

บริษัท มิสแกรนด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)



คำอธิบายและการวิเคราะห์
ของฝ่ายจัดการ (MD&A)
ประจำปี 2569

สรุปผลการดำเนินงาน ไตรมาส 1 ปี 2569

หน่วย : ล้านบาท

ผลดำเนินงาน ไตรมาส 1 ปี 2569	3M 2568	3M 2569	เปลี่ยนแปลง (%)
รายได้รวม	314.82	174.34	-44.62%
กำไรขั้นต้น	171.12	63.16	-63.09%
กำไร(ขาดทุน) สุทธิ	91.23	17.23	-81.11%
อัตรากำไรขั้นต้น	54.51%	36.23%	-18.28%
อัตรากำไร(ขาดทุน) สุทธิ	28.98%	9.88%	-19.10%

รายได้รวม :

บริษัท มีสแกรนด์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) มีรายได้รวมสำหรับในไตรมาส 1 ปี 2569 จำนวน 174.34 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 44.62 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ซึ่งมีรายได้รวมอยู่ที่ 314.82 ล้านบาท

การลดลงของรายได้รวมดังกล่าวมีสาเหตุหลักจาก (1) สินค้าปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สอดคล้องกับภาวะตลาดและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ชะลอตัว รวมถึงการแข่งขันในเชิงธุรกิจพาณิชย์ที่เพิ่มสูงขึ้น (2) การสนับสนุน (Sponsor) งานประกวด มีสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 ลดลง เนื่องจากบริษัทได้รับการสนับสนุนจากผู้สนับสนุนในระดับที่ต่ำกว่าปีก่อน และ (3) รายได้จากธุรกิจสื่อและบันเทิงที่ลดลง เนื่องจากในงวดปัจจุบันไม่มีการรับรู้รายได้จากสัญญา ซีรีส์เช่นเดียวกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ บริษัทอยู่ระหว่างการทบทวนและปรับกลยุทธ์การดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการต้นทุน พัฒนาช่องทางการสร้างรายได้ใหม่ และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน เพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

กำไรขั้นต้น และอัตรากำไรขั้นต้น :

ในไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น จำนวน 63.16 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 63.09 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งสอดคล้องกับการเติบโตของรายได้รวมที่ลดลง

บริษัทฯ มีอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาส 1 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 36.23 แม้ว่าจะปรับตัวลดลงจากร้อยละ 54.51 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน การลดลงของอัตรากำไรขั้นต้นมีสาเหตุหลักจากรายได้จากการสนับสนุน (Sponsor) งานประกวด มีสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 ซึ่งเป็นรายได้ที่มีอัตรากำไรสูง ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน ส่งผลให้สัดส่วนรายได้รวมเปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนรายได้จากธุรกิจที่มีอัตรากำไรต่ำกว่า รวมถึงปริมาณการขายที่ชะลอตัว ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการบริหารจัดการต้นทุนอย่างต่อเนื่อง และปรับกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และช่องทางการจำหน่าย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำกำไรและรักษาความสามารถในการแข่งขัน โดยมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตของรายได้และการบริหารอัตรากำไร

กำไรสุทธิ และอัตรากำไรสุทธิ :

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิสำหรับไตรมาส 1 ปี 2569 จำนวน 17.23 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 81.11 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยการลดลงดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกับการลดลงของรายได้รวม ขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร บริษัทฯ ยังคงสามารถบริหารจัดการให้อยู่ในระดับใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

บริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิสำหรับไตรมาส 1 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 9.88 ลดลงจากร้อยละ 28.98 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน การลดลงของอัตรากำไรสุทธิดังกล่าวมีสาเหตุหลักจากการลดลงของรายได้รวม โดยเฉพาะรายได้จากการสนับสนุน (Sponsor) งานประกวด มิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 ซึ่งเป็นแหล่งรายได้ที่มีอัตรากำไรสูง ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างรายได้ที่มีสัดส่วนของธุรกิจที่มีอัตรากำไรต่ำเพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิโดยรวมปรับตัวลดลง

ทั้งนี้ แม้ว่าบริษัทฯ จะสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารให้อยู่ในระดับใกล้เคียงกับปีก่อนได้ แต่ผลกระทบจากการลดลงของรายได้และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างรายได้ดังกล่าว ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิในงวดปัจจุบันปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

กิจกรรมการดำเนินงานที่เกิดขึ้น ไตรมาส 1 ปี 2569

กลุ่มธุรกิจ MGI Commerce

- สินค้าของบริษัทฯ ที่ขายดีที่สุด 5 อันดับ ใน ไตรมาส 1 ปี 2569



อันดับ 1 น้ำพริกปลาสลิด ทุกรสชาติ มูลค่า 11.78 ล้านบาท

อันดับ 2 NangNgam Sunscreen Serum Lifting & Whitening มูลค่า 5.79 ล้านบาท

อันดับ 3 24K Gold Serum Lifting & Whitening มูลค่า 4.03 ล้านบาท

อันดับ 4 น้ำหอม Finverr Eau De Parfum 5 กลิ่น มูลค่า 2.34 ล้านบาท และ

อันดับ 5 NangNgam Neck Serum Lifting & Whitening มูลค่า 1.02 ล้านบาท



Best Seller Award Miss Grand Thailand 2026

การแข่งขันวัดยอดขายสินค้าสุดลงเมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2569 ผู้ที่ได้รับรางวัล Best Seller Award (แชมป์นิกาย) ได้แก่ "หนิง - ปัทมา จิตรสวัสดิ์" (มิสแกรนด์ชลบุรี) จากการคว่ำตำแหน่งนี้ ทำให้เธอได้รับสิทธิ์ Fast Track ผ่านเข้าสู่รอบ Top 11 โดยอัตโนมัติ และ อันดับ 2 ในรอบนี้คือ "แองเจลิกา" (มิสแกรนด์บุรีรัมย์)

กลุ่มธุรกิจ MGI Pageant



First Day Orientation Miss Grand Thailand 2026

เปิดบ้าน MGI" เพื่อต้อนรับผู้เข้าประกวดตัวแทนจากทั้ง 77 จังหวัด โดยบอสณวัฒน์ อิศรโรตีสล (CEO MGI) และ อิงฟ้า วราหะ (ผู้จัดการกองประกวด) วันที่ 23 มกราคม 2569 ณ MGI Hall (ศูนย์การค้า Bravo BKK) ภายใต้คอนเซ็ปต์ "Grand Evolution: Thai Soft Power" ที่ต้องการผลักดันนางงามให้เป็น Diva และผู้นำระดับโลก



Miss Grand Thailand 2026

ผลการประกวด Miss Grand Thailand 2026 ในรอบตัดสินเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2569 ณ MGI Hallคอนเซ็ปต์: "The Evolution" (การวิวัฒนาการ) เพื่อค้นหาสาวงามที่เป็นได้มากกว่านางงาม คือต้องเป็นศิลปินและนักธุรกิจด้วย (4B: Beauty, Body, Brain, Business) Miss Grand Thailand 2026 ได้แก่ หึง - ปัทมา จิตรสวัสดิ์ จังหวัดชลบุรี, รองอันดับ 1 แองเจ - ปณิษา แองเจลิกา ตีมาภค จังหวัดบุรีรัมย์, รองอันดับ 2 ไอลิน - ไอลิน แนบสุข จังหวัดภูเก็ต, รองอันดับ 3 ฟ้าเพชร - ณัฐกฤตา เกิดแก่นจิโรจ จังหวัดสระบุรี, รองอันดับ 4 เนย - นฤมล เฉลิมฤกษ์ จังหวัดสุโขทัย โดย หึง ปัทมา จะเป็นตัวแทนประเทศไทยไปประกวด Miss Grand International 2026 ณ ประเทศอินเดีย ในช่วงเดือน ตุลาคมนี้

กลุ่มธุรกิจ MGI Beyond



กียรติทอง มหาชน ครั้งที่ 11

งานนี้จัดขึ้นเพื่อเชิดชูเกียรติบุคคลที่ทำคุณประโยชน์และเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับสังคมในสาขาต่าง ๆ ซึ่งในปีนี้ทาง MGI คว้ามมาได้ถึง 2 รางวัลใหญ่ คุณณวัฒน์ อิศรโกศล ได้รับรางวัลในสาขา "ผู้บริหารองค์กรดีเด่น" หรือ "ผู้ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและเศรษฐกิจดีเด่น" (ตามผลงานการปั้น Miss Grand Thailand ให้เป็น Soft Power และเป็นโมเดลธุรกิจที่แข็งแกร่ง) และ คุณ กชเบล ศรีธัญรัตน์ (Miss Grand Thailand 2025) ได้รับรางวัลในสาขา "ดาวรุ่งหญิงดีเด่น" หรือ "บุคคลผู้เป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน" ซึ่งเป็นการต่อยอดความสำเร็จหลังจากรับตำแหน่ง และผลงานในวงการบันเทิงตลอดปีที่ผ่านมา เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2569 สถานที่ สโมสรทหารบก (วิภาวดี)



BELLMA 1st Fan Meeting in Manila

เป็นการพบปะแฟนคลับอย่างเป็นทางการครั้งแรกของ เบลล่า-มาลิน ชระอนันต์ (Miss Grand Thailand 2024) ในประเทศฟิลิปปินส์ วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2569 สถานที่ Viva Cafe ใน Cubao, Quezon City ประเทศฟิลิปปินส์ เป็นงานแฟนมิตติงขนาดอบอุ่นที่จัดขึ้นในบรรยากาศคาเฟ่ เพื่อให้แฟน ๆ ชาวฟิลิปปินส์ได้ใกล้ชิดกับเบลล่า



Boss FanMeet

วันที่จัดงาน: 14 กุมภาพันธ์ 2569 (วันวาเลนไทน์) สถานที่ MGI Hall ศูนย์การค้า Bravo BKK ชื่อธีม "วาเลนไทน์นี้ชิมพู่ กับ Boss FanMeet คุณณวัฒน์ อีสรโกรสี มาร่วมพูดคุย อัปเดตทิศทางขององค์กร และทิศทางของ Miss Grand Thailand 2026 ศิลปินร่วมงาน มีการรวมตัวของด้อมใหญ่ ทั้ง ด้อมบอส (Boss Family), อิงฟ้า วราหะ และศิลปินในสังกัดอย่าง อาม ชุตินา, นนิง ปัทมา รวมถึง กชเบล ศรีธัญรัตน์ (MGT 2025) โซว์พิเศษ มีการแสดงจากกลุ่มผู้เข้าประกวด Grand Voice และการแสดง "แกรนด์การละคร" ที่สร้างความสนุกสนานให้แฟนคลับ



Engfa's 31st Birthday

วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2569 สถานที่: MGI Hall, ชั้น 6 ศูนย์การค้า Bravo BKK ธีมงาน (Dress Code): "ศิลปินในตำนาน สานฝันวัยเด็ก" ให้แฟนคลับและแขกรับเชิญแต่งตัวเลียนแบบศิลปินที่ตัวเองชื่นชอบในวัยเด็ก แขกรับเชิญไฮไลท์ แม่ฮาย - อาภาพร นครสวรรค์: ศิลปินต้นแบบที่อิงฟ้ารักและเคารพ มาร่วมเซอร์ไพรส์สร้างความสุขบนเวที ครอบครัวม GI: เพื่อนพี่น้องในวงการมิสแกรนด์ที่มาร่วมตัวกันอย่างคับคั่ง อิงฟ้าพูดคุยความในใจและขอบคุณกลุ่ม "อิงฟ้ามหาชน" ที่คอยซัพพอร์ตเธออย่างเหนียวแน่นมาตลอดจนถึงวัย 31 ปี



"รัก" (The Marriage)

อิงฟ้า วราหะ รับบทเป็น "มาลี" กำหนดฉายอย่างเป็นทางการในวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2569 บทบาท "มาลี" อิงฟ้าได้รับบทนำที่ท้าทายฝีมือการแสดงมากที่สุดครั้งหนึ่ง โดยรับบทเป็นผู้หญิงที่ต้องพิสูจน์คุณค่าของตัวเองท่ามกลางค่านิยมและ "รัก" ที่สังคมยึดเหนี่ยวให้ ในวันแรกที่เข้าฉาย แฟนคลับกลุ่ม "อิงฟ้ามหาชน" ต่างพากันเหมาโรงภาพยนตร์ และจัดโปรเจกต์ชีพพอร์ด ทีมงานและนักแสดงนำมีกิจกรรมเดินสายพบปะผู้ชม (Greetings) เพื่อขอบคุณกระแสตอบรับที่ทำให้หนึ่งฟงทะยานสู่ยอดรายได้หลักหลายสิบล้านตั้งแต่วันแรกๆ



Nine Entertain Awards 2026

จัดขึ้นเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2569 ถือเป็นคำคืนที่น่าภาคภูมิใจของครอบครัวมิสแกรนด์ และเป็นอีกก้าวสำคัญของอิงฟ้า วราหะ ในฐานะนักแสดง อิงฟ้าคว้าตำแหน่งนี้ไปครองได้อย่างสมศักดิ์ศรี จากผลงานการแสดงที่โดดเด่นตลอดปีรางวัลนักแสดงหญิงแห่งปี (Female Artist of the Year) อิงฟ้าปรากฏตัวในชุดราตรีที่สง่างามและทรงพลัง (สมคอนเซปต์

"The Star") ท่ามกลางเสียงเชียร์สนับสนุนจากแฟนคลับ "อิงฟ้ามหาชน" ที่มารอรับหน้างานอย่างหนาแน่น อิงฟ้า วราหะ ได้ร่วมโชว์กับตัวพ่อวงการเรีอย่าง กอล์ฟ F.HERO (พิทกั้งฮีโร่) เพลง "ด้วยหัวใจ"



Gala Premiere ภาพยนตร์เรื่อง "อึ้งหล่อเอ๋รี เกาหลีโอปป้า"

งานนี้ถือเป็นก้าวสำคัญของสเน็กอัจฉริยะในฐานะนางเอกภาพยนตร์แบบเต็มตัวโดยงานจัดขึ้นที่โรงภาพยนตร์ เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ รัชโยธิน ซึ่งบรรยากาศในวันนั้นเต็มไปด้วยความคึกคัก มีทั้งเหล่านักแสดงนำอย่าง สเน็ก อัจฉริยะ, พีซง (อีลฮงมิน), พีจี๊ด ไปงกลางสะออน รวมถึงครอบครัวมิสแกรนด์และแฟนคลับที่ไปให้กำลังใจกันล้นหลาม สำหรับตัวภาพยนตร์ ได้เข้าฉายจริงทั่วประเทศไปเมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2569

กลุ่มธุรกิจ THE Grand Clinic



งานเปิดตัว "The Grand Clinic" (เดอะ แกรนด์ คลินิก)

เป็นก้าวสำคัญของบริษัท มิสแกรนด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) หรือ MGI ที่ขยายอาณาจักรจากวงการนางงามเข้าสู่ธุรกิจสุขภาพและความงาม วันที่จัดงาน 19 มีนาคม 2026 สถานที่: ศูนย์การค้า เดอะวอล์ค (The Walk) เกษตร-นวมินทร์ นำโดย คุณณวัฒน์ อิศรโรตีสถิต ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร MGI ซึ่งได้เปิดตัวทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ อาทิเช่น "หมอฟอส" นพ.ชยุตม์ ตั้งต่อสกุล และ "หมอมิว" พญ.ภิเชษชนม์ ภัทรกุล และภายในงานมีผู้เข้าชมกว่า 77 จังหวัดในปี 2026 ได้เข้าร่วมงานเปิดตัวครั้งนี้ ทำให้บรรยากาศคึกคักและเป็นที่สนใจของสื่อมวลชนอย่างมาก โดยถือเป็นจุดเริ่มต้นของการยกระดับ MGI จากธุรกิจนางงามสู่ธุรกิจ Holistic Wellness & Anti-Aging

การวิเคราะห์ทางการเงิน

หน่วย : ล้านบาท

ผลดำเนินงาน ไตรมาส 1 ปี 2569	3M 2568	3M 2569	เปลี่ยนแปลง (%)
รายจากการขายและบริการ	313.29	173.32	-44.68%
ต้นทุนขายและบริการ	141.69	110.16	-22.25%
กำไรขั้นต้น	171.60	63.16	-63.19%
รายได้อื่น-รวมรายได้ทางการเงิน	1.55	0.84	-45.81%
ค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่าย	42.17	23.62	-43.99%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	16.35	15.51	-5.14%
ส่วนแบ่งขาดทุนกิจการร่วมค้า	(0.75)	0.42	-156.00%
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	0.00	-1.69	100.00%
กำไรจากการดำเนินงาน	113.88	23.61	-79.27%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	22.65	6.38	-71.83%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	91.23	17.23	-81.11%

รายได้รวม :

บริษัทฯ มีรายได้จากการประกอบธุรกิจ โดยแบ่งธุรกิจออกเป็น 5 ประเภทดังนี้

กลุ่มธุรกิจ MGI COMMERCE

รายได้จากการขายสินค้า สินค้าของบริษัทฯแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. สินค้าอุปโภค ไตรมาส 1 ปี 2569 มีรายได้จำนวน 50.90 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 28.59 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า การปรับตัวลดลงของรายได้ดังกล่าวมีสาเหตุหลักจากการเปลี่ยนแปลงของสภาวะการแข่งขันในตลาดออนไลน์ที่มีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล และการบริหารจัดการสินค้าอย่างเป็นระบบ บริษัทฯ เชื่อว่าการปรับกลยุทธ์ดังกล่าวจะช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจเชิงพาณิชย์ และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนท่ามกลางการแข่งขันในตลาดดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง

2. สินค้าบริโภค ไตรมาส 1 ปี 2569 มีรายได้จำนวน 30.11 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 38.30 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า การปรับตัวลดลงของรายได้ดังกล่าวมีสาเหตุหลักจากสภาวะการแข่งขันในตลาดออนไลน์ที่ยังคงมีความเข้มข้น ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้ความถี่ในการตัดสินใจซื้อและมูลค่าการสั่งซื้อเฉลี่ยปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์การขายเชิงพาณิชย์อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์และแพลตฟอร์มดิจิทัล ควบคู่กับการพัฒนากิจกรรม

การตลาดเชิงโต้ตอบ (Interactive Marketing) เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยการนำเสนอสินค้าแบบเรียลไทม์ ควบคู่กับการสื่อสารเชิงเนื้อหาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและศิลปินในสังกัด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกระตุ้นยอดขายและสร้างการรับรู้แบรนด์ในวงกว้าง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงใช้ศักยภาพของศิลปินในสังกัดเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการตลาด โดยศิลปินมีบทบาทในการสร้างคอนเทนต์ การสื่อสารแบรนด์ และการนำเสนอสินค้าในรูปแบบที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ เชื่อว่าการบูรณาการกลยุทธ์ด้าน Live Commerce การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การใช้ศักยภาพศิลปินในสังกัด และการบริหารช่องทางการขายดิจิทัลอย่างเป็นระบบ จะช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจเชิงพาณิชย์ และสนับสนุนการเติบโตของรายได้

กลุ่มธุรกิจ MGI BEYOND

1. รายได้จากธุรกิจสื่อและบันเทิง

ใน ไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้ จำนวน 5.57 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 84.73 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้รายได้ลดลงในกลุ่มนี้ ผลมาจากในงวดปัจจุบันไม่มีการรับรู้รายได้จากสัญญาซีรีส์ เช่นเดียวกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

2. รายได้จากธุรกิจบริหารจัดการศิลปิน

ในไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการบริหารจัดการศิลปินจำนวน 25.96 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.03 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า การเติบโตดังกล่าวสะท้อนถึงประสิทธิภาพในการดำเนินกลยุทธ์การบริหารศิลปินของบริษัทฯ ที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ปรับแนวทางการบริหารศิลปินให้มีความหลากหลายและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ผ่านการส่งเสริมให้ศิลปินมีบทบาทในการแสดงผลงานในสื่อหลากหลายรูปแบบ อาทิ ละคร ภาพยนตร์ และรายการบันเทิงต่าง ๆ ซึ่งช่วยเพิ่มการรับรู้ในวงกว้างและเสริมสร้างฐานแฟนคลับอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

นอกจากนี้ การเติบโตของรายได้ในส่วนดังกล่าวยังสะท้อนให้เห็นว่าความต้องการใช้ศิลปินเพื่อการสื่อสารทางการตลาดและการโฆษณา ยังคงมีอย่างต่อเนื่อง แม้อายุได้ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว โดยแบรนด์และผู้ประกอบการยังคงให้ความสำคัญกับการใช้ศิลปินและบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นสื่อกลางในการเข้าถึงผู้บริโภคและสร้างการรับรู้ ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจบริหารศิลปินของบริษัทฯ

กลุ่มธุรกิจ MGI PAGEANT

รายได้จากธุรกิจการจัดประกวด

ในไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการจัดประกวดจำนวน 58.79 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 54.43 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีปัจจัยหลักจากรายได้จากผู้สนับสนุน (Sponsor) ที่ปรับตัวลดลง อันเป็นผลจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ส่งผลให้กลุ่มลูกค้าธุรกิจมีการปรับลดงบประมาณด้านการตลาดและการโฆษณา ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินนโยบายบริหารจัดการต้นทุนการจัดงานอย่างเข้มงวด โดยอาศัยความร่วมมือกับคู่ค้าหลักในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดงานให้ได้ดีขึ้นควบคู่ไปกับการบริหารต้นทุนให้เหมาะสมสอดคล้องกับรายได้ กับภาวะเศรษฐกิจ และรักษา

ระดับความสามารถในการทำกำไรของการจัดประกวด มิสแกรนด์ ไทยแลนด์ 2026 นอกจากนี้ ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมที่มีความท้าทายยังส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมในวงกว้าง ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่กดดันรายได้จากการจัดประกวดในงวดปัจจุบัน

กลุ่มธุรกิจ THE GRAND CLINIC

รายได้จากให้บริการเสริมความงาม (เดอะแกรนด์คลินิก)

ไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัท เดอะแกรนด์ คลินิก จำกัด ซึ่งเป็น บริษัทย่อย ของ บริษัท มิสแกรนด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) มีรายได้จากการให้บริการเสริมความงาม จำนวน 0.24 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทเพิ่งเริ่มเปิดดำเนินการคลินิกอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2569 ภายหลังจากการเปิดให้บริการ บริษัทได้รับการตอบรับที่ดีจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยมีความต้องการใช้บริการในระดับที่น่าพอใจ สะท้อนจากยอดการจองและการชำระค่าบริการล่วงหน้าประมาณ 1.3 ล้านบาท ภายในระยะเวลาอันสั้นหลังการเปิดดำเนินการ ซึ่งแสดงถึงศักยภาพของธุรกิจในการสร้างรายได้ในระยะถัดไป ทั้งนี้ รายได้จากการรับชำระล่วงหน้าดังกล่าวจะทยอยรับรู้เป็นรายได้เมื่อมีการให้บริการ ซึ่งสนับสนุนให้บริษัทมีฐานรายได้ที่ชัดเจนและสามารถคาดการณ์ได้ในระยะสั้น ขณะเดียวกัน ธุรกิจเสริมความงามยังมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น บริษัทฯ มีแผนพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการบริหารคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า และสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจให้มีความมั่นคงและยั่งยืน

กลุ่มธุรกิจ MGI X

รายได้จากการให้บริการเทคโนโลยี สารสนเทศ

ในไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัท เอ็มจีไอ เอ็กซ์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บริษัท มิสแกรนด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) มีรายได้จากการให้บริการจำนวน 0.03 ล้านบาท ทั้งนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างการพัฒนา Platform สำหรับการให้บริการ ส่งผลให้รายได้จากการให้บริการเชิงพาณิชย์ยังอยู่ในระดับไม่มีนัยสำคัญ โดยรายได้ที่รับรู้ในงวดปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นการให้บริการระหว่างกันภายในกลุ่มบริษัท เพื่อทดสอบและปรับปรุงระบบให้มีความเสถียรและพร้อมสำหรับการให้บริการเชิงพาณิชย์ในอนาคต

รายได้บริการอื่น

รายได้จากธุรกิจการเช่าช่วง MGI Hall

ในไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการให้เช่าพื้นที่ MGI Hall จำนวน 1.59 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 58.16 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยการปรับตัวลดลงดังกล่าวมีสาเหตุหลักจากการที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อดำเนินกิจกรรมภายในของบริษัทเพิ่มมากขึ้น อาทิ การจัดงานประกวด งานอีเวนต์ และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

หน่วย : ล้านบาท

รายได้แยกตามประเภทธุรกิจ	3M 2568	3M 2569	เปลี่ยนแปลง (%)
MGI Commerce			
- สินค้าอุปโภค	71.28	50.90	-28.59%
- สินค้าบริโภค	48.80	30.11	-38.30%
MGI Beyond			
- รายได้สื่อและบันเทิง	36.48	5.57	-84.73%
- รายได้จากการบริหารศิลปิน	23.81	25.96	9.03%
MGI Pageant			
- รายได้จากการจัดประกวด	129.02	58.79	-54.43%
The Grand Clinic			
- รายได้จากการให้บริการคลินิกเสริมความงาม	-	0.23	100.00%
MGI X			
- รายได้จากการให้บริการ Platform	-	0.03	100.00%
รายได้บริการอื่น			
- รายได้จากการเช่าช่วง MGI Hall	3.80	1.59	-58.16%
- รายได้บริการอื่น ๆ	0.10	0.14	65.00%
รายได้อื่น-ไม่รวมรายได้ทางการเงิน	1.53	0.83	-45.75%
รายได้รวม	314.82	174.15	-44.68%

ค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่าย :

ในไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่ายจำนวน 23.62 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 43.99 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากรายได้จากการขายสินค้าที่ปรับตัวลดลง ส่งผลให้ค่าธรรมเนียมแพลตฟอร์มที่ผันแปรตามยอดขายลดลงตามไปด้วย นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้บริหารจัดการค่าใช้จ่ายด้านโฆษณาและกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่ายได้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวทางการบริหารต้นทุนและรักษาประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัทฯ

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร :

ในไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 15.51 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5.14 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยปัจจัยสำคัญมาจากการได้รับชำระหนี้คืนจากลูกค้าที่บริษัทฯ เคยตั้งสำรองหนี้สูญไว้ ส่งผลต่อการบริหารต้นทุนและประสิทธิภาพทางการเงินของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายอย่างรอบคอบภายใต้ระบบควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพและการกำกับดูแลด้านการใช้จ่ายอย่างเหมาะสม ส่งผลให้สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะท้อนถึงวินัยทางการเงินที่ดีและแนวทางการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการรักษาความสามารถในการทำกำไรและเสถียรภาพทางการเงินอย่างยั่งยืน

ส่วนแบ่งขาดทุนจากกิจการร่วมค้า :

ในไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทฯ รับรู้ส่วนแบ่งกำไรจากกิจการร่วมค้าจำนวน 0.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนซึ่งรับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจำนวน 0.75 ล้านบาท โดยการปรับตัวดีขึ้นดังกล่าวเป็นผลจากผลการดำเนินงานของกิจการร่วมค้าที่สามารถสร้างกำไรจากการดำเนินธุรกิจซื้อและจำหน่ายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาวะตลาดและการบริหารต้นทุนอย่างเหมาะสม ส่งผลให้สามารถเพิ่มความสามารถในการทำกำไรได้ดีขึ้น ทั้งนี้ ลักษณะการดำเนินงานที่ใช้เงินลงทุนในระดับไม่สูง ช่วยเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารธุรกิจและสนับสนุนผลตอบแทนจากการลงทุนของบริษัทฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

รายได้ทางการเงิน และต้นทุนทางการเงิน :

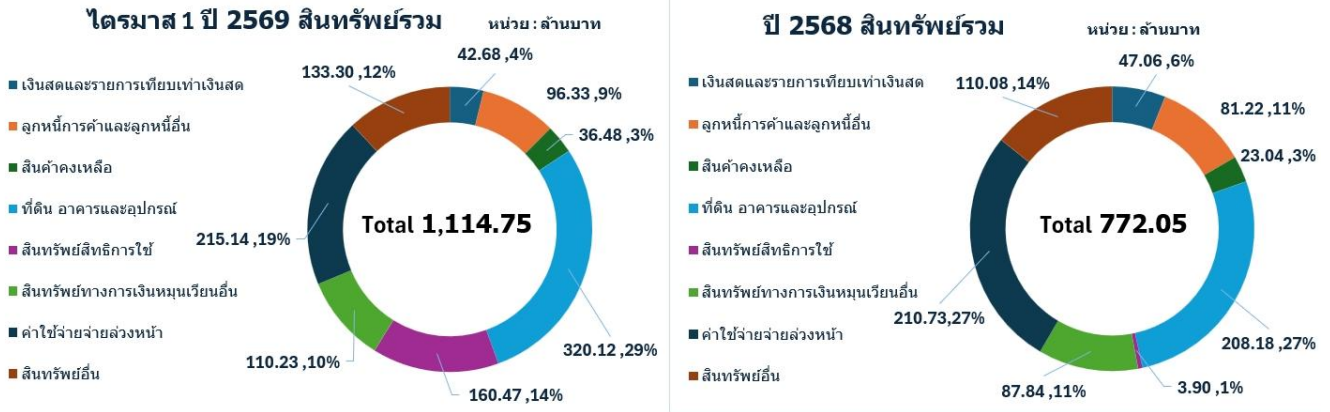
ในไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้ทางการเงินเฉพาะจากดอกเบี้ยเงินฝากเท่านั้น โดยไม่มีการกู้ยืมเงินหรือการระดมเงินที่ต้องชำระ ส่งผลให้รายการทางการเงินในส่วนนี้ไม่มีนัยสำคัญต่อโครงสร้างงบการเงินโดยรวม ต้นทุนทางการเงินในไตรมาส 1 ปี 2569 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากการเข้าซื้อสินทรัพย์ MGI Hall ซึ่งส่งผลให้บริษัทฯ ต้องรับรู้สิทธิการใช้สินทรัพย์และหนี้สินตามสัญญาเช่า อันเป็นผลให้มีการรับรู้ดอกเบี้ยจากหนี้สินตามสัญญาเช่าเพิ่มขึ้น ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 (IFRS 16)

กำไรสุทธิ และอัตรากำไรสุทธิ :

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิสำหรับไตรมาส 1 ปี 2569 จำนวน 17.23 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 81.11 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสอดคล้องกับทิศทางรายได้รวมที่ปรับตัวลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารให้ลดลงจากงวดเดียวกันของปีก่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับอัตรากำไรสุทธิในไตรมาส 1 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 9.88 ลดลงจากร้อยละ 28.98 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักจากการลดลงของรายได้ที่มีอัตรากำไรสูง โดยเฉพาะรายได้จากการสนับสนุน (Sponsor) งานประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 2026 ประกอบกับโครงสร้างรายได้ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีสัดส่วนรายได้จากธุรกิจที่มีอัตรากำไรต่ำเพิ่มขึ้น แม้ว่าบริษัทฯ จะยังคงรักษาวินัยในการบริหารค่าใช้จ่ายได้อย่างต่อเนื่อง แต่จากผลกระทบของรายได้ที่ลดลงและโครงสร้างรายได้ดังกล่าว ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิในงวดนี้ปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

การวิเคราะห์ ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ



สินทรัพย์ :

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมจำนวน 1,114.75 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 342.70 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568 สะท้อนถึงการขยายตัวของฐานสินทรัพย์ตามแผนการลงทุนเชิงกลยุทธ์ของบริษัทฯ การเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ดังกล่าวมีปัจจัยหลักจากการเข้าลงทุนในสินทรัพย์อาคารจัดงาน MGI Hall รวมถึงการรับรู้สิทธิการใช้สินทรัพย์ตามสัญญาเช่า ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้อง รายละเอียดการเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์สำคัญ มีดังนี้

1. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดจำนวน 42.68 ล้านบาท ลดลง 4.38 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ณ สิ้นปี 2568 ไม่ได้เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ เป็นการบริหารปกติของบริษัทฯ

2. ลูกหนี้การค้า ณ 31 มีนาคม 2569 มีจำนวน 96.33 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15.11 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ณ สิ้นปี 2568 ยอดลูกหนี้ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับรายได้จากผู้สนับสนุนการประกวด เช่น Miss Grand Thailand และ Miss Universe Thailand ซึ่งอยู่ระหว่างกระบวนการเรียกเก็บตามเงื่อนไขในสัญญา ทั้งนี้ บริษัทฯ มีระบบบริหารจัดการลูกหนี้ที่มีประสิทธิภาพ

3. สินค้าคงเหลือ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 มีจำนวน 36.48 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 13.14 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ณ สิ้นปี 2568 โดยการเพิ่มขึ้นดังกล่าวมีสาเหตุหลักจากการรับมอบสินค้าจากคู่ค้าที่เป็นผู้สนับสนุนที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายความหลากหลายของสินค้าของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการบริหารจัดการสินค้าคงเหลืออย่างเหมาะสม เพื่อให้สอดคล้องกับแผนการลงทุน และเพิ่มประสิทธิภาพในการระบายสินค้าในอนาคต

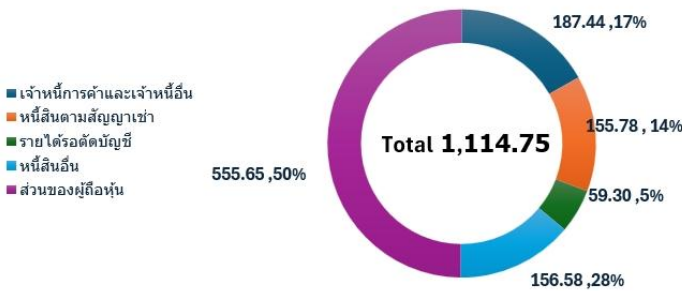
4. ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ณ 31 มีนาคม 2569 มีจำนวน 320.12 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 111.95 ล้านบาท จาก ณ สิ้นปี 2568 โดยบริษัทฯ มีการซื้อสินทรัพย์ขนาดใหญ่เพิ่มเติมในส่วนของอาคารจัดแสดง MGI Hall ทำให้มูลค่าสินทรัพย์เพิ่มขึ้นในช่วงปี

5. สินทรัพย์สิทธิการใช้ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 มีจำนวน 160.47 ล้านบาท ซึ่งเป็นรายการที่รับรู้ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 (TFRS 16) โดยเพิ่มขึ้นในไตรมาส 1 ปี 2569 การเพิ่มขึ้นดังกล่าวมีสาเหตุจากการเข้าลงทุนในทรัพย์สินและสิทธิการเช่าของ MGI Hall ส่งผลให้บริษัทฯ ต้องรับรู้สินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่า โดยอายุสัญญาเช่าคงเหลือประมาณ 11 ปี 11 เดือน ตามเงื่อนไขของสัญญาเดิม

6. สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียน 31 มีนาคม 2569 มีจำนวน 110.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22.40 ล้านบาท จาก ณ สิ้นปี 2568 เพิ่มขึ้นสาเหตุเกิดจาก บริษัทมีการดำเนินการซื้อเงินลงทุนในกองทุนระยะสั้น เพื่อหาผลตอบแทนที่สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร

7. ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า ณ 31 มีนาคม มีจำนวน 210.74 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.41 ล้านบาท จาก ณ สิ้นปี 2568 รายการนี้เพิ่มขึ้นอย่างไม่มีนัยสำคัญ เป็นการบริหารจัดการปกติของการดำเนินการของบริษัทฯ

ไตรมาส 1 ปี 2569 หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น หน่วย: ล้านบาท



ปี 2568 หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น หน่วย: ล้านบาท



หนี้สิน :

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมจำนวน 559.11 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 331.01 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ณ สิ้นปี 2568 โดยการเพิ่มขึ้นดังกล่าวมีสาเหตุหลักจากภาระการชำระหนี้จากการเข้าซื้อทรัพย์สินและสิทธิการเช่าในอาคารของ MGI Hall และบันทึกการรับรู้หนี้สินตามสัญญาเช่า ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 (TFRS 16) ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 มีจำนวน 555.68 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 11.71 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ณ สิ้นปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักจากผลกำไรจากการดำเนินงานในไตรมาส 1 ปี 2569

1. เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 มีจำนวน 187.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 164.94 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ณ สิ้นปี 2568 โดยการเพิ่มขึ้นดังกล่าวมีสาเหตุหลักจากภาระผูกพันที่ต้องชำระในอาคารจากการเช่าลงทุนในทรัพย์สินและสิทธิการเช่าของ MGI Hall จำนวน 128.40 ล้านบาท นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีนโยบายบริหารเงินทุนหมุนเวียนโดยการขยายระยะเวลาเครดิตกับคู่ค้า เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นด้านกระแสเงินสด และเสริมประสิทธิภาพในการบริหารสภาพคล่องให้สามารถสร้างผลตอบแทนจากเงินสดในมือได้อย่างเหมาะสม

2. รายได้รอตัดบัญชี ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 มีจำนวน 59.30 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.34 ล้านบาท จากสิ้นปี 2568 รายได้รอตัดบัญชีเกิดจากการที่บริษัทฯ ได้รับเงินล่วงหน้าจากหลายแหล่งรายได้ อาทิ ค่าลิขสิทธิ์รายการ Miss Grand Thailand (MGT) และ Miss Grand International (MGI) ค่าสนับสนุนการจัดประกวด และค่าบริการจัดการศิลปินรายได้ดังกล่าวยังไม่ถึงเกณฑ์การรับรู้ตามมาตรฐานบัญชี จึงถูกบันทึกเป็นรายได้รอตัดบัญชี และจะทยอยรับรู้เป็นรายได้ในงวดถัดไป สะท้อนถึงกระแสเงินสดล่วงหน้าที่จะช่วยเสริมสภาพคล่องของบริษัท

3. เงินกู้ยืมจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 จำนวน 125 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ได้กู้ยืมเงินเพื่อใช้ลงทุนในลิขสิทธิ์การจัดประกวด มิสยูนิเวิร์ส ไทยแลนด์ ระยะ 5 ปี (2568–2572) โดยมีอัตราดอกเบี้ย 2.5% ต่อปี และอายุสัญญาไม่เกิน 2 ปี อย่างไรก็ตาม ณ สิ้นปี 2568 โครงสร้างหนี้สินโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ สะท้อนการบริหารภาระหนี้ที่รอบคอบ และความสามารถในการบริหารกระแสเงินสดจากการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. หนี้สินตามสัญญาเช่า ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 มีจำนวน 155.78 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 151.75 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ณ สิ้นปี 2568 โดยเป็นรายการที่รับรู้ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 (IFRS 16) การเพิ่มขึ้นดังกล่าวมีสาเหตุหลักจากการเข้าลงทุนในทรัพย์สินและสิทธิการเช่าของ MGI Hall ส่งผลให้บริษัทฯ ต้องรับรู้หนี้สินตามสัญญาเช่าที่เกี่ยวข้อง โดยมีอายุสัญญาเช่าคงเหลือประมาณ 11 ปี 11 เดือน ตามเงื่อนไขของสัญญาเดิม

ส่วนของผู้ถือหุ้น :

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 มีจำนวน 555.65 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 11.71 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนสอดคล้องกับกำไรสุทธิที่เติบโตในไตรมาส 1 ปี 2569

การวิเคราะห์ กระแสเงินสดของบริษัทฯ

หน่วย : ล้านบาท

งบกระแสเงินสด	ไตรมาส 1 ปี 2568	ไตรมาส 1 ปี 2569
กระแสเงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน)		
กิจกรรมดำเนินงาน	(188.93)	28.60
กระแสเงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมลงทุน	103.01	(30.78)
กระแสเงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน	140.00	(2.21)
กระแสเงินสดสุทธิเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	54.08	(4.38)

กระแสเงินสดสุทธิ :

ในไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิลดลงจำนวน 4.38 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีสาเหตุหลักจากการบริหารโครงสร้างเงินลงทุนของบริษัทฯ ซึ่งมีการนำเงินสดส่วนหนึ่งไปลงทุนในกองทุนระยะสั้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารสภาพคล่องและผลตอบแทนจากเงินลงทุน

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน :

ในไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงานจำนวน 28.60 ล้านบาท โดยกระแสเงินสดดังกล่าวมีปัจจัยหลักจากผลการดำเนินงานและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงมีการผูกพันในการชำระค่าใช้จ่ายในอนาคต โดยได้กำหนดแนวทางในการบริหารสภาพคล่องอย่างเหมาะสม อาทิ การบริหารจัดการเงื่อนไขเครดิตทางการค้ากับคู่ค้า เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นด้านกระแสเงินสดและเสริมสร้างประสิทธิภาพในการบริหารเงินทุนหมุนเวียนในระยะยาว

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน :

ในไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดใช้ไปจากกิจกรรมลงทุนจำนวน 30.78 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการนำเงินสดไปลงทุนในกองทุนระยะสั้นเพื่อบริหารสภาพคล่องและเพิ่มผลตอบแทนจากเงินทุน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ได้แก่ เครื่องมือทางการแพทย์ และการปรับปรุงสถานที่เพื่อรองรับการดำเนินงานของบริษัท เดอะแอนด์คลินิก จำกัด

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน :

ในไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดใช้ไปจากกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 2.21 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการชำระเงินตามสัญญาเช่าพื้นที่ของ Bravo BKK ซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้พื้นที่ MGI Hall โดยรายการดังกล่าวเป็นไปตามเงื่อนไขของสัญญาเช่าที่บริษัทฯ ได้ทำไว้