDEWAYS DOWN

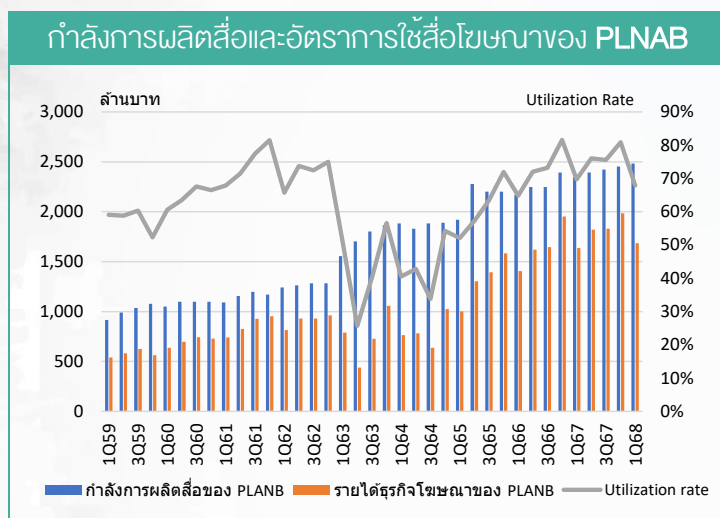
แนวรับ : 4.10 บาท

แนวต้าน : 4.64/5.30 บาท

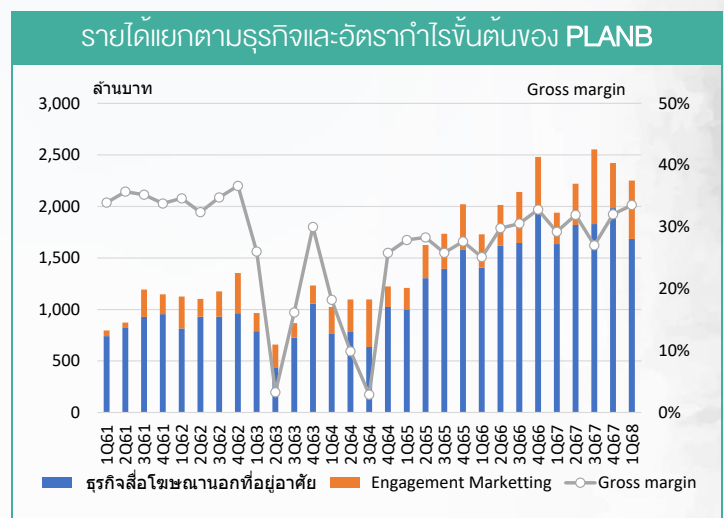
ที่มา : สายงานวิจัย บล.เอเชียพลัส

งวด 1Q68 กำไรสุทธิ 193 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6%YoY

งวด 1Q68 กำไรสุทธิ 193 ล้านบาท (-40%QoQ,+6%YoY) ต่ำกว่าคาด 2% กำไรปรับตัวลงเทียบกับ 4Q67 จากผลกระทบด้านฤดูกาลที่ธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านจะมีอัตราการใช้สื่อ (Utilization Rate) สูงที่สุดของปีในไตรมาส 4 ก่อนที่จะเข้าสู่ช่วง Low Season ในไตรมาสที่ 1 ขณะที่กำไรเติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ปัจจัยหนุนสำคัญมาจากรายได้ธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม (Engagement Marketing) ที่เติบโตสูงถึง 86%YoY อยู่ที่ 566 ล้านบาท บวกกับรายได้ธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านที่เติบโต 3%YoY อยู่ที่ 1,685 ล้านบาท โดยงวด 1Q68 PLANB มีอัตราการใช้สื่อโฆษณา (Utilization Rate) 67.9% ต่ำกว่างวด 1Q67 ที่มีอัตราการใช้สื่อ 69.7% เนื่องจาก PLANB มีกำลังการผลิตสื่อเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 138 ล้านบาท เป็น 2,483 ล้านบาท/ไตรมาส จากการเพิ่มพื้นที่สื่อ ได้แก่ สื่อดิจิทัลบนอาคาร Exchange Tower, สื่อบริเวณด้านเก็บเงินค่าทางด่วน , สื่อ In-Flight และ Media Kit บนเครื่องบินการบินไทย การปรับราคาสื่อในสนามบินให้สอดคล้องกับความต้องการที่เพิ่มขึ้น การเพิ่มจำนวนจอโฆษณาในแพ็คเกจ PLANB TV และป้ายโฆษณาดิจิตอลริมทางด่วนพระราม 4



ที่มา : รายงานวิจัย บล.เอเชีย พลัส



ที่มา : รายงานวิจัย บล.เอเชีย พลัส

ธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม (Engagement marketing) ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจ Sport Marketing, Artist management และธุรกิจจัดอีเวนต์ ที่มีรายได้เติบโตก้าวกระโดด ส่วนใหญ่มาจากธุรกิจมวยเวทีราชดำเนินที่ทำรายได้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ หลังการปรับโฉมสนามมวยเป็นแบบ Immersive Dome Projector Screen สร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้ชม โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ สามารถทำรายได้เพิ่มขึ้นจาก 121 ล้านบาท ในงวด 1Q67 เป็น 230 ล้านบาทในไตรมาสนี้ และธุรกิจ Artist Management ที่มีการเลือกตั้ง Senbatsu ในเดือน มี.ค ที่ผ่านมามีสามารถทำรายได้สูงถึง 151 ล้านบาท เทียบกับงวด 1Q67 ที่มีรายได้เพียง 74 ล้านบาท

ด้านอัตรากำไรงวด 1Q68 มี Gross margin เฉลี่ย 33.6% เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนจากงวด 1Q67 ที่ 29.2% เนื่องจากธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วมมีกำไรดีขึ้น ธุรกิจมวยเวทีราชดำเนิน และ ธุรกิจ Music Marketing ส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอยู่ที่ 310 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6%YoY คิดเป็น SG&A/sale 13.8% สูงกว่าค่าเฉลี่ยในอดีตที่ 12-13% เพราะไตรมาสนี้มีการตั้งสำรองด้วยค่าเงินลงทุนใน BNK ก่อนสุดท้ายอีก 19.5 ล้านบาท

กำไรจะไต่ระดับขึ้นเรื่อยๆ เริ่มรับคำสั่งบริหารสื่อให้ VGI ตั้งแต่ 1 พ.ค 68

ทิศทางกำไรในช่วงที่เหลือของปีน่าจะไต่ระดับขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งเป็นไปตามปกติของธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านที่มีอัตราการใช้สื่อเพิ่มขึ้นจากจุดต่ำสุดในไตรมาสแรกไปทำจุดสูงสุดในไตรมาสสุดท้ายของปี สินค้าที่ลงโฆษณามากขึ้นในไตรมาส 2 ได้แก่ รถยนต์ EV และกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม รวมไปถึงเครื่องปรับอากาศที่ทำการตลาดในช่วง

ถูกรื้อถอน นอกจากนี้ PLANB จะเริ่มเข้าไปรับจ้างบริหารการขายสื่อโฆษณาให้กับ VGI เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 พ.ค 68 โดย PLANB จะเข้าไปดูแลสื่อ Transit (สื่อโฆษณานบน Network ทั้งหมดของ BTS ทั้งรถไฟฟ้าสายสีเขียว ชมพู เหลือง) สื่อโฆษณาในอาคารและลิฟท์ และสื่อ Outdoor ของ VGI ไม่รวมสื่อบนเรือ และได้รับค่าตอบแทนเป็นค่า Management Fee อัตรา 3-5% ของรายได้ที่ PLANB ขายสื่อให้กับ VGI ได้ ประเมินจะสร้างกำไรส่วนเพิ่มให้กับ PLANB ไม่ต่ำกว่าเดือนละ 5 ล้านบาท ไม่รวมผลตอบแทนเพิ่มเติม (Incentive fee) หาก PLANB สามารถทำกำไรได้เกินกว่าที่ตกลงไว้กับ VGI ฝ่ายวิจัยมองว่าความร่วมมือกับ VGI ครั้งนี้ถือเป็นจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญของอุตสาหกรรมสื่อออนไลน์ เพราะการขายสื่อโฆษณาของ PLANB และ VGI จะกลายเป็นทีมเดียวกัน มีการแบ่งปันข้อมูลและทรัพยากรร่วมกัน ก่อให้เกิดพลังร่วมทั้งในเชิงของ Product ที่จะถูก Bundle เป็น Package ใหม่ที่สร้าง Impact ทางการตลาดมากขึ้น เพิ่มอำนาจการต่อรองกับ Supplier และการบริหารจัดการสินทรัพย์และบุคลากรร่วมกันให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด จุดประสงค์เพื่อดึงเม็ดเงินโฆษณาจากเจ้าของแบรนด์สินค้าและเอเจนซี่โฆษณามาสู่สื่อโฆษณานอกบ้านมากขึ้น โดยมีเป้าหมายที่จะเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของสื่อออนไลน์ขึ้นมายู่ที่ 25-30% ให้ทัดเทียมกับประเทศพัฒนาแล้ว จากปัจจุบันอยู่ที่ 17% นอกเหนือจากธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านแล้ว ธุรกิจมวยเวทีราชดำเนินน่าจะเป็นอีกธุรกิจที่สร้างการเติบโตอย่างมากในช่วงที่เหลือของปีและมีโอกาสสูงมากที่ธุรกิจมวยจะทำรายได้ในปีนี้ได้เกินกว่าเป้าหมายที่ PLANB ตั้งไว้ที่ 800 ล้านบาท

ดีลซื้อกิจการ Hello มีมาตรการที่ช่วยลดความเสี่ยงได้

ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2568 วันที่ 29 เม.ย 68 มีมติอนุมัติธุรกรรมดีลการซื้อกิจการ บริษัท ฮัลโล บางกอก แอล อี ดี จำกัด (Hello LED) วงเงิน 4,000 ล้านบาท ขึ้นตอนต่อไป PLANB จะมีการเพิ่มทุนแบบ PP ให้กับ VGI และวิน ฮาร์เวสต์ ภายใน 90 วัน เพื่อนำเงินไปชำระค่าหุ้น Hello LED โดยรายงานความเห็นที่ปรึกษาทางการเงินอิสระเกี่ยวกับดีลที่ PLANB เข้าซื้อหุ้นสามัญทั้งหมดของ Hello LED มีการระบุความเสี่ยงเกี่ยวกับป้ายโฆษณาที่ไม่มีใบอนุญาตก่อสร้างจำนวน 140 ป้าย จากป้ายทั้งหมด 178 ป้าย ซึ่งอาจถูกสั่งให้ดำเนินการแก้ไขให้ถูกต้องตาม พ.ร.บ. ควบคุมอาคาร และในกรณีที่แก้ไขไม่ได้จะต้องถูกรื้อถอนป้ายโฆษณา อย่างไรก็ตาม ฝ่ายวิจัยประเมินความเสี่ยงประเด็นนี้ไม่มาก เนื่องจากกระทรวงมหาดไทยได้ออกกฎกระทรวงว่าด้วยการควบคุมป้าย (ฉบับที่ 2) พ.ศ 2567 โดยผ่อนผันให้ป้ายที่ไม่มีใบอนุญาตสามารถยื่นขอใบอนุญาตภายในวันที่ 7 เม.ย 68 ซึ่ง Hello ได้ยื่นเอกสารทั้งหมดแล้วก่อนวันที่ 7 เม.ย 68 นอกจากนี้ในสัญญาซื้อขายหุ้นยังมีการระบุให้ Hello ต้องยื่นขอใบอนุญาตก่อสร้างให้ครบถ้วนทุกป้ายก่อนวันที่จะซื้อขาย (Closing Date) รวมไปถึงการรับประกันของผู้ขายที่จะชดเชยค่าเสียหายให้แก่ PLANB จำนวนไม่เกิน 3,800 ล้านบาท ครอบคลุมไปถึงความเสียหายต่างๆที่เกิดขึ้นจากดีลนี้

ราคาหุ้นลดลง สวนทางปัจจัยพื้นฐานที่แข็งแกร่งขึ้น ให้น้ำหนักลงทุน Outperform

ราคาหุ้น PLANB ปรับตัวลดลงต่อเนื่องกว่า 37% หลังการประกาศดีลซื้อกิจการ Hello และการเข้าบริหารสื่อให้ VGI ในวันที่ 13 ก.พ 68 ซึ่งฝ่ายวิจัยมองว่าไม่สมเหตุผล เพราะการเข้าทำดีลดังกล่าว ถือเป็นผลบวกอย่างมากต่อ PLANB ทั้งในเชิงกำไรต่อหุ้นที่จะปรับขึ้นได้เพิ่มขึ้นจากเดิม และยังมี Synergy ต่างๆที่จะเกิดขึ้นตามมา หลังการรวมทีมขายโฆษณาของ PLANB และ VGI เป็นทีมเดียวกัน นอกจากนี้ทิศทางการโฆษณายับยั้งทุกไตรมาสในช่วงที่เหลือของปีตามอัตราการใช้สื่อที่เพิ่มขึ้นและการปรับขึ้นค่าโฆษณา โดยกำไรทำจุดสูงสุดใน 4Q68 ประเมิน Fair value ภายใต้วิธี DCF จะได้ราคาเหมาะสมที่ 10.60 บาท ให้น้ำหนักลงทุน Outperform

การดำเนินการด้าน ESG ของ PLANB

ENVIRONMENT : นอกเหนือจากเป็นผู้ให้บริการสื่อโฆษณาออนไลน์ PLANB ได้ให้ความสำคัญต่อการสร้างสภาพแวดล้อม โดยการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากปริมาณการปล่อยแสงของหลอดไฟจากป้ายสื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ เพื่อบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการก่อสร้างป้ายโฆษณาโดยเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

SOCIAL : ให้ความสำคัญต่อกระบวนการทำงาน ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดย PLANB ดำเนินงานด้วยความสำนึกและความรับผิดชอบของสังคม จะนำพาไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งในระดับชุมชนและระดับประเทศต่อไป

GOVERNANCE : ส่งเสริมให้พนักงานกล้าคิด กล้าทำ และกล้านำเสนอแนวทางใหม่ๆ โดยยึดหลัก OPEN DOOR สนับสนุนให้พนักงานนำเสนอความคิดแก่ผู้บริหารตลอดเวลา และมีนโยบายที่ชัดเจนในการปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความถูกต้อง เป็นธรรม และเคารพสิทธิมนุษยชนตามหลักสากลอย่างเคร่งครัดและให้ความสำคัญต่อการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและถูกต้องตามหลักอาชีวอนามัย รวมถึงให้ออกาสู่การทำงานกับบริษัท

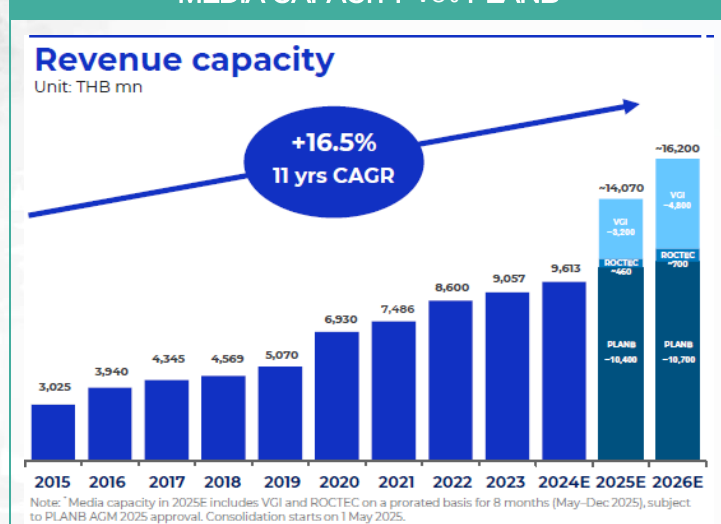
ESG COMMENT: ป้ายโฆษณากลางแจ้งส่วนใหญ่ของ PLANB ตั้งอยู่บนทำเลที่มีผู้คนสัญจรหนาแน่นและต้องได้รับสัญญาสัมปทานจากเจ้าของพื้นที่ ดังนั้นประเด็นเรื่องความปลอดภัย และการเปลี่ยนแปลงกฎหมายเกี่ยวกับป้ายโฆษณาจึงมีความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจอย่างมาก โดย PLANB ได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างสูงสุด และมีการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลและการกำกับดูแลกิจการที่ดี ส่งผลให้บริษัทได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกของกลุ่มหุ้นยั่งยืน 4 ปีติดต่อกัน (2564-2567)

ผลประกอบการ 1Q68

Key Data (ล้านบาท)	2Q66	3Q66	4Q66	1Q67	2Q67	3Q67	4Q67	1Q68	%QoQ	%YoY	2567	2566	%YoY
ยอดขาย	2,015	2,141	2,480	1,940	2,221	2,553	2,423	2,251	-7%	16%	9,138	8,365	9%
ต้นทุนขาย	1,414	1,486	1,666	1,373	1,511	1,863	1,646	1,495	-9%	9%	6,393	5,861	9%
กำไรขั้นต้น	601	654	814	567	710	691	777	755	-3%	33%	2,745	2,504	10%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	265	265	370	292	310	283	328	310	-6%	6%	1,213	1,130	7%
ดอกเบี้ยจ่าย	68	68	65	60	57	56	54	65	19%	8%	227	256	-11%
กำไรจากการดำเนินงาน	225	261	308	183	277	282	338	212	-37%	16%	1,065	926	15%
กำไรสุทธิ	227	261	291	181	264	282	323	193	-40%	6%	1,050	911	15%
รายการพิเศษ	2	0	-17	0	0	0	-15	-19			-15	-15	
กำไรต่อหุ้น	0.05	0.06	0.07	0.04	0.06	0.06	0.08	0.04	-40%	6%	0.24	0.21	15%
Gross Margin	29.8%	30.6%	32.8%	29.2%	32.0%	27.0%	32.1%	33.6%			30.0%	29.9%	
SG&A/Sale	13.1%	12.4%	14.9%	15.0%	14.0%	11.1%	13.5%	13.8%			13.3%	13.5%	
Net Gearing	0.55	0.47	0.42	0.36	0.38	0.32	0.36	0.34			0.36	0.42	
Book value	1.93	2.00	2.02	2.09	2.26	2.27	2.32	2.23			2.32	2.02	

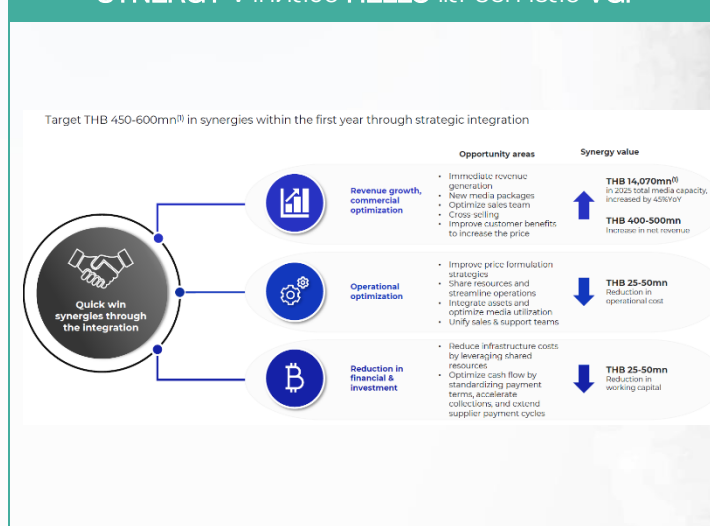
ที่มา : รายงานวิจัย บล.เอเชียพลัส

MEDIA CAPACITY ของ PLANB



ที่มา : PLANB

SYNERGY จากดีลซื้อ HELLO และบริหารสื่อ VGI



ที่มา : PLANB

ประมาณการผลการดำเนินงานปี 2568-2570 ของ PLANB

งบกำไรขาดทุน (ล้านบาท)					งบกระแสเงินสด (ล้านบาท)				
สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2567	2568F	2569F	2570F	สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2567	2568F	2569F	2570F
ยอดขาย	9,138	8,753	9,198	9,669	กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน				
ต้นทุนขาย	6,393	6,104	6,398	6,708	กำไรก่อนภาษีเงินได้	1,412	1,450	1,617	1,747
กำไรขั้นต้น	2,745	2,649	2,800	2,961	รายการเปลี่ยนแปลงที่ไม่กระทบเงินสด	4,211	3,843	4,110	4,339
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,198	1,112	1,168	1,228	ค่าเสื่อมราคาและตัดจำหน่าย	2,534	2,393	2,493	2,593
ดอกเบี้ยจ่าย	227	200	134	131	กำไร/ขาดทุนจาก Fx ที่ไม่ได้รับรู้	0	0	0	0
ค่าใช้จ่ายอื่น	0	0	0	0	อื่นๆ	0	0	0	0
รายได้อื่น	100	114	120	145	เพิ่ม/ลด จากกิจกรรมการดำเนินงาน	-367	-134	-56	-62
กำไรสุทธิก่อนหักภาษี	1,412	1,450	1,617	1,747	กระแสเงินสดจากการดำเนินงานสุทธิ	3,316	3,419	3,731	3,928
ภาษีเงินได้	307	290	323	349	กระแสเงินสดจากการลงทุน				
ส่วนของผู้ถือหุ้นรายย่อย	54	23	26	28	เพิ่ม/ลด จากการลงทุนระยะสั้น	2	0	0	0
รายการพิเศษอื่น ๆ	0	0	0	0	เพิ่ม/ลด จากการลงทุนที่เกี่ยวข้อง	-4	0	0	0
กำไรสุทธิ	1,050	1,137	1,268	1,369	เพิ่ม/ลด จากสินทรัพย์ถาวร	-881	-700	-700	-700
กำไรจากการดำเนินงาน	1,065	1,137	1,268	1,369	กระแสเงินสดจากการลงทุนสุทธิ	-836	-1,500	-1,600	-1,700
EPS	0.24	0.26	0.29	0.32	กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน				
					เพิ่ม/ลด เงินกู้	-450	-200	-165	0
การเติบโตของยอดขาย	9.2%	-4.2%	5.1%	5.1%	เพิ่ม/ลด ทุนและส่วนเกินมูลค่าหุ้น	8	0	0	0
การเติบโตของกำไรจากการดำเนินงาน	15.0%	6.7%	11.5%	8.0%	ลด จ่ายปันผล	-821	-569	-634	-685
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น	30.0%	30.3%	30.4%	30.6%	กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินสุทธิ	-2,816	-1,089	-1,318	-1,203
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน	11.7%	13.0%	13.8%	14.2%	เพิ่ม/ลด เงินสดสุทธิ	-337	830	813	1,025
งบกำไรขาดทุนรายไตรมาส (ล้านบาท)					งบดุล (ล้านบาท)				
สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2Q67	3Q67	4Q67	1Q68	สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2567	2568F	2569F	2570F
ยอดขาย	2,221	2,553	2,423	2,251	เงินสดและเทียบเท่าเงินสด	754	1,584	2,397	3,422
ต้นทุนขาย	1,511	1,863	1,646	1,495	ลูกหนี้การค้า	3,077	2,976	3,127	3,287
กำไรขั้นต้น	710	691	777	755	สินค้าคงเหลือ	18	9	9	10
ค่าใช้จ่ายในการขาย	310	283	313	290	สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	166	219	230	242
ดอกเบี้ยจ่าย	57	56	54	65	ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ สุทธิ	4,406	3,963	3,420	2,777
ค่าใช้จ่ายอื่น	3	4	5	7	สินทรัพย์รวม	16,678	16,754	16,839	17,148
รายได้อื่น	20	26	22	8	เจ้าหนี้การค้า	1,719	1,751	1,840	1,934
กำไรสุทธิก่อนหักภาษี	363	378	422	391	หนี้สินหมุนเวียนอื่น	96	44	46	48
ภาษีเงินได้	78	79	96	89	หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย ระยะสั้น	1,422	1,102	818	700
ส่วนของผู้ถือหุ้นรายย่อย	21	16	2	109	หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย ระยะยาว	2,811	2,411	2,011	1,611
รายการพิเศษอื่น ๆ	0	0	-15	-19	หนี้สินรวม	6,716	6,000	5,425	5,021
กำไรสุทธิ	264	282	323	193	ทุนที่ชำระแล้ว	429	431	431	431
กำไรจากการดำเนินงาน	277	282	338	212	ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	6,726	6,923	6,923	6,923
EPS	0.06	0.06	0.08	0.04	กำไรสะสม	2,613	3,182	3,816	4,501
					ส่วนของผู้ถือหุ้น	9,963	10,754	11,414	12,127
ยอดขาย (QoQ)	14.5%	15.0%	-5.1%	-7.1%	ส่วนของผู้ถือหุ้นรายย่อย	240	263	289	317
กำไรขั้นต้น (QoQ)	25.1%	-2.7%	12.5%	-2.8%	หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	16,678	16,754	16,839	17,148
กำไรจากการดำเนินงาน (QoQ)	51.8%	2.0%	19.6%	-37.3%	สมมติฐานในการทำประมาณการ				
อัตราส่วนทางการเงิน					สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2567	2568F	2569F	2570F
สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2567	2568F	2569F	2570F	Media Capacity	9,613	9,803	10,199	10,613
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.20	1.54	1.92	2.30	Utilization Rate	76%	75%	75%	76%
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	1.04	1.35	1.73	2.11	Gross margin เฉลี่ย	29.7%	29.9%	30.1%	30.2%
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า (เท่า)	2.97	2.94	2.94	2.94	SG&A/Sale	13.1%	12.7%	12.7%	12.7%
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (เท่า)	508	1,000	1,000	1,000	Effective tax rate	21.8%	20.0%	20.0%	20.0%
อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้การค้า (เท่า)	5.31	5.00	5.00	5.00					
หนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้น	0.67	0.56	0.48	0.41					
Net Gearing	0.35	0.18	0.04	net cash					
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์เฉลี่ย	6.4%	6.8%	7.5%	8.1%					
ผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้นเฉลี่ย	11.1%	11.0%	11.4%	11.6%					

ที่มา : รายงานวิจัย บล.เอเชียพลัส