

ARIP

บริษัท เออาร์ไอพี จำกัด (มหาชน)
ARIP PUBLIC COMPANY LIMITED

สำนักงานใหญ่ : 99/16-20 ถนนรัชดาภิเษก เขตดินแดง กทม. 10400

ติดต่อ : 0-2642-3400

Website : www.aripplc.com

CEO

นางเอี่ยมพร ปัญญาใส
กรรมการและผู้จัดการใหญ่Tel : 0-2642-3400
Mobile : 08-1802-1909
aeimporn@arip.co.th

CFO

นางสาวพรปวีณ์ สหวัฒน์พงศ์
ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงินTel : 0-2642-3400 ต่อ 4100
Mobile : 08-1585-0789
pornpavee@arip.co.th

IRO

นายธนิต แก้วเดชศรี
ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารกิจTel : 0-2642-3400 ต่อ 4400
thanit@arip.co.th

CG Report Score :

THSI List : -

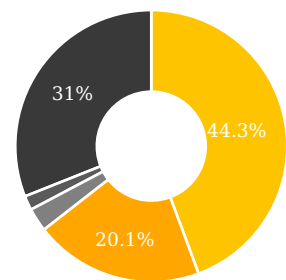
Stock Data (24/08/2017)

	YTD	2016	2015
Paid-up (MB)	116.50	116.50	116.50
Listed share (M)	466.00	466.00	466.00
Par (B)	0.25	0.25	0.25
Market Cap (MB)	358.82	349.50	386.78
Price (B./share)	0.77	0.75	0.83
EPS (B)	-	-	-0.02

Statistics (24/08/2017)

	P/E	P/BV	Div.Yield
ARIP (x)	40.01	1.78	-
SERVICES - mai (x)	-	-	1.80
SERVICES - SET (x)	38.59	-	1.72
mai (x)	105.83	-	1.58
SET (x)	16.73	-	3.07

Shareholder Structure



Financial Ratios

	6M/2017	6M/2016	2016	2015
ROE (%)	4.59	-5.06	0.93	-4.90
ROA (%)	7.24	-5.07	2.81	-4.64
D/E (x)	0.14	0.16	0.14	0.22
GP Margin (%)	25.36	17.46	26.68	13.57
EBIT Margin (%)	0.64	-12.20	3.68	-3.45
NP Margin (%)	0.42	-9.06	1.04	-3.02

Company Background

- ธุรกิจสื่อและคอนเทนต์ด้านธุรกิจการบริหารจัดการ และด้านไอที อาทิ นิตยสาร "COMTODAY", "Business" และ "eLeader"
- ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าไอที "COMMART" และรับจัดงานนิทรรศการ การประชุมสัมมนาทั้งภาครัฐและเอกชน
- ธุรกิจบริการสื่อดิจิทัลครบวงจร เข้าตรงถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยการตลาดดิจิทัลทุกรูปแบบ การพัฒนาแอปพลิเคชันบน อุปกรณ์พกพาสมัยใหม่ การผลิตสื่อมัลติมีเดีย รวมทั้งการพัฒนาโซลูชันในการผลิต จัดเก็บ และเผยแพร่หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

Key Development of Company

- ปี 2553 ปรับสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเข้าทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ mai
- ปี 2555 รับผิดชอบส่งเสริมการลงทุน BOI ในกิจการซอฟต์แวร์ ประเภท Enterprise Software, Digital Content และ Embedded Software
- ปี 2556 จัดงาน Thailand Top Company Award งานมอบรางวัลให้บริษัทที่มีผลประกอบการโดดเด่นด้านต่างๆ
- ปี 2558 เปิดตัว Data Dive บริการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ตั้งแต่การรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และรายงานผล

Revenue Structure

	6M/2017	%	6M/2016	%	2016	%	2015	%
รายได้สื่อสิ่งพิมพ์	15.29	19.33	16.12	22.74	36.23	20.32	40.39	13.14
รายได้จัดงานนิทรรศการ	45.35	57.34	40.17	56.67	105.61	59.22	163.46	53.20
รายได้สื่อดิจิทัลและสื่ออื่น	18.16	22.96	13.53	19.09	35.00	19.63	102.15	33.24
รายได้อื่น	0.29	0.37	1.06	1.50	1.50	0.84	1.28	0.42
รวม	79.09	100.00	70.88	100.00	178.34	100.00	307.28	100.00

(Unit : MB)

รอบบัญชี : 30 มิ.ย.

Business Plan

เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจมีการฟื้นตัวอย่างช้า ๆ ทำให้ประชาชนระมัดระวังการใช้จ่าย ส่งผลต่อการลงทุนภาคธุรกิจ ทำให้มีการตัดงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ลง มีผลต่อผลประกอบการของบริษัทฯ โดยตรง บริษัทจึงวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงานให้เหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจโดยรวม รวมถึงการเตรียมพร้อมในการขยายตัวไปยังธุรกิจใหม่ ดังนี้

- การเพิ่มรายได้จากธุรกิจสื่อออนไลน์ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่สามารถวัดผลได้ และตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน
- บริษัทฯ เล็งเห็นว่าองค์กรที่มีงบประมาณใช้จ่ายมากที่สุดคือ ภาครัฐ ในขณะที่ภาคเอกชนลดการใช้จ่ายลง บริษัทฯ จึงได้พุ่งเป้าไปที่งานบริการทางการตลาดครบวงจรของหน่วยงานภาครัฐที่บริษัทฯ มีความถนัด ซึ่งยังมีโครงการต่างๆ ให้บริษัทฯ ได้ประมูลอีกมาก จึงเป็นช่องทางที่จะเพิ่มรายได้ รวมถึงการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของหน่วยงานต่างๆ ในบริษัทฯ ให้เข้าถึงลูกค้าในเชิงรุกมากขึ้น
- การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โดยปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีความเหมาะสม ลดขั้นตอนการทำงานเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
- การขยายธุรกิจใหม่ เดิมโครงสร้างรายได้ส่วนใหญ่ของบริษัทฯ มาจากสินค้าและบริการที่มีรายได้แบบต่อเนื่อง แต่ปัจจุบันโครงสร้างรายได้ส่วนใหญ่มาจากบริการที่มีเป็นครั้งๆ ทำให้บริหารจัดการรายได้ลำบาก ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้ลงทุนในธุรกิจใหม่ และปรับโครงสร้างของสินค้าและบริการเดิมให้มีรายได้แบบต่อเนื่อง เพื่อให้ธุรกิจมีฐานรายได้ที่แน่นอน และสามารถหารายได้ต่อยอดไปได้

Investment Highlight

- ในปี 2016 บริษัทฯ ได้ปรับโครงสร้างองค์กร ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ และมีความพร้อมในการเข้าสู่ธุรกิจดิจิทัลในทุกหน่วยธุรกิจ โดยให้ความสำคัญกับเนื้อหาคอนเทนต์ และการนำเสนอผ่านสื่อดิจิทัล
- บริษัทฯ ได้ให้บริการด้านการตลาดดิจิทัล และการตลาดฐานข้อมูลกับลูกค้าองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งจะเป็พื้นฐานไปสู่ลูกค้ากลุ่มอื่นๆ ต่อไป

Risk Factor

- การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเฉพาะด้านสื่อ ทำให้ธุรกิจสื่อต่างๆ ต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งมีผลต่อธุรกิจหลักของบริษัทฯ ดังนั้นเพื่อป้องกันความเสี่ยง บริษัทฯ จึงได้พัฒนาด้านสื่อดิจิทัลเพื่อให้เข้ากับการบริโภคสื่อของผู้บริโภค รวมถึงการประสานสื่อทั้งหมด เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกรับสื่อของบริษัทฯ ได้ทุกช่องทาง
- การใช้จ่ายของภาคธุรกิจเอกชนลดลงตามภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวอย่างช้าๆ มีผลต่อรายได้ของบริษัทฯ ในด้านประชาสัมพันธ์ ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้มุ่งเน้นไปที่งานบริการทางการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรแก่ภาครัฐที่เป็นภาคที่ยังมีกำลังซื้ออยู่ เห็นได้จากงบประมาณภาครัฐที่มีการใช้จ่ายอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้ให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับโครงการของหน่วยงานด้านไอซีที ซึ่งเป็นด้านที่บริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญ เพื่อลดความเสี่ยงจากรายได้ในหน่วยธุรกิจอื่น และสามารถเป็นผลงานเพื่อต่อยอดไปยังโครงการอื่นๆ ได้

Capital Structure

(Unit : MB)

	6M/2017	6M/2016	2016	2015
Current Liabilities	21.49	19.52	22.90	33.29
Non-Current Liabilities	6.05	9.91	5.64	9.16
Shareholders' Equity	201.34	189.38	201.01	196.16

Company Structure



Company Image

