

PLANB : บมจ.แพน บี บีเดีย

ปีนี้ อุดมไปด้วยเรื่องดีๆ

เราเริ่มต้นคำแนะนำ “ซื้อ” PLANB จาก (1) ความเสี่ยงทางการเงิน net D/E กำลังหดสู่ 0.001x สวนทางกับ ROE ที่เร่งกลับเป็นหลัก 11.3% ในปี 2024 (2) บริษัทผ่านการลงทุนใหญ่ capex cycle ไปแล้ว โอกาสเพิ่มทุนน้อยมาก (3) กำลังได้ประโยชน์จากการฟื้นตัวของภาคท่องเที่ยว eyeball กทม. มีโอกาสขยายตัว +67.6% y-y เปิดโอกาสให้บริษัทขึ้นราคาได้ใน 2H23 จากอุปทานป้ายตั้งตัว (4) ต้นทุนไฟฟ้า 6% ของต้นทุนรวมกำลังเริ่มลดลงตั้งแต่ 2Q23 (5) คาดกำไรสุทธิ All time high ปีนี้ ขณะที่ Valuation ยังถูกกว่าช่วงก่อน Pre-covid ราว 8% อีกด้วย

กำไรกำลังเร่งขึ้นไปจบที่ All time high : คาดกำไรสุทธิปี 2023 ที่ 818 ลบ. +16.4% y-y เป็นสถิติใหม่บริษัท โดย 1Q23 กำไร 132 ลบ. -45.2% q-q +26.7% y-y จะเป็นจุดต่ำสุดของปี จาก low season จากนั้นจะเริ่มยกตัวไป peak ใน 4Q23 จาก (1) การทยอยขึ้นของอัตราใช้ป้าย (U-rate) ซึ่ง ผบห. เผยเดือน เม.ย. ได้ยกตัวขึ้นเป็น 65-66% จาก 64.8% ใน 1Q23 ผลักดันจากภาคท่องเที่ยว และสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงมากจากเอเจนซีโฆษณา (2) รายได้จาก Engagement mkt. ทยอยฟื้นตั้งแต่ 2Q23 เช่น มวยไทย RWS, ถ่ายทอดสด/กิจกรรม เอเชียนเกมส์, ฟุตบอล TPL, ศิลปิน PROXIE และ BNK48

ราคาเหมาะสม 10.90 บาท มีส่วนลดน่าสนใจ : ปัจจุบันหุ้น PLANB ซื้อขายที่ P/E23E 46.2x มีส่วนลดจากช่วง Pre-Covid (2015-2019) ที่ 50.1x ราว 8% และถูกกว่า VGI ผู้เล่นเบอร์สองที่ 76.5x ถึง 39.7% และจากการประเมินมูลค่าด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด (DCF, WACC 10.0% g 3.0%) ราคาหุ้นปัจจุบันยังให้ upside 22.5% และ Dividend yield 0.9% อีกด้วย

ความเสี่ยง : ภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่ออัตราการใช้สื่อโฆษณา (ราว 1.2x ของ GDP growth) เราประเมินว่าทุกๆอัตราใช้ป้ายที่ต่ำลง 5% จะส่งผลให้ประมาณการกำไรเหวี่ยงลงแรงกว่าราว 8.1% จากการเป็น high operating leverage company

จรรยาพันธ์ วัฒนวงศ์
นักวิเคราะห์การลงทุนปัจจัยพื้นฐานด้านหลักทรัพย์ #14076
Jaroonpan.W@liberator.co.th

PLANB

BUY

Rating

TP 23E
From n.a. **THB10.90**

method DCF WACC 10.0% g 3.0%

Closing price **THB8.90**
Upside/Downside **+22.5%**

เกาะเบอร์ 1 หมีไม่กัด

“กลยุทธ์ที่ง่ายที่สุดอย่างหนึ่งของการลงทุน คือ การซื้อหุ้นเบอร์ 1 ของอุตสาหกรรมที่เป็นขาขึ้น แต่ต้องไม่อยู่กับมันตอนเศรษฐกิจที่เป็นขาลงอย่าง PLANB ซึ่งเป็นเบอร์ 1 ของสื่อโฆษณาออนไลน์ (Out of home media, OOH) ที่เติบโตขณะสื่อเดิมๆโดยตลอดจากการใช้ชีวิตนอกบ้านมากขึ้นของคนไทย ขณะที่ GDP ไทยตอนนี้ไม่ได้เป็นขาลง เราจึงมองว่า PLANB เป็นตัวเลือกที่ดีในระยะ 1-2 ปีนี้ แต่แนะนำสะสมเมื่ออ่อนตัวเพราะ P/E มักยืนสูงตลอดเวลา หรืออีกวิธีก็คือ เข้าซื้อเมื่อเกิด panic จากอีเวนท์ใดๆ”

KEY FINANCIALS

FYE Dec (THBm)	FY21	FY22	FY23E	FY24E
Revenue	4,443	6,590	7,478	7,978
Net Profit (Loss)	64	703	818	1,028
EPS (THB)	0.02	0.17	0.19	0.24
P/E (x)	552.8	53.8	46.2	36.8
BVPS (THB)	1.85	1.93	2.05	2.21
P/B (x)	4.1	3.9	4.3	4.0
DPS (THB)	0.00	0.07	0.08	0.10
Dividend Yield (%)	0.0	0.8	0.9	1.1
Debt/Equity (x)	0.9	0.9	0.6	0.5
ROE (%)	1.0	9.0	9.7	11.3

Source: Company, LIB Research estimates

คำชี้แจง: บล.ลิเบอเรเตอร์ จำกัด (LIB) ขอเรียนให้ลูกค้า และผู้ลงทุนทราบความเกี่ยวข้องระหว่าง LIB กับ PLANB เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุน ดังนี้ บมจ.นิวส์ เน็ตเวิร์ค คอร์ปอเรชั่น ซึ่งเป็นบริษัทแม่ของ LIB เป็นผู้ถือหุ้นทางอ้อมใน PLANB ราว 0.06%

การประกอบธุรกิจ : ก่อตั้งในปี 2005 ประกอบธุรกิจให้บริการ, บริหาร, สร้าง content และ วางแผนการตลาด ผ่านพื้นที่สื่อโฆษณาออกบ้าน (OOH) เน้นให้บริการในไทย รวมถึงอาเซียน นอกจากนี้ ยังให้บริการ จัดทำการตลาดแบบมีส่วนร่วม (Engagement marketing) อีกด้วย ต้นทุนส่วนใหญ่เป็นต้นทุนคงที่ (high operating leverage) โดย ณ 15 มี.ค. 2023 บริษัทถือหุ้นใหญ่โดย นายปรินทร์ โจนะโกสินทร์ 20.0% และ VGI 17.4% ปัจจุบันบริษัทมีส่วนแบ่งตลาดอันดับ 1 ราว 60% ที่ห่าง VGI อันดับ 2 เกือบเท่าตัว

รูปที่ 1 : ภาพรวมธุรกิจ



ที่มา : Company report

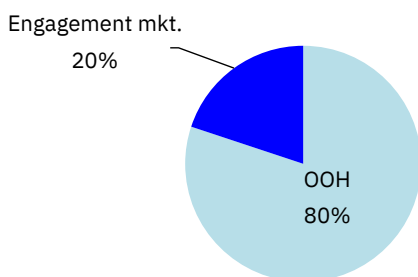
รูปที่ 2 : Engagement marketing : Sport marketing



ที่มา : Company report

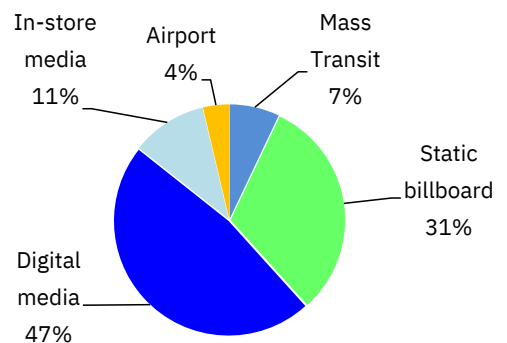
โครงสร้างรายได้ : ปี 2022 รายได้ส่วนใหญ่ 80% จะมาจากการให้บริการสื่อออกบ้าน (Out of Home media, OOH) ซึ่งแบ่งเป็นสื่อย่อยอีก 5 ประเภท โดยสื่อป้ายดิจิทัล มีสัดส่วนสูงสุด 47% รองลงมาได้แก่สื่อป้ายกลางแจ้ง (Static) 31% สื่อในห้างฯ ร้านสะดวกซื้อ 7-eleven 11%, สื่อในสนามบิน 22 แห่งทั่วประเทศ 4% และ สื่อบนรถเมล์ รถไฟฟ้า 7% ณ 1Q23 มีกำลังให้บริการ 8.6 พัน ลบ. ต่อปี ตั้งเป้าขยายอีก +4% ปีนี้

รูปที่ 3 : โครงสร้างรายได้ ณ ปี 2022



ที่มา : Company report

รูปที่ 4 : สัดส่วนรายได้สื่อออกบ้าน (OOH) ณ 1Q23

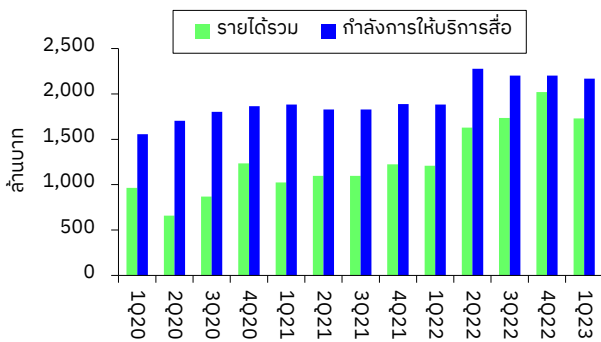


ที่มา : Company report

โมเดลธุรกิจ : บริษัทจัดหา, ลงทุนอุปกรณ์สื่อ, ออกแบบ, วางแผนการตลาด และจัดหาทำเลที่ตั้ง ให้แก่ แบนด์ซินค้า และ เอเจนซีโฆษณา (สัดส่วนราว 50-50) โดยให้บริการสัญญา ระยะสั้น-ยาว นอกจากนี้ บริษัทยังบริการจัดทำกิจกรรมการตลาดแบบมีส่วนร่วม เพื่อสอดแทรกประชาสัมพันธ์สินค้า ผ่านกิจกรรมกีฬา เช่น ฟุตบอลไทยลีก, มวยไทย และ กิจกรรมร่วมกับศิลปินนักร้อง เช่น BNK48 และวงบอยแบนด์ใหม่ PROXIE อีกด้วย

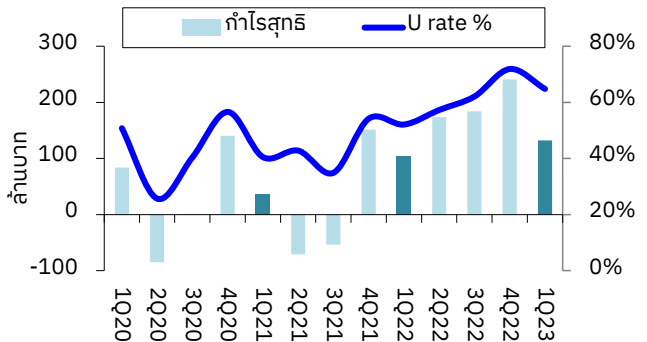
สิ้นปี 2022 ต้นทุน ส่วนใหญ่ 80% เป็นต้นทุนคงที่ (fixed cost) เช่น ค่าเช่าอาคาร 50.6% ค่าเช่า 18.1% พนักงาน 12.3% ของต้นทุนรวม จะเห็นว่า บริษัทมีลักษณะเป็น high operating leverage กล่าวคือ เมื่อรายได้ผ่านระดับจุดคุ้มทุน (break-even) กำไรสุทธิเร่งตัวขึ้นทันที ดังที่เห็นใน 4Q21 ซึ่งตอนนั้น อัตราใช้ป้าย (U-rate) ดิ่งขึ้นแตะ 56.6% ขณะที่ Low season คือทุกๆไตรมาส 1 ก่อนโตขึ้นไปทำจุดสูงสุดในไตรมาส 4 ในเบื้องต้น เราประเมินจุดคุ้มทุนที่ 45-50%

รูปที่ 5 : 2Q22 มีการขยายกำลังให้บริการ +20%



ที่มา : Company report

รูปที่ 6 : กำไรไตรมาส 1 เป็น low season ของทุกปี



ที่มา : Company report

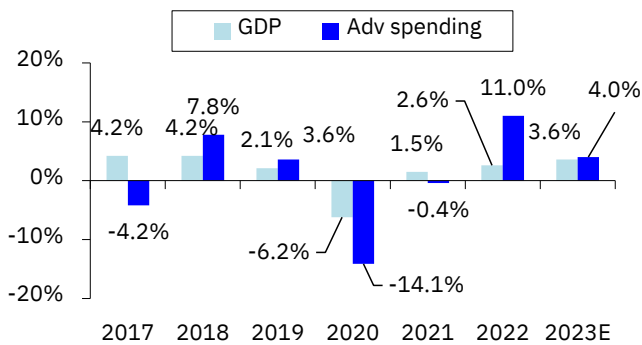
ผลการดำเนินงาน 3 ปีที่ผ่านมา : ปี 2020-22 บริษัทได้รับผลกระทบอย่างหนักจาก Covid-19 เศรษฐกิจในประเทศอ่อนแอ การบริโภคหดตัว กิจกรรมนอกบ้านลดลง ทำให้ความต้องการใช้สื่อโฆษณาลดลงในทิศทางเดียวกัน โดยปี 2020 เม็ดเงินโฆษณาไทยหดตัว -14.1% y-y กดดันอัตราการใช้สื่อลดลงเหลือเพียง 43.5% (เกิดภาวะขาดทุนปกติ) จากนั้นเม็ดเงินโฆษณารงตัวในปี 2021 ก่อนจะฟื้นตัว +11.0%y-y ในปี 2022 หลังมาตรการผ่อนคลายลือคดาว์น และเปิดประเทศ

ช่วง 3 ปีนี้ อุตสาหกรรมสื่อเป็นลักษณะ แบบปลาใหญ่กินปลาเล็ก จะมีการ M&A รวบรวมป้ายเข้าด้วยกัน (Consolidation) เพื่อประหยัดต่อขนาด โดยในต้นปี 2022 บริษัทได้เพิ่มทุน PP ราคา 7.22 บาท แล้วนำเงิน 2.3 พัน ลบ.ไปซื้อป้ายจาก AQUA ใน 2Q22 ทำให้กำลังการให้บริการสื่อ (Media capacity) เพิ่มขึ้นราว +20% หรืออีก 1,000 ลบ./ ปี ส่งผลให้บริษัทมีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดของประเทศ 60% ของสื่อออกบ้าน (OOH) และเราคาดว่าเราจะได้ประโยชน์เต็มที่ในจังหวัดเศรษฐกิจฟื้นตัวในปี 2023 นี้ ซึ่งได้ภาคท่องเที่ยวเป็นตัวหนุน

ปัจจัยหนุนการเติบโต : มี 3 ประเด็น (1) การขยายตัวของเปิดเงินโฆษณาในประเทศ ซึ่งจากสถิติปี 2018-2022 เปิดเงินโฆษณารวมจะขยายตัวเฉลี่ยราว 1.2 เท่าของ GDP growth ดังนั้น เป้าขยายตัวของอุตสาหกรรมที่ 4.0% vs GDP growth คาดการณ์ที่ 3.6% (ที่มา Bloomberg) จึงสมเหตุสมผล

อย่างไรก็ดี จากพฤติกรรมผู้คนที่อยู่นอกบ้านมากขึ้นในปัจจุบัน ทำให้สื่อออนไลน์จะขยายตัวสูงกว่าภาพรวมอุตสาหกรรมเสมอ โดยปี 2022 สื่อภาพรวม +11.0% vs สื่อออนไลน์ +47.0% y-y ขณะที่ ผู้บริหารเผยในงาน Opportunity day 1Q23 ว่าในเดือน เมษายน สื่อออนไลน์ขยายตัวดี +18% y-y อัตราใช้ป้ายพื้นจาก 64.8% ใน 1Q23 สู่ 65-66% เรียบร้อยแล้ว

รูปที่ 7 : อัตราการขยายตัวของ GDP และ สื่อโฆษณา



ที่มา : Company report, LIB Research estimate, Bloomberg

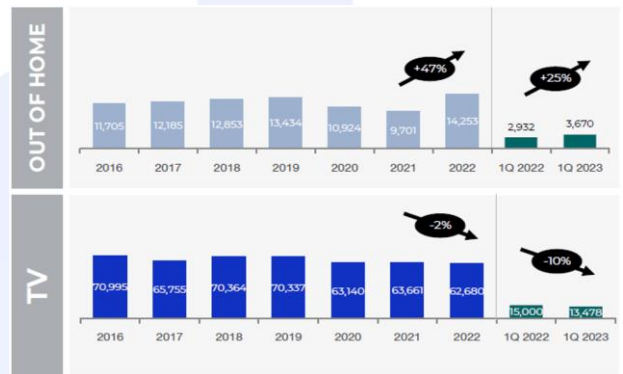
(2) การรุก Engagement marketing โดยเฉพาะในด้านกีฬา มวย หลังกระแสตอบรับจากมวยไทย RWS ทำได้ดีน่าพอใจ จากอุปสงค์จากทั้งคนไทย และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ในปีนี้ RWS ชี้น 2 ได้เริ่มแล้วเมื่อ กุมภาพันธ์ และจะมียาวไปทั้งปี 2023 คาดรับรู้รายได้ 400 ลบ. เพิ่มเท่าตัวจากปีก่อน ขณะที่วง PROXIE เป็น upside ที่น่าติดตามมาก เสมือนเป็นการเปิดตลาดกลุ่มผู้ติดตามหญิง หลังจาก BNK48 ทำสำเร็จมาแล้วกับผู้ติดตามชาย

รูปที่ 9 : ศิลปิน PROXIE และ BNK48



ที่มา : Company report

รูปที่ 8 : 1Q23 สื่อออนไลน์ +25% vs โทรทัศน์ -10%



ที่มา : Company report, Nielsen Media Research

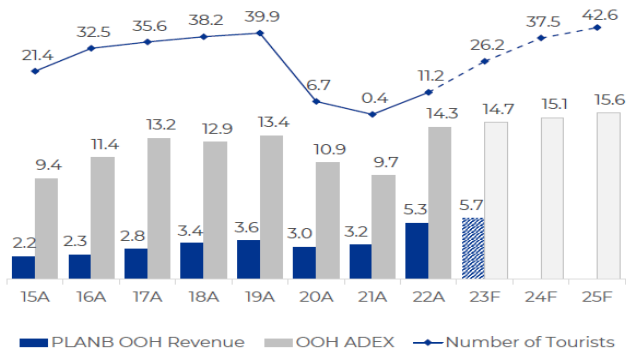
รูปที่ 10 : รายดำเนินเวลด์ซีรีส์ (RWS)



ที่มา : Company report

(3) ภาคท่องเที่ยวจะเป็นตัวหนุนอีกด้วย ผบห.เผยว่าในปี 2023 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาใน กทม. ราว 26.2 ล้านคน +133.9% y-y รวมกับประชากรใน กทม. อีก 11.0 ล้านคน ทำให้จะมีประชากรเดินทางใช้ชีวิตใน กทม. รวมกันถึง 37.2 ล้านคน +67.6% y-y ซึ่งเชื่อว่าจะดึงดูดเม็ดเงินโฆษณา OOH ขยายตัวแข็งแกร่งต่อราว +2.8% y-y ด้วยแนวโน้มนี้ ผบห. เชื่อว่าจะทำให้ลูกค้า Luxury แบนด์จะเพิ่มเม็ดเงินโฆษณา เท่าตัวต่อจากปีก่อนเป็น 200 ลบ.

รูปที่ 11 : นักท่องเที่ยวต่างชาติใน กทม. และเม็ดเงิน OOH



ที่มา : Company report

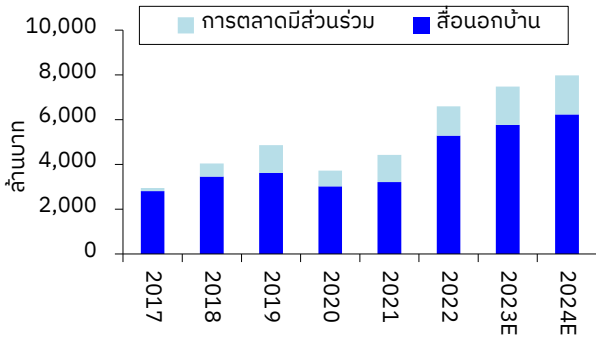
รูปที่ 12 : Luxury แบนด์ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง



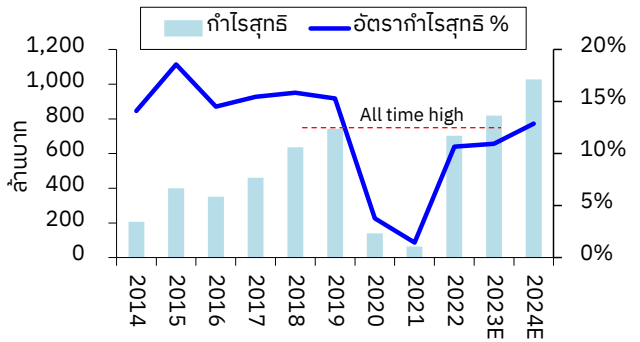
ที่มา : Company report

จังหวะของปี 2023 : เราคาดว่ากำไรสุทธิ 1Q23 เป็นจุดต่ำสุดของบริษัทจากการเป็น Low season จากนั้น ไตรมาส 2-3 จะค่อยๆยกตัวขึ้นจาก ค่าไฟที่เริ่มลดลง, การรับรู้รายได้จากมวย RWS เริ่มเต็มไตรมาสครั้งแรกใน 2Q23 จากนั้น การถ่ายถอดสดเอเชียนเกมส์ก็จะเริ่มใน 3Q23 ก่อนที่จะส่งบริษัทเข้าสู่ High season ใน 4Q23

นอกจากนั้น ผบห. ได้เผยอีกว่า ใน 2H23 จะพิจารณาปรับราคาบริการขึ้นในพื้นที่ที่มีความต้องการสูง เพื่อสะท้อนต้นทุนที่เพิ่มก่อนหน้าอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับมุมมองว่า บริษัท(ซึ่งเป็นเบอร์ 1 ของประเทศ ส่วนแบ่ง 60%) ได้ผ่านช่วงลงทุนขนาดใหญ่ไปแล้ว (Capex cycle) ดังนั้นการเพิ่มกำลังการให้บริการเพียง 3-4% ขณะที่อุปสงค์เร่งตัวขึ้นแข็งแกร่ง ย่อมเป็นโอกาสอันดีที่จะปรับราคาขึ้นนั่นเอง

รูปที่ 13 : รายได้เข้าสู่วงจรเติบโตในทุกบริการ


ที่มา : Company report & LIB Research est.

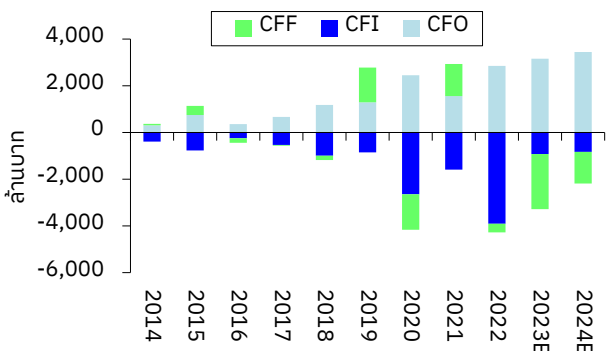
รูปที่ 14 : คาดกำไรจะทำสถิติใหม่ในปี 2023


ที่มา : Company report & LIB Research est.

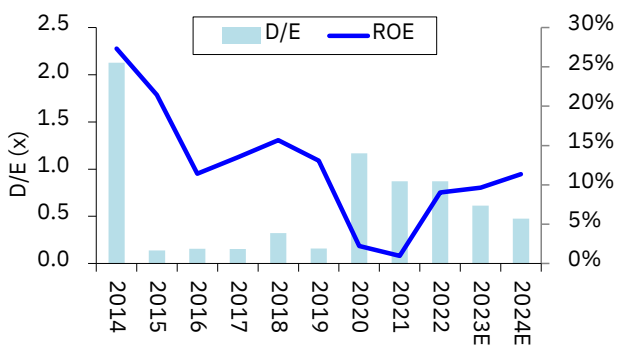
แนวโน้มปี 2023 : คาดกำไรสุทธิจะขยายตัวอีก +16.4% y-y เป็น 818 ลบ. เป็นสถิติใหม่ของบริษัท แม้ 1Q23 จะทำได้ 132 ลบ. ใกล้เคียงตลาดคาด และคิดเป็น 16.1% ของประมาณการทั้งปี แต่กว่านั้นคือจุดต่ำสุด และเป็น Low season เหมือนทุกปี เราเชื่อว่ารายได้จะค่อยๆเร่งตัวขึ้นทั้งส่วนของ OOH +9.2% y-y และ Engagement marketing +30.7% y-y สอดคล้องกับแผนธุรกิจ เศรษฐกิจไทย ขณะที่แรงกดดันต้นทุนพลังงานไฟฟ้า 6% ของต้นทุนรวมที่กำลังจะเริ่มลดลงในเดือน พ.ค. อีกด้วย หลังการลดค่า Ft 7 สตางค์

อีกประเด็นที่อยากให้พิจารณาคือ ด้วยการประหยัดต่อขนาด หลังการซื้อป้าย และ การไม่มีภาระหนี้ในช่วงดอกเบี้ยเป็นขาขึ้น เราคาดว่า อัตรากำไรสุทธิ มีแนวโน้มจะขยายตัวขึ้นอีก 60bps ด้วยเป็น 10.9% ปีนี้ และ 12.9% ในปี 2024

ขณะที่กระแสเงินสดจากการดำเนินงานแข็งแกร่ง โดยการลงทุนใหญ่ผ่านไปแล้ว ทำให้กระแสเงินสดสุทธิเป็นบวกอย่างมั่นคง ขณะที่ภาระหนี้สินต่อทุน D/E กำลังเข้าสู่ขาลงต่อเนื่อง และ ROE กำลังเริ่มไต่ขึ้นกลับไป 2 หลักที่ 11.3% ในปี 2024

รูปที่ 15 : จบ Capex cycle ใหญ่ไปแล้ว


ที่มา : Company report & LIB Research est.

รูปที่ 16 : ความเสี่ยงการเงินลดลง ผลตอบแทนเป็นขาขึ้น


ที่มา : Company report & LIB Research est.

รูปที่ 17 : สมมติฐานสำคัญ

	2019	2020	2021	2022	2023E	2024E	2025E
รายได้จากสื่อออกบ้าน (OOH)							
สื่อในระบบขนส่งมวลชน (Mass transit)	376	248	171	254	331	359	386
ป้ายนิ่งกลางแจ้ง (Static)	889	812	1,209	1,658	1,791	1,929	2,067
ป้ายดิจิทัล (Digital)	1,924	1,638	1,429	2,769	2,879	3,085	3,702
สื่อในห้างฯ ร้านสะดวกซื้อ (In-store media)	207	248	376	510	598	697	747
สื่อในสนามบิน (Airport)	215	67	22	88	164	164	164
การตลาดแบบมีส่วนร่วม (Engagement marketing)							
กีฬา (Sport marketing)	467	166	940	755	1,140	1,200	1,269
บริหารจัดการศิลปิน (Artist management)	697	436	216	439	450	400	350
ออนไลน์ (Online)	86	109	60	80	80	92	106
รวมรายได้	4,861	3,724	4,423	6,591	7,478	7,978	8,850
GDP growth	2.1%	-6.1%	1.5%	2.6%	3.6%	3.8%	3.6%
กำลังการให้บริการสื่อ	5,070	6,930	7,430	8,602	8,745	8,745	8,745
อัตราการใช้สื่อโฆษณา (U rate)	71.2%	43.5%	43.2%	61.4%	65.9%	71.3%	80.8%
อัตรากำไรขั้นต้น (GPM)	34.7%	21.0%	14.5%	27.7%	28.0%	29.2%	30.1%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ ต่อ รายได้ (SG&A to Sales)	14.2%	15.4%	12.7%	12.5%	12.4%	12.4%	12.3%
อัตรากำไรสุทธิ (NPM)	15.3%	3.8%	-0.5%	10.3%	10.9%	12.9%	14.2%

ที่มา : Company report & LIB Research est.

ความเสี่ยงสำคัญ : จะมาจากปัจจัยภายนอกเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจะนำมาสู่อัตราการใช้ป้าย (Utilization rate) ที่ต่ำกว่าประมาณการได้ เราใช้ค่า 65.9% เป็นสมมติฐานหลัก ซึ่งใกล้เคียงกับเป้าหมายบริษัทปีนี้ 60-65% และได้คำนวณความอ่อนไหวของกำไร และราคาเหมาะสมปี 2023 ด้วยวิธี DCF สรุปได้ดังตารางด้านล่างนี้

รูปที่ 18 : ความอ่อนไหวของกำไรสุทธิ ต่อ U rate %

อัตราการใช้สื่อโฆษณา	คาดการณ์กำไรสุทธิ 23E	ราคาเหมาะสม 23E
50.0%	644	9.08
55.0%	700	9.59
60.0%	757	10.17
65.9%	818	10.84
70.0%	859	11.60
75.0%	916	12.48
80.0%	962	13.53

ที่มา : LIB Research est.

งบกำไรขาดทุน

งบรวมสิ้นสุด ร.ค., (ลบ.)	2021	2022	2023E	2024E
รายได้	4,443	6,590	7,478	7,978
ต้นทุนขาย	3,800	4,763	5,384	5,648
กำไรขั้นต้น	643	1,827	2,094	2,329
ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร	563	822	927	985
EBITDA	2,421	3,412	3,614	3,867
รายได้อื่น	56	90	92	94
ส่วนแบ่งกำไร/ส่วนร่วม/กิจการร่วมค้า	(28)	(13)	(14)	(15)
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย	80	1,005	1,167	1,344
ดอกเบี้ยจ่าย	189	181	205	121
กำไรก่อนภาษี	(53)	914	1,054	1,318
ภาษีจ่าย	18	214	211	264
กำไรหลังภาษี	(71)	700	843	1,054
รายการพิเศษ	88	26	0	0
กำไรก่อนผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	138	694	808	1,016
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	74	(10)	(11)	(12)
กำไร (ขาดทุน), ตามรายงาน	64	703	818	1,028
กำไร (ขาดทุน) ปกติ	(24)	677	818	1,028

ข้อมูลต่อหุ้น

งบรวมสิ้นสุด ร.ค., (บาท)	2021	2022	2023E	2024E
กำไร(ขาดทุน) ต่อหุ้น, ตามรายงาน (EPS)	0.02	0.17	0.19	0.24
กำไร(ขาดทุน) ปกติต่อหุ้น (Core EPS)	(0.01)	0.16	0.19	0.24
เงินปันผลต่อหุ้น (DPS)	0.00	0.07	0.08	0.10
มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (BVPS)	1.85	1.93	2.05	2.21

งบแสดงฐานะการเงิน

งบรวมสิ้นสุด ร.ค., (ลบ.)	2021	2022	2023E	2024E
เงินสด	1,986	544	425	1,687
เงินลงทุนระยะสั้น	0	0	0	0
ลูกหนี้การค้า	1,371	2,230	2,531	2,700
สินค้าคงคลัง	0	0	1	1
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	674	583	612	643
สินทรัพย์หมุนเวียนรวม	4,030	3,357	3,569	5,030
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	7,656	9,157	7,539	5,747
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	339	308	278	248
เงินลงทุน.ร่วม/กิจการร่วมค้า	156	167	167	167
เงินลงทุนระยะยาว	0	0	0	0
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	1,582	2,409	2,529	2,656
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนรวม	9,734	12,040	10,513	8,817
สินทรัพย์รวม	13,764	15,397	14,082	13,848
เงินกู้ระยะสั้น	965	1,055	0	0
เจ้าหนี้การค้า	1,636	1,693	1,914	2,008
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	1,140	1,690	1,599	1,605
หนี้สินหมุนเวียนรวม	3,742	4,439	3,513	3,613
เงินกู้ระยะยาว	2,611	2,596	1,693	693
หุ้นกู้	0	0	0	0
อื่นๆ	51	139	146	153
หนี้สินรวม	6,404	7,174	5,352	4,459
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	419	428	428	428
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	6,031	6,645	6,645	6,645
กำไรสะสม	1,068	1,491	1,997	2,656
ผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่ใช่เจ้าของควบคุม	307	302	302	302
ส่วนผู้ถือหุ้นรวม	7,360	8,224	8,730	9,388

ที่มา: ข้อมูลบริษัท, LIB Research est., * อิงราคาปิดล่าสุด

งบกระแสเงินสด

งบรวมสิ้นสุด ร.ค., (ลบ.)	2021	2022	2023E	2024E
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน				
กำไรก่อนภาษี	(53)	914	1,054	1,318
ค่าเสื่อมราคา	2,341	2,407	2,447	2,522
การเปลี่ยนแปลงทุนหมุนเวียน	723	(803)	(80)	(75)
เงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	3,011	2,518	3,421	3,765
อื่นๆ	(1,448)	337	(259)	(315)
เงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน	1,563	2,856	3,162	3,450
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน				
เงินสดรับจากการขาย(จ่าย)เงินลงทุน	(1,397)	(1,016)	(800)	(700)
เงินสดสุทธิจากการลงทุน	(1,586)	(3,902)	(920)	(826)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน				
ออกหุ้นสามัญ	1,553	622	0	0
เงินกู้สุทธิ หักการจ่ายคืนหนี้	(200)	(984)	(2,055)	(1,000)
เงินปันผล	0	0	(312)	(369)
เงินสดสุทธิจากการจัดหาเงิน	1,374	(373)	(2,360)	(1,362)
เงินสดเปลี่ยนแปลงสุทธิ	1,351	(1,419)	(119)	1,262
ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน	(4)	(23)	0	0
เงินสด/เทียบเท่าเงินสดปลายงวด	1,986	544	425	1,687

อัตราส่วนทางการเงิน

งบรวมสิ้นสุด ร.ค.	2021	2022	2023E	2024E
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	14.5	27.7	28.0	29.2
ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร ต่อยอดขาย (%)	12.7	12.5	12.4	12.4
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (%)	1.8	15.3	15.6	16.9
อัตรากำไรปกติ (%)	-0.5	10.3	10.9	12.9
อัตรากำไรสุทธิ (%)	1.4	10.7	10.9	12.9
ROE (%)	1.0	9.0	9.7	11.3
ROA (%)	0.5	4.8	5.6	7.4
วงจรเงินสด (วัน)	n.m.	n.m.	n.m.	n.m.
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (x)	0.9	0.9	0.6	0.5
อัตราส่วนความสามารถการจ่ายดอกเบี้ย (x)	0.4	5.5	5.7	11.1
อัตราการจ่ายเงินปันผล (%) *	0.0	0.8	0.9	1.1

อัตรากำไรขั้นต้น

งบรวมสิ้นสุด ร.ค., %	2021	2022	2023E	2024E
รายได้	19.3	48.3	13.5	6.7
ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร	-1.7	45.9	12.9	6.2
EBITDA	2.5	41.0	5.9	7.0
EBIT	-62.0	1159.0	16.1	15.2
กำไรปกติ	-117.3	n.m.	20.9	25.6
กำไรสุทธิ	-54.4	998.0	16.4	25.6

สมมติฐานสำคัญ

งบรวมสิ้นสุด ร.ค.	2021	2022	2023E	2024E
อัตรากำไรใช้ประโยชน์ (U rate %)	43.2	61.4	65.9	71.3
กำลังการให้บริการสื่อ (ลบ.)	7,430	8,602	8,745	8,745
โครงสร้างรายได้ (ลบ.)				
ระบบขนส่งมวลชน	171	254	331	359
ป้ายนั่งกลางแจ้ง	1,209	1,658	1,791	1,929
ป้ายดิจิทัล	1,429	2,769	2,879	3,085
ห้าง/ ร้านสะดวกซื้อ	376	510	598	697
การตลาดแบบมีส่วนร่วม	1,216	1,312	1,715	1,744
GDP growth ของไทย (%)	1.5	2.6	3.6	3.8

Disclosures & Disclaimer

รายงานนี้ ถูกจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ และเพื่อให้ข้อมูลเท่านั้น มิใช่การชักจูงให้ซื้อหรือขายหุ้นที่กล่าวถึงในรายงานฉบับนี้ นักลงทุนควรตระหนักเสมอว่า ราคาหุ้นอาจเคลื่อนไหวผันผวน เพิ่มขึ้น และลดลงได้ตลอดเวลา ความเห็น หรือคำแนะนำต่างๆ จัดทำขึ้นบนการวิเคราะห์เชิงเทคนิค และทางปัจจัยพื้นฐาน อาจมีความแตกต่างกันได้ การประเมินมูลค่าที่เหมาะสมทางพื้นฐาน อาจแตกต่างจากการวิเคราะห์เชิงเทคนิค ซึ่งจะขึ้นกับปัจจัยทางด้านราคา (Price) และปริมาณการซื้อขาย (Volume) ซึ่งแตกต่างไปจากการวิเคราะห์เชิงปัจจัยพื้นฐานซึ่งประเมินมาจากการคาดการณ์ผลการดำเนินงานบริษัท ดังนั้น ผลตอบแทนของนักลงทุนจึงอาจต่ำกว่าต้นทุนได้ ขณะที่ผลตอบแทนจากการลงทุนในอดีตไม่สามารถสะท้อนถึงผลตอบแทนในอนาคตได้ บทวิเคราะห์นี้ไม่ได้มีจุดประสงค์เพื่อแนะนำการลงทุนเพื่อบุคคลใดเป็นการเฉพาะ และเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะเจาะจงต่อการลงทุน ฐานะทางการเงิน และความต้องการส่วนบุคคลของนักลงทุนที่อ่านบทวิเคราะห์ฉบับนี้ ดังนั้น นักลงทุนจึงควรใช้วิจารณญาณ ในการอ่านบทวิเคราะห์ฉบับนี้

การจัดทำรายงานฉบับนี้ ได้อ้างอิงมาจากแหล่งข้อมูลที่ได้รับการยอมรับว่ามีความน่าเชื่อถือ แต่ไม่ได้เป็นการรับรองจาก บล.ลิวอเรเตอร์ ดังนั้นผลที่ตามมาทั้งในส่วนของความแม่นยำ หรือเรียบร้อยสมบูรณ์จึงไม่ได้เป็นความรับผิดชอบจากทาง บล.ลิวอเรเตอร์ และ เจ้าหน้าที่, กรรมการ, และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และ/หรือพนักงาน จะไม่มีส่วนรับผิดชอบต่อการสูญเสียต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งทางตรง หรือทางอ้อมจากการใช้รายงานฉบับนี้ ข้อมูล, ความเห็น และคำแนะนำที่ปรากฏอยู่ในบทวิเคราะห์ฉบับนี้อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

ในบทวิเคราะห์นี้ อาจมีการคาดการณ์ผลการดำเนินงานล่วงหน้า ด้วยการใช้คำเหล่านี้ เช่น “คาดว่า” “เชื่อว่า” “คาดการณ์ว่า” “มีแนวโน้มว่า” “มีแผนว่า” “ประมาณการ” หรือ อาจมีการอธิบายว่า เหตุการณ์นี้ “อาจ” เกิดขึ้น หรือ เหตุการณ์นี้ “เป็นไปได้” ที่จะเกิดขึ้น เป็นต้น การคาดการณ์ล่วงหน้าดังกล่าวนี้ จะอยู่บนพื้นฐานของสมมติฐานที่ตั้งขึ้นและอ้างอิงบนข้อมูลในปัจจุบัน และยังคงขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนที่จะทำให้ผลการดำเนินงานที่แท้จริงแตกต่างไปจากที่คาดการณ์ได้ นักลงทุนจึงไม่ควรใช้การคาดการณ์ล่วงหน้านี้เป็นหลักในการตัดสินใจลงทุน โดยหลังจากวันที่บทวิเคราะห์ถูกเผยแพร่ออกไป บล.ลิวอเรเตอร์ ไม่ถือเป็นภาระผูกพันในการปรับประมาณการ หากจะมีข้อมูลใหม่ หรือเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้น

บล.ลิวอเรเตอร์ รวมถึงเจ้าหน้าที่, กรรมการ และพนักงาน ซึ่งรวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำ หรือการเผยแพร่บทวิเคราะห์นี้ อาจมีส่วนร่วม หรือมีสิทธิลงทุนในหุ้นตัวนี้ หรือ มีส่วนได้เสียต่างๆ กับผู้ที่ออกหลักทรัพย์นี้ นอกจากนี้ ราคาหุ้นอาจเคลื่อนไหวไปตามสิ่งที่เสนอในบทวิเคราะห์นี้ บล.ลิวอเรเตอร์ มีสิทธิใช้ข้อมูลในรายงานนี้ ก่อนที่รายงานนี้จะถูกเผยแพร่ออกไปภายใต้ขอบเขตที่กฎหมายรับรองเท่านั้น กรรมการ, เจ้าหน้าที่ และ/หรือพนักงานของ บล.ลิวอเรเตอร์ ท่านหนึ่งท่านใด หรือมากกว่าหนึ่งท่าน สามารถเป็นกรรมการในบริษัทจดทะเบียนนี้ได้

บทวิเคราะห์นี้ ถูกทำขึ้นเพื่อลูกค้าของ บล.ลิวอเรเตอร์ และห้ามนำไปแก้ไข ดัดแปลง แจกจ่าย และจัดทำใหม่ ไม่ว่าจะเป็นส่วนบางส่วน หรือเต็มฉบับ หากไม่ได้รับอนุญาตจาก บล.ลิวอเรเตอร์ เป็นการล่วงหน้า ทั้งนี้ บล.ลิวอเรเตอร์ จะไม่รับผิดชอบต่อผลที่ตามมาจากการกระทำของบุคคลที่ 3 ที่กระทำสิ่งที่ได้ห้ามไว้ดังกล่าว

นิยาม : บล.ลิวอเรเตอร์ กำหนดคำแนะนำการลงทุนด้วยการวิเคราะห์เชิงปัจจัยพื้นฐานไว้ 3 ระดับ ดังต่อไปนี้

ซื้อ (BUY) ใช้สำหรับหุ้นที่ฝ่ายวิจัยฯ คาดว่าจะให้ผลตอบแทนคาดหวัง ระหว่างส่วนต่างราคาหุ้นในปัจจุบัน กับราคาเหมาะสมตามปัจจัยพื้นฐาน (Capital gain) มากกว่า 10%






ถือ (HOLD) ใช้สำหรับหุ้นที่ฝ่ายวิจัยฯ คาดว่าจะให้ผลตอบแทนคาดหวัง ระหว่างส่วนต่างราคาในหุ้นปัจจุบัน กับราคาเหมาะสมตามปัจจัยพื้นฐาน (Capital gain) ระหว่าง -10% ถึง +10%

ขาย (SELL) ใช้สำหรับหุ้นที่ฝ่ายวิจัยฯ คาดว่าจะให้ผลตอบแทนคาดหวัง ระหว่างส่วนต่างราคาในหุ้นปัจจุบัน กับราคาเหมาะสมตามปัจจัยพื้นฐาน (Capital gain) ต่ำลงมากกว่า 10% ขึ้นไป

โดยคำแนะนำด้วยการวิเคราะห์เชิงปัจจัยพื้นฐานนี้ อาจ “เหมือน” หรือ “แตกต่าง” กับคำแนะนำทางเทคนิครายวัน หรือคำแนะนำในเชิงกลยุทธ์ได้ นักลงทุนควรพิจารณาคำแนะนำในบทวิเคราะห์อย่างรอบคอบร่วมกับ ลักษณะพฤติกรรมกรรมการลงทุน และความสามารถในการรับความเสี่ยงได้ของนักลงทุน ก่อนตัดสินใจลงทุน

Thai Institute of Directors Association (IOD) : Corporate Governance Report 2022

▲▲▲▲▲																
AAV	ARIP	BGRIM	CNT	EA	GGC	INTUCH	LANNA	MOONG	PAP	PTT	SCB	SIS	SUSCO	TISCO	TSTH	WACOAL
ADVANC	ASP	BIZ	COLOR	EASTW	GLAND	IP	LHFG	MSC	PCSGH	PTTEP	SCC	SITHAI	SUTHA	TK	TTA	WAVE
AF	ASW	BKI	COM7	ECF	GLOBAL	IRC	LIT	MST	PDG	PTTGC	SCCC	SMPC	SVI	TKN	TTB	WHA
AH	AUCT	BOL	COMAN	ECL	GPI	IRPC	LOXLEY	MTC	PDJ	PYLON	SCG	SNC	SYMC	TKS	TTCL	WHAUP
AIRA	AWC	BPP	COTTO	EE	GPSC	ITEL	LPN	MVP	PG	Q-CON	SCGP	SONIC	SYNTEC	TKT	TTW	WICE
AJ	AYUD	BRR	CPALL	EGCO	GRAMMY	IVL	LRH	NCL	PHOL	QH	SCM	SORKON	TACC	TMILL	TU	WINNER
AKP	BAFS	BTS	CPF	EPG	GULF	JTS	LST	NEP	PLANB	QTC	SCN	SPALI	TASCO	TMT	TVDH	XPG
AKR	BAM	BTW	CPI	ETC	GUNKUL	JWD	MACO	NER	PLANET	RATCH	SDC	SPI	TCAP	TNDT	TVI	ZEN
ALLA	BANPU	BWG	CPN	ETE	HANA	K	MAJOR	NKI	PLAT	RBF	SEAFCO	SPRC	TEAMG	TNITY	TVO	
ALT	BAY	CENDEL	CRC	FN	HARN	KBANK	MAKRO	NOBLE	PORT	RS	SEAOIL	SPVI	TFMAMA	TOA	TWPC	
AMA	BBIK	CFRESH	CSS	FNS	HENG	KCE	MALEE	NSI	PPS	S	SE-ED	SSC	THANA	TOP	U	
AMARIN	BBL	CGH	DDD	FPI	HMPRO	KEX	MBK	NVD	PR9	S&J	SELIC	SSSC	THANI	TPBI	UAC	
AMATA	BCP	CHEWA	DELTA	FPT	ICC	KGI	MC	NYT	PREB	SAAM	SENA	SST	THCOM	TQM	UBIS	
AMATAV	BCPG	CHO	DEMCO	FSMART	ICHI	KKP	MCOT	OISHI	PRG	SABINA	SENAJ	STA	THG	TRC	UPOIC	
ANAN	BDMS	CTMBT	DOHOME	FVC	III	KSL	METCO	OR	PRM	SAMART	SGF	STEC	THIP	TRUE	UV	
AOT	BEM	CK	DRT	GC	ILINK	KTB	MFEC	ORI	PSH	SAMTEL	SHR	STGT	THRE	TSC	VCOM	
AP	BEYOND	CKP	DTAC	GEL	ILM	KTC	MINT	OSP	PSL	SAT	SICT	STI	THREL	TSR	VGI	
APURE	BGC	CM	DUSIT	GFPT	IND	LALIN	MONO	OTO	PTG	SC	SIRI	SUN	TIPCO	TSST	VIH	
▲▲▲▲																
2S	AQUA	BH	CIG	DV8	HPT	JCKH	LHK	NDR	PIMO	PSTC	SAPPE	SMART	SVOA	TMD	TSE	WINMED
7UP	ARIN	BIG	CITY	EASON	HTC	JMT	M	NETBAY	PIN	PT	SAWAD	SMD	SVT	TMI	TVT	WORK
ABICO	ARROW	BJC	CIVIL	EFORL	HUMAN	JR	MATCH	NEX	PJW	PTC	SCAP	SMIT	SWC	TNL	TWP	WP
ABM	AS	BJCHI	CMC	ERW	HYDRO	KBS	MBAX	NINE	PL	QLT	SCI	SMT	SYNEX	TNP	UBE	XO
ACE	ASAP	BLA	CPL	ESSO	ICN	KCAR	MEGA	NNCL	PLE	RCL	SCP	SNNP	TAE	TNR	UEC	YUASA
ACG	ASEFA	BR	CPW	ESTAR	IFS	KIAT	META	NOVA	PM	RICHY	SE	SNP	TAKUNI	TOG	UKEM	ZIGA
ADB	ASIA	BRI	CRANE	FE	IIG	KISS	MFC	NPK	PMTA	RJH	SECURE	SO	TCC	TPA	UMI	
ADD	ASIAN	BROOK	CRD	FLOYD	IMH	KK	MGT	NRF	PPP	ROJNA	SFLEX	SPA	TCMC	TPAC	UOBKH	
AEONTS	ASIMAR	BSM	CSC	FORTH	INET	KOOL	MICRO	NTV	PPPM	RPC	SFP	SPC	TFG	TPCS	UP	
AGE	ASK	BYD	CSP	FSS	INGRS	KTIS	MILL	NUSA	PRAPAT	RT	SFT	SPCG	TFI	TPIPL	UPF	
AHC	ASN	CBG	CV	FTE	INSET	KUMWEL	MITTSIB	NWR	PRECHA	RWI	SGP	SR	TFM	TPIPP	UTP	
AIE	ATP30	CEN	CWT	GBX	INSURE	KUN	MK	OCC	PRIME	S11	SIAM	SRICHA	TGH	TPLAS	VIBHA	
AIT	B	CHARAN	DCC	GCAP	IRCP	KWC	MODERN	OGC	PRIN	SA	SINGER	SSF	TIDLOR	TPS	VL	
ALUCON	BA	CHAYO	DHOUSE	GENCO	IT	KWM	MTI	ONEE	PRINC	SABUY	SKE	SSP	TIGER	TQR	VPO	
AMANAH	BC	CHG	DITTO	GJS	ITD	L&E	NATION	PACO	PROEN	SAK	SKN	STANLY	TIPIH	TRITN	VRANDA	
AMR	BCH	CHOTI	DMT	GTB	J	LDC	NBC	PATO	PROS	SALEE	SKR	STC	TITLE	TRT	WGE	
APCO	BE8	CHOW	DOD	GYT	JAS	LEO	NCAP	PB	PROUD	SAMCO	SKY	STPI	TM	TRU	WIJK	
APCS	BEC	CI	DPAINT	HEMP	JCK	LH	NCH	PICO	PSG	SANKO	SLP	SUC	TMC	TRV	WIN	
▲▲▲																
A	AQ	BROCK	CMO	DCON	GIFT	IHL	KCM	MCS	NC	PF	ROCK	SOLAR	SVH	TKC	TTI	W
A5	AU	BSBM	CMR	EKH	GLOCON	INOX	KWI	MDX	NEWS	PK	RP	SPACK	TC	TNH	TYCN	WFX
AI	B52	BTNC	CPANEL	EMC	GLORY	JAK	KYE	MENA	NFC	PPM	RPH	SPG	TCCC	TNPC	UMS	WPH
ALL	BEAUTY	CAZ	CPT	EP	GREEN	JMART	LEE	MJD	NSL	PRAKIT	RSP	SQ	TCJ	TOPP	UNIQU	YGG
ALPHAX	BGT	CCP	CSR	EVER	GSC	JSP	LPH	MORE	NV	PTECH	SIMAT	STARK	TEAM	TPCH	UPA	
AMC	BLAND	CGD	CTW	F&D	HL	JUBILE	MATI	MPIC	PAF	PTL	SISB	STECH	THE	TPOLY	UREKA	
APP	BM	CMAN	D	FMT	HTECH	KASET	M-CHAI	MUD	PEACE	RAM	SK	SUPER	THMUI	TRUBB	VARO	

Score Range	Number of Logo	Description
Less than 50	No logo given	-
50 - 59		Pass
60 - 69		Satisfactory
70 - 79		Good
80 - 89		Very Good
90 - 100		Excellent

คำอธิบาย : ข้อมูลข้างต้น นำมาจากรายงาน “Corporate Governance Report of Thailand Companies 2022” เผยแพร่เมื่อ 27 ตุลาคม 2565 โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ซึ่งจัดทำขึ้นตามนโยบายของ ส.ง. คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.) ด้วยการสำรวจ และประเมินจากข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ (mai) ดังนั้นผลการสำรวจจึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังวันรายงานฉบับดังนี้ ทั้งนี้ บล.ลิเบอเรเตอร์ มีสามารถรับรองความถูกต้องของรายงานฉบับดังกล่าวได้

