

บทรายงานและการวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 1/2558

บทสรุปผู้บริหาร

บมจ.จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจสื่อและผลงานบันเทิงแบบครบวงจร บริษัทฯ มีการพัฒนารูปแบบธุรกิจด้วยความเชี่ยวชาญที่ได้สั่งสมมาตลอด เพื่อสร้างความเติบโตอย่างมั่นคงยั่งยืน และผลตอบแทนที่ดีในระยะยาวให้กับผู้ถือหุ้นด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมทุกภาคส่วนเป็นสำคัญ

ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจในไตรมาสแรก ยังคงชะลอตัวอย่างมาก การใช้งบโฆษณาของบริษัทเอเยนซีและบริษัทต่าง ๆ ยังไม่ฟื้นตัว ธุรกิจสื่ออยู่ในช่วงปรับตัวครั้งใหญ่ ทั้งนี้ แกรมมี่เร่งเดินหน้าตามแผนกลยุทธ์เชิงรุก ด้วยการเสริมทัพ จัดตั้งธุรกิจ จับมือพันธมิตรผู้ร่วมลงทุนในเชิงกลยุทธ์ที่มีศักยภาพและชำนาญการ ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยี ด้านประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจดิจิทัลทีวี หรือ ธุรกิจคอนเสิร์ต ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จ เข้ามาเติมเต็มเสริมความแข็งแกร่งให้กับช่องดิจิทัลทีวี ร่วมกับแผนการพลิกฟื้นธุรกิจเพลงอย่างยั่งยืน ส่งผลให้ผลประกอบการปรับตัวดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยไตรมาสที่ 1/ 2558 รายได้ของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นถึง 16.6% จากการเติบโตในธุรกิจเพลง ดิจิทัลมิวสิก และโชว์บิซ อีกทั้งธุรกิจโฮมช้อปปิ้งก็ยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องสวนกระแสตลาดค้าปลีกที่ซบเซา

นอกจากนั้นไตรมาสนี้ บริษัทฯ มีการบันทึกกำไร เพิ่มเติมจำนวน 72 ล้านบาท จากการขายเงินลงทุนในหลักทรัพย์ซีอีดี และการรับรู้กำไรมูลค่า 654 ล้านบาท จากการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการลงทุนในบริษัท

จีเอ็มเอ็ม วัน ทิวเทรตติ้ง จำกัด เป็นร้อยละ 51 (ตามหมายเหตุประกอบบข้อ 1.2) ส่งผลให้ผลประกอบการในไตรมาส 1/2558 มีกำไรสุทธิ รวมทั้งสิ้น 377 ล้านบาท

รายได้จากกลุ่มธุรกิจเพลงกลับมาเติบโตในไตรมาสนี้ จากการมุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลงานออกอัลบั้มเป็นที่ถูกใจของตลาดคนฟังอย่างต่อเนื่อง รายได้จาก YouTube ต่อเดือนสูงขึ้นกว่า 12.8 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส ในส่วนของรายได้จากค่าลิขสิทธิ์และบริหารศิลปินก็เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ซึ่ง แกรมมี่มีจุดแข็งในด้านศิลปินนักร้องสามารถเข้าถึงลูกค้าด้วยการทำหน้าที่เป็นพรโมเตอร์ การจับคู่ของนักร้องให้เข้ากับแบรนด์ดีเอ็นเอของสินค้าได้อย่างลงตัว นั้น ถือเป็นจุดแข็งที่เปิดทางรายได้ใหม่ ทดแทน Physical Sale ที่ลดลง โดยเฉพาะนักร้องสังกัดแกรมมี่โกลด์แนวเพลงลูกทุ่ง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ต่างจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ หญิงลี ศรีจุมพล “ก๊อท” จักรพันธ์ ครบุรีธีรโชติ

ด้านโชว์บิซมีการจัดแสดงคอนเสิร์ตใหญ่สุดอลังการ คอนเสิร์ต “พีเบิร์ด” ฉลอง 20 ปี “ขนนกกับดอกไม้ ดิออริจินัล รีเทิร์นส์” ศิลปินรับเชิญแน่นเวที ทำให้คนดูกว่า 4 หมื่นคนล้วนชอบความสนุกกลับไปเต็มอิมกับโชว์สุดประทับใจของขนนกซูเปอร์สตาร์ตลอดกาล “เบิร์ด-ธงไชย แมคอินไตย์” ที่เกี่ยวก้อยดวงแขน 5 ดอกไม้ดีว่าส์ออริจินัล อย่าง ใหม่ เจริญปุระ คริสติน่า อากีล่าร์ มาซา วัฒนพานิช แอม เสาวลักษณ์ และ ก้อย ศรีธัญญา ด้านเอ-โทมัส โชว์บิซชวนทุก

คนมาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของคอนเสิร์ตครั้งใหญ่เต็มรูปแบบที่สุดในรอบ 10 ปีของ “ออฟ-ปองศักดิ์ รัตนพงษ์ - The One & Only Concert 10ปี” สุดมันส์ไปกับนักร้องเสียงคุณภาพที่ไม่เคยหยุดพัฒนาความสามารถ และทำให้ผู้ชมตื่นตะลึงในทุกโชว์การแสดง และอีกหนึ่งงานที่คอนเสิร์ต “The Masterpiece 30 ปี นิติพงษ์ ห่อนาค” ที่รวบรวมบทเพลงระดับตำนานตลอด 30 ปี จากปลายปากกาอัดแน่นทั้งเพลงและศิลปินคุณภาพแถวหน้าของเมืองไทย

ภายหลังอุตสาหกรรมดิจิทัลทีวี ออกอากาศครบหนึ่งปี พบว่าการขับเคลื่อนนโยบายสนับสนุนการรับชมดิจิทัลทีวียังไม่เป็นไปตามแผน ทั้งปัจจัยการขยายโครงข่ายและการแจกคู่มือดิจิทัลทีวี เม็ดเงินที่เข้าสู่ธุรกิจดิจิทัลทีวีจึงไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ ในขณะที่สภาวะการแข่งขันทีวีความเข้มข้นอย่างมาก แต่ละช่องเร่งขยับปรับผังรายการกันอย่างคึกคัก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ละคร” ที่ถือเป็นไฮไลท์สำคัญของสมรรถมิติจิทัลทีวีที่สองในปีนี้เป็นสำหรับช่องทาง ซึ่งเริ่มออกอากาศรายการเต็มรูปแบบในไตรมาส 4/2557 ใช้กลยุทธ์สร้างการรับรู้ด้วยละคร 18+ และเดินหน้าส่งคอนเสิร์ตหลักตอบใจที่ผู้ชมกลุ่มกว้างคือ “ละคร” ไพรม์ไทม์ สัปดาห์ละ 2 เรื่อง ร่วมกับการเติมคอนเทนต์รายการประเภททาเลนต์โชว์และซีทีคอมมูจอตต่อเนื่องวางเป้าหมายให้ช่องทางเป็นช่องทางบันเทิงที่มีสาระให้ผู้ชมดูได้ทั้งวัน ไม่ตกเทรนด์ โดยมี

คอนเทนต์หลัก คือ ละคร-ซีทคอม ข่าว และวาไรตี้ จนถึงปัจจุบันพบว่าเรตติ้งพุ่งขยับขึ้นทุกเดือน มีการเปลี่ยนแปลงตัวเลขอย่างมีนัยสำคัญ จากฐานคนดูที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมาณพล หัวเมือง ก้าวสู่ผู้นำเรตติ้งท็อปไฟว์ในกลุ่มดิจิทัลทีวีช่องใหม่ โดยในปีนีทางช่องจะรุกหนักและให้ความสำคัญกับ MARCOM และ CRM มากขึ้น ภายใต้สโลแกน “วันของคุณ ทั้งวัน ทุกวัน”

ด้านช่อง GMM 25 ในไตรมาสนี้มีการแถลงเปิดผังรายการปี 58 เต็มรูปแบบ จัดทัพคอนเทนต์เน้นไพรม์ไทม์ เพื่อตอบสนองกับความต้องการของกลุ่มผู้ชมทุกเพศ ทุกวัย แบบเต็มพิกัด ด้วยการนำเสนอรายการทุกประเภทในรูปแบบที่แตกต่าง ทั้งวาไรตี้ ทอล์ค ท่องเที่ยว ข่าว ธรรมะ ดิว กฎหมาย เพลง ซีรีส์ อาหาร พร้อมจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อต่อยอดในการสร้างแบรนด์คอนเทนต์ให้เป็นที่รู้จักติดตลาดครองใจผู้ชม ด้วยการร่วมสนุกกับแคมเปญ “เปิดช่องจีเอ็มเอ็ม 25 ได้โดยด้าอัลติส”

สำหรับภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณาตั้งแต่ไตรมาส 2 เป็นต้นไป มีปัจจัยบวกให้

ติดตามจากสถานการณ์ความสงบในประเทศ รวมทั้งจะเริ่มเข้าสู่ฤดูกาลคึกคักของธุรกิจโฆษณา คาดว่าภาคธุรกิจวางแผนใช้งบเพิ่มขึ้นเพื่อกระตุ้นการขาย โดยเฉพาะในสื่อใหม่อย่างดิจิทัลทีวี และดิจิทัลมีเดีย ในปีหน้าเชื่อว่าภาพรวมอุตสาหกรรมดิจิทัลทีวีมีแนวโน้มสดใส ทั้งสัดส่วนผู้ชมและงบโฆษณาที่อยู่ในขาขึ้น อีกทั้งการขายฐานสัญญาอนุญาตการออกอากาศครอบคลุมทั่วประเทศ ประกอบกับการขยายตัวของเศรษฐกิจในปีหน้า มีโอกาสที่จะกลับมาขยายตัวในระดับปกติ จากผลของมาตรการกระตุ้นต่าง ๆ ที่รัฐบาลทยอยออกมาในปี

นับจากนี้ไป บริษัทฯ จะเร่งเดินหน้าตามแผนธุรกิจช่องทางดิจิทัลทีวีทั้งสองช่อง เป็นหัวหอกในการก้าวสู่ความเป็นผู้นำสื่อครบวงจร พร้อมเสริมจุดแข็งด้านคอนเทนต์และทีมงานเพื่อสร้างสรรค์ผลงานคุณภาพ เดินหน้าจัดกิจกรรมโรดโชว์ เพิ่มการประชาสัมพันธ์ช่อง สร้างการรับรู้และจดจำลายมือที่แตกต่าง เพื่อขยายฐานผู้ชมในวงกว้าง พร้อมเจาะฐานผู้ชมในต่างจังหวัดมากขึ้นด้วย

สำหรับธุรกิจโฮมช้อปปิ้ง ยังคงมีอัตราการเติบโตของรายได้ที่โดดเด่น ท่ามกลางภาวะตลาดค้าปลีกซบเซา จากกำลังซื้อของผู้บริโภคถดถอย โฮช้อปปิ้ง สามารถสร้างยอดขายเฉลี่ยรายวันเพิ่มขึ้นเป็น 4.8 ล้านบาท และสามารถกระตุ้นยอดขายรายวันได้สูงถึง 6.9 ล้านบาทจากแผนการจัดโปรโมชันคัสดอร์สินค้าอย่างคุ่มค่าคุ่มราคา โดยปัจจุบันมีฐานลูกค้ากว่า 5.7 แสนราย ขณะนี้ บริษัทฯ เร่งขยายช่องทางการรับชมผ่านดิจิทัลทีวี สอดรับการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อในประเทศไทย และเพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายออนไลน์ตามแนวโน้มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านมือถือที่ขยายตัวต่อเนื่อง ส่งผลให้สื่อออนไลน์เป็นอีกแพลตฟอร์มหลักเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในยุคนี้

จากผลสำเร็จของการเพิ่มทุนที่ผ่านมา ส่งผลให้บริษัทสามารถลดภาระหนี้สินลงได้อย่างมีนัยสำคัญ และมีสถานะทางด้านการเงินที่เข้มแข็ง โดยอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นปรับตัวดีขึ้นเท่ากับ 0.72 เท่า ณ สิ้นไตรมาส 1/2558

ผลการดำเนินงานประจำไตรมาส 1/2558

หน่วย : พันบาท	ไตรมาส 1/2558	ไตรมาส 1/2557	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)
รายได้จากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์	2,246,200	1,927,220	16.6
รายได้อื่น ๆ	759,495	63,867	1089.2
รวมรายได้	3,005,695	1,991,087	51.0
ค่าใช้จ่าย			
ต้นทุนขายและบริการ	1,674,367	1,256,819	33.2
ค่าใช้จ่ายในการขาย	161,415	206,914	-22.0
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	791,617	710,035	11.5
รวมค่าใช้จ่าย	2,627,399	2,173,768	20.9
กำไร/(ขาดทุน)ก่อนส่วนแบ่งกำไร ค่าใช้จ่ายทางการเงิน และภาษี	378,296	(182,681)	307.1
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	6,214	(11,722)	153.0

กำไร/(ขาดทุน)ก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษีเงินได้นิติบุคคล	384,510	(194,403)	297.8
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	59,506	47,436	25.4
กำไร/(ขาดทุน)ก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล	325,004	(241,839)	234.4
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	(39,305)	19,532	301.2
กำไร/(ขาดทุน)สำหรับงวดจากการดำเนินงานต่อเนื่อง	364,309	(261,371)	239.4
กำไร/(ขาดทุน)สำหรับงวดจากการดำเนินงานที่ยกเลิก	-	(531,325)	na.
กำไร/(ขาดทุน)สำหรับงวด	364,309	(792,696)	146.0
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	(12,503)	(993)	(1,159.1)
กำไร/(ขาดทุน)ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	376,812	(791,703)	147.6
อัตราส่วนทางการเงิน			
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	25.5	34.8	
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายการขายและบริหารต่อรายได้รวม (ร้อยละ)	31.7	46.1	
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (ร้อยละ)	12.5	(39.8)	

รายได้จากการขายสินค้า การให้บริการและค่าลิขสิทธิ์ในไตรมาส 1/2558 เท่ากับ 2,246 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.6 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน จากธุรกิจเพลง ดิจิทัลมิวสิก โซวบีช และโฮมช้อปปิ้ง โดยผลการดำเนินงานในแต่ละสายธุรกิจได้มีการจัดกลุ่มตามโครงสร้างการบริหารใหม่ และบริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงงบการเงินรวมในไตรมาส 1/2558 ให้สอดคล้องกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินใหม่ว่าด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณาอำนาจการควบคุมกิจการ ส่งผลให้มีการจัดประเภทเงินลงทุนในบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเดิมถือเป็นบริษัทย่อย เปลี่ยนเป็นเงินลงทุนในการร่วมค้า และบันทึกด้วยวิธีส่วนได้เสีย (ตามหมายเหตุประกอบข้อ 1.5)

ธุรกิจหลัก

ธุรกิจเพลง ประกอบด้วย การจำหน่ายสินค้าเพลง (Physical Products) และ

ดิจิทัลมิวสิกผ่านทางต่าง ๆ รวมถึงการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ การจัดการแสดง (Show Biz) และธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมฟรีทูแอร์ ช่องแพนทีวี รายได้รวมจากธุรกิจเพลงในไตรมาส 1/2558 เท่ากับ 945 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 56 จากปีก่อน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42 ของรายได้จากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 31 ในปีก่อน ทั้งนี้รายได้ของธุรกิจเพลงเพิ่มขึ้นจากการจัดแสดงคอนเสิร์ตอย่างคึกคัก ร่วมกับรายได้จากเมืองไทยจีเอ็มเอ็มไอพีเอนท์ที่เปิดตัวไปเมื่อช่วงปลายปีที่ผ่านมา ด้านการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์และจ้างศิลปินไปร่วมงานกิจกรรมต่าง ๆ ก็เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการให้บริการ Music Streaming และ YouTube ยังคงมียอดวิวเติบโตต่อเนื่อง สร้างส่วนแบ่งรายได้ต่อเดือนกว่า 12.8 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส ส่วนธุรกิจทีวีดาวเทียม มีการพัฒนาปรับตัว หากกลยุทธ์เสริมจุดเด่น สร้างจุดขายให้ชัดเจน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มีการรวมช่องฟรีทู

แอร์จีเอ็มเอ็มมิวสิก เข้ากับช่องแพนทีวี เป็นให้เป็น GMM One Stop Music Channel ช่องเพลงช่องเดียวของแกรมมี่ที่มีเพลงเยอะที่สุดภายใต้สโลแกนใหม่ “แพนทีวีช่องนี้มีเพลงเยอะ” และเป็น Hub สำหรับคนรักเสียงเพลง ครอบคลุมทั้งเพลงลูกทุ่งและเพลงสตริง มั่นใจด้วยคอนเทนต์ที่แข็งแรงและเป็นผู้นำตลาด มีศิลปินและแฟนคลับจำนวนมาก จะทำให้ช่องแพนทีวีเป็นที่จดจำและแข็งแกร่งขึ้น เพราะเป็นช่องแรกที่จะทำให้แฟนตัวจริง “รู้ก่อน ฟังก่อน และชมก่อน” ในปีนี้ช่องแพนทีวี มีโปรเจกต์และกิจกรรมพิเศษให้แฟน ๆ มีส่วนร่วมผ่านหน้าจอทีวี ร่วมกับศิลปินจากสังกัดเพลงในแกรมมี่ ที่จะผลัดเปลี่ยนหมุนเวียน มาเพิ่มสีสันตลอดทั้งปี

ธุรกิจดิจิทัลทีวีช่องวัน ประกอบด้วย ช่องวันดิจิทัลทีวี และส่วนงานย่อยที่สนับสนุนการผลิต การขายและการตลาดให้แก่ช่อง ได้แก่ เอ็กแซกท์ มีมิติ แอ็กส์สตูดิโอ และธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมฟรีทูแอร์ช่องแอดวานซ์ บริษัทฯ มีรายได้ในไตรมาสนี้

เท่ากับ 226 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 44 จากงวดเดียวกันในปีที่แล้ว จากการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลทีวี บริษัทฯ ได้มีการยกผังรายการจากช่องอนาล็อกเดิมมาลงจอที่ช่องวัน เพื่อมุ่งเน้นการผลิตรายการรุกดิจิทัลทีวีอย่างเต็มตัวตามแผนการลงทุน

ในส่วนของผังรายการในไตรมาสนี้ ช่องวันได้ส่งรายการใหม่ล็อตใหญ่ เข้ามาเพิ่มเพื่อตอกย้ำและเติมเต็ม “Lifestyle Marketing” ซึ่งเป็นจุดยืนในการวางผังของช่องเพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมผู้ชมในช่วงเวลาต่าง ๆ โดยส่งรายการเด็ด อาทิ รายการ “วันนี้” ประเภทวาไรตี้ รายการ “เกมแจกแก๊ง” ประเภทเกมโชว์ รายการ “จันทร์ได้ใจ” ประเภททอล์กโชว์ รายการ “สายลับขยับยิ้ม” ประเภทวาไรตี้บันเทิง รายการ “สี่โพดำ” ประเภทโชว์ และรายการเรียลิตีระดับแม่เหล็กที่ตึงคนดูมาแล้วทั่วประเทศ “เดอะสตาร์ 11” ซึ่งในปัจจุบันถือเป็นรายการที่มีเรตติ้งสูงสุดของสถานี ได้ยกผังมาออนแอร์ทางช่องวันและทำเรตติ้งได้ใกล้เคียงช่องอนาล็อกเดิม ขณะที่คอนเทนต์แม่เหล็ก “ละครไพรม์ไทม์” ที่ออกอากาศในไตรมาสนี้ อาทิ เคหาสถ์ดาว เงาใจ สื่อริษยา เล่ห์หรีดี เข้าถึงกลุ่มผู้ชมแมส สร้างกระแสตอบรับที่ดีมาก เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ช่องวันก้าวสู่ตำแหน่งท็อปเท็นฟรีทีวีเรตติ้งช่องขยับขึ้นเรื่อย ๆ ในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ บริษัทวางแผนปรับอัตราค่าโฆษณาเพิ่มขึ้นตามเรตติ้ง จากเดิมที่มีอัตราค่าโฆษณาอยู่ที่ 2-3 หมื่นบาทต่ออนาที ขณะนี้ปรับเพิ่มแล้วเป็นหลักแสนบาทต่ออนาที และจะทยอยปรับขึ้นทุกเดือนตามฐานผู้ชมที่เพิ่มขึ้น โดยสินค้าที่เข้ามาลงโฆษณากับช่องวันเป็นสินค้ากลุ่มแมส อาทิ ยานยนต์ และ FMCG เป็นต้น

เป้าหมายนับจากนี้ไป คือ การเป็นเบอร์หนึ่งในกลุ่มช่องดิจิทัลทีวีใหม่ให้ได้ สำหรับผังรายการเฟสใหม่จะปล่อยในเดือนพฤษภาคมนี้ เริ่มด้วยละครฟอร์มใหญ่ “บัลลังก์เมฆ” ที่ได้นักแสดงระดับท็อปวงการ ตามด้วยซีทีคอมใหม่ “มือปราบ กู้ กู้ กู้” ล่าสุด ช่องวันได้ดึงผู้ผลิตนอกค่ายเข้ามาเสริมทัพ โดยให้ “เจเอสแอล” พันธมิตรผู้คร่ำหวอดในวงการมาผลิตรายการ “เจาะใจ” ทอล์กโชว์น้ำดีที่ย้ายมาจากช่องอนาล็อก วางผังออกอากาศวันศุกร์ในเดือนพฤษภาคมนี้ และอีกรายการคือ “มหัศจรรย์แห่งรัก” วาไรตี้เกี่ยวกับความรัก ซึ่งซื้อลิขสิทธิ์มาจากต่างประเทศ ส่วนบริษัท สาระแน แปซิฟิก ก็จะผลิตรายการตลก “งานเข้าที่เล่าเปิด” นอกจากนี้บริษัทฯ มีแผนร่วมลงทุนด้านคอนเทนต์กับ Bethel Global Media Contents (BGMC) Strategic Partner ระดับอินเตอร์ เพื่อคัดสรรคอนเทนต์พรีเมียมจากต่างประเทศที่เหมาะสมกับคนไทย มาลงที่ช่องวันเป็นที่แรก เริ่มจากซีรีส์เกาหลีสุดฮอตและการ์ตูนซึ่งเป็นการตอบใจത്യฐานผู้ชมกลุ่มครอบครัว และสาวกซีรีส์ต่างประเทศได้เป็นอย่างดี

ธุรกิจดิจิทัลทีวีของจีเอ็มเอ็ม 25 ประกอบด้วย ช่องจีเอ็มเอ็ม 25 ดิจิทัลทีวี ธุรกิจวิทยุ ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ในระบบอนาล็อก และธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมฟรีทูแอร์ช่องแวงแซนแนล บริษัทฯ มีรายได้ในไตรมาสนี้ เท่ากับ 356 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 จากปีก่อน จากรายได้ของเอไอเอ็ม โชว์บิช และการบริหารสื่อวิทยุในเครือเอไอเอ็ม ที่เริ่มเห็นสัญญาณการใช้เม็ดเงินโฆษณากลับมาคึกคัก มีการต่อยอดจัดกิจกรรม แคมเปญ และอีเวนต์รูปแบบต่าง

ๆ อย่างต่อเนื่อง นำจับตาไม่แพ้ดิจิทัลทีวี เนื่องจากสื่อวิทยุยังเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพเข้าถึงผู้ฟังกลุ่มคนทำงานได้ดี โดยบริษัทฯ เดินหน้าขยายฐานผู้รับฟังบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ทั้งสมาร์ตโฟน คอมพิวเตอร์ผ่าน Application AtimeOnline ร่วมกับกิจกรรมทางการตลาดอย่างครึกครื้น

ภายหลังช่องจีเอ็มเอ็ม 25 แดงผังปี 58 เต็มรูปแบบ เพื่อตอบรับเม็ดเงินโฆษณาในสื่อดิจิทัลทีวีในปีนี้ ที่มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นอีก หลังจากที่ผู้ชมเริ่มรับรู้ในวงกว้าง ช่องจีเอ็มเอ็ม 25 ก็มีเรตติ้งปรับตัวสูงขึ้น ด้านรูปแบบการขายนั่นนำเสนอแพคเกจตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งมีทั้งที่ต้องการลงโฆษณา และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือทำรายการเพื่อสร้างแบรนด์ และโฆษณาสินค้าต่าง ๆ ขณะเดียวกันเอเยนซีก็ไม่ได้ใช้เรตติ้งการรับชมเพียงอย่างเดียวในการเลือกใช้จ่ายเงินโฆษณา แต่มีการใช้จ่ายเงินในรูปแบบของมัลติแพลตฟอร์ม ต้องอาศัยกระแสคอนเทนต์ที่โดดเด่น มีรูปแบบเฉพาะเจาะจงซึ่งได้รับความนิยมจากผู้ชมด้วย ที่ผ่านมาก็พบว่าคอนเทนต์และวาไรตี้ของช่องจีเอ็มเอ็ม 25 ถูกเคลือบเอาใจด้วยความสนุก และเป็นพรีเมียมคอนเทนต์ สร้างภาพลักษณ์ความทันสมัย เป็นช่องของคนรุ่นใหม่และใจรุ่น สามารถเข้าถึงกลุ่มวัยทีนและผู้มีไลฟ์สไตล์เปิดกว้าง รวมถึงกลุ่มผู้รับชมผ่านมัลติสกรีนได้เป็นอย่างดี ภายใต้สโลแกน “สนุกทุกวัน อยู่ด้วยกันตลอดเวลา” ทำให้มีผลตอบรับที่ดีจากเจ้าของสินค้าหลากหลายกลุ่ม โดยเฉพาะซีรีส์ดัง “คลับพรายเดย์” เป็นรายการที่มีเรตติ้งสูงสุด สร้างกระแสความนิยมในวงกว้างจากกลุ่มนักเรียน วัยรุ่น วัยทำงาน เป็นการทำซีรีส์บนแนวคิดใหม่ ได้วัตถุดิบ

จากเรื่องจริงในคลื่นวิทยุ ที่มีดีเจที่อ้อย ที่ขอดตอบปัญหารัก และยังมีเหล่าดีเจดังมา บันเป็นดาราป้อนให้กับซีรีส์ต่าง ๆ แบบไม่ขาดช่วง อีกทั้งยังได้ค่ายหนังทำเงิน “จีทีเอช” ที่โด่งดังจากซีรีส์ฮอโรโมน มาช่วยฉีกกำลังผลิตรายการละคร เรื่องล่าสุด “น้ำตากามเทพ” ที่เป็นทอล์คโชว์เดอะทาวนด์ตั้งแต่แรกเปิดตัว สำหรับจุดยืนสำคัญของช่อง คือ การเดินทางพัฒนาคอนเทนต์ใหม่ ๆ จากผู้ผลิตชั้นนำที่มีฝีมือทั้งในประเทศและต่างประเทศตลอดเวลา เพื่อรองรับกับไลฟ์สไตล์ของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุก ๆ วัน

ธุรกิจอื่น ๆ

ธุรกิจเทรดดิ้ง ประกอบด้วยธุรกิจซื้อขายสินค้าไฮมอลล์ปิ้ง และกล่องรับสัญญาณดาวเทียม สำหรับไฮมอลล์ปิ้ง มีรายได้ไตรมาสนี้เท่ากับ 383 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 71 จากปีก่อน ขณะนี้ ไฮมอลล์ปิ้งเดินทางขยายช่องทางกำหนัดรับชมผ่านดิจิทัลทีวี พัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน และเพิ่มความเข้มช่องทางออนไลน์ด้วยการจำหน่ายสินค้าหลากหลาย พร้อมการผ่อนชำระเงินเพื่อความสะดวกยิ่งขึ้น ส่งผลให้สินค้าหมวดเครื่องออกกำลังกาย และสินค้าไอทีได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก

สำหรับธุรกิจกล่องรับสัญญาณทีวีดาวเทียมแซท มีรายได้ เท่ากับ 167 ล้านบาทในไตรมาสนี้ ลดลงร้อยละ 34 ตามภาวะตลาดซึ่งได้รับผลกระทบจากกระแสการผลักดันดิจิทัลทีวี โดยยอดขายกล่องทั้งตลาดหดตัวกว่า 20% ในช่วงต้นปี อย่างไรก็ตาม จีเอ็มเอ็มแซทยังคงเดินทางทำกิจกรรมทางการตลาดเพื่อขยายแพททฟอร์ม โดยวางกลยุทธ์เสริมจุดแข็งในช่องทางการจัด

จำหน่ายผ่าน Modern Trade, 7-11, ไฮเปอร์มาร์เก็ต มีการร่วมทำกิจกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้า อาทิ การจัดเอ็กซ์คลูซีฟทริป “เที่ยวสุดฟิน บินท่องโลก” สำหรับลูกค้าเทสโก้ผู้โชคดีจากการจับรางวัล ร่วมกับกิจกรรมชิงรางวัลอื่น ๆ และการจัดรายการพิเศษอีกมากมาย ภาพรวมในปี นี้ บริษัทฯ วางเป้าหมายขยายฐานลูกค้ากล่องรับสัญญาณเพิ่มจากเดิม 3 ล้านกล่องในปี 2557 จะเติบโตเกิน 4 ล้านกล่องในปี 2558

ธุรกิจภาพยนตร์ ในไตรมาสนี้ไม่มีภาพยนตร์ใหม่เข้าฉาย แต่มีการบันทึกรายได้เท่ากับ 87 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 2 จากปีที่แล้ว รายได้จากธุรกิจภาพยนตร์คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์รักษาระดับใกล้เคียงกับปีก่อน

ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และอื่น ๆ ในไตรมาสนี้ สิ่งพิมพ์มีรายได้เท่ากับ 23 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 20 จากปีก่อนตามภาวะตลาด ส่วนธุรกิจอื่น ๆ มีรายได้ 62 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 50 จากปีก่อน จากการบริหารจัดการแพททฟอร์มดิจิทัลทีวี

ต้นทุนขายและบริการ ในไตรมาสนี้เท่ากับ 1,674 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 33 จากงวดเดียวกันของปีก่อน และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 75 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 65 ในงวดเดียวกันของปีก่อน โดยธุรกิจที่มีต้นทุนขายและบริการลดลงได้แก่ ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ และธุรกิจแซทเทรดดิ้ง ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการลดลงของรายได้ ในขณะที่ต้นทุนขายและบริการของธุรกิจดิจิทัลทีวี

ปรับเพิ่มขึ้นจากค่าใช้จ่ายต้นทุนใบอนุญาตต้นทุนค่าส่งสัญญาณ (MUX) และต้นทุนการผลิตรายการ เช่นเดียวกับธุรกิจเพลงและไฮมอลล์ปิ้ง ก็มีต้นทุนขายและเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับการเติบโตของรายได้

กำไรขั้นต้น ในไตรมาสนี้เท่ากับ 572 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 15 จากงวดเดียวกันของปีที่แล้ว และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25 ของรายได้รวม ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 35 ในปีก่อน เป็นผลจากธุรกิจสื่อที่มีรายได้ค่าโฆษณาตกลงและต้นทุนในการดำเนินธุรกิจที่วิตติจัท เช่น ต้นทุนในการผลิตรายการเพิ่มสูงขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวม ในไตรมาสนี้เท่ากับ 1,013 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากปีก่อน และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45 ของรายได้รวม ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายทางการตลาดและการบริหารงาน รวมถึงดอกเบี้ยของธุรกิจดิจิทัลทีวี และเทรดดิ้ง

กำไรสุทธิ ในไตรมาสนี้บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิเท่ากับ 377 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 148 จากปีก่อน จากธุรกิจเพลงฟื้นตัวร่วมกับการรับรู้กำไรจากการจำหน่ายหุ้นซีอีดีและการจัดประเภทเงินลงทุนของวันตามหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 1.2 ในขณะที่ผลขาดทุนของธุรกิจไฮมอลล์ปิ้งลดลง คงเหลือแต่ธุรกิจทีวีดิจิทัลที่ประสบภาวะขาดทุนในช่วงเริ่มต้นของการลงทุน

สินทรัพย์รวม ณ สิ้นไตรมาส 1/2558 เท่ากับ เท่ากับ 11,596 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2557 ร้อยละ 23 จากการเปลี่ยนแปลงประเภทเงินลงทุนในบริษัท จีเอ็มเอ็มวัน ทีวีเทรดดิ้ง จำกัด เป็นเงินลงทุนในกิจการร่วมค้า ภายหลังการปรับโครงสร้างการลงทุนใน

บริษัทดังกล่าวเป็นร้อยละ 51 (ตามหมายเหตุประกอบงบข้อ 1.2) และในส่วนของเงินลงทุนระยะยาวลดลงจากการขายหุ้นซีอีดี สำหรับส่วนของหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยเท่ากับ 2,815 ล้านบาท ลดลงจาก 4,319 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2557 จากการชำระหนี้เงินกู้ยืมระยะสั้นที่ครบกำหนด และในส่วนของหนี้สินค่าใบอนุญาตดิจิทัลทีวี ลดลง 2,384 ล้านบาท จากการเปลี่ยนแปลงประเภทเงินลงทุนในบริษัท จีเอ็มเอ็ม วัน ทีวีเทรคดิง จำกัด ส่งผลให้หนี้สินรวมลดลงอยู่ในระดับ 7,660 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 34 จากสิ้นปีก่อน ขณะที่ส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 3,936 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปีก่อนร้อยละ 10 จากกำไรระหว่างงวดของบริษัทฯ

นอกจากนี้อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นลดลงจาก 1.21 เท่า ณ สิ้นปี 2557 เป็น 0.72 เท่า ณ สิ้นไตรมาส 1/2558

กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงาน ในไตรมาสนี้เท่ากับ 275 ล้านบาท ในขณะที่กระแสเงินสดใช้ไปสำหรับการลงทุนเป็นบวกเท่ากับ 166 ล้านบาท และกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 33 ล้านบาท ส่งผลให้กระแสเงินสดสุทธิของไตรมาสนี้ลดลง 75 ล้านบาท ทำให้ ณ สิ้นไตรมาส 1/2558 บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเท่ากับ 789 ล้านบาท

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 1/2558	ปี 2557 (ปรับปรุงใหม่)
เงินสดและเทียบเท่า	789	865
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	4,160	4,428
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	6,647	9,813
รวมสินทรัพย์	11,596	15,106
หนี้สินหมุนเวียน	3,299	4,491
หนี้สินไม่หมุนเวียน	4,361	7,032
รวมหนี้สิน	7,660	11,523
ส่วนของผู้ถือหุ้น	3,936	3,583
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	11,596	15,106
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย	0.72	1.21
ต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)		

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ

นางสาวอัญชลี เจียรธรรม

ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์

โทร. 02 669 9936, 02 669 9952

อีเมล ir@gmmgrammy.com