

# บทรายงานและการวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร สำหรับผลการดำเนินงานประจำปี 2559

## บทสรุปผู้บริหาร

บมจ.จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจสื่อและผลงานบันเทิงแบบครบวงจร บริษัทฯ มีการพัฒนารูปแบบธุรกิจด้วยความเชี่ยวชาญที่ได้สั่งสมมาตลอด เพื่อสร้างความเติบโตอย่างมั่นคงยั่งยืน และผลตอบแทนที่ดีในระยะยาวให้กับผู้ถือหุ้น ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมทุกภาคส่วน เป็นสำคัญ

ภาวะเศรษฐกิจที่ยังคงชะลอตัวในปี 2559 ได้ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคและกระทบถึงอุตสาหกรรมโฆษณา เนื่องจากภาคธุรกิจมีการควบคุมค่าใช้จ่าย มุ่งเน้นความคุ้มค่าในการเลือกใช้สื่อ และลูกค้าต้องการเข้าถึงผู้บริโภคได้กว้างขึ้น ส่งผลให้เม็ดเงินในอุตสาหกรรมโฆษณาทั้งปีปรับตัวลดลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2559 อย่างไรก็ตาม สื่อทีวียังคงเป็นสื่อหลักที่ครองเม็ดเงินโฆษณาสูงสุดจากประสิทธิภาพในการเข้าถึงครัวเรือนไทยทั่วประเทศ ส่งผลให้ธุรกิจดิจิทัลทีวียังคงได้รับความสนใจจากนักลงทุน

สำหรับดิจิทัลทีวีทั้งสองช่องของกลุ่มบริษัท มีการเติบโตทั้งเรตติ้งและรายได้แบบก้าวกระโดดในปีที่ผ่านมา สะท้อนถึงความแข็งแกร่งในด้านการสร้างสรรค์เนื้อหาที่เป็นจุดเด่นของแกรมมี่มาโดยตลอด โดยกลุ่มบริษัทฯ สร้างนวัตกรรม ซุกัลยทรัพย์ New Content Solution เน้นการนำสินทรัพย์ที่มีอยู่มาพัฒนาต่อยอดขยายผลได้ไม่สิ้นสุด อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการผสานสื่อทุกหน้าจอ ภายใต้ยุทธศาสตร์โททัล มีเดีย โซลูชั่น มุ่งเน้นการสื่อสารและจัดวางคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันได้อย่างมี

ประสิทธิภาพในแต่ละช่วงเวลา สามารถเพิ่มการรับรู้และสร้างฐานคนดูผ่านมัลติสกรีนที่เชื่อมโยงทุกแพลตฟอร์ม

สำหรับธุรกิจเพลงซึ่งเป็นเรือธงหลักของกลุ่มบริษัทฯ ปัจจุบันพบว่าตลาดเปิดกว้างมากขึ้นผ่านช่องทางดิจิทัล บริษัทฯ มุ่งเน้นการตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ผู้ฟังเพลงในยุคดิจิทัลอย่างครบวงจร ที่ผ่านมาได้ปรับโครงสร้างและกลยุทธ์ในการทำการตลาดธุรกิจเพลงมาอย่างต่อเนื่อง มีการจัดกลุ่มแนวเพลงป๊อป ร็อก วิทยุ และลูกทุ่งอย่างชัดเจนมากขึ้น พร้อมให้ความสำคัญกับดิจิทัลมิวสิก และการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพื่อนำเสนอบริการรูปแบบใหม่ ๆ ซึ่งถือเป็นการขยายช่องทางการรับชมใหม่ ๆ เพิ่มเติมจากช่องทาง YouTube ที่เป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยและติดอันดับท็อปเท็นของโลก ขณะที่โซเชียลมีเดียที่ผ่านมามีผลกระทบบางงานจัดแสดงในไตรมาสสุดท้าย และคาดว่าจะชะลอตัวไปอีกระยะหนึ่ง

กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายสินค้า การให้บริการและค่าลิขสิทธิ์รวมในปี 2559 เท่ากับ 7,295 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 15.2 จากปีก่อนจากผลกระทบไตรมาส 4 ขณะที่รายได้อื่น ๆ ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2558 ซึ่งมียกเว้นจากการขายเงินลงทุน และการปรับโครงสร้างในบริษัทย่อย ทางด้านค่าใช้จ่ายบริษัทฯ ได้ใช้ความพยายามในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร ทำให้ลดลงได้กว่า 666 ล้านบาทจากปีก่อนหน้า อย่างไรก็ตามบริษัทมีการตั้งสำรองค่าสินค้ารับคืน มูลค่ากว่า 80 ล้านบาท เพื่อรองรับการรับคืนสินค้าที่อาจจะ

เกิดขึ้นในช่องทางต่าง ๆ และมีรายการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทจีทีเอชซึ่งอยู่ระหว่างการดำเนินการเตรียมปิดบริษัท มูลค่า 38 ล้านบาท รวมทั้งมีการระดมเงินกู้ที่เกิดขึ้นจากการบันทึกมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ประกอบธุรกิจดิจิทัลทีวี ให้สอดคล้องกับมาตรฐานบัญชี ทำให้บริษัทฯ มีการรับรู้ผลขาดทุนจากรายการดังกล่าวในปีนี้ จำนวน 76 ล้านบาท ส่งผลให้ภาพรวมปี 2559 บริษัทฯ มีผลขาดทุนสุทธิเท่ากับ 520 ล้านบาท ซึ่งดีกว่าปีก่อนถึง 625 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 54.6 จากที่มีผลขาดทุนในปี 2558 กว่า 1,145 ล้านบาท

สำหรับทิศทางการอุตสาหกรรมโฆษณาและดิจิทัลทีวีปี 2560 คาดว่าจะมีสัญญาณฟื้นตัวและลูกค้าทยอยกลับมาใช้โฆษณา โดยแนวโน้มปีนี้จะมีปัจจัยบวกจากการใช้ระบบวัดเรตติ้งใหม่ ที่จะสะท้อนผลงานของผู้ประกอบการดิจิทัลทีวีได้ใกล้เคียงกับความจริงมากขึ้น ร่วมกับการสนับสนุนจากภาครัฐผ่านมาตรการให้ขยายเวลาจ่ายค่าใบอนุญาตดิจิทัลทีวี พร้อมอุดหนุนค่าใช้จ่ายส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมตามกฏมัสต์แคร์ รวมไปถึงนโยบายต่าง ๆ ที่ออกมากกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการลงทุนในโครงการขนาดใหญ่ที่จะเริ่มเห็นเป็นรูปธรรม และการผ่อนคลายของสถานการณ์บ้านเมืองรองรับการเลือกตั้งที่จะมาถึง ส่งผลให้มูลค่าโฆษณาเพิ่มขึ้นตามการเติบโตของภาคการบริโภคและภาคธุรกิจ คาดว่าอุตสาหกรรมโฆษณาจะพลิกฟื้น ซึ่งกลุ่มช่องดิจิทัลทีวีช่องใหม่ ๆ โดยเฉพาะกลุ่มผู้นำที่ท็อปไฟว์และกลุ่มที่มี

จุดแข็งในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ถือเป็นกลุ่มที่น่าจับตามองจากการสร้างสรรค์แข่งขันนำเสนอเนื้อหารายการที่ ถูกใจกลุ่มเป้าหมายมากกว่าสื่อในรูปแบบเดิม ๆ อันจะส่งผลให้เกิดเรตติ้งและ เม็ดเงินโฆษณากลับเข้ามามากขึ้น และ ภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณาจะกลับมา เติบโตอีกครั้ง

ทางด้านสถานะทางการเงินของบริษัทฯ ยังคงเข้มแข็ง ภายใต้แนวทางธุรกิจที่ ชัดเจนในการควบคุมต้นทุนควบคู่ไปกับการสร้างรายได้ ส่งผลให้ผลประกอบการ ปรับตัวดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

สำหรับผลการดำเนินการในกลุ่มช่องดิจิทัลทีวี ช่องวัน และช่องจีเอ็มเอ็ม 25 มีผล ขาดทุนในปี 2559 น้อยกว่าในปี 2558 ถึง ร้อยละ 35 และร้อยละ 50 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากพัฒนาการของ ธุรกิจดิจิทัลทีวีในปัจจุบันไม่ได้เป็นไปตาม แผนงานเมื่อคราวที่เข้าประมูลคลื่นความถี่ ทำให้กำไรสุทธิก่อนหักต้นทุนทางการเงิน ค่าเสื่อมราคา ค่าตัดจำหน่าย และภาษีเงิน ตลอดจนจำนวนเงินกู้ที่มีภาระดอกเบี้ยในปี 2559 แตกต่างจากที่คาดไว้ในอดีต ส่งผล ให้ ณ. วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีบาง สัดส่วนทางการเงินที่ยังไม่เป็นไปตาม ข้อตกลงของธนาคาร อย่างไรก็ตามในวันที่

24 กุมภาพันธ์ 2559 ธนาคารได้มีหนังสือ ผ่อนผันการดำรงสัดส่วนทางการเงินให้แก่ ดิจิทัลทีวีทั้งสองช่องเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามหลักการบัญชีที่ รับรองโดยทั่วไป จึงได้แสดงเงินกู้ยืมนั้น เป็นส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนด ชำระในหนึ่งปีในช่วงเวลานับจากวันสิ้น รอบระยะเวลา จนถึงวันที่ได้รับหนังสือผ่อน ผันของธนาคาร กล่าวคือปัจจุบันได้จัด ประเภทเงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระ ในหนึ่งปีดังกล่าวให้เป็นเงินกู้ยืมระยะยาว เช่นเดิมแล้ว

## ผลการดำเนินงานประจำปี 2559

หน่วย : พันบาท	ปี 2559	ปี 2558	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)
รายได้จากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์	7,294,638	8,598,322	-15.2
รายได้อื่น ๆ	135,404	1,105,255	-87.7
รวมรายได้	7,430,042	9,703,577	-23.4
ต้นทุนขายและบริการ	4,586,306	5,742,911	-20.1
ค่าใช้จ่ายในการขาย	526,497	638,895	-17.6
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	2,335,081	2,889,156	-19.2
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	-	1,030,340	-100.0
รวมค่าใช้จ่าย	7,447,885	10,301,302	-27.7
กำไร/(ขาดทุน) ก่อนส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) ค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษี	(17,843)	(597,725)	-97.0
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	16,616	4,513	268.2
ส่วนแบ่งขาดทุน จากเงินลงทุนในการร่วมค้า	(353,130)	(337,734)	4.6
กำไร/(ขาดทุน) ก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(354,357)	(930,946)	-61.9
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	(188,174)	(271,593)	-30.7
กำไร/(ขาดทุน) ก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(542,531)	(1,202,538)	-54.9
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	9,129	67,307	-86.4
กำไร/(ขาดทุน) สำหรับปี	(533,402)	(1,135,232)	-53.0
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	(13,253)	10,252	-229.3
กำไร/(ขาดทุน) ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	(520,149)	(1,145,484)	-54.6
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	37.1	33.2	

อัตราส่วนค่าใช้จ่ายการขายและบริหารต่อรายได้รวม (ร้อยละ)

38.5 36.4

อัตราส่วนกำไรสุทธิ (ร้อยละ)

(7.0) (11.8)

รายได้จากการขายสินค้า การให้บริการและค่าลิขสิทธิ์ของกลุ่มบริษัทฯ สามารถจ่ายรายการในแต่ละส่วนงาน ดังต่อไปนี้

**ธุรกิจเพลง** ประกอบด้วย การจำหน่ายสินค้าเพลง (Physical Products) และดิจิทัลมิวสิกผ่านช่องทางต่าง ๆ รวมถึงการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ ธุรกิจโซวบีซและธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมฟรีทูแอร์ช่องแพนทีวีรายได้รวมจากธุรกิจเพลงในปี 2559 เท่ากับ 2,876 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 11.5 จากปีก่อน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39 ของรายได้จากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 38 ในปีก่อน

ภาพรวมส่วนงานโซวบีซ ในปีที่ผ่านมา มีการจัดคอนเสิร์ตจำนวน 17 งาน อาทิ รวมวงธงไชย 30 ปี อัสนี-วสันต์ กรีนคอนเสิร์ต - ร้อยเพลงรัก ที่ ก ล บ มา บีส์ฤดูฤดู-LOVE 10 ปี ไม่มีหยุด คอนเสิร์ตล้านตลับ แพ็กไฟร์เทิร์นแบ็กคอนเสิร์ตไวท์เฮาส์คอนเสิร์ต และเทศกาลดนตรีได้แก่ นั่งเล่นเฟสติวล และงัดจัดกิจกรรมในช่วงไตรมาสที่ 4

จากผลกระทบของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ยอดขายเพลงผ่านช่องทางดิจิทัลมีสัดส่วนที่สูงขึ้นจนเกือบใกล้เคียงกับยอดขายผลิตภัณฑ์ของค่ายเพลง (Physical Product) โดยปีที่ผ่านมา พบว่าแนวโน้มการเติบโตของยูทูบและสตรีมมิ่งเพื่อรับชมคอนเทนต์และฟังเพลงผ่านมือถือและสมาร์ต ดีไวซ์ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมาก จึงได้ขยายความร่วมมือกับพาร์ทเนอร์รายใหญ่ เพื่อให้บริการออนไลน์สตรีมมิ่งบน มิวสิค

แอฟฟลิเคชัน อาทิ JOOX, Line Music, Apple Music พร้อมรุกช่องทางโซเชียลมีเดียมากขึ้น ทำให้เพลงเป็นที่รู้จักในวงกว้าง เพื่อมุ่งเน้นผลลัพธ์จากนิเวศมีเดียต่าง ๆ ในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟังเพลง ผ่านยอดวิว ยอดแชร์ ซึ่งสามารถนำมาต่อยอดรายได้โฆษณา สปอนเซอร์ โดยในปีนี้แกรมมี่มีเพลงที่ทะลุร้อยล้านวิวในยูทูบเยอะมาก อย่างเพลง “อ้าว” ของอะตอม เพลง “ปลิว” ของพลอยชมพู เพลง “ไม่มีข้อแม้ตั้งแต่เริ่มต้น” ของไฝ พงศธร ทำให้สามารถต่อยอดไปสู่คอมมิวนิตี และเมอร์แซนด์ได้อีกด้วย

พร้อมกันนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการขยายช่องทางสร้างรายได้จาก คลังคอนเทนต์แกรมมี่ที่มีมูลค่ามหาศาลและมีแบรนด์ดังเป็นที่รู้จักของผู้คนเป็นอย่างดี สามารถแปรรูปให้เป็นการบริการมากขึ้นได้ ซึ่งปีที่ผ่านมา บริษัทได้เปิดตัวทีมงาน GMM BRAVO เพื่อนำคอนเทนต์เพลงยอดนิยมมาต่อยอดโดยการสร้างเป็นมิวสิคซีรีส์ออนไลน์ผ่านดิจิทัลทีวี โลกทีวี และแพลตฟอร์มเอ็กซ์คลูซีฟสำหรับพาร์ทเนอร์รายใหญ่ที่เปิดให้ลูกค้ารับชมสด Live Streaming รวมทั้งการรับชมย้อนหลังได้บน แอปฟลิเคชันต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกสบายมากขึ้นเป็นลำดับ

#### **ธุรกิจทีวีดิจิทัล**

**ช่องวัน** ภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการลงทุน และอำนาจการควบคุมกิจการในไตรมาส 1/2558 ส่งผลให้มีการจัดประเภทเงินลงทุนในบริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (เดิมชื่อ “บริษัท จีเอ็มเอ็ม

วัน ทีวี เทรดิง จำกัด”) ซึ่งเดิมถือเป็นบริษัทย่อย เปลี่ยนเป็นเงินลงทุนในการร่วมค้า และบันทึกด้วยวิธีส่วนได้เสีย

ในปี 2559 ช่องวันมีอัตราการเติบโตของเรตติ้งอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งส่วนหนึ่งมีผลมาจากความสำเร็จอย่างท่วมท้นของละครเรื่อง “พิษสวาท” ส่งผลให้ช่องวัน ก้าวขึ้นสู่ทำเนียบช่องยอดนิยม ติดอันดับท็อปไฟว์อย่างเหนียวแน่นตลอดปีที่ผ่านมา

สำหรับแนวทางการดำเนินธุรกิจในปีนี้ ยังคงเดินหน้าสู่เป้าหมายการเป็นฟรีทีวีที่สมบุรณ์ โดยมีจุดแข็งคือ คอนเทนต์คุณภาพทั้งละคร ซีรีส์ ซึ่งเป็นความถนัดของช่องและเป็นอาวุธสำคัญที่ช่วยสร้างการรับรู้และจดจำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมาโดยตลอด

**จีเอ็มเอ็ม25** ประกอบด้วย ช่องจีเอ็มเอ็ม 25 ทีวีดิจิทัล ธุรกิจวิทยุ และธุรกิจสื่อและโซวบีซในเครือเอ-ไทม์มีเดีย บริษัทฯ มีรายได้ในปีนี เท่ากับ 1,772 ล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 7.7 จากปีก่อนจากการเติบโตของรายได้ของช่องจีเอ็มเอ็ม 25 ขณะที่สื่อวิทยุรายได้ตลอดทั้งปีลดลงร้อยละ 16 จากปีที่แล้ว อย่างไรก็ตาม หากพิจารณายอดขายโดยไม่รวมผลกระทบในช่วงไตรมาสที่ 4 รายได้จากวิทยุใน 9 เดือนแรกของปี 2559 ใกล้เคียงกับงวดเดียวกันของปี 2558 ท่ามกลางเม็ดเงินโฆษณาในตลาดวิทยุที่ลดขนาดลง เนื่องจากบริษัทมีจุดแข็งจากคลื่นวิทยุทั้ง 3 คลื่นที่มีฐานผู้ฟังรวมกว่า 19 ล้านคน จากทุกแพลตฟอร์มทั้งออนไลน์ ออนไลน์ เว็บไซต์ แอปฟลิเคชัน ยูทูบ รวมทั้งใช้

โซเซียล มีเดีย อาทิ เฟซบุ๊ก เป็นต้น ที่ผ่าน มาเอ-โทมัส มีเดีย ถือเป็นผู้นำในการพัฒนา แอปพลิเคชันฟังเพลงผ่านออนไลน์ที่มีฐาน ผู้ฟังดาวน์โหลดแอปพลิเคชันมากที่สุดใน กลุ่มผู้ผลิตรายการวิทยุถึง 4.5 ล้านครั้ง

สำหรับผลการดำเนินงานดิจิทัลทีวีของจี เอ็มเอ็ม 25 ปีที่ผ่านมา สามารถสร้างรายได้ และความนิยมช่องให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ติดอันดับที่สิบหนึ่งในกลุ่มผู้ชมอายุ 15-34 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของช่อง โดยมี แรงหนุนสำคัญจากความสำเร็จของซีรีส์ คลับฟรายเดย์ทูปคอนทิว ทอน เพื่อนรัก เพื่อนร้าย สร้างเรตติ้งในกลุ่มผู้ชมทั่ว ประเทศทะยานสูงสุดถึงระดับ 5.5 สะท้อน จุดแข็งของช่องด้านการสร้างสรรค์เนื้อหา รายการที่โดดเด่น ด้วยรูปแบบการนำเสนอ ที่เข้าถึงคนรุ่นใหม่ที่แตกต่างกันอย่าง สร้างสรรค์

**ธุรกิจเทรดดิ้ง** ประกอบด้วยธุรกิจซื้อขาย สินค้าไฮมอชอปปีง และกล่องรับสัญญาณ ดาวเทียม สำหรับไฮมอชอปปีง มีรายได้ทั้งปี เท่ากับ 1,710 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 1.6 จากปีก่อน ในปีนี้ไฮมอชอปปีงมีฐานสมาชิก ครบ 1 ล้านคน โดยให้ความสำคัญกับการ วิเคราะห์ฐานข้อมูล และพฤติกรรมของ ลูกค้า เพื่อใช้ประกอบการจัดกิจกรรม ส่งเสริมการขาย กำหนดนโยบายเพิ่ม ช่องทางเข้าถึงกลุ่มผู้ชมต่างๆ ตลอดจนการ คัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐานตรง ตามความต้องการของลูกค้า

สำหรับธุรกิจกล่องรับสัญญาณทีวีดาวเทียม แซท มีรายได้ เท่ากับ 243 ล้านบาทในปี นี้ ลดลงร้อยละ 37.8 จากปีก่อน ตามภาวะ ชะลอตัวของการใช้บroadbandในสื่อ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียมและเคเบิลทีวี

อย่างไรก็ตามจากการปรับกลยุทธ์การขายที่ มุ่งเน้นเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบ โจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ อาทิ กล้อง จีเอ็มเอ็ม แซท สตริ่ม ซึ่งเป็นกล่องรับ สัญญาณอินเทอร์เน็ตทีวี ควบคู่กับกลยุทธ์ การให้บริการที่ดี และกลยุทธ์การบริหาร สติ๊กเกอร์สินค้าที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งการ ควบคุมต้นทุน และค่าใช้จ่ายทำให้บริษัท บรรเทาผลกระทบจากการชะลอตัวของ แพลตฟอร์มเคเบิลทีวีได้อย่าง มี ประสิทธิภาพ

**ธุรกิจภาพยนตร์** ในปีนี้มีรายได้เท่ากับ 320 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 46.2 จากปีที่ แล้วย สืบเนื่องจากการปรับเปลี่ยนแผนการ ฉายหนังออกไปในปีหน้า อย่างไรก็ตามในปี ที่ผ่านมามีการทำได้ตามเป้าหมาย โดยมี ภาพยนตร์เข้าฉาย 2 เรื่อง คือ “แฟนเดีย แฟนกันแค่วันเดียว” สร้างรายได้ Box Office ที่ 111 ล้านบาท อีกเรื่องคือ “พร จากฟ้า” ร่วมกับ สิงห์ คอร์เปอเรชั่น โดยใน ปี 2560 บริษัทยังมุ่งมั่นเดินทางพัฒนา คอนเทนต์คุณภาพ โดยใช้ทีมงาน สร้างสรรค์เนื้อหา และสื่อสารทางการตลาด เชิงรุก เพื่อผู้บริโภคใหม่ และเพิ่มโอกาส การขายลิขสิทธิ์ในต่างประเทศ

**ธุรกิจอื่น ๆ** ในปีนี้ธุรกิจอื่น ๆ มีรายได้ 325 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4 ของ รายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ โดยมีการรับรู้รายได้จากการ ขายสิทธิการออกอากาศรายการกีฬา ฟุตบอลยูโร รอบคัดเลือกให้กับพันธมิตร ซึ่ง ได้เริ่มตารางแข่งในเดือนกันยายน 2559 ที่ ผ่านมา และแพร่ภาพต่อเนื่องในปี 2560

**ต้นทุนขายและบริการ** รวมทั้งปีเท่ากับ 4,586 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 20.1 จากปี

ก่อน และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63 ของ รายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 67 ในปีก่อน จากกลุ่มธุรกิจดิจิทัลที่ควบคุม ต้นทุนได้ดีพร้อมผลักดันยอดขายให้เติบโต ขึ้นแบบก้าวกระโดด เช่นเดียวกับธุรกิจ ภาพยนตร์บริหารต้นทุนได้อย่าง มี ประสิทธิภาพ แม้รายได้จะปรับตัวลดลงแต่ มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงกว่าปีก่อน ขณะที่ ไฮมอชอปปีงมีการคัดสรรสินค้าและวาง กลยุทธ์การขายให้สามารถทำกำไรได้สูงขึ้น

**กำไรขั้นต้น** ในปีนี้เท่ากับ 2,708 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5.2 จากปีที่แล้ว และคิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 37 ของรายได้รวมจากการ ขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 33 ในปีก่อน แม้ว่ารายได้จะปรับตัวลดลงมากในปีที่ผ่าน มา แต่กำไรขั้นต้นลดลงในสัดส่วนที่ไม่มาก อันเป็นผลจากแนวทางดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน ในการควบคุมต้นทุนควบคู่ไปกับการสร้าง รายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวม** ปีนี้ เท่ากับ 2,862 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 18.9 เป็นผลมาจากการปรับ โครงสร้างธุรกิจที่ผ่านมา มุ่งเน้นการบริหาร ค่าใช้จ่ายอย่างรัดกุมต่อเนื่อง อีกทั้งในปี 2558 นั้นมีการตั้งสำรองค่าเผื่อการด้อย ค่าเงินลงทุนในธุรกิจเพย์ทีวีด้วย

**ขาดทุนสุทธิ** ในปี 2559 นี้บริษัทฯ มีผล ขาดทุนสุทธิเท่ากับ 520 ล้านบาท ปรับตัวดี ขึ้นร้อยละ 54.6 จากปีก่อน จากรายได้ธุรกิจ ดิจิทัลทีวีเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ ธุรกิจเพลง และธุรกิจย่อยต่าง ๆ สามารถ บริหารการขายและต้นทุนได้เป็นอย่างดี

**สินทรัพย์รวม** ณ สิ้นปี 2559 เท่ากับเท่ากับ 7,249 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2558 ร้อยละ 4.5 จากการการจ่ายค่าใบอนุญาตที่วีดิทัศน์งวดที่ 3 การชำระค่าคอนเทนต์และลิขสิทธิ์รายการต่าง ๆ การลดลงของลูกหนี้ การขายสินทรัพย์ของกิจการที่หยุดดำเนินงาน ควบคู่กับการปรับปรุงใบอนุญาตประกอบธุรกิจดิจิทัลทีวีให้สะท้อนมูลค่าปัจจุบันตามมาตรฐานบัญชีใหม่ ขณะที่เงินลงทุนในการร่วมค้าลดลงจากการรับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนระหว่างปีของบริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด สำหรับส่วนของหนี้สินที่มีภาวะดอกเบี้ยเท่ากับ 2,421 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 1,629 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2558 จากการเบิกเงินกู้ยืมธนาคารเพิ่มเติมเพื่อชำระ

ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตดิจิทัลทีวี และใช้หมุนเวียนในธุรกิจดิจิทัลทีวี ขณะที่ส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 1,468 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปีก่อนร้อยละ 27.8 จากผลขาดทุนระหว่างปีของบริษัท

**กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงาน** ในปีนี้เท่ากับ 402 ล้านบาท โดยมีการชำระเจ้าหนี้การค้าและค่าสิทธิการออกอากาศรายการฟุตบอลยูโร สำหรับกระแสเงินสดใช้ไปในการลงทุนเท่ากับ 563 ล้านบาท ซึ่งรวมถึงการจ่ายชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตดิจิทัลทีวี ขณะที่กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 775 ล้านบาท ส่งผลให้กระแสเงินสดสุทธิของปีนี้ลดลง 190 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2559

บริษัทฯ จึงมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 869 ล้านบาท

หน่วย: ล้านบาท	ปี 2559	ปี 2558
เงินสดและเทียบเท่า	869	1,059
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	2,376	2,288
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	4,004	4,243
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>7,249</b>	<b>7,590</b>
หนี้สินหมุนเวียน	4,179	2,567
หนี้สินไม่หมุนเวียน	1,601	2,989
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>5,780</b>	<b>5,556</b>
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,468	2,034
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>7,249</b>	<b>7,590</b>
หนี้สินที่มีภาวะดอกเบี้ย	1.65	0.80
ต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)		

### สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ

นางสาวอัญชลี เจียรธรรม

ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์

โทร. 02 669 9952

อีเมล ir@gmmgrammy.com