

# แพลน บี มีเดีย เดินหน้าระดมทุนขยายธุรกิจ



- ผู้นำสื่อโฆษณาฉบับบ้านที่ครบวงจรที่สุดของไทย รายได้เติบโตเฉลี่ยกว่าปีละ40%
- ขยายธุรกิจทั่วประเทศ รองรับตลาดโฆษณาโตแรงปี 58-60 พร้อมรุก AEC



แพลน บี มีเดีย เสริมความแข็งแกร่ง เตรียมเข้าตลาดหลักทรัพย์ ภายใต้ชื่อ PLANB ตั้งเป้าปี 58 ลุยเดินหน้าขยายพื้นที่สื่อโฆษณาด้วยสื่อที่มีนวัตกรรมสูงสุดและครบวงจรที่สุด ครอบคลุมหัวเมืองใหญ่ทั่วประเทศและต่างประเทศในภูมิภาค ชุกกลยุทธ์เน้นนำนวัตกรรมใหม่ๆ เพิ่มช่องทางการสื่อสารให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มีประสิทธิภาพ รวดเร็วเป็นวงกว้าง พร้อมปรับเปลี่ยนสื่อโฆษณาที่มีประสิทธิภาพซึ่งสามารถวัดผลและความคุ้มค่าได้

นายปรินท์ โลจนะโกสินทร์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) หรือ “PLANB” ผู้นำในการให้บริการช่องทางสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยแบบครบวงจรและที่มีความหลากหลายมากที่สุดในประเทศที่ให้บริการมาเป็นเวลา 10 ปี เปิดเผยว่า “ปัจจุบันบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยที่มีความหลากหลายทั้งในด้านประเภท รูปแบบ ขนาด และสถานที่ติดตั้ง โดยมุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรมต่าง ๆ เพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ที่เป็นจุดศูนย์กลางสำคัญต่าง ๆ ทั้งกรุงเทพฯ และหัวเมืองใหญ่ของประเทศ ให้เข้าถึงการรับรู้ของกลุ่มผู้บริโภคมากที่สุด นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้บริการสื่อโฆษณาแบบครบวงจร ตั้งแต่การเข้ามีส่วนร่วมกับการตลาดกับลูกค้า รวมถึงการคิดเนื้อหาและการนำเสนอสื่อโฆษณา การสร้างเครือข่ายโฆษณา ติดตั้งและดูแลรักษาสื่อโฆษณาตลอดระยะเวลา

โดยความหลากหลาย (Diversification) และนวัตกรรม (Innovation) ของสื่อโฆษณาถือเป็นจุดแข็งในการดำเนินธุรกิจของ แพลน บี มาโดยตลอดทั้งในมุมมองของลูกค้าตรงซึ่งเป็นเจ้าของสินค้า หรือ Media Agency และนักลงทุนที่มีความสนใจลงทุนในบริษัทฯ เพราะในมุมมองของลูกค้าหรือ Media Agency นั้นการมีสื่อโฆษณาหลากหลายรูปแบบย่อมเป็นทางเลือกที่สำคัญซึ่งตอบโจทย์กับ Brand ต่างๆ ที่มีความต้องการที่จะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันออกไป โดยในมุมมองของนักลงทุนเองสามารถมั่นใจได้ว่าธุรกิจของบริษัทฯ มีการบริหารจัดการความเสี่ยง มิให้มีการพึ่งพิงกับสัญญาเช่าพื้นที่หรือสัมปทานตัวใดตัวหนึ่งมากจนทำให้การดำเนินธุรกิจอาจมีผลกระทบในระยะยาว แต่ควรเป็นการรักษาสมดุลของพื้นที่สื่อโฆษณาและสินทรัพย์เพื่อความมั่นคงของธุรกิจให้กระจายตัวทั้งในส่วนภาครัฐและ เอกชนและการเสียสัมปทานพื้นที่บริหารสื่อจะต้องจำกัดกระทบต่อผลประโยชน์ของบริษัทฯ มิให้เป็นภัยสำคัญ

สื่อโฆษณาของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

## 1. สื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน (Transit Media)

- สื่อโฆษณาภายในและภายนอกตัวรถโดยสารประจำทางปรับอากาศทั่วกรุงเทพฯ กว่า 2,500 คัน 128 เส้นทาง
- สื่อโฆษณาในระบบรถไฟฟ้า MRT จำนวน 18 สถานี 19 ขบวน ทั้งในรูปแบบ Multimedia และ Static

## 2. สื่อโฆษณากลางแจ้ง (ภาพนิ่งและดิจิทัล) Outdoor Media

- ป้ายโฆษณาขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ ทุกประเภท ในพื้นที่สำคัญทั่วกรุงเทพฯ และ หัวเมืองใหญ่
- สื่อโฆษณาดิจิทัล (จอ LED) ในกรุงเทพฯ และหัวเมืองใหญ่ๆ ทั่วประเทศ ที่ตั้งอยู่ริมถนนสายหลักบนทางด่วนและภายนอกอาคาร ศูนย์การค้า ครอบคลุมพื้นที่ย่านธุรกิจและแหล่งชุมชน

## 3. สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้าทั้งภายในและภายนอกตัวอาคาร (Mall Media) ในศูนย์การค้าชั้นนำ อาทิ สยามพารากอน, สยามเซ็นเตอร์, เอ็มโพเรียม, เอ็มควอเทียร์, เมกาบางนา, ดิจิตอลเกตเวย์ และห้างสรรพสินค้าในเครือเซ็นทรัลและเดอะมอลล์กรุ๊ป เป็นต้น

ทั้งนี้ แพลน บี มีเดีย เล็งเห็นถึงโอกาสที่จะใช้ตลาดทุนในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของบริษัทฯ โดยคาดว่าเงินที่ได้จากการขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 897,609,000 หุ้น ราคาพาร์ 0.10 บาท ครั้งนี้ จะใช้ในการพัฒนาธุรกิจสื่อโฆษณาในประเทศให้มีนวัตกรรมความทันสมัยและเติบโตได้อย่างเต็มที่ เพื่อตอบรับกระแสการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (AEC) ในอนาคตต่อไป”

**ดร.พินิจสรณ์ ลือชัยขจรพันธ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)** เปิดเผยว่า

“บริษัทฯ มีผลประกอบการเติบโตที่โดดเด่นและต่อเนื่อง โดยในช่วงปี 2554-2556 บริษัทฯ มีรายได้รวมเพิ่มขึ้นจาก 679.5 ล้านบาท ในปี 2554 เป็น 1,012.3 ล้านบาท ในปี 2555 และเป็น 1,383.1 ล้านบาท ในปี 2556 หรือเติบโต 42.7% สำหรับงวด 9 เดือน (สิ้นสุด 30 ก.ย. 57) บริษัทฯ มีรายได้รวม 1,001.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 999.6 ล้านบาท ในช่วงเดียวกันของปีก่อน หรือเติบโต 0.2% รายได้รวมของบริษัทฯ เติบโตเล็กน้อยเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวยและเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองไทยตั้งแต่ช่วงไตรมาส 4 ปี 2556 ต่อเนื่องถึงไตรมาส 2 ปี 2557 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2557”

สำหรับปี 2558 แผนธุรกิจของ แพลน บี มีเดียในการขยายธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะกลาง โดยมุ่งเน้นการต่อย

อดจากจุดแข็งที่บริษัทฯ มีอยู่เช่น จำกัดความเสี่ยงในการขึ้นอยู่กับสัญญา หรือ สัมปทานเพียงบางอย่าง แต่ให้ความสำคัญสำคัญกับการเป็นพันธมิตรระยะยาวโดยกระจายการลงทุนกับทั้งหน่วยงานภาครัฐ และ เอกชน รวมถึงลงทุนกับนวัตกรรม สร้างสื่อใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์พฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้บริษัทฯ ได้มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยผนวกเข้ากับธุรกิจ อาทิ ป้ายจราจรอัจฉริยะ ให้มีการแสดงผลการคำนวณระยะเวลาการเดินทางโดยประมาณในป้ายรายงานสภาพการจราจรอัจฉริยะบริเวณทางพิเศษและยังมีแผนที่จะติดตั้งระบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย ( Wi-Fi) บนรถโดยสารประจำทางปรับอากาศของขสมก. เพื่อให้บริการแก่ผู้ใช้บริการรถประจำทางปรับอากาศโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายในการเชื่อมต่อ Wi-Fi ที่เป็น Gateway สู่อินเทอร์เน็ต โดยจะแสดงการโฆษณาประชาสัมพันธ์หน้าจออุปกรณ์ที่ใช้บริการรถประจำทางปรับอากาศใช้ในการเชื่อมต่อ Wi-Fi บนรถประจำทางปรับอากาศ คาดว่าจะเริ่มให้บริการได้ จำนวน 500 คัน ภายในเดือนธันวาคม 2558 และขยายจำนวนในปีต่อไป จนครบ 1,500 คันซึ่งจะทำให้บริษัทแพลนบีเริ่มเข้าสู่กระบวนการปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ได้รับอิทธิพลจากโลก Online แบบเต็มรูปแบบและอาจเข้าถึงผู้บริโภคกว่า 2 ล้านคนต่อวันที่ใช้รถโดยสารประจำทางเป็นการเดินทางหลักต่อวัน

จากสถานการณ์ของอุตสาหกรรมสื่อในปัจจุบันที่สื่อโทรทัศน์มีการแข่งขันมากยิ่งขึ้นจากการเกิดของทีวีดิจิตอล ทำให้ผลิตภัณฑ์ หรือ ผู้โฆษณาต่างๆ มีทางเลือกมากขึ้น ประกอบกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้คนในปัจจุบันที่ใช้เวลาอยู่นอกบ้านมากกว่า 10 ชั่วโมงต่อวัน ทำให้สื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยกลายเป็นตัวเลือกลำดับต้นๆ ของนักการตลาดที่จะใช้ในการสื่อสารทางการตลาดในการเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และ ตอบวัตถุประสงค์การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยในอนาคตทางบริษัทฯ จะขยายการลงทุนเพิ่มทั้งในประเทศที่หัวเมืองใหญ่จากที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน (เชียงใหม่ พัทยา ขอนแก่น อุดรฯ สุราษฎร์ สมุย) และในต่างประเทศโดยกลุ่ม EMTEK ซึ่งเป็น Strategic Shareholder และเป็นยักษ์ใหญ่ของผู้ประกอบการ Free-to-Air TV และผู้ผลิต content รายใหญ่ในประเทศอินโดนีเซียที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ (Market Capitalization) กว่า 100,000 ล้านบาท ได้เริ่มติดต่อและพูดคุยกับผู้ประกอบการในสื่อ Out-of-Home Media ในโซน AEC มากมายโดยจะให้ Plan B เป็นผู้ดำเนินการขยายธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้านต่อไป

