

ส่วนที่ 2

บริษัทที่ออกหลักทรัพย์

ชื่อบริษัท	: บริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน) (บริษัทฯ)
การประกอบธุรกิจ	: บริษัทฯและบริษัทย่อย เป็นผู้เข้าร่วมประมูลเวลาและดำเนินการผลิตรายการทางสถานีวิทยุ และโทรทัศน์ และดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 50 อาคารจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ เพลส ถนน สุขุมวิท 21 (อโศก) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
เลขทะเบียนบริษัท	: 40854500700
โฮมเพจบริษัท	: www.atimemedia.com
โทรศัพท์	: 0-2669-9333
โทรสาร	: 0-2665-8242

บริษัทฯมีวัตถุประสงค์ในการนำเงินที่ได้จากการเสนอขายหลักทรัพย์ครั้งนี้ประมาณ 1,320 ล้านบาทไปใช้ดังนี้

วัตถุประสงค์การใช้เงิน	จำนวนเงิน	ระยะเวลาใช้เงินโดยประมาณ
1. ประมูลสถานีวิทยุและโทรทัศน์และลงทุนในธุรกิจสื่อ	1,000 ล้านบาท	ภายใน 18 เดือน
2. เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานและผลิตรายการ	220 ล้านบาท	ภายใน 18 เดือน
3. ชำระคืนเงินกู้	100 ล้านบาท	ภายใน 3 เดือน

1. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯและบริษัทย่อย (กลุ่มบริษัท) ที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ

1.1 การต่ออายุสัมปทาน/สัญญาเช่า

ปัจจุบัน บริษัทฯและบริษัทย่อย ไม่มีสถานีวิทยุหรือโทรทัศน์เป็นของตนเอง ดังนั้นบริษัทฯและบริษัทย่อย จึงต้องเช่าเวลาเพื่อผลิตรายการ ซึ่งทำให้มีความเสี่ยงในการต่ออายุสัมปทานและสัญญาเช่าจากหน่วยงานที่มีอำนาจในการจัดสรรคลื่นความถี่วิทยุและโทรทัศน์ และมีข้อจำกัดในการขยายธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ด้วยศักยภาพและความพร้อมของกลุ่มบริษัททางด้านเทคโนโลยีการผลิต เงินทุน และบุคลากร ประกอบกับผลงานที่มีคุณภาพในระดับแนวหน้า และการเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มผู้ฟังและผู้ชมเป็นวงกว้าง รวมทั้งบุคลากรที่มีความชำนาญและประสบการณ์ ทำให้บริษัทฯมีความเสี่ยงน้อยมากในการที่จะไม่ได้รับการต่ออายุสัมปทานและสัญญาเช่า นอกจากนี้อัตราค่าเช่าสถานีที่ผ่านมามีการเปลี่ยนแปลงมากนัก

นอกจากนี้ ภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ว่าด้วยพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543 ที่กำหนดให้มีการคัดเลือกและจัดตั้งคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ (กสช.) ซึ่งเป็นองค์กรอิสระทำหน้าที่กำกับดูแลและพิจารณาอนุญาตการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมถึงควบคุมดูแลให้เกิดการแข่งขันที่เสรีและเป็นธรรม ซึ่งจะเป็นการเปิดโอกาสให้เอกชนหรือผู้ประกอบการรายใหม่ๆ มีโอกาสเป็นเจ้าของสถานีมากขึ้น ทั้งนี้กระบวนการสรรหา กสช. คาดว่าจะแล้วเสร็จในเร็ววัน และบริษัทฯมีความมั่นใจว่า บริษัทฯอยู่ในฐานะที่มีความ

พร้อมสูง และมีโอกาสที่จะประมูลสถานีจากรัฐบาลเพื่อเป็นเจ้าของสถานีได้ ซึ่งจะเพิ่มเสถียรภาพของบริษัทในการดำเนินธุรกิจและขจัดความเสี่ยงดังกล่าว

1.2 การเข้าสู่ธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่

จากการที่พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543 ได้เปิดเสรีให้บริษัทเอกชนสามารถครอบครองสื่อทางด้านวิทยุและโทรคมนาคมได้ ดังนั้นเมื่อการคัดเลือก กสท. เสร็จสิ้นลง จะส่งผลให้กลุ่มบริษัทที่มีคู่แข่งเพิ่มขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการที่มีความพร้อมทางด้านเงินทุนและเทคโนโลยีที่ทันสมัย จะสามารถชิงความได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน ดังนั้นผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจอยู่ก่อนแล้ว จำเป็นต้องปรับตัวและเตรียมความพร้อมตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ด้วยประสบการณ์ในการบริหารที่มีประสิทธิภาพและฐานลูกค้าที่มั่นคง ประกอบกับความพร้อมทางด้านสื่อ เงินทุน ทีมงานและบุคลากร ทำให้บริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคง และมีศักยภาพในการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ได้

1.3 ผลประกอบการที่ขึ้นอยู่กับอุตสาหกรรมตลาดโฆษณา

ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยอยู่ระหว่างการฟื้นตัวจากวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2540 ประกอบกับความไม่มีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น และประเทศอื่นในแถบเอเชีย ทำให้โอกาสที่ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยจะฟื้นตัวในระยะเวลาอันสั้นมีความไม่แน่นอน เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและอัตราการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายโฆษณาที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ซึ่งอาจส่งผลให้เจ้าของสินค้า ใช้จ่ายเงินงบประมาณค่าโฆษณาผ่านสื่อลดน้อยลง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของกลุ่มบริษัทซึ่งมีรายได้เกือบทั้งหมดมาจากการขายโฆษณา อย่างไรก็ตามเจ้าของสินค้าต่างตระหนักดีว่าการโฆษณานั้นเป็นสิ่งสำคัญในการประชาสัมพันธ์และนำเสนอสินค้า และในช่วงที่เศรษฐกิจมีอัตราการเติบโตต่ำ เจ้าของสินค้าอาจจะเปลี่ยนจากการใช้งบประมาณโฆษณาในสื่อโทรทัศน์ มาเป็นการใช้สื่อวิทยุและสิ่งพิมพ์ เนื่องจากสื่อโทรทัศน์มีราคาโฆษณาที่สูงกว่าเมื่อเทียบกับสื่อวิทยุและสิ่งพิมพ์ อย่างไรก็ตามเจ้าของสินค้ายังต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของแต่ละประเภทในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน จากการที่กลุ่มบริษัทมีการขายโฆษณาในสื่อหลักทั้ง 3 ประเภท ดังนั้นจึงเป็นการลดความเสี่ยงจากการลดลงของงบประมาณโฆษณาของสื่อประเภทใดประเภทหนึ่ง

1.4 กระแสความนิยมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง

ความเสี่ยงในการผลิตรายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ คือการเปลี่ยนแปลงรสนิยมและความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามช่วงอายุของผู้บริโภค รวมทั้งการได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมต่างๆ เช่น กระแสความนิยมต่อประเภทของรายการ ผู้ดำเนินรายการ เนื้อหาของสิ่งพิมพ์ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ทำการวิจัยและพัฒนารูปแบบและเนื้อหาของรายการให้สอดคล้องต่อความสนใจของผู้บริโภคตลอดเวลา นอกจากนี้ ณ วันที่ 30 กันยายน 2545 กลุ่มบริษัทมีรายการวิทยุทั้งสิ้น 5 สถานี และรายการโทรทัศน์รวม 24 รายการ ทำให้สามารถผลิตรายการให้สอดคล้องกับกระแสความนิยมของผู้บริโภคที่มีอยู่หลายกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ในส่วนของสื่อสิ่งพิมพ์ กลุ่มบริษัทมีผลิตภัณฑ์ทั้งนิตยสารและหนังสือเล่ม (Pocket Book) ซึ่งเน้นเนื้อหาของข่าวสารและนำเสนอข้อมูลที่อยู่ในความสนใจของผู้อ่าน เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพโดดเด่น และเป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้อ่าน

1.5 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากร

ในการผลิตรายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญกับรูปแบบ และลักษณะการนำเสนอเป็นหลัก ซึ่งได้รับการตอบรับจากกลุ่มเป้าหมายด้วยดีมาตลอด ทั้งนี้บุคลากรในส่วนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นผู้ดำเนินรายการ ผู้ผลิตรายการ กองบรรณาธิการ หรือทีมงานสนับสนุนต่างๆ นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในการส่งเสริมความสำเร็จของกลุ่มบริษัท อย่างไรก็ตาม หากกลุ่มบริษัทสูญเสียบุคลากรเหล่านี้ไปไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม กลุ่มบริษัทเชื่อมั่นว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อรายได้รวมมากนัก เนื่องจากความนิยมของกลุ่มเป้าหมายต่อรายการและสื่อสิ่งพิมพ์ของกลุ่มบริษัท มาจากความโดดเด่นของรูปแบบรายการ และการนำเสนอเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทมีมาตรการในการลดความเสี่ยงจากการสูญเสียบุคลากรดังกล่าว โดยกลุ่มบริษัทให้ความสำคัญกับการ

พัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานและเติบโตไปพร้อมๆ กับการความสำเร็จของกลุ่มบริษัท นอกจากนี้ ผู้บริหารส่วนใหญ่ซึ่งเป็นผู้ร่วมก่อตั้ง และเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ทำให้มีความผูกพันต่อองค์กรในการร่วมกันสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องต่อไป

1.6 การบริหาร การจัดการ กรณีบริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นรายใดรายหนึ่งถือหุ้น มากกว่าร้อยละ 75

ภายหลังการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนทั่วไป บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) จะเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่เพียงรายเดียว โดยถือหุ้นในบริษัทฯ จำนวน 155,999,400 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 78 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ซึ่งสัดส่วนการถือหุ้นที่มากกว่า 3 ใน 4 ดังกล่าว ทำให้บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) มีอำนาจในการควบคุมบริษัทฯ และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของบริษัทฯ ในทุกเรื่องที่ต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องของผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณา นอกจากนี้ การถือหุ้นในลักษณะกระจุกตัวโดยผู้ถือหุ้นรายใหญ่นี้ยังทำให้โอกาสที่บริษัทจะถูกครอบงำกิจการ (takeover) โดยบุคคลอื่นไม่สามารถเกิดขึ้นได้โดยปราศจากการยินยอมของผู้ถือหุ้นรายใหญ่นี้ แม้ว่าผู้ถือหุ้นกลุ่มอื่นจะเห็นโอกาสที่จะทำให้มูลค่าของกิจการเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) จะเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่และมีคะแนนเสียงข้างมาก แต่บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ก็มีเจตนาที่ว่าจะทำให้บริษัทฯ มีความชัดเจนในการบริหารงานให้เป็นไปอย่างอิสระและโปร่งใส ซึ่งผู้ถือหุ้นสามารถตรวจสอบได้ ดังจะเห็นได้จากโครงสร้างการจัดการของบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วยคณะกรรมการทั้งหมด 3 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งคณะกรรมการแต่ละคณะประกอบด้วยบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและมีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน