

บทรายงานและการวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร

สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 3/2557

บทสรุปผู้บริหาร

บมจ.จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจสื่อและผลงานบันเทิงแบบครบวงจร บริษัทฯ มีการพัฒนารูปแบบธุรกิจด้วยความเชี่ยวชาญที่ได้สั่งสมมาตลอด เพื่อสร้างความเติบโตอย่างมั่นคงยั่งยืน และผลตอบแทนที่ดีในระยะยาวให้กับผู้ถือหุ้น ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมทุกภาคส่วนเป็นสำคัญ

ภาพรวมผลการดำเนินงานในไตรมาส 3 ของปี 2557 มีแนวโน้มดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากสถานะเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัว และสถานการณ์การเมืองเริ่มดีขึ้น โดยรายได้จากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องจากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.4 จากงวดเดียวกันของปีที่แล้ว บริษัทฯ สามารถสร้างรายได้จากธุรกิจใหม่ เติบโตถึงร้อยละ 40 จากปีก่อน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32 ต่อรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ ประกอบกับค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ลดลงร้อยละ 6.3 จากปีก่อน และภายหลังบริษัทฯ ได้ปรับกลยุทธ์ธุรกิจโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแบบบอกรับสมาชิก (เพย์ทีวี) ทำให้ลดภาระการขาดทุนได้อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตามสัดส่วนรายได้และกำไรจากธุรกิจเพลงและสื่อโดยเฉพาะทีวีปรับตัวลดลง ควบคู่กับธุรกิจดิจิทัลทีวียังอยู่ในช่วงของการเริ่มลงทุน ส่งผลให้ไตรมาสนี้ บริษัทฯ จึงยังมีผลขาดทุนสุทธิเท่ากับ 164 ล้านบาท

สำหรับธุรกิจดิจิทัลทีวีในไตรมาสที่ผ่านมา ยังคงมีอุปสรรคทั้งในเรื่องของโครงข่ายและการรับชมของประชาชนส่วนใหญ่ยังไม่เข้าถึงได้เต็มรูปแบบ อีกทั้งระบบเรตติ้งยังไม่ได้มาตรฐาน ส่งผลให้โฆษณายังไม่ตอบรับเท่าที่ควร แต่หลังจาก กสทช. ได้แจกคู่มือไป

แล้ว 4.1 ล้านคู่มือ ใน 21 จังหวัดและส่วนที่เหลือจะเริ่มแจกระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2557 – มีนาคม 2558 ตามพื้นที่ครอบคลุมของโครงข่ายดิจิทัลทีวี ประกอบกับผู้ผลิตเซตท็อปบ็อกซ์เกือบทุกรายใช้โปรโมชันหลากหลายรูปแบบจูงใจผู้บริโภคให้นำคู่มือมาใช้ ส่งผลให้ผู้ประกอบการดิจิทัลทีวีต่างรุกขึ้นมาปรับกลยุทธ์ เติมนคอนเทนต์แบบจัดเต็มเพื่อช่วงชิงเรตติ้ง พร้อมภาพรวมเศรษฐกิจที่ค่อย ๆ ฟื้นตัว จะทำให้มีเม็ดเงินโฆษณาไหลเข้ามามากขึ้น คาดว่าในปีหน้าธุรกิจดิจิทัลทีวี จะเข้าสู่การแข่งขันที่แท้จริง ทั้งในแง่ของเรตติ้งและฝั่งรายการน่าจะเปิดให้เห็นเต็มรูปแบบมากขึ้น

สำหรับแกรมมี่ได้เริ่มปล่อยรายการแม่เหล็กลงจอในเดือนตุลาคม และจะเติมรายการใหม่ ๆ เข้ามาอย่างต่อเนื่อง โดยส่งคอนเทนต์โดนใจตอบโจทย์คนดูจับกลุ่มวัยรุ่นได้อย่างยอดเยี่ยม จากละครซีรีส์เรื่อง “ฮอริโมนวัยวัยรุ่น ซีซั่น 2” ครองใจวัยรุ่นทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ละครมีติด “สงครามนางงาม” ช่อง ONE HD และคลับฟรายเดย์ ช่อง GMM Channel สร้างกระแสความนิยม และเป็นละครที่ถูกพูดถึงอย่างมาก บริษัทฯ มุ่งเน้นสร้างฐานผู้ชมให้ติดตามรับชมต่อเนื่อง โดยแต่ละช่องมีคาแรคเตอร์และโปรดิวเซอร์ชัดเจน มั่นใจว่าในไตรมาส 4 ปีนี้และปีหน้ารายได้โฆษณาจะทยอยเพิ่มขึ้น และเติบโตต่อเนื่อง จากฐานคนดูขยายตัวครั้งใหญ่เมื่อผู้บริโภคนำคู่มือมาแลกรายในไตรมาสแรกของปีหน้า

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นในแนวทางการสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัลของ กสทช. จากการผลักดันร่างประกาศเรื่องหลักเกณฑ์การจัดลำดับบริการโทรทัศน์ โดยกำหนดให้ช่องดิจิทัลทีวีเป็นหมายเลขเดียวกัน

ทุกโครงข่าย เพื่ออำนวยความสะดวกให้ประชาชนในการเข้าถึงบริการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ และส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม รวมถึงโครงการประชาสัมพันธ์ดิจิทัลทีวีด้วยงบประมาณกว่า 63.5 ล้านบาท พร้อมการขยายโครงข่าย MUX โดยกำหนดจุดติดตั้งสถานีเสริมอีก 75 แห่ง ทั้งยังมีแนวคิดหามาตรการเยียวยาด้วยการลดค่าธรรมเนียมให้ผู้ประกอบการดิจิทัลทีวีในอัตรา 2-4% และขยายเวลาชำระเงินประมูลดิจิทัลทีวีในงวดที่ 2 ไปเป็นปี 2559 ถือเป็นวิวัฒนาการที่เป็นมาตามลำดับ และเป็นสัญญาณที่ดีของธุรกิจนี้ ส่งผลให้บริษัทพร้อมที่จะลงทุนเพื่อพัฒนาช่องดิจิทัลทีวี 2 ช่องที่ประมูลมาอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งจากนี้ไปธุรกิจดิจิทัลทีวีจะเป็นธุรกิจหลักของแกรมมี่ร่วมกับธุรกิจเพลงแบบครบวงจร

ส่วนธุรกิจทีวีดาวเทียม รวมถึงแพลตฟอร์มแซท ผลประกอบการในไตรมาสนี้เพิ่มขึ้นร้อยละ 17 จากปีที่แล้ว โดยมียอดจำหน่ายกล่องรับสัญญาณดาวเทียมเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในรุ่น Mini และ HD Lite Bundle Content ซึ่งได้รับความนิยมจากฐานผู้ชมพรีเมียร์อีกด้วยราคาที่ย่อมเยา โดยขณะนี้เปิดตัวเลขกล่องสะสมในไตรมาสรวม 3 ล้านกล่อง และคาดว่าจะขยายในไตรมาสสุดท้ายจะได้รับปัจจัยหนุนจากกระแสกล่องดิจิทัลทีวี ซึ่งจีเอ็มเอ็ม แซท ได้จับมือกับ ล็อกซเลย์ เปิดตัวกล่อง “จีเอ็มเอ็ม แซท ซีซั่น บาย ล็อกซเลย์” เป็นกล่องรับสัญญาณดิจิทัลทีวี รุ่น T2 ระดับไฮเอนด์ ถือเป็นกรณีศึกษาความสำเร็จของความเป็นหนึ่งด้านเทคโนโลยีอุปกรณ์กล่องรับสัญญาณ เข้ากับความเป็นหนึ่งด้านธุรกิจบันเทิงและการตลาด สำหรับธุรกิจโฮมช้อปปิ้ง ยอดขายรายวันยังคงขยายตัวอย่างรวดเร็ว ได้กระแสตอบรับที่ดี

ด้วยรูปแบบรายการ “Shopfotainment: Shopping, Informative, Entertainment” ที่นำเสนอสินค้าควบคู่ไปกับการให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด ชัดเจน ผสมผสานกับสาระความบันเทิง โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นสำคัญ เน้นกลยุทธ์การคัดเลือกสินค้าที่ดี มีคุณภาพ และการให้บริการที่รวดเร็ว จัดส่งทั่วประเทศโดยไม่มีค่าใช้จ่าย พร้อมเสนอทางเลือกในการชำระเงินที่หลากหลายต่อลูกค้า

สำหรับกลุ่มธุรกิจสื่อ โดยเฉพาะสื่อทีวี ได้รับผลกระทบจากเงินโฆษณาช่วง 9 เดือนที่ผ่านมาหมดตัว แม้ว่าดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง แต่กำลังซื้อค่อย ๆ เริ่มฟื้นตัว อีกทั้งพฤติกรรมผู้ชมที่เปลี่ยนแปลง โดยรับชมผ่านสมาร์ตทีวี แบบทุกที่ทุกเวลา คาดว่าเม็ดเงินโฆษณาเริ่มไหลออกจากสื่อเดิมไปยังสื่อใหม่ที่ราคาถูกกว่าและเข้าถึงผู้บริโภคมากกว่า ฉะนั้นเจ้าของสินค้าและเอเยนซีต้องปรับกลยุทธ์การโฆษณาหลากหลายช่องทางเพื่อตอบโจทย์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สำหรับในส่วนของธุรกิจสิ่งพิมพ์จะค่อย ๆ ลดลงตามแนวโน้มการเปิดรับสื่อที่เริ่มเปลี่ยนไป เมื่อมองในแง่ของเม็ดเงินโฆษณาในช่วงปลายปีนี้เป็นไฮซีซั่นของการขาย เชื่อว่า

จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ภาพรวมตลาดกลับมาทรงตัวเท่ากับปีก่อนได้

สำหรับภาพรวมธุรกิจเพลงและดิจิทัลคอนเทนต์ในปีนี้มีอัตราการเติบโตลดลงจากผลกระทบทางเศรษฐกิจ ร่วมกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง บริษัทฯ เดินหน้าพัฒนาบริการรูปแบบใหม่ ๆ เร่งขยายช่องทางเพื่อสร้างรายได้ใหม่เข้ามาเสริม จากการเปิดให้บริการมิวสิคสตรีมมิ่งและการโปรโมทเพลงผ่านยูทูบ ซึ่งยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ล่าสุด บริษัทฯ ได้เปิดตัว “GWorld” 3D โซเชียลเน็ตเวิร์คที่สมบูรณ์แบบที่สุดแห่งแรกของเมืองไทย ด้วยจุดเด่นเป็นโลกเสมือนจริงสุดแปลกของคอนเสิร์ตใหม่ ซึ่งคุ้นเคยการติดต่อบนโลกออนไลน์อยู่แล้ว สามารถเข้าไปพบกับความบันเทิงที่แกรมมี่ได้รวมเอาคอนเทนต์ต่าง ๆ ที่หลากหลายและได้รับความนิยมสูงสุดมาอยู่ในที่เดียวกัน ถือเป็นธุรกิจที่สามารถเชื่อมความสัมพันธ์ของบริษัทและแฟนคลับให้ใกล้ชิดมากขึ้นบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

สำหรับโซวีสปีทแอนด์เอนเตอร์เทนเมนต์ได้รับปัจจัยบวกจากสถานการณ์การเมืองนิ่ง ส่งผลให้คอนเสิร์ต อีเวนต์ เลื่อนมาจัดงานในช่วงไตรมาสสุดท้ายกันอย่างคึกคัก ได้แก่ คอนเสิร์ตทัวร์ ดัมมะชาติ ของชาธิวกบงบอดี้ส์แลมคอนเสิร์ตของนักร้องดูโออย่าง นิว-จิ๋ว เทย

แฟร์ เฟสตีวัล คาร์นิวัล แห่แห่น คอนเสิร์ต เรทโทรสเปค สวีทมัลเลท vs. เดอะเวสต์ คอนเสิร์ต ปฏิภาณ ปาริตี 25 ปี คอนเสิร์ต Glow in the Dark Party Paradox คอนเสิร์ต Give Me Five โดยเอ-โทมัส โซวีสปีท สูดียอดโปรดั๊กชั่น จัดแสดงรวมพล 5 พระเอกแถวหน้าพร้อมกับปิดท้ายปลายปีด้วยเทศกาลดนตรีบิกเมาน์เทน มิวสิค เฟสตีวัล สำหรับทิศทางของธุรกิจอีเวนต์โซวีสปีทปีหน้าจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ล่าสุด บริษัทฯ ได้เปิดตัว “เมืองไทย จีเอ็มเอ็ม ไอลิพี เอ้าส์” คอนเสิร์ตฮอลล์ที่สมบูรณ์แบบที่สุดย่านใจกลางเมือง ณ บริเวณชั้น 8 เซ็นทรัลเวิลด์ เพื่อรองรับการจัดคอนเสิร์ตของศิลปินในเครือจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ และพันธมิตรหวังเพิ่มช่องทางสร้างรายได้ให้กับกลุ่มธุรกิจโซวีสปีท และต่อยอดสร้างรายได้เพิ่มให้กลุ่มธุรกิจเพลง

พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ยังได้เตรียมพร้อมทางด้านแหล่งทุนสำหรับขับเคลื่อนธุรกิจใหม่สู่ความสำเร็จ โดยที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนเมื่อวันที่ 24 กันยายน 2557 คาดว่าผลการเพิ่มทุนจะเสร็จสิ้นภายในไตรมาสสุดท้ายของปีนี้ ส่งผลให้อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้นหลังการเพิ่มทุนปรับตัวดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

ผลการดำเนินงานไตรมาส 3/2557

หน่วย : พันบาท	ไตรมาส 3/2557	ไตรมาส 3/2556	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)
รายได้จากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์	2,565,977	2,480,979	3.43
รายได้อื่น ๆ	100,282	151,800	-33.94
ค่าใช้จ่าย			
ต้นทุนขายและบริการ	1,803,157	1,602,082	12.55
ค่าใช้จ่ายในการขาย	180,898	239,671	-24.52
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	774,789	779,837	-0.65
รวมค่าใช้จ่าย	2,758,844	2,621,590	5.24

กำไรก่อนส่วนแบ่งกำไร ค่าใช้จ่ายทางการเงิน และภาษี	-92,585	11,189	n.m.
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	13,307	6,234	113.46
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษีเงินได้นิติบุคคล	-79,278	17,423	n.m.
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	-91,641	-31,906	n.m.
กำไรก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล	-170,919	-14,483	n.m.
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	35,757	-39,697	n.m.
กำไรสำหรับงวดจากการดำเนินงานต่อเนื่อง	-135,162	-54,180	n.m.
กำไรสำหรับงวดจากการดำเนินงานที่ยกเลิก	-	-230,217	n.m.
กำไรสำหรับงวด	-135,162	-284,397	n.m.
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	28,847	1,503	1819.29
กำไรส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	-164,009	-285,900	42.63
อัตราส่วนทางการเงิน			
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	29.73	35.43	
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายการขายและบริหารต่อรายได้รวม (ร้อยละ)	35.84	38.72	
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (ร้อยละ)	-6.15	-10.86	

รายได้จากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ ในไตรมาส 3/2557 เท่ากับ 2,566 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.4 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน จากธุรกิจโชว์บิส ธุรกิจภาพยนตร์ ธุรกิจโฮมช้อปปิ้งและธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม อย่างไรก็ตามบริษัทฯ อยู่ในช่วงกำลังลงทุนในธุรกิจใหม่ โดยเฉพาะในส่วนของดิจิทัลทีวี ส่งผลให้มีผลขาดทุนสุทธิในไตรมาสนี้เท่ากับ 164 ล้านบาท

โดยผลการดำเนินงานในแต่ละกลุ่มธุรกิจสามารถสรุปได้ดังนี้

ธุรกิจที่ดำเนินการอยู่แล้ว

ธุรกิจเพลง ประกอบด้วย การจำหน่ายสินค้าเพลง (Physical Products) การจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ และการจัดการแสดง (Show Biz) รายได้รวมจากธุรกิจเพลงในไตรมาสนี้เท่ากับ 510 ล้านบาท ปรับตัวดีขึ้นกว่าไตรมาสก่อนแต่ลดร้อยละ 5 จากงวดเดียวกันในปีที่แล้ว สำหรับรายได้จากธุรกิจเพลงคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า

การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 22 ในปีก่อน

ธุรกิจดิจิทัล ได้แก่การจัดจำหน่ายสินค้าเพลงในรูปแบบดิจิทัล ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการดาวน์โหลดเพลงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ รายได้จากธุรกิจดิจิทัลในไตรมาสนี้เท่ากับ 99 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 25 จากปีก่อน รายได้ในส่วนนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ หลังจากที่บ้านได้ปรับกลยุทธ์เข้าสู่สู่มิวสิคสตรีมมิ่งเต็มรูปแบบเพื่อการฟังเพลงแบบออนไลน์และดาวน์โหลด ก็ช่วยกระตุ้นยอดได้ดีในระดับหนึ่ง โดย AIS ได้เพิ่มการประชาสัมพันธ์บริการดังกล่าว และให้สิทธิพิเศษทดลองใช้ฟรีสำหรับกลุ่มลูกค้าเซเรเนด เชื่อว่าจะสามารถขยายฐานผู้ใช้บริการเพิ่มเติมเป็นหลักแสนได้ และในส่วนของ YouTube Thailand ก็มีจำนวนสมาชิกเพิ่มอย่างต่อเนื่องถึง 14 ล้านราย รับชมผ่านช่อง GMM และกลุ่มธุรกิจในเครือกว่า 50 ช่อง ซึ่งมีการเติบโตของรายได้ผ่านยอดวิวอย่างต่อเนื่อง

ทั้งในส่วนคอนเทนต์แกรมมี่ที่เป็นเพลง และอื่นๆ เช่น ละคร รายการทีวี

ธุรกิจสื่อ ประกอบด้วยวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ รายได้รวมจากธุรกิจสื่อในไตรมาสนี้เท่ากับ 578 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 32 จากปีก่อน เพราะได้รับผลกระทบจากตลาดโฆษณาที่ชะลอตัวต่อเนื่องตั้งแต่ต้นปี โดยยอดใช้งบโฆษณาหดตัวทุกสื่อ ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ ในอัตราร้อยละ 39 ร้อยละ 13 และร้อยละ 24 ตามลำดับ โดยรายได้รวมจากสื่อทั้งหมด แบ่งส่วนเป็นสื่อโทรทัศน์ร้อยละ 63 สื่อวิทยุร้อยละ 32 และสื่อสิ่งพิมพ์ร้อยละ 4 สำหรับไตรมาสนี้รายได้รวมจากธุรกิจสื่อคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ ลดลงจากร้อยละ 34 ในปีก่อน

ธุรกิจภาพยนตร์ รายได้รวมจากธุรกิจภาพยนตร์ในไตรมาสนี้เท่ากับ 199 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันในปีก่อนถึงร้อยละ 290 ส่วนหนึ่งเกิดจากภาพยนตร์ใหม่ที่เข้าฉายเรื่อง “ปากไว้ในกายเธอ” ทำรายได้ Box

Office กว่า 71 ล้านบาท ร่วมกับการเสริมกลยุทธ์เพิ่มมีเดียไท-อิน และการสนับสนุนของสปอนเซอร์ในซีรีส์ฮอโรโมน ซีซั่น 2 ที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก ส่งผลให้ไตรมาสนี้รายได้จากธุรกิจภาพยนตร์คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ จากสัดส่วนร้อยละ 2 ในปีก่อน

ธุรกิจบริการรับจัดและบริหารกิจกรรม

ในไตรมาสนี้มีรายได้รวมเท่ากับ 252 ล้านบาท พื้นตัวขึ้นจากไตรมาสก่อน และลดลงเพียงเล็กน้อยร้อยละ 1 จากงวดเดียวกันปีที่แล้ว โดยรายได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์

ธุรกิจที่เริ่มดำเนินการใหม่

ธุรกิจโฮมช้อปปิ้ง ดำเนินงานภายใต้บริษัทร่วมทุนระหว่าง แกรมมี่ และ CJ Group จากเกาหลี ไตรมาสนี้มีผลประกอบการเติบโตสูงต่อเนื่องถึงร้อยละ 74 เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว สามารถทำรายได้ 304 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ คาดว่าธุรกิจนี้จะสามารถสร้างผลกำไรได้ภายในไตรมาสที่ 4 โดยในช่วงครึ่งปีหลัง บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายกลุ่มลูกค้าไปที่เด็กและผู้ชาย ในขณะที่สินค้าประเภทไอที และเครื่องสำอางกำลังเป็นที่นิยมและมาแรง รวมทั้งวางแผนขยายช่องทางผ่านเคเบิลทีวีให้ครอบคลุมกลุ่มผู้ชมเพิ่มขึ้น สำหรับทิศทางการดำเนินงานในปีหน้า โอช้อปปิ้งจะให้ความสนใจกับสินค้าประเภทแฟชั่นที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์คนไทย โดยบริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะเป็นเทรนด์เซตเตอร์ (Trend Setter) คัดสรรสินค้าให้ตรงใจผู้บริโภคมากที่สุด เพื่อมุ่งหวังก้าวสู่ความเป็นผู้นำของโฮมช้อปปิ้งที่คนไทยไว้วางใจอันดับหนึ่ง อีกด้วย

ธุรกิจโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ประกอบด้วยธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ธุรกิจแพลตฟอร์มโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม GMM Z ในไตรมาสนี้ รายได้จากธุรกิจนี้เท่ากับ 495 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 17 รายได้จากธุรกิจนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 17 ในปีก่อน

สำหรับการดำเนินงานแพลตฟอร์มแซทโทรมาสนี้ มียอดจำหน่ายกล่องรับสัญญาณดาวเทียมอยู่ที่ 3.4 แสนกล่อง จากสัดส่วนการขายกล่องรุ่น Mini และ HD-Lite Bundle ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในช่วงการเปิดฤดูกาลใหม่ของฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ขณะเดียวกันรายการช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม (ฟรีทูแอร์) ในไตรมาสนี้ก็ยังคงรักษาระดับรายได้ใกล้เคียงกับไตรมาสก่อน แต่ภาพรวมทั้งปีได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่อง จากตลาดโฆษณาชะลอตัว และการเปิดตัวของดิจิทัลทีวี ประกอบกับกฎข้อบังคับมีสดีแคร์รี่ ส่งผลให้ช่องดาวเทียมต้องปรับเปลี่ยนเร่งพัฒนาคอนเทนต์สร้างความแตกต่าง

ธุรกิจดิจิทัลทีวี รายได้ในไตรมาสนี้ เท่ากับ 33 ล้านบาท ล่าสุดช่อง GMM Channel ได้เดินทางไปเปิดตัวมังงะรายการเฟสแรก ซึ่งมุ่งเจาะคนดูกลุ่มแมส คนรุ่นใหม่ทุกเพศทุกวัย ภายใต้แนวคิด “สนุกทุกวัน อยู่ด้วยกันทุกเวลา” ชูคอนเทนต์วาไรตี้ ละคร บันเทิง หนังสือ ซีรีส์ ขณะเดียวกันช่อง ONE HD ก็เปิดตัวมังงะรายการใหม่ส่งท้ายปีด้วยคอนเทนต์ใหม่ตรงใจผู้ชม อาทิ “สงครามนางงาม” ออกอากาศหลัง 22.00 น. เพื่อสร้างความแตกต่างกับละครทีวีอื่น ๆ เจาะกลุ่มผู้ชมอายุ 18 ปีขึ้นไป รวมถึงซีทคอม “เป็นต่อ” ซีซั่นใหม่ ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

ต้นทุนขายและบริการ ในไตรมาสนี้เท่ากับ 1,803 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.6 จากงวด

เดียวกันของปีก่อน เนื่องจากธุรกิจดิจิทัลทีวี มีการตัดจ่ายต้นทุนค่าใบอนุญาต และต้นทุนค่าส่งสัญญาณ (MUX) รวมถึงต้นทุนการผลิตรายการ ในขณะที่โทรทัศน์ผ่านดาวเทียมมียอดขายกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมสูงขึ้นด้วย เช่นเดียวกับธุรกิจโฮมช้อปปิ้ง ก็มีต้นทุนขายและบริการเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับอัตราการเติบโตของรายได้ ในส่วนธุรกิจเดิมมีต้นทุนขายและบริการลดลงจากรายรับที่หดตัว ในอัตราร้อยละ 8 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59 ของรายได้รวมในธุรกิจเพลง ธุรกิจสื่อ ธุรกิจภาพยนตร์และแอนิเมชัน รวมถึงธุรกิจรับจัดและบริหารกิจกรรม

กำไรขั้นต้น ในไตรมาสนี้ปรับตัวดีขึ้นจากไตรมาสก่อน เท่ากับ 763 ล้านบาท ประกอบด้วยกำไรขั้นต้นจากธุรกิจเดิมเท่ากับ 671 ล้านบาท และธุรกิจใหม่ 92 ล้านบาท โดยภาพรวมลดลงร้อยละ 13 จากงวดเดียวกันในปีที่แล้ว เนื่องจากธุรกิจสื่อที่มีรายได้ค่าโฆษณาลดลง ร่วมกับธุรกิจเพลงทั้งในส่วน Physical และ Digital Download ที่ลดลง

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวม ในไตรมาสนี้เท่ากับ 956 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 6 จากปีก่อน และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36 ของรายได้รวม โดยค่าใช้จ่ายในธุรกิจสื่อและโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมปรับตัวลดลงตามยอดขาย ในขณะที่ธุรกิจใหม่มีค่าใช้จ่ายทางการตลาดเพิ่มสูงขึ้นในส่วนโฮมช้อปปิ้ง ร่วมกับค่าใช้จ่ายในการบริหารธุรกิจดิจิทัลทีวีที่เพิ่มขึ้น

กำไรสุทธิ ในไตรมาสนี้บริษัทฯ มีผลขาดทุนสุทธิเท่ากับ 164 ล้านบาท ปรับตัวขึ้นร้อยละ 43 จากงวดเดียวกันปีก่อน เนื่องจากการปรับโครงสร้างการลงทุน ส่งผลให้ไม่มีการขาดทุนจากธุรกิจเพย์ทีวีอีกต่อไป

สินทรัพย์รวม ณ สิ้นไตรมาส 3/2557 เท่ากับ 15,950 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 27 จากสิ้นปี 2556 จากรายการต้นทุนใบอนุญาต

ให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับประกอบธุรกิจดิจิทัลทีวี ขณะเดียวกันรายการสินทรัพย์หมุนเวียนอื่นที่ลดลง เกิดจากการไถ่ถอนเงินฝากประจำเพื่อชำระเงินกู้ยืมระยะสั้นและใช้หมุนเวียนในกิจการ ขณะที่ เงินลงทุนระยะยาวอื่นเพิ่มขึ้นจากการลงทุนในหุ้นสามัญ CTH และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนลดลงจากการตัดจำหน่ายระหว่างงวด รวมทั้งมีการขายบริษัทย่อยออกไปด้วย

สำหรับส่วนของหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยเท่ากับ 6,481 ล้านบาท ใกล้เคียงกับไตรมาสก่อน ซึ่งเป็นเงินกู้สำหรับประกอบกิจการดิจิทัลทีวี ร่วมกับการบันทึกหนี้สินที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระในส่วนต้นทุนการได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ ส่งผลให้หนี้สินรวมเพิ่มขึ้นเป็น 13,918 ล้านบาท สูงขึ้นร้อยละ 61 จากสิ้นปีก่อน ขณะที่ ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ

เท่ากับ 2,032 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 49 จากสิ้นปีก่อน เนื่องจากยอดขาดทุนสะสมที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นจาก 1.17 เท่า ณ สิ้นปี 2556 เป็น 3.19 เท่า ณ สิ้นไตรมาส 3/2557 ทั้งนี้บริษัทฯ คาดว่าผลจากการเพิ่มทุน จะทำให้อัตราส่วนหนี้สิน ต่อส่วนผู้ถือหุ้นหลังการเพิ่มทุน ปรับตัวดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงาน ในไตรมาสนี้เท่ากับ 292 ล้านบาท ในขณะที่กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุนลดลง 430 ล้านบาท และกระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินเพิ่มขึ้น 22 ล้านบาท ส่งผลให้กระแสเงินสดสุทธิของไตรมาสนี้ลดลง 699 ล้านบาท ทำให้ ณ สิ้นไตรมาส

3/2557 บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเท่ากับ 1,056 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท	ไตรมาสที่ 3 ปี 2557	ไตรมาสที่ 3 ปี 2556
เงินสดและเทียบเท่า	1,056	3,190
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	4,879	4,929
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	10,015	3,775
รวมสินทรัพย์	15,950	11,894
หนี้สินหมุนเวียน	4,623	6,680
หนี้สินไม่หมุนเวียน	9,295	711
รวมหนี้สิน	13,918	7,391
ส่วนผู้ถือหุ้น	2,032	4,503
รวมหนี้สินและส่วนผู้ถือหุ้น	15,950	11,894
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อ ส่วนผู้ถือหุ้น (เท่า)	3.19	0.74

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ

นางสาวอัญชลี เจียรธรรม

ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์

โทร. 02 669 9952

อีเมล ir@gmmgrammy.com