



The ONE Enterprise Public Company Limited

บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)
(“ONEE”)

คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 1 ปี 2569

สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569

บทสรุปผู้บริหาร

ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ และกลยุทธ์ทางธุรกิจของกลุ่มบริษัท

The ONE Enterprise

THE CONTENT CREATOR & LIFESTYLE ENTERTAINMENT



บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) หรือ ONEE ตอกย้ำกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทในการเป็นผู้นำ Content Creator & Lifestyle Entertainment ครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำ-ปลายน้ำ ที่มุ่งเน้นการสร้างรายได้จากหลายช่องทางจากความเชี่ยวชาญในหลากหลายสาขาซึ่งนับเป็นจุดแข็งของบริษัท ที่สามารถสร้างสรรค์ Content ที่ตอบโจทย์และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายทางบริษัทได้แบ่งกลุ่มธุรกิจหลักออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

- 1. Content Marketing** เป็นธุรกิจการหารายได้จาก Content ที่ผลิตขึ้น โดยนำ ไปหารายได้ในช่องทางต่างๆ ทั้งจาก TV, Online, Copyright & Licensing, Radio
 - 2. Idol Marketing** เป็นรายได้ที่มาจากกิจกรรมต่างๆ ของศิลปินในสังกัด ซึ่งประกอบไปด้วย Artist Management, Concert & Event, และ Merchandising ซึ่งเป็นธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของฐานแฟนคลับของศิลปิน และมีแนวโน้มเติบโตอย่างชัดเจน
 - 3. Production Business** ประกอบไปด้วย Production Services และ Studio Rental ซึ่งเป็นธุรกิจที่ช่วยเติมเต็ม Ecosystem ให้กับบริษัท ให้มีธุรกิจครบถ้วนตั้งแต่ต้นน้ำ-ปลายน้ำ
- และจากโครงสร้างธุรกิจที่กล่าวมา เรามั่นใจว่าจะสามารถเชื่อมโยงจุดเด่นของบริษัทกับเทรนด์ของอุตสาหกรรม และเข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่มเป้าหมายทั้งเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนของรายได้ในทุกช่องทางทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สรุปผลประกอบการสำคัญในไตรมาส 1 ปี 2569

- บริษัทมีรายได้รวม 1,828.52 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 24.86% จากงวดเดียวกันของปีก่อน (“YoY”)
- กำไรขั้นต้น 632.86 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 43.10% YoY ตามรายได้ที่เติบโตขึ้น และการควบคุมต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ
- กำไรสุทธิ 48.22 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากผลขาดทุนสุทธิ 22.42 ล้านบาทในไตรมาส 1/2568 หรือเพิ่มขึ้น 315.11% YoY
- กลุ่มธุรกิจ Content Marketing ทำรายได้ 719.29 ล้านบาท ลดลง 7.87% YoY ตามแนวโน้มอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ที่ลดลง
- รายได้จากกลุ่มธุรกิจ Idol Marketing เติบโตโดดเด่น ทำรายได้ 1,080.09 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 64.20% YoY และเพิ่มสัดส่วนเป็น 59.3% ของรายได้จากการดำเนินงานรวม
- กลุ่มธุรกิจ Production Business ทำรายได้ 21.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18.42% YoY

ภาวะเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรม ที่มีผลต่อการดำเนินงานในไตรมาส 1 ปี 2569

ปัจจัยเศรษฐกิจมหภาค

1. สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างสหรัฐ-อิหร่าน (Geopolitical Tension: US-Iran)

ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ระหว่างสหรัฐ และอิหร่านที่ทวีความรุนแรงขึ้นในไตรมาส 1/2569 ส่งผลกระทบต่อราคาพลังงานในตลาดโลกและอัตราเงินเฟ้อ ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่กดดันต้นทุนการดำเนินงานของบริษัท ทั้งในด้านค่าใช้จ่ายด้านพลังงานภายในสำนักงานและสตูดิโอ รวมถึงค่าเดินทางสำหรับการออกกองถ่ายทำในพื้นที่ต่างๆ นอกจากนี้ ความผันผวนของราคาน้ำมันยังส่งผลให้ผู้ประกอบการในบางกลุ่มอุตสาหกรรมมีความระมัดระวังในการใช้งบประมาณมากขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทได้เตรียมแผนรับมือด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการผลิต และการขยายฐานรายได้ไปต่างประเทศมากขึ้นเพื่อสร้างรายได้ในรูปแบบสกุลเงินดอลลาร์ ซึ่งช่วยบรรเทาผลกระทบจากความผันผวนของค่าเงินและต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (GDP Growth)

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยในไตรมาส 1/2569 แสดงสัญญาณการเติบโตที่ชะลอตัวลงอย่างชัดเจน โดยองค์กรระดับสากลทั้งธนาคารโลก (World Bank) และ กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) รวมถึง ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้มีการปรับลดประมาณการอัตราการขยายตัวของ GDP ลงมาอยู่ในกรอบร้อยละ 1.5 - 1.6 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำกว่าเป้าหมายเดิมที่เคยมองไว้ เนื่องจากการฟื้นตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจมหภาคยังไม่สามารถกลับเข้าสู่ระดับศักยภาพเดิมได้ ท่ามกลางภาวะการค่าโลกที่ยังคงมีความผันผวนสูงและการปรับตัวที่ล่าช้าของภาคอุตสาหกรรมในประเทศ ส่งผลให้ทิศทางเศรษฐกิจในไตรมาสแรกนี้เป็นเพียงการเติบโตในลักษณะประคับประคองตัวเพื่อรอปัจจัยหนุนใหม่ๆ ในช่วงที่เหลือของปี

3. หนี้ครัวเรือนและกำลังซื้อภาคเอกชน (Household Debt & Private Consumption)

ระดับหนี้ครัวเรือนของประเทศไทยยังคงทรงตัวอยู่ในระดับสูงกว่าร้อยละ 90 ของ GDP ซึ่งเป็นปัจจัยกดดันหลักต่อกำลังซื้อและการบริโภคภาคเอกชนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายสินค้าฟุ่มเฟือยมากขึ้น และกระทบต่อการตัดสินใจใช้งบประมาณโฆษณาของสินค้าอุปโภคบริโภค (FMCG) ในบางกลุ่ม อย่างไรก็ตาม ธุรกิจสื่อและความบันเทิงยังคงมีความได้เปรียบในฐานะการเป็นสินค้าราคาย่อมเยาที่ให้ความคุ้มค่าด้านความรู้สึก (Emotional Value) โดยเฉพาะการเข้าถึงคอนเทนต์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เติบโตขึ้นตามพฤติกรรมการใช้ชีวิตดิจิทัล แม้ว่ากำลังซื้อโดยรวมจะถูกจำกัดด้วยภาระหนี้สินเดิมที่ยังไม่คลี่คลายลงก็ตาม

4. ภาคการท่องเที่ยว (Tourism Sector)

สถานการณ์การท่องเที่ยวในไตรมาสนี้ ซึ่งเป็นช่วงฤดูการท่องเที่ยว (High Season) ยังคงเป็นเครื่องยนต์หลักในการพยุงเศรษฐกิจ โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติสะสมขยายตัวตามเป้าหมายของภาครัฐ อย่างไรก็ตาม รูปแบบการท่องเที่ยวเริ่มเปลี่ยนไปสู่การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และการเข้าร่วมกิจกรรมบันเทิง (Event-driven Tourism) มากขึ้น ซึ่งส่งผลบวกโดยตรงต่อธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมแฟนมีตติ้งของศิลปินในเครือบริษัทที่มีฐานแฟนคลับทั้งชาวไทยและต่างชาติ แม้ค่าใช้จ่ายต่อหัวจะมีความผันผวนตามสภาวะเศรษฐกิจโลก แต่ความต้องการในการเข้าถึงคอนเทนต์และประสบการณ์พิเศษจากศิลปินไอดอลยังคงเป็นปัจจัยดึงดูดสำคัญที่สร้างรายได้หมุนเวียนให้กับอุตสาหกรรมบันเทิงอย่างต่อเนื่อง

5. บริบททางการเมืองและนโยบายภาครัฐ (Political Landscape & Government Policy)

ในไตรมาส 1/2569 บรรยากาศทางการเมืองของประเทศไทยมีเสถียรภาพมากขึ้น ภายหลังจากจัดตั้งรัฐบาลภายใต้การนำของนายอนุทิน ชาญวีรกูล (รัฐบาลอนุทิน 2) ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ภาคเอกชนกลับมาวางแผนใช้งบการตลาดและโฆษณาระยะยาวอีกครั้ง ขณะเดียวกัน บริษัทได้รับอานิสงส์จากมาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมบันเทิงของภาครัฐ โดยเฉพาะ Cash Rebate ของกระทรวงวัฒนธรรมที่ให้สิทธิคืนเงินสูงสุดร้อยละ 20-30 สำหรับการผลิตละคร ซีรีส์ และภาพยนตร์ในประเทศ ซึ่งช่วยลดต้นทุนการผลิต เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์ของบริษัทอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยอุตสาหกรรมที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน

1. ภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อโฆษณา (Advertising Media Industry)

อุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในไตรมาส 1/2569 เข้าสู่ภาวะการเลือกซื้อเชิงกลยุทธ์ (Selective Media Spending) อย่างชัดเจน โดยเจ้าของแบรนด์สินค้ามีการจัดสรรงบประมาณอย่างระมัดระวังและมุ่งเน้นไปยังสื่อที่ให้ผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) สูงสุด ท่ามกลางภาวะต้นทุนพลังงานที่กดดันราคาสินค้า ทำให้โฆษณาดูถูกจากสื่อดั้งเดิมไปยังสื่อโทรทัศน์ที่ควบรวมกับแพลตฟอร์มดิจิทัล (Integrated TV & Digital) ซึ่งสามารถสร้างการรับรู้ในวงกว้างไปพร้อมกับการปิดยอดขายได้ทันที ทั้งนี้ อุตสาหกรรมยังได้รับอานิสงส์จากการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซ และกลุ่มธนาคาร ที่หันมาใช้โฆษณาเพื่อชิงส่วนแบ่งการตลาดในช่วงที่รัฐบาลเริ่มอัดฉีดเม็ดเงินกระตุ้นเศรษฐกิจ

2. ภาพรวมอุตสาหกรรม Idol / Influencer (Idol and Influencer Industry)

อุตสาหกรรม Idol และ Influencer มีการเติบโตที่โดดเด่นและกลายเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพสูงที่สุดในไตรมาสนี้ เนื่องด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความเชื่อมั่นและการมีส่วนร่วม (Engagement) ต่อตัวบุคคลมากกว่าการโฆษณาแบบทางเดียว ทำให้ศิลปินและไอดอลที่มีฐานแฟนคลับหนาแน่น (Fandom) กลายเป็นศูนย์กลางของการสร้างรายได้ ทั้งในรูปแบบการเป็น Brand Ambassador และการสร้างสรรค์คอนเทนต์ร่วมกับแบรนด์ (Branded Content) นอกจากนี้ แนวโน้มของอุตสาหกรรมยังมุ่งเน้นการสร้างรายได้ผ่านระบบสมาชิกและดิจิทัลโทเคน (Fan Token) ซึ่งช่วยให้ธุรกิจบริหารจัดการศิลปินมีความยืดหยุ่นและสามารถสร้างรายได้ที่มั่นคงจากแรงสนับสนุนของกลุ่มแฟนคลับที่มีกำลังซื้อสูง

3. ภาพรวมอุตสาหกรรม Concert & Event (Concert and Event Industry)

ธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ตและอีเวนต์ในไตรมาส 1/2569 พื้นตัวอย่างเต็มรูปแบบและมีการแข่งขันที่เข้มข้น โดยได้รับอานิสงส์จากการกลับมาของนักท่องเที่ยวต่างชาติและการมีเสถียรภาพทางการเมืองที่ช่วยหนุนการจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ในพื้นที่สาธารณะ อุตสาหกรรมในไตรมาสนี้ไม่ได้มีเพียงแค่การจัดการแสดงดนตรีเท่านั้น แต่ยังขยายตัวไปสู่รูปแบบ Experience-based Event และงานประกาศรางวัลระดับนานาชาติ ซึ่งตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่โหยหาการสร้างประสบการณ์จริง (Physical Experience) แม้จะมีปัจจัยกดดันด้านค่าเดินทางและต้นทุนการจัดงานที่สูงขึ้นตามราคาพลังงาน แต่ความต้องการซื้อบัตรเข้าชมยังคงอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะงานที่มีความเอ็กซ์คลูซีฟและเป็นงานที่รวบรวมศิลปินระดับแนวหน้า ซึ่งถือเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของอุตสาหกรรมบันเทิงในภาพรวม

เหตุการณ์สำคัญในไตรมาส 1 ปี 2569

การดำเนินงานในภาพรวม

- เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2569 กลุ่มบริษัท ได้เข้าลงทุนในหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท นางแมวป่า แอนด์ วัน จำกัด (“นางแมวป่า”) ซึ่งประกอบธุรกิจผลิตสื่อคอนเทนต์และออกอากาศรายการผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงให้บริการโฆษณาและจัดอีเวนต์แบบครบวงจร โดยมีมูลค่าเงินลงทุนเริ่มแรกจำนวน 29.0 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้น 55.0% ของทุนจดทะเบียนของบริษัทดังกล่าวหลังการเพิ่มทุน ส่งผลให้ นางแมวป่า มีสถานะเป็นบริษัทย่อยของกลุ่มบริษัท
- ในเดือนกุมภาพันธ์ 2569 กลุ่มบริษัท ร่วมกับ บริษัท บิ๊กซี สตูดิโอ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยในเครือ BJC Big C ได้ประกาศจัดตั้งกิจการร่วมค้า ภายใต้ชื่อ บริษัท บิ๊ก วัน เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด โดยมีทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท ซึ่งกลุ่มบริษัท และ บิ๊กซี สตูดิโอ เข้าลงทุนในสัดส่วนเท่ากัน คือ 50.0% ของทุนจดทะเบียน
- เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2569 ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯ ได้มีมติเห็นชอบให้เสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569 พิจารณออนุมัติการจ่ายปันผลจากผลประกอบการครึ่งปีหลังในรูปแบบเงินสดให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 0.13 บาท รวมเป็นจำนวนเงิน 309.56 ล้านบาท ซึ่งที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นฯ อนุมัติแล้วเมื่อวันที่ 27 เมษายน 2569 โดยจะจ่ายเงินปันผลในวันที่ 20 พฤษภาคม 2569 นี้

Content Marketing Business

กลุ่มธุรกิจเป็นแกนหลักในการสร้างและต่อยอดทรัพย์สินทางปัญญา (IP) ของบริษัท โดยออกแบบ Content ให้สามารถใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ทั้ง TV, Online, Copyright & Licensing และ Radio เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจสู่ Scalable IP Business

โดยในไตรมาส 1/2569 มีคอนเทนต์ละครและซีรีส์ยอดนิยม อาทิ “ศึกดินาวิทยาลัย” เรื่องราวของเหตุฆาตกรรมสะเทือนขวัญในรั้วโรงเรียนที่มีการแบ่งชนชั้น, “กลิ่นมาลี” ละครพีเรียดโรแมนติก-คอมเมดี้, “หงสาวดี” ซีรีส์ oneD Original อิงประวัติศาสตร์ไทยในช่วงการประกาศอิสรภาพของพระนเรศวร, “เด็กใหม่ THE RESET” เรื่องราวของ “เด็กใหม่” ที่พาคนดูไปพบเรื่องราวยุติธรรม อื้อฉาว หรือชวนให้ตั้งคำถามในแต่ละโรงเรียน และนอกจากนี้ยังมีซีรีส์ **Boy Love, Girl Love** ยอดนิยม อาทิ “ONLY FRIENDS : DREAM ON” นำแสดงโดย “เอิร์ท พิรพัฒน์, มิกซ์ สหภาพ, จอส เวอาห์, กวิน แคสกี, ภู ฐนบูรณ์ และบุม ธราธร”, “Girl Rules กฎหลัก ห้ามรักเธอ” นำแสดงโดย “น้ำตาล ทิพนารี, ฟิล์ม ราชานันท์, มัลลิกา พรธาดา, เลิฟ ภัทรานิษฐ์, วิว เบญญาภา และ มิม รัตนาดี”, “รักครูเท่าโลกเลย (Love You Teacher)” นำแสดงโดย “เฟิร์ธ ธนพนธ์ และ แซนต้า พงศภัก”, “เปย์รักด้วยแมวเลี้ยง (Cat for Cash)” นำแสดงโดย “เฟิร์ส คณพันธ์ และ ข้าวตัง ธนวัฒน์”, “สิงสาลาตาย (Goddess Bless You From Death)” นำแสดงโดย “พุท กฤติน - พาเวล นเรศ”, “I WANNA BE SUP*TAR วันหนึ่งจะเป็นซูเปอร์” นำแสดงโดย “ลิลลี่ ลฎาภา - เบลล์ จิรัชญา” และเรื่องอื่นๆ อีกมากมาย

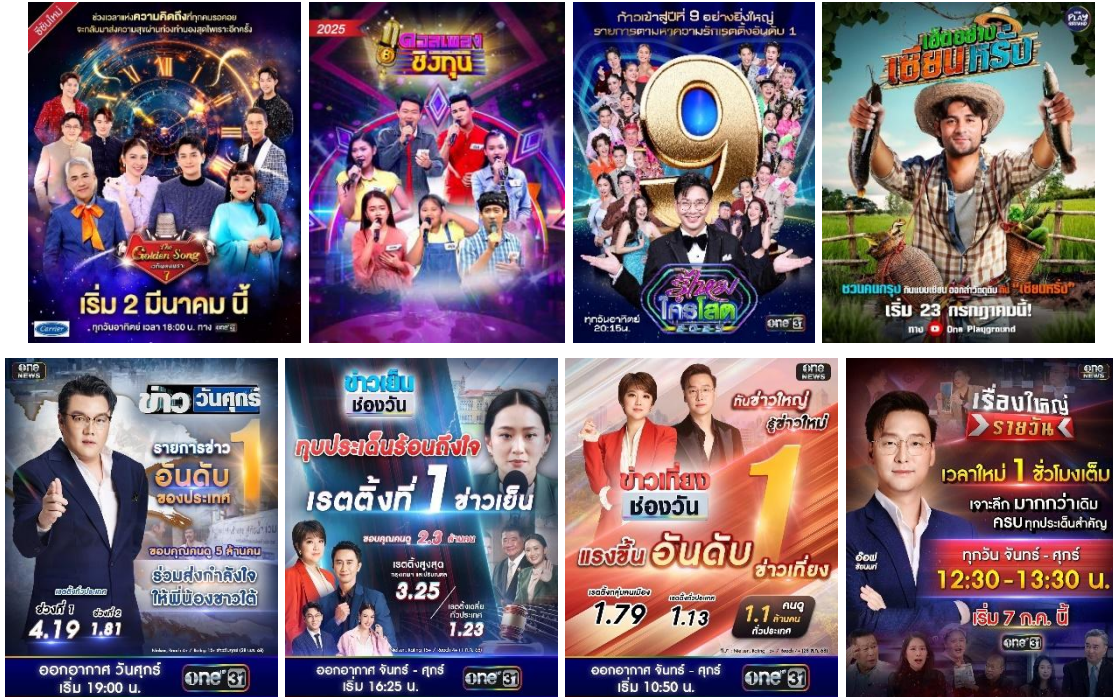
นอกเหนือจากรายได้จาก การโฆษณา บริษัทสามารถต่อยอดมูลค่าของ Content ผ่านการบริหารทรัพย์สินทางปัญญา (IP) โดยการจำหน่ายลิขสิทธิ์ละครและซีรีส์ไปยังแพลตฟอร์ม OTT ในระดับสากล ซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างรายได้เพิ่มเติมจาก Content เดิม โดยมีต้นทุนเพิ่มในระดับต่ำ (Potential Revenue at Minimal Cost) ทั้งนี้ บริษัทยังบริหารการกระจายคอนเทนต์แบบ Dynamic ผ่านหลายช่องทางและช่วงเวลา (Multi-window Distribution) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างรายได้จาก Content หนึ่งเรื่องได้อย่างต่อเนื่องในหลายแพลตฟอร์ม



นอกจากละครและซีรีส์ ยังมี Content รายการวาไรตี้ ที่จับกลุ่มเป้าหมายหลากหลายเช่นกัน อาทิ “The Golden Song เวทีเพลงเพราะ ซีซั่น 7” รายการประกวดร้องเพลงที่กินใจคนไทยทั่วประเทศเพื่อค้นหาหนักร้องเสียงทองคำ, “ดวลเพลงชิงทุน” รายการประกวดร้องเพลงที่จะเปลี่ยนเสียงของคุณเป็นทุนตั้งตัว, “รู้ไหมใครโสด” รายการหาคู่เดทที่น่าห่มโสดในฝัน มาให้สาวโสดได้เลือก

ถึงห้าคน, และ “เฮ็ดอย่างเขียนหรั่ง” รายการวาไรตี้แนววิถีไทบ้านที่นำโดย “เขียนหรั่ง” พาไปล่าหาวัตถุดิบและทำอาหารสุดแซ่บพร้อมแซ่บรับเชิญพิเศษ

รายการข่าวของบริษัทก็ได้รับความนิยมจากผู้ชมทั่วประเทศ จากเนื้อหาที่เข้มข้นและการนำเสนอที่ตรงใจผู้ชม ไม่ว่าจะเป็น “ข่าววันศุกร์” รายการข่าวอันดับ 1 ของประเทศ, “ข่าวเย็นช่องวัน” รายการข่าวอันดับ 2 ของข่าวเย็น, “ข่าวเที่ยงช่องวัน” รายการข่าวอันดับ 3 ในกลุ่มคนเมืองของข่าวเที่ยง และ “เรื่องใหญ่รายวัน” ฮาร์ดทอล์กมาแรง เด็บโตต่อเนื่องในกลุ่มคนเมือง



Content ของบริษัทได้มีการเผยแพร่ผ่านทางช่องทางต่างๆ ครอบคลุม ทั้งสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, YouTube, TikTok, Instagram ซึ่งบริษัท มีผู้ติดตามใน Social Media ทุกช่องทางรวมกว่า 200 ล้าน Followers โดยรายการออนไลน์ ช่อง One Playground บน YouTube ได้รับความนิยมอย่างสูง มีผู้ติดตามรวมกว่า 4.2 ล้านคนและมียอดวิวรวมสูงกว่า 1,000 ล้านวิว

OTT Distribution
> 160 Countries

Asia , America , Europe, Middle East, Oceanic and

Social Media Total Followers
>200M.

สำหรับธุรกิจวิทยุ บริษัทมีช่องรายการวิทยุซึ่งเป็นช่องวิทยุอันดับต้นๆ ของประเทศไทย อาทิ Green Wave 106.5 และ EFM 94.0 โดยมีรายการต่างๆ ที่ได้รับความนิยมจากผู้ฟังมากมาย เช่น Club Friday และอังคารคลุมโปง เป็นต้น รวมทั้งสามารถต่อยอดรายการวิทยุนำไปผลิตเป็น Content หรือจัด Event หารายได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ATIME ยังมีช่องทางฟังวิทยุทางโมบายแอปพลิเคชัน “AtimeFungfin” อีกช่องทางหนึ่งด้วย



IDOL Marketing Business

กลุ่มธุรกิจนี้ประกอบไปด้วยธุรกิจ Artist Management, ธุรกิจการจัด Concert & Event และธุรกิจขายสินค้า Merchandising ซึ่งเป็นสินค้าที่ระลึกเกี่ยวกับศิลปิน โดยกลุ่มบริษัทมีศิลปิน Idol ที่โด่งดังในสังกัดมากกว่า 300 คน จับกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่หลากหลาย และมีกลุ่มแฟนคลับเป็นจำนวนมากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งทำให้สามารถต่อยอดไปยังธุรกิจต่อเนื่อง เช่น Concert & Event โดยศิลปินที่เป็นที่นิยมในไตรมาส 1/2569 อาทิ “ตรี ภรภัทร”, “ฟิล์ม ธนภัทร”, “วิว วรณรท”, “ชาร์เลท วาศิตา”, “ต้าหู้-ออฟโรด”, “เฟิร์ล-พีค”, “ปอนด์-ภูวินทร์”, “เจมีไนน์-โพธิ์ท”, “สกาย-นანი”, “น้ำตาล-ฟิล์ม”, “มิลค์-เลฟ”, “พูห์-พาเวล”, “ลูกหมี-ซอนญา” และ “ลิลลี่-เบลล์” เป็นต้น

โดยศิลปินของกลุ่มบริษัทฯ รับงานโชว์ตัว, งานพีรเซนเตอร์, Brand Ambassador ให้กับแบรนด์ชั้นนำทั้งไทยและต่างประเทศมากมาย ในทุกประเภทของกลุ่มสินค้า โดยทางกลุ่มบริษัทฯ มีเกณฑ์ในการคัดเลือกสินค้าที่จะรับงานพีรเซนเตอร์ของศิลปินแต่ละท่านอย่างเฉพาะเจาะจง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของศิลปินอย่างเหมาะสม และพัฒนาต่อเนื่องในระยะยาวตามเส้นทางที่วางแผนร่วมกับศิลปิน



นอกจากนี้ ทางบริษัทยังได้มีการนำเสนอศิลปินในรูปแบบ Mascot โดยตัวที่มีชื่อเสียงโดดเด่นในไตรมาส คือ “Polcasan” และอื่นๆ เช่น Permpoon, Any, Domiia, Look Khunnoo และ Avocean เป็นต้น ซึ่งรับงานพีรีเซนเตอร์ต่างๆ เสมือนเป็นศิลปินคนหนึ่งของบริษัท ทั้งนี้ Mascot ถือเป็น Idol ใหม่ของบริษัทที่กำลังพัฒนาให้เติบโตไปตามกระแสนิยมที่มากยิ่งขึ้น



สำหรับธุรกิจ Concert & Event ในไตรมาส 1/2569 กลุ่มบริษัทมีการจัดงานทั้งในประเทศและต่างประเทศรวมจำนวนทั้งสิ้น 66 งาน ซึ่งเป็นงานที่จัดในประเทศ 18 งาน และงานที่จัดในต่างประเทศ 48 งาน คอนเสิร์ตในประเทศที่ได้รับผลการตอบรับอย่างดี อาทิ

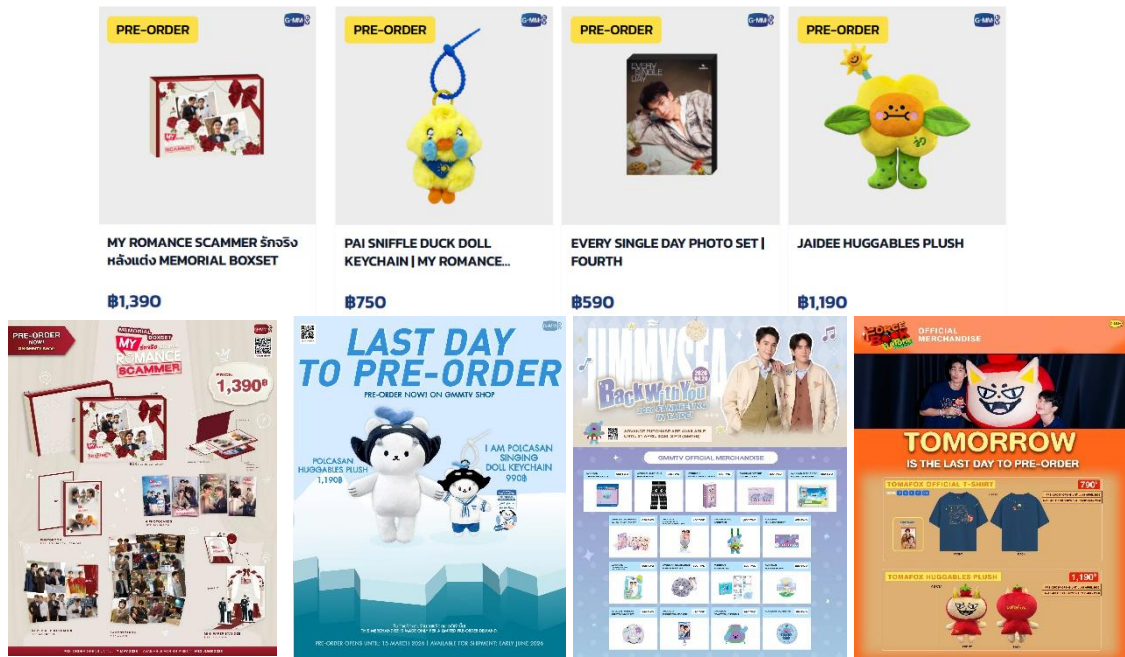
- “Me and Thee Fan Party และ Me and Thee After Party” ที่ ยูเนี่ยน ฮอลล์, ยูเนี่ยน มอลล์
- “RISER CONCERT : THE FIRST RISE” ที่ อิมแพคอารีน่า เมืองทองธานี
- “POLCA FAN MEETING” ที่ ยูเนี่ยน ฮอลล์, ยูเนี่ยน มอลล์
- “EMI BONNIE : LOVE SESSION” ที่ MCC HALL ชั้น 3 เดอะมอลล์ไลฟ์สโตร์ บางกะปิ



นอกจากงาน Concert & Event ในประเทศแล้ว ยังมีการจัดงานในต่างประเทศทั้งในทวีป เอเชีย ยุโรป อเมริกาเหนือ และอเมริกาใต้ โดยจัดที่ จีน, ญี่ปุ่น, ฟิลิปปินส์, เวียดนาม, อินเดีย, อิตาลี, อเมริกา, เม็กซิโก, บราซิล และอื่นๆ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากฐานแฟนคลับทั่วโลก



สำหรับการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกของศิลปิน (Merchandising) ทางบริษัทได้มีการผลิตและจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มแฟนคลับในหลากหลายรูปแบบ อาทิ Photobook, ตุ๊กตา, เสื้อ, พวงกุญแจ และของที่ระลึกจากซีรีส์ต่างๆ รวมทั้งสินค้า Merchandising ที่มาจาก Mascot โดยจะมีการผลิตสินค้าออกมาในลักษณะ Limited Edition เพื่อตอบสนองความต้องการของแฟนคลับที่สั่งจองล่วงหน้า และสร้างคุณค่าในการสะสม โดยมีวางจำหน่ายทั้งหน้าร้าน และออนไลน์



Production Business

กลุ่มธุรกิจนี้ประกอบด้วย Production Services และ Studio Rental ซึ่งสำหรับการรับจ้างผลิต กลุ่มบริษัทได้รับความไว้วางใจให้ผลิต Content ชั้นนาระดับโลกมาแล้วมากมาย อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันบริษัทปรับนโยบายหันมาผลิต Original Content ของตัวเองมากขึ้น เนื่องจากสามารถนำ Content ไปต่อยอดสร้างรายได้จากธุรกิจอื่นในกลุ่มบริษัทได้อีกหลากหลายช่องทาง สำหรับธุรกิจ Studio Rental ทางบริษัทมี Acts Studio ซึ่งเป็น Studio มาตรฐานระดับโลก มีฉากถ่ายทำต่างๆ หลากหลาย อาทิ ฉากบ้านหรู, บ้านทรงไทย, สำนักงาน, โรงพยาบาล, ฉากย่านอาคารพาณิชย์เก่าแก่, รวมทั้งพื้นที่เปล่าซึ่งสามารถจัดฉากได้ตามความต้องการของลูกค้า โดย Acts Studio ได้รับการยอมรับจากกองถ่ายภาพยนตร์ ซีรีส์ระดับโลก

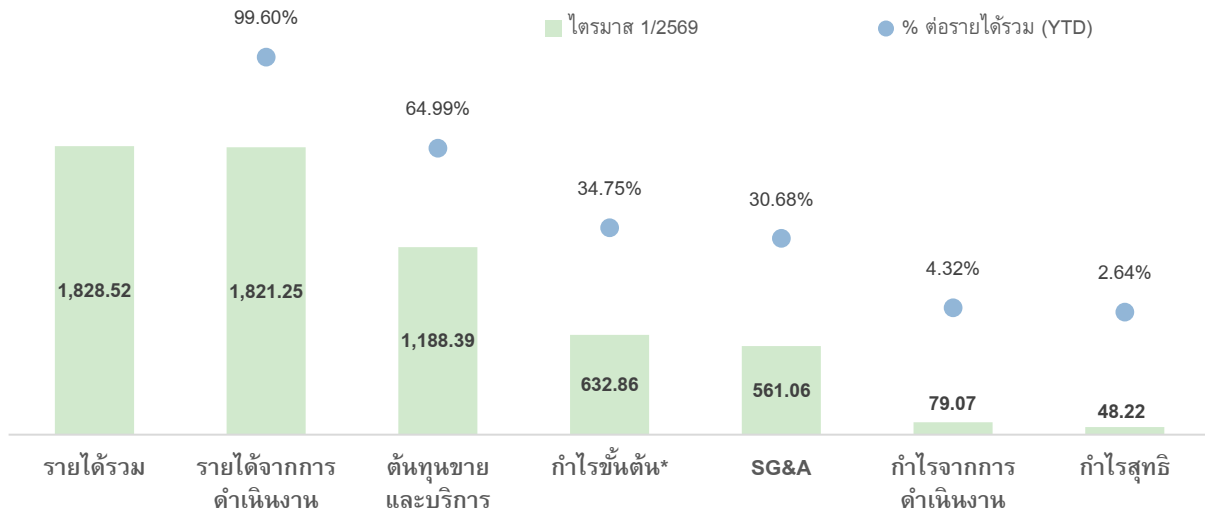


ผลการดำเนินงานด้านการเงินของกลุ่มบริษัท

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

ภาพรวมผลการดำเนินงานไตรมาส 1 ปี 2569

(หน่วย: ล้านบาท)



* กำไรขั้นต้น และ % อัตรากำไรขั้นต้น คำนวณจากรายได้จากการดำเนินงาน

ตารางสรุปผลการดำเนินงานไตรมาส 1 ปี 2569

(หน่วย: ล้านบาท)

	ไตรมาส			เปลี่ยนแปลง	
	Q1/2568	Q4/2568	Q1/2569	%QoQ	%YoY
รายได้จากการดำเนินงานรวม	1,457.04	2,039.10	1,821.25	(10.68%)	25.00%
รายได้อื่น	7.47	16.79	7.27	(56.70%)	(2.72%)
รายได้รวม	1,464.51	2,055.90	1,828.52	(11.06%)	24.86%
ต้นทุนขายและบริการ	1,014.77	1,280.99	1,188.39	(7.23%)	17.11%
กำไรขั้นต้น	442.26	758.12	632.86	(16.52%)	43.10%
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริการ	71.36	124.17	110.59	(10.94%)	54.99%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	402.99	476.99	450.47	(5.56%)	11.78%
กำไรจากการดำเนินงาน	(24.61)	173.75	79.07	(54.49%)	421.34%
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในการร่วมค้าและบริษัทร่วม	0.03	(1.91)	1.12	158.64%	3,400.00%
รายได้ทางการเงิน	7.00	3.14	1.58	(49.68%)	(77.44%)
ต้นทุนทางการเงิน	(1.19)	(2.76)	(2.67)	(3.26%)	124.75%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	(18.76)	172.22	79.10	(54.07%)	521.65%
ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้	3.66	(8.74)	30.88	453.32%	744.41%
กำไรสุทธิ	(22.42)	180.96	48.22	(73.35%)	315.11%
EBITDA	297.87	534.18	418.35	(21.68%)	40.45%

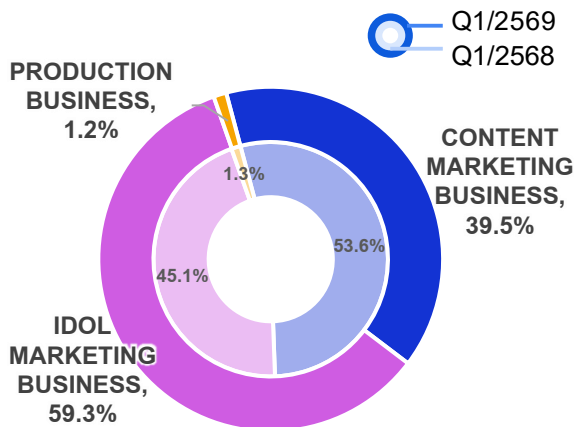
ตารางรายได้แยกตามธุรกิจ

(หน่วย: ล้านบาท)

รายได้	ไตรมาส			เปลี่ยนแปลง	
	Q1/2568	Q4/2568	Q1/2569	%QoQ	%YoY
Content Marketing Business	780.76	910.35	719.29	(20.99%)	(7.87%)
Advertising	541.28	597.93	485.75	(18.76%)	(10.26%)
Copyrights & Licensing	184.67	244.79	177.04	(27.68%)	(4.13%)
Radio	54.82	67.63	56.50	(16.45%)	3.07%
Idol Marketing Business	657.80	1,092.38	1,080.09	(1.12%)	64.20%
Artist Management	349.27	459.88	423.64	(7.88%)	21.29%
Concert & Event	152.14	339.60	301.58	(11.19%)	98.23%
Merchandising	156.39	292.91	354.87	21.15%	126.91%
Production Business	18.47	36.39	21.87	(39.90%)	18.42%
Production Services	10.24	29.36	13.19	(55.07%)	28.90%
Studio Rental	8.23	7.03	8.68	23.48%	5.39%
รายได้จากการดำเนินงานรวม	1,457.03	2,039.11	1,821.25	(10.68%)	25.00%
รายได้อื่น	7.47	16.79	7.27	(56.71%)	(2.74%)
รายได้รวม	1,464.51	2,055.90	1,828.52	(11.06%)	24.86%

สรุปผลการดำเนินงานไตรมาส 1 ปี 2569

รายได้


 สัดส่วนรายได้จากการดำเนินงาน
 เปรียบเทียบไตรมาส 1/2568 และไตรมาส 1/2569

ในไตรมาส 1/2569 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการดำเนินงานรวม 1,821.25 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 364.22 ล้านบาทจากงวดเดียวกันของปีก่อน หรือ 25.00% YoY ผลักดันโดยรายได้กลุ่ม Idol Marketing ซึ่งในไตรมาสนี้สร้างรายได้เป็นสัดส่วนที่มากถึง 59.3% ของรายได้จากการดำเนินงาน

กลุ่มธุรกิจ Content Marketing ในไตรมาส 1/2569 ทำรายได้ 719.29 ล้านบาท ลดลง 61.47 ล้านบาท หรือ 7.87% YoY จากการปรับตัวลดลงของรายได้ธุรกิจ Advertising ซึ่งทำรายได้ 485.75 ล้านบาท ลดลง 10.26% YoY สอดคล้องกับภาพรวมของอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ (TV Adex) ที่อยู่ในภาวะหดตัวตั้งที่กล่าวข้างต้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทมีการบริหารพอร์ตคอนเทนต์ที่ครอบคลุมทุกกลุ่มผู้ชม และ

บริหารผังรายการอย่างยืดหยุ่น โดยเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมในการออกอากาศคอนเทนต์ระดับพรีเมียมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างรายได้และจำกัดผลกระทบจากภาวะตลาด โดยเห็นได้จากในไตรมาสนี้ บริษัทมี Content ที่ได้รับความนิยมและกระแสตอบรับที่ดีจากผู้ชม เช่น หงสาวดี เป็นต้น อีกทั้งยังได้ปรับกลยุทธ์สู่แพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง สะท้อนจากการเติบโตของช่อง YouTube "One Playground" รวมถึงการเติบโตของจำนวนผู้ใช้งานและการรับชมบน Application oneD

ธุรกิจ **Copyrights & Licensing** ทำรายได้ 177.04 ล้านบาท ลดลง 4.13% YoY จากการบริหารจัดการลิขสิทธิ์คอนเทนต์และขายคอนเทนต์ผ่านหลากหลายแพลตฟอร์ม ขณะเดียวกัน บริษัทยังบริหารผังรายการอย่างยืดหยุ่น โดยเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมในการออกอากาศคอนเทนต์ระดับพรีเมียม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างรายได้และลดผลกระทบจากภาวะตลาด

ธุรกิจ **Radio** ในไตรมาสนี้ ทำรายได้ 56.50 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.07% YoY ทำให้เห็นได้ว่า บริษัทยังคงรักษาความสามารถในการทำรายได้จากฐานผู้ฟังที่แข็งแกร่งและความเป็นผู้นำตลาดของคลื่นหลัก โดยช่องรายการวิทยุหลัก อาทิ Green Wave 106.5 และ EFM 94.0 ยังคงรักษาอันดับความนิยมสูงสุดของประเทศไว้ได้ ความเป็นผู้นำตลาดนี้สร้างข้อได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ (Strategic Advantage) ทำให้สื่อวิทยุของกลุ่มบริษัทเป็นตัวเลือกในลำดับต้นๆ ที่ผู้ผลิตสินค้า บริการ และเอเจนซีต่างๆ เลือกใช้เม็ดเงินโฆษณาเมื่อต้องการใช้สื่อวิทยุ

กลุ่มธุรกิจ Idol Marketing เป็นการหารายได้จากการบริหารจัดการศิลปินและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องต่างๆ ในไตรมาส 1/2569 ทำรายได้ 1,080.09 ล้านบาท โดยเติบโตโดดเด่น 422.29 ล้านบาทจาก 657.80 ล้านบาทในงวดเดียวกันของปีก่อน หรือเติบโต 64.20% YoY ซึ่งสะท้อนแนวโน้มอุตสาหกรรม Media & Entertainment ที่เติบโตจากเทรนด์ Influencer Marketing โดยรายได้กลุ่มนี้เติบโตในทุกสายธุรกิจย่อยดังนี้

ธุรกิจ **Artist Management** ทำรายได้ 423.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.29% YoY โดยมีแรงหนุนหลักจากความต้องการใช้ศิลปินในเชิงพาณิชย์ที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ทั้งในรูปแบบ Presenter และ Brand Ambassador ประกอบกับความสามารถของกลุ่มบริษัทในการบริหารพอร์ตศิลปินที่ครอบคลุมหลายกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ในวงกว้าง รวมถึงกลุ่มเฉพาะทาง นอกจากนี้ การต่อยอดศิลปินในรูปแบบใหม่ เช่น Mascot Idol ช่วยขยายขอบเขตการสร้างรายได้และเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้บริโภครุ่นใหม่

ธุรกิจ **Concert & Event** ทำรายได้ 301.58 ล้านบาท เติบโต 98.23% YoY จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนการจัดงานทั้งในและต่างประเทศ โดยกลุ่มบริษัทสามารถขยายฐานการจัดงานไปยังตลาดต่างประเทศได้อย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการจัดคอนเสิร์ตขนาดใหญ่ในประเทศ ส่งผลให้ปริมาณงานรวมเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ความแข็งแกร่งของฐานแฟนคลับเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการเติบโต และเอื้อต่อการต่อยอดการจัดกิจกรรมในหลากหลายรูปแบบ

ธุรกิจ **Merchandising** ในไตรมาสนี้ทำรายได้ 354.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 126.91% YoY ปัจจัยหลักมาจากศิลปิน Mascott ซึ่งเป็นสินค้าใหม่ของบริษัทซึ่งเน้นความน่ารัก และเข้าถึงง่ายสำหรับกลุ่มเป้าหมายทุกช่วงวัย ประกอบกับความต้องการสินค้าที่ระลึกของแฟนคลับ (Fan-Driven Demand) ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มบริษัทเน้นการพัฒนาสินค้าในรูปแบบ Limited Edition และการบริหารการผลิตผ่านระบบ Pre-Order เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารสินค้าคงคลัง พร้อมทั้งขยายช่องทางการจำหน่ายทั้ง Online และ Offline ซึ่งช่วยสนับสนุนการเติบโตของรายได้และอัตรากำไรในธุรกิจนี้

กลุ่มธุรกิจ Production Business ทำรายได้ 21.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18.42% YoY จาก 18.47 ล้านบาทในปีก่อน โดยกลุ่มธุรกิจนี้เป็นกิจกรรมต้นน้ำของการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท ทั้งธุรกิจ **Production and Services** และ ธุรกิจ **Studio Rental** แม้ว่ารายได้ในกลุ่มธุรกิจนี้ไม่ได้มีสัดส่วนมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มธุรกิจอื่น แต่ธุรกิจนี้เป็นฐานในการผลิต Content ทำให้บริษัทมี Ecosystem ที่ครบวงจร ทำให้กลุ่มบริษัทปรับกลยุทธ์โดยเน้นใช้ทรัพยากรในส่วนนี้เพื่อผลิต Original Content ที่เป็นลิขสิทธิ์ของบริษัท ซึ่งจะสามารถใช้ต่อยอดรายได้หลากหลายช่องทางและยั่งยืนมากขึ้น

ต้นทุนขายและบริการ และกำไรขั้นต้น

ในไตรมาส 1/2569 บริษัทมีต้นทุนขายและบริการ 1,188.39 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 173.62 ล้านบาท หรือ 17.11% YoY ส่งผลให้บริษัทมีกำไรขั้นต้นในไตรมาสนี้ 632.86 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 190.60 ล้านบาท หรือ 43.10% YoY คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสนี้เท่ากับ 34.75% ซึ่งเพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีอัตรากำไรขั้นต้น 30.35% โดยสาเหตุที่กำไรขั้นต้น และอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น เนื่องจากบริษัทพยายามบริหารต้นทุนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยลดต้นทุนที่ไม่จำเป็นในทุกกลุ่มธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนการผลิตคอนเทนต์ การจัดงาน Event และ Concert โดยยึดมั่นในหลักการที่ว่า จะต้องไม่ลดคุณภาพและมาตรฐานที่ส่งมอบให้กับ

ลูกค้าและผู้ชมเพื่อให้ผู้ชมได้รับความพึงพอใจสูงสุด นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของยอดขายกลุ่ม Merchandise ทำให้ต้นทุนของ Idol Marketing มีแนวโน้มที่ดีขึ้น

การให้ความสำคัญและดำเนินการดังกล่าวมาตลอดปี 2568 ส่งผลให้แนวโน้มกำไรขั้นต้น และอัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจน และส่งผลต่อเนื่องถึงไตรมาส 1/2569 โดยบริษัทคาดว่าจะมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่องตลอดปี 2569 นี้

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ และค่าใช้จ่ายในการบริหาร (SG&A)

ในไตรมาส 1/2569 บริษัทมีค่าใช้จ่ายการขายและบริหารรวมเท่ากับ 561.06 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 86.71 ล้านบาท หรือ 18.28% YoY โดยค่าใช้จ่ายในการขายและการบริการอยู่ที่ 110.59 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 39.23 ล้านบาท หรือ 54.99% YoY ส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหาร เพิ่มขึ้น 47.48 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 11.78% YoY เนื่องจากค่าใช้จ่ายเพื่อประชาสัมพันธ์ oneD Application ที่เปิดตัวอย่างเป็นทางการในไตรมาสนี้ ประกอบกับผลประกอบการที่ดีขึ้น ส่งผลให้บริษัทต้องสำรองผลประโยชน์พนักงานที่เกี่ยวข้องกับผลประกอบการมากขึ้น

อย่างไรก็ดี อัตรากำไร SG&A ต่อรายได้รวมในไตรมาส 1/2569 อยู่ที่ 30.68% ลดลงจากงวดเดียวกันของปีก่อนซึ่งอยู่ที่ 32.39% ซึ่งแนวโน้มที่ลดลงเป็นไปตามเป้าหมายในการรักษาอัตรากำไร SG&A ต่อรายได้รวมโดยเฉลี่ยในระยะยาวให้อยู่ในระดับต่ำกว่า 30% โดยกลุ่มบริษัทได้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงาน รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และมีการติดตามดูแลค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการบริหารอย่างสม่ำเสมอ เพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายในภาพรวมอย่างมีประสิทธิภาพ

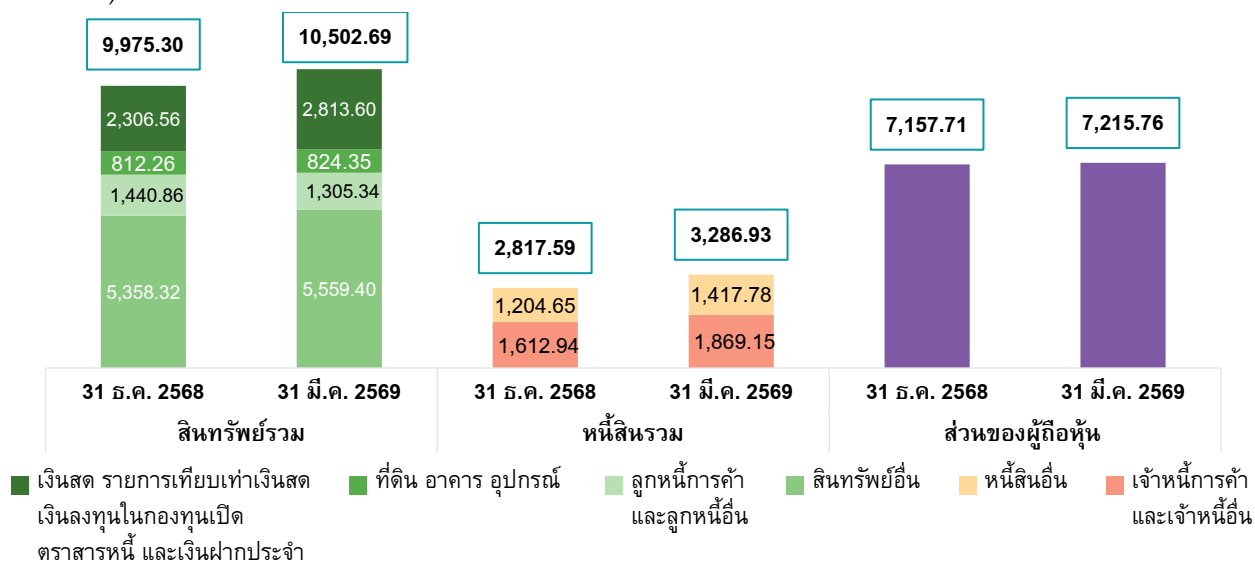
กำไรสุทธิ

ในไตรมาส 1/2569 บริษัทมีกำไรสุทธิ 48.22 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 70.64 ล้านบาท จากผลขาดทุนสุทธิ 22.42 ล้านบาทในปี 2568 หรือเพิ่มขึ้น 315.11% YoY ซึ่งเป็นผลมาจาก รายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญของกลุ่มธุรกิจ Idol Marketing ประกอบกับมีการบริหารจัดการต้นทุนได้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังมีการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างเข้มงวด ทำให้อัตรากำไร SG&A ต่อรายได้รวมลดลง

ทั้งนี้กลุ่มบริษัท มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างเต็มความสามารถ นำเสนอคอนเทนต์สดใหม่ที่มีความหลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับเทรนด์ความต้องการของผู้บริโภค นำเสนอศิลปินที่ตรงใจฐานแฟนคลับกลุ่มต่างๆ เพื่อสร้างความสุข ความบันเทิงอย่างมีคุณภาพ รวมถึงสาระความรู้ให้กับผู้บริโภคไปพร้อมกับการสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ถือหุ้นอย่างยั่งยืนในระยะยาว

งบฐานะการเงิน

(หน่วย: ล้านบาท)



สินทรัพย์รวม

สินทรัพย์รวม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 เท่ากับ 10,502.69 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 527.39 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 5.29% เมื่อเทียบกับสินทรัพย์รวม 9,975.30 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 รายการหลักมาจาก เงินสด รายการเทียบเท่าเงินสด เงินฝากประจำระยะยาว และเงินลงทุนในกองทุนเปิดตราสารหนี้สุทธิเพิ่มขึ้น 507.04 ล้านบาท ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์เพิ่มขึ้น 12.09 ล้านบาท ส่วนลูกหนี้การค้าลดลง 135.52 ล้านบาท เนื่องจากได้รับชำระหนี้จากคู่ค้าตามกำหนดเวลา ทั้งนี้บริษัทมีสถานะเงินสดอยู่ในระดับที่แข็งแกร่ง โดยมี เงินสด รายการเทียบเท่าเงินสด เงินลงทุนในกองทุนตราสารหนี้ และเงินฝากประจำ ณ สิ้นไตรมาส 1/2569 รวม 2,813.60 ล้านบาท (ประกอบด้วย เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด 1,575.87 ล้านบาท เงินลงทุนในกองทุนตราสารหนี้มูลค่า 882.73 ล้านบาท (NAV ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569) และเงินฝากประจำระยะยาว 355.00 ล้านบาท)

หนี้สินรวม

หนี้สินรวม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 เท่ากับ 3,286.93 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 469.34 ล้านบาท หรือ 16.66% จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 สาเหตุหลักจากรายได้รับล่วงหน้า และเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นเพิ่มขึ้น ตามยอดขายที่เพิ่มขึ้นซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจตามปกติ โดย ณ สิ้นไตรมาส 1/2569 กลุ่มบริษัท มียอดเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินรวม 32.56 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ณ สิ้นปี 2568 ซึ่งไม่มียอดเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 เท่ากับ 7,215.76 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 58.05 ล้านบาท จาก 7,157.71 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จากผลประกอบการที่มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นในไตรมาสนี้

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	ไตรมาส 1/2568	ไตรมาส 4/2568	ไตรมาส 1/2569
อัตรากำไรขั้นต้น	30.35%	37.18%	34.75%
อัตรากำไร EBIT	-1.20%	8.51%	4.47%
อัตรากำไร EBITDA	20.34%	23.85%	22.88%
อัตรากำไรสุทธิ	-1.53%	8.80%	2.64%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	5.16%	6.34%	7.42%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	-36.97%	5.08%	5.89%
อัตราส่วนหนี้สินที่มีดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า) ^{1/}	ไม่มี	ไม่มี	0.005

^{1/} บริษัทไม่มียอดหนี้สินที่มีดอกเบี้ยในระหว่างปี 2568 จนถึง ณ สิ้นปี 2568

งบกระแสเงินสด สภาพคล่องและแหล่งที่มาของเงินทุน

(หน่วย: ล้านบาท)

รายการ	ไตรมาส 1 ปี 2568	ไตรมาส 1 ปี 2569
กระแสเงินสดสุทธิจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมดำเนินงาน	297.79	580.71
เงินสดสุทธิจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมลงทุน	(905.90)	(47.54)
เงินสดสุทธิจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน	(21.52)	(28.16)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	(629.62)	505.02
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด	1,693.31	1,070.85
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด	1,063.69	1,575.87

กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน

ในไตรมาส 1/2569 บริษัทมีกระแสเงินสดรับสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานเท่ากับ 580.71 ล้านบาท โดยรายการหลักมาจากกระแสเงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงานในงวดนี้ 638.46 ล้านบาท สุทธิกับเงินจ่ายดอกเบี้ยและภาษีเงินได้รวม 57.74 ล้านบาท

กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน

ในไตรมาส 1/2569 บริษัทมีกระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน 47.54 ล้านบาท โดยรายการหลักเป็นเงินจ่ายซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน (ลิขสิทธิ์) เพื่อเพิ่ม Content ใน oneD Application รวม 22.68 ล้านบาท จ่ายซื้ออาคารและอุปกรณ์ 10.70 ล้านบาท ให้เงินกู้ยืมแก่กิจการร่วมค้า 10.00 ล้านบาท และจ่ายเงินลงทุนในการร่วมค้า จำนวน 6.25 ล้านบาท เพื่อจัดตั้ง บริษัท บิ๊ก วัน เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ร่วมกับ บริษัท บิ๊ก ซี สตูดิโอ จำกัด

กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน

ในไตรมาส 1/2569 บริษัทมีกระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 28.16 ล้านบาท โดยรายการหลักเป็นการชำระคืนเงินต้นของหนี้สินตามสัญญาเช่า 19.33 ล้านบาท

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวดเท่ากับ 1,575.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 505.02 ล้านบาท จาก 1,070.85 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568 ซึ่งถือว่ากลุ่มบริษัท มีสภาพคล่องทางการเงินอยู่ในระดับสูง และมีความพร้อมที่จะลงทุนในโครงการใหม่เมื่อมีโอกาส เพื่อสร้างการเติบโตสำหรับอนาคต (ดูคำอธิบายเพิ่มเติมในส่วน “สินทรัพย์” ข้างต้น)

ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคต

1. การใช้ประโยชน์จากมาตรการสนับสนุนภาครัฐ

ความต่อเนื่องของนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จากรัฐบาลชุดปัจจุบัน โดยเฉพาะมาตรการคืนเงิน (Cash Rebate) และสิทธิประโยชน์ทางภาษีจาก BOI ถือเป็นโอกาสสำคัญในการลดต้นทุนการผลิตโครงการขนาดใหญ่ในอนาคต ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทในระดับภูมิภาคและส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นในระยะยาวจากการบริหารจัดการงบประมาณที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นภายใต้การสนับสนุนของรัฐ

2. การขยายตัวของเศรษฐกิจแฟนด้อมสู่ตลาดสากล

การยกระดับศิลปินและไอดอลในเครือผ่านกลยุทธ์การสร้างฐานแฟนคลับทั่วโลก (Global Fandom) จะเป็นฟันเฟืองหลักในการสร้างรายได้ใหม่ที่นอกเหนือจากเม็ดเงินโฆษณาในประเทศ โดยการขยายความร่วมมือกับพันธมิตรต่างชาติจะช่วยให้บริษัทสามารถสร้างรายได้จากการบริหารจัดการศิลปินและลิขสิทธิ์ในรูปแบบสกุลเงินต่างประเทศ ซึ่งทำหน้าที่เป็นเครื่องมือป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของค่าเงินบาทและสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนในเวทีโลก

3. การปรับโครงสร้างงบประมาณของภาคเอกชน

ทิศทางของแบรนด์สินค้าที่มุ่งเน้นการทำตลาดเชิงประสิทธิภาพ (Performance Marketing) และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านอินฟลูเอนเซอร์ถือเป็นโอกาสของบริษัทในการปรับบทบาทสู่การเป็นผู้ให้บริการสื่อครบวงจร (Total Media Solution) โดยการเชื่อมโยงสื่อโทรทัศน์เข้ากับธุรกิจบริหารศิลปินจะช่วยให้บริษัทสามารถชิงส่วนแบ่งจากงบประมาณโฆษณาที่เปลี่ยนแปลงไปได้ดีกว่าสื่อดั้งเดิมทั่วไป และรักษาความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงยุคใหม่

4. การปรับตัวสู่สื่ออัจฉริยะด้วยเทคโนโลยี AI

การนำเทคโนโลยี Generative AI มาปรับใช้ในกระบวนการผลิตคอนเทนต์และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ชมบนแพลตฟอร์ม OneD จะเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในอนาคต โดยจะช่วยให้บริษัทสามารถนำเสนอคอนเทนต์ได้ตรงใจผู้บริโภคจำนวนมากขึ้นเพื่อกระตุ้นรายได้จากโฆษณาดิจิทัล ขณะเดียวกันยังช่วยลดระยะเวลาและต้นทุนในขั้นตอนการผลิตและการบริหารจัดการข้อมูลในระยะยาว

5. ความผันผวนของต้นทุนพลังงานจากสถานการณ์ต่างประเทศ

ความเสี่ยงจากราคาพลังงานและต้นทุนโลจิสติกส์ที่ผันผวนตามสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างประเทศยังคงเป็นปัจจัยภายนอกที่บริษัทต้องเฝ้าระวังอย่างใกล้ชิด เนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่อค่าเดินทางและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของสตูดิโอ โดยบริษัทได้เตรียมแผนรับมือด้วยการทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงล่วงหน้าและการบริหารจัดการทรัพยากรการผลิตอย่างเข้มงวด เพื่อบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อผลกำไรจากการดำเนินงานในไตรมาสถัดไป

การดำเนินงานด้านความยั่งยืน



ด้านสิ่งแวดล้อม (E)

นอกเหนือจากความสำเร็จทางธุรกิจ บริษัทได้ยึดถือแนวทาง ESG (Environmental, Social, and Governance) เป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร โดยในด้านสิ่งแวดล้อม เรามุ่งเน้นกระบวนการผลิตคอนเทนเนอร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Production) เพื่อลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ การประหยัดพลังงาน และใช้แหล่งพลังงานทดแทน โดยในไตรมาส 1/2569 มีผลดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมที่โดดเด่น ดังต่อไปนี้



- **โครงการ one แยก แลก สุข เฟส 2: บริษัทได้เชิญชวนให้พนักงานและชุมชนใกล้เคียงร่วมกันคัดแยกขยะ เพื่อนำขยะที่ได้มาแปรรูปและแลกเปลี่ยนเป็นเสื้อนิรภัยสะท้อนแสงอัปไซเคิล (Upcycled) มอบให้กับสำนักงานเขตวัฒนา เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานเก็บขยะและพนักงานกวาดถนนในย่านอโศกและบริเวณใกล้เคียง นอกจากนี้ บริษัทยังร่วมมือกับโรงเรียนในพื้นที่เขตวัฒนา เพื่อสร้างวัฒนธรรมการจัดการขยะให้ถูกวิธีตั้งแต่เด็ก โดยให้ความรู้เรื่องเรื่องการแยกขยะและนำขยะที่คัดแยกอย่างถูกต้อง**
- **โครงการ ONEE ลดฝุ่น: รมรณรงค์ให้ผู้บริหารและพนักงานในเครือ ปฏิบัติงานในรูปแบบ Work From Home (WFH) ในช่วงเดือนมกราคมถึงมีนาคม ซึ่งเป็นช่วงที่มีค่าฝุ่นละอองสะสมสูง โดยมีผู้เข้าร่วมโครงการรวมทั้งสิ้น 51 ท่าน ซึ่งมีการจัดเก็บข้อมูลสถิติระยะทางการเดินทางเพื่อประเมินผลการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมลพิษ และนำส่งข้อมูลดังกล่าวให้แก่กรุงเทพมหานคร เพื่อใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมในระดับเมืองอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป**
- **มาตรการร่วมมือประหยัดพลังงาน เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤตพลังงานโลก: บริษัทได้ยกระดับมาตรการบริหารจัดการทรัพยากรภายในองค์กรเพื่อตอบสนองต่อวิกฤตการณ์พลังงานโลก โดยประกาศขอความร่วมมือจากพนักงานในด้านต่างๆ อาทิ ปรับอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศและกำหนดช่วงเวลาปิดระบบไฟฟ้า การจัดกลุ่มการปฏิบัติงานที่บ้าน (Work From Home) ตามโซนเครื่องปรับอากาศ ตลอดจนการวางแผนการเดินทางและการถ่ายทำอย่างเป็นระบบ (Travel Planning) ควบคู่กับการส่งเสริมการเดินทางร่วมกัน (Carpool) ซึ่งสะท้อนมุ่งมั่นของบริษัทในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและร่วมสร้างอนาคตที่ยั่งยืน**
- **บริษัท แอ็กซ์ สตูดีโอ จำกัด บริษัทในเครือ ONEE ได้รับใบประกาศเกียรติคุณจากโครงการสนับสนุนกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจก (LESS) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ “อบก.” จากความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม “การคัดแยกขยะเพื่อการรีไซเคิล” โดยสามารถลดก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 20.179 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO₂e) สะท้อนถึงมาตรการการจัดการของเสียที่มีประสิทธิภาพและการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรมตามแนวทาง ESG ของกลุ่มบริษัท**



ด้านสังคม (S)



ขอเชิญร่วมบริจาคโลหิต ครั้งที่ 1 วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2569

รายละเอียดวันและเวลา

วันที่: 26 กุมภาพันธ์ 2569 (วันเสาร์ที่ 1)	เวลา: 09:30 - 15:00 น.	สถานที่: ณ อาคารเฉลิม ชั้น 21 ศูนย์รับบริจาคโลหิต
--	------------------------	---

การเตรียมตัวก่อนบริจาคโลหิต

- งดรับประทานอาหารที่มีไขมันสูง 2 วันก่อน
- งดดื่มแอลกอฮอล์ 2 วันก่อน
- งดรับประทานยาละลายลิ่มเลือด 5 วันก่อน
- งดรับประทานยาต้านการแข็งตัวของเลือด 5 วันก่อน
- งดสูบบุหรี่ 2 วันก่อน
- งดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2 วันก่อน
- งดรับประทานยาที่มีส่วนผสมของยาแก้ปวด 2 วันก่อน
- งดรับประทานยาที่มีส่วนผสมของยาต้านการแข็งตัวของเลือด 5 วันก่อน

Logos: one, GMM STATION, GMM MUSIC, and others.

ในด้านสังคม บริษัทให้ความสำคัญกับการผลิตคอนเทนต์ที่สะท้อนความรับผิดชอบต่อสังคมและส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมบันเทิงให้ก้าวสู่ระดับสากล รวมถึงมีการพัฒนาโครงการที่สร้างเสริมประโยชน์ต่อชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม และมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อการบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ การศึกษา และการสร้างความเจริญก้าวหน้าให้แก่ประเทศไทย โดยในไตรมาส 1/2569 มีผลดำเนินงานด้านสังคมที่โดดเด่น ดังต่อไปนี้

- **โครงการวันสร้างสุข:** จากสถานการณ์ไฟป่าในภาคเหนือซึ่งกินพื้นที่เป็นวงกว้าง และทวีความรุนแรงจนก่อให้เกิดวิกฤตฝุ่น PM 2.5 ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ – มีนาคม บริษัทจึงได้จัดหาอุปกรณ์จำเป็นเพื่อสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่ดับไฟป่า และช่วยเหลือประชาชนที่เดือนร้อนจากเหตุดังกล่าว โดยมอบแมส N95 วาล์วคู่ รุ่น 8242 จำนวน 2,000 ชิ้น สำหรับเจ้าหน้าที่ดับไฟป่า, แมสป้องกันฝุ่น PM 2.5 สำหรับเด็ก 2,000 กลอง จำนวน 100,000 ชิ้น และสำหรับผู้ใหญ่ 2,500 กลอง จำนวน 125,000 ชิ้น พร้อมด้วยน้ำเกลือสำหรับล้างจมูก รวมทั้งสิ้น 26,070 ซอง โดยมีผู้แทนจากกองบัญชาการกองทัพไทย เป็นตัวแทนรับมอบและลำเลียงอย่างเร่งด่วนไปสนับสนุนการปฏิบัติงาน และประชาชนในพื้นที่ดังกล่าว
- **โครงการ SBAC The Ultimate One:** บริษัทมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าทางสังคมผ่านการพัฒนาบุคลากรรุ่นใหม่สู่อุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์ โดยผนึกกำลังกับวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามบริหารธุรกิจ (SBAC) เปิดตัวโครงการ “SBAC The Ultimate One” เพื่อยกระดับการเรียนรู้แบบบูรณาการผ่านการฝึกปฏิบัติงานจริง (Work-Integrated Learning) ในสายงานการผลิตสื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศภายใต้การดูแลของผู้เชี่ยวชาญจากบริษัท ความร่วมมือนี้ช่วยเตรียมความพร้อมทักษะวิชาชีพให้นักศึกษาได้ค้นหาตัวตนและพร้อมเข้าสู่ตลาดแรงงานอย่างมีคุณภาพ และยังสะท้อนถึงบทบาทของบริษัทในการรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการแบ่งปันองค์ความรู้เพื่อร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลและอุตสาหกรรมบันเทิงของประเทศอย่างยั่งยืน
- **โครงการ ONEE Healthy:** บริษัทให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพและคุณภาพชีวิตของบุคลากร โดยร่วมกับโรงพยาบาลกรุงเทพจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านสุขอนามัยผ่านการบรรยายเชิงลึกในหัวข้อการป้องกันโรคจากการทำงาน และแนวทางการรับมือวิกฤตฝุ่นละออง PM 2.5 ซึ่งมีผู้บริหาร ศิลปิน และพนักงานเข้าร่วมอย่างคับคั่ง กิจกรรมดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการสร้างความตระหนักรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy) เพื่อสนับสนุนให้พนักงานมีสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ
- **โครงการร่วมบริจาคโลหิต:** บริษัทได้ร่วมกับสภากาชาดไทย จัดกิจกรรมบริจาคโลหิต เพื่อส่งต่อโลหิตสำรองให้แก่ผู้ป่วยทั่วประเทศ โดยมีผู้บริหารและพนักงานแสดงความจำนงลงทะเบียนรวมทั้งสิ้น 106 ราย และสามารถส่งมอบโลหิตให้แก่ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติได้จำนวน 84 ยูนิต กิจกรรมนี้นับเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในการสร้างจิตสำนึกแห่งการเป็นผู้ให้และร่วมสร้างผลลัพธ์เชิงบวกต่อระบบสาธารณสุขไทยอย่างต่อเนื่อง



**ด้านการกำกับดูแลกิจการ
(G)**



ในด้านธรรมาภิบาล คณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัทได้ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส เป็นธรรม มีความมั่นคงทางการเงินในระดับสูง และได้นำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี หรือ Corporate Governance Code (CG Code) ปี 2560 ที่ออกโดยกต. และ ตลท. มาเป็นหลักในการปฏิบัติสำหรับคณะกรรมการทุกข้อ โดยเน้นเรื่อง

1. การตระหนักถึงบทบาทและแสดงความรับผิดชอบในฐานะผู้นำที่สร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน
2. การดูแลให้บริษัทมีระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่เหมาะสม โดยบริษัทได้รับการประเมิน CG Score ประจำปี 2568 ในระดับ 5 ดาว หรือ “ดีเลิศ” จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)
3. การรักษาความน่าเชื่อถือทางการเงิน และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกัน
4. สนับสนุนการมีส่วนร่วมและการสื่อสารกับผู้ถือหุ้นโดยได้คะแนนประเมิน AGM Checklist เต็ม 100 คะแนนมาโดยตลอดทุกปีตั้งแต่ปี 2565

บริษัทเชื่อมั่นว่าการกำกับดูแลกิจการที่เข้มแข็งไม่ใช่เพียงกลไกควบคุมความเสี่ยง แต่เป็นรากฐานของการสร้างมูลค่าในระยะยาว ความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการเปิดเผยข้อมูลที่มีคุณภาพ คือปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้น นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม บริษัทจึงมุ่งยกระดับมาตรฐานธรรมาภิบาลอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาแนวปฏิบัติให้สอดคล้องกับบริบทใหม่ของอุตสาหกรรมสื่อและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง เพื่อสนับสนุนการเติบโตที่มั่นคงและสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนแก่ผู้ถือหุ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายณรัชฎ์ พุ่มศิริ)
ประธานเจ้าหน้าที่การเงินกลุ่ม
ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ