



คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

สำหรับสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2566

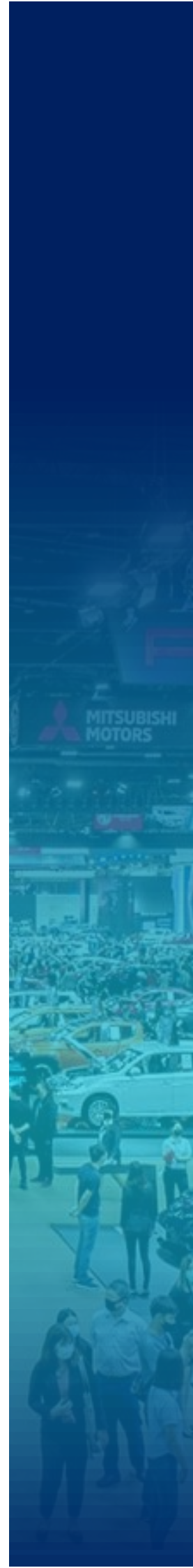
บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

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) (“บริษัท” หรือ “GPI”) ประกอบธุรกิจจัดแสดงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และธุรกิจสื่อดิจิทัลและสื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมยานยนต์ และธุรกิจรับจ้างพิมพ์ โดยรายได้หลักของบริษัทมาจากการจัดงานจัดแสดงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด อาทิ เช่น บางกอกอินเตอร์เนชั่นแนลมอเตอร์โชว์ บางกอกยูสคาร์โชว์ และ ดิจิทัลมอเตอร์สปอร์ต เป็นต้น

ภาวะอุตสาหกรรม

ผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรมในเดือน มี.ค. 2566 อยู่ที่ระดับ 97.8 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และสูงสุดในรอบ 10 ปี นับตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายของอุปสงค์ในประเทศ ขณะที่ภาคการท่องเที่ยวฟื้นตัวต่อเนื่อง จากการขยายตัวนักท่องเที่ยวต่างชาติ และมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศของภาครัฐ อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยลบในเรื่องต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น โดยเฉพาะราคาวัตถุดิบและค่าไฟฟ้า รวมถึงราคาพลังงานที่ยังคงผันผวน ในขณะเดียวกันอัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในทิศทางขาขึ้น ก็เป็นอีกปัจจัยกดดันต่อผู้ประกอบการ นอกจากนี้ อุปสงค์จากต่างประเทศที่อ่อนแอลงตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่ถดถอย ตลอดจนความผันผวนของค่าเงินบาท ยังเป็นปัจจัยเสี่ยงที่ภาครัฐควรเร่งแก้ปัญหา

สำหรับอุตสาหกรรมสื่อ สมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (Media Agency Association of Thailand: MAAT) คาดการณ์ตัวเลขการใช้สื่อของปีนี้ว่าเป็นไปในทิศทางบวก โดยจะมีภาพรวมการเติบโตร้อยละ 5.65 ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจจากสถานะเงินเฟ้อ โดยการเติบโตของเงินสะพัดด้านสื่อยังคงมาจากสื่อออนไลน์ที่ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นช่วงที่มีการแพร่ระบาดหรือใกล้จะผ่านพ้นการระบาดของโควิด-19 ไปแล้วก็ตาม สื่อโซเชียลมีเดียยังคงได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากที่สุด โดยเฟซบุ๊กเป็นสื่อโซเชียลมีเดียที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไทยนิยมใช้เป็นอันดับ 1 รองมาคือ ไลน์ (LINE) นอกจากเฟซบุ๊กและไลน์แล้ว ตี๊กต็อก (TikTok) ก็เป็นสื่อโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในไทย โดยจำนวนผู้ใช้ตี๊กต็อกในไทยปี 2565 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 24.8 จากการใช้งานโซเชียลมีเดียที่อยู่ในระดับสูง จึงทำให้ “วิดีโอสั้น” (Short-Form Video) เป็นรูปแบบการนำเสนอที่ได้รับความนิยม เหมาะแก่การชมผ่านโทรศัพท์มือถือมากที่สุด ตอบรับกับยุคสมัยที่ผู้คนสามารถเข้าถึงสมาร์ทโฟนได้สะดวก นอกจากนี้ จากสถานการณ์โควิด-19 ที่คลี่คลายลง สื่อนอกบ้าน หรือ out-of-home จึงได้รับความนิยมมากขึ้นจากพฤติกรรมของของผู้บริโภคที่กลับมาใช้ชีวิตอย่างปกติ มีการเดินทางและทำกิจกรรมข้างนอกบ้านมากขึ้น ซึ่งคาดการณ์ไว้



ว่า out-of-home จะเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 9 ส่วนสื่อทาง TV จะมีการเติบโตประมาณร้อยละ 6.30 และ สื่อสิ่งพิมพ์จะมีทิศทางที่ดีขึ้น โดยเติบโตที่ร้อยละ 1

สำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) เปิดเผยจำนวนรถยนต์ที่ผลิตได้ในเดือนมกราคม - มีนาคม 2566 มีจำนวนทั้งสิ้น 507,787 คัน และเพิ่มขึ้นจากเดือนมกราคม - มีนาคม 2565 ร้อยละ 5.77 ซึ่งจากตัวเลขการผลิตรถยนต์ไตรมาสแรกของปีนี้ ทำให้มั่นใจว่าน่าจะผลิตได้ตามเป้าหมายทั้งปี 1,950,000 คัน ซึ่งแบ่งเป็นยอดผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ 9 แสนคัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.36 และส่งออก 1.05 ล้านคัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.22 แต่ยังคงต้องติดตามปัจจัยลบเรื่องวิกฤตธนาคารว่าจะเพิ่มขึ้น และทำให้อำนาจซื้อของประเทศคู่ค้าลดลงหรือไม่ นอกจากนี้ ทิศทางของยานยนต์ประเภทไฟฟ้าก็เติบโตขึ้น เนื่องจากความเชื่อมั่นในการใช้รถยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มมากขึ้น หลังจากที่มีค่ายรถยนต์ระดับโลกตัดสินใจเข้ามาลงทุนสร้างฐานการผลิตและตั้งสำนักงานขายในประเทศไทย รวมทั้งปัจจัยสำคัญอย่างราคาที่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท จากการที่รัฐประกาศใช้มาตรการอุดหนุนผู้ซื้อและการลดอัตราภาษี ทำให้ในไตรมาส 1/2566 ยานยนต์ประเภทไฟฟ้ามีการจดทะเบียนใหม่สะสมจำนวน 21,052 คัน เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปีที่แล้วถึงร้อยละ 624.93 ซึ่งคาดว่าในปี 2566 จะมียอดจดทะเบียนอยู่ที่ 35,000 คัน อย่างไรก็ตาม ต้องจับตามองประเด็นสำคัญเรื่องราคาแร่ลิเทียม ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญในการผลิตแบตเตอรี่จะราคาเพิ่มสูงขึ้น และกดดันราคาขายยานยนต์ประเภทไฟฟ้าให้ปรับขึ้นตามด้วย เนื่องจากในปัจจุบันราคาแร่ลิเทียมในตลาดโลกเพิ่มขึ้นแล้วกว่า 7 เท่า

ที่มา : ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม ประจำปี 2566

สมาคมมีเดียเอเจนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT)

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สถิติการผลิต การจำหน่าย และการส่งออกของอุตสาหกรรมยานยนต์

สรุปผลการดำเนินงานของบริษัทตามงบการเงินรวม

ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ตามงบการเงินรวมสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2566 และ 2565

งบกำไรขาดทุน (ล้านบาท)	ไตรมาส 1		% การเปลี่ยนแปลง
	2566	2565	
รายได้จากการขายและบริการ	439.40	398.94	10.14%
กำไรขั้นต้น	251.23	196.67	27.74%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	57.18%	49.30%	15.98%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(60.83)	(57.76)	5.32%
กำไร (ขาดทุน) ของบริษัทร่วมที่ใช้วิธีส่วนได้เสีย	5.14	(2.20)	-333.51%
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด	158.67	111.53	42.27%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	36.11%	27.96%	29.16%

รายได้จากการขายและบริการ

สิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566 บริษัทมีรายได้จากการขายและบริการตามงบการเงินรวมเท่ากับ 439.40 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 10.17 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลมาจากรายได้จากการจัดแสดงงานของ Bangkok International Motor Show ครั้งที่ 44 ที่เพิ่มขึ้น

กำไร (ขาดทุน) ขั้นต้น

สิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566 บริษัทมีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 251.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.74 เมื่อเทียบกับปีก่อนสาเหตุหลักมาจาก รายได้จากการจัดแสดงงาน Bangkok International Motor Show (BIMS) ครั้งที่ 44 เพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร สิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566 จำนวน 60.83 ล้านบาท เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 5.32 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากกลุ่มเงินเดือนและสวัสดิการที่เพิ่มขึ้น

กำไร (ขาดทุน) ของบริษัทร่วมที่ใช้วิธีส่วนได้เสีย

กำไรขาดทุนของบริษัทร่วมที่ใช้วิธีส่วนได้เสีย สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุด วันที่ 31 มีนาคม 2566 จำนวน 5.14 ล้านบาท ขาดทุนลดลงคิดเป็นร้อยละ 333.51 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุมาจากบริษัทร่วมมีรายได้เพิ่มขึ้น และพลิกจากขาดทุนเป็นกำไร จากการดำเนินธุรกิจโรงไฟฟ้า

กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จรวม

กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จสำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุด วันที่ 31 มีนาคม 2566 ในงบการเงินรวม กำไรสุทธิรวม จำนวน 158.67 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิเท่ากับ ร้อยละ 36.11 ของรายได้ โดยมีสาเหตุมาจากบริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้น และมีกำไรจากการลงทุนในบริษัทร่วมเพิ่มขึ้น

ทั้งนี้ บริษัทมีรายได้จากการขายและบริการจำแนกตามกลุ่มธุรกิจโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ธุรกิจ	ไตรมาส 1		% การเปลี่ยนแปลง
	2566	2565	
1. กลุ่มธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	427.76	376.78	13.53%
2. กลุ่มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล	7.77	10.51	-26.09%
3. กลุ่มธุรกิจรับจ้างพิมพ์	3.70	8.96	-58.69%
4. รายได้อื่นๆ	0.17	2.69	-93.49%
รวมรายได้จากการขายและบริการ	439.40	398.94	10.14%

กลุ่มธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566 รายได้จากกลุ่มการจัดงานแสดงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 13.53 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการจัดแสดงงาน Bangkok International Motor Show (BIMS) ครั้งที่ 44 โดยในปีนี้ได้มีการขยายพื้นที่บูธจัดแสดงยานยนต์มากกว่าปีก่อน เพื่อรองรับความต้องการเช่าพื้นที่เพิ่มขึ้นจากกลุ่มผู้ประกอบการยานยนต์ ส่งผลให้รายได้จากการจัดงานเพิ่มขึ้น

กลุ่มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566 รายได้จากกลุ่มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัลลดลง คิดเป็นร้อยละ 26.09 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากการให้บริการโฆษณาสิ่งพิมพ์และรายได้ขายนิตยสารลดลง เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเนื่องจากทางเลือกการเข้าถึงข่าวสารเปิดกว้างขึ้นไปสู่การเสพสื่อในแพลตฟอร์มใหม่บนโลกออนไลน์ ที่รวดเร็วและหลากหลายกว่าเดิม

กลุ่มธุรกิจรับจ้างพิมพ์

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566 รายได้จากกลุ่มธุรกิจรับจ้างพิมพ์ลดลงคิดเป็นร้อยละ 58.69 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุเนื่องจากเทรนด์เทคโนโลยีดิจิทัลและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการโรงพิมพ์ โดยความนิยมที่เพิ่มขึ้นมากในสื่อออนไลน์ ทำให้ธุรกิจรับจ้างพิมพ์และโรงพิมพ์มีรายได้ลดลง

กลุ่มอื่นๆ

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566 ลดลงร้อยละ 93.49 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการซื้อมาขายไปของรถยนต์สะสม และรายได้จากการให้บริการตกแต่งรถยนต์เพื่อการแข่งขันลดลง

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะทางการเงิน	ไตรมาส 1/2566	สิ้นปี 2565	% เปลี่ยนแปลง
รวมสินทรัพย์	1,194.26	797.07	49.83
รวมหนี้สิน	338.67	76.15	344.75
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	855.59	720.92	18.68

สินทรัพย์

สินทรัพย์รวมตามงบการเงิน ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566 เท่ากับ 1,194.26 ล้านบาท เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 49.83 เมื่อเทียบกับงวดสิ้นสุดปี 2565 โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายการเงินสดและเทียบเท่าเงินสด และลูกหนี้การค้าเพิ่มขึ้น จากการจัดแสดงงาน Bangkok International Motor Show (BIMS) ครั้งที่ 44

หนี้สิน

หนี้สินรวม ตามงบการเงิน ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566 เท่ากับ 338.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 344.75 เมื่อเทียบกับงวดสิ้นสุดปี 2565 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก เจ้าหนี้การค้าเพิ่มขึ้น และ รายได้รับล่วงหน้าจากการจัดแสดงงาน Bangkok International Motor Show (BIMS) ครั้งที่ 44

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ตามงบการเงิน ณ 31 มีนาคม 2566 เท่ากับ 855.59 ล้านบาท เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 18.68 เมื่อเทียบกับงวดสิ้นสุดปี 2565 โดยมีสาเหตุหลักมาจากบริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้นและมีกำไรเพิ่มขึ้น ส่งผลให้กำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรเพิ่มขึ้น

การวิเคราะห์กระแสเงินสด

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 301.94 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 276.65 ล้านบาท จากงวดสิ้นสุดปี 2565

งบกระแสเงินสด ไตรมาส 1 ปี 2566	ล้านบาท
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	247.35
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมการลงทุน	-24.51
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	53.81
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้นสุทธิ	276.65

- เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่เกิดจากรายได้รับล่วงหน้าจากการจัดแสดงงาน Bangkok International Motor Show (BIMS) ครั้งที่ 44
- เงินสดสุทธิจากกิจกรรมการลงทุนลดลง ส่วนใหญ่เกิดจาก เงินสดจ่ายเงินให้กู้ยืมแก่บริษัทร่วมและเงินสดจ่ายซื้อที่ดินอาคาร และอุปกรณ์
- เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงินเพิ่มขึ้น เกิดจากการรับเงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เพื่อนำมาใช้ในการจัดงานแสดง Bangkok International Motor Show (BIMS) ครั้งที่ 44

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงิน	ไตรมาส 1	
	2566	2565
อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)	57.18	49.30
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงิน ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA Margin)	43.68	35.76
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (ROE)	9.76	5.37
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	16.65	5.04
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current Ratio) (เท่า)	1.90	1.85
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E Ratio) (เท่า)	0.40	0.42
กำไรต่อหุ้น (EPS) (บาท)	0.26	0.19

-พีระพงศ์ เอี่ยมล้ำเนา-

พีระพงศ์ เอี่ยมล้ำเนา

ประธานเจ้าหน้าที่สายการเงิน และสายพัฒนาธุรกิจ