



บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
GRAND PRIX INTERNATIONAL PUBLIC COMPANY LIMITED

คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

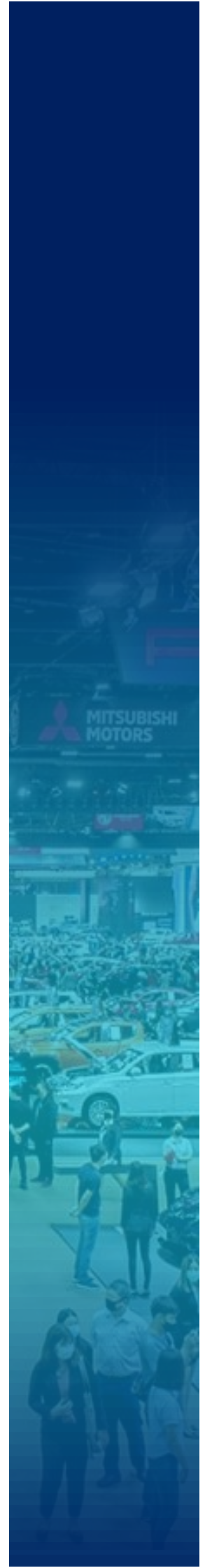
บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์

Email : ir@grandprix.co.th

โทรศัพท์ : 02 522 1731 ต่อ 250

Website : <https://investor.grandprix.co.th/th>



ภาพรวมธุรกิจ

บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “GPI”) ประกอบธุรกิจจัดแสดงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และธุรกิจสื่อดิจิทัลและสื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมยานยนต์ และธุรกิจรับจ้างพิมพ์โดยรายได้หลักของบริษัทฯ มาจากการจัดงานจัดแสดงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด อาทิ เช่น บางกอกอินเตอร์เนชั่นแนลมอเตอร์โชว์ บางกอกยูสคาร์โชว์ อย่างกุ้งมอเตอร์โชว์ และ ดิจิทัลมอเตอร์สปอร์ต เป็นต้น

ภาวะอุตสาหกรรม

เศรษฐกิจไทยในปี 2565 มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องหลังจากการเปิดประเทศ มีการขยายตัวร้อยละ 3.2 ผลมาจากภาคการท่องเที่ยวที่ฟื้นตัว ซึ่งมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 88 จากปี 2564 สะท้อนจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้น โดยคาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะอยู่ที่ 10.5 และ 22 ล้านคนในปี 2565 และ 2566 ตามลำดับ นอกจากนี้ ผลมาจากการบริโภคภาคเอกชนที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะภาคบริการ รวมถึงการจ้างงานและรายได้แรงงานที่มีการปรับขึ้น ซึ่งได้รับแรงสนับสนุนมาจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโดยรวม และสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่คลี่คลาย อย่างไรก็ตาม อัตราเงินเฟ้อในปี 2565 อยู่ที่ร้อยละ 6.3 ส่งผลให้มีค่าครองชีพอยู่ในระดับสูง รวมถึงการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่ต้องเผชิญกับต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นทั้งวัตถุดิบ และราคาพลังงาน

ภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อในปี 2565 เติบโตร้อยละ 5-8 ผลมาจากเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวได้เร็ว ความต้องการบริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้น ทำให้ธุรกิจต่างๆ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคผ่านการใช้สื่อโฆษณาได้ง่ายขึ้น รวมถึงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน ที่ใช้เวลาให้กับโลกออนไลน์เพิ่มขึ้น จะเป็นแรงส่งให้ธุรกิจสื่อออนไลน์เติบโตก้าวกระโดด ส่วนทางธุรกิจสื่อดั้งเดิมที่ยังคงมีแนวโน้มชะลอตัว โดยในภาพรวม 8 เดือน มูลค่าเม็ดเงินโฆษณาสะพัดมูลค่า 78,293 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 เทียบช่วงเดียวกันปีก่อน เริ่มจากทีวี 42,419 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 0.51, โฆษณานอกบ้านและสื่อเคลื่อนที่ 8,530 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 32.49, สื่อในโรงภาพยนตร์ 5,027 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 173.65, สื่อวิทยุ 2,181 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 2.73, สื่อในห้าง 584 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 34.25, สื่ออินเทอร์เน็ต 17,547 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 9.15 และสื่อสิ่งพิมพ์ 2,005 ล้านบาท หดตัวร้อยละ 2.95 ทำให้สัดส่วนการครองเม็ดเงินโฆษณาเปลี่ยนไป โดยในปี 2565 สื่อออนไลน์ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 28 จากปี 2560 อยู่ที่ร้อยละ 11 เท่านั้น อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนค่าโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์กับประเทศไทย เทียบกับประเทศอื่นในเอเชีย สหรัฐอเมริกา และอังกฤษ

พบว่า ประเทศไทยยังมีระดับสัดส่วนค่าใช้จ่ายโฆษณาจากสื่อออนไลน์ที่ต่ำกว่า จึงมีโอกาที่การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์จะเป็นตลาดที่ขยายตัวได้อีกมากในอนาคต

อุตสาหกรรมรถยนต์ในปี 2565 มีการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 4-6 โดยจากรายงานของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย จำนวนรถยนต์ที่ผลิตได้ในเดือนมกราคม – พฤศจิกายน 2565 มีจำนวนทั้งสิ้น 1,724,909 คัน เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ร้อยละ 20.95 ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ และสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่คลี่คลาย ซึ่งสร้างความเชื่อมั่นในกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางและรายได้สูง นอกจากนี้ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการฟื้นตัวอุตสาหกรรมรถยนต์ คือ การเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่ โดยเฉพาะรุ่นที่ได้รับความนิยม นอกจากนี้ กระแสความนิยมรถไฟฟ้ามากขึ้น จากมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ เพื่อส่งเสริมลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคการขนส่ง และจากราคาพลังงานที่สูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงความต้องการจากรถสันดาปไปยังรถไฟฟ้า และบางส่วนซื้อรถยนต์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นเพื่อใช้ประจำวันในเขตเมือง รวมถึงการเปิดตัวรถยนต์ไฟฟ้ามีความหลากหลายมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการบริโภคยานยนต์ที่ต้องติดตาม คือ ปัญหาการส่งมอบรถที่ล่าช้า โดยเฉพาะรถยนต์ไฟฟ้าที่ต้องพึ่งพาการนำเข้าส่วนใหญ่จากจีน ตลอดจนกำลังซื้อในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยจากค่าครองชีพและหนี้ครัวเรือนที่สูงขึ้น

ที่มา: รายงานแนวโน้มธุรกิจ – ธนาคารแห่งประเทศไทย

รายงานนโยบายการเงิน พฤศจิกายน 2565 – ธนาคารแห่งประเทศไทย

สมาคมมีเดียเอเจนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (Media Agency Association of Thailand : MAAT)

สถิติการผลิต การจำหน่าย และการส่งออกของอุตสาหกรรมยานยนต์ - สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

สรุปผลการดำเนินงานของบริษัทตามงบการเงินรวม

ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ตามงบการเงินรวมสำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

งบกำไรขาดทุน (ล้านบาท)	สะสม 12 เดือน		% การเปลี่ยนแปลง
	2565	2564	
รายได้จากการขายและบริการ	576.45	497.54	15.86%
กำไรขั้นต้น	235.01	206.98	13.54%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	40.77	41.60	-2.00%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	170.87	168.03	1.69%
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด	37.20	31.45	18.26%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	6.45	6.32	2.07%

รายได้จากการขายและบริการ

สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการตามงบการเงินรวมเท่ากับ 576.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 15.86 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลมาจากรายได้จากการจัดแสดงงานของ Bangkok International Motor Show ครั้งที่ 43 และรายได้จากการจัดกิจกรรมอื่นๆ เพิ่มขึ้น

กำไร(ขาดทุน) ขั้นต้น

สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 235.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.54 เมื่อเทียบกับปีก่อนสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการจัดแสดงงาน Bangkok International Motor Show (BIMS) ครั้งที่ 43 เพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 จำนวน 170.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 1.69 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เพิ่มขึ้น

กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จรวม

กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี ในงบการเงินรวม สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 จำนวน 37.20 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิเท่ากับ ร้อยละ 6.45 ของรายได้

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการจำแนกตามกลุ่มธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ธุรกิจ	สะสม 12 เดือน		% การเปลี่ยนแปลง
	2565	2564	
1. กลุ่มธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	511.99	421.07	21.59%
2. กลุ่มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล	34.88	38.02	(8.27%)
3. กลุ่มธุรกิจรับจ้างพิมพ์	18.29	25.21	(27.47%)
4. รายได้อื่นๆ	11.29	13.23	(14.67%)
รวมรายได้จากการขายและบริการ	576.45	497.54	15.86%

กลุ่มธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 รายได้จากการจัดงานแสดงสินค้าเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 21.59 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการจัดแสดงงาน Bangkok International Motor Show (BIMS) ครั้งที่ 43 และรายได้จากการจัดกิจกรรมอื่นๆ ที่เพิ่มขึ้น

กลุ่มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 รายได้จากกลุ่มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัลลดลง คิดเป็นร้อยละ 8.27 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากการให้บริการโฆษณาสิ่งพิมพ์และรายได้จากการจำหน่ายนิตยสารลดลง

กลุ่มธุรกิจรับจ้างพิมพ์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 รายได้จากกลุ่มธุรกิจรับจ้างพิมพ์ลดลงคิดเป็นร้อยละ 27.47 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมีสาเหตุมาจากการการแพร่ระบาดของโควิดอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อลูกค้าในกลุ่มที่ใช้สิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ ปรับลดงบประมาณลง

กลุ่มอื่นๆ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ลดลงร้อยละ 14.67 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการให้บริการตกแต่งรถยนต์เพื่อการแข่งขันลดลง

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะทางการเงิน	สิ้นปี 2565	สิ้นปี 2564	% เปลี่ยนแปลง
รวมสินทรัพย์	797.07	788.88	1.04
รวมหนี้สิน	76.15	57.16	33.22
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	720.92	731.72	-1.48

สินทรัพย์

สินทรัพย์รวมตามงบการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เท่ากับ 797.07 ล้านบาท เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 1.04 เมื่อเทียบกับปี 2564 โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายการเงินสดและเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้นจากการรับเงินจากลูกค้า ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ เพิ่มขึ้นจากสินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง - สำนักงาน และเงินฝากประจำเพื่อเป็นหลักประกันเพิ่มขึ้น

หนี้สิน

สินทรัพย์รวม ตามงบการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เท่ากับ 76.15 ล้านบาท เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 33.22 เมื่อเทียบกับปี 2564 โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้รับล่วงหน้าจากงาน Bangkok International Motor show ครั้งที่ 44 เพิ่มขึ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ตามงบการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เท่ากับ 720.92 ล้านบาท ลดลงคิดเป็นร้อยละ 4.18 เมื่อเทียบกับปี 2564 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการจ่ายเงินปันผล

การวิเคราะห์กระแสเงินสด

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 25.30 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.37 ล้านบาท จากปี 2564

งบกระแสเงินสด ปี 2565	ล้านบาท
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	89.90
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมการลงทุน	-30.56
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	-48.94
เงินสดสุทธิ	25.30

- เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน ส่วนใหญ่เกิดจากรายได้รับล่วงหน้าจากการจัดแสดงงาน Bangkok International Motor Show ครั้งที่ 44
- เงินสดสุทธิจากกิจกรรมการลงทุน ส่วนใหญ่เกิดจาก เงินสดจ่ายซื้อที่ดินอาคาร และอุปกรณ์ รวมถึงเงินสดจ่ายลงทุนในเงินฝากประจำเพื่อเป็นหลักประกัน
- เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน ส่วนใหญ่เกิดจากการจ่ายเงินปันผล

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงิน	ไตรมาส 4	
	2565	2564
อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) (%)	40.77	41.60
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงิน ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA Margin) (%)	12.05	11.54
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) (%)	5.12	4.16
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) (%)	6.73	4.99
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current Ratio) (เท่า)	4.13	7.21
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E Ratio) (เท่า)	0.11	0.08
กำไรต่อหุ้น (EPS) (บาท)	0.06	0.05

-พระพงศ์ เอี่ยมล้ำเนา-

พระพงศ์ เอี่ยมล้ำเนา
ประธานเจ้าหน้าที่สายพัฒนาธุรกิจ/
ประธานเจ้าหน้าที่สายการเงิน