

EQUITY TALK

COMPANY UPDATE

กำไรดีขึ้น และจะดีขึ้นอีกในครึ่งปีหลัง

งวด 2Q67 กำไรสุทธิ 264 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16%YoY รับผลบวกจากอัตราการใช้สื่อออกบ้านที่เพิ่มขึ้นและการปรับขึ้นค่าโฆษณา ส่งผลโดยตรงต่ออัตรากำไรที่ดีขึ้น นอกจากนี้ PLANB ยังเริ่มรับรู้รายได้บริหารลิขสิทธิ์ปารีสโอลิมปิกเข้ามาเป็นไตรมาสแรก ช่วยหนุนรายได้ธุรกิจ Sport Marketing

แนวโน้มกำไรช่วงที่เหลือของปียังขึ้นเป็นขั้นบันไดตามธรรมชาติของสื่อโฆษณา ออกบ้านที่จะมีอัตราการใช้สื่อเพิ่มขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง ฝ่ายวิจัยคาดการณ์กำไรปี 2567 จะทะลุหลักพันล้านบาทได้เป็นครั้งแรก และจะมีความต่อเนื่องของกำไรในปีก่อนหน้า ให้น้ำหนักการลงทุน Outperform ประเมินราคาเหมาะสมที่ 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)	43.1	32.5	29.8	26.9	24.1
Dividend Yield (%)	1.02%	1.08%	1.34%	1.49%	1.66%
BVS (บาท)	1.8	2.0	2.1	2.3	2.4
PBV (เท่า)	3.74	3.41	3.25	3.03	2.82
EVEBITDA	9.6	8.7	8.3	7.5	6.7

ที่มา: สายงานวิจัย บล. เอเชีย พลัส

TECHNICAL CHART/COMMENT



ที่มา: สายงานวิจัย บล. เอเชีย พลัส

แนวโน้มราคา : Sideways

แนวรับ : 6.30/6.70 บาท

แนวต้าน : 7.60/8.00 บาท

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



14 สิงหาคม 2567

PLANB

Outperform

ราคาปัจจุบัน (บาท)	6.90
ราคาเป้าหมาย (บาท)	10.60
Upside (%)	53.62
Dividend yield (%)	1.12

CONSENSUS ANALYSIS

SET ESG Ratings	AA
CG Score	ดีเลิศ
Anti-corruption	ได้รับการรับรอง

ที่มา: IAA CONSENSUS, สายงานวิจัย บล. เอเชีย พลัส

ESG RATING

EPS (บาท)	ASPS	IAA Cons	% diff
2567F	0.23	0.25	-7%
2568F	0.26	0.29	-12%

ที่มา: SET, SEC

RESEARCH DIVISION

บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส

ประสิทธิ์ รัตนกิจมงคล, CISA, CFA

นักวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานด้านตลาดทุน และด้านเทคนิค

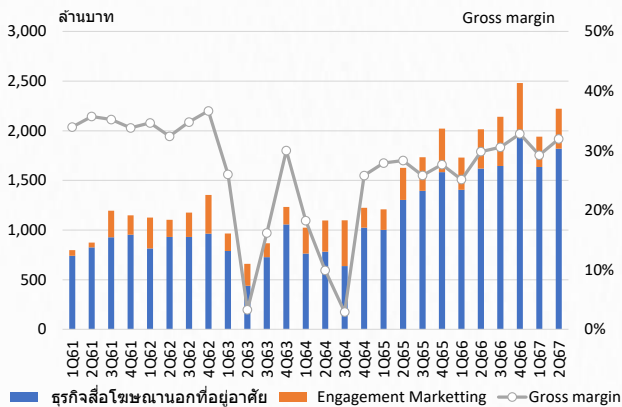
ลงทะเบียนนักวิเคราะห์: 025917

EQUITY TALK

งวด 2Q67 กำไรสุทธิ 264 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16%YoY

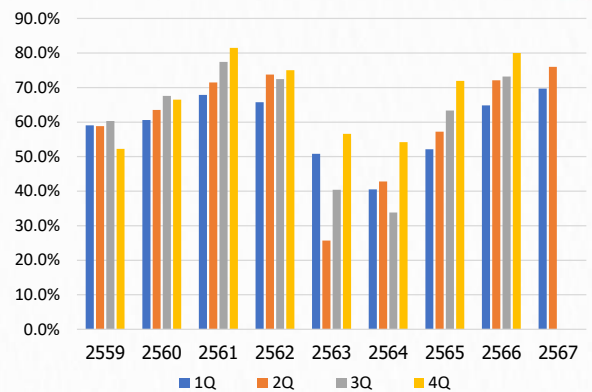
งวด 2Q67 กำไรสุทธิ 264 ล้านบาท (+46%QoQ,+16%YoY) ต่ำกว่าคาด 3% กำไรเติบโตโดดเด่นเทียบกับงวด 2Q66 และ 1Q67 เกิดจากกำลังการผลิตสื่อ (Media Capacity) และอัตราการใช้สื่อ (Utilization Rate) ที่สูงขึ้น โดยงวด 2Q67 PLANB มีกำลังการผลิตสื่อ 2,393 ล้านบาท (+2%QoQ,+6%YoY) และมีอัตราการใช้สื่อสูงถึง 76% สูงกว่างวด 1Q67 และ 2Q66 ที่มีอัตราการใช้สื่อ 70% และ 72% ตามลำดับ สอดคล้องกับข้อมูลอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาโดยรวมของประเทศ ในช่วงครึ่งปีแรกที่เบ็ดเงินที่ใช้ในสื่อ Out of Home & Transit มีอัตราการเติบโต 7% สูงกว่าเบ็ดเงินโฆษณาที่ตลาด 1% โดยลูกค้าที่มีการลงโฆษณาสูงในงวด 2Q67 อยู่ในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าอุปโภคบริโภค ยานยนต์ รวมถึงลูกค้ากลุ่มสถาบันการเงินและประกันภัยที่เห็นการใช้เบ็ดเงินโฆษณาเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ PLANB ได้มีการปรับราคาโฆษณาขึ้น 5% ในเดือน ต.ค. 66 บนพื้นที่ Prime Area ที่มีอัตราการใช้สื่อโฆษณาสูง เช่น PLANB TV Panoramix, พารากอน,the prime9 และ Signature Max และมีการปรับค่าโฆษณาสื่อสนามบินในบางพื้นที่ ขึ้นอีก 5-7% ตั้งแต่วันที่ 1 เม.ย 67 ทำให้งวด 2Q67 มีรายได้จากรุกขกิจสื่อโฆษณานอกบ้านอยู่ที่ 1,820 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12%YoY

รายได้และอัตรากำไรขั้นต้นของ PLANB



ที่มา: สายงานวิจัย ASP

UTILIZATION RATE การใช้สื่อโฆษณาของ PLANB



ที่มา: สายงานวิจัย ASP

ธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม (Engagement marketing) ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจ Sport Marketing, Artist management มีรายได้รวม 401 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2%YoY การเติบโตมาจาก Sport Marketing ที่เริ่มรับรู้รายได้จากการบริหารสิทธิ์ปารีสโอลิมปิกเข้ามาเป็นไตรมาสแรกจำนวน 73 ล้านบาท ขณะที่ธุรกิจบอลและมวยเวทีราชดำเนินมีรายได้รวมกันประมาณ 225 ล้านบาท ส่วนธุรกิจ Artist Management หรือ “Music Marketing” มีรายได้ 90 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13%YoY

EQUITY TALK

จากการจัดกิจกรรมที่หลากหลายมากขึ้น เช่น BNK48 16th Single “Kiss Me!”, Handshake, BNK48 2nd Generation Concert “Last Season” เป็นต้น

ด้านอัตรากำไรงวด 2Q67 มี Gross margin เติบโต 32.0% สูงกว่างวด 2Q66 ที่ทำได้ 29.8% เนื่องจากโครงสร้างต้นทุนของ PLANB เกือบ 60% เป็นต้นทุนคงที่ ดังนั้นการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรการใช้สื่อจะส่งผลโดยตรงต่ออัตรากำไรขั้นต้น ส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอยู่ที่ 310 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 17% YoY คิดเป็น SG&A/sale 14% สูงกว่าค่าเฉลี่ยในอดีตที่ 12-13% เพราะ PLANB มีการเพิ่มบุคลากรรองรับการเติบโตของธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม และมีการตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญ 13.5 ล้านบาท

ครึ่งปีหลังไม่น่าห่วง เชื่อกำไรจะโตระดับขึ้นเรื่อยๆ

แนวโน้มผลประกอบการครึ่งปีหลังจะดีกว่าครึ่งปีแรก ซึ่งเป็นไปตามปกติของธุรกิจสื่อโฆษณาออกบ้านที่จะมีอัตรากำไรการใช้สื่อเพิ่มขึ้นจากจุดต่ำสุดในไตรมาสแรกไปทำจุดสูงสุดในไตรมาสสุดท้ายของปี โดยอัตรากำไรการใช้สื่อที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลบวกต่ออัตรากำไรและในช่วงครึ่งปีหลัง PLANB จะมีสื่อใหม่ที่รับรู้รายได้เต็มไตรมาส ได้แก่ 1) สื่อ Digital OOH ที่ตึก Exchange Tower กำลังการผลิตสื่อ 27 ล้านบาทต่อปี เริ่ม ม.ย 67 2) สื่อการบินไทย กำลังการผลิตสื่อ 32 ล้านบาทต่อปี เริ่ม ม.ย 67 และ 3) สื่อบนด่านเก็บค่าทางด่วน กำลังการผลิตสื่อ 50 ล้านบาทต่อปี เริ่ม พ.ค 67 โดยที่ PLANB ยังมองหาช่องว่างในการปรับขึ้นค่าโฆษณาบนสื่อดิจิทัลและป้ายโฆษณาภาพนิ่งในบาง Package ที่ยังไม่ได้ถูกปรับขึ้นอีก สำหรับธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม (Engagement Marketing) ก็จะมีการเติบโตที่ชัดเจนในช่วงครึ่งปีหลังเช่นเดียวกัน หลักๆ มาจากรายได้การบริหารสิทธิ์ปารีสโอลิมปิกที่จะรับรู้ในงวด 3Q67 อีกราว 400 ล้านบาท ขณะที่ธุรกิจมวยเวทีราชดำเนินจะมีการจัดรายการ RWS Special Tournament ตั้งแต่เดือน ก.ย-ธ.ค น่าจะช่วยดึงดูดเม็ดเงินจากสปอนเซอร์เข้ามาได้มากขึ้น

การเติบโตยังมีต่อเนื่อง ให้นำหนักลงทุน Outperform

ภายใต้การบริหารงานเชิงรุกของทีมผู้บริหารที่ทำให้ PLANB กลายเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาออกบ้านของประเทศ โดยมีส่วนแบ่งการตลาดสื่อดิจิทัลนอกบ้านในกรุงเทพฯ มากกว่า 80% ฝ่ายวิจัยคาดว่าปี 2567 PLANB จะมีกำไรสุทธิสูงถึง 1,026 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13% YoY ถือเป็นความสำเร็จกำไรแต่ละหลักพันล้านบาทได้เป็นครั้งแรกนับตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทมา และมีความต่อเนื่องของกำไร

EQUITY TALK

ในปี 2568 จากการเก็บเกี่ยวผลตอบแทนการลงทุนอย่างเต็มที่ เบ็ดเงินโฆษณา โดยรวมที่มีแนวโน้มจะเคลื่อนย้ายมาสู่สื่อโฆษณานอกบ้านมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะเป็นสื่อที่สามารถตอบโจทย์แบรนด์สินค้าและเอเจนซีโฆษณาได้เป็นอย่างดีจากการที่ผู้บริโภคในปัจจุบันที่ใช้ชีวิตอยู่นอกบ้านนานขึ้น ทำให้ PLANB มีโอกาสในการปรับขึ้นค่าโฆษณาบนสื่อที่มีอัตราการใช้สื่อสูง อย่าง สื่อ DIGITAL และสื่อโฆษณาภาพนิ่งในบาง PACKAGE ได้อีก รวมถึงธุรกิจมวดยวที่ราคาต่ำนั้นที่ยังมีโอกาสในการเติบโตได้อีกมากจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ฝ่ายวิจัยให้น้ำหนักลงทุน Outperform ประเมิน Fair value ภายใต้วิธี DCF จะได้ราคาเหมาะสมที่ 10.60 บาท

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)

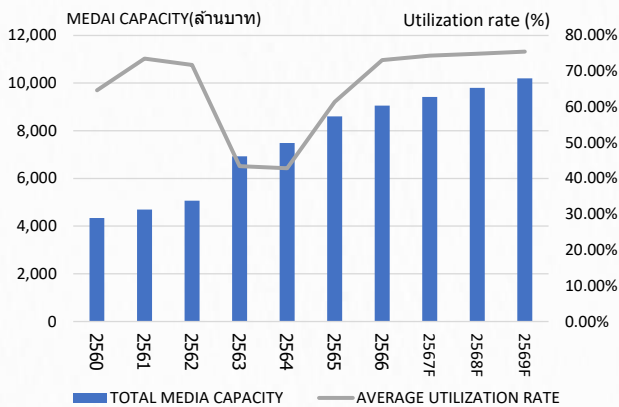
EQUITY TALK

ผลประกอบการงวด 2Q67

Key Data (ล้านบาท)	4Q65	1Q66	2Q66	3Q66	4Q66	1Q67	2Q67	%QoQ	%YoY	1H67	1H66	%YoY
ยอดขาย	2,020	1,729	2,015	2,141	2,480	1,940	2,221	14%	10%	4,161	3,744	11%
ต้นทุนขาย	1,461	1,295	1,414	1,486	1,666	1,373	1,511	10%	7%	2,884	2,708	6%
กำไรขั้นต้น	559	435	601	654	814	567	710	25%	18%	1,277	1,036	23%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	255	231	265	265	369	292	310	6%	17%	602	496	21%
ดอกเบี้ยจ่าย	55	55	68	68	65	60	57	-5%	-17%	117	123	-5%
กำไรจากการดำเนินงาน	236	132	225	261	308	183	277	52%	23%	460	357	29%
กำไรสุทธิ	235	132	227	261	291	181	264	46%	16%	445	359	24%
รายการพิเศษ	-1	0	2	0	-17	0	0			0	2	
กำไรต่อหุ้น	0.05	0.03	0.05	0.06	0.07	0.04	0.06	46%	16%	0.10	0.08	24%
Gross Margin	27.7%	25.1%	29.8%	30.6%	32.8%	29.2%	32.0%			30.7%	27.7%	
SG&A/Sale	12.6%	13.3%	13.1%	12.4%	14.9%	15.0%	14.0%			14.5%	13.2%	
Net Gearing	0.51	0.53	0.55	0.47	0.42	0.36	0.38			0.38	0.55	
Book value	1.85	1.89	1.93	2.00	2.02	2.09	2.26			2.26	1.93	

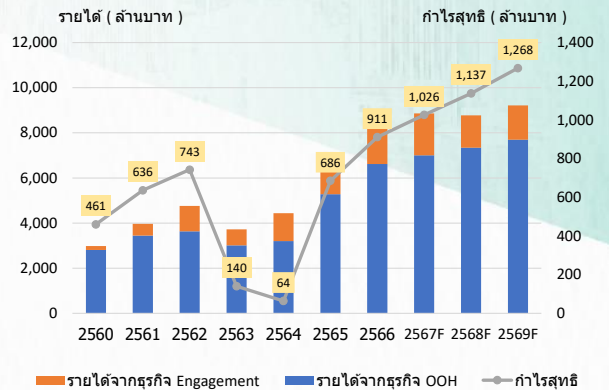
ที่มา: สายงานวิจัย บล. เอเชีย พลัส

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.	3Q66	4Q66	1Q67	2Q67
ยอดขาย	2,141	2,480	1,940	2,221
ต้นทุนขาย	1,486	1,666	1,373	1,511
กำไรขั้นต้น	654	814	567	710
ค่าใช้จ่ายในการขาย	265	354	292	310
ดอกเบี้ยจ่าย	68	65	60	57
ค่าใช้จ่ายอื่น	0	0	2	3
รายได้อื่น	16	22	32	20
กำไรสุทธิก่อนหักภาษี	335	403	249	363
ภาษีเงินได้	68	78	53	78
ส่วนของผู้ถือหุ้นรายย่อย	6	33	15	21
รายการพิเศษอื่น ๆ	0	-17	0	0
กำไรสุทธิ	261	291	181	264
กำไรจากการดำเนินงาน	261	308	183	277
EPS	0.06	0.07	0.04	0.06
ยอดขาย (QoQ)	6.2%	15.8%	-21.8%	14.5%
กำไรขั้นต้น (QoQ)	8.8%	24.4%	-30.3%	25.1%
กำไรจากการดำเนินงาน (QoQ)	15.9%	18.0%	-40.7%	51.8%
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 ทุนและส่วนเกินมูลค่าหุ้น	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	1,096	1,930	2,963	4,051
ลูกหนี้การค้า	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