

## บทรายงานและการวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 2/2559

### บทสรุปผู้บริหาร

บมจ.จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจสื่อและผลงานบันเทิงแบบครบวงจร บริษัทฯ มีการพัฒนาในรูปแบบธุรกิจด้วยความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ที่สั่งสมมายาวนาน เพื่อให้บริษัทเจริญเติบโตและมีผลตอบแทนที่ดีในระยะยาวให้กับผู้ถือหุ้น และมีความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกภาคส่วนเป็นสำคัญ

ภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณาในครึ่งปีแรกนี้ ยังคงมีการใช้จ่ายเงินอย่างระมัดระวังตามสภาวะเศรษฐกิจ โดยในไตรมาส 2/2559 ถือเป็นช่วงโลว์ซีชันและได้รับผลกระทบจากวันหยุดยาว อย่างไรก็ตาม สื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อหลักที่เจาะกลุ่มแมสได้ในวงกว้างและเป็นช่องทางที่ลูกค้าใช้งบโฆษณามากที่สุด โดยช่องทางดิจิทัลทีวีได้รับความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพของคอนเทนต์ ทำให้สามารถดึงดูดเม็ดเงินโฆษณาจากช่องทางทีวีเดิมได้เพิ่มมากขึ้นจากราคาโฆษณาที่คุ้มค่ากับประสิทธิภาพของการเข้าถึงผู้ชม สำหรับช่องทางออนไลน์มีอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดดส่งผลให้ผู้ประกอบการดิจิทัลทีวีที่มีการแพร่ภาพผ่านช่องทางออนไลน์ได้รับประโยชน์จากการขยายตัวแบบก้าวกระโดดดังกล่าวด้วย

ในไตรมาสนี้ ธุรกิจเพลงยังคงเป็นธุรกิจหลักที่สร้างรายได้และผลกำไรให้แก่กลุ่มบริษัทฯ จากการเติบโตของดิจิทัลมิวสิกและโซวบีซ ส่วนดิจิทัลทีวีทั้งสองช่องของกลุ่มบริษัทฯ มีอัตราการเติบโตของเรตติ้งและรายได้อย่างรวดเร็ว จากการวางคาแรคเตอร์ช่องที่ชัดเจน ฐานผู้ชมขยายตัว

และจากจุดแข็งในการสร้างสรรค์ผลงานคุณภาพที่เข้าถึงผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งมีการต่อยอดคอนเทนต์ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างลงตัว จากการดำเนินงานดังกล่าว ส่งผลให้ผลประกอบการในไตรมาส 2/2559 บริษัทฯ มีผลขาดทุนต่ำกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อนกว่าร้อยละ 20 โดยไตรมาสนี้มีผลขาดทุนสุทธิ 109 ล้านบาท โดยผลขาดทุนหลักเกิดจากธุรกิจดิจิทัลทีวีซึ่งยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการประกอบกิจการดิจิทัลทีวี

ด้านรายได้รวมของบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วยรายได้จากการขายสินค้า การให้บริการ และการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ ในไตรมาส 2/2559 ลดลงร้อยละ 13.6 จากปีก่อน เนื่องจากในไตรมาส 2/2558 ยังมีรายได้จากบริษัทในกลุ่มบริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ในขณะที่ในไตรมาส 2/2559 ผลประกอบการของช่องวัน ถูกแยกบันทึกไว้ในส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม นอกจากนี้การลดลงของรายได้ยังเกิดจากการปรับเปลี่ยนโครงสร้างในธุรกิจภาพยนตร์ตั้งแต่ปลายปี 2558 ซึ่งบริษัทใหม่ที่ดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ของกลุ่มบริษัทฯ อยู่ระหว่างการผลิตภาพยนตร์ จึงทำให้ยังไม่มีรายได้จากการฉายภาพยนตร์ใหม่ในช่วงไตรมาสนี้ ส่วนรายได้จากธุรกิจเพลง ลดลงเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการขายไปสู่ดิจิทัลมิวสิก ซึ่งอาจทำให้รายได้ลดลง แต่ผลกำไรเพิ่มสูงขึ้น ดังจะเห็นได้จากรายได้ของธุรกิจเพลงลดลงร้อยละ 3 แต่มีอัตราผลกำไรจาก

การดำเนินงานสูงกว่าในช่วงไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

สำหรับแนวโน้มในครึ่งปีหลัง คาดว่าเม็ดเงินโฆษณาจะฟื้นตัวดีกว่าครึ่งปีแรก อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังคงระมัดระวังในการใช้จ่าย ส่งผลให้การแข่งขันชิงงบโฆษณาระหว่างบริษัทรายการใหม่ ๆ ที่จะเพิ่มเข้ามา และการรักษาเรตติ้งของรายการเดิมไว้ ในสภาวะเช่นนี้บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพและเกิดความประหยัดสูงสุด ซึ่งส่งผลให้ไตรมาสนี้บริษัทมีผลขาดทุนสำหรับงวดที่ต่ำกว่างวดเดียวกันของปีก่อนถึงร้อยละ 20

ด้านสถานะทางการเงินของบริษัทฯ ยังคงเข้มแข็ง ภายหลังจากปรับโครงสร้างธุรกิจ ส่งผลให้ภาระหนี้สินลดลงอย่างมีนัยสำคัญ และมีอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 1.28 เท่า ณ สิ้นไตรมาส 2/2559

## ผลการดำเนินงานประจำไตรมาส 2/2559

หน่วย : พันบาท	ไตรมาส 2/ 2559	ไตรมาส 2/2558 (ปรับปรุงใหม่)	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)
รายได้จากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์	1,799,237	2,083,533	-13.6
รายได้อื่น ๆ	44,338	175,534	-74.7
<b>รวมรายได้</b>	<b>1,843,575</b>	<b>2,259,067</b>	<b>-18.4</b>
ต้นทุนขายและบริการ	1,067,866	1,347,812	-20.8
ค่าใช้จ่ายในการขาย	150,138	165,038	-9.0
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	620,770	689,965	-10.0
<b>รวมค่าใช้จ่าย</b>	<b>1,838,774</b>	<b>2,202,815</b>	<b>-16.5</b>
กำไร/(ขาดทุน) ก่อนส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) ค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษี	4,801	56,252	-91.5
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	5,822	6,170	-5.6
ส่วนแบ่งขาดทุน จากเงินลงทุนในการร่วมค้า	(87,558)	(115,614)	-24.3
กำไร/(ขาดทุน) ก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(76,935)	(53,192)	44.6
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	(46,289)	(55,833)	-17.1
กำไร/(ขาดทุน) ก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(123,224)	(109,025)	13.0
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	4,933	(37,577)	-113.1
กำไร/(ขาดทุน) สำหรับงวด	(118,291)	(146,602)	-19.3
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	(9,559)	(11,349)	-15.8
กำไร/(ขาดทุน) ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	(108,732)	(135,253)	-19.6
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	40.6	35.3	
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายการขายและบริหารต่อรายได้รวม (ร้อยละ)	41.8	37.8	
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (ร้อยละ)	(5.9)	(6.0)	

รายได้จากการขายสินค้า การให้บริการและค่าลิขสิทธิ์ของกลุ่มบริษัทฯ สามารถจ่ายแก่รายการในแต่ละส่วนงาน ดังต่อไปนี้

**ธุรกิจเพลง** ประกอบด้วย การจำหน่ายสินค้าเพลง (Physical Products) และดิจิทัลมิวสิกผ่านช่องทางต่าง ๆ รวมถึงการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ ธุรกิจโชว์บิซและธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมฟรีทูแอร์ช่องแพนทีวี รายได้รวมจากธุรกิจเพลงในไตรมาส 2/2559 เท่ากับ 726 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.1 จากปีก่อน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40

ของรายได้จากการขายสินค้า การให้บริการและค่าลิขสิทธิ์ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 36 ในปีก่อน ซึ่งรายได้ที่ลดลงเกิดจากการหดตัวของ Physical Sales ที่ผ่านมาแกรมมี่ยังคงเดินหน้ารุกตลาดเพลงต่อเนื่องโดยมุ่งให้ความสำคัญกับมิวสิกสตรีมมิ่งมาโดยตลอด เพื่อนำเสนอประสบการณ์ฟังเพลงที่แตกต่าง ตอบโจทย์ทุกความต้องการของคอเพลงยุคใหม่ในทุกแพลตฟอร์ม พร้อมจับมือพันธมิตร ลุยต่อยอดธุรกิจเพลงไปสู่คอมมิวนิตี และเมอร์แซนไดส์ อาทิ การจับมือกับไอคอนยักใหญ่ 'เกรฮาร์ด' สร้าง คอล

เลคชั่นสุดพิเศษ "The Iconic Collection" ถือเป็นงานเปิดมิติใหม่ระหว่างวงการเพลงกับวงการแฟชั่น

ด้านโชว์บิซยังคงคึกคัก ในครึ่งปีหลังเตรียมระเปิดความมั่นใจกับคอนเสิร์ตใหญ่ "Kim รับแซก" "Green Concert - The Lost Love Songs To Be Continued" "30 ปี อัสนี-วสันต์ สวัสดิ์ศรี" "คอนเสิร์ตล้านตลับ" ด้านเมืองไทยจีเอ็มเอ็มไอพีเฮาส์มีลูกค้าจองพื้นที่จัดงานเต็มถึงสิ้นปี ส่งผลให้ภาพรวมรายได้และจำนวนงานที่เข้ามาจัดในปีนี้เป็นเพิ่มสูงกว่าเท่าตัวจากปีที่แล้ว

**ธุรกิจทีวีดิจิทัล**

**ช่องวัน 31** ภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการลงทุน และอำนาจการควบคุมกิจการในไตรมาส 1/2558 ส่งผลให้มีการจัดประเภทเงินลงทุนในบริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (เดิมชื่อ “บริษัท จีเอ็มเอ็มวัน ทีวี เทรดิง จำกัด”) ซึ่งเดิมถือเป็นบริษัทย่อย เปลี่ยนเป็นเงินลงทุนในการร่วมค้า และบันทึกด้วยวิธีส่วนได้เสีย ดังนั้นตัวเลขในงบการเงินที่คงอยู่ในส่วนนี้จะประกอบด้วย ส่วนงานย่อยที่ถือลิขสิทธิ์ในคลังผลงานเดิม ได้แก่ เอ็กแซกท์ ซึ่งไตรมาสนี้มีรายได้เท่ากับ 5 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 98 จากปีที่แล้ว เนื่องจากคงเหลือเพียงรายได้จากลิขสิทธิ์ในคลังผลงานเก่าเท่านั้น สำหรับช่องวัน ในไตรมาสนี้ ประสบความสำเร็จจากการวางผังรายการช่วงซูเปอร์โพรแกรม ด้วยรายการเด็ดทั้งละครแม่เหล็ก “เพชรฆาตดาวโจร” “สงครามนางงาม 2” “สเน่ห์ข้ามเส้น” และ “พิชชวาท” ซึ่งสร้างกระแสทอล์คคออฟเดอะทาวนอย่างรวดเร็ว ขณะที่ “เดอะสตาร์ 12” มีการตอบรับยอดเยี่ยมเช่นเคย และ “ศึกวันดวลเพลง” ยังคงสร้างเรตติ้งทะยานขึ้นในระดับ 4 สำหรับครึ่งปีหลังผังรายการจะทวีความเข้มข้นด้วยการจัดเต็มละครฟอร์มยักษ์ และซีทคอมใหม่ “เสือ ชะนี เก้ง” คว้าโรตี่เกมโชว์ “ศึกวันดวลเพลง Knock Out” “รู้ใหม่ ใครโสด” “4:4 Celebrity” และรายการเรียลลิตี้ “หาคู่ Duet” “The Bachelor Thailand” ร่วมกับกิจกรรมออนกราวด์ “ONE ยกช่อง” เพื่อขยายฐานผู้ชมที่เป็นหัวเมืองทั่วประเทศ เชื่อว่าจะสามารถขยับอันดับของยอดนิยมได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้รายได้ในปีนี้ได้เติบโตตามเป้าหมาย

**จีเอ็มเอ็ม25** ประกอบด้วย ช่องจีเอ็มเอ็ม 25 ดิจิทัลทีวี ธุรกิจวิทยุ และโซวบีซีในเครือเอทีเอ็ม บริษัทฯ มีรายได้ในไตรมาสนี้ เท่ากับ 469 ล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10.6 จากปีก่อนจากการดำเนินงานของช่องจีเอ็มเอ็ม 25 ขณะที่สื่อวิทยุรายได้ลดลงร้อยละ 10 จากช่วงปีก่อน แต่เริ่มมีแนวโน้มที่ดีขึ้นในไตรมาสสอง โดยบริษัทยังคงมุ่งเน้นการทำคอนเทนต์วิทยุที่อยู่ในความสนใจของผู้ฟัง พร้อมปรับเทคโนโลยีรองรับรูปแบบการฟังในทุกช่องทาง ทั้งเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน หลังจากประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องแบบปีละครั้ง ๆ กับละครต่าง ๆ ในช่อง GMM25 ตั้งแต่ต้นปี ไม่ว่าจะเป็นคลับฟรายเดย์ เดอะซีรีส์ 7 “เหตุเกิดจากความรัก” “Love Song Love Series” “To-Be Continued – เพื่อนรักเพื่อนร้าย” ที่กวาดเรตติ้งสูงถล่มทลายถึงระดับ 5 ในไตรมาสนี้ ช่อง GMM25 กรีธาทัพลุยต่อกับอภิมหาโปรเจกต์ “U-Prince Series” เรื่องราวความรักของหนุ่มหล่อจากรั้วมหาวิทยาลัย พร้อมรุกละครหลังข่าว ประเดิมด้วยซีรีส์ “เพลิงกฤษณา” ที่หยิบบทประพันธ์ของนักเขียนมือรางวัล อย่าง “กฤษณา อโศกสิน” มาทำ “ลายหงส์” “ปีกทอง” “ปากามเทพ” และเต็มสี่สัปดาห์รายการวาไรตี้โดนใจคนรุ่นใหม่ “Stage Fighter ไมค์หนุ่มสู้ ฟัด” พร้อมเปิดตัวคอนเทนต์ครีเอเตอร์ใหม่ “จีเอ็มเอ็มบราโว่” กับภารกิจมุ่งสร้างคอนเทนต์ที่ตรงใจและตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ใหม่ๆ ของคนดู ด้วยการแปลงร่างเพลง เป็นคอนเทนต์ “ซีรีส์” อาทิ “Melodies of Life” “Encore 100 ล้านวิว” และซีรีส์ที่สร้างจาก “ไอดอล” ศิลปินที่ทุกคนชื่นชอบ พร้อมออกอากาศช่วงเวลาซูเปอร์โพรแกรม เริ่มสิงหาคมนี้ ร่วมกับภาคต่อของซีรีส์เด็ดหลากหลายเรื่องของ

ความรักชาวสี่มวง “To Be Continued – สงครามแย่งผู้” และซีซั่นใหม่ คลับฟรายเดย์ เดอะซีรีส์ 8 “รักแท้.. มีหรือไม่มีจริง”

**ธุรกิจเทรดิ้ง** ประกอบด้วยธุรกิจซื้อขายสินค้าโฮมช้อปปิ้ง และกล่องรับสัญญาณดาวเทียม สำหรับโฮมช้อปปิ้ง มีรายได้ไตรมาสนี้เท่ากับ 450 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9 จากปีก่อน ขณะนี้ครบรอบ 4 ปีที่โฮมช้อปปิ้งเปิดดำเนินงาน ยังคงเดินหน้าจัดโปรโมชั่นอันยิ่งใหญ่ต่อเนื่อง อาทิ กิจกรรมลุ้นโชคใหญ่แจกรถยนต์โดยถ่ายทอดสดสำหรับกลยุทธ์ในครึ่งปีหลังนี้ บริษัทฯ จะเน้นรุกตลาดออนไลน์ผ่านช่องทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน คัดสรรสินค้าคุณภาพหลากหลายจากแบรนด์ดังทั่วโลก รวมกว่า 2 พันรายการเพื่อเข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่มมากขึ้น พร้อมจัดแพ็คเกจราคาช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจง่ายขึ้น และยกระดับคุณภาพรายการที่ออกอากาศ คาดว่าตลาดโฮมช้อปปิ้งยังเติบโตได้ดีจากพฤติกรรมผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าผ่านช่องทางอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ช่องทางค้าปลีกเพิ่มขึ้น

สำหรับธุรกิจกล่องรับสัญญาณทีวีดาวเทียมแซท มีรายได้ เท่ากับ 47 ล้านบาทในไตรมาสนี้ ลดลงร้อยละ 25 จากปีก่อน ตามภาวะตลาดทีวีดาวเทียมที่หดตัวลง

**ธุรกิจภาพยนตร์** ในไตรมาสนี้มีรายได้เท่ากับ 45 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 58 จากปีที่แล้ว โดยไม่มีภาพยนตร์ใหม่เข้าฉายในไตรมาสนี้ สำหรับครึ่งปีหลังมีภาพยนตร์ 2 เรื่องเตรียมเข้าฉาย เริ่มจาก “แฟนเดย์” เดือนกันยายนนี้ และส่งท้ายปีกับโปรเจกต์ของขวัญปีใหม่ “New Year’s Gift” นอกจากนี้ จีดีเอชยังเปิดโปรเจกต์ “ไดอารี่ตุ๊ดซี่ เดอะซีรีส์ ซีซั่น 2” และ “โปรเจกต์ S” ซีรีส์ที่

จะสร้างแรงบันดาลใจให้กับวัยรุ่นหันมาเล่นกีฬา เตรียมพบกับซีรีส์ทั้งสองได้ต้นปีหน้า

**ธุรกิจอื่น ๆ** ไตรมาสนี้มีรายได้ 58 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์

**ต้นทุนขายและบริการ** ไตรมาสนี้เท่ากับ 1,068 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 21 จากปีก่อน และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 65 ในปีก่อน โดยธุรกิจที่มีต้นทุนลดลงคือ ดิจิทัลทีวีช่องทาง ซึ่งเป็นผลจากการถอดตัวเลขทางการเงินออกจากงบการเงินรวม และแพลตฟอร์มแชทและภาพยนตร์มีต้นทุนขายลดลงสอดคล้องกับรายได้ ขณะที่กลุ่มธุรกิจเพลงและโฮมช้อปปิ้งยังสามารถควบคุมต้นทุนได้ดีพร้อมผลักดันการเติบโต ส่วนธุรกิจดิจิทัลทีวีช่องทางจีเอ็มเอ็ม 25 ก็สามารถผลักดันการเติบโตของรายได้ โดยควบคุมต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**กำไรขั้นต้น** ในงวดนี้เท่ากับ 731 ล้านบาท ทรงตัวใกล้เคียงกับปีที่แล้วแม้ว่ายอดขายจะลดลง และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41 ของรายได้รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 35 ในปีก่อน สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการทำกำไรที่ดีขึ้น

### สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ

นางสาวอัญชลี เจียรธรรม - ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์  
โทร. 02 669 9952 อีเมลล์ ir@gmmgrammy.com

**ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวม** ไตรมาสนี้เท่ากับ 771 ล้านบาท ลดลงกว่าร้อยละ 10 จากงวดเดียวกันของปีที่แล้ว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 38 ในปีก่อน เนื่องจากรายได้รวมในไตรมาส 2/58 มีการบันทึกกำไรจากการขายเงินลงทุนระยะยาว

**ขาดทุนสุทธิ** ในไตรมาสนี้บริษัทฯ มีผลขาดทุนสุทธิเท่ากับ 109 ล้านบาท ปรับปรุงดีกว่างวดเดียวกันของปีก่อนถึงร้อยละ 20 ทั้งนี้ หากถอดกำไรพิเศษในงวดเดียวกันของปีก่อนออกไป พบว่าผลประกอบการ ไตรมาส 2/2559 ปรับปรุงดีขึ้นถึงร้อยละ 60

**สินทรัพย์รวม ณ สิ้นไตรมาส 2/2559** เท่ากับ 7,387 ล้านบาท ลดลง 3% จากสิ้นปี 2558 จากเงินลงทุนในการร่วมค้ามีส่วนแบ่งผลขาดทุนจากดิจิทัลทีวีช่องทาง

สำหรับส่วนของหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยในไตรมาสนี้เท่ากับ 2,257 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 1,629 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2558 ในส่วนเงินกู้ยืมธนาคารเพื่อหมุนเวียนในธุรกิจดิจิทัลทีวี และชำระค่าธรรมเนียมกสทช. ส่วนเจ้าหน้าที่การค้าลดลงจากการชำระหนี้ส่งผลให้หนี้สินรวมอยู่ในระดับ 5,620 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จากสิ้นปีก่อน ขณะที่ส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 1,767 ล้านบาท

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 2 / 2559	ปี 2558
เงินสดและเทียบเท่า	1,257	1,059
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	2,107	2,288
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	4,023	4,243
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>7,387</b>	<b>7,590</b>
หนี้สินหมุนเวียน	2,765	2,567
หนี้สินไม่หมุนเวียน	2,855	2,989
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>5,620</b>	<b>5,556</b>
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,767	2,034
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>7,387</b>	<b>7,590</b>
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย	1.28	0.80
ต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)		

ลดลงจากสิ้นปีก่อนร้อยละ 13 จากผลขาดทุนในระหว่างปีของบริษัทฯ ด้านอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นปรับเพิ่มจาก 0.80 เท่า ณ สิ้นปี 2558 เป็น 1.28 เท่า ณ สิ้นไตรมาส 2/2559

**กระแสเงินสด** ใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงาน ในไตรมาสนี้เท่ากับ 67 ล้านบาท ขณะที่กระแสเงินสดใช้ลงทุนไปเท่ากับ 370 ล้านบาทจากการชำระค่าธรรมเนียมกสทช. และกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 570 ล้านบาท ส่งผลให้กระแสเงินสดสุทธิของไตรมาสนี้เพิ่มขึ้น 133 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 2/2559 บริษัทฯ จึงมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 1,257 ล้านบาท