

## บทรายงานและการวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 2/2560

### บทสรุปผู้บริหาร

บมจ.จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจสื่อและผลงานบันเทิงแบบครบวงจร บริษัทฯ มีการพัฒนาในรูปแบบธุรกิจด้วยความเชี่ยวชาญที่ได้สั่งสมมาตลอด เพื่อสร้างความเติบโตอย่างมั่นคงยั่งยืน และผลตอบแทนที่ดีในระยะยาวให้กับผู้ถือหุ้นด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมทุกภาคส่วนเป็นสำคัญ

ภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อและโฆษณาในไตรมาสนี้ ยังอยู่ในภาวะชะลอตัว บริษัทฯ จึงต้องดำเนินแผนธุรกิจด้วยความระมัดระวัง ให้ความสำคัญกับการต่อยอดจากธุรกิจเดิม ภายใต้ยุทธศาสตร์ โทเทิล มีเดียโซลูชัน ส่งมอบบริการสื่อครบวงจรเพื่อการเข้าถึงและเชื่อมโยงผู้บริโภค ผลประกอบการที่ผ่านมาปรับตัวดีขึ้นตั้งแต่ต้นปี ต่อเนื่องมาถึงไตรมาส 2/2560 รายได้รวมของบริษัทฯ จากการขายสินค้า การให้บริการ และการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์

เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.2 จากปีก่อน ขณะเดียวกันบริษัทสามารถลดค่าใช้จ่ายการขายและบริหารลงได้ร้อยละ 7.1 จากปีก่อนหน้า เป็นผลมาจากประสิทธิภาพในการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างรัดกุม ส่งผลให้ผลประกอบการไตรมาสนี้ บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 8.5 ล้านบาท โดยในจำนวนนี้ได้รวมผลกระทบจากรายการที่ไม่ใช่รายการประจำ จำนวนสุทธิ 2 ล้านบาท ประกอบด้วย กำไรจากการลดสัดส่วนเงินลงทุนในการร่วมค้าบริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัดจากร้อยละ 51 เป็นร้อยละ 25.5 ภายใต้หลักการบัญชีเสมือนถือเงินลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 25.5 ตั้งแต่ในอดีตจำนวน 171 ล้านบาท และในเวลาเดียวกันบริษัทฯ ได้ปรับค่าความนิยมในเงินลงทุนของกิจการร่วมค้าให้สอดคล้องกับสัดส่วนเงินลงทุนเหลือร้อยละ 25.5 คิดเป็นจำนวนเงิน 156 ล้านบาท นอกจากนี้ได้ตั้งสำรองลูกหนี้การค้า อีกจำนวน 17

ล้านบาท ซึ่งหากไม่รวมรายการที่กล่าวมาแล้วนี้ จะพบว่าบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 6.5 ล้านบาท ซึ่งเกิดจากผลการดำเนินงานในธุรกิจเพลง คอนเสิร์ต ภาพยนตร์ รวมทั้งธุรกิจดิจิทัลทีวีซึ่งมีผลประกอบการดีขึ้นเป็นลำดับ อีกทั้งยังมีโอกาสปรับตัวดีขึ้นจากความคืบหน้าการทยอยยุติการออกอากาศในระบบอนาล็อก และการเปิดให้บริการข้อมูลการวัดเรตติ้งแบบมัลติสกรีนซึ่งจะมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาในอุตสาหกรรมสื่ออย่างมาก

ด้านสถานะทางการเงินของบริษัทฯ ยังคงเข้มแข็งภายหลังการปรับโครงสร้างธุรกิจ ส่งผลให้ภาระหนี้สินลดลงอย่างมีนัยสำคัญ และมีอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 1.72 เท่า ณ สิ้นไตรมาส 2/2560

### ผลการดำเนินงานประจำไตรมาส 2/2560

หน่วย : พันบาท	ไตรมาส 2/ 2560	ไตรมาส 2/2559	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)
รายได้จากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์	1,909,982	1,799,237	6.2
รายได้อื่น ๆ	214,329	44,338	383.4
รวมรายได้	2,124,311	1,843,575	15.2
ต้นทุนขายและบริการ	1,179,293	1,067,866	10.4
ค่าใช้จ่ายในการขาย	134,285	150,138	(10.6)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	581,883	620,770	(6.3)
รวมค่าใช้จ่าย	1,895,461	1,838,774	3.1
กำไร(ขาดทุน) ก่อนส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน)ค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษี	228,850	4,801	4666.7
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	5,452	5,822	(6.4)

ส่วนแบ่งกำไร/(ขาดทุน) จากเงินลงทุนในการร่วมค้า	(160,846)	(87,558)	83.7
กำไร/(ขาดทุน)ก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	73,456	(76,935)	
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	(41,387)	(46,289)	(10.6)
กำไร/(ขาดทุน)ก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	32,069	(123,224)	
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(6,833)	4,933	
กำไร/(ขาดทุน)สำหรับงวด	25,236	(118,291)	
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	16,709	(9,559)	
กำไร/(ขาดทุน)ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	8,527	(108,732)	
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	38.3	40.6	
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายการขายและบริหารต่อรายได้รวม (ร้อยละ)	33.7	41.8	
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (ร้อยละ)	0.4	(5.9)	

รายได้จากการขายสินค้า การให้บริการและค่าลิขสิทธิ์ในไตรมาส 2/2560 เท่ากับ 1,910 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.2 เมื่อเทียบกับปีก่อน จากการเติบโตของเรตติ้งและรายได้ในดิจิทัลทีวี ร่วมกับไฮมอลล์ปิ้งและธุรกิจภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จจากหนังใหม่เข้าฉาย ส่วนธุรกิจเพลงมีรายได้จากโซวบีซและการบริหารและจัดการศิลปินเพิ่มขึ้น ขณะที่แพลตฟอร์มจีเอ็มเอ็มแซทขยายปรับตัวดีขึ้นจากการเพิ่มไลน์สินค้าใหม่ไตรมาส

**ธุรกิจเพลง** ประกอบด้วย การจำหน่ายสินค้าเพลง (Physical Products) และดิจิทัลมิวสิกผ่านช่องทางต่าง ๆ รวมถึงการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ ธุรกิจโซวบีซและธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมฟรีทูแอร์ช่องแพนทีวีรายได้รวมจากธุรกิจเพลงในไตรมาส 2/2560 เท่ากับ 681 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 6 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36 ของรายได้จากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ ในขณะที่ไตรมาส 2 ปี 2559 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 ซึ่งรายได้ที่ลดลงเกิดจากการชะลอตัวของ Physical Sales ตามภาวะ

ตลาด โดยที่ผ่านมามีบริษัท ได้ปรับโมเดลธุรกิจเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้ฟังเพลง โดยให้ความสำคัญกับมิวสิคมาร์เก็ตติ้งบนช่องทางอื่นเพิ่มมากขึ้น และการต่อยอดคอนเทนต์บนดิจิทัลแพลตฟอร์ม และโซเซียลมีเดียต่างๆ ในขณะที่การผลิตผลงานเพลงยังคงเน้นคุณภาพและให้ความสำคัญกับโปรดิวต์ค้นหาศิลปินหน้าใหม่อย่างต่อเนื่อง ในส่วนงานบริหารจัดการศิลปิน บริษัทฯ มุ่งเน้นกลยุทธ์สร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างคอมมิวนิตีให้แนวเพลงและศิลปิน เพื่อต่อยอดขยายผลอย่างเป็นทางการ ขณะนี้พบว่าความนิยมในการจ้างงานศิลปินเป็นฟรีเซนเตอร์และแอมบาสซาเดอร์เพิ่มขึ้นอย่างมาก

#### ธุรกิจทีวีดิจิทัล

**ช่องวัน 31** ซึ่งบริษัทบันทึกบัญชีในรูปเงินลงทุนในการร่วมค้า และบันทึกด้วยวิธีส่วนได้เสีย

ในไตรมาสนี้ ช่องวันรุกแพลตฟอร์มดิจิทัลด้วยการออกอากาศรายการข่าวเช้า ข่าวเที่ยง และช่วงไพรม์ไทม์ผ่านไลฟ์เพชบุ๊คพร้อมเติมผังรายการใหม่ทั้งรายการข่าว วา

ไรตี้ ดรามา ซีรีส์ กีฬา ไลฟ์สไตล์ เพื่อมุ่งสู่ความเป็นโมเดิร์นแมสที่สมบูรณ์

**จีเอ็มเอ็มมีเดีย** ประกอบด้วย ช่องจีเอ็มเอ็ม 25 ดิจิทัลทีวี ธุรกิจวิทยุ และโซวบีซในเครือเอไอเอ็ม บริษัทฯ มีรายได้ในไตรมาสนี้เท่ากับ 413 ล้านบาท ลดลง ร้อยละ 12 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนจาก สื่อวิทยุมีรายได้ลดลงร้อยละ 30 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23 ของกลุ่มธุรกิจจีเอ็มเอ็มมีเดีย ทั้งนี้ บริษัทฯ เชื่อมั่นคลื่นวิทยุของบริษัทมีการแบ่งเซ็กเมนต์เจาะกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน และสามารถขยายฐานผู้รับฟังในกลุ่มออนไลน์และดิจิทัลแพลตฟอร์มใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ขณะที่เอไอเอ็มโซวบีซนั้นประสบความสำเร็จในทุกคอนเสิร์ตที่จัดสามารถสร้างปรากฏการณ์ Sold Out จากฐานลูกค้าและผู้ชมที่เหนียวแน่นได้เสมอสำหรับภาพรวมผลการดำเนินงานของช่องจีเอ็มเอ็ม 25 ในไตรมาสนี้ ชะลอตัวลงเล็กน้อยจากสภาพการแข่งขันที่รุนแรง โดยช่องคงจุดยืนด้านการพัฒนาคอนเทนต์ที่สร้างจากเรื่องจริงโดยเน้นละครและซีรีส์พร้อมกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด

เชื่อมโยงความรู้สึก กระตุ้นให้เกิดการแชร์ และการมีส่วนร่วมของผู้ชม เกิดเป็นกระแสโซเชียลผ่านมัลติแพลตฟอร์ม ส่งผลให้ความนิยมในคอนเทนต์ของช่องกระจายไปอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในโลกออนไลน์

**ธุรกิจเทรดดิ้ง** ประกอบด้วยธุรกิจซื้อขายสินค้าโฮมช้อปปิ้ง และกล่องรับสัญญาณดาวเทียม สำหรับโฮมช้อปปิ้ง มีรายได้ไตรมาสนี้เท่ากับ 455 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน บริษัท มีการจัดรายการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายอย่างต่อเนื่อง ร่วมกับการฝึกพันธมิตรรายใหญ่ อาทิ กลุ่มสหพัฒน์ ในการเปิดบริการจำหน่ายสินค้าในรูปแบบอีคอมเมิร์ซของเครือ รวมทั้งการทำตลาดและจัดแคมเปญต่าง ๆ ผ่านทีวีโฮมช้อปปิ้ง พร้อมเพิ่มจำนวนสินค้าใหม่ให้ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคและขยายช่องทางารรับชมผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อเพิ่มสัดส่วนการขายออนไลน์ผ่านทั้งเว็บไซต์และโมบายแอปพลิเคชัน

สำหรับธุรกิจกล่องรับสัญญาณทีวีดาวเทียมแซท มีรายได้ เท่ากับ 82 ล้านบาทในปี นี้ เพิ่มขึ้นร้อยละ 75 จากปีก่อนจากการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่รุ่นมินิสกาย ร่วมกับยอดขายกล่องดิจิทัลทีวีในช่วงการแจกคู่มือเฟสสองจากกสทช.

**ธุรกิจภาพยนตร์** ในไตรมาสนี้มีรายได้ เท่ากับ 153 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 239 จากไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้ว โดยมีภาพยนตร์ใหม่เข้าฉาย “ฉลาดเกมส์โกง” สร้างกระแสตอบรับในวงกว้างและรายได้ Box Office กว่า 112 ล้านบาท อีกทั้งยังคว้ารางวัลภาพยนตร์ยอดเยี่ยม และรางวัล

นักแสดงภาพยนตร์ดาวรุ่งเอเชียนานาชาติ จากเทศกาลภาพยนตร์เอเชียนิวออร์ก 2017 โดยทางค่ายได้ขายลิขสิทธิ์ภาพยนตร์เรื่องนี้ไปฉายที่ต่างประเทศอีกหลายแห่ง

**ธุรกิจอื่น ๆ** ในไตรมาสนี้ธุรกิจอื่น ๆ มีรายได้ 133 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 127 จากปีก่อน จากการบันทึกรายได้ค่าลิขสิทธิ์ฟุตบอลโลก 2018 รอบคัดเลือกโซนยุโรป ซึ่งเริ่มขายแพ็คเกจออกอากาศตั้งแต่ไตรมาสที่แล้วต่อเนื่องมาถึงปีนี้

**ต้นทุนขายและบริการ** ไตรมาสนี้เท่ากับ 1,179 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 10 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ โดยธุรกิจที่มีต้นทุนเพิ่มขึ้นคือ ธุรกิจภาพยนตร์ และแพลตฟอร์มแซท สอดคล้องกับรายได้ ขณะที่โฮมช้อปปิ้งสามารถคุมต้นทุนได้ดีพร้อมผลักดันการเติบโตของรายได้

**กำไรขั้นต้น** ไตรมาสนี้เท่ากับ 731 ล้านบาท ทรงตัวในระดับเดียวกับปีที่แล้ว และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ เพิ่มขึ้นจากปีก่อน เป็นผลจากประสิทธิภาพในการสร้างกำไรของธุรกิจดิจิทัลทีวี โฮมช้อปปิ้ง และภาพยนตร์ ขณะที่ธุรกิจเพลง แม้รายได้จะลดลงแต่มีอัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวสูงขึ้นมาก

**ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวม** ไตรมาสนี้เท่ากับ 716 ล้านบาท ทรงตัวจากไตรมาสก่อน และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34 ของรายได้รวม ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 42 ในไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สะท้อนให้

เห็นพัฒนาการควบคุมค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

**กำไรสุทธิ** ในไตรมาสนี้บริษัท มีผลกำไรสุทธิเท่ากับ 8.5 ล้านบาท พลิกฟื้นเป็นบวก จากผลขาดทุนสุทธิถึง 109 ล้านบาทในงวดเดียวกันของปีก่อน จากความสำเร็จในการบริหารจัดการธุรกิจของบริษัท ได้ตามแผน

**สินทรัพย์รวม ณ สิ้นไตรมาส 2/2560** เท่ากับ เท่ากับ 7,529 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2559 ร้อยละ 3.9 จากรายการเงินสดที่กักเพิ่มเติมสำหรับกิจการดิจิทัลทีวี ร่วมกับกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน

**หนี้สิน** ที่มีภาระดอกเบี้ยในไตรมาสนี้ เท่ากับ 2,545 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 2,421 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2559 จากเงินกู้ยืมธนาคารระยะสั้น ร่วมกับเจ้าหนี้การค้า รายรับล่วงหน้า เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับยอดขาย ในส่วนหนี้เงินกู้ระยะยาวที่ถูกจัดประเภทเป็นหนี้ระยะสั้นได้กลับมาเป็นหนี้สินระยะยาวตามปกติแล้ว ส่งผลให้หนี้สินรวมเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับ 6,049 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.6 จากสิ้นปีก่อน ขณะที่ส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 1,480 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปีก่อนร้อยละ 0.8 จากผลกำไรในระหว่างปีของบริษัท นอกจากนี้ อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยจาก 1.65 เท่า ณ สิ้นปี 2559 เป็น 1.72 เท่า ณ สิ้นไตรมาส 2/2560

กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน  
ในไตรมาสนี้เท่ากับ 265 ล้านบาท ขณะที่  
กระแสเงินสดใช้ไปในการลงทุนเท่ากับ 63  
ล้านบาท และกระแสเงินสดจากกิจกรรม  
จัดหาเงินเท่ากับ 78 ล้านบาท ส่งผลให้

กระแสเงินสดสุทธิของไตรมาสนี้เพิ่มขึ้น  
280 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 2/2560  
บริษัทฯ จึงมีเงินสดและรายการเทียบเท่า  
เงินสด 1,270 ล้านบาท

### สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ

นางสาวอัญชลี เจียรธรรม - ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์  
โทร. 02 669 9952 อีเมลล์ [ir@gmmgrammy.com](mailto:ir@gmmgrammy.com)

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 2 / 2560	ปี 2559
เงินสดและเทียบเท่า	1,270	869
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	2,402	2,376
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	3,857	4,004
รวมสินทรัพย์	7,529	7,249
หนี้สินหมุนเวียน	2,973	4,179
หนี้สินไม่หมุนเวียน	3,076	1,601
รวมหนี้สิน	6,049	5,780
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,480	1,469
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	7,529	7,249
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย		
ต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	1.72	1.65