

บทรายงานและการวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 1/2559

บทสรุปผู้บริหาร

บมจ.จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจสื่อและผลงานบันเทิงแบบครบวงจร บริษัทฯ มีการพัฒนารูปแบบธุรกิจด้วยความเชี่ยวชาญที่ได้สั่งสมมาตลอด เพื่อสร้างความเติบโตอย่างมั่นคงยั่งยืน และผลตอบแทนที่ดีในระยะยาวให้กับผู้ถือหุ้นด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมทุกภาคส่วนเป็นสำคัญ

ภาพรวมไตรมาสแรกการใช้งบประมาณผ่านสื่อชะลอตัว จากปัจจัยสำคัญภาวะเศรษฐกิจยังไม่ฟื้นตัวที่ชัดเจน รวมถึงปัญหาภัยแล้งที่ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อในวงกว้าง ถือว่าเป็นการเริ่มต้นปีที่ท้าทายอีกครั้งของธุรกิจสื่อ ทำให้ผู้ประกอบการต้องดำเนินแผนธุรกิจอย่างรอบคอบ ที่ผ่านมา บริษัทฯ มุ่งมั่นเดินหน้าตามแผนยุทธศาสตร์เทเทิล มีเดีย ไฮลูชั่น ในการรวมสื่อทุกแพลตฟอร์มเข้าด้วยกัน ทั้งออนแอร์ ออนไลน์ ออนกราวนด์ เพื่อนำเสนอเป็นทางเลือกที่สร้างประโยชน์สูงสุดให้กับลูกค้า ส่งผลให้ไตรมาสแรกผลการดำเนินงานของธุรกิจหลัก ในส่วนงานเพลงยังคงเติบโตจากดิจิทัลมิวสิก ขณะที่โซเชียลทวิตในในระดับใกล้เคียงกับปีก่อน ส่วนดิจิทัลทีวีทั้งสองช่องของกลุ่มบริษัทฯ มีการเติบโตทั้งรายได้และเรตติ้งแบบก้าวกระโดดสวนกระแส คาดว่าไตรมาสสองจะมีทิศทางที่ดีขึ้นอีก ด้วยกลยุทธ์การวางผังที่เข้มข้นร่วมกับปัจจัยบวกช่วงไฮซีซั่นของตลาดโฆษณา ขณะเดียวกันไฮมูวซิกยังคงรักษาอัตราการเติบโตที่ดี แม้ว่าภาพรวมค่าปลีกจะชะลอตัว ถือเป็นธุรกิจดาวรุ่งที่น่าจับตามอง

ด้านรายได้รวมของบริษัทฯ จากการขายสินค้า การให้บริการ และการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ในไตรมาส 1/2559 ลดลงร้อยละ 12.2 จากปีก่อน เป็นผลจากการจัดประเภทเงินลงทุนในบริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ซึ่งเดิมถือเป็นบริษัทย่อยเปลี่ยนเป็นเงินลงทุนในการร่วมค้าและบันทึกด้วยวิธีส่วนได้เสีย จึงทำให้ไม่มีการนำเสนอข้อมูลทางการเงินของส่วนงานที่วิดิทัศน์ช่องวันในแต่ละรายการในงบการเงินรวม แต่จะปรากฏในรายการส่วนแบ่งกำไร/ขาดทุนจากเงินลงทุนในการร่วมค้านับตั้งแต่ไตรมาส 2/2558 เป็นต้นมา อย่างไรก็ตามหากพิจารณาภาพรวมรายได้จากกิจการที่ดำเนินงานต่อเนื่อง โดยไม่รวมรายได้จากกลุ่มดิจิทัลทีวีช่องวัน กลุ่มสิ่งพิมพ์ และกลุ่มบริหารจัดการกิจกรรมซึ่งได้จำหน่ายเงินลงทุนออกไปแล้วก่อนหน้านี้พบว่ารายได้จากธุรกิจทั้งหมดของบริษัทลดลงเล็กน้อยในอัตราร้อยละ 1.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว สืบเนื่องจากการหดตัวของธุรกิจแพลตฟอร์มดาวเทียมแซทตามดาวเคราะห์และธุรกิจภาพยนตร์ไม่มีหนังใหม่เข้าฉายไตรมาสนี้ สำหรับผลประกอบการงวดไตรมาส 1/2559 มีผลขาดทุนสุทธิ 144 ล้านบาท สูงกว่างวดเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากในไตรมาส 1/2558 บริษัทฯ มีการบันทึกกำไรเพิ่มเติมจำนวน 72 ล้านบาท จากการขายเงินลงทุนในหลักทรัพย์ซีอีดี และรับรู้กำไรพิเศษมูลค่า 731 ล้านบาทจากการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการลงทุนในบริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด เป็นเงินลงทุนในการร่วมค้า ดังนั้นหากถอดกำไร

พิเศษดังกล่าวออกไป พบว่าผลประกอบการไตรมาส 1/2559 ปรับปรุงดีกว่่างวดเดียวกันของปีก่อนถึงร้อยละ 63 โดยผลขาดทุนหลักเกิดจากดิจิทัลทีวีซึ่งเป็นระยะของการลงทุน

ครบรอบสองปีของการออกอากาศดิจิทัลทีวี แม้ว่าภาพรวมอุตสาหกรรมยังคงประสบปัญหาความล่าช้าของการเปลี่ยนผ่านแพลตฟอร์มในการรับชม แต่ผู้ประกอบการต่างมุ่งมั่นพัฒนาคอนเทนต์คุณภาพ ทำให้สัดส่วนจำนวนผู้ชมและเม็ดเงินโฆษณาสื่อดิจิทัลทีวีช่องใหม่ขยับขึ้นอย่างต่อเนื่อง และการก้าวเข้าสู่ปีที่สามในปีนี้เป็นปีแห่งการลงทุนด้านคอนเทนต์แบบจัดเต็ม ควบคู่กับการขยายช่องทางรับชมให้ครอบคลุมกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย รวมถึงการทำกิจกรรมการตลาด ทั้งอีเวนต์ลงพื้นที่เพื่อสร้างแบรนด์และเข้าถึงฐานผู้รับชมทั่วประเทศ เชื่อว่าช่วงครึ่งปีหลังตลาดโฆษณาน่าจะกลับมาเติบโตได้ในอัตราเดียวกับการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศ และภาพรวมของอุตสาหกรรมดิจิทัลทีวีในปีหน้า จะมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เนื่องจากเป็นปีที่มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นหลายอย่างในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการเลือกตั้ง การหมดวาระของคณะกรรมการ กสทช. การมีโครงข่ายดิจิทัลทีวีครอบคลุมทั่วประเทศ หรือการมีบริษัทใหม่เข้ามาดูแลการวัดเรตติ้งที่ครอบคลุมทุกช่องทางในการรับชม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะทำให้ภาพรวมของอุตสาหกรรมดิจิทัลทีวีมีความชัดเจนและคึกคักมากขึ้น

ท่ามกลางการพัฒนาเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่าง

รวดเร็ว ซึ่งมีปัจจัยหนุนจากการขยายตัวของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยทุกช่วงอายุอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการเปิดให้บริการ 4 จี เต็มรูปแบบในปีนี้จะทำให้คนไทยเข้าถึงโมบาย บรอดแบนด์เพิ่มขึ้น และใช้งานสมาร์ตทีวีได้สะดวกทุกที่ ทุกเวลา ทุกแพลตฟอร์ม บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการทำตลาดมัลติสกรีนควบคู่ไปกับการทำตลาดมัลติสกรีนควบคู่ไปกับการทำหน้าจอลูก โดยออนไลน์ถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่เพิ่มโอกาสสร้างรายได้จากยอดผู้เข้าชมผ่านรูปแบบออนไลน์มาตรฐาน ที่ผ่านมาบริษัทฯ ก้าวขึ้นเป็นผู้นำด้านคอนเทนต์โปรดิวเซอร์เต็มตัว โดยมีบทพิสูจน์จากสถิติอันดับ 1 ในดิจิทัลแพลตฟอร์มและโซเชียลมีเดีย ยอดนิยม ทั้งยอดวิว ยอดสมาชิก ยอดดาวโหลด ยอดผู้ติดตามใน Youtube Facebook Line TV Instagram หรือแม้กระทั่ง Google Search ซึ่งเป็นเว็บไซต์

ที่ให้บริการค้นหาข้อมูลที่ใหญ่ที่สุดในโลก อินเทอร์เน็ต พบว่าในปี 2558 คอนเทนต์ของแกรมมี่มาเป็นอันดับหนึ่งของค่าค้นยอดฮิต สะท้อนให้เห็นถึงจุดแข็งของบริษัทที่สามารถนำเสนอเนื้อหาที่โดนใจผู้บริโภค และยังเป็น Trendsetter ในการจุดกระแสความนิยมให้กับอุตสาหกรรมบันเทิง และบริษัทฯ สามารถนำพาคอนเทนต์ให้เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างหลากหลายช่องทาง

สำหรับกลยุทธ์ในปีนี้ บริษัทฯ วางแผนรุกตลาดด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์มอย่างเต็มรูปแบบ เพื่อรองรับความต้องการของทั้งผู้ชมและลูกค้าในวงกว้าง ตอบรับเทรนด์ผู้บริโภคที่มีไลฟ์สไตล์ในการรับชมคอนเทนต์ผ่านหน้าจออื่น ๆ คาดว่ามูลค่าของเม็ดเงินโฆษณาผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มหรือช่องทางออนไลน์จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และจะเติบโตไปเร็วมาก บริษัทฯ มีการใช้งบ

ลงทุนไปกับการพัฒนาเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคในการรับชมรายการต่าง ๆ และมีจุดแข็งด้านทีมงานในการสร้างคอนเทนต์คุณภาพที่สามารถต่อยอดได้ทุกช่องทาง ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าว นอกจากจะมีประสิทธิภาพในการขยายฐานผู้ชมได้แล้ว ในอนาคตยังถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง

ด้านสถานะทางการเงินของบริษัทฯ ยังคงเข้มแข็ง ภายหลังการปรับโครงสร้างธุรกิจ ส่งผลให้ภาระหนี้สินลดลงอย่างมีนัยสำคัญ และมีอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นทรงตัวเท่ากับ 0.89 เท่า ณ สิ้นไตรมาส 1/2559

ผลการดำเนินงานประจำไตรมาส 1/2559

หน่วย : พันบาท	ไตรมาส 1/ 2559	ไตรมาส 1/2558 (ปรับปรุงใหม่)	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)
รายได้จากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์	1,971,074	2,246,200	-12.2
รายได้อื่น ๆ	18,695	836,522	-97.8
รวมรายได้	1,989,769	3,082,722	-35.5
ต้นทุนขายและบริการ	1,228,577	1,662,835	-26.1
ค่าใช้จ่ายในการขาย	127,097	161,415	-21.3
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	599,825	791,617	-24.2
รวมค่าใช้จ่าย	1,955,499	2,615,867	-25.2
กำไร/(ขาดทุน) ก่อนส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) ค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษี	34,270	466,855	-92.7
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	5,413	2,510	115.7
ส่วนแบ่งกำไร/(ขาดทุน) จากเงินลงทุนในการร่วมค้า	(144,359)	3,704	-3997.4
กำไร/(ขาดทุน) ก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(104,676)	473,069	-122.1
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	(45,859)	(117,038)	-60.8
กำไร/(ขาดทุน) ก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(150,535)	356,031	-142.3
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	180	48,505	-99.6
กำไร/(ขาดทุน) สำหรับงวด	(150,355)	404,536	-137.2
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	(6,113)	(12,503)	-51.1

กำไร/(ขาดทุน)ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	(144,242)	417,039	-134.6
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	37.7	26.0	
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายการขายและบริหารต่อรายได้รวม (ร้อยละ)	36.5	30.9	
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (ร้อยละ)	(7.2)	13.5	
รายได้จากการขายสินค้า การให้บริการและค่าลิขสิทธิ์ในไตรมาส 1/2559 เท่ากับ 1,971 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 12.2 เมื่อเทียบกับปีก่อน สืบเนื่องจากการลดลงของรายได้ในกลุ่มธุรกิจดิจิทัลทีวีช่องทาง ซึ่งเป็นผลจากการปรับเปลี่ยนการบันทึกบัญชีจากงบการเงินรวมเป็นการบันทึกตามวิธีส่วนได้เสีย ร่วมกับการจำหน่ายเงินลงทุนหลายรายการก่อนหน้านี้ อย่างไรก็ตามในส่วนผลการดำเนินงานจากธุรกิจต่อเนื่องของกลุ่มบริษัทมีอัตราลดลงเล็กน้อยร้อยละ 1.5 จากการหดตัวของแพลตฟอร์มดาวเทียมแซทและภาพยนตร์ ขณะที่การเติบโตของดิจิทัลมิวสิก ดิจิทัลทีวีช่อง GMM25 และธุรกิจไฮมูวซ์บั้ง ยังขยายตัวได้ดีต่อเนื่อง	โทรทัศน์ดาวเทียมฟรีทูแอร์ช่องแฟนทีวี รายได้รวมจากธุรกิจเพลงในไตรมาส 1/2559 เท่ากับ 922 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 2.4 จากปีก่อน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47 ของรายได้จากการขายสินค้า การให้บริการและค่าลิขสิทธิ์ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 42 ในปีก่อน ซึ่งรายได้ที่ลดลงเกิดจาก Physical Sales หดตัวจากพฤติกรรมกรรมการฟังเพลงปรับเปลี่ยนไปหลากหลายช่องทาง ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ได้มีการปรับตัวต่อเนื่องมาตลอด โดยมุ่งเน้นการสร้างรายได้ผ่านดิจิทัลมิวสิกซึ่งพบว่ายังคงเติบโตได้ดีสำหรับทิศทางในปีนี้จะเดินหน้ารุกช่องทางโซเชียลมีเดีย ที่เข้าถึงผู้ฟังโดยตรง และมีการปรับแนวทางการดำเนินธุรกิจเพลงใหม่ มุ่งสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างคอมมูนิตี้ให้แก่แนวเพลงและศิลปิน เพื่อต่อยอดไปสู่ธุรกิจโชว์บิช พรีเซ็นเตอร์ ละคร เมอร์ชานไดส์	ตัว อันส่งผลต่อความเชื่อมั่นของสปอนเซอร์ และการเพิ่มจำนวนอีเวนต์ต่าง ๆ มากขึ้น	
บริษัทได้มีการปรับปรุงวิธีการบันทึกราคาทุนของใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการโทรทัศน์ ให้สอดคล้องกับมาตรฐานการบัญชี โดยใช้มูลค่าเทียบเท่าเงินสดคิดลดจำนวนเงินที่ต้องจ่ายชำระ เพื่อให้เป็นมูลค่าปัจจุบัน และบันทึกผลต่างระหว่างราคาเทียบเท่าเงินสดกับจำนวนเงินทั้งหมดที่ต้องจ่ายชำระเป็นต้นทุนทางการเงินตลอดอายุของการจ่ายชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการดิจิทัลทีวี พร้อมทั้งปรับปรุงย้อนหลังข้อมูลในงบการเงินปีก่อนหน้านี้ด้วย	โทรทัศน์ดาวเทียมฟรีทูแอร์ช่องแฟนทีวี รายได้รวมจากธุรกิจเพลงในไตรมาส 1/2559 เท่ากับ 922 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 2.4 จากปีก่อน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47 ของรายได้จากการขายสินค้า การให้บริการและค่าลิขสิทธิ์ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 42 ในปีก่อน ซึ่งรายได้ที่ลดลงเกิดจาก Physical Sales หดตัวจากพฤติกรรมกรรมการฟังเพลงปรับเปลี่ยนไปหลากหลายช่องทาง ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ได้มีการปรับตัวต่อเนื่องมาตลอด โดยมุ่งเน้นการสร้างรายได้ผ่านดิจิทัลมิวสิกซึ่งพบว่ายังคงเติบโตได้ดีสำหรับทิศทางในปีนี้จะเดินหน้ารุกช่องทางโซเชียลมีเดีย ที่เข้าถึงผู้ฟังโดยตรง และมีการปรับแนวทางการดำเนินธุรกิจเพลงใหม่ มุ่งสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างคอมมูนิตี้ให้แก่แนวเพลงและศิลปิน เพื่อต่อยอดไปสู่ธุรกิจโชว์บิช พรีเซ็นเตอร์ ละคร เมอร์ชานไดส์	ธุรกิจทีวีดิจิทัล ช่องทาง 31 ภายหลังการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการลงทุน และอำนาจการควบคุมกิจการในไตรมาส 1/2558 ส่งผลให้มีการจัดประเภทเงินลงทุนในบริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (เดิมชื่อ “บริษัท จีเอ็มเอ็มวัน ทีวี เทรดิง จำกัด”) ซึ่งเดิมถือเป็นบริษัทย่อย เปลี่ยนเป็นเงินลงทุนในการร่วมค้า และบันทึกด้วยวิธีส่วนได้เสีย ดังนั้นตัวเลขในงบการเงินที่คงอยู่ในส่วนนี้จะประกอบด้วย ส่วนงานย่อยที่ถือลิขสิทธิ์ในคลังผลงานเดิม ได้แก่ เอ็กแซกท์	
ธุรกิจเพลง ประกอบด้วย การจำหน่ายสินค้าเพลง (Physical Products) และดิจิทัลมิวสิกผ่านช่องทางต่าง ๆ รวมถึงการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ ธุรกิจโชว์บิชและธุรกิจ	ด้านโชว์บิชในไตรมาสนี้สามารถทรงตัวรักษาระดับใกล้เคียงกับปีก่อน จากการจัดแสดงคอนเสิร์ตขนาดใหญ่สุดคือการ อาทิ “รวมวง Thongchai ตอน สุขใจนักเพราะรักค่าเดียว” ในขณะที่ไตรมาส 2/2559 มีการวางแผนจัดคอนเสิร์ตต่อเนื่อง อาทิ “THE BATTLE OF BFF CONCERT” พบกับสมรภูมิของสองดีว่า และหนึ่งดีโวแห่งยุค นิว-จีว-ฮ็อฟ คอนเสิร์ต ที่จะเปิดทุกมุมมองของเพื่อนรัก และเผยทุกรื่องราวของเพื่อนร้ายที่คุณไม่เคยรู้ กับการแก้แค้นกันด้วยเสียงเพลง สำหรับครึ่งปีหลังคาดว่าโชว์บิชจะกลับมาคึกคักตามภาวะตลาดฟื้น	สำหรับผลการดำเนินงานในไตรมาส 1/2559 มีรายได้เท่ากับ 7 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 97 จากปีที่แล้ว เนื่องจากภายหลังการปรับโครงสร้าง งบการเงินในปีไม่ได้แสดงข้อมูลทางการเงินของส่วนงานดิจิทัลทีวีช่องทางอีกต่อไป คงเหลือแต่การเก็บรายได้จากลิขสิทธิ์ในคลังผลงานเก่าเท่านั้น	
		ด้านผลการดำเนินงานของดิจิทัลทีวีช่องทาง 31 ในไตรมาสแรก แม้ว่าเศรษฐกิจและกำลังซื้อยังทรงตัว Sentiment ตลาดไม่ค่อยดี แต่เอเยนซีให้ความเชื่อมั่นกับช่องทาง 31 โดยความแข็งแกร่งของคอนเทนต์ที่โดดเด่น ทำให้อัตราการเติบโตของรายได้และเรตติ้งก้าวกระโดด ขณะนี้สามารถ Secure ยอดขายล่วงหน้าไปแล้วกว่า 50% โดยในไตรมาสนี้ มีการเสริมทัพช่วงไพรม์ไทม์เวลา 18.20-22.00 ต่อเนื่องด้วยละครใหม่	

เพื่อเธอ นางบาป ขอโทษที่รักเธอ และเรื่อน ร้อยรัก ซึ่งทำเรตติ้งสูงถึงระดับ 3.3 ร่วมกับ ซีรีส์และรายการไฮไลต์อีกมากมาย อาทิ กรุงเท..มหานครซอว์รัก 4 ต่อ 4 แฟมิลี่ เกมส์ 4 โปต้าซูเปอร์ฮีโร่ เดอะวีเทิร์น ออฟ เดอะสตาร์ คีวันดวลเพลงซึ่งเป็นรายการที่เรตติ้งสูงมากเฉลี่ยที่ระดับ 3 อีกทั้งการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลก 2018 โซนเอเชีย ระหว่างทีมชาติไทย-อิรัก ในช่วงไพรม์ไทม์ ถือเป็น Killer Content ที่สร้างเรตติ้งได้อย่างยอดเยี่ยมในไตรมาสนี้

สำหรับไตรมาส 2/2559 ช่องวัน 31 เดินหน้าตามกลยุทธ์เน้นการจัดวางคอนเทนต์ที่เข้มข้นขึ้น ในจังหวะที่ผู้ชมเข้าถึงดิจิทัลทีวีเพิ่มขึ้น ถือว่าเดินมาถูกทางโดยเอาจุดแข็งด้านละครที่เป็นฟรีทีวี ซึ่งมี Infrastructure ที่แข็งแรงมาก ๆ มาใส่เกียร์ เดินหน้าเพิ่มรายการใหม่ วางโปรแกรมเป็นพลให้สอดคล้องกับพฤติกรรมคนดูเพื่อดึงเม็ดเงินโฆษณาจากการขยายช่วงเวลาใหม่ อาทิ ช่วงกลางวัน และ ช่วงเสาร์-อาทิตย์ ให้ความสำคัญกับ Lead-in Program เพื่อขยายผลเข้าสู่ไพรม์ไทม์ และยังคงสร้างสรรค์ผลงานตามสไตล์ที่ถนัด ทั้งละคร Period รสแซ่บเข้มข้น ซิทคอม วาไรตี้ เกมส์ โชว์ เรียลลิตี้โชว์ เพื่อเจาะฐานโมเดิร์นแมส กลุ่มผู้ชมในวงกว้างที่มีความทันสมัย สำหรับโปรเจกต์ใหม่ๆ ที่เตรียมส่งลงผัง เช่น คีวันดวลเพลง Knock out จะเป็นการขยายผลมาจากรายการที่เรตติ้งสูงที่สุดในแพลตฟอร์มดิจิทัลทีวีในช่วงเวลาค่ำ และเตรียมเปิดตัวฟอร์แมตต่างประเทศ The Bachelor Thailand ครั้งแรกในเอเชีย ซึ่งเป็นรายการเรียลลิตี้ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในอเมริกา นอกจากนี้ยังมีละครฟอร์มยักษ์ที่จะเป็นแม่เหล็กดึงดูดผู้ชมอีกหลายเรื่อง

อาทิ พิษสวาท เพชรฆาตดาวโจร สงคราม นางงาม 2 เส้นหาข้ามเส้น ราชนิหมอลำเงาโคก เป็นต้น จากการเพิ่มรายการใหม่ ออนไลน์ต่อเนื่องทุกไตรมาส ร่วมกับการขยายผลในช่องทางออนไลน์ และกิจกรรมออนไลน์ “วันยกช่อ” เชื่อว่าในปี 2559 นี้ เรตติ้งจะขยับขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 1.00 ส่งผลให้สามารถขยับค่าโฆษณาเพิ่มขึ้น พร้อมผลักดันรายได้ช่องให้เติบโตเข้าเป้า

จีเอ็มเอ็ม25 ประกอบด้วย ช่องจีเอ็มเอ็ม 25 ดิจิทัลทีวี ธุรกิจวิทยุ และโซวบีซีในเครือ เอไอเอ็ม บริษัท มีรายได้ในไตรมาสนี้ เท่ากับ 420 ล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 19.5 จากปีก่อนจากการดำเนินงานของช่องจีเอ็มเอ็ม 25 ขณะที่สื่อวิทยุรายได้ลดลงร้อยละ 26 จากไตรมาสก่อน และลดลงร้อยละ 11 จากช่วงปีก่อน เป็นผลจากภาวะตลาดโฆษณาโดยรวมยังอ่อนแอ อย่างไรก็ตาม บริษัท เชื่อว่าแบรนด์คลื่นวิทยุในเครือมีความแข็งแรง จะสามารถทรงตัวอยู่ได้แม้มีปัจจัยลบรอบด้าน ขณะที่โซวบีซียังคงเติบโตต่อเนื่องจากรูปแบบการจัดคอนเสิร์ต โดยเฉพาะตัวของเอไอเอ็ม โดยไตรมาสแรกมีการจัดแสดงคอนเสิร์ตขนาดใหญ่ ได้แก่ “Stage Fighter” “สามแยกปากหวาน” และต่อเนื่องในไตรมาสสองกับ การกลับมาของ “Christina Kingdom” พร้อมภาคต่อของ ทักษิณปิ่นกว่า 50 ซีวิตมาร้อยเพลงรักให้กลับมาตรึงใจอีกครั้งใน "Green Concert #19 The Lost Love Songs To Be Continued"

ที่ผ่านมาช่อง GMM25 มีความชัดเจนของคาแร็กเตอร์ช่องและกลุ่มผู้ชม ถือเป็นแต้มต่อในการสร้างความจดจำแก่สถานี สามารถตอบโจทย์แบรนด์สินค้าที่ต้องการ

สื่อสารกับคนรุ่นใหม่ ผ่านงานโปรดัคชั่นที่แตกต่างผสมผสานกับการจัดวางคอนเทนต์ เพื่อออกอากาศทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ควบคุมกันอย่างลงตัว มีทั้งความคุ้มค่าและเข้าถึงตรงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะทาง และเป็นกลุ่มรายได้สูง ทำให้ขณะนี้สามารถปิดการขายล่วงหน้าไปได้แล้วกว่าครึ่งหนึ่ง

ในส่วนของแผนการดำเนินธุรกิจ ช่องจีเอ็มเอ็ม 25 มุ่งเน้นละครที่ได้รับความนิยมสูงอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ Club Friday the Series 7 ที่สร้างมาจากเรื่องจริง และ คัดสรรภาคต่อสำหรับเรื่องที่มีเรตติ้งดี อาทิ Club Friday To Be Continued สัญญาใจ และ เพื่อนรัก เพื่อนร้าย ซึ่งสร้างปรากฏการณ์สนั่นโซเชียล หลังโพสต์ Trailer ตัวอย่างหนังสุดแซ่บลงเฟซบุ๊กแฟนเพจ เพียง 1 ชั่วโมงแรก มียอดผู้ชมคลิกถึง 1.3 ล้านวิว และเพิ่มสูงกว่า 3.6 ล้านวิวภายใน 15 ชั่วโมง พร้อมยอดแชร์ ยอด Likes ยอด Comment ถล่มทลาย ถือได้ว่าเป็นการเปิดตัวที่สร้างกระแส ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวนด์แบบร้อนแรงสุด ๆ และสร้างเรตติ้งในกลุ่มผู้ชมทั่วประเทศสูงถึงระดับ 5.5 ซึ่งผังรายการ “ละครสนุก ความสุขของหนุ่ม” ส่งละครและซีรีส์มานำเสนอครบทุกรส อาทิ ไดอารี่ตุ๊ดซี่ส์ เดอะซีรีส์ ละครขั้วญวณที่ออกฉายในไตรมาสนี้ ก็พบว่ามีการตอบรับที่ดีมาก นอกจากนี้ยังมีละครโปรเจกต์ใหญ่ อาทิ โยนกาที่พิเพลิงกฤษณา และ Love Song Love Stories ซึ่งเป็นการนำเพลงรักมาตีความสร้างเป็นละคร รวมถึงการนำคอนเทนต์ประเภทรายการวาไรตี้ บันเทิงมาเพิ่ม อาทิ รายการแฉ สมรภูมิพรมแดง และ M Countdown จากประเทศเกาหลี พร้อมพัฒนารายการข่าวให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น และมีการนำคอน

เทรนด์ละครไปออกอากาศในแอปพลิเคชันไลน์ ที่วีวีกัดด้วย

ธุรกิจเทรดดิ้ง ประกอบด้วยธุรกิจซื้อขายสินค้าโฮมช้อปปิ้ง และกล่องรับสัญญาณดาวเทียม สำหรับโฮมช้อปปิ้ง มีรายได้ไตรมาสนี้เท่ากับ 434 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14 จากปีก่อนแม้ว่าภาพรวมเศรษฐกิจและกำลังซื้อจะชะลอตัว โดยปัจจัยที่ทำให้บริษัทยังคงเติบโตได้ มาจากการเพิ่มความหลากหลายของสินค้ามากขึ้น และเป็นสินค้าที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการจัดเซตสินค้าขนาดเล็กลงทำให้ราคาเฉลี่ยลดลงกระตุ้นการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น สำหรับสินค้าที่ขายดีในปัจจุบัน ยังเป็นกลุ่มสินค้าเครื่องครัว ของใช้ในบ้าน อุปกรณ์กีฬา ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพ และสินค้าแฟชั่น

ส่วนแนวโน้มการแข่งขันของผู้ประกอบการในธุรกิจโฮมช้อปปิ้งในปี คาดว่าการแข่งขันด้านราคาน่าจะรุนแรง นอกจากนี้ บริษัทจะเน้นการทำตลาดผ่านช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตและแอปพลิเคชันบนมือถือ ซึ่งมีการลงทุนต่อเนื่องในการพัฒนาโครงสร้างไอทีเพื่อให้ผู้บริโภคใช้งานผ่านช่องทางออนไลน์ได้สะดวก ปัจจุบันพบว่ามีฐานลูกค้าที่ใช้บริการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตและแอปพลิเคชันเพิ่มขึ้นอย่างมาก

สำหรับธุรกิจกล่องรับสัญญาณทีวีดาวเทียม 셋 มีรายได้ เท่ากับ 93 ล้านบาทในปี ลดลงร้อยละ 44 จากปีก่อน โดยมียอดขายหน่วยกล่องในไตรมาสแรกประมาณ 1.5 แสนกล่อง ลดลงตามภาวะตลาดทีวีดาวเทียมที่หดตัวอย่างเห็นได้ชัด ตั้งแต่ครึ่งปีหลัง 2558 จนถึงปัจจุบัน ประกอบกับ

คนหันไปทดลองดูดิจิทัลทีวีทำให้ไม่มาซื้อกล่องดาวเทียม ที่ผ่านมาผู้ประกอบการต้องปรับตัวรับมือการแข่งขันและพฤติกรรมกาเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคด้วยการผลักดันยอดขายอย่างเต็มที่ ผ่านการจัดโปรโมชั่นแคมเปญกระตุ้นการซื้อสินค้ารุ่นใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพรับชมระบบเฮดดี และรองรับการชมผ่านออนไลน์ เพื่อเจาะขยายฐานผู้ชมในพื้นที่ที่มีโครงข่ายอินเทอร์เน็ตเข้าถึง

ธุรกิจภาพยนตร์ ในไตรมาสนี้มีรายได้เท่ากับ 41 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 52 จากปีที่แล้ว โดยไม่มีภาพยนตร์ใหม่เข้าฉายในไตรมาสนี้ แต่มีผลงานซีรีส์ที่ออกอากาศทางช่องจีเอ็มเอ็ม 25 “ไออาร์ ทุ๊ดซี่” และ “แก๊สไซค์ รักเต็มถัง” ในไลน์ทีวี

สำหรับแผนงานปี 2559 บริษัทฯ จะใช้งบลงทุนผลิตผลงานซีรีส์หลากหลายเพิ่มเติมสำหรับออกอากาศทางแพลตฟอร์มดิจิทัลทีวีและไลน์ทีวี อาทิ “I see you” (พยาบาลพิเศษเคสพิศวง) “มาลี 2” ด้านการผลิตภาพยนตร์ยังคงเดินหน้าต่อเนื่อง ในปีนี้วางแผนผลิตภาพยนตร์แนวโรแมนติก-ดราม่า และดราม่า-ทริลเลอร์ คาดว่าน่าจะออกฉายในช่วงครึ่งปีหลัง ถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าจับตามองด้วยศักยภาพของทีมงานผู้ผลิต และมีความโดดเด่นในการขยายฐานไปสู่ตลาดต่างประเทศ ทั้งจีน เกาหลี และประเทศอาเซียน

ธุรกิจอื่น ๆ ในไตรมาสนี้ธุรกิจอื่น ๆ มีรายได้ 52 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์

ต้นทุนขายและบริการ ไตรมาสนี้เท่ากับ 1,229 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 26 จากปีก่อน และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62 ของ

รายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 74 ในปีก่อน โดยธุรกิจที่มีต้นทุนลดลงคือดิจิทัลทีวีของวัน ซึ่งเป็นผลจากการถอดตัวเลขทางการเงินออกจากงบการเงินรวม และแพลตฟอร์ม 셋ที่มีต้นทุนขายลดลงสอดคล้องกับการหดตัวของรายได้ ขณะที่กลุ่มธุรกิจเพลงและโฮมช้อปปิ้งยังสามารถควบคุมต้นทุนได้ดีพร้อมผลักดันการเติบโตเช่นเดียวกับธุรกิจภาพยนตร์ที่สามารถบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้รายได้จะปรับตัวลดลงแต่มีกำไรขั้นต้นสูงกว่าปีก่อน ส่วนธุรกิจดิจิทัลทีวีของจีเอ็มเอ็ม 25 ก็สามารถผลักดันการเติบโตของรายได้ โดยควบคุมต้นทุนให้คงที่ ทำให้ประสิทธิภาพในการทำกำไรดีขึ้นอย่างมาก

กำไรขั้นต้น ในปีนี้เท่ากับ 743 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 27 จากปีที่แล้ว และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 26 ในปีก่อน เป็นผลจากประสิทธิภาพในการบริหารจัดการธุรกิจหลักของบริษัท ภายใต้การเติบโตของรายได้อย่างต่อเนื่อง

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวม ไตรมาสนี้เท่ากับ 727 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 31 ในปีก่อน เนื่องจากรายได้รวมในไตรมาส 1/58 มีการบันทึกกำไรจากการขายเงินลงทุนระยะยาวและการปรับโครงสร้างเงินลงทุนในบริษัท เดอะวัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด หากไม่รวมรายรับพิเศษดังกล่าว พบว่าสัดส่วนค่าใช้จ่ายการขายและบริหารในงวดเดียวกันปีที่แล้ว จะคิดเป็นร้อยละ 42 ของรายได้รวม ซึ่งสูงกว่า

สัดส่วนในไตรมาสแรกปีนี้ สะท้อนให้เห็น พัฒนาการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

ขาดทุนสุทธิ ในไตรมาสที่บริษัทฯ มีผลขาดทุนสุทธิเท่ากับ 144 ล้านบาท สูงกว่างวดเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากในไตรมาส 1/2558 บริษัทฯ มีการบันทึกกำไรเพิ่มเติมจากการขายเงินลงทุนและการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการลงทุนในบริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ซึ่งหากถอดกำไรพิเศษดังกล่าวออกไป พบว่าผลประกอบการไตรมาส 1/2559 ปรับปรุงดีกว่่างวดเดียวกันของปีที่แล้วถึงร้อยละ 63 โดยผลขาดทุนหลักเกิดจากดิจิทัลทีวีเป็นช่วงเริ่มต้นของการลงทุน

สินทรัพย์รวม ณ สิ้นไตรมาส 1/2559 เท่ากับ เท่ากับ 7,321 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2558 ร้อยละ 3.5 จากการไถ่ถอนเงินลงทุนชั่วคราว การลดลงของลูกหนี้และ

สินค้าคงเหลือ ควบคู่กับเงินลงทุนในการร่วมค้าลดลงจากส่วนแบ่งผลขาดทุนในบริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด

สำหรับส่วนของหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยในไตรมาสที่เท่ากับ 1,686 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 1,629 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2558 จากเงินกู้ยืมธนาคารระยะสั้น ขณะที่เจ้าหนี้การค้าและรายรับล่วงหน้าลดลงสอดคล้องกับยอดขาย ส่งผลให้หนี้สินรวมลดลงอยู่ในระดับ 5,434 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 2 จากสิ้นปีก่อน ขณะที่ส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 1,886 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปีก่อนร้อยละ 7 จากผลขาดทุนในไตรมาสของบริษัทฯ นอกจากนี้อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นปรับเพิ่มเติมเล็กน้อยจาก 0.80 เท่า ณ สิ้นปี 2558 เป็น 0.89 เท่า ณ สิ้นไตรมาส 1/2559

กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงาน ในไตรมาสที่เท่ากับ 40 ล้านบาท ขณะที่กระแสเงินสดจากการลงทุน

เท่ากับ 50 ล้านบาท และกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 54 ล้านบาท ส่งผลให้กระแสเงินสดสุทธิของไตรมาสที่เพิ่มขึ้น 65 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 1/2559 บริษัทฯ จึงมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 1,124 ล้านบาท

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 1 / 2559	ปี 2558
เงินสดและเทียบเท่า	1,124	1,059
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	2,027	2,288
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	4,170	4,243
รวมสินทรัพย์	7,321	7,590
หนี้สินหมุนเวียน	2,441	2,567
หนี้สินไม่หมุนเวียน	2,994	2,989
รวมหนี้สิน	5,434	5,556
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,886	2,034
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	7,321	7,590
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย	0.89	0.80
ต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)		

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ

นางสาวอัญชลี เจียรธรรม

ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์

โทร. 02 669 9936, 02 669 9952

อีเมล ir@gmmgrammy.com