

บทรายงานและการวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 3/2560

บทสรุปผู้บริหาร

บมจ.จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจสื่อและผลงานบันเทิงแบบครบวงจร บริษัทฯ มีการพัฒนารูปแบบธุรกิจด้วยความเชี่ยวชาญที่ได้สั่งสมมาตลอด เพื่อสร้างความเติบโตอย่างมั่นคงยั่งยืน และผลตอบแทนที่ดีในระยะยาวให้กับผู้ถือหุ้น ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมทุกภาคส่วนเป็นสำคัญ

ภาพรวมผลการดำเนินงานในไตรมาส 3/2560 ยังคงได้รับผลกระทบจากสภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ฟื้นตัวดีนัก สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาที่เข้มข้น ท่ามกลางเม็ดเงินโฆษณาที่ยังไม่เข้าสู่ภาวะปกติ ทำให้รายได้รวมของบริษัทฯ จากการขายสินค้า การให้บริการ และการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ ลดลงร้อยละ 10 จากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า นอกจากนี้ มีการบันทึกหนี้สูญและค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญจำนวน 266.2 ล้านบาท ภายหลังจากที่ได้ติดตามรายการค้างชำระและประเมินความเป็นไปได้ที่จะได้รับชำระหนี้จากลูกค้าเป็นรายบุคคลในทุกกลุ่มธุรกิจแล้ว ส่งผลให้มูลค่าหนี้สูญและค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญสูงกว่าปกติในรอบระยะเวลาสามเดือนสิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน 2560

ขณะเดียวกัน มีการบันทึกค่าใช้จ่ายในการระงับข้อพิพาททางกฎหมาย 418.2 ล้านบาท ส่งผลให้ผลประกอบการ ไตรมาสนี้ บริษัทฯ เกิดขาดทุนสุทธิกว่า 773 ล้านบาท ซึ่งหากไม่รวมรายการพิเศษดังกล่าว บริษัทฯ มีผลขาดทุนจากการดำเนินงานสืบเนื่องจากบันทึกผลขาดทุนจากเงินลงทุนในธุรกิจดิจิทัลทีวี ขณะที่โฮมช้อปปิ้งและภาพยนตร์ยังสามารถรักษาอัตราการเติบโตทางธุรกิจ และมีผลประกอบการดีขึ้นเป็นลำดับ ส่วนธุรกิจเพลงยังเป็นธุรกิจหลักที่ทำรายได้และผลกำไรให้บริษัท ถึงแม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากภาวะอุตสาหกรรมโฆษณาในระยะเวลาที่ผ่านมามากจนไลฟ์สไตล์ของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

อย่างไรก็ดี แม้ว่ารูปแบบสื่อเพลงได้เปลี่ยนแปลงไปท่ามกลางกระแสความนิยมของเพลงในยุคดิจิทัลที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่เพลงยังคงทรงอิทธิพลทางวัฒนธรรม ที่ผ่านมามีเสียงเห็นโอกาสในการต่อยอดขยายมิติเพลงให้สอดคล้องกับเทรนด์ความนิยมในบริการสตรีมมิ่ง พร้อมเร่งเดินหน้าสร้างพันธมิตรเพื่อขยายฐานลูกค้า อาทิ Joox Spotify Apple Music และล่าสุดได้จับมือกับ OTV มีเดีย แพลตฟอร์มสัญชาติไทย เพื่อให้บริการรับชมมิวสิควีดีโอของแกรมมี่จำนวนกว่า 5,000 เพลงบนแอปพลิเคชัน OMU นอกจากนี้ ยังเป็นที่น่ายินดีที่ GMM Grammy Official บนยูทูบ ได้รับรางวัล ไดมอนด์ เพลย์ บอทเทิล ในฐานะช่อง

เอ็นเตอร์เทนเมนท์ที่มีผู้ติดตาม กด Subscribe มากที่สุดถึง 10 ล้านคนเป็นรายแรกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ถือเป็นความสำเร็จที่การันตีผลงานคุณภาพของศิลปินในเครือแกรมมี่ที่เข้าสู่ฐานแฟนคลับได้อย่างเหนียวแน่น ทั้งนี้ หากรวมแขนงแนลทั้งหมดในเครือจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ที่ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ทั้ง genie records, Grammy Gold, GMM25, ONE31, GDH จะพบว่า มีจำนวนผู้ติดตามสูงที่สุดเป็นอันดับหนึ่งมากถึง 31 ล้านคน

ทางด้านสื่อทีวี ปัจจุบันยังเป็นสื่อหลักที่มีผู้ชมมากที่สุด โดยกลุ่มบริษัทฯ ได้พยายามรักษาอัตราการเติบโตของเรตติ้งด้วยการพัฒนาคอนเทนต์ใหม่ๆ ร่วมกับการขยายช่องทางารรับชมไปยังออนไลน์ ทั้งเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และโซเชียลมีเดีย ทำให้สามารถเพิ่มฐานผู้ชมได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมเตรียมรองรับการเติบโตทันทีที่อุตสาหกรรมโฆษณาเข้าสู่ภาวะปกติ นอกจากนี้มาตรการลดค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการดิจิทัลทีวี ยังเป็นถือปัจจัยบวกเสริมผลประกอบการให้กับกลุ่มธุรกิจอีกทางหนึ่งด้วย

ณ สิ้นไตรมาส 3/2560 บริษัทฯ มีอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 3.68 เท่า

ผลการดำเนินงานประจำไตรมาส 3/2560

หน่วย : พันบาท	ไตรมาส 3/ 2560	ไตรมาส 3/2559	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)
รายได้จากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์	1,824,568	2,034,491	(10.3)
รายได้อื่น ๆ	27,685	27,692	(0.03)
รวมรายได้	1,852,253	2,062,183	(10.2)
ต้นทุนขายและบริการ	1,289,121	1,237,103	4.2
ค่าใช้จ่ายในการขาย	120,381	143,532	(16.1)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	763,436	571,129	33.7
ค่าใช้จ่ายระงับข้อพิพาททางกฎหมาย	418,158	-	-
รวมค่าใช้จ่าย	2,591,096	1,951,764	32.8
กำไร/(ขาดทุน) ก่อนส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) ค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษี	(738,843)	110,419	(769.1)
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	8,159	5,014	62.7
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	(17,171)	(51,930)	(66.9)
กำไร/(ขาดทุน) ก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(747,855)	63,503	(1,277.7)
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	(42,616)	(47,356)	(10.0)
กำไร/(ขาดทุน) ก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(790,471)	16,147	(4,995.5)
รายได้/(ค่าใช้จ่าย) ภาษีเงินได้	22,448	(14,429)	(255.6)
กำไร/(ขาดทุน) สำหรับงวด	(768,023)	1,718	(44,804.5)
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	5,322	12,695	(58.0)
กำไร/(ขาดทุน) ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	(773,345)	(10,977)	6,945.1
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	29.3	39.2	
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายการขายและบริหารต่อรายได้รวม (ร้อยละ)	70.3	34.7	
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (ร้อยละ)	(41.7)	(0.5)	

รายได้จากการขายสินค้า การให้บริการและค่าลิขสิทธิ์ในไตรมาส 3/2560 เท่ากับ 1,825 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนเนื่องจากการลดลงของสินค้าเพลงและธุรกิจสื่อทั้งดิจิทัลทีวี วิทยุและ แพลตฟอร์มจีเอ็มเอ็มแซท ซึ่งเป็นไปตามภาวะตลาด อย่างไรก็ตาม ในส่วนงานโซวบีซ และโฮมช้อปปิ้ง ยังคงเติบโตได้ดี

ธุรกิจเพลง ประกอบด้วย การจำหน่ายสินค้าเพลง (Physical Products) และดิจิทัลมิวสิกผ่านช่องทางต่าง ๆ รวมถึงการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ ธุรกิจโซวบีซและธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมฟรีทูแอร์ของแฟนทีวี รายได้รวมจากธุรกิจเพลงในไตรมาส 3/2560 เท่ากับ 645 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 18 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35 ของรายได้จากการขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์

ในขณะที่ไตรมาส 3 ปี 2559 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39 ซึ่งรายได้ที่ลดลงเกิดจากการชะลอตัวของ Physical Sales ตามภาวะตลาด ขณะที่รายได้จากโซวบีซ การจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์และการบริหารศิลปินมีแนวโน้มที่ดีมาก กลุ่มบริษัทยังคงเดินหน้าสร้างสรรค์ผลงานเพลง และส่งศิลปินรุ่นใหม่ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องโดยมุ่งเน้นการสร้างคอนเสิร์ตและฐานแฟนคลับเพื่อสนับสนุนต่อยอดธุรกิจให้เติบโต สำหรับไตรมาสนี้มี

การจัดแสดงคอนเสิร์ตขนาดใหญ่มากมาย อาทิ Urban Music Festival Live in Siam, NJ's Story Concert: The Original, Lomasonic Anti-gravity Concert, WhiteHaus 2 - 4 Chairs, 50 ปี พีรีแซยิด ป้าง นครินทร์ และช่วงปลายปีเตรียมพบกับ BMMF 2017 ที่กลับมาจัดเขาใหญ่อีกครั้ง และถือเป็นปีที่ชายบัตรได้สูงที่สุด พร้อมสนุกต่อเนื่องต้นปีกับมหกรรมดนตรี นั่งเล่น มิวสิกเฟสติวัล 3 และ Genie fest 19 ปี กว่าจจะรอกเท่าวันนี้

ธุรกิจทีวีดิจิทัล

ช่องวัน 31 ซึ่งบริษัทบันทึกบัญชีในรูปแบบเงินลงทุนในการร่วมค้า และบันทึกด้วยวิธีส่วนได้เสีย

ที่ผ่านมาเห็นได้ชัดว่า การมุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพเนื้อหารายการ ทำให้คอนเทนต์ช่องวันมีศักยภาพสูงในการต่อยอดขยายลิขสิทธิ์ในต่างประเทศ ถือเป็นความสำเร็จของทางสร้างรายได้ โดยในไตรมาสนี้มีละครที่ออนแอร์ในช่องวันพร้อมกับในประเทศจีน ได้แก่ “เกมมாயา” และ “เธอคือพรหมลิขิต” ขณะที่ละครอื่นก็เข้มข้นไม่แพ้กัน อาทิ “สเนหาไดอารี่” “รักซ่อนแค้น” “ภารกิจลิขิตหัวใจ” “ชายไม่จริงหญิงแท้” “ล่า” และ “30 กำลังแจ๋ว เดอะซีรีส์” นอกจากนี้ยังได้ขยายเส้นละครเพิ่มในวันเสาร์อาทิตย์เพิ่มเติม และยังมีซีทคอมใหม่ๆ มาเสริมความบันเทิงด้วย

“ศึกวันดวลเพลง” ยังเป็นคอนเทนต์ที่สร้างเรตติ้งที่ดีในสิ้นไตรมาส ทำให้สามารถต่อยอดความสำเร็จใน “ศึกวันดวลเพลง สงครามแชมป์ 2” “ศึกวันดวลเพลงเสาร์ 5” นอกจากนี้ ยังได้เพิ่มรายการวาไรตี้เสริมผังหวังขยายฐานผู้ชมต่อไป อาทิ Lipsync

Battle, Hollywood Square ชูปตาร์ทำ OX ด้านรายการศึกมวยเอกชัตรี่มก็สร้างผลงานถูกใจแฟนมวยทั้งประเทศมีเรตติ้งดีขึ้นเป็นลำดับ จึงพร้อมสานต่อมวยรอบประจำวันศุกร์ต่อเนื่อง อีกทั้งวางแผนรายการข่าวให้มีความเข้มข้นมากขึ้นด้วย

จีเอ็มเอ็มทีวี ประกอบด้วย ช่องจีเอ็มเอ็ม 25 ดิจิทัลทีวี ธุรกิจวิทยุ และโชว์บิซในเครือเอไอเอ็ม บริษัทฯ มีรายได้ในไตรมาสนี้เท่ากับ 433 ล้านบาท ปรับตัวสูงขึ้นกว่าไตรมาสก่อน แต่ลดลงร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว จากภาพรวมผลการดำเนินงานของช่องจีเอ็มเอ็ม 25 ชะลอตัวลงภายใต้สภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ขณะที่สื่อวิทยุมีรายได้ลดลงร้อยละ 20 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30 ของกลุ่มธุรกิจจีเอ็มเอ็มทีวี โดยโชว์บิซในส่วนของเอไอเอ็มมีการแสดงคอนเสิร์ตใหญ่ “J-DNA Concert” และ “Green Concert #20 Pooh Parn Pod The 3 Masters” ที่สร้างความสำเร็จดีมากในไตรมาสนี้

สำหรับช่อง GMM25 ยังคงเน้นจุดแข็งในคอนเทนต์ซีรีส์หลากหลายสไตล์จัดเต็มผังรายการบนช่วงเวลาละครไพรม์ไทม์ เริ่มจาก “ละครคน” ต่อด้วย “หลงไฟ” ที่สร้างกระแสตอบรับดีเกินคาด พร้อมคอนเทนต์ใหม่ อาทิ “Home Stay” “รักหลงใจ ทูปีคอนทิเนนต์” “Love Books Love Series” “คลับพรายเดย์เซเลบสตอรี่” เสริมด้วยวาไรตี้รอบดึก “สามแยกปากหวาน” “Miss Tiffany's The Reality” ขณะที่ช่วงสุดสัปดาห์ ยังมีการวางผังรายการวาไรตี้ไลฟ์สไตล์และรายการเพลงที่เป็นที่นิยมเจาะกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจนต่อเนื่อง

ตลอดทั้งวัน อาทิ “#Teamgirl” “Hotwave Music Awards 2017” นอกจากนี้ช่วงไพรม์ไทม์ยังนำเสนอเทรนด์ใหม่กับ “Love Song Love Series 3” และซีรีส์ใหม่ “Bangkok รัก Stories” จากค่ายจีเอ็มเอ็มบราวน์ ที่สามารถสร้างยอดวิวในไลน์ทีวีแล้วกว่า 15 ล้านวิวต่อตอน และได้ถูกซื้อลิขสิทธิ์ไปออกอากาศในต่างประเทศด้วย ส่วนคอนเทนต์หลักที่มีเรตติ้งสูงสุด “คลับพรายเดย์ เดอะซีรีส์” ยังคงทวีความเข้มข้นในซีซั่นที่ 9 – รักครั้งหนึ่งที่ไม่ถึงตาย ตอน รักหลงใจ ขณะที่ซีรีส์วัยรุ่นรอบดึกอย่าง U-Prince และ My Dear Loser ล้วนมีฐานแฟนคลับที่เหนียวแน่น นอกจากนี้ช่องจีเอ็มเอ็ม 25 ยังคงเดินหน้าต่อเนื่องสานต่อโครงการ “25 กิจกรรม ทำดีตามรอยพ่อ” อีกด้วย

อย่างไรก็ดี สำหรับไตรมาสนี้ได้มีการบันทึกหนี้สูญและหนี้สงสัยจะสูญ ที่สะท้อนโอกาสในการรับชำระเงินจากลูกค้าแล้ว

ธุรกิจเทรดดิ้ง ประกอบด้วยธุรกิจซื้อขายสินค้าโฮมช้อปปิ้ง และกล่องรับสัญญาณดาวเทียม สำหรับโฮมช้อปปิ้ง มีรายได้ไตรมาสนี้เท่ากับ 493 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยภาพรวมการขยายตัวในตลาดโฮมช้อปปิ้งอีคอมเมิร์ซนั้นยังคงเติบโตต่อเนื่อง ในอัตราที่สูงกว่ามูลค่าตลาดค้าปลีกโดยรวมซึ่งชะลอตัวตามสภาวะเศรษฐกิจ ที่ผ่านมาไอช้อปปิ้งมีกิจกรรมทางการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้าตลอดทั้งปี โดยเตรียมจัดแคมเปญนำสินค้าที่ขายดีแต่ละช่วงตลอดทั้งปีที่ผ่านมาจัดแคมเปญ เบสท์ ออฟ เดอะ เบสท์ ในราคาที่ถูกกว่า คาดว่าจะกระตุ้นยอดขายปลายปีได้ตามเป้าที่วางไว้

สำหรับธุรกิจกล่องรับสัญญาณทีวีดาวเทียม แซท มีรายได้ เท่ากับ 48 ล้านบาท ไตรมาสนี้ ลดลงร้อยละ 17 จากปีก่อน ตามแนวโน้ม การชะลอตัวของตลาด ขณะที่อัตราการใช้ การชะลอตัวลงจากไตรมาสก่อนหน้า แม้ว่าได้มีการประกาศขยายเวลาใช้สิทธิ์ถึงสิ้นปีก็ตาม

ธุรกิจภาพยนตร์ ในไตรมาสนี้มีรายได้ เท่ากับ 103 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 21 จาก ไตรมาสดเดียวกันของปีก่อน โดยมีภาพยนตร์ ใหม่เข้าฉาย “เพื่อน..ที่ระลึก” ทำรายได้ Box Office 35 ล้านบาท ขณะที่ภาพยนตร์ “แฟนเดีย..แฟนกันแค่วันเดียว” สร้างรายได้ Box Office 111 ล้านบาทในปีที่แล้ว

สำหรับภาพยนตร์ที่เข้าฉายในไตรมาสก่อน “ฉลาดเกมส์โกง” ได้สร้างปรากฏการณ์ ความสำเร็จของการกวาดรางวัลในเทศกาล หนึ่งต่าง ๆ และสถิติรายได้จากการฉายใน ตลาดต่างประเทศอย่างถล่มทลาย นับเป็น ก้าวสำคัญในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ที่ มีศักยภาพเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ถือเป็น มิติใหม่ในการขยายฐานผู้ชมในตลาด อาเซียนโดยเฉพาะการเปิดตลาดใหญ่ในจีน ที่มีการเติบโตและโอกาสขยายตัวสูง

นอกจากภาพยนตร์แล้ว จีดีเอชยังมีผลงาน "ซีรีส์ S.O.S" ซีรีส์ดีมีสาระ สอดแทรกข้อคิด และความรู้ในหลากหลายเรื่องราว ทั้ง ครอบครัว ความรัก และกีฬาไว้ในเรื่องเดียว ฉายทางช่องจีเอ็มเอ็ม 25 อีกทั้งยังผลิต รายการพิเศษ “Project Nine 9 ต่อไป” ที่ ถ่ายทอดเรื่องราวของ 9 บุคคลต้นแบบที่ น้อมนำแนวพระราชดำริของพ่อหลวง รัชกาลที่ 9 มาปรับใช้เพื่อส่งต่อแรงบันดาลใจและสืบสานศาสตร์ของพระราชาสืบไป

ธุรกิจอื่น ๆ ในไตรมาสนี้ธุรกิจอื่น ๆ มี รายได้ 104 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 80 จากปีก่อน จากการบันทึกรายได้ค่าลิขสิทธิ์ ฟุตบอลโลก 2018 รอบคัดเลือกโซนยุโรป

ต้นทุนขายและบริการ ไตรมาสนี้เท่ากับ 1,289 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 4 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71 ของรายได้ รวมจากการขายสินค้า การให้บริการ และ ค่าลิขสิทธิ์ โดยธุรกิจที่มีต้นทุนเพิ่มขึ้นคือ ดิจิทัลทีวี ธุรกิจภาพยนตร์ ส่วนโฮมช้อปปิ้ง สามารถคุมต้นทุนได้ดีพร้อมผลักดันการ เติบโตของรายได้

กำไรขั้นต้น ไตรมาสนี้เท่ากับ 535 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 33 จากปีที่แล้ว และคิด เป็นสัดส่วนร้อยละ 29 ของรายได้รวมจาก การขายสินค้า การให้บริการ และค่าลิขสิทธิ์ ปรับตัวลดลงจากปีก่อนหน้าเนื่องจาก ต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นในธุรกิจเพลงและสื่อ

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวม ไตรมาสนี้เท่ากับ 1,302 ล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 82 จากปีก่อน จากการบันทึก ค่าใช้จ่ายพิเศษในการระงับข้อพิพาททาง กฎหมาย และบันทึกหนี้สูญและหนี้สงสัย จะสูญในส่วนสินค้า Physical Sales ร่วมกับดิจิทัลทีวี มูลค่ารวม 418.2 ล้าน บาท และ 266.2 ล้านบาท ตามลำดับ

ขาดทุนสุทธิ ในไตรมาสนี้บริษัท มีผล ขาดทุนสุทธิเท่ากับ 773 ล้านบาท เพิ่ม สูงขึ้นจากปีก่อนหน้า โดยมีสาเหตุหลักมา จากผลกระทบของรายการที่ไม่ใช่รายการ ประจำ

สินทรัพย์รวม ณ สิ้นไตรมาส 3/2560 เท่ากับ เท่ากับ 6,740 ล้านบาท ลดลงจาก สิ้นปี 2559 ร้อยละ 7 จากการรับชำระ

ลูกหนี้การค้าและการระบายสินค้าคงเหลือ ร่วมกับการรับรู้ผลขาดทุนตามสัดส่วนเงิน ลงทุนในการร่วมค้า และการตัดจำหน่าย ไขอนุญาตประกอบกิจการดิจิทัลทีวี และ การลดลงของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น

หนี้สิน ที่มีภาระดอกเบี้ยในไตรมาสนี้ เท่ากับ 2,610 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 2,421 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2559 จากเงินกู้ยืม ธนาคารเพื่อใช้หมุนเวียนในกิจการ ร่วมกับ เจ้าหนี้การค้า รายรับล่วงหน้า เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับยอดขาย ในส่วนหนี้เงินกู้ ระยะยาวที่ถูกจัดประเภทเป็นหนี้ระยะสั้นได้ กลับมาเป็นหนี้สินระยะยาวตามปกติแล้ว ส่งผลให้หนี้สินรวมเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับ 6,032 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จาก สิ้นปีก่อน ขณะที่ส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 708 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปีก่อนร้อยละ 52 จากผลขาดทุนในระหว่างปีของบริษัท นอกจากนี้อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระ ดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นจาก 1.65 เท่า ณ สิ้นปี 2559 เป็น 3.68 เท่า ณ สิ้นไตรมาส 3/2560

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส	
	3 / 2560	ปี 2559
เงินสดและเทียบเท่า	1,173	869
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	1,770	2,376
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	3,797	4,004
รวมสินทรัพย์	6,740	7,249
หนี้สินหมุนเวียน	3,008	4,179
หนี้สินไม่หมุนเวียน	3,024	1,601
รวมหนี้สิน	6,032	5,780
ส่วนของผู้ถือหุ้น	708	1,469
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	6,740	7,249
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย ต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	3.68	1.65

กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงาน ในไตรมาสนี้เท่ากับ 253 ล้านบาท ขณะที่กระแสเงินสดจากการลงทุนเท่ากับ 92 ล้านบาท จากการครบกำหนดได้ถอนเงินลงทุนชั่วคราว และกระแสเงินสด

จากกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 64 ล้านบาท จากเงินกู้ยืมธนาคารระยะสั้น ส่งผลให้กระแสเงินสดสุทธิของไตรมาสนี้ลดลง 97 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 3/2560 บริษัทฯ

จึงมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 1,173 ล้านบาท

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ

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