

บทรายงานและการวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร

สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 2/2557

บทสรุปผู้บริหาร

บมจ.จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจบันเทิงแบบครบวงจร บริษัทฯ มีการพัฒนารูปแบบธุรกิจด้วยความเชี่ยวชาญที่ได้สั่งสมมาตลอด เพื่อสร้างความเติบโตอย่างมั่นคงยั่งยืน และผลตอบแทนที่ดีในระยะยาวให้กับผู้ถือหุ้น ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมทุกภาคส่วนเป็นสำคัญ

ในปี 2557 จากสภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว และสถานการณ์การเมืองในครึ่งปีแรก สร้างความท้าทายต่อแผนขับเคลื่อนองค์กรของภาคธุรกิจเป็นอย่างยิ่ง โดยผลการดำเนินงานของบริษัทในไตรมาสที่ 2 รายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ ปรับตัวดีขึ้น เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่ลดลงร้อยละ 18 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีที่แล้ว ทั้งนี้ บริษัทฯ สามารถสร้างรายได้จากธุรกิจใหม่เติบโตถึงร้อยละ 24 จากปีก่อน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30 ต่อรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 20 ในช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ขณะเดียวกันสัดส่วนรายได้และกำไรจากธุรกิจเดิมลดลง โดยเฉพาะธุรกิจเพลงและสื่อทีวี ประกอบกับธุรกิจใหม่อยู่ในช่วงของการเริ่มลงทุน ดังนั้นในไตรมาสนี้ บริษัทฯ จึงมีผลขาดทุนสุทธิเท่ากับ 913 ล้านบาท

ในส่วนการดำเนินงานธุรกิจใหม่ ไตรมาสนี้ โสมซิปปีงมีผลประกอบการเติบโตแบบก้าวกระโดด สร้างยอดขายรายวันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการยอมรับของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าผ่านโสมซิปปีงมากขึ้น ส่วนธุรกิจแพลตฟอร์มแซท ก็มีรายได้จากการขายกล่องรับสัญญาณดาวเทียมเติบโตขึ้นเช่นเดียวกันจากการขยายตัวของฐานผู้รับชมฟุตบอล

พรีเมียร์ลีก โดยมีตัวเลขกล่องสะสมในตลาดรวม 2.7 ล้านกล่อง

สำหรับการแข่งขันของตลาดดิจิทัลทีวี ยังอยู่ในช่วงการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัล โดยการดำเนินโครงการแลกเปลี่ยนสำหรับซื้อกล่องรับสัญญาณมูลค่า 690 บาท ได้มีกำหนดวางแผนเริ่มแจกกลางเดือนกันยายนให้กับครัวเรือนทั่วประเทศ ซึ่งบริษัทฯ เชื่อว่าจะสามารถกระตุ้นการจับจ่ายซื้อสินค้าได้ เป็นการเร่งขยายฐานผู้ชมและสร้างเวทติ้งในการรับชมดิจิทัลทีวี นอกจากนี้บริษัทคาดหวังความชัดเจนในการออกใบอนุญาตธุรกิจสำรวจความนิยมรายการโทรทัศน์ (Rating) จากทาง กสทช. ภายในไตรมาสที่สาม ซึ่งจะช่วยผลักดันเม็ดเงินและอัตราค่าโฆษณาในธุรกิจดิจิทัลทีวีได้อย่างมีนัยสำคัญ

สำหรับกลุ่มธุรกิจเดิม โดยเฉพาะธุรกิจสื่อ ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของการส่งสัญญาณออกอากาศดิจิทัลทีวีครั้งแรก ท่ามกลางปัจจัยลบกระทบความมั่นใจผู้บริโภค ส่งผลให้ภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณามีอัตราการเติบโตติดลบต่อเนื่องตั้งต้นปีมาจนถึงไตรมาสที่ 2 เนื่องจากเจ้าของสินค้าและเอเจนซี ยังชะลอการใช้จ่ายงบเพื่อซื้อโฆษณาในสื่อทีวี อย่างไรก็ตามเริ่มเห็นสัญญาณฟื้นตัวหลังจากสถานการณ์ทางการเมืองคลี่คลาย ขณะเดียวกันทิศทางแนวโน้มของเศรษฐกิจและตลาดหุ้นก็มีทิศทางที่ดีขึ้น คาดว่าในครึ่งปีหลัง ภาพรวมเม็ดเงินโฆษณาน่าจะเติบโตคงที่ในระดับใกล้เคียงกับปีก่อน

ส่วนภาพรวมของธุรกิจเพลงปีนี้ มีอัตราการเติบโตลดลง จากผลกระทบทางการเมืองในครึ่งปีแรก ทำให้มีการเลื่อนงานแสดงหลาย

แห่ง อีกทั้งเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ยังส่งผลให้ยอดขายเพลงผ่านแผ่นซีดีและดีวีดีลดลง ทำให้บริษัทฯ มีการปรับแผนที่จะพัฒนาบริการรูปแบบใหม่ ๆ สำหรับธุรกิจเพลงและดิจิทัลคอนเทนต์ เร่งขยายช่องทางเพื่อสร้างรายได้ใหม่เข้ามาเสริม รวมถึงการทำตลาดเพลงผ่านช่องทางมีเดียใหม่ ซึ่งบริษัทฯ ได้ร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับยูทูบไทยแลนด์ เมื่อเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา พบว่ามีผู้เข้าชมยูทูบ ในส่วนของเพลงมากกว่า 100 ล้านวิวต่อเดือน และบริษัทฯ มียอดวิว และจำนวนสินค้าที่เข้ามาลงโฆษณาผ่านช่อง จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ในยูทูบ เป็นจำนวนมาก ทั้งยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง

สำหรับโชว์บิสนั้น ในช่วงครึ่งปีหลัง บริษัทฯ ได้วางแผนจัดคอนเสิร์ตทั้งขนาดใหญ่ และขนาดกลางมาสร้างความคึกคัก เช่น คอนเสิร์ตแทนความผูกพัน 20 ปี หัวแก้ว หัวแหวน ก๊อท จักรพันธ์ หรือ เช็กชี ออน เดอะ บีช คอนเสิร์ต ซึ่งเป็นคอนเสิร์ตกลางแจ้งริมหาดพัทยา คอนเสิร์ตของนักร้องดูโออย่าง นิว-จิ้ง และคอนเสิร์ตชาวิрокของวงบอดีส์แลม พร้อมกับปิดท้ายปลายปีด้วยเทศกาลดนตรี บี๊กเมาน์เทน มิวสิค เฟสติวล

ในส่วนของธุรกิจโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแบบบอกรับสมาชิก (เพย์ทีวี) ภาพรวมธุรกิจประสบภาวะตลาดชะลอตัว มีการแข่งขันสูง และใช้เงินลงทุนสูง บริษัทฯ ได้ผนึกกำลังกับ CTH หนึ่งในผู้ให้บริการเพย์ทีวีชั้นนำในไทยในการบริหารงาน และการให้บริการที่ดีขึ้น ซึ่งการปรับกลยุทธ์ในครั้งนี้ถือเป็นการรวมศักยภาพทางธุรกิจของ CTH และแกรมมี่ ที่มีลักษณะส่งเสริมและเกื้อหนุนเข้าด้วยกันทั้งด้านเครือข่าย ด้านการตลาด ด้านรายการทั้ง

กีฬา สาระและความบันเทิง และฐานลูกค้าที่มีรวมกันกว่า 5 ล้านกล่อง เพื่อส่งมอบสิ่งที่ดีที่สุดครบทุกความต้องการให้กับกลุ่มผู้บริโภค อีกทั้งจะช่วยลดต้นทุนและลดการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจของทั้งสองบริษัท อันส่งผลให้กลุ่มบริษัทมีฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ยังได้เตรียมพร้อมทางด้านแหล่งทุนสำหรับขับเคลื่อนธุรกิจใหม่สู่

ความสำเร็จ โดยที่การประชุมคณะกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2557 ได้มีมติอนุมัติเพิ่มทุนด้วยการออกหุ้นจัดสรรให้กับผู้ถือหุ้นเดิมจำนวนไม่เกิน 63.63 ล้านหุ้น ในอัตราส่วน 10 หุ้นเดิมต่อ 1 หุ้นใหม่ ในราคา 13.50 บาทต่อหุ้น ร่วมกับการเสนอขายให้แก่ผู้ลงทุนแบบเฉพาะเจาะจงจำนวนไม่เกิน 120 ล้านหุ้น ซึ่งบริษัทจะคำนวณราคาเสนอขายโดยวิธีการสำรวจความต้องการซื้อหลักทรัพย์

("Book-Building") ทั้งนี้ราคาเสนอขาย จะไม่ต่ำกว่าราคาเสนอขายหุ้นสามัญให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม สำหรับวาระดังกล่าวคณะกรรมการบริษัทจะได้นำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติในวันที่ 24 กันยายน 2557

ผลจากการเพิ่มทุนนี้ จะเป็นการเสริมสร้างฐานทุนให้แข็งแกร่ง ส่งผลให้อัตราส่วนหนี้สิน ต่อส่วนผู้ถือหุ้นหลังการเพิ่มทุน ปรับตัวดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

ผลการดำเนินงานไตรมาส 2/2557

หน่วย : พันบาท	ไตรมาส 2/2557	ไตรมาส 2/2556	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)
รายได้จากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์	2,211,580	2,710,605	-18.41
รายได้อื่น ๆ	225,461	100,015	125.43
ค่าใช้จ่าย			
ต้นทุนขายและบริการ	2,245,179	1,844,809	21.70
ค่าใช้จ่ายในการขาย	226,049	245,789	-8.03
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	794,318	839,651	-5.40
รวมค่าใช้จ่าย	3,265,546	2,930,249	11.44
กำไรก่อนส่วนแบ่งกำไร ค่าใช้จ่ายทางการเงิน และภาษี	-828,505	-119,629	n.m.
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	8,405	7,283	n.m.
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษีเงินได้นิติบุคคล	-820,100	-112,346	n.m.
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	-87,018	-31,685	n.m.
กำไรก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล	-907,118	-144,031	n.m.
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	-14,551	-45,839	n.m.
กำไรสำหรับงวด	-921,669	-189,870	n.m.
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	-8,725	25,711	n.m.
กำไรส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	-912,944	-215,581	n.m.
อัตราส่วนทางการเงิน			
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	-1.52	31.94	
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายการขายและบริหารต่อรายได้รวม (ร้อยละ)	41.71	38.62	
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (ร้อยละ)	-37.33	-7.67	

รายได้จากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ ในไตรมาส 2/2557

เท่ากับ 2,212 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 18 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน จากธุรกิจสื่อผ่านโทรทัศน์ ธุรกิจภาพยนตร์ และบริการรับจัดและบริหารกิจกรรม (Event Management Business) ในขณะที่รายได้จากธุรกิจใหม่ คือ ธุรกิจโฮมช้อปปิ้ง และธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 24 จากปีก่อน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30 ของรายได้จากการขาย การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ อย่างไรก็ตามบริษัท อยู่ในช่วงกำลังลงทุนในธุรกิจใหม่ โดยเฉพาะในส่วนของดิจิทัลทีวี ส่งผลให้มีผลขาดทุนสุทธิในไตรมาสนี้เท่ากับ 913 ล้านบาท

โดยผลการดำเนินงานในแต่ละกลุ่มธุรกิจสามารถสรุปได้ดังนี้

ธุรกิจที่ดำเนินการอยู่แล้ว

ธุรกิจเพลง ประกอบด้วย การจำหน่ายสินค้าเพลง (Physical Products) การจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ และการจัดการแสดง (Show Biz) รายได้รวมจากธุรกิจเพลงในไตรมาสนี้เท่ากับ 485 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 13 จากปีก่อน โดยเฉพาะรายได้จากการจัดคอนเสิร์ตและงานแสดงต่าง ๆ ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมืองและภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว รวมถึงยอดจำหน่าย Physical Products ที่ลดลงจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการฟังเพลงของผู้บริโภค สำหรับรายได้จากธุรกิจเพลงคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 30 ในปีก่อน

ธุรกิจดิจิทัล ได้แก่การจัดจำหน่ายสินค้าเพลงในรูปแบบดิจิทัล ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการดาวน์โหลดเพลงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ รายได้จากธุรกิจดิจิทัลในไตรมาสนี้เท่ากับ 119 ล้าน

บาท ลดลงร้อยละ 23 จากปีก่อน รายได้ในส่วนนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ ในปีนี้ บริษัทได้ปรับกลยุทธ์เดินทางเข้าสู่มีวสิคสตรึมมิ่งเต็มรูปแบบ เปิดให้บริการฟังเพลงผ่านสื่อดิจิทัล ออนไลน์ ซึ่งมีกระแสตอบรับที่ดี ปัจจุบันฐานผู้ใช้บริการมีวสิคสตรึมมิ่งภายใต้ความร่วมมือกับ AIS เพิ่มจำนวนเกือบ 1 แสนราย และในส่วนของ YouTube Thailand ก็มีจำนวนสมาชิกถึง 10 ล้านราย รับชมผ่านช่อง GMM และกลุ่มธุรกิจในเครือกว่า 34 ช่อง ซึ่งมีแนวโน้มการเติบโตของรายได้ผ่านยอดวิวอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นพัฒนาเทคโนโลยีการให้บริการ โดยปรับเปลี่ยนการนำเสนอให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภค ควบคู่กับการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

ธุรกิจสื่อ ประกอบด้วยวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ รายได้รวมจากธุรกิจสื่อในไตรมาสนี้เท่ากับ 593 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 31 จากปีก่อน เพราะได้รับผลกระทบจากตลาดโฆษณาที่ชะลอตัวตามภาวะเศรษฐกิจในครึ่งปีแรก โดยยอดใช้จ่ายโฆษณาหดตัวทุกสื่อ ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ ในอัตราร้อยละ 34 ร้อยละ 21 และร้อยละ 29 ตามลำดับ โดยรายได้รวมจากสื่อทั้งหมด แบ่งส่วนเป็นสื่อโทรทัศน์ร้อยละ 71 สื่อวิทยุร้อยละ 24 และสื่อสิ่งพิมพ์ร้อยละ 5 สำหรับไตรมาสนี้รายได้รวมจากธุรกิจสื่อคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ ลดลงจากร้อยละ 32 ในปีก่อน

ธุรกิจภาพยนตร์ ในไตรมาสนี้ไม่มีภาพยนตร์ใหม่เข้าฉาย แต่มีการรับรู้รายได้ต่อเนื่องจาก “คิดถึงวิทยา” ในไตรมาสที่แล้ว เท่ากับ 85 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากงวดเดียวกันในปีก่อนถึงร้อยละ 68 เนื่องจากปีที่แล้วมีรายได้จากภาพยนตร์เรื่อง “พี่มากพระโขนง” ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างสูง ส่งผลให้ไตร

มาสนี้ รายได้จากธุรกิจภาพยนตร์หดตัวลงคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ จากสัดส่วนร้อยละ 10 ในปีก่อน

ธุรกิจบริการรับจัดและบริหารกิจกรรม

ในไตรมาสนี้มีรายได้รวมเท่ากับ 184 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 27 จากปีก่อน จากผลกระทบทางการเมืองและเศรษฐกิจชะลอตัวในครึ่งปีนี้ โดยรายได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์

ธุรกิจที่เริ่มดำเนินการใหม่

ธุรกิจโฮมช้อปปิ้ง ดำเนินงานภายใต้บริษัทร่วมทุนระหว่าง แกรมมี่ และ CJ Group จากเกาหลี ไตรมาสนี้มีผลประกอบการเติบโตแบบก้าวกระโดดสูงถึงร้อยละ 127 เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว สามารถทำรายได้ 239 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ คาดว่าธุรกิจนี้จะสามารถสร้างผลกำไรได้ภายในไตรมาสที่ 4 โดยขณะนี้บริษัทฯ วางแผนเพิ่มไลน์สินค้า พร้อมขยายช่องทางจัดจำหน่ายเพิ่มเติมผ่านออนไลน์ เพื่อหวังเจาะตลาดเข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่ม ช่วงครึ่งปีหลังจะเน้นเรื่องการนำเสนอสินค้าที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนทุกวัย และเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ช่องทางรับชมมากขึ้น

ธุรกิจโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ประกอบไปด้วยธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ธุรกิจแพลตฟอร์มโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม GMM Z และธุรกิจโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแบบบอกรับสมาชิก (เพย์ทีวี) ในไตรมาสนี้ รายได้จากธุรกิจนี้เท่ากับ 430 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยจากปีก่อนร้อยละ 1.5 รายได้จากธุรกิจนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 16 ในปีก่อน

สำหรับการดำเนินงานแพลตฟอร์มแซท มียอดจำหน่ายกล่องรับสัญญาณดาวเทียมอยู่ที่ 1.9 แสนกล่อง คิดเป็นรายได้ 218 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว จากสัดส่วนการขายกล่องรุ่น HD-lite และ HD-gold ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ร่วมกับการขยายตัวของฐานผู้รับชมฟุตบอลพรีเมียร์ลีก

ขณะเดียวกันรายการช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม (ฟรีทูแอร์) ในไตรมาสนี้ มีรายได้ 163 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว เพราะได้รับผลกระทบจากตลาดโฆษณาชะลอตัว และการเปิดตัวของดิจิทัลทีวี จากนี้บริษัทฯ วางแผนจะนำรายการวีรทัศน์ที่ได้รับความนิยม และมีกระแสตอบรับที่ดีมาออกอากาศผ่านดาวเทียม และเน้นคุณภาพการผลิตเพื่อตอบใจของกลุ่มเป้าหมายในดิจิทัลทีวี ซึ่งคาดว่าจะสามารถสร้างรายได้จากการโฆษณาในอัตราที่สูงกว่ามาชดเชย

ในส่วนของธุรกิจโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก “เพย์ทีวี” มีรายได้จากการให้บริการในไตรมาสนี้เพิ่มขึ้นหลายเท่าตัวจากปีที่แล้ว ซึ่งภายหลังการปรับแผนธุรกิจเข้าลงทุนในหุ้นสามัญของ CTH ทำให้บริษัทฯ มีโอกาสได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนด้วย

ธุรกิจดิจิทัลทีวี บริษัทฯ มองว่าจากนี้ไปธุรกิจดิจิทัลทีวีจะแข่งขันกันอย่างเข้มข้นขึ้น และบริษัทฯ ได้มีการเตรียมความพร้อม เพื่อรุกตลาดดิจิทัลทีวีอย่างจริงจัง ด้วยการแต่งตั้งนายถกลเกียรติ วีรวรรณ นำทัพ “ช่อง one” (หมายเลข 31) และนางสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา นำทัพช่อง “GMM CHANNEL” (เปลี่ยนชื่อมาจาก “BIG ”หมายเลข 25) ซึ่งผู้บริหารทั้งสองมีผลงานที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางมาโดยตลอด บริษัทฯ มั่นใจว่าด้วยความพร้อมทั้งบุคลากรและศักยภาพของคนเทคนิคนั้น ธุรกิจดิจิทัลทีวีจะสามารถสร้างอีกปรากฏการณ์ให้แกรมมีเติบโตได้อย่างมีเสถียรภาพ สำหรับกลยุทธ์การวางผังนั้น

บริษัทฯ จะแบ่งออกเป็นเฟส และทยอยเติมรายการใหม่ต่อเนื่อง ด้วยแผนการลงทุนกว่า 300 ล้านบาท (ไม่รวมต้นทุนการออกอากาศของสถานี)

ต้นทุนขายและบริการ ในไตรมาสนี้เท่ากับ 2,245 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 22 จากงวดเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากธุรกิจโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้นกว่าเท่าตัวจากค่าเช่าช่องสัญญาณดาวเทียม ในส่วน Transponder ร่วมกับการตัดจ่ายต้นทุนลิขสิทธิ์เพย์ทีวีซึ่งเพิ่มเติมช่อง FOX เข้ามาในปีนี้อีกทั้งยอดขายกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมก็สูงขึ้นด้วย นอกจากนี้ธุรกิจโฮมช้อปปิ้ง ก็มีต้นทุนขายและบริการเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับอัตราการเติบโตของรายได้ ในส่วนธุรกิจเดิมมีต้นทุนขายและบริการลดลงร้อยละ 24 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64 ของรายได้รวมในธุรกิจเพลง ธุรกิจสื่อ ธุรกิจภาพยนตร์และแอนิเมชัน รวมถึงธุรกิจรับจัดและบริหารกิจกรรม

กำไรขั้นต้น ในไตรมาสนี้หดตัวติดลบเท่ากับ 34 ล้านบาท ประกอบด้วยกำไรขั้นต้นจากธุรกิจเดิมเท่ากับ 560 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 37 จากปีก่อนตามยอดขายที่หดตัวลง ร่วมกับธุรกิจใหม่ซึ่งมีผลขาดทุนขั้นต้นเท่ากับ 594 ล้านบาท จากการบันทึกต้นทุนค่าลิขสิทธิ์ และค่าเช่าช่องสัญญาณดาวเทียมในธุรกิจเพย์ทีวี และต้นทุนการผลิตรายการสำหรับดิจิทัลทีวี ในขณะที่ธุรกิจโฮมช้อปปิ้งสร้างกำไรขั้นต้นในไตรมาสนี้สูงขึ้นกว่าร้อยละ 116 จากปีก่อน

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวม ในไตรมาสนี้เท่ากับ 1,020 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 6 จากปีก่อน และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42 ของรายได้รวม โดยค่าใช้จ่ายในธุรกิจสื่อและภาพยนตร์ปรับตัวลดลง ในขณะที่ธุรกิจใหม่มีค่าใช้จ่ายทางการตลาดเพิ่มสูงขึ้น ในส่วนโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมและโฮมช้อปปิ้ง ร่วมกับค่าใช้จ่ายในการบริหารธุรกิจดิจิทัลทีวีที่เพิ่มขึ้น

กำไรสุทธิ ในไตรมาสนี้บริษัทฯ มีผลขาดทุนสุทธิเท่ากับ 913 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 323 จากปีก่อน จากต้นทุนทางการเงินที่เพิ่มขึ้น และผลลงทุนของธุรกิจที่เริ่มดำเนินการใหม่ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ เชื่อว่าธุรกิจดิจิทัลทีวี จะช่วยสนับสนุนการสร้างผลกำไรในอนาคตได้ ร่วมกับผลตอบแทนจากธุรกิจโฮมช้อปปิ้ง และการปรับกลยุทธ์เพย์ทีวี โดยประมาณการสัดส่วนรายได้จากธุรกิจใหม่ จะคิดเป็น 50% ของรายได้รวมภายใน 4-5 ปีข้างหน้า จากปัจจุบันสัดส่วนอยู่ที่ 30%

สินทรัพย์รวม ณ สิ้นไตรมาส 2/2557 เท่ากับ 16,301 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 29 จากสิ้นปี 2556 จากรายการต้นทุนใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับประกอบธุรกิจดิจิทัลทีวี ซึ่งได้รับมาในวันที่ 25 เมษายน 2557 ขณะเดียวกันรายการสินทรัพย์ที่ลดลงในส่วนของเงินลงทุนชั่วคราวเกิดจากการไถ่ถอนเงินฝากประจำเพื่อชำระเงินกู้ยืมระยะสั้นและใช้หมุนเวียนในกิจการ ในส่วนของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นลดลงจากการรับชำระหนี้ร่วมกับรายได้การขายและโฆษณาที่ชะลอตัว ขณะที่สินทรัพย์ไม่มีตัวตนลดลงจากการตัดจำหน่ายระหว่างงวด และมีการจำหน่ายเงินลงทุนระยะยาวบางส่วนออกไปด้วย

สำหรับส่วนของหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นเป็น 6,442 ล้านบาท จาก 4,639 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2556 ซึ่งเป็นเงินกู้สำหรับประกอบกิจการดิจิทัลทีวี ร่วมกับการบันทึกหนี้สินที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระในส่วนต้นทุนการได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ ส่งผลให้หนี้สินรวมเพิ่มขึ้นเป็น 14,145 ล้านบาท สูงขึ้นร้อยละ 64 จากสิ้นปีก่อน ขณะที่ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เท่ากับ 2,157 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 46 จากสิ้นปีก่อน เนื่องจากยอดขาดทุนสะสมที่เพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

เพิ่มขึ้นจาก 1.17 เท่า ณ สิ้นปี 2556 เป็น 2.99 เท่า ณ สิ้นไตรมาส 2/2557

ทั้งนี้สถานการณ์ทางการเงินของบริษัท ฯ ยังคงแข็งแกร่ง โดยเฉพาะหลังการปรับกลยุทธ์เพย์ที่วี พีทซ์เรทติ้งส์ได้ขยับอันดับเครดิตในประเทศของจีเอ็มเอ็มแกรมมี่ เป็นบวก จากเดิมให้แนวโน้มเครดิตมีเสถียรภาพ พร้อมประกาศคงเครดิตในประเทศระยะยาวที่ BBB+ กับคงเครดิตในประเทศระยะสั้นที่ F2 สะท้อนปัจจัยความเสี่ยงที่ลดลง และฐานะทางการเงินดีขึ้น

กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงาน ในไตรมาสนี้เท่ากับ 269 ล้านบาท ในขณะที่กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุนลดลง 651 ล้านบาท จากค่าใช้จ่ายด้านการลงทุน อุปกรณ์ เทคโนโลยี และค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ธุรกิจดิจิทัลทีวี

นอกจากนี้ กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินเพิ่มขึ้น 1,371 ล้านบาทจากเงินกู้ยืมระยะยาว ส่งผลให้กระแสเงินสดสุทธิของไตรมาสนี้เพิ่มขึ้น 989 ล้านบาท ทำให้ ณ สิ้นไตรมาส 2/2557 บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเท่ากับ 1,755 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท	ไตรมาสที่ 2 ปี 2557	ไตรมาสที่ 2 ปี 2556
เงินสดและเทียบเท่า	1,755	800
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	5,552	5,027
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	8,994	4,993
รวมสินทรัพย์	16,301	10,820
หนี้สินหมุนเวียน	4,851	6,210
หนี้สินไม่หมุนเวียน	9,294	732
รวมหนี้สิน	14,145	6,942
ส่วนผู้ถือหุ้น	2,157	3,878
รวมหนี้สินและส่วนผู้ถือหุ้น	16,301	10,820
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนผู้ถือหุ้น (เท่า)	2.99	0.78

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ

นางสาวอัญชลี เจียรธรรม

ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์

โทร. 02 669 9952

อีเมล ir@gmmgrammy.com