



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

คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

สำหรับสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2565

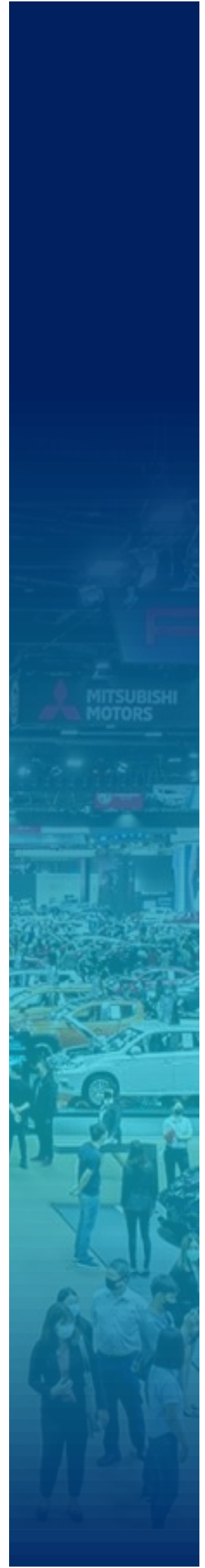
บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์

Email : ir@grandprix.co.th

โทรศัพท์ : 02 522 1731 ต่อ 309

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



ภาพรวมธุรกิจ

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

ภาวะอุตสาหกรรม

ผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรมเดือนกุมภาพันธ์ 2565 อยู่ที่ระดับ 86.7 ปรับตัวลดลงจากระดับ 88.0 ในเดือนมกราคม โดยองค์ประกอบดัชนีฯ ปรับลดลงทุกรายการ เช่น คำสั่งซื้อโดยรวม ยอดขายโดยรวม ปริมาณการผลิต ต้นทุน และผลประกอบการ ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ประกอบภาคอุตสาหกรรม ได้แก่ สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สายพันธุ์โอมิครอน ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจและอุปสงค์ในประเทศชะลอตัวลงจากเดือนก่อนหน้า นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังเผชิญปัญหาต้นทุนวัตถุดิบการผลิตสินค้าปรับตัวสูงขึ้นจากราคาวัตถุดิบ ราคาพลังงานที่ทรงตัวอยู่ในระดับสูงตามทิศทางราคาตลาดโลกรวมถึงต้นทุนค่าขนส่งสินค้า ในด้านการส่งออกผู้ประกอบการเผชิญความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนส่งผลกระทบต่อราคาสินค้านำเข้าขณะที่ปัญหา Supply Disruption ที่ยังไม่คลี่คลาย ในขณะที่ดัชนีฯ คาคัดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า อยู่ที่ระดับ 97.1 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 96.4 ในเดือนมกราคม โดยผู้ประกอบการเห็นว่าการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 สายพันธุ์โอมิครอน ไม่รุนแรงเหมือนช่วงก่อนหน้า กิจกรรมทางเศรษฐกิจยังดำเนินต่อไปได้ขณะที่ภาคการผลิตทั่วโลกยังคงขยายตัวส่งผลดีต่อภาคการส่งออกของไทย นอกจากนี้การผ่อนคลายมาตรการเดินทางเข้าประเทศตามนโยบาย Test & Go ช่วยเอื้อต่อการเดินทางเข้าประเทศของนักท่องเที่ยวและช่วยสนับสนุนการฟื้นตัวต่อภาคการท่องเที่ยวในระยะต่อไป

ในส่วนของอุตสาหกรรมสื่อได้มีการเปิดเผยสื่อโฆษณาทั่วโลกปี 2564 โตก้าวกระโดดกว่า 22% ที่ 23.4 ล้านล้านบาท หลังมีการติดลบ 2.5% ในปี 2563 สืบเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 อย่างไรก็ตามแนวโน้มตลาดสื่อโฆษณาในเอเชียแปซิฟิกยังคงเติบโต โดยเฉพาะโฆษณาสื่อดิจิทัล ที่ครองรายได้ในปีที่ผ่านมาเทียบเป็นสัดส่วนกว่าครึ่งของมูลค่าทั้งหมดรวมกัน ในขณะที่ส่วนภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เติบโตที่ 16.5% โดยมีประเทศจีนและอินเดียเป็นตลาดหลักที่ได้มีการเติบโตอย่างเห็นได้ชัดในปี 2564 โดยในปีที่ผ่านมา การลงทุนในสื่อโฆษณาได้เปลี่ยนไปสู่สื่อดิจิทัลมากขึ้น สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการ work from home จึงทำให้กลุ่มลูกค้าสามารถเข้าถึงช่องทางดิจิทัลได้มากขึ้นในทุกแพลตฟอร์ม รวมไปถึง e-commerce โดยในปี 2565 มีการคาดการณ์ว่าเม็ดเงินสื่อโฆษณาของประเทศไทย น่าจะมีโอกาสเติบโตได้ถึง 12% หรือคิดเป็นมูลค่า 84,250 ล้านบาท โดยมี 8 กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการคาดการณ์อัตรากำไรสื่อโฆษณาคือ ได้แก่ 1.)รถยนต์ โดยเฉพาะรถยนต์พลังงานไฟฟ้า (BEV) ที่ได้รับอานิสงส์จากมาตรการลดภาษีของภาครัฐ 2.)รถจักรยานยนต์ 3.)ธุรกิจและบริการที่สอดคล้องวิถีใหม่ อาทิ E-Market Place, Delivery Service, Health & Hygienic Care 4.) เครื่องดื่ม Non-alcohol 5.) ธุรกิจความงามและสุขภาพ 6.) สินเชื่อ โดยเฉพาะในส่วนของสินเชื่อส่วนบุคคล 7.) ทางเลือกการลงทุน อาทิ แพลตฟอร์มเหรียญคริปโต ตัวแทนจำหน่ายออนไลน์ (Drop ship) 8.) กลุ่มสินค้าอื่นๆ เช่น อาหาร และ เครื่องแต่งกาย

ในส่วนของสภาวะสิ้นสุด 31 มีนาคม 2565 มียอดจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง มีนาคม ทั้งสิ้น 231,189 คัน โดยมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นที่ร้อยละ 22.67 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ที่ 188,463 คัน แสดงถึงการฟื้นตัวของกำลังซื้อจากผู้บริโภคอย่างเป็นลำดับ

สรุปผลการดำเนินงานของบริษัทตามงบการเงินรวม

ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ตามงบการเงินรวมสำหรับไตรมาส 1 สิ้นสุด 31 มีนาคม ปี 2565 และ 2564

งบกำไรขาดทุน (ล้านบาท)	ไตรมาส 1		% การเปลี่ยนแปลง
	2565	2564	
รายได้จากการขายและบริการ	398.94	324.09	23.10
กำไรขั้นต้น	196.67	172.15	14.24
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	49.30	53.12	(7.19)
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	57.76	50.06	15.39
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด	111.53	98.29	13.47
อัตรากำไรสุทธิ (%)	27.96	30.33	(7.81)

รายได้จากการขายและบริการ

สิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการตามงบการเงินรวมเท่ากับ 398.94 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 23.10 เมื่อเทียบกับปีก่อน เป็นผลมาจากรายได้จากการจัดแสดงงานของ Bangkok International Motor Show (BIMS) ครั้งที่ 43 และรายได้จากการจัดกิจกรรมอื่นๆ ที่เพิ่มขึ้น

กำไร(ขาดทุน) ขั้นต้น

สิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 196.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.24 เมื่อเทียบกับปีก่อนสาเหตุหลักมาจาก รายได้จากการจัดแสดงงาน Bangkok International Motor Show (BIMS) ครั้งที่ 43 เพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2565 จำนวน 57.76 ล้านบาท เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 15.39 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เพิ่มขึ้น

กำไร(ขาดทุน)เบ็ดเสร็จรวม

กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี ในงบการเงินรวม สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2565 กำไรสุทธิรวมจำนวน 111.53 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิเท่ากับ ร้อยละ 27.96 ของรายได้

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการจำแนกตามกลุ่มธุรกิจโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ธุรกิจ	ไตรมาส 1		% การเปลี่ยนแปลง
	2565	2564	
1. กลุ่มธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและ กิจกรรมส่งเสริมการตลาด	376.78	304.74	23.63
2. กลุ่มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล	10.51	9.61	9.37
3. กลุ่มธุรกิจรับจ้างพิมพ์	8.96	9.74	(7.96)
4. รายได้อื่นๆ	2.69	-	100.00
รวมรายได้จากการขายและบริการ	398.94	324.09	23.10

กลุ่มธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565 รายได้จากการจัดงานแสดงสินค้าเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 23.63 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการจัดแสดงงาน Bangkok International Motor Show (BIMS) ครั้งที่ 43

กลุ่มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล

ณ สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2565 รายได้จากกลุ่มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัลเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 9.37 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากการให้บริการโฆษณาเว็บไซต์

กลุ่มธุรกิจรับจ้างพิมพ์

ณ สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2565 รายได้จากกลุ่มธุรกิจรับจ้างพิมพ์ลดลงคิดเป็นร้อยละ 7.96 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุมาจากการการแพร่ระบาดของโควิดอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อลูกค้าในกลุ่มที่ใช้สิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ ปรับลดงบประมาณลง

กลุ่มอื่นๆ

ณ สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2565 เพิ่มขึ้น 2.69 ล้านบาท เนื่องจากเป็นกลุ่มรายได้ใหม่ของบริษัท มีรายได้จากการให้บริการตกแต่งรถยนต์เพื่องานแสดงสินค้าและการแข่งขันรวมถึงการซื้อมาขายไปของรถยนต์สะสม

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะทางการเงิน	ไตรมาส 1 2565	สิ้นปี 2564	% เปลี่ยนแปลง
รวมสินทรัพย์	1,175.92	788.88	49.06
รวมหนี้สิน	350.67	57.16	513.48
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	825.25	731.72	12.78

สินทรัพย์

สินทรัพย์รวมตามงบการเงิน ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565 เท่ากับ 1,175.92 ล้านบาท เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 49.06 เมื่อเทียบกับปี 2564 โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายการเงินสดและเทียบเท่าเงินสด และลูกหนี้การค้า ที่ได้จากการจัดแสดงงาน Bangkok International Motor Show (BIMS) ครั้งที่ 43

หนี้สิน

หนี้สินรวมตามงบการเงิน ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565 เท่ากับ 350.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 513.48 เมื่อเทียบกับปี 2564 โดยมีสาเหตุหลักมาจากเจ้าหนี้การค้าและรายได้รับล่วงหน้า ที่เพิ่มขึ้น จากการจัดแสดงงาน Bangkok International Motor Show (BIMS) ครั้งที่ 43

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ตามงบการเงินรวม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565 เท่ากับ 825.25 ล้านบาท เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 12.78 เมื่อเทียบกับงวดสิ้นสุดปี 2564 โดยมีสาเหตุหลักมาจากกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรเพิ่มขึ้น

การวิเคราะห์กระแสเงินสด

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 275.70 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 260.80 ล้านบาท จากปี 2564

งบกระแสเงินสด ไตรมาส 1 ปี 2565	ล้านบาท
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	179.43
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมการลงทุน	(15.28)
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	96.67
เงินสดสุทธิ	(260.80)

- เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน ส่วนใหญ่เกิดจากรายได้รับล่วงหน้าจากการจัดแสดงงาน Bangkok International Motor Show (BIMS) ครั้งที่ 43 เพิ่มขึ้น
- เงินสดสุทธิจากกิจกรรมการลงทุน ส่วนใหญ่เกิดจาก เงินสดจ่ายซื้อที่ดินอาคาร และอุปกรณ์ รวมถึงเงินสดจ่ายลงทุนในเงินฝากประจำเพื่อเป็นหลักประกัน
- เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน เกิดจากเงินสดรับเงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงิน	ไตรมาส 1	
	2565	2564
อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) (%)	49.30	53.12
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงิน ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA Margin) (%)	34.86	37.74
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) (%)	13.51	12.04
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) (%)	9.48	9.06
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current Ratio) (เท่า)	1.84	2.27
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E Ratio) (เท่า)	0.42	0.08
กำไรต่อหุ้น (EPS) (บาท)	0.19	0.16

-พระพงศ์ เอี่ยมล้ำนา-

พระพงศ์ เอี่ยมล้ำนา
ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ

ที่มา : ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม ประจำปี 2565

: สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สถิติการผลิต การจำหน่าย และการส่งออกของอุตสาหกรรมยานยนต์