

2Q68 Result Notes

PLANB

Outperform

โมเมนตัมการเติบโตยังไม่สะกด

ราคาปัจจุบัน (บาท)

4.80

ราคาเป้าหมาย (บาท)

8.00

Upside (%)

66.67

Dividend yield (%)

2.75

Flash Points

- งวด 2Q68 กำไรสุทธิ 270 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2%YoY กำไรยังเติบโตได้ท่ามกลางสารพัดปัจจัยลบทางเศรษฐกิจ จากการเพิ่มกำลังการผลิตสื่อและการเข้าไปบริหารจัดการสื่อออกบ้านให้ VGI รวมถึงการควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่ทำได้ดีขึ้น โดยงวด 1H68 กำไรได้ 463 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4%YoY
- สิ้น 2Q68 มีกำลังการผลิตสื่อรวม 2,575 ล้านบาท/ไตรมาส เพิ่มขึ้น 182 ล้านบาทจากช่วงเดียวกันของปีก่อน สื่อใหม่ที่เพิ่มเข้ามา คือ สื่อ The 20th ตามแนวทางด่วน WS-ราม 4 และ สื่อ Central World 180°

Impact Insight

- กำไร 1H68 คิดเป็น 41% ของประมาณการกำไรทั้งปีที่ผ่านมาที่ฝ่ายวิจัยคาดไว้ 1,137 ล้านบาท โมเมนตัมกำไรครึ่งปีหลังจะทำได้ดีกว่าครึ่งปีแรกตามปัจจัยฤดูกาล และมีรายได้ส่วนเพิ่มจากค่า Management Fee ที่รับจาก VGI และการบริหารสิทธิ์ฟุตบอลพรีเมียร์ลีก รวมถึงธุรกิจมวยเวทีราชดำเนินที่จะเข้าสู่ช่วงพีคของการแข่งขัน
- แม้มีปัจจัยลบทางเศรษฐกิจที่ทำให้เจ้าของแบรนด์สินค้าระมัดระวังการใช้งบประมาณ แต่การครอบครองสื่อโฆษณานอกบ้านในทำเลสำคัญ และมีการสร้างสรรค์สื่อใหม่พร้อมออกแบบแพ็คเกจโฆษณาให้ตรงใจลูกค้า รวมถึงการขยายธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม บวกกับการเติบโตแบบ Inorganic Growth ด้วยการเข้าซื้อกิจการบริษัท Hello ทำให้ PLANB ยังมีการเติบโตของกำไรได้ต่อเนื่องในช่วง 3 ปีข้างหน้า

Execution

- ราคาหุ้น PLANB ปรับตัวลดลง 32% นับตั้งแต่ต้นปี 2568 สะท้อนมุมมองเชิงลบของนักลงทุนต่ออุตสาหกรรมสื่อโฆษณาที่น่าจะได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ในขณะที่ความสามารถในการทำกำไรของ PLANB ไม่ลดลง และยังมีโมเมนตัมของกำไรที่ดีขึ้นในช่วงครึ่งปีหลังอย่างชัดเจน โดยคาดการณ์กำไรปี 2568 จะเติบโต 8%YoY
- ฝ่ายวิจัยให้น้ำหนักลงทุน Outperform ประเมินราคาเหมาะสมวิธี DCF อยู่ที่ 8.00 บาท

Technical Chart



แนวโน้มราคา Sideways Down

แนวรับ : 4.26/3.68 บาท

แนวต้าน : 5.80 บาท

ที่มา : สายงานวิจัย บล.เอเชียพลัส

Consensus Analysis

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

ที่มา : สายงานวิจัย บล.เอเชียพลัส

Industry Peers

หุ้น	PE		PBV	
	2568F	2569F	2568F	2569F
PLAN B MEDIA	18.11	16.61	1.97	1.83
VGI PCL	68.67	62.42	1.14	1.18
MAJOR CINEPLEX	11.65	10.90	1.17	1.16
ONE ENTERPRISE P	19.18	16.71	0.80	0.79
BEC WORLD PCL	21.45	19.67	0.76	0.76
WORKPOINT ENTERT	33.69	25.76	0.46	0.45

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)	22.6	19.6	18.2	16.3	15.1
Dividend Yield (%)	1.56%	2.43%	2.75%	3.06%	3.31%
BVS (บาท)	2.0	2.3	2.4	2.6	2.7
PBV (เท่า)	2.37	2.12	1.97	1.86	1.75
EVEBITDA	6.3	5.8	5.6	5.0	4.4

ที่มา : สายงานวิจัย บล.เอเชียพลัส

ESG Assessment

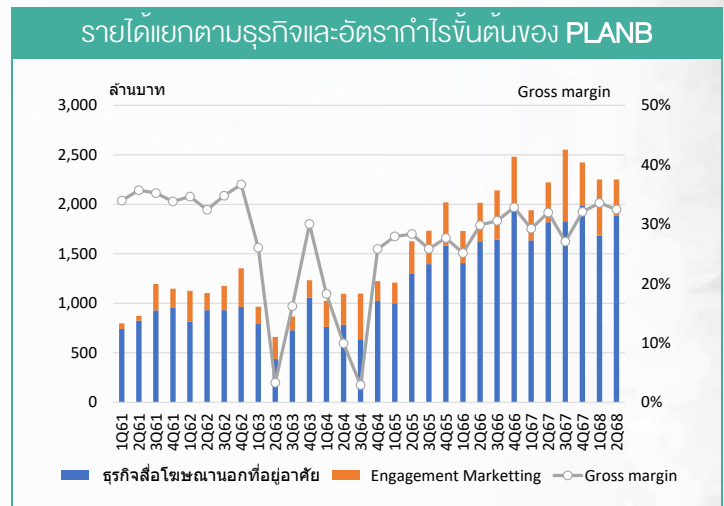
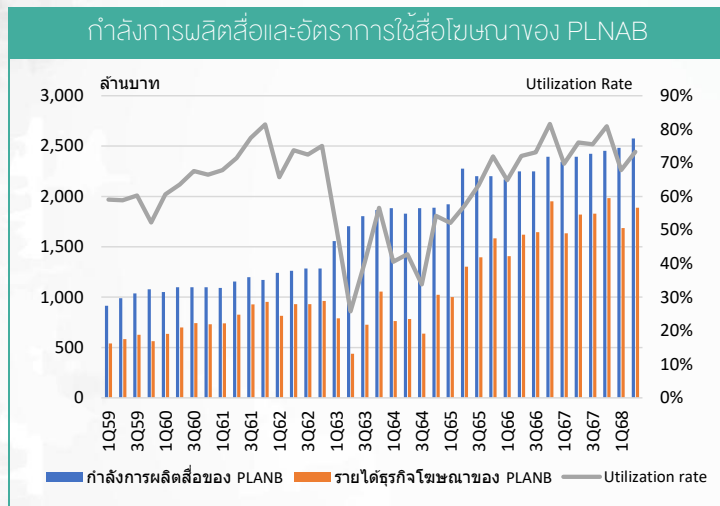
SET ESG Ratings	AA
CG Score	ดีเลิศ
Anti-corruption ที่ผ่านการรับรอง	Yes
ที่มา : SET	

Research
Division

จัดทำโดย ประสิทธิ์ รัตนกิจภมา CFA,CISA
นักวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานด้านหลักทรัพย์
เลขทะเบียนนักวิเคราะห์: 025917

งวด 2Q68 กำไรสุทธิ 270 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 40%QoQ

งวด 2Q68 กำไรสุทธิ 270 ล้านบาท (+40%QoQ, +2%YoY) ใกล้เคียงคาด กำไรเพิ่มขึ้นเทียบกับงวด 1Q68 เป็นปัจจัยด้านฤดูกาลที่ธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกบ้านจะมีอัตราการใช้สื่อ (Utilization Rate) ต่ำที่สุดของปีไตรมาสที่ 1 และจะปรับตัวสูงขึ้นเรื่อยๆ จนทำจุดสูงสุดของปีไตรมาสที่ 4 โดยงวด 2Q68 PLANB มี Utilization Rate 72.9% เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับงวด 1Q68 ที่ทำได้ 67.9% และมีกำลังการผลิตสื่อ (Media Capacity) 2,575 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 182 ล้านบาท เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสื่อโฆษณาใหม่ que เพิ่มขึ้นเข้ามา คือ สื่อ The 20th ซึ่งเป็นป้ายโฆษณาแบบ Digital ตามแนวทางด่วนพระราม 4 ที่รับรู้เข้ามาเต็มไตรมาส และสื่อ Central World 360° จอดิจิตอลขนาดใหญ่บริเวณลิฟต์แกว่งกลางศูนย์การค้า Central World สำหรับธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม (Engagement Marketing) ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจ Sport Marketing, ธุรกิจ Artist management และธุรกิจการจัดอีเวนต์ มีรายได้ 364 ล้านบาท (-36%QoQ, -9%YoY) รายได้ที่ลดลงเพราะไตรมาสนี้ไม่มีรายได้จากการบริหารสิทธิ์กีฬาโอลิมปิกเหมือนงวด 2Q67 รวมถึงไม่มีรายได้จากกิจกรรมเลือกตั้ง Senbatsu วง BNK48 เหมือนงวด 1Q68 รายได้ที่ยังเพิ่มขึ้นได้มาจาก ธุรกิจมวยเวทีราชดำเนิน ที่ทำรายได้เพิ่มขึ้นหลังการปรับโฉมสนามมวยเป็นแบบ Immersive Dome Projector Screen สร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้ชมโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ



ด้านอัตรากำไรงวด 2Q68 มี Gross margin เลลย 32.47% ตีขึ้นจากงวด 2Q67 ที่ทำได้ 31.96% แต่ลดลงจากงวด 1Q68 ที่ทำได้ 33.56% เพราะธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วมมีอัตรากำไรที่ลดลง ส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอยู่ที่ 291 ล้านบาท ลดลง 6%YoY คิดเป็น SG&A/sale 12.9% เพราะไม่มีการบันทึกค่าใช้จ่ายพิเศษจากการด้อยค่าสินทรัพย์เหมือนไตรมาสอื่นๆ โดยไตรมาสนี้ PLANB เริ่มมีการรับรู้ค่า Management Fee จำนวน 11 ล้านบาท จากการเข้าไปบริหารการขายสื่อออกบ้านให้กับ VGI ตั้งแต่วันที่ 1 พ.ค 68

มองกำไรครึ่งปีหลัง ยังเติบโตได้ตามฤดูกาลปกติของธุรกิจสื่อออกบ้าน

แม้กำไร 1H68 ที่ทำได้ 463 ล้านบาท จะคิดเป็นสัดส่วนเพียง 41% ของประมาณการกำไรทั้งปีที่ฝ่ายวิจัยประเมินไว้ที่ 1,137 ล้านบาท แต่ฝ่ายวิจัยเชื่อว่า PLANB จะทำกำไรได้ดีขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง ซึ่งเป็นไปตามธรรมชาติของธุรกิจสื่อออกบ้านที่เจ้าของแบรนด์สินค้าและเอเจนซี่โฆษณา จะจัดสรรงบโฆษณาเพิ่มขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง เพราะมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจมากกว่าช่วงครึ่งปีแรก โดยช่วงครึ่งปีหลังปีนี้ ยังมีปัจจัยบวกเพิ่มเติมที่น่าจะส่งผลต่อ PLANB ได้แก่

1. การรับรู้ค่า Management Fee 5% จากรายได้โฆษณาที่ PLANB นำสื่อโฆษณาของ VGI ไปบริหาร โดยนโยบายรถไฟฟ้า 20 บาท ตลอดสาย ที่จะเริ่มใช้วันที่ 1 ต.ค 68 จะส่งผลบวกอย่างมากต่อปริมาณผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS และน่าจะทำให้อัตราการใช้สื่อโฆษณาในสถานีรถไฟฟ้า BTS ปรับตัวสูงขึ้น

2. การนำสื่อต่อม่อ BTS กลับมาบริหารเองตั้งแต่ 1 พ.ค 68 ซึ่งน่าจะทำได้มากขึ้น เทียบกับอดีตที่ PLANB รับสื่อนี้มาจาก ROCTEC แล้วส่งต่อให้ VGI เป็นผู้บริหารทั้งหมด โดยที่ PLANB ได้รับส่วนต่างเพียงเล็กน้อย
3. การเข้าซื้อกิจการบริษัท Hello สัดส่วน 50% ในเดือน ก.ค 68 จะทำให้ PLANB สามารถรับรู้กำไรจากบริษัท Hello ได้ประมาณปีละ 100 ล้านบาท
4. รายได้จากค่า Management Fee ในการบริหารสิริฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ตั้งแต่เดือน ส.ค 68 เป็นต้นไป โดยประเมินค่า Management Fee ฟุตบอลพรีเมียร์ลีกต่อฤดูกาลแข่งขัน (ส.ค 68- มิ.ย 69) ประมาณ 50 ล้านบาท

ยังเป็นตัวเลือกที่ดีในกลุ่มสื่อ ให้น้ำหนักลงทุน Outperform

ราคาหุ้น PLANB ปรับตัวลดลง 32% นับตั้งแต่ต้นปี 2568 สะท้อนมุมมองเชิงลบของนักลงทุนต่ออุตสาหกรรมสื่อโฆษณาที่น่าจะได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ในขณะที่ความสามารถในการทำกำไรของ PLANB ไม่ได้ลดลงและยังโหมเม็ดเงินลงทุนในธุรกิจในช่วงครึ่งปีหลังอย่างชัดเจน ด้วยจุดเด่นของ PLANB ที่เป็นเจ้าของสื่อโฆษณานอกบ้านในทำเลสำคัญๆ และได้ควบรวมอุตสาหกรรมสื่อโฆษณานอกบ้านไว้ในมือเกือบทั้งหมด บวกกับการสร้างสรรค์สื่อใหม่ๆ พร้อมออกแบบ Package การขายป้ายโฆษณาให้เหมาะกับลูกค้าทุกกลุ่ม อีกทั้งยังมีการสร้างการเติบโตแบบ Inorganic Growth รวมถึงการขยายธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม ทำให้ PLANB ยังมีการเติบโตของกำไรได้ต่อเนื่องในช่วง 3 ปีข้างหน้า ฝ่ายวิจัยคงให้น้ำหนักลงทุน Outperform ประเมินราคาเหมาะสมวิธี DCF ที่ 8.00 บาท

การดำเนินการด้าน ESG ของ PLANB

ENVIRONMENT : นอกเหนือจากเป็นผู้ให้บริการสื่อโฆษณานอกบ้าน PLANB ได้ให้ความสำคัญต่อการสร้างสภาพแวดล้อม โดยการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากปริมาณการปล่อยแสงของหลอดไฟจากป้ายสื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ เพื่อบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการก่อสร้างป้ายโฆษณาโดยเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

SOCIAL : ให้ความสำคัญต่อกระบวนการทำงาน ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดย PLANB ดำเนินงานด้วยความสำนึกและความรับผิดชอบของสังคม จะนำพาไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งในระดับชุมชนและระดับประเทศต่อไป

GOVERNANCE : ส่งเสริมให้พนักงานกล้าคิด กล้าทำ และกล้านำเสนอแนวทางใหม่ๆ โดยยึดหลัก OPEN DOOR สนับสนุนให้พนักงานนำเสนอความคิดเห็นแก่ผู้บริหารตลอดเวลา และมีนโยบายที่ชัดเจนในการปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความถูกต้อง เป็นธรรม และเคารพสิทธิมนุษยชนตามหลักสากลอย่างเคร่งครัดและให้ความสำคัญต่อการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและถูกต้องตามหลักอาชีวอนามัย รวมถึงให้ออกาสผู้พิการทำงานกับบริษัท

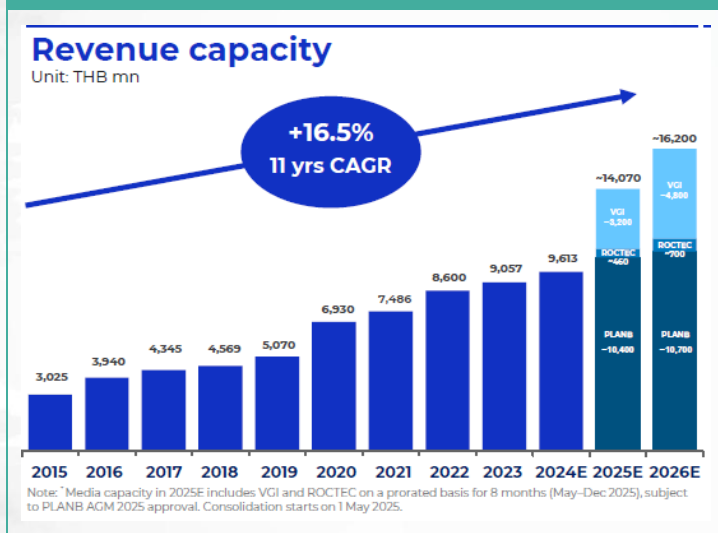
ESG COMMENT: ป้ายโฆษณากลางแจ้งส่วนใหญ่ของ PLANB ตั้งอยู่บนทำเลที่มีผู้คนสัญจรหนาแน่นและต้องได้รับสัญญาสัมปทานจากเจ้าของพื้นที่ ดังนั้นประเด็นเรื่องความปลอดภัย และการเปลี่ยนแปลงข้อกฎหมายเกี่ยวกับป้ายโฆษณาจึงมีความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจอย่างมาก โดย PLANB ได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างสูงสุด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

ผลประกอบการ 2Q68

Key Data (ล้านบาท)	4Q66	1Q67	2Q67	3Q67	4Q67	1Q68	2Q68	%QoQ	%YoY	1H68	1H67	%YoY
ยอดขาย	2,480	1,940	2,221	2,553	2,423	2,251	2,252	0%	1%	4,502	4,161	8%
ต้นทุนขาย	1,666	1,373	1,511	1,863	1,646	1,495	1,520	2%	1%	3,016	2,884	5%
กำไรขั้นต้น	814	567	710	691	777	755	731	-3%	3%	1,487	1,277	16%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	370	292	310	283	328	310	291	-6%	-6%	601	602	0%
ดอกเบี้ยจ่าย	65	60	57	56	54	65	60	-7%	6%	124	117	7%
กำไรจากการดำเนินงาน	308	183	277	282	338	212	270	27%	-2%	482	460	5%
กำไรสุทธิ	291	181	264	282	323	193	270	40%	2%	463	445	4%
รายการพิเศษ	-17	0	0	0	-15	-19	0			-19	0	
กำไรต่อหุ้น	0.07	0.04	0.06	0.06	0.08	0.04	0.06	40%	2%	0.11	0.10	4%
Gross Margin	32.8%	29.2%	32.0%	27.0%	32.1%	33.6%	32.5%			33.0%	30.7%	
SG&A/Sale	14.9%	15.0%	14.0%	11.1%	13.5%	13.8%	12.9%			13.3%	14.5%	
Net Gearing	0.42	0.36	0.38	0.32	0.36	0.34	0.32			0.32	0.38	
Book value	2.02	2.09	2.26	2.27	2.32	2.23	2.37			2.37	2.26	

ที่มา : รายงานวิจัย บล.เอเชียพลัส

MEDIA CAPACITY ของ PLANB



ที่มา : PLANB

สื่อ CENTRAL WORLD 360°



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.	3Q67	4Q67	1Q68	2Q68	สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2567	2568F	2569F	2570F
ยอดขาย	2,553	2,423	2,251	2,252	เงินสดและเทียบเท่าเงินสด	754	1,584	2,397	3,422
ต้นทุนขาย	1,863	1,646	1,495	1,520	ลูกหนี้การค้า	3,077	2,976	3,127	3,287
กำไรขั้นต้น	691	777	755	731	สินค้าคงเหลือ	18	9	9	10
ค่าใช้จ่ายในการขาย	283	313	290	291	สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	166	219	230	242
ดอกเบี้ยจ่าย	56	54	65	60	ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ สุทธิ	4,406	3,963	3,420	2,777
ค่าใช้จ่ายอื่น	4	5	7	8	สินทรัพย์รวม	16,678	16,754	16,839	17,148
รายได้อื่น	26	22	8	8	เจ้าหนี้การค้า	1,719	1,751	1,840	1,934
กำไรสุทธิก่อนหักภาษี	378	422	391	389	หนี้สินหมุนเวียนอื่น	96	44	46	48
ภาษีเงินได้	79	96	89	82	หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย ระยะสั้น	1,422	1,102	818	700
ส่วนของผู้ถือหุ้นรายย่อย	16	2	109	36	หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย ระยะยาว	2,811	2,411	2,011	1,611
รายการพิเศษอื่น ๆ	0	-15	-19	0	หนี้สินรวม	6,716	6,000	5,425	5,021
กำไรสุทธิ	282	323	193	270	ทุนที่ชำระแล้ว	429	431	431	431
กำไรจากการดำเนินงาน	282	338	212	270	ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	6,726	6,923	6,923	6,923
EPS	0.06	0.08	0.04	0.06	กำไรสะสม	2,613	3,182	3,816	4,501
					ส่วนของผู้ถือหุ้น	9,963	10,754	11,414	12,127
ยอดขาย (QoQ)	15.0%	-5.1%	-7.1%	0.0%	ส่วนของผู้ถือหุ้นรายย่อย	240	263	289	317
กำไรขั้นต้น (QoQ)	-2.7%	12.5%	-2.8%	-3.2%	หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	16,678	16,754	16,839	17,148
กำไรจากการดำเนินงาน (QoQ)	2.0%	19.6%	-37.3%	27.4%	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