

EQUITY TALK

COMPANY UPDATE

ออกสตาร์ทดี กำไรจะโตระดับขึ้นเรื่อยๆ

งวด 1Q67 กำไรสุทธิ 181 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 37%YoY ตีกว่าคาด 6% รับผลบวกจากการปรับขึ้นค่าโฆษณาตั้งแต่ 4Q66 และอัตราการใช้สื่อที่สูงกว่าปีก่อน ส่วนธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม ทำได้ดีขึ้นสำหรับ Sport Marketing ขณะที่ Music Marketing มีรายได้ลดลงเนื่องจากการจัดกิจกรรมคอนเสิร์ตที่ลดลง

ฝ่ายวิจัยเชื่อว่าฐานกำไรของ PLANB จะขยับขึ้นทุกไตรมาสในช่วงที่เหลือของปีตามอัตราการใช้สื่อที่เพิ่มขึ้นและการปรับขึ้นค่าโฆษณา โดยกำไรจะทำจุดสูงสุดใน 4Q67 และมีโอกาสที่จะเห็นกำไรขยับขึ้นสู่หลักพันล้านบาทได้เป็นครั้งแรกในปีนี้ ให้น้ำหนักการลงทุน Outperform ประเมินราคาเหมาะสมวิธี DCF ที่ 10.60 บาท

ประมาณการตัวเลขสำคัญทางการเงิน

สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2565	2566	2567F	2568F	2568F
กำไรสุทธิ	686	911	1,026	1,137	1,268
Norm Profit	686	926	1,026	1,137	1,268
EPS (บาท)	0.16	0.21	0.23	0.26	0.29
DPS (บาท)	0.07	0.07	0.09	0.10	0.11
PER (เท่า)	51.5	38.8	35.6	32.2	28.8
Dividend Yield (%)	0.85%	0.91%	1.12%	1.24%	1.39%
BVS (บาท)	1.8	2.0	2.1	2.3	2.4
PBV (เท่า)	4.47	4.08	3.88	3.62	3.37
EVEBITDA	11.2	10.2	9.8	8.9	8.0

ที่มา: สายงานวิจัย บล. เอเชีย พลัส

TECHNICAL CHART/COMMENT



ที่มา: สายงานวิจัย บล. เอเชีย พลัส

แนวโน้มราคา : SIDEWAY
 แนวรับ : 8.00 บาท
 แนวต้าน : 9.20/9.60 บาท

OUTPERFORM: กรณีที่นักวิเคราะห์พิจารณาปัจจัยแวดล้อมทางพื้นฐานแล้วเห็นว่าราคาหุ้นบริษัทที่ทำการวิเคราะห์มีโอกาสที่จะสร้างผลตอบแทนที่ชนะค่าเฉลี่ยของ SECTOR หรือชนะ SET INDEX
NEUTRAL: กรณีที่นักวิเคราะห์พิจารณาปัจจัยแวดล้อมทางพื้นฐานแล้วเห็นว่าราคาหุ้นบริษัทที่ทำการวิเคราะห์มีโอกาสที่จะสร้างผลตอบแทนที่พอๆกับค่าเฉลี่ยของ SECTOR หรือพอๆกับ SET INDEX
UNDERPERFORM: กรณีที่นักวิเคราะห์พิจารณาปัจจัยแวดล้อมทางพื้นฐานแล้วเห็นว่าราคาหุ้นบริษัทที่ทำการวิเคราะห์มีโอกาสที่จะสร้างผลตอบแทนที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของ SECTOR หรือต่ำกว่า SET INDEX



15 พฤษภาคม 2567

PLANB

Outperform

ราคาปัจจุบัน (บาท)	8.25
ราคาเป้าหมาย (บาท)	10.60
Upside (%)	28.48
Dividend yield (%)	1.12

CONSENSUS ANALYSIS

EPS (บาท)	ASPS	IAA Cons	% diff
2567F	0.23	0.26	-11%
2568F	0.26	0.30	-14%

ที่มา: IAA CONSENSUS, สายงานวิจัย บล. เอเชีย พลัส

ESG RATING

SET ESG Ratings	AA
ที่มา: Settrade	
CG Score	ดีเลิศ
Anti-corruption	ได้รับการรับรอง
ที่มา: IAA CONSENSUS	

RESEARCH DIVISION

บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส

ประสิทธิ์ รัตนทิจกมล, CISA, CFA

นักวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานด้านตลาดทุน และด้านเทคนิค

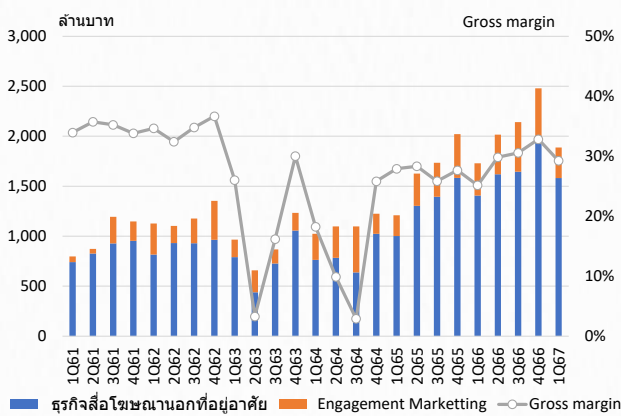
เลขทะเบียนนักวิเคราะห์: 025917

EQUITY TALK

งวด 1Q67 กำไรสุทธิ 181 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 37%YoY

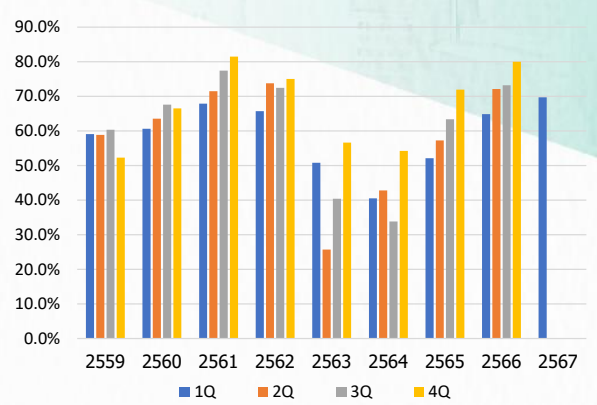
งวด 1Q67 กำไรสุทธิ 181 ล้านบาท (-38%QoQ,+37%YoY) ตีกว่าคาด 6% กำไรปรับตัวเองเมื่อเทียบกับ 4Q66 จากผลกระทบด้านฤดูกาลที่ธุรกิจสื่อโฆษณา นอกบ้านจะมีอัตราการใช้สื่อ (Utilization Rate) สูงที่สุดของปีในไตรมาส 4 ก่อนที่จะเข้าสู่ช่วง Low Season ในไตรมาสที่ 1 ขณะที่กำไรเติบโตขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ปัจจัยหนุนเกิดจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีมากขึ้น ภาคการท่องเที่ยวที่ฟื้นตัวต่อเนื่อง และการเปิดตัวสินค้าใหม่ของลูกค้าโดยเฉพาะรถยนต์ไฟฟ้า ส่งผลให้งวด 1Q67 PLANB มีอัตราการใช้สื่อโฆษณา (Utilization Rate) สูงถึง 69.7% เทียบกับงวด 1Q66 ที่มีอัตราการใช้สื่อ 64.8% นอกจากนี้ PLANB มีการปรับราคาโฆษณาคขึ้น 5% ในเดือน ต.ค. 66 บนพื้นที่ Prime Area ที่มีอัตราการใช้สื่อโฆษณาส่งสูง เช่น PLANB TV Panoramix,พารากอน,the prime9 และ Signature Max ทำให้งวด 1Q67 มีรายได้จากธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านอยู่ที่ 1,635 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16%YoY

รายได้และอัตรากำไรขั้นต้นของ PLANB



ที่มา: สายงานวิจัย ASP

UTILIZATION RATE การใช้สื่อโฆษณาของ PLANB



ที่มา: สายงานวิจัย ASP

ธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม (Engagement marketing) ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจ Sport Marketing, Artist management และธุรกิจออนไลน์ มีรายได้รวม 305 ล้านบาท ลดลง 6%YoY เนื่องจาก PLANB ยกเลิกธุรกิจออนไลน์ไปตั้งแต่ 3Q66 จึงไม่มีรายได้ส่วนนี้เข้ามา นอกจากนี้รายได้จากธุรกิจ Artist Management หรือ “Music Marketing” ก็ลดลงอย่างมาก โดยมีรายได้เพียง 74 ล้านบาท ลดลง 20%YoY จากกิจกรรมคอนเสิร์ตที่ลดลง อย่างไรก็ตาม รายได้ Sport Marketing ยังคงทำได้ดี มีรายได้ 231 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13%YoY จากธุรกิจมวยเวทีราชดำเนินที่มีกระแสตอบรับดีขึ้นเรื่อยๆ และธุรกิจฟุตบอลที่มีรายได้สม่ำเสมอเข้ามา ไตรมาสละ 70-80 ล้านบาท

EQUITY TALK

ด้านอัตรากำไรงวด 1Q67 มี Gross margin เฉลี่ย 29.2% เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน จากงวด 1Q66 ที่ 25.1% เนื่องจากโครงสร้างต้นทุนส่วนใหญ่ของ PLANB เป็นต้นทุนคงที่ ดังนั้นการเพิ่มขึ้นของ Utilization Rate จะส่งผลโดยตรงต่ออัตรากำไรขั้นต้น ส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอยู่ที่ 292 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 26%YoY คิดเป็น SG&A/sale 15% สูงกว่าค่าเฉลี่ยในอดีตที่ 12-13% จากการบันทึกผลประโยชน์พนักงานเพิ่มขึ้น โดย PLANB มีการเพิ่มบุคลากรรองรับการเติบโตของธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม การตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้สูญ 10 ล้านบาท และมีค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้นประมาณ 10 ล้านบาท จาก Office ใหม่ที่ย้ายเข้ามาตั้งแต่ เม.ย 66

กำไรจะไต่ระดับขึ้นเรื่อยๆในช่วงที่เหลือของปี

ฝ่ายวิจัยเชื่อว่า PLANB จะมีผลประกอบการไต่ระดับขึ้นเรื่อยๆในช่วงที่เหลือของปี ซึ่งเป็นไปตามปกติของธุรกิจสื่อโฆษณาภายนอกบ้านที่จะมีอัตราการใช้สื่อเพิ่มขึ้นจากจุดต่ำสุดในไตรมาสแรกไปทำจุดสูงสุดในไตรมาสสุดท้ายของปี โดยเดือน เม.ย. 67 PLANB มีอัตราการใช้สื่อโฆษณาอยู่ที่ 70% สูงกว่าค่าเฉลี่ยในงวด 1Q67 ที่ 69.7% สินค้าที่ลงโฆษณามากขึ้น ได้แก่ รถยนต์ EV และกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม รวมไปถึงเครื่องปรับอากาศที่ทำการตลาดในช่วงฤดูร้อน นอกจากนี้ PLANB ได้เริ่มปรับค่าโฆษณาในสนามบินในบางพื้นที่ขึ้นอีก 5% ตั้งแต่วันที่ 1 เม.ย 67 หลังสื่อโฆษณาในสนามบินมี Utilization Rate สูงเกินกว่า 75% ถือเป็น การปรับค่าโฆษณารับขึ้นต่อจากสื่อบนพื้นที่ Prime Area ที่ PLANB ได้ปรับขึ้น 5% ตั้งแต่ ต.ค 66 โดยการปรับขึ้นราคาจะส่งผลโดยตรงต่ออัตรากำไรที่เพิ่มขึ้น

ด้านกำลังการผลิตสื่อ (Media Capacity) บริษัทตั้งเป้าจะเติบโตขึ้น 5%YoY อยู่ที่ระดับ 9,500 ล้านบาท จากสิ้นปี 2566 ที่มีกำลังการผลิตสื่อ 9,057 ล้านบาท กำลังการผลิตสื่อที่เพิ่มขึ้น มาจากป้ายโฆษณาสื่อดิจิทัลใหม่ที่ Paragon Façade และ The District EM การรับรู้เต็มปีของสื่อโฆษณาของบริษัท BL Falcon สิงคโปร์ที่ PLANB ซื้อกิจการเข้ามาในเดือน ก.ย 66 (Media Capacity 200 ล้านบาท/ปี เทียบเท่า 2% ของ Media Capacity ของ PLANB) สื่อโฆษณาใหม่ให้กับสายการบินไทย สื่อโฆษณาบนรถตุ๊กๆและนครชัยแอร์ และสื่อโฆษณาที่ New York Time Square Tower 2

สำหรับธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม เชื่อว่าจะมีทิศทางรายได้ที่เติบโตขึ้นเช่นเดียวกัน จับคู่ด้วย Sport Marketing ที่มีโปรแกรมอัดแน่นตลอดทั้งปี โดย PLANB จะเริ่มรับรู้รายได้บริหารลิขสิทธิ์ปารีสโอลิมปิกเข้ามาตั้งแต่เดือน เม.ย.-ส.ค. 67 เฉลี่ยเดือนละ 100 ล้านบาท รวมทั้งหมด 500 ล้านบาท ส่วนธุรกิจ

EQUITY TALK

มวยเวทีราชดำเนินมีกระแสตอบรับดีขึ้นเรื่อยๆ ทำให้มีรายได้ขายตั๋วและขายสินค้าเพิ่มขึ้น ในขณะที่ธุรกิจฟุตบอลก็ได้รับกระแสบอลฟุตบอลไทยฟีเวอร์ที่กลับมาอีกครั้ง

2024 SPORTS CALENDAR

	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
FOOTBALL NATIONAL TEAM	YEAR-ROUND											
FOOTBALL THAI LEAGUE	THAI LEAGUE '23 - '24 LEC 2						THAI LEAGUE '24 - '25 LEC 1					
COMBAT SPORTS RAJADAMNERN STADIUM	FIGHT NIGHT	WEEKLY RAJADAMNERN WORLD TITLE CHAMPIONSHIP						RWS SPECIAL TOURNAMENT				
ESPORTS eFOOTBALL	YEAR-ROUND STADIUM EXPOSURE & ACTIVATION											
RUNNING	SCENIC PRANBURI		SCENIC CHANTABURI			SCENIC RAYONG		SCENIC KRABI		KORAT MARATHON		SCENIC CHANTABURI
TALENT MANAGEMENT	YEAR-ROUND PRESENTER, EVENT, ONLINE POST											

ที่มา: PLANB

ผู้นำตัวจริงในธุรกิจสื่อออนไลน์ให้น้ำหนัก Outperform

PLANB ถือเป็นผู้นำอย่างแท้จริงในธุรกิจสื่อโฆษณาออนไลน์ ที่มีความโดดเด่นทั้งในแง่ BUSINESS MODEL ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของแบรนด์สินค้า และเอเจนซีโฆษณาได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังมีแผนการเติบโตที่ต่อเนื่อง พร้อมรับผลบวกเต็มที่ได้จากการควบรวมอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาออนไลน์เข้ามาอยู่ในมือเกือบทั้งหมด และกำลังอยู่ในช่วงการเก็บเกี่ยวผลตอบแทนการลงทุนอย่างเต็มที่ ทั้งการเพิ่มอัตราการใช้สื่อและการปรับขึ้นค่าโฆษณา ฝ่ายวิจัยเชื่อว่าฐานกำไรของ PLANB จะขยับขึ้นทุกไตรมาสในช่วงที่เหลือของปีตามอัตราการใช้สื่อที่เพิ่มขึ้นและการปรับขึ้นค่าโฆษณา โดยกำไรจะทำจุดสูงสุดใน 4Q67 และมีโอกาสที่จะเห็นกำไรขยับขึ้นสู่หลักพันล้านบาทได้เป็นครั้งแรกในปีนี้ ประเมิน Fair value ภายใต้วงวิธี DCF จะได้ราคาเหมาะสมที่ 10.60 บาท ให้น้ำหนักลงทุน Outperform

EQUITY TALK

การดำเนินงานด้าน ESG – PLANB

ENVIRONMENT : นอกเหนือจากเป็นผู้ให้บริการสื่อโฆษณาออกบ้าน PLANB ได้ให้ความสำคัญต่อการสร้างสภาพแวดล้อม โดยการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากปริมาณการปล่อยแสงของหลอดไฟจากป้ายสื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ เพื่อบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการก่อสร้างป้ายโฆษณาโดยเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



SOCIAL : ให้ความสำคัญต่อกระบวนการทำงาน ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดย PLANB ดำเนินงานด้วยความสำนึกและความรับผิดชอบของสังคม จะนำพาไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งในระดับชุมชนและระดับประเทศต่อไป

GOVERNANCE : ส่งเสริมให้พนักงานกล้าคิด กล้าทำ และกล้านำเสนอแนวทางใหม่ๆโดยยึดหลัก OPEN DOOR สนับสนุนให้พนักงานนำเสนอความคิดแก่ผู้บริหารตลอดเวลา และมีนโยบายที่ชัดเจนในการปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความถูกต้อง เป็นธรรม และเคารพสิทธิมนุษยชนตามหลักสากลอย่างเคร่งครัดและให้ความสำคัญต่อการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและถูกต้องตามหลักอาชีวอนามัย รวมถึงให้ออกาสผู้พิพากการทำงานกับบริษัท

ESG COMMENT: ป้ายโฆษณากลางแจ้งส่วนใหญ่ของ PLANB ตั้งอยู่บนทำเลที่มีผู้คนสัญจรหนาแน่นและต้องได้รับสัญญาสัมปทานจากเจ้าของพื้นที่ ดังนั้นประเด็นเรื่องความปลอดภัย และการเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดเกี่ยวกับป้ายโฆษณาจึงมีความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจอย่างมาก โดย PLANB ได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างสูงสุด และมีการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลและการกำกับดูแลกิจการที่ดี ส่งผลให้บริษัทได้คัดเลือกให้เป็นสมาชิกของกลุ่มหุ้นยั่งยืน 3 ปีติดต่อกัน (2564-2566)

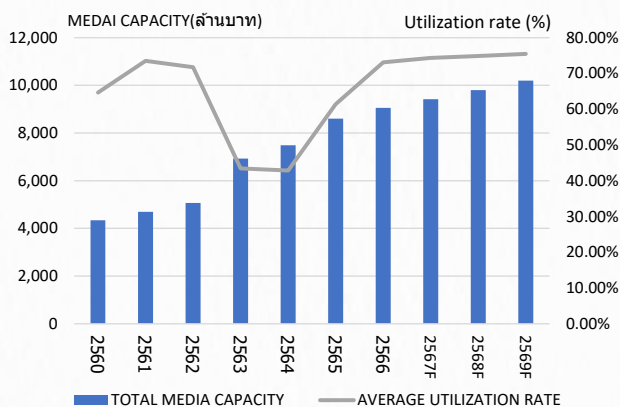
EQUITY TALK

ผลประกอบการงวด 1Q67

Key Data (ล้านบาท)	3Q65	4Q65	1Q66	2Q66	3Q66	4Q66	1Q67	%QoQ	%YoY	2566	2565	%YoY
ยอดขาย	1,734	2,020	1,729	2,015	2,141	2,480	1,940	-22%	12%	8,365	6,590	27%
ต้นทุนขาย	1,286	1,461	1,295	1,414	1,486	1,666	1,373	-18%	6%	5,861	4,785	22%
กำไรขั้นต้น	448	559	435	601	654	814	567	-30%	30%	2,504	1,805	39%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	195	255	231	265	265	369	292	-21%	26%	1,130	822	38%
ดอกเบี้ยจ่าย	46	55	55	68	68	65	60	-8%	9%	256	181	41%
กำไรจากการดำเนินงาน	168	236	132	225	261	308	183	-41%	38%	926	662	40%
กำไรสุทธิ	178	235	132	227	261	291	181	-38%	37%	911	686	33%
รายการพิเศษ	10	-1	0	2	0	-17	0			-15	24	
กำไรต่อหุ้น	0.04	0.05	0.03	0.05	0.06	0.07	0.04	-38%	37%	0.21	0.16	33%
Gross Margin	25.8%	27.7%	25.1%	29.8%	30.6%	32.8%	29.2%			29.9%	27.4%	
SG&A/Sale	11.2%	12.6%	13.3%	13.1%	12.4%	14.9%	15.0%			13.5%	12.5%	
Net Gearing	0.50	0.51	0.53	0.55	0.47	0.42	0.36			0.42	0.51	
Book value	1.87	1.85	1.89	1.93	2.00	2.02	2.09			2.02	1.85	

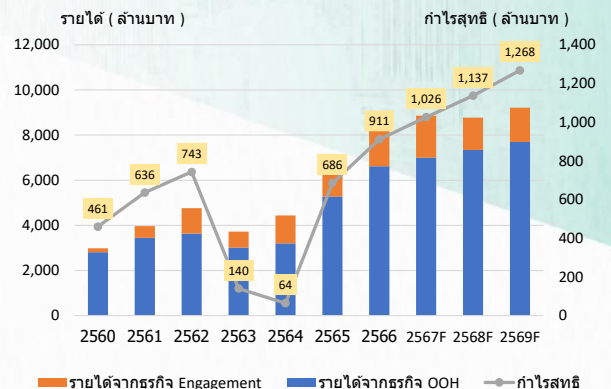
ที่มา: สายงานวิจัย บล. เอเชีย พลัส

คาดการณ์ MEDIA CAPACITY และอัตราการใช้สื่อ



ที่มา: สายงานวิจัย บล. เอเชีย พลัส

คาดการณ์รายได้และกำไรสุทธิปี 2567-2569



ที่มา: สายงานวิจัย บล. เอเชีย พลัส

EQUITY TALK

ประมาณการผลการดำเนินงานปี 2567-2569 ของ PLANB

งบกำไรขาดทุน (ล้านบาท)				
สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2566	2567F	2568F	2569F
ยอดขาย	8,365	8,859	8,775	9,215
ต้นทุนขาย	5,861	6,287	6,131	6,421
กำไรขั้นต้น	2,504	2,573	2,644	2,794
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,115	1,152	1,114	1,170
ดอกเบี้ยจ่าย	256	217	184	116
ค่าใช้จ่ายอื่น	0	0	0	0
รายได้อื่น	81	115	114	120
กำไรสุทธิก่อนหักภาษี	1,194	1,309	1,450	1,617
ภาษีเงินได้	247	262	290	323
ส่วนของผู้ถือหุ้นรายย่อย	36	21	23	26
รายการพิเศษอื่น ๆ	0	0	0	0
กำไรสุทธิ	911	1,026	1,137	1,268
กำไรจากการดำเนินงาน	926	1,026	1,137	1,268
EPS	0.21	0.23	0.26	0.29
การเติบโตของยอดขาย	26.9%	5.9%	-1.0%	5.0%
การเติบโตของกำไรจากการดำเนินงาน	35.0%	10.8%	10.8%	11.5%
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น	29.9%	29.0%	30.1%	30.3%
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน	11.1%	11.6%	13.0%	13.8%
งบกำไรขาดทุนรายไตรมาส (ล้านบาท)				
สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2Q66	3Q66	4Q66	1Q67
ยอดขาย	2,015	2,141	2,480	1,940
ต้นทุนขาย	1,414	1,486	1,666	1,373
กำไรขั้นต้น	601	654	814	567
ค่าใช้จ่ายในการขาย	265	265	354	292
ดอกเบี้ยจ่าย	68	68	65	60
ค่าใช้จ่ายอื่น	0	0	0	2
รายได้อื่น	20	16	22	32
กำไรสุทธิก่อนหักภาษี	288	335	403	249
ภาษีเงินได้	62	68	78	53
ส่วนของผู้ถือหุ้นรายย่อย	-1	6	33	15
รายการพิเศษอื่น ๆ	2	0	-17	0
กำไรสุทธิ	227	261	291	181
กำไรจากการดำเนินงาน	225	261	308	183
EPS	0.05	0.06	0.07	0.04
ยอดขาย (QoQ)	16.5%	6.2%	15.8%	-21.8%
กำไรขั้นต้น (QoQ)	38.2%	8.8%	24.4%	-30.3%
กำไรจากการดำเนินงาน (QoQ)	70.3%	15.9%	18.0%	-40.7%
อัตราส่วนทางการเงิน				
สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2566	2567F	2568F	2569F
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.02	1.28	1.64	2.05
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	0.91	1.15	1.50	1.91
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า (เท่า)	3.03	2.94	2.94	2.94
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (เท่า)	1,635	1,000	1,000	1,000
อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้การค้า (เท่า)	4.54	4.00	4.00	4.00
หนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้น	0.82	0.72	0.60	0.50
Net Gearing	0.41	0.22	0.04	net cash
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์เฉลี่ย	5.7%	6.2%	6.8%	7.6%
ผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้นเฉลี่ย	10.6%	11.0%	11.3%	11.7%

ที่มา: สายงานวิจัย บล. เอเชีย พลัส

EQUITY TALK

ประมาณการผลการดำเนินงานปี 2567-2569 ของ PLANB

งบกระแสเงินสด (ล้านบาท)				
สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2566	2567F	2568F	2569F
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน				
กำไรก่อนภาษีเงินได้	1,194	1,309	1,450	1,617
รายการเปลี่ยนแปลงที่ไม่กระทบเงินสด	3,894	3,682	3,963	4,270
ค่าเสื่อมราคาและตัดจำหน่าย	2,390	2,373	2,513	2,653
กำไร/ขาดทุนจาก Fx ที่ไม่ได้รับรู้	0	0	0	0
อื่นๆ	0	0	0	0
เพิ่ม/ลด จากกิจกรรมการดำเนินงาน	-424	-182	35	-33
กระแสเงินสดจากการดำเนินงานสุทธิ	3,020	3,238	3,708	3,914
กระแสเงินสดจากการลงทุน				
เพิ่ม/ลด จากการลงทุนระยะสั้น	11	0	0	0
เพิ่ม/ลด จากการลงทุนที่เกี่ยวข้อง	-34	0	0	0
เพิ่ม/ลด จากสินทรัพย์ถาวร	-655	-700	-700	-700
กระแสเงินสดจากการลงทุนสุทธิ	-681	-1,400	-1,500	-1,600
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน				
เพิ่ม/ลด เงินกู้	-245	-200	-200	-200
เพิ่ม/ลด ทนและส่วนเกินมูลค่าหุ้น	4	0	0	0
ลด จ่ายปันผล	-300	-410	-455	-507
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินสุทธิ	-1,780	-1,003	-1,175	-1,226
เพิ่ม/ลด เงินสดสุทธิ	559	834	1,033	1,088
งบดุล (ล้านบาท)				
สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2566	2567F	2568F	2569F
เงินสดและเทียบเท่าเงินสด				
ลูกหนี้การค้า	1,096	1,930	2,963	4,051
สินค้าคงเหลือ	2,761	3,012	2,984	3,133
สินค้าคงเหลือ	5	9	9	9
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	115	221	219	230
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ สุทธิ	4,296	3,874	3,311	2,608
สินทรัพย์รวม	16,245	16,683	16,648	16,846
เจ้าหนี้การค้า	1,842	2,215	2,194	2,304
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	50	44	44	46
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย ระยะสั้น	1,957	1,637	1,317	998
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย ระยะยาว	2,844	2,444	2,044	1,644
หนี้สินรวม	7,295	6,969	6,229	5,640
ทุนที่ชำระแล้ว	429	443	443	443
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	6,726	6,839	6,839	6,839
กำไรสะสม	2,062	2,678	3,360	4,121
ส่วนของผู้ถือหุ้น	8,950	9,714	10,419	11,206
ส่วนของผู้ถือหุ้นรายย่อย	278	299	322	348
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	16,245	16,683	16,648	16,846
สมมติฐานในการทำประมาณการ				
สิ้นสุด 31 ธ.ค.	2566	2567F	2568F	2569F
Media Capacity	9,058	9,422	9,803	10,199
Utilization Rate	73%	74%	75%	75%
Gross margin เฉลี่ย	29.7%	28.7%	29.7%	29.9%
SG&A/Sale	13.3%	13.0%	12.7%	12.7%
Effective tax rate	20.7%	20.0%	20.0%	20.0%

ที่มา: สายงานวิจัย บล. เอเชีย พลัส