

# EQUITY TALK

## COMPANY UPDATE

### แนวโน้มดี ลุ้นกำไร 2Q67 เติบโต QoQ และ YoY

อัตราการใช้สื่อของ PLANB เดือน เม.ย-พ.ค อยู่ที่ 73% และมีแนวโน้มดีขึ้นอีกในเดือน มิ.ย ประเมินภาพรวมอัตราการใช้สื่องวด 2Q67 น่าจะทำได้ 74-75% สูงกว่างวด 1Q67 และ 2Q66 ที่มีอัตราการใช้สื่อ 70% และ 72% ตามลำดับ ส่งผลโดยตรงต่ออัตรากำไรที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ PLANB จะเริ่มรับรู้รายได้บริหารสิงคโปร์ปารีสโอลิมปิกใน 2Q67 เบื้องต้นประเมินกำไร 240-260 ล้านบาท เติบโต 10% YoY

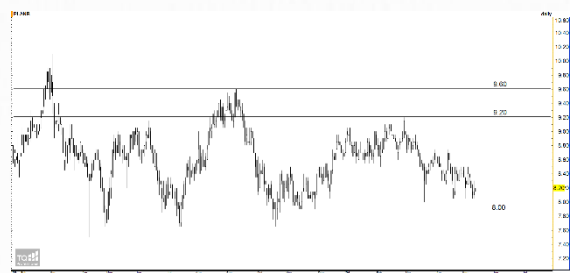
มุมมองต่อธุรกิจเป็นบวก เชื่อกำไรจะทยอยขึ้นเป็นขั้นบันไดทุกไตรมาส และจะทำกำไรทะลุหลักพันล้านบาทได้เป็นครั้งแรกในปีนี้ หนุนจากอัตราการใช้สื่อที่สูงขึ้น การปรับขึ้นค่าโฆษณาและการรุกธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม ให้น้ำหนักการลงทุน Outperform ประเมินราคาเหมาะสมวิธี DCF ที่ 10.60 บาท

#### 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
EV/EBITDA	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



20 มิถุนายน 2567

## PLANB

### Outperform

ราคาปัจจุบัน (บาท)	7.85
ราคาเป้าหมาย (บาท)	10.60
Upside (%)	35.03
Dividend yield (%)	1.1

#### CONSENSUS ANALYSIS

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

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 รัตนกิจภมร, CISA, CFA

นักวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานด้านตลาดทุน และด้านเทคนิค

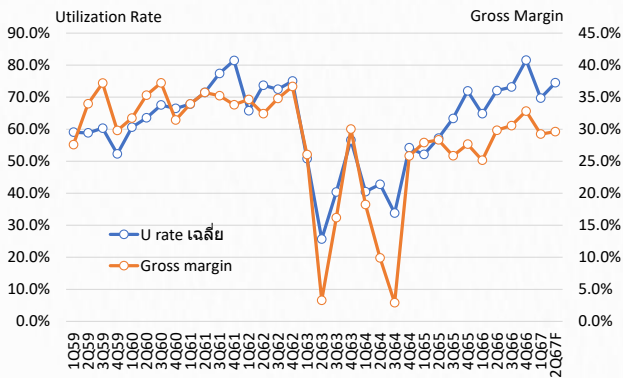
เลขทะเบียนนักวิเคราะห์: 025917

# EQUITY TALK

## แนวโน้ม เม.ย-พ.ค คู่ติ อัตราการใช้สื่อเฉลี่ย 73%

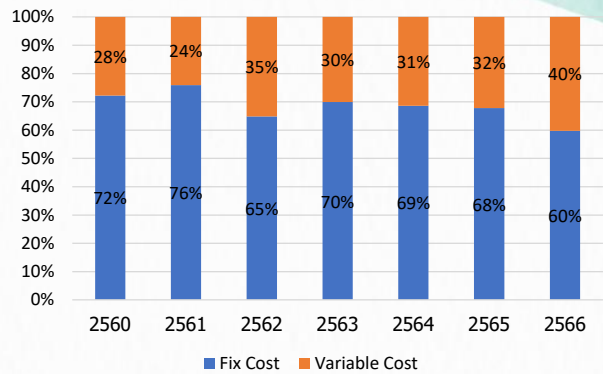
การใช้จ่ายงบโฆษณาเดือน ม.ค-เม.ย 67 รายงานโดยบริษัท นีลเส็น ประเทศไทย พบว่าสื่อออนไลน์มีอัตราการเติบโตสูงถึง 8%YoY สูงกว่าอัตราการเติบโตของ เบ็ดเงินโฆษณาโดยรวมของประเทศที่ 4%YoY สอดคล้องกับอัตราการใช้สื่อ (Utilization rate) ของ PLANB ในเดือน เม.ย-พ.ค. 67 ที่สูงถึง 73% โดยแนวโน้ม อัตราการใช้สื่อของ PLANB น่าจะเพิ่มขึ้นอีกในเดือน มิ.ย จากลูกค้ากลุ่มสถาบัน การเงินและประกันภัย ที่เห็นสัญญาณบวกจากการใช้งบโฆษณามากขึ้นในเดือน มิ.ย รวมถึงการเลื่อนออกแคมเปญโฆษณาจากลูกค้าบางรายในเดือน พ.ค มาที่ เดือน มิ.ย แทน สำหรับลูกค้าที่มีการลงโฆษณาสูงในงวด 2Q67 อยู่ในกลุ่มอาหาร และเครื่องดื่ม ยานยนต์ และสินค้าอุปโภคบริโภค จึงคาดการณ์อัตราการใช้สื่อ เฉลี่ยในงวด 2Q67 น่าจะทำได้สูงถึง 74-75% สูงกว่าอัตราการใช้สื่อในงวด 1Q67 และ 2Q66 ที่ทำได้ 70% และ 72% ตามลำดับ ซึ่งอัตราการใช้สื่อที่เพิ่มขึ้นจะส่งผล โดยตรงต่ออัตรากำไรขั้นต้นที่ทำได้ของ PLANB เนื่องจากโครงสร้างต้นทุนของ PLANB มีองค์ประกอบของต้นทุนคงที่ ประกอบไปด้วยเงินเดือนพนักงาน ค่า เชื้อรถและค่าตัดจำหน่าย ค่าเช่าและค่าบริการ อยู่ในสัดส่วนสูงถึง 60-70% ของต้นทุนรวม

### อัตราการใช้สื่อและอัตรากำไรขั้นต้นของ PLANB



ที่มา: รายงานวิจัย ASP

### โครงสร้างต้นทุนของ PLANB



ที่มา: รายงานวิจัย ASP

นอกเหนือจากรัฐกิจโฆษณานอกบ้านที่โดดเด่นแล้ว ธุรกิจการตลาดแบบมี ส่วนรวมก็มีแนวโน้มที่ดีเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะ Sport Marketing ที่ธุรกิจฟุตบอล ได้รับกระแสเชิงบวกจากความนิยมของแฟนบอลต่อทีมชาติไทยมากขึ้น ช่วยดึงดูด เบ็ดเงินโฆษณาจากสปอนเซอร์ ขณะที่ธุรกิจมวยเวทียาเสพติดก็มีกระแสตอบรับดี ขึ้นเรื่อยๆ นอกจากนี้ในงวด 2Q67 PLANB จะเริ่มรับรู้รายได้จากการบริหารสิทธิ์ ปารีสโอลิมปิกเข้ามาประมาณ 200 ล้านบาท ก่อนที่แข่งขันจะเกิดขึ้นในระหว่างวันที่

# EQUITY TALK

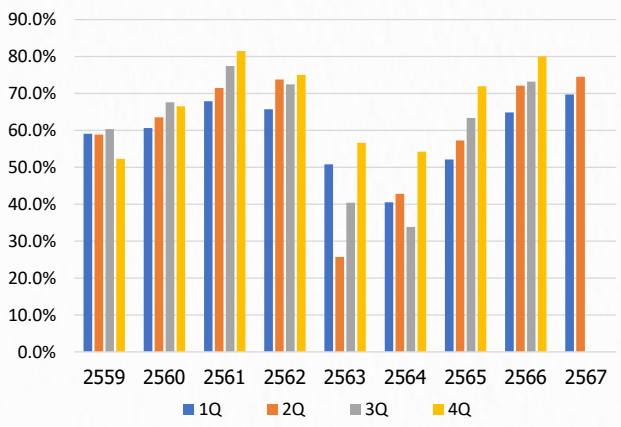
26 ก.ค -11 ส.ค 67 เป็นต้นฝ่ายวิจัยประเมินกำไรงวด 2Q67 ของ PLANB น่าจะทำได้สูงถึง 240-260 ล้านบาท เพิ่มขึ้นประมาณ 40%QoQ และ เพิ่มขึ้น 10%YoY

## ไม่เคยหยุดนิ่ง ที่จะสร้างการเติบโต

ทิศทางผลประกอบการยังเติบโตต่อเนื่องในช่วงที่เหลืองงปี อ้างอิงจากข้อมูลในช่วงหลายปีที่ผ่านมาที่ PLANB จะมีอัตราการใช้สื่อโทรทัศน์ระดับสูงขึ้นเรื่อยๆตั้งแต่ไตรมาสแรกไปทำจุดสูงสุดในไตรมาสที่ 4 ของปี และด้วยอัตราการใช้สื่อที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ทำให้ PLANB มีการปรับขึ้นค่าโฆษณาบนพื้นที่สื่อที่มีอัตราการใช้สื่อสูง โดย PLANB ได้ปรับค่าโฆษณาในสนามบินในบางพื้นที่ขึ้นอีก 5-7% 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) ปี 2567 คาดว่าจะอยู่ที่ 9,500 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2566 ที่ 9,057 ล้านบาท มาจากสื่อใหม่ที่เกิดขึ้นในระหว่างปี 2566 และจะรับรู้รายได้เต็มปีในปี 2567 ประกอบไปด้วยป้ายโฆษณาสื่อดิจิทัลใหม่ที่ Paragon FaÇade และ The District EM และสื่อโฆษณาของบริษัท BL Falcon สิงคโปร์ที่ PLANB ซื้อกิจการเข้ามาในเดือน ก.ย 66 รวมถึงสื่อโฆษณาใหม่ที่จะเกิดขึ้นในปีนี้ได้แก่ สื่อใหม่ให้กับสายการบินไทย สื่อบนด่านเก็บค่าทางด่วน สื่อโฆษณานบนรถตุ๊กๆและนครชัยแอร์

อัตราการใช้สื่อของ PLANB



ที่มา: สายงานวิจัย ASP

สื่อใหม่ของ PLANB ในปี 2567



ที่มา: สายงานวิจัย ASP

ภายใต้กำลังการผลิตสื่อที่เพิ่มขึ้น และอัตราการใช้สื่อที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว รวมถึงรายได้เสริมจากการบริหารสิทธิปารีสโอลิมปิกที่น่าจะสร้างกำไรส่วนเพิ่มให้กับ



# EQUITY TALK

PLANB ในปีนี้ได้ราว 20-30 ล้านบาท ฝ่ายวิจัยคาดว่าปี 2567 PLANB จะมีกำไรสุทธิสูงถึง 1,026 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13%YoY ถือเป็น การสร้างกำไรเป็นหลักพันล้านบาทได้เป็นครั้งแรกนับตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทมา

## โดดเด่นที่สุดในกลุ่มมีเดีย ให้น้ำหนัก Outperform

เปิดเงินโฆษณาโดยรวมที่มีแนวโน้มจะเคลื่อนย้ายมาสู่สื่อโฆษณานอกบ้านมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะเป็นสื่อที่สามารถตอบโจทย์แบรนด์สินค้าและเอเจนซี่โฆษณาได้เป็นอย่างดีจากการที่ผู้บริโภคในปัจจุบันที่ใช้ชีวิตอยู่นอกบ้านนานขึ้น ปัจจุบันสื่อโฆษณานอกบ้านมีสัดส่วน 15% ของเปิดเงินโฆษณาทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากปี 2563 ที่มีสัดส่วนเพียง 10% ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างการเติบโตให้กับ PLANB ในฐานะที่เป็นผู้นำอย่างแท้จริงในธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้าน ที่ได้รวบรวมอุตสาหกรรมสื่อโฆษณานอกบ้านเข้ามาอยู่ในมือเกือบทั้งหมด และกำลังอยู่ในช่วงการเก็บเกี่ยวผลตอบแทนการลงทุนอย่างเต็มที่ ทั้งการเพิ่มอัตราการใช้สื่อและการปรับขึ้นค่าโฆษณา 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)

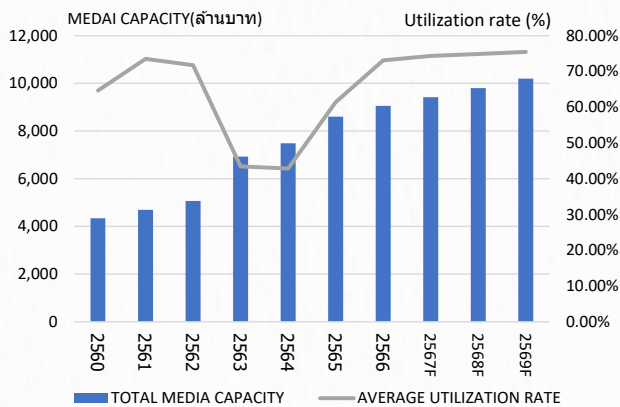
# EQUITY TALK

## ผลประกอบการงวด 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	

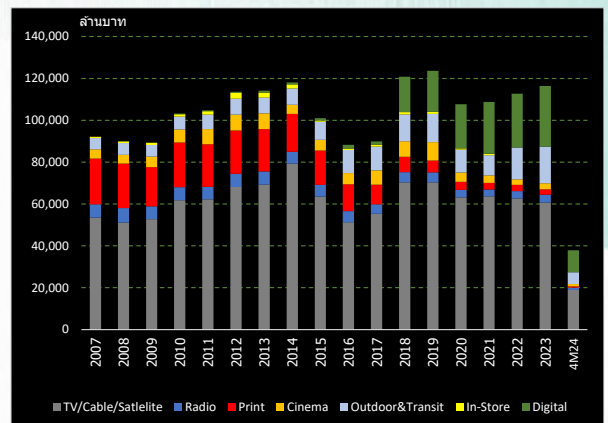
ที่มา: สายงานวิจัย บล. เอเชีย พลัส

## คาดการณ์ MEDIA CAPACITY และอัตราการใช้สื่อ



ที่มา: สายงานวิจัย บล. เอเชีย พลัส

## เปิดตัวโฆษณาของประเทศไทย



ที่มา: นิลสิน ประเทศไทย

## 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)				
<b>สิ้นสุด 31 ธ.ค.</b>	<b>2566</b>	<b>2567F</b>	<b>2568F</b>	<b>2569F</b>
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
<b>งบดุล (ล้านบาท)</b>				
<b>สิ้นสุด 31 ธ.ค.</b>	<b>2566</b>	<b>2567F</b>	<b>2568F</b>	<b>2569F</b>
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
<b>สมมติฐานในการทำประมาณการ</b>				
<b>สิ้นสุด 31 ธ.ค.</b>	<b>2566</b>	<b>2567F</b>	<b>2568F</b>	<b>2569F</b>
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