

# 2021

## BROADCASTING Outlook

### สรุปภาพรวมพฤติกรรมกรรมการแข่งขันที่สำคัญในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ปี 2564

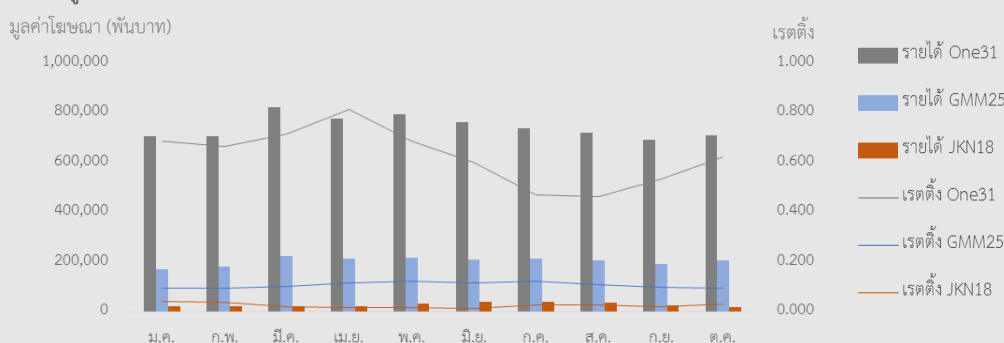
การระบาดของไวรัส COVID-19 ยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2563 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจทุกภาคส่วน รวมถึงกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ที่นอกจากต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีที่ดึงดูดผู้ชมไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์แล้ว การได้รับผลกระทบจากโรคระบาดเป็นไปอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นการปรับลดงบประมาณของคู่ค้า การชะลอการถ่ายทำรายการต่างๆ ออกไปอย่างไม่มีกำหนด แน่นอวยว่าย่อมส่งผลกระทบต่อรายได้และความมั่นคงทางการเงินของผู้ประกอบการจำนวนมาก ดังนั้น พฤติกรรมการแข่งขันและการปรับตัวที่เกิดขึ้นในปี 2564 จึงเน้นสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ การระดมทุน การปรับโครงสร้างองค์กร ให้เกิดสภาพคล่องและส่งเสริมธุรกิจให้ดำเนินต่อไปได้ ซึ่งในปี นี้ ผู้ประกอบการที่ปรับตัวอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ช่อง NEW 18 ช่อง GMM 25 และช่อง ONE 31

► **การรวมธุรกิจ (Merger and Acquisition หรือ M&A)** เป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้ธุรกิจที่ประสบภาวะขาดทุนหรือไม่สามารถเติบโตด้วยตนเองจากภายในองค์กรได้ดีพอ อาจด้วยทักษะการผลิตหรือต้นทุนที่น้อยเกินไปหรืออาจด้วยวัตถุประสงค์เพื่อต้องการผนึกกำลังทางธุรกิจให้สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วผ่านการรวมธุรกิจ ซึ่งการเสริมกันดังกล่าวจะช่วยให้เกิด Synergy ของธุรกิจ นั่นคือ การใช้จุดแข็งของแต่ละบริษัทรวมกันเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์มากกว่าการแยกกันดำเนินกิจการ จะช่วยให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale) เกิดการขยายตัวของกลุ่มลูกค้าทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ สามารถทำอะไรได้มากขึ้น ซึ่งการรวมธุรกิจที่สำคัญในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ปี 2564 คือ บมจ. เจเคเอ็น โกลบอล มีเดีย (JKN) เข้าซื้อหุ้นสามัญจากกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมในช่อง NEW 18 ซึ่งมีบริษัท ดีเอ็น บรอดคาสท์ จำกัด เป็นผู้รับใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์แบบใช้คลื่นความถี่ (ทีวีดิจิทัล) ส่วน JKN นั้น นอกจากเป็นเจ้าของอาณาจักรผลิตและซื้อขายรายการแล้ว ยังเป็นผู้รับใบอนุญาตโครงข่ายโทรทัศน์แบบไม่ใช้คลื่นความถี่ผ่านบริษัท เจเคเอ็น นิวส์ จำกัด อีกด้วย

► **การปรับโครงสร้างองค์กร** ไม่ว่าจะเป็นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างผู้บริหารซึ่งมีส่วนสำคัญในการกำหนดนโยบายและทิศทางธุรกิจ การแบ่งแยกประเภทธุรกิจในกลุ่มในเครือให้มีความชัดเจน ซึ่งจะเชื่อมโยงไปยังการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน สามารถส่งเสริมการดำเนินงานและเพิ่มกำไรของธุรกิจให้เติบโต เหมือนดังเช่นกรณีของ GMM GRAMMY ที่ได้ปรับโครงสร้างธุรกิจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้นในด้านต่างๆ อาทิ การปรับโครงสร้างบริษัทผลิตรายการและทำการตลาด การจัดตั้งบริษัทร่วมทุนในธุรกิจ Media Commerce หรือการแยกกลุ่มบริษัทกิจการร่วมค้าอย่าง บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ออกมาเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนเป็นครั้งแรก (IPO)

► **การระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์** เหมือนดังเช่นกรณีช่อง ONE 31 ที่ได้ระดมทุนผ่านการเสนอขายหุ้น IPO เพื่อนำเงินไปใช้สำหรับสร้างสรรค์คอนเทนต์ซึ่งถือเป็นธุรกิจสำคัญที่สร้างเรตติ้งความนิยมและรายได้มหาศาลให้กับบริษัท การชำระคืนหนี้เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน การขยายธุรกิจใน Supply Chain เช่น การจัดงาน Event การบริหารศิลปินในสังกัด และการให้เข้าสถานที่ถ่ายทำรายการ เป็นต้น

รายได้มูลค่าโฆษณาและเรตติ้งเฉลี่ย ช่อง ONE31 ช่องGMM25 และช่อง JKN18 ระหว่างเดือน ม.ค. - ต.ค. 2564



More Articles !



# 2021

## BROADCASTING Outlook



### การซื้อขายหุ้นระหว่างบริษัท ดีเอ็น บรอดคาสท์ จำกัด (ชอง NEW 18) และ บมจ. เจเคเอ็น โกลบอล มีเดีย

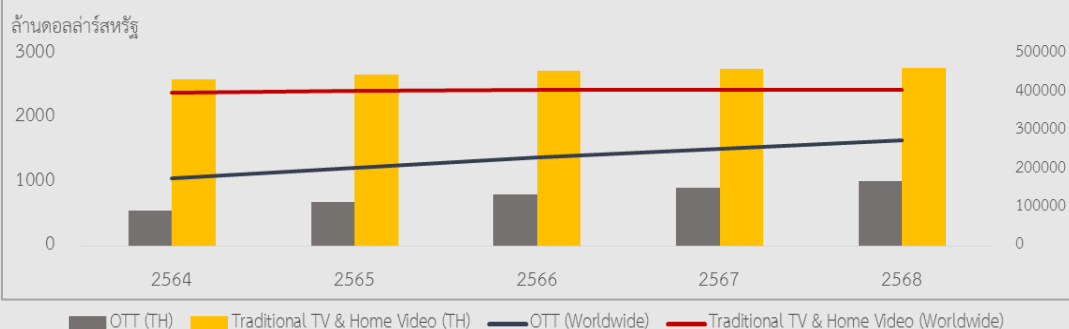
เริ่มต้นปี 2564 ด้วยการปรับตัวก้าวสำคัญของบริษัท ดีเอ็น บรอดคาสท์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้รับใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์แบบใช้คลื่นความถี่ (ทีวีดิจิทัล) ชอง NEW 18 ซึ่งประสบปัญหาขาดทุนในการประกอบกิจการสะสมตลอด 6 ปี เป็นเงินกว่า 2,934 ล้านบาท ได้ขายหุ้นสามัญทั้งหมดให้กับ บมจ.เจเคเอ็น โกลบอล มีเดีย (JKN) ซึ่งเป็นเจ้าของอาณาจักรผลิตรายการและดีลเลอร์ผู้ซื้อ-ขายลิขสิทธิ์รายการ ทั้งไทยและต่างประเทศ รวมถึงสินค้าธุรกิจเชิงพาณิชย์ประเภทต่างๆ โดยภายหลังการซื้อหุ้นดังกล่าว JKN ได้เปลี่ยนชื่อชองรายการเป็น JKN 18 และเปลี่ยนชื่อบริษัทจาก ดีเอ็น บรอดคาสท์ เป็นบริษัท เจเคเอ็น เบสท์ ไลฟ์ จำกัด รวมถึงเปลี่ยนลักษณะการประกอบธุรกิจ จากเดิมที่ให้บริการสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลเป็นหลัก ให้กลายเป็นบริการสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ผสมกับการผลิตและจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ ความงาม และสินค้าอุปโภคบริโภคหรือ "Content Commerce Company" ซึ่งการซื้อหุ้นดังกล่าวนอกจากจะเป็นแหล่งทุนให้การดำเนินธุรกิจทีวีดิจิทัลแล้ว ยังเป็นการสร้าง Synergy เพื่อส่งเสริมช่องทางการโฆษณาขายสินค้าและบริการ รวมถึงคอนเทนต์รายการต่างประเทศที่ JKN มีอยู่เดิมให้ขยายสู่แพลตฟอร์มทีวีดิจิทัลที่จะช่วยสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคมากขึ้น อันจะเห็นได้จากรายได้โฆษณาและเรตติ้งที่เพิ่มขึ้นภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงเป็นชอง JKN 18 ในช่วงไตรมาสที่ 2 นั้นเอง



### การปรับโครงสร้างองค์กรของ GMM GRAMMY และการระดมทุนผ่าน IPO ของชอง ONE 31

การเปลี่ยนแปลงของ GMM GRAMMY ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นทางอ้อมของผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัล ชอง GMM25 ผ่านบริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนแนล โฮลดิ้ง จำกัด (GMMCH) และเป็นผู้ถือหุ้นทางตรงในชอง ONE 31 สัดส่วน 31.27% ได้ปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารงาน แบ่งแยกความชัดเจนในการดำเนินธุรกิจประเภทต่างๆ เพื่อสร้างผลกำไรในอนาคต โดย GMM GRAMMY ได้ตั้งบริษัท จีเอ็มเอ็ม โฮลดิ้ง แชนแนล จำกัด (GMMHD) ขึ้น และดำเนินการให้ GMMHD ซื้อหุ้นชอง GMM25 ทั้งหมดจากผู้ถือหุ้นเดิม ทำให้มีอำนาจบริหารชอง GMM25 และทางบริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ก็ได้เข้าซื้อ GMMCH จาก GMM GRAMMY ทำให้ได้สิทธิเดิมในการเป็นตัวแทนการตลาดจัดหาลูกค้าเช่าเวลาโฆษณา การรับจ้างผลิต/ร่วมผลิตของชอง GMM25 ไปด้วย ซึ่งชอง GMM25 จะต้องหาลูกค้าผ่านตัวแทนดังกล่าว ในขณะที่บริษัทกิจการร่วมค้าของ GMM GRAMMY อย่างบริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ก็ได้เปลี่ยนแปลงโครงสร้างสู่บริษัทมหาชนและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนเป็นครั้งแรก (IPO) เพื่อระดมทุนในการนำไปผลิตรายการและการบริหารลิขสิทธิ์ให้กับทั้งชองทางของตัวเอง ชองโทรทัศน์อื่น ๆ และ Online Streaming Platform ทั้งในและต่างประเทศ โดยมีพันธมิตร ได้แก่ LINE TV, AIS Play, TRUE ID, WeTV, Viu, iQIYI, Netflix และ Disney+ Hotstar ซึ่งจากกำไรสุทธิย้อนหลังในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (ปี 2561-2563) กลุ่ม ONE สามารถสร้างอัตรากำไรสุทธิของกำไรกว่า 201% ต่อปี และจากการคาดการณ์ว่าสื่อออนไลน์ทั้งในและต่างประเทศมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จะเป็นปัจจัยที่ช่วยผลักดันให้กลุ่ม ONE สามารถขยายขอบเขตการเป็น Content Creator ในระดับภูมิภาค สร้างความเชื่อมั่นและผลกำไรตอบแทนในกลุ่มนักลงทุน รวมถึง GMM GRAMMY ที่ถือหุ้นในสัดส่วนใหม่คือ 25.02% ได้อย่างแน่นอน

การคาดการณ์รายได้ OTT และ Traditional TV & Home Video ในประเทศไทยและทั่วโลก



ทิศทางอุตสาหกรรมสื่อในอนาคตยังคงมุ่งเน้นสู่อุตสาหกรรมออนไลน์ ทั้งจากการขยายตัวของเทคโนโลยีอย่าง 5G ที่เสริมให้การเข้าถึงคอนเทนต์ออนไลน์เป็นไปอย่างรวดเร็วและสะดวกมากขึ้น ในขณะที่สื่อดั้งเดิมอย่างโทรทัศน์ แม้รายได้จะไม่ได้เพิ่มในอัตราสูงแต่ก็ยังคงมีรายได้เป็นบวก เนื่องจากยังคงเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับ Eye Ball จากผู้ชมมากที่สุด และไม่ว่าจะอยู่บนแพลตฟอร์มใดก็ตามสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดผู้ชมก็ยังคงขึ้นอยู่กับคอนเทนต์ที่สำคัญ

ที่มา : <https://www.statista.com/outlook/amo/media/tv-video/worldwide>