

# บทรายงานและการวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร สำหรับผลการดำเนินงานประจำปี 2558

## บทสรุปผู้บริหาร

บมจ.จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจสื่อและผลงานบันเทิงแบบครบวงจร บริษัทฯ มีการพัฒนารูปแบบธุรกิจด้วยความเชี่ยวชาญที่ได้สั่งสมมาตลอด เพื่อสร้างความเติบโตอย่างมั่นคงยั่งยืน และผลตอบแทนที่ดีในระยะยาวให้กับผู้ถือหุ้น ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมทุกภาคส่วน เป็นสำคัญ

ภาพรวมเศรษฐกิจในปี 2558 อยู่ในภาวะชะลอตัว โดยเฉพาะตั้งแต่ช่วงครึ่งปีหลังจนถึงต้นปี 2559 ที่ผ่านมา ภาคธุรกิจมีการใช้งบประมาณด้วยความระมัดระวัง อีกทั้งในเดือนมกราคมเป็นช่วงโลว์ซีซั่น ส่งผลให้ไตรมาสแรกปีนี้งบประมาณอาจอยู่ในภาวะทรงตัวเช่นเดียวกับปีก่อน ดังนั้นการดำเนินธุรกิจสื่อ ในปีนี้จึงมีความท้าทายค่อนข้างมาก สะท้อนให้เห็นภาพการแข่งขันที่จะมุ่งเน้นการนำเสนอความคุ้มค่าและครบวงจรให้แก่กลุ่มลูกค้าให้มากที่สุด

สำหรับรายได้รวมของบริษัทฯ จากการขายสินค้า การให้บริการ และการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ในปี 2558 ลดลงร้อยละ 2.9 จากปีก่อน เป็นผลจากการจัดประเภทเงินลงทุนในบริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ซึ่งเดิมถือเป็นบริษัทย่อย เปลี่ยนเป็นเงินลงทุนในการร่วมค้าและบันทึกด้วยวิธีส่วนได้เสีย จึงทำให้ไม่มีการนำเสนอข้อมูลทางการเงินของส่วนงานที่วัดดิจิทัลช่องทางในแต่ละรายการในงบการเงินรวม แต่จะปรากฏในรายการส่วนแบ่งกำไร/ขาดทุนจากเงินลงทุนในการร่วมค้า นับตั้งแต่ไตรมาส 2/2558 เป็นต้นมา อย่างไรก็ตามหากพิจารณาภาพรวมรายได้โดยรวมรายได้จากกลุ่มดิจิทัลทีวีช่องทางแล้ว พบว่า

รายได้จากธุรกิจทั้งหมดของบริษัทเติบโตในอัตราร้อยละ 5.8 สืบเนื่องจากการเติบโตของธุรกิจเพลง โดยเฉพาะโซวบีซและดิจิทัลมิวสิกขยายตัวได้ดีมาก นอกจากนี้รายได้จากธุรกิจโฮมช้อปปิ้งก็มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องเป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ สำหรับรายได้จากกลุ่มดิจิทัลทีวีในปี 2558 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างน่าพอใจทุกไตรมาส

ในปี 2558 บริษัทได้มีการปรับปรุงทางบัญชี ประกอบด้วย การตั้งสำรองค่าเผื่อการด้อยค่าเงินลงทุนในธุรกิจเพย์ทีวีที่จำนวนรวมมูลค่ากว่า 1,030 ล้านบาท (ตามหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 16) และการปรับปรุงมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ประกอบธุรกิจดิจิทัลทีวี ให้สอดคล้องกับประกาศที่จัดทำโดยคณะกรรมการกำหนดมาตรฐานการบัญชีที่เผยแพร่ในวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2559 ทำให้บริษัทฯ มีการรับรู้ผลขาดทุนเพิ่มอีก 92 ล้านบาท (ตามหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 4) ส่งผลให้ภาพรวมปี 2558 บริษัทยังประสบภาวะขาดทุนสุทธิกว่า 1,145 ล้านบาท ทั้งนี้ หากไม่นับรวมรายการพิเศษดังกล่าว พบว่าภายหลังแกรมมี่จัดทำปรับผังธุรกิจ ร่วมกับการควบคุมต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพนั้น ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายรวมในการขายและบริหาร ลดลงถึงร้อยละ 7 จากปีก่อนรวมทั้งผลขาดทุนจากการดำเนินงานที่ต่อเนื่อง ก็ปรับตัวดีขึ้นอย่างก้าวกระโดดกว่าร้อยละ 98 จากปีก่อน

สำหรับธุรกิจเพลง แกรมมี่ในฐานะผู้นำตลาดได้สร้างปรากฏการณ์ใหม่ ๆ ให้กับ

วงการเพลงไทยในปีนี้ โดยเฉพาะในช่องทางโซเซียลมีเดีย ที่มีการพูดถึง การแชร์ การรับชม และการติดตามซึ่งเกิดขึ้นกันอย่างแพร่หลาย สำหรับเพลงของแกรมมี่ที่ติดทำเนียบยอดวิวทะลุ 100 ล้านวิว ได้แก่ “ทิ้งไว้กลางทาง” ของวงโปเตโต้ “เชือกพิเศษ” ของวงลาบานูน “Please” ของอะตอม-ชนกันต์ “อยู่ตรงนี้นานกว่านี้” และ “คำถามซึ่งไร้คนตอบ” ของเก็ทสี่โนว่า ซึ่งก่อนหน้านี้อาจได้สร้างปรากฏการณ์จากเพลง “ไกลแค่ไหนคือใกล้” ที่ก้าวข้ามความสำเร็จระดับ 200 ล้านวิวเป็นเพลงแรกในเมืองไทยอีกด้วย กระแสความแรงของเพลงจากแกรมมี่ ยังถูกสะท้อนผ่านช่องทางต่าง ๆ อีกเช่น การจัดอันดับเพลงยอดนิยมจาก YouTube ประจำปี 2558 ในท็อปไฟว์ ก็มีเพลงของแกรมมี่ติดอันดับถึง 4 เพลง โดยภาพรวมทั้งปี 2558 แกรมมี่ได้ผลิตผลงานเพลงทั้งสตริงและลูกทุ่งจำนวนกว่า 299 ซิงเกิ้ล และผลิตอัลบั้มมากถึง 370 อัลบั้ม ซึ่งครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภคทุกประเภท ถือเป็นปีที่มีการปรับโครงสร้างวางรากฐานให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น ซึ่งจะขับเคลื่อนให้เกิดตัวเลขทางธุรกิจต่อไปได้อย่างมีนัยสำคัญ

จากการเข้าร่วมประชุมคณะทำงานแก้ไขปัญหาดิจิทัลทีวี ซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการดิจิทัลทีวี ผู้ให้บริการโครงข่าย หนาคาร หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากปัจจุบันยังมีเงื่อนไขสำคัญอีกหลายประการที่ยังไม่มีการดำเนินการให้สำเร็จ ล่วงตามหลักเกณฑ์การประมูล อาทิ การแจกใบอนุญาตให้ทุกครัวเรือนทั่วประเทศ การ

ขยายโครงข่ายดิจิทัลทีวีให้เข้าถึงผู้ชมด้วยสัญญาณที่มีคุณภาพ การประชาสัมพันธ์ การสำรวจเรตติ้ง เป็นต้น ส่งผลให้การพัฒนาของอุตสาหกรรมดิจิทัลทีวีไม่สามารถเติบโตตามอัตราที่คาดการณ์ไว้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เริ่มเห็นความคืบหน้าในการเร่งผลักดันมาตรการต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการบังคับใช้ประกาศเรียงช่องดิจิทัลทีวีที่เหมือนกันทุกโครงข่าย การจัดทำระบบวัดเรตติ้งใหม่ในรูปแบบมัลติสกรีน ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดร่วมกันทั้งภาครัฐผู้ประกอบการ และประชาชน และส่งผลบวกอย่างมากต่ออุตสาหกรรมในระยะยาวที่ผ่านมาช่องดิจิทัลทีวีของแกรมมี่ได้สร้างบุคลิกและคาแรคเตอร์ไว้อย่างโดดเด่นประสบความสำเร็จทั้งในด้านแบรนด์ดิ้งและ

เรตติ้งซึ่งปรับตัวสูงขึ้นมาตลอดทุกไตรมาส จากความสำเร็จของรายการไฮไลต์ คือละครไพรม์ไทม์ ซีรีส์ และซีทคอม ร่วมกับวาไรตี้ต่าง ๆ อีกทั้งยังได้ผลตอบรับจากการขายโฆษณาที่ดี เนื่องจากมีช่องทางออกอากาศที่หลากหลาย ทำให้แบรนด์สามารถเลือกลงโฆษณาได้ตามรายการตามช่วงเวลาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้า ซึ่งกลยุทธ์ในปีนี้มีเป้าหมายที่จะขยายฐานผู้ชมด้วยการลงทุนวางคอนเทนต์คุณภาพต่อเนื่อง ดึงคนดูอยู่กับช่องนานๆ ร่วมกับการทำการตลาดอย่างสร้างสรรค์ภายใต้ยุทธศาสตร์โทเทิล มีเดีย โอลิชั่น จุดเด่นการผลิตคอนเทนต์ที่ตอบโจทย์กลยุทธ์สื่อแบบวัน สตรีป เซอร์วิส ในยุคที่ผู้ชมเสพสื่อและคอนเทนต์หลากหลายแพลตฟอร์ม ทั้งนี้บริษัทฯ ยังเชื่อว่า

ตลาดบิโชนาน่าจะเริ่มกลับมาสู่ระดับปกติได้ในช่วงครึ่งปีหลัง จากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลหลายด้าน มีผลต่อกำลังซื้อและความเชื่อมั่นในการลงทุน ร่วมกับปัจจัยบวกการเมืองนี้ คาดว่าภาพรวมของอุตสาหกรรมโฆษณาทั้งปีน่าจะยังเติบโตได้ตามอัตรากำไรขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยช่องดิจิทัลทีวีทั้งสองช่องนั้น เป็นพื้นที่องสำคัญที่จะพาบริษัทไปสู่เป้าหมายผู้นำที่แข็งแกร่งในอุตสาหกรรมสื่อของเมืองไทย ด้านสถานะทางการเงินของบริษัทฯ ยังคงเข้มแข็ง ภายหลังจากปรับโครงสร้างธุรกิจ ส่งผลให้ภาระหนี้สินลดลงอย่างมีนัยสำคัญ และมีอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นปรับตัวดีขึ้นเท่ากับ 0.8 เท่า ณ สิ้นปี 2558

## ผลการดำเนินงานประจำปี 2558

หน่วย : พันบาท	ปี 2558	ปี 2557 (ปรับปรุงใหม่)	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)
รายได้จากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์	8,598,322	8,857,384	-2.9
รายได้อื่น ๆ	1,105,255	406,559	171.9
<b>รวมรายได้</b>	<b>9,703,577</b>	<b>9,263,943</b>	<b>4.7</b>
ต้นทุนขายและบริการ	5,742,911	6,223,409	-7.7
ค่าใช้จ่ายในการขาย	638,895	815,162	-21.6
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	2,889,156	2,979,107	-3.0
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	1,030,340	-	-
<b>รวมค่าใช้จ่าย</b>	<b>10,301,302</b>	<b>10,017,677</b>	<b>2.8</b>
กำไร/(ขาดทุน) ก่อนส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) ค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษี	(597,725)	(753,734)	-20.7
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	4,513	14,351	-68.6
ส่วนแบ่งกำไร/(ขาดทุน) จากเงินลงทุนในการร่วมค้า	(337,734)	10,152	-3426.7%
กำไร/(ขาดทุน) ก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(930,946)	(729,230)	27.7
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	(271,593)	(458,532)	-40.8
กำไร/(ขาดทุน) ก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(1,202,538)	(1,187,762)	1.2
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	67,307	71,387	-5.7
กำไร/(ขาดทุน) สำหรับปีจากการดำเนินงานต่อเนื่อง	(1,135,232)	(1,116,374)	1.7
กำไร/(ขาดทุน) สำหรับปีจากการดำเนินงานที่ยกเลิก	-	(1,228,996)	-100.0

กำไร/(ขาดทุน)สำหรับปี	(1,135,232)	(2,345,371)	-51.6
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	10,252	67,147	-84.7
กำไร/(ขาดทุน)ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	(1,145,484)	(2,412,517)	-52.5
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	33.2	29.7	
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายการขายและบริหารต่อรายได้รวม (ร้อยละ)	36.4	41.0	
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (ร้อยละ)	(11.8)	(26.0)	

รายได้จากการขายสินค้า การให้บริการและค่าลิขสิทธิ์ในปี 2558 เท่ากับ 8,598 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 2.9 เมื่อเทียบกับปีก่อน สืบเนื่องจากการลดลงของรายได้ในดิจิทัลทีวีช่องทาง ซึ่งเป็นผลจากการปรับเปลี่ยนการบันทึกบัญชีจากงบการเงินรวมเป็นการบันทึกตามวิธีส่วนได้เสีย อย่างไรก็ตามรายได้จากธุรกิจอื่นของกลุ่มบริษัทยังคงมีการเติบโตในอัตราร้อยละ 5.8 จากการเติบโตของธุรกิจเพลง ดิจิทัลทีวีช่อง GMM25 ธุรกิจโฮมช้อปปิ้ง และอื่นๆ

บริษัทได้มีการปรับปรุงวิธีการบันทึกราคาทุนของใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการโทรทัศน์ ให้สอดคล้องกับมาตรฐานการบัญชี โดยให้มูลค่าเทียบเท่าเงินสดคิดลดจำนวนเงินที่ต้องจ่ายชำระเพื่อให้เป็นมูลค่าปัจจุบัน และบันทึกผลต่างระหว่างราคาเทียบเท่าเงินสดกับจำนวนเงินทั้งหมดที่ต้องจ่ายชำระเป็นต้นทุนทางการเงินตลอดอายุของการจ่ายชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการดิจิทัลทีวี พร้อมทั้งปรับปรุงย้อนหลังข้อมูลในงบการเงินปีก่อนหน้านี้ด้วย

**ธุรกิจเพลง** ประกอบด้วย การจำหน่ายสินค้าเพลง (Physical Products) และดิจิทัลมิวสิกผ่านช่องทางต่าง ๆ รวมถึงการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ ธุรกิจโซวบีซและธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมฟรีทูแอร์ของแพนทีวี รายได้รวมจากธุรกิจเพลงในปี 2558 เท่ากับ

3,252 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.4 จากปีก่อน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38 ของรายได้จากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 32 ในปีก่อน สำหรับปีนี้การเติบโตของกลุ่มธุรกิจเพลงขับเคลื่อนโดยดิจิทัลมิวสิก และโซวบีซซึ่งเปิดตัวแรงตั้งแต่ต้นปีและคึกคักจัดเต็มในไตรมาสสุดท้าย โดยทั้งปีมียอดจัดคอนเสิร์ตรวม 22 งาน รวมถึงเทศกาลดนตรีที่ยิ่งใหญ่ อาทิ จิมมี่ ไทล์ มิวสิก เฟสติวล 2 บิ๊กเมาน์เทน มิวสิกเฟสติวล 7 และ กาญจน์ฟิล์มแอนด์มิวสิก เฟสติวล 6 ส่วนรายได้ในการบริหารศิลปินนั้นก็เติบโตได้ดีจากจำนวนอีเวนต์ที่มากขึ้นในปี

สำหรับดิจิทัลมิวสิกประสบความสำเร็จในการให้บริการใหม่ SMS Song2U และขยายช่องทางการเข้าถึงคอนเทนต์ของแกรมมี่ผ่านความร่วมมือกับ YouTube สามารถสร้างรายได้จากยอดวิวและการโฆษณาสูงถึง 195 ล้านบาทในปี โดยของ GMM Grammy Official เป็นช่องอันดับ 1 ของ YouTube Thailand ด้วยจำนวนสมาชิกกว่า 6.1 ล้านราย สำหรับกลยุทธ์การตลาดเพลงในปี 2559 แกรมมี่จะเดินหน้ารุกช่องทางโซเชียลมีเดียมากขึ้น ทั้ง Facebook Instagram YouTube iTunes Music Store KKBOX และ Line Music เพราะเป็นช่องทางที่เข้าถึงแฟนเพลงโดยตรง และมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก ทั้ง

ยังสามารถใช้วัดผลด้านความนิยมหรือความสำเร็จของผลงานของศิลปินได้อีกด้วย พร้อมรุกตลาดสร้างบรรยากาศใหม่ ๆ ด้วยการเปิดค่ายเพลงน้องใหม่ภายใต้ชื่อ "MBO" (Embryo) วางเป้าก้าวขึ้นสู่การเป็น Teen Entertainment Platform อันดับ 1 ของประเทศไทย ทำหน้าที่รวบรวมและพัฒนาวัยรุ่นที่มีความสามารถ เพื่อสร้างสรรค์ผลงานบันเทิงที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมายแบบ 360 องศา

### **ธุรกิจทีวีดิจิทัล**

**ช่องทาง** ภายหลังจากเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการลงทุนและอำนาจการประกอบกิจการในไตรมาส 1/2558 ส่งผลให้มีการจัดประเภทเงินลงทุนในบริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (เดิมชื่อ "บริษัท จีเอ็มเอ็มวัน ทีวี เทรตติ้ง จำกัด") ซึ่งเดิมถือเป็นบริษัทย่อย เปลี่ยนเป็นเงินลงทุนในการร่วมค้า และบันทึกด้วยวิธีส่วนได้เสีย ดังนั้นตัวเลขในงบการเงินที่คงอยู่ในส่วนนี้จะประกอบด้วย ส่วนงานย่อยที่ถือลิขสิทธิ์ในคลังผลงานเดิม ได้แก่ เอ็กแซกท์

สำหรับผลการดำเนินงานในปี มีรายได้เท่ากับ 687 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 50 จากปีที่แล้ว เนื่องจากภายหลังจากปรับโครงสร้าง งบการเงินในปีไม่ได้แสดงข้อมูลทางการเงินของส่วนงานดิจิทัลทีวีช่องทางอีกต่อไป ขณะเดียวกันเอ็กแซกท์ก็ได้รับ

ผลกระทบของการยุติการผลิตรายการเข้าช่องแอนะล็อกฟรีทีวี เพื่อนำคอนเทนต์มาออกอากาศทางช่องวันด้วย

ด้านผลการดำเนินงานของดิจิทัลทีวีช่องวันมีทิศทางที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับเรตติ้งของช่องที่ก้าวขึ้นสู่กลุ่มผู้นำท็อปไฟว์ของดิจิทัลทีวีช่องใหม่ และในไตรมาสสุดท้ายยังสร้างกระแสตอบรับอย่างยอดเยี่ยมจาก “ฮอว์กโมน 3 เดอะไฟนอล” อีกด้วย สำหรับปีใหม่นี้ช่องวันเปิดศักราช 2559 คัดสรรสุดยอดคอนเทนต์ลงจอต่อเนื่องวางแผนเพิ่มผู้ชมกลุ่มหลัก “โมเดิร์นแมส” เจาะตลาดคนรุ่นใหม่และคนในภูมิภาค เพื่อให้ผู้รับชมได้อรรถรสที่หลากหลาย ทั้งยังเปิดกว้างจับมือกับพันธมิตรผู้ผลิตและนักแสดงต่าง ๆ เพื่อจัดเต็มส่งตรงคอนเทนต์ที่มีความสดใหม่ ทำให้ผังรายการแน่นขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงไพรม์ไทม์ ลงละครใหม่เพิ่มความหลากหลายทั้งเนื้อเรื่องและนักแสดงหวังกระชากเรตติ้ง อาทิ เพื่อเธอ เรือนร้อยรัก นางบาป ขอโทษที่รักเธอ กรุงเทพ..มหานครซ้อน่ารัก ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ความร่วมมือครั้งแรกกับบอว์เนอร์บาร์เธอร์ส ในการพัฒนาซีรีส์ยออดฮิต “The O.C.” จากอเมริกาสร้างเป็นเวอร์ชันละครไทย และมีการเสริมเส้นช่วงเวลาทมิฬเย็นถึงสองทุ่มให้แข็งแกร่งขึ้นเพื่อดึงผู้ชมที่เป็นแฟนละครช่องวันให้มาเตรียมรอดูละครก่อนออนแอร์ เริ่มตั้งแต่รายการเดอะสตาร์ เดลี่ศึกวันดวลเพลง เกมส์โชว์ 4 ต่อ 4 แฟมิลี่ ทั้งยังเพิ่มวาไรตี้ช่วงดึก หลังจบละครเพื่อตรึงผู้ชมให้ยังอยู่ที่ช่องวัน พร้อมยกเครื่องใหม่ 4 โพรซีดู ซุปเปอร์โชว์ เดอะสตาร์ 12 สงครามนางงาม ล่าสุด บริษัท ได้ร่วมกับอิซิดันกรุ๊ป ผลิตรายการเกมส์พิชิตเงินลงทุน

ธุรกิจรูปแบบใหม่ “เสื่อติดปีก” เปิดโอกาสให้นักธุรกิจสตาร์ทอัพเข้ามาพิชิตเงินลงทุน ถือเป็นการสร้างโอกาสให้นักธุรกิจรุ่นใหม่ที่มีไอเดียทำธุรกิจเพื่อสังคมได้พัฒนาสู่ความสำเร็จ นอกจากนี้ยังเพิ่มความเข้มข้นในสล็อตวาไรตี้ข่าวเที่ยงรายวัน ร่วมกับทีมข่าวที่พร้อมให้ผู้ชมตามอัปเดตได้ทั้งวัน ในส่วนคอนเทนต์กีฬา เตรียมพบกับการถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอลโลก ระหว่างไทย-อิรักในเดือนมีนาคมนี้ พร้อมเตรียมเสริมทัพรายการวาไรตี้ช่วงสุดสัปดาห์ให้ทวีความเข้มข้นขึ้นอีก เชื่อว่าการปรับผังใหม่จะดึงดูดผู้ชมให้อยู่กับช่องอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เรตติ้งโดยรวมของช่องขยับดีขึ้นทุกไตรมาส พร้อมตั้งเป้าให้เรตติ้งโตขึ้นถึงระดับ 1.0 ภายในปี 2559 ซึ่งจะส่งผลให้สามารถขยับราคาค่าโฆษณาตามเรตติ้งที่เพิ่มขึ้นได้ สำหรับนโยบายการทำตลาด ช่องวันให้ความสำคัญด้านการพัฒนารูปแบบการรับชมผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มาตั้งแต่เริ่มต้นออกอากาศทั้งเว็บไซต์ของสถานีรวมทั้ง YouTube ที่มียอดสมาชิกกว่า 2.4 ล้านราย ซึ่งช่องวันมีจุดเด่นการเป็นเจ้าของคอนเทนต์ครบคลุมการออกอากาศทั้งออฟไลน์และออนไลน์เพื่อเข้าถึงพฤติกรรมการรับชมและไลฟ์สไตล์ผู้ชมทุกวัย ในปีที่ผ่านมาเริ่มพัฒนาคอนเทนต์จากจอทีวีมาสู่ช่องทางออนไลน์ที่แตกต่างจากหน้าจอทีวี ด้วยการนำเสนอตอนจบของละครซีรีส์ตอนพิเศษที่รับชมได้เฉพาะ YouTube ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้ชมอย่างมาก ปีนี้จะทำงานเป็นพันธมิตรกับ YouTube แบบแอดทิฟมากขึ้น ด้วยการเสนอแพ็คเกจการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ ถือเป็นอีกช่องทางสำคัญเพิ่มโอกาสหารายได้ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ให้ช่องวัน นอกจากนี้

จะมีการจัดกิจกรรม “วันยกช่อง” งานเฟสดีวัลที่จะขนทัพศิลปินดารามาให้แฟน ๆ ได้กระทบไหล่อย่างใกล้ชิด หมุนเวียนไปตามภาคต่าง ๆ ตลอดทั้งปี

**จีเอ็มเอ็ม25** ประกอบด้วย ช่องจีเอ็มเอ็ม25 ทีวีดิจิทัล ธุรกิจวิทยุ และธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมฟรีทูแอร์ช่องแบ่งแขนงแลบ บริษัทฯ มีรายได้ในปีนี้ เท่ากับ 1,680 ล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 6.4 จากปีก่อนจากการดำเนินงานของช่องจีเอ็มเอ็ม25 ขณะที่สื่อวิทยุรายได้ลดลงร้อยละ 7 จากปีที่แล้วตามภาวะตลาด ทั้งนี้บริษัทฯ มองว่าธุรกิจวิทยุยังสามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องเนื่องจากบริษัทมีแบรนด์คลื่นวิทยุที่แข็งแกร่งและในปีหน้าบริษัทฯ ได้เตรียมเพิ่มความแข็งแกร่งของเนื้อหารายการ พร้อมกิจกรรมพิเศษเชื่อมโยงเพื่อเจาะฐานผู้ฟังแต่ละคลื่นและต่อยอดสู่แพลตฟอร์มดิจิทัล ผ่านแอปพลิเคชัน เอไอเอ็ม ออนไลน์ ให้สอดรับกับการเติบโตของฐานจำนวนผู้ฟังในดิจิทัลแพลตฟอร์มที่เพิ่มขึ้น ซึ่งในปัจจุบัน การเข้ามาของ 4G จะช่วยทำให้การรับฟังผ่านช่องทางออนไลน์ง่าย สะดวก และที่สำคัญมีความเสถียรมากขึ้น

ด้านธุรกิจไซเบอร์ในส่วนของเอไอเอ็มมีแนวโน้มสดใส จากคอนเซ็ปต์เฉพาะตัวในการจัดรูปแบบคอนเสิร์ตแต่ละครั้ง เป็นจุดขายที่สร้างการเติบโตให้ธุรกิจเดินหน้าต่อไปได้ดี

สำหรับ GMM25 วางเป้าหมายหลักของช่องที่เน้นเจาะจงกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่รับชมได้ทุกเพศทุกวัย เป็นกลุ่มคนที่มีความกระตือรือร้น คล่องแคล่ว ว่องไว ไม่ได้จำกัดเพียงวัยรุ่นเท่านั้น ดังนั้นการนำเสนอคอนเทนต์เพื่อตอบใจทุกกลุ่มเป้าหมายนี้จึงต้องมีความหลากหลาย ครบครันทุกมิติของ

ไลฟ์สไตล์ผู้บริโภค มีการปรับเปลี่ยนอย่างต่อเนื่องด้วยงานโปรดัคชั่นที่แตกต่างและนำสิ่งที่มีอยู่มาต่อยอดได้ ทั้งยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของช่องภายใต้โจทย์ที่ชัดเจน รวมถึงการเข้าถึงแบบมัลติแพลตฟอร์ม ซึ่งทั้งหมดอยู่ภายใต้เรื่องราวเดียวกันเป็นการเสริมความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์ส่งผลให้ที่ผ่านมามีผลตอบรับอย่างก้าวกระโดด เมื่อการรับรู้ของคนเห็นถึงความต่อเนื่อง ผู้ชมจึงจดจำได้ง่าย เห็นได้จากฐานผู้รับชมและเรตติ้งของช่องที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ นอกเหนือจากความสำเร็จที่สามารถไปนั่งในใจผู้ชมได้แล้ว ในแง่ของเสียงตอบรับจากเอเยนซีและลูกค้าก็ดีเช่นกัน เป็นที่รู้กันว่าถ้าจะหากกลุ่มผู้ชมที่เป็นคนรุ่นใหม่ ต้องมาที่ช่อง GMM25 ที่เดียว เพราะมีความชัดเจนทั้งในแง่ของเนื้อหาที่ตรงใจ และผู้ชมที่ตรงกลุ่มทำให้แบรนด์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพในราคาที่เหมาะสม

สำหรับแผนธุรกิจในปี 2559 ช่อง GMM25 จะทำการตลาดอย่างจริงจัง มุ่งเน้นละครที่ได้รับความนิยมสูงอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ Club Friday the Series และมีการสร้างภาคต่อ To Be Continued สำหรับเรื่องเรตติ้งดีมาก อาทิ เพื่อนรักเพื่อนร้าย สัญญาใจ นอกจากนี้ยังมีละครโปรเจกต์ใหญ่ อาทิ โยนกาที่ฟ พลังกฤษณา และ Love Song Love Stories ซึ่งเป็นการนำเพลงรักมาตีความสร้างเป็นละคร รวมถึงการนำคอนเทนต์ประเภทรายการวาไรตี้บันเทิงมาเพิ่ม อาทิ รายการแฉ สมรภูมิพรมแดง และ M Countdown จากประเทศเกาหลี

**ธุรกิจเทรตติ้ง** ประกอบด้วยธุรกิจซื้อขายสินค้าโฮมช้อปปิ้ง และกล่องรับสัญญาณ

ดาวเทียม สำหรับโฮมช้อปปิ้ง มีรายได้ทั้งปีเท่ากับ 1,738 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 53 จากปีก่อน

สำหรับผลประกอบการปี 2558 ของไอช้อปปิ้ง มีการจัดเต็มโปรโมชันเซตคัมค่าคัมราคาต่อเนื่องในไตรมาสสุดท้ายช่วงไฮซีซั่นสำหรับลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่านไอช้อปปิ้งทีวี ออนไลน์ หรือโมบายแอปพลิเคชันพบว่ามีการเติบโตที่ดี พร้อมเพิ่มจำนวนสินค้าใหม่ทุกช่องทางให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย สำหรับทิศทางการดำเนินงานในปี 2559 บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การทำรายการนำเสนอสินค้า และจัดรายการส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง พร้อมขยายช่องทางการเข้าถึงและรับชมให้เพิ่มขึ้นด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคได้ทุกที่ทุกเวลาร่วมกับการประชาสัมพันธ์ของร่วมกับพาร์ทเนอร์ในดิจิทัลทีวี

แนวโน้มธุรกิจทีวีโฮมช้อปปิ้งในปีนี้มีโอกาสขยายตัวต่อเนื่องตามภาพรวมค่าปลีก และการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ ซึ่งจะส่งผลให้การแข่งขันรุนแรงขึ้น ทั้งการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ

สำหรับธุรกิจกล่องรับสัญญาณทีวีดาวเทียมแซท มีรายได้ เท่ากับ 391 ล้านบาทในปีนี้ ลดลงร้อยละ 63 จากปีก่อน โดยมียอดขายหน่วยกล่องทั้งปีประมาณ 0.65 ล้านกล่อง ลดลงกว่าเท่าตัวจากปีก่อน เนื่องจากผู้บริโภคชะลอการตัดสินใจซื้อ และสืบสน การแจกคู่มือแลกกล่องดิจิทัลทีวี ส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถผลักดันยอดขายให้เป็นไปตามเป้า ที่ผ่านมามีการปรับตัว ปรับกลยุทธ์ เน้นการทำโปรโมชัน

ให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นกำลังซื้อของผู้บริโภคและระบายสินค้าเก่าร่วมกับวางแผนพัฒนากล่องรับสัญญาณรุ่นใหม่ ๆ เข้ามาทำตลาดเพิ่มเติม เช่น กล่องมินิโกลด์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตอบโจทย์ผู้ชมที่ต้องการความคุ้มค่าและรับชมภาพที่คมชัดขึ้น อย่างไรก็ตาม คาดว่าปีนี้ภาพรวมการขายกล่องเซตท็อป็อกซ์น่าจะปรับตัวดีกว่าปีก่อน จากมหกรรมการแข่งขันกีฬา ระดับโลกอย่างฟุตบอลโลก และฟุตบอลยูโร

**ธุรกิจภาพยนตร์** ในปีนี้มีรายได้เท่ากับ 596 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5.3 จากปีที่แล้ว โดยมีภาพยนตร์เข้าฉายในปีนี้มี 2 เรื่อง ซึ่งไตรมาสสุดท้าย “เมย์ไหน ไฟแรงเฟร่อ” กวาดรายได้ Box Office อยู่ที่ 75 ล้านบาท สำหรับการประกาศยุติการดำเนินงานของจีทีเอชจะไม่ส่งผลอย่างมีนัย โดยล่าสุดแกรมมี่ได้มีการจับมือกับกลุ่มหับให้ห็นก่อตั้งบริษัท จีทีเอช 559 สำหรับแผนงานปี 2559 บริษัทฯ จะใช้งบลงทุนผลิตผลงานทั้งซีรีส์หลากหลายสำหรับออกอากาศทางช่องดิจิทัลทีวีและไลน์ทีวี อาทิ ซีรีส์ “ไดอารี่ ตูตตี้” “I see you” (พยาบาลพิเศษเคสพิศวง) “มาลี 2” “แก๊สไซค์ รักเต็มถัง” ด้านการผลิตภาพยนตร์ยังคงเดินหน้าต่อเนื่อง ในปีนี้วางแผนผลิตภาพยนตร์แนวโรแมนติก-ดราม่า และดราม่า-ทริลเลอร์ ถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าจับตามองด้วยศักยภาพของทีมงานผู้ผลิต และมีความโดดเด่นในการขยายฐานไปสู่ตลาดต่างประเทศ ทั้งจีน เกาหลี และประเทศอาเซียน

**ธุรกิจอื่น ๆ** ในปีนี้ธุรกิจอื่น ๆ มีรายได้ 255 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์

**ต้นทุนขายและบริการ** รวมทั้งปีเท่ากับ 5,743 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 8 จากปีก่อน และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 67 ของรายได้ รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 70 ในปีก่อน โดยธุรกิจที่มีต้นทุนลดลงคือ แพลตฟอร์มแซท ขณะที่กลุ่มธุรกิจเพลงยังได้พัฒนาความสามารถในการควบคุมต้นทุนได้ดีขึ้น เช่นเดียวกับธุรกิจภาพยนตร์ที่สามารถบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้รายได้จะปรับตัวลดลงแต่มีกำไรขั้นต้นสูงกว่าปีก่อน ส่วนธุรกิจที่มีสัดส่วนต้นทุนสูงขึ้นคือดิจิทัลทีวีมีต้นทุนขายและบริการปรับเพิ่มขึ้นจากค่าส่งสัญญาณ (MUX) และต้นทุนการผลิตรายการ สำหรับธุรกิจโฮมช้อปปิ้ง มีสัดส่วนต้นทุนขายเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับการเติบโตของรายได้

**กำไรขั้นต้น** ในปีนี้เท่ากับ 2,855 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.4 จากปีที่แล้ว และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 30 ในปีก่อน เป็นผลจากประสิทธิภาพในการบริหารจัดการธุรกิจหลักของบริษัท ภายใต้การเติบโตของรายได้อย่างต่อเนื่อง

**ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวม** ปีนี้เท่ากับ 3,528 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36.4 ของรายได้รวม ลดลงอย่างต่อเนื่องจากปีก่อนที่ร้อยละ 41.0 จากประสิทธิภาพในการบริหารงานธุรกิจเพลง

### สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ

นางสาวอัญชลี เจียรธรรม

ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์

โทร. 02 669 9936, 02 669 9952

อีเมล ir@gmmgrammy.com

ร่วมกับธุรกิจสื่อมีค่าใช้จ่ายลดลงตามรายได้ ขณะที่โฮมช้อปปิ้งมีค่าใช้จ่ายในการขายสูงขึ้นจากภาวะการแข่งขันในตลาด

**ขาดทุนสุทธิ** ในปี 2558 นี้บริษัทฯ มีผลขาดทุนสุทธิเท่ากับ 1,145 ล้านบาท ปรับตัวดีขึ้นร้อยละ 53 จากปีก่อน จากธุรกิจเพลงพลิกฟื้นกลับมาเติบโต ร่วมกับธุรกิจโฮมช้อปปิ้งผ่านจุดคุ้มทุนไปแล้ว คงเหลือแต่ธุรกิจทีวีดิจิทัลที่ยังประสบภาวะขาดทุนในช่วงเริ่มต้นของการลงทุน

**สินทรัพย์รวม** ณ สิ้นปี 2558 เท่ากับเท่ากับ 7,590 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2557 ร้อยละ 48 จากการชำระหนี้เงินกู้ การไถ่ถอนเงินลงทุนชั่วคราว การขายเงินลงทุนในหุ้นซีเอ็ด กลุ่มสิ่งพิมพ์ อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ และเคอาร์น่า การลดลงของลูกหนี้และสินค้าคงเหลือ การจ่ายค่าใบอนุญาตทีวีดิจิทัลงวดที่ 2 ร่วมกับการเปลี่ยนแปลงเงินลงทุนในบริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด เป็นเงินลงทุนในกิจการร่วมค้า หลังการปรับโครงสร้างการลงทุนในบริษัทดังกล่าวเป็นร้อยละ 51 ควบคู่กับการปรับปรุงใบอนุญาตประกอบธุรกิจดิจิทัลทีวีให้สะท้อนมูลค่าปัจจุบันตามมาตรฐานบัญชีใหม่ ขณะที่เงินลงทุนในการร่วมค้าเพิ่มขึ้นจากการถือหุ้นเพิ่มทุนในบริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด

สำหรับส่วนของหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยเท่ากับ 1,629 ล้านบาท ลดลงจาก 4,319 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2557 จากการชำระหนี้เงินกู้ยืมที่ครบกำหนด และในส่วนหนี้สิน

ใบอนุญาตทีวีดิจิทัล ลดลงจากการเปลี่ยนแปลงเงินลงทุนในบริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ส่งผลให้หนี้สินรวมลดลงอยู่ในระดับ 5,556 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 49 จากสิ้นปีก่อน ขณะที่ส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 2,034 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปีก่อนร้อยละ 42 จากขาดทุนระหว่างปีของบริษัท นอกจากนี้อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นลดลงจาก 1.24 เท่า ณ สิ้นปี 2557 เป็น 0.80 เท่า ณ สิ้นปี 2558

**กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน** ในปีนี้เท่ากับ 164 ล้านบาท ขณะที่กระแสเงินสดจากการลงทุนเท่ากับ 1,002 ล้านบาท และกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 973 ล้านบาท ส่งผลให้กระแสเงินสดสุทธิของปีนี้เพิ่มขึ้น 192 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2558 บริษัทฯ จึงมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 1,059 ล้านบาท

หน่วย: ล้านบาท	ปี 2558	ปี 2557 (ปรับปรุงใหม่)
เงินสดและเทียบเท่า	1,059	865
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	2,288	4,428
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	4,243	9,169
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>7,590</b>	<b>14,461</b>
หนี้สินหมุนเวียน	2,567	4,468
หนี้สินไม่หมุนเวียน	2,989	6,509
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>5,556</b>	<b>10,977</b>
ส่วนของผู้ถือหุ้น	2,034	3,484
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>7,590</b>	<b>14,461</b>
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.80	1.24