The ONE Enterprise Public Company Limited

บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

(“ONEE”)

คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 3 ปี 2569

สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

บทสรุปผู้บริหาร

ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ และกลยุทธ์ทางธุรกิจของกลุ่มบริษัท



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

ทางบริษัทได้แบ่งกลุ่มธุรกิจหลักออกเป็น 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

ภาวะเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรม ที่มีผลต่อการดำเนินงานในไตรมาส 3 ปี 2569

ปัจจัยเศรษฐกิจมหภาค

1. สภาวะการบริโภคภาคเอกชนและการกระจายงบการตลาดของภาคธุรกิจ

ในไตรมาส 3/2569 แม้ภาพรวมกำลังซื้อและการบริโภคภาคเอกชนยังคงได้รับแรงกดดันจากภาวะค่าครองชีพสูงและแรงกดดันด้านหนี้ครัวเรือน ส่งผลให้ภาคธุรกิจและแบรนด์สินค้าชั้นนำจัดสรรงบประมาณทำการตลาดอย่างระมัดระวังและมุ่งเน้นความคุ้มค่าสูงสุด แต่สภาวะดังกล่าวยังเปิดโอกาสให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารการตลาดไปสู่การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจง (Targeted Marketing) ผ่านการผสมผสานสื่อหลากหลายช่องทางเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งบประมาณในสภาวะตลาดชะลอตัว ปัจจัยดังกล่าวส่งผลกระทบโดยตรงต่อความท้าทายในการรับรู้รายได้จากโฆษณาในภาพรวมของอุตสาหกรรม รวมถึงกลุ่มบริษัทที่ต้องเผชิญกับระยะเวลาการตัดสินใจใช้งบของลูกค้าที่ยาวนานขึ้นและกระจายตัวตามสภาวะเศรษฐกิจ

2. ทิศทางอัตราดอกเบี้ยและนโยบายการเงินกับการบริหารต้นทุนทางการเงิน

แม้แนวโน้มอัตราดอกเบี้ยนโยบายจะเริ่มทรงตัว แต่ระดับอัตราดอกเบี้ยในตลาดเงินที่ยังคงอยู่ในระดับสูง ยังคงส่งผลกระทบต่อต้นทุนทางการเงินและการบริหารสภาพคล่องของภาคธุรกิจในภาพรวม ปัจจัยดังกล่าวกดดันให้บริษัทต่างๆ ต้องเพิ่มความระมัดระวังในการจัดสรรเงินทุนและการลงทุนใหม่ อย่างไรก็ดี สำหรับกลุ่มบริษัทที่มีสถานะทางการเงินแข็งแกร่งและมีภาระหนี้สินต่ำยังคงเน้นการบริหารจัดการกระแสเงินสดจากการดำเนินงานอย่างรัดกุม เพื่อรักษาสภาพคล่องและเสถียรภาพทางการเงินให้มีความพร้อมรองรับทุกสภาวะเศรษฐกิจ

3. พฤติกรรมการรับชมตามฤดูกาลและผลกระทบต่อการบริโภคสื่อในบ้าน

ในไตรมาส 3/2569 สภาพอากาศตามฤดูกาลที่เป็นช่วงฤดูฝนส่งผลให้กิจกรรมกลางแจ้งและการเดินทางนอกบ้านของผู้บริโภคชะลอตัวลง หนุนให้ระยะเวลาการเปิดรับสื่อบันเทิงภายในบ้าน (In-Home Media Consumption) ปรับตัวเพิ่มขึ้นตามสถิติทางฤดูกาล ปัจจัยเชิงบวกดังกล่าวนับเป็นปัจจัยเกื้อหนุนเชิงอุตสาหกรรมที่ช่วยเพิ่มโอกาสการเข้าถึงผู้ชม และสร้างอัตราความผูกพัน (Audience Engagement) ซึ่งส่งผลดีโดยตรงต่อปริมาณการบริโภคคอนเทนต์ของกลุ่มบริษัท ผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลายและครอบคลุม ทั้งการออกอากาศทางโทรทัศน์, แพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง, สื่อโซเชียลมีเดีย รวมถึงวิทยุ ในช่วงเวลาดังกล่าว

4. กระแสวัฒนธรรมร่วมสมัยและการขยายตัวของตลาดบันเทิงเฉพาะกลุ่มในระดับภูมิภาค

กระแสความนิยมคอนเทนต์ความหลากหลายทางสังคม โดยเฉพาะซีรีส์กลุ่ม Boy Love และ Girl Love รวมถึงคอนเทนต์เฉพาะกลุ่ม (Segmented Market) ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องในระดับภูมิภาคเอเชียและขยายตัวสู่ตลาดสากล ปัจจัยเชิงบวกดังกล่าวนับเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของอุตสาหกรรมบันเทิงไทยในการส่งออกซอฟต์พาวเวอร์ ซึ่งช่วยเปิดโอกาสทางการค้าในการขยายฐานผู้ชมระหว่างประเทศ การจำหน่ายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ และการสร้างรายได้เกี่ยวเนื่องทางธุรกิจของกลุ่มบริษัทในต่างประเทศได้อย่างกว้างขวางขึ้น

5. การเติบโตของเศรษฐกิจเชิงประสบการณ์และวัฒนธรรมแฟนดอม

แรงขับเคลื่อนจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสนใจกับกิจกรรมความบันเทิงรูปแบบต่างๆ ร่วมกับแรงสนับสนุนอย่างต่อเนื่องของกลุ่มแฟนคลับ ยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ หนุนให้ความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมคอนเสิร์ต อีเวนต์ งานแฟนมีตติ้ง ตลอดจนการบริโภคสินค้าที่เกี่ยวเนื่องกับศิลปินมีอัตราการเติบโตในระดับสูง ปัจจัยเชิงบวกดังกล่าวนับเป็นโอกาสทางธุรกิจสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการสร้างรายได้นอกเหนืองบโฆษณาให้แก่กลุ่มบริษัท ผ่านสายงานจัดกิจกรรมและการบริหารจัดการศิลปินอย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยอุตสาหกรรมที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน

1. ภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อโฆษณา

อุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในไตรมาส 3/2569 เผชิญความท้าทายจากระยะเวลาการตัดสินใจใช้จ่ายงบโฆษณาของเจ้าของแบรนด์สินค้าที่ยาวนานขึ้น ส่งผลให้เกิดการปรับรูปแบบการสื่อสารทางการตลาดไปสู่การกระจายงบประมาณผ่านสื่อที่หลากหลาย ทั้งสื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และแพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง (OTT) เพื่อรักษาอัตราการรับรู้ของแบรนด์ (Brand Awareness) ควบคู่กับการสร้างผลลัพธ์ทางการตลาด ผู้ให้บริการสื่อที่มี Ecosystem ครอบคลุมทุกช่องทางและมีฐานผู้ชมเฉพาะกลุ่มที่เหนียวแน่น จึงยังคงเป็นตัวเลือกหลักในการรองรับการกระจายงบโฆษณาในภาพรวมอุตสาหกรรม

2. ภาพรวมอุตสาหกรรม Idol / Influencer

อุตสาหกรรม Idol และ Influencer ในไตรมาส 3/2569 ยังคงเติบโตอย่างมีเสถียรภาพจากการขยายตัวของฐานแฟนคลับทั้งในประเทศและระดับภูมิภาค โดยเฉพาะกระแสความนิยมในตัวศิลปินคู่จิ้นและไอดอลจากซีรีส์กลุ่ม Boy Love และ Girl Love ความต้องการในการใช้บริการศิลปินเพื่อเป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ พรีเซนเตอร์ และร่วมแคมเปญการตลาดดิจิทัลยังคงมีอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วม (Engagement) และกระตุ้นยอดขายในกลุ่มผู้บริโภคที่มีความผูกพันสูง (Brand Loyalty) ส่งผลให้อุตสาหกรรมบริหารจัดการศิลปินที่มีศักยภาพในการสร้างสรรค์คอนเทนต์และพัฒนาศิลปินสามารถสร้างรายได้อย่างสม่ำเสมอ

3. ภาพรวมอุตสาหกรรม Concert & Event

ธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ตและอีเวนต์ในไตรมาส 3/2569 ขับเคลื่อนด้วยกระแสความนิยมและการเติบโตอย่างต่อเนื่องของตัวศิลปิน ซึ่งสามารถสร้างและขยายฐานแฟนคลับอย่างกว้างขวางทั้งในและต่างประเทศ ความต้องการของกลุ่มแฟนคลับที่ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมและรับชมการแสดงสด หนุนให้เกิดการต่อยอดสร้างมูลค่าทางธุรกิจผ่านการจัดงานคอนเสิร์ต งานแฟนมีตติ้ง และกิจกรรมออนกราวด์ในสถานที่จัดแสดงอย่างต่อเนื่อง อุปสงค์ที่แข็งแกร่งนี้ส่งผลให้อุตสาหกรรมการจัดงานแสดงและกิจกรรมบันเทิงสามารถขยายโอกาสทางการค้าและสร้างรายได้จากการมีส่วนร่วมของแฟนคลับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เหตุการณ์สำคัญในไตรมาส 3 ปี 2569

สรุปผลประกอบการและการดำเนินงานสำคัญในไตรมาส 3 ปี 2569

- บริษัทมีรายได้รวม 2,657.83 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 32.42% YoY
- กำไรขั้นต้น 921.12 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 23.06% YoY ตามการเติบโตของรายได้
- กำไรสุทธิ 151.45 ล้านบาท ลดลง 25.69% YoY จาก 203.80 ล้านบาทในไตรมาส 3/2568 จากต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น
- กลุ่มธุรกิจ Content Marketing ทำรายได้ 883.15 ล้านบาท ลดลง 7.99% YoY แต่เพิ่มขึ้น 11.54% QoQ โดยรายได้กลุ่มนี้คิดเป็น 33.29% ของรายได้จากการดำเนินงานรวม
- รายได้จากกลุ่มธุรกิจ Idol Marketing เติบโตโดดเด่น ทำรายได้ 1,707.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 71.32% YoY และ 20.51% QoQ โดยเป็นรายได้หลักของบริษัทในไตรมาสนี้ที่มีสัดส่วนถึง 64.36% ของรายได้จากการดำเนินงานรวม
- กลุ่มธุรกิจ Production Business ทำรายได้ 62.53 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 76.54% YoY
- เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2569 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลจากผลการดำเนินงานในอัตรา 0.02 บาทต่อหุ้น โดยกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิได้รับเงินปันผล (Record Date) ในวันที่ 25 สิงหาคม 2569 และกำหนดจ่ายเงินปันผลในวันที่ 4 กันยายน 2569

Content Marketing Business

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

โดยในไตรมาส 3/2569 มีคอนเทนต์ละครและซีรีส์ยอดนิยม อาทิ **วิมานอากาศ Sky Castle Thailand** ซีรีส์ดรามาเข้มข้นที่ดัดแปลงจากซีรีส์เกาหลี ระดับตำนาน Sky Castle ซึ่งเคยสร้างกระแสโด่งดังไปทั่วเอเชีย นำแสดงโดยเหล่านักแสดงมากฝีมือชั้นนำร่วมด้วยทีมนักแสดงดาวรุ่งรุ่นใหม่, **เหมันต์ตะวันรอน** ละครพีเรียดแอ็กชัน-โรแมนติก, **แดง ไบเล่ย์** ซีรีส์ดรามาพีเรียดจาก oneD Original และนอกจากนี้ยังมีซีรีส์ **Boy Love, Bromance, และ Girl Love** ยอดนิยม อาทิ **อรุณรุ่ง The Edge of Horizon** นำแสดงโดย อิน จักราสินธุ์ และ องศา ธีรัช, **มีสติแล้วลูกพีช Peach and Me** นำแสดงโดย ปอนด์ ณราวิชญ์ และ ภูวินทร์, **WEIRDO-101 แรงโน้มถ่วงระหว่างเรา** นำแสดงโดย ซี เดชชาติ และ คีน สุวิจักขณ์, **You Maniac เดี๋ยวจะรักซะให้บ้า** นำแสดงโดย วิลเลี่ยม จักรภัทร และ เอส ศุภ, **Mr.Kill มังงะสั่งตาย** นำแสดงโดย ดิว จิรวรรตน์ และ ธี ธีรเดช, **Match Point รักนี้ต้องเสิร์ฟ** นำแสดงโดย เตโช และ ปิง กฤตนัน, **จุดจีบสายมู Unlucky Bae** นำแสดงโดย ธรรม ทัพทอง และ แม็ค ณัฐพัชร์, **เงาใต้พระจันทร์ Moonshadow** นำแสดงโดย เอมี่ ทสร และ บอนนี่ ภัทราภัสร์, **Class Crush Crisis เพื่อนสนิทระวังคิดไม่ซื่อ** นำแสดงโดย ยูจีน อัยภณ และ ยูจีน ญาณวัฒน์ และเรื่องอื่นๆ อีกมากมาย



นอกจากละครและซีรีส์ ยังมีรายการวาไรตี้ ที่จับกลุ่มเป้าหมายหลากหลายเช่นกัน อาทิ **The Golden Song เวทีเพลงเพราะ All Stars** รายการประกวดร้องเพลงที่กินใจคนไทยทั้งประเทศเพื่อค้นหานักร้องเสียงทองคำ, **ดวลเพลงชิงทุน** รายการประกวดร้องเพลงที่จะเปลี่ยนเสียงของคุณเป็นทุนตั้งตัว, **กิ๊ซดโอปโซ้ย** รายการรีวิวอาหารแบบใหม่ ที่จะพาคนดูอิ่มไปกับเมนูสุดน่ากิน ที่เฟ้นหามาให้แบบแน่นๆ และความสนุกฉบับเพื่อนซี้ ที่เสิร์ฟให้ไม่หยุดจนต้องขำค้าง, และ **เฮ็ดอย่างเซียนหรั่ง** รายการวาไรตี้แนววิถีไทบ้าน ที่นำโดย “เซียนหรั่ง” พาไปล่าหาวัตถุดิบและทำอาหารสุดแซ่บ พร้อมแขกรับเชิญพิเศษ

รายการข่าวก็ได้รับความนิยมจากผู้ชมทั่วประเทศ จากเนื้อหาที่เข้มข้นและการนำเสนอที่ตรงใจผู้ชม ไม่ว่าจะเป็น **ข่าววันศุกร์** รายการข่าวอันดับ 1 ของประเทศ, **ข่าวเย็นช่องวัน** รายการข่าวอันดับ 2 ของข่าวเย็น, **ข่าวเที่ยงช่องวัน** รายการข่าวอันดับ 3 ในกลุ่มคนเมืองของข่าวเที่ยง และ **เรื่องใหญ่รายวัน** ฮาร์ดทอล์กมาแรง เติบโตต่อเนื่องในกลุ่มคนเมือง



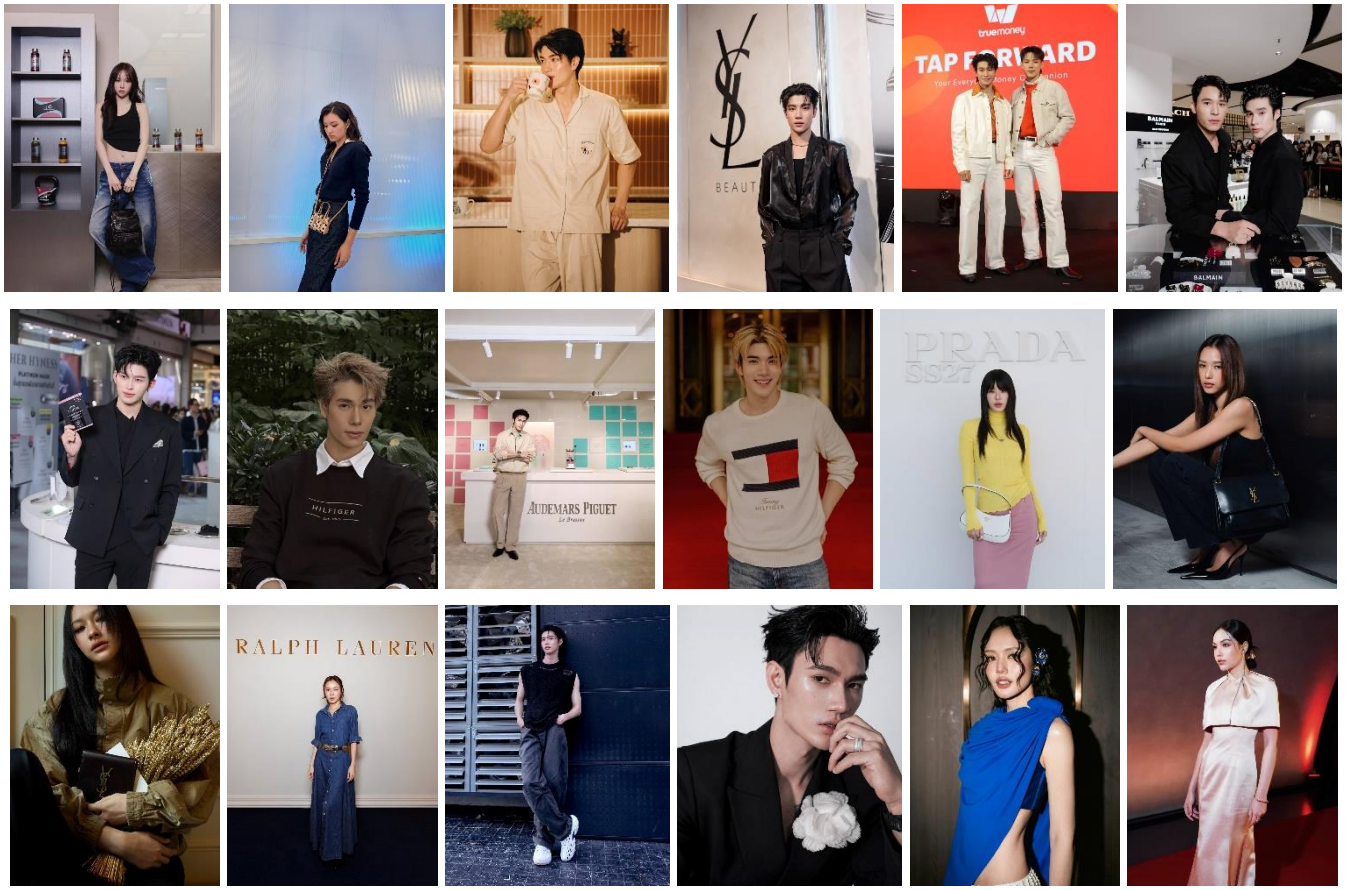
สำหรับธุรกิจวิทยุ กลุ่มบริษัทมีช่องรายการวิทยุซึ่งเป็นช่องวิทยุอันดับต้นๆ ของประเทศไทย อาทิ Green Wave 106.5 และ EFM 94.0 โดยมีรายการต่างๆ ที่ได้รับความนิยมจากผู้ฟังมากมาย เช่น Club Friday, Club Inspired Day, ใต้โต๊ะทำงาน, อังคารคลุมโปง และพุธทอล์ค พุธโทร เป็นต้น รวมทั้งสามารถต่อยอดรายการวิทยุนำไปผลิตเป็น Content หรือจัด Event หารายได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ATIME ยังมีช่องทางฟังวิทยุทางแอพลิเคชัน “AtimeFungfin” อีกช่องทางหนึ่งด้วย



IDOL Marketing Business

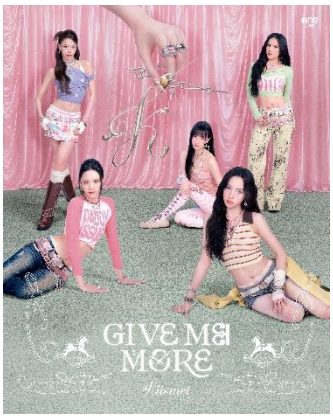
กลุ่มธุรกิจนี้ประกอบไปด้วยธุรกิจบริหารศิลปิน, ธุรกิจ Concert & Event, และธุรกิจขายสินค้า Merchandising ซึ่งเป็นสินค้าที่ระลึกเกี่ยวกับศิลปิน โดยกลุ่มบริษัทมีศิลปิน Idol ที่โด่งดังในสังกัดมากกว่า 300 คน จับกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่หลากหลายและมีกลุ่มแฟนคลับเป็นจำนวนมากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งทำให้สามารถต่อยอดไปยังธุรกิจต่อเนื่อง เช่น Concert & Event โดยศิลปินที่เป็นที่นิยมในไตรมาส 3/2569 อาทิ พรู ภัทรจารีย์, ปาว ปวรดา, อิน-องศา, ต้าห์อู๋-ออฟโรด, เพิร์ล-พีค, ปอนด์-ภูวินทร์, เจมีไนน์-โฟร์ท, น้ำตาล-ฟิล์ม, มิ้ลค์-เลิฟ, พูห์-พาเวล, ลูกหมี-ซอนญ่า, ลิลลี่-เบลเล่, และ ยูจีน-ยูจีน เป็นต้น

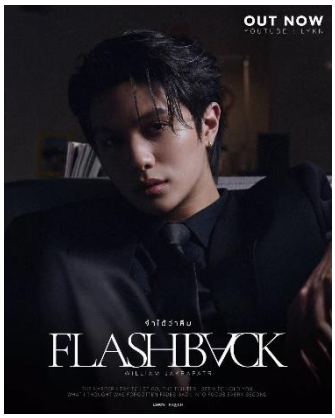
โดยศิลปินของกลุ่มบริษัทรับงานโชว์ตัว, งานพรีเซนเตอร์, Brand Ambassador ให้กับแบรนด์ชั้นนำทั้งประเทศไทยและต่างประเทศมากมาย ในทุกประเภทของกลุ่มสินค้า โดยทางกลุ่มบริษัทมีเกณฑ์ในการคัดเลือกสินค้าที่จะรับงานพรีเซนเตอร์ของศิลปินแต่ละท่านอย่างเฉพาะเจาะจง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของศิลปินอย่างเหมาะสม และพัฒนาต่อเนื่องในระยะยาวตามเส้นทางที่วางแผนร่วมกับศิลปิน



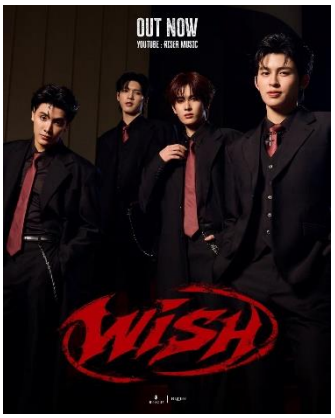
นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังมุ่งเน้นการยกระดับและต่อยอดศักยภาพของศิลปินอย่างรอบด้าน นอกเหนือจากการแสดงละครและซีรีส์ ไปสู่ทักษะด้านการร้อง การเต้น และการเป็นศิลปินเพลง ผ่านค่ายเพลงในเครือที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายอย่างแข็งแกร่ง ได้แก่ One Music, Riser Music และ CHANGE Music พร้อมทั้งเดินหน้าเฟ้นหาและพัฒนาศิลปินหน้าใหม่เข้าสู่ธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมบันเทิงยุคใหม่ ทั้งในรูปแบบศิลปินเดี่ยว วงบอยแบนด์ และเกิร์ลกรุ๊ป อาทิ **พรู ภัทรจารีย์** ที่สร้างชื่อเสียงจากงานแสดงในละคร **วิมานอากาศ Sky Castle Thailand** ควบคู่กับการเป็นสมาชิกวงเกิร์ลกรุ๊ป **Kiismet** ตลอดจนศิลปินดาวรุ่งอย่าง **องศา ธีธัช** ที่โชว์ศักยภาพทั้งด้านการแสดงในซีรีส์ **อรุณรุ่ง The Edge of Horizon** และการถ่ายทอดบทเพลงประกอบซีรีส์ภายใต้สังกัด One Music

ขณะเดียวกันในฝั่ง Riser Music ได้มีการผลักดันวงบอยแบนด์อย่าง **LYKN** ที่เติบโตจากการเป็นศิลปินไอดอลสู่การต่อยอดในงานแสดงซีรีส์ โดยมีสมาชิกที่โดดเด่นอย่าง **วิลเลี่ยม จักรภัทร** รวมถึงวง **JASP.ER** ที่เกิดจากการรวมตัวของนักแสดงที่มีทักษะการร้องการเต้นระดับโดดเด่นในค่าย ได้แก่ **จุง อาเชน**, **อู๋ ธนบูรณ์**, **แซนต้า พงศภัค** และ **ปอนด์ ณราวิชญ์** สะท้อนถึงกลยุทธ์การบริหารจัดการศิลปินที่สร้างความหลากหลาย ผลักดันผลงานข้ามสายงานและขยายฐานแฟนคลับในวงกว้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ









นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังได้ต่อยอดกลยุทธ์ด้วยการนำเสนอศิลปินในรูปแบบ Character Mascot โดยมีตัวอย่างคาแรกเตอร์ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในไตรมาสนี้ อาทิ **Polcasan**, **Permpoon**, **Avocean**, **Look Khunnoo**, **Smyle**, **Neona**, **Lunar** และ **Muvmuv** เป็นต้น ซึ่งได้รับการพัฒนาให้มีทักษะความสามารถเสมือนเป็นศิลปินจริง ทั้งการพูดคุยสื่อสาร การร้อง การเต้น และการแสดงโชว์ ทำให้สามารถร่วมออกงานคอนเสิร์ต กิจกรรมแฟนมีตติ้ง และอีเวนต์ต่างๆ รวมถึงรับงานพรีเซนเตอร์และร่วมมือกับแบรนด์ชั้นนำ ได้อย่างเต็มรูปแบบ ทั้งนี้ Mascot ถือเป็นสินทรัพย์ทางปัญญาและไอดอลรูปแบบใหม่ของกลุ่มบริษัทที่กำลังได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ต่อยอดมูลค่าสินค้าลิขสิทธิ์ (Merchandising) และรองรับกระแสความนิยมที่เติบโตขึ้นอย่างยั่งยืน ทั้งในและต่างประเทศ



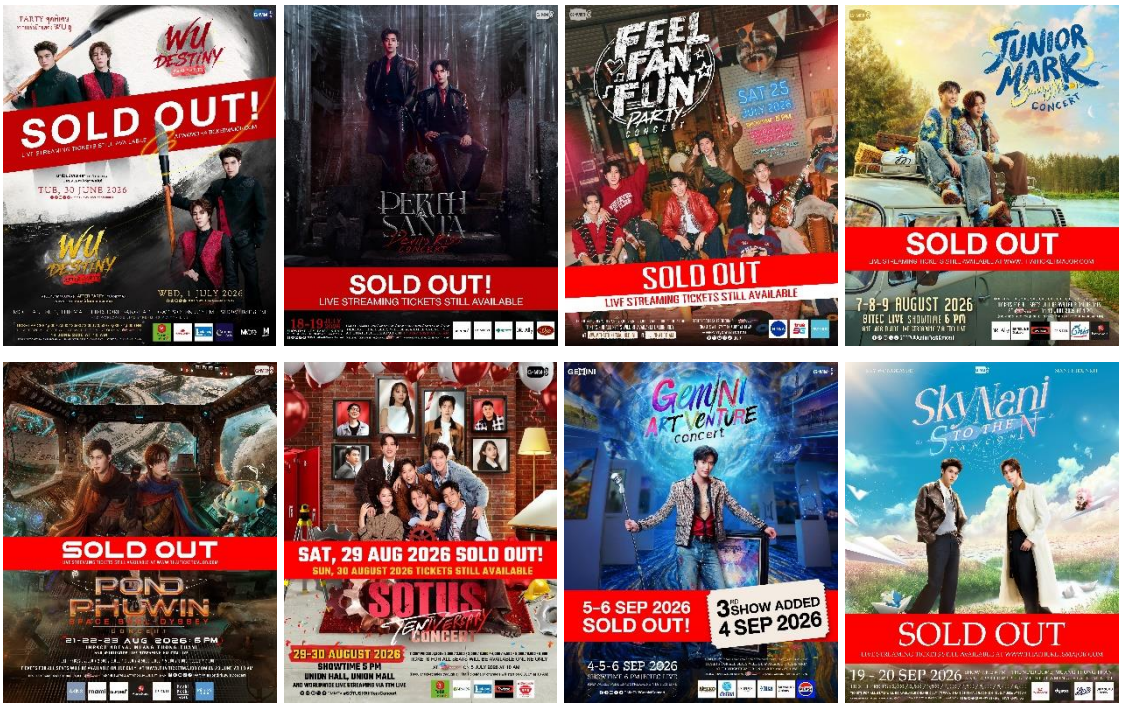







สำหรับธุรกิจ Concert & Event ในไตรมาส 3/2569 กลุ่มบริษัทมีการจัดงานทั้งในประเทศและต่างประเทศรวมจำนวนทั้งสิ้น 118 งาน ซึ่งเป็นงานที่จัดในประเทศ 32 งาน และงานที่จัดในต่างประเทศ 86 งาน คอนเสิร์ตในประเทศที่ได้รับผลการตอบรับอย่างดี อาทิ

- **WU DESTINY Fan Party and After Party** ที่ MCC HALL, THE MALL LIFESTORE BANGKAPI
- **PERTH SANTA DEVIL'S KISS CONCERT** ที่ PARAGON HALL, SIAM PARAGON
- **FEEL FAN FUN PARTY CONCERT** ที่ UNION HALL, UNION MALL
- **JOSS GAWIN HEAT & BEAT CONCERT** ที่ UNION HALL, UNION MALL
- **JUNIOR MARK SunnyMoon CONCERT** ที่ BITEC LIVE
- **POND PHUWIN Space Soul-dyssey CONCERT** ที่ IMPACT ARENA, MUANG THONG THANI
- **SOTUS TENIVERSARY CONCERT** ที่ UNION HALL, UNION MALL
- **GEMINI ART-VENTURE CONCERT** ที่ BITEC LIVE
- **SKY NANI S to the N FANCON** ที่ THUNDER DOME, MUANG THONG THANI
- **ROOKIE DIVOS CONCERT** ที่ BITEC LIVE



นอกจากงาน Concert & Event ในประเทศแล้ว ยังมีการจัดงานในต่างประเทศทั้งในทวีปเอเชีย ยุโรป อเมริกาเหนือ และอเมริกาใต้ โดยจัดที่ จีน, ญี่ปุ่น, ฟิลิปปินส์, เวียดนาม, อินเดีย, อิตาลี, อเมริกา, เม็กซิโก, บราซิล และอื่นๆ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากฐานแฟนคลับทั่วโลก อาทิ GIRL RULES FAN MEETING IN SEOUL, GIRL RULES FAN MEETING IN MACAU 2026, GMMTV FANFEST IN MACAU 2026 และ GMMTV POP-UP STORE IN FUKUOKA 2026



สำหรับการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกของศิลปิน (Merchandising) ทางกลุ่มบริษัทได้มีการผลิตและจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มแฟนคลับในหลากหลายรูปแบบ อาทิ Photobook, ตุ๊กตา, เสื้อ, พวงกุญแจ และของที่ระลึกจากซีรีส์ต่างๆ รวมทั้งสินค้า Merchandising ที่มาจาก Mascot โดยจะมีการผลิตสินค้าออกมาให้มีคุณค่า เพื่อตอบสนองความต้องการของแฟนคลับที่สั่งจองล่วงหน้า และสร้างคุณค่าในการสะสม โดยมีวางจำหน่ายทั้งหน้าร้าน และออนไลน์










Production Business

กลุ่มธุรกิจนี้ประกอบด้วย Production Services และ Studio Rental ซึ่งสำหรับการรับจ้างผลิต กลุ่มบริษัทได้รับความไว้วางใจให้ผลิต Content ชั้นนำระดับโลกมาแล้วมากมาย อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันกลุ่มบริษัทปรับนโยบายหันมาผลิต Original Content ของตัวเองมากขึ้น เนื่องจากสามารถนำ Content ไปต่อยอดสร้างรายได้จากธุรกิจอื่นในกลุ่มบริษัทได้อีกหลากหลายช่องทาง

สำหรับธุรกิจ Studio Rental ทางกลุ่มบริษัทมี Acts Studio ซึ่งเป็นสตูดิโอถ่ายทำมาตรฐานระดับสากล ที่มีความพร้อมและยืดหยุ่นสูง รองรับการผลิตโปรดักชันทุกรูปแบบ โดยมีจุดเด่นคือความหลากหลายของฉากถ่ายทำสำเร็จรูป อาทิ ฉากบ้านหรู เรือนไทย สำนักงาน โรงพยาบาล และย่านอาคารพาณิชย์เก่าแก่ ควบคู่กับพื้นที่เปิดและสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร นอกจากนี้ Acts Studio ยังมุ่งมั่นดำเนินงานภายใต้มาตรฐานสากล ทั้งในด้านความปลอดภัย และการเป็นสตูดิโอที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม







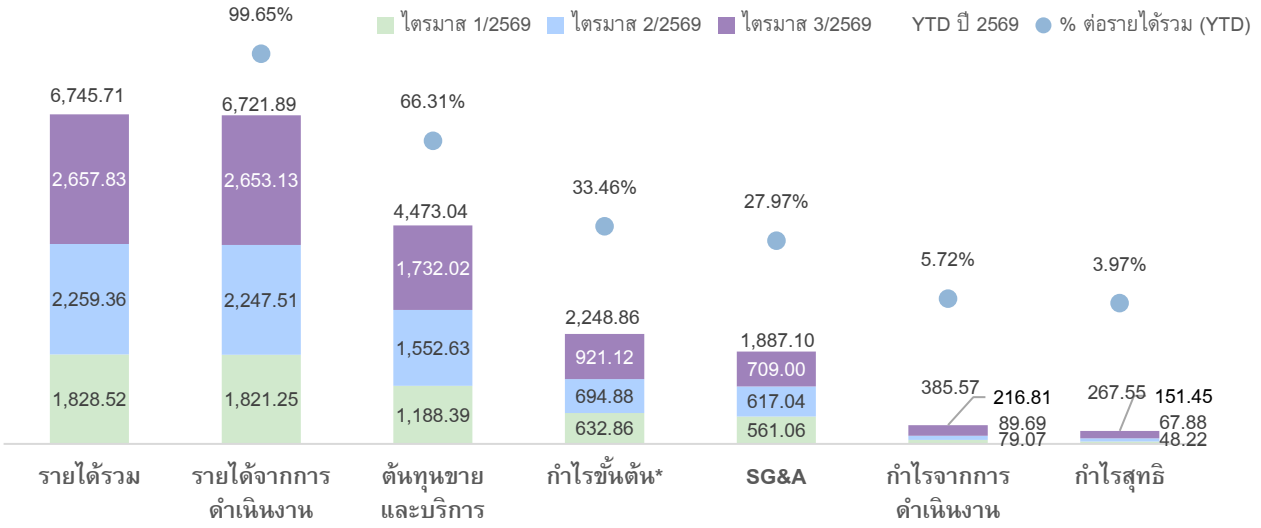



ผลการดำเนินงานด้านการเงินของกลุ่มบริษัท

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

ภาพรวมผลการดำเนินงานไตรมาส 3 ปี 2569

(หน่วย: ล้านบาท)



** กำไรขั้นต้น และ %อัตรากำไรขั้นต้น คำนวณจากรายได้จากการดำเนินงาน*

ตารางสรุปผลการดำเนินงานไตรมาส 3 ปี 2569

(หน่วย: ล้านบาท)

	งวด 3 เดือน			เปลี่ยนแปลง		งวด 9 เดือน		เปลี่ยนแปลง
	Q3/2568	Q2/2569	Q3/2569	%QoQ	%YoY	9M-2568	9M-2569	%YoY
รายได้จากการดำเนินงานรวม	1,991.86	2,247.51	2,653.13	**18.05%**	**33.20%**	5,228.82	6,721.89	**28.55%**
รายได้อื่น	15.22	11.85	4.69	(60.42%)	(69.18%)	32.10	23.82	(25.79%)
รายได้รวม	**2,007.08**	**2,259.36**	**2,657.82**	**17.64%**	**32.42%**	**5,260.92**	**6,745.71**	**28.22%**
ต้นทุนขายและบริการ	1,243.32	1,552.63	1,732.01	11.55%	39.31%	3,436.95	4,473.03	30.15%
กำไรขั้นต้น	**748.54**	**694.88**	**921.12**	**32.56%**	**23.06%**	**1,791.87**	**2,248.86**	**25.50%**
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริการ	92.39	129.70	136.23	5.03%	47.46%	256.87	376.52	46.58%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	451.70	487.34	572.78	17.53%	26.81%	1,263.56	1,510.59	19.55%
กำไรจากการดำเนินงาน	**219.67**	**89.69**	**216.80**	**13.43%**	**(1.31%)**	**303.54**	**385.57**	**27.02%**
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในการร่วมค้าและบริษัทร่วม	(1.14)	3.78	(5.87)	237.50%	416.73%	(1.77)	(0.97)	(45.20%)
รายได้ทางการเงิน	1.26	3.29	1.80	108.23%	43.31%	11.36	6.67	(41.29%)
ต้นทุนทางการเงิน	(2.76)	(2.71)	(2.74)	1.50%	(0.80%)	(5.80)	(8.12)	40.00%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	**217.03**	**94.05**	**209.99**	**18.90%**	**(3.24%)**	**307.33**	**383.15**	**24.67%**
ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้	13.23	26.17	58.54	(15.25%)	342.38%	39.35	115.59	193.75%
กำไรสุทธิ	**203.80**	**67.88**	**151.45**	**40.77%**	**(25.69%)**	**267.98**	**267.56**	**(0.16%)**
EBITDA	**600.54**	**485.62**	**606.43**	**16.08%**	**0.98%**	**1,393.79**	**1,510.40**	**8.37%**

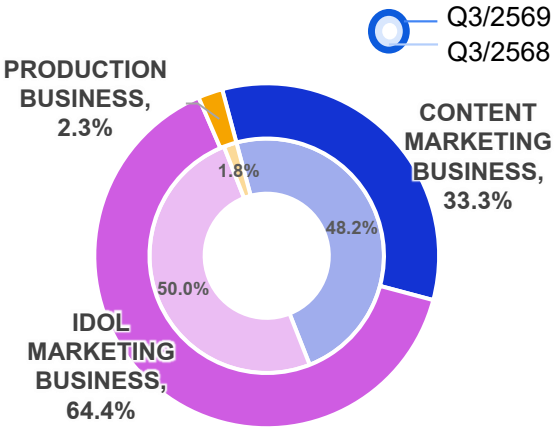
ตารางรายได้แยกตามธุรกิจ

(หน่วย: ล้านบาท)

รายได้	งวด 3 เดือน			เปลี่ยนแปลง		งวด 9 เดือน			เปลี่ยนแปลง
	Q3/2568	Q2/2569	Q3/2569	%QoQ	%YoY	9M-2568	12M-2568	9M-2569	%YoY
Content Marketing Business	**959.82**	**791.76**	**883.15**	**11.54%**	**(7.99%)**	**2,683.99**	**3,594.34**	**2,394.20**	**(10.80%)**
Advertising	652.80	557.95	637.72	14.30%	(2.31%)	1,837.12	2,435.05	1,681.42	(8.47%)
Copyrights & Licensing	232.90	166.80	178.84	7.22%	(23.21%)	645.25	890.04	522.68	(19.00%)
Radio	74.12	67.00	66.60	(0.61%)	(10.15%)	201.62	269.25	190.10	(5.72%)
Idol Marketing Business	**996.62**	**1,416.83**	**1,707.45**	**20.51%**	**71.32%**	**2,460.24**	**3,552.62**	**4,204.38**	**70.89%**
Artist Management	406.97	507.43	599.17	18.08%	47.23%	1,106.44	1,566.31	1,530.25	38.30%
Concert & Event	340.27	476.35	596.13	25.15%	75.19%	767.21	1,106.81	1,374.06	79.10%
Merchandising	249.38	433.05	512.15	18.27%	105.37%	586.59	879.50	1,300.07	121.63%
Production Business	**35.42**	**38.92**	**62.53**	**60.68%**	**76.54%**	**84.58**	**120.97**	**123.32**	**45.80%**
Production Services	29.46	31.62	52.31	65.43%	77.57%	62.76	92.12	97.12	54.75%
Studio Rental	5.96	7.30	10.22	40.10%	71.48%	21.82	28.85	26.20	20.07%
รายได้จากการดำเนินงานรวม	**1,991.86**	**2,247.51**	**2,653.14**	**18.05%**	**33.20%**	**5,228.82**	**7,267.93**	**6,721.90**	**28.55%**
รายได้อื่น	15.22	11.85	4.69	(60.44%)	(69.20%)	32.10	48.89	23.82	(25.80%)
รายได้รวม	**2,007.08**	**2,259.36**	**2,657.83**	**17.64%**	**32.42%**	**5,260.92**	**7,316.82**	**6,745.72**	**28.22%**

สรุปผลการดำเนินงานไตรมาส 3 ปี 2569

รายได้



สัดส่วนรายได้จากการดำเนินงาน เปรียบเทียบไตรมาส 3/2568 และไตรมาส 3/2569

ในไตรมาส 3/2569 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการดำเนินงานรวม 2,653.14 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 661.28 ล้านบาทจากงวดเดียวกันของปีก่อน หรือ 33.20% YoY ผลักดันโดยรายได้กลุ่ม Idol Marketing ซึ่งในไตรมาสนี้สร้างรายได้เป็นสัดส่วนที่มากถึง 64.36% ของรายได้จากการดำเนินงาน

กลุ่มธุรกิจ Content Marketing ในไตรมาส 3/2569 ทำรายได้ 883.15 ล้านบาท ลดลง 76.67 ล้านบาท หรือ 7.99% YoY อย่างไรก็ดี รายได้ปรับตัวดีขึ้น 11.54% QoQ ตามปัจจัยฤดูกาลของอุตสาหกรรม ซึ่งไตรมาสแรกจะมีกิจกรรมเพื่อความบันเทิงน้อยที่สุด โดยรายได้จากธุรกิจ **Advertising** อยู่ที่ 637.72 ล้านบาท ลดลง 2.31% YoY ท่ามกลางสภาวะที่อุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ยังคงได้รับผลกระทบจากความท้าทายรอบด้าน กลุ่มบริษัทยังคงบริหารพอร์ตคอนเทนต์ให้ตอบโจทย์ฐานผู้ชมหลากหลายกลุ่ม พร้อมทั้งจัดสรรผังรายการอย่างยืดหยุ่น โดยเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมในการออกอากาศคอนเทนต์ระดับพรีเมียม เพื่อยกระดับความสามารถในการสร้างรายได้และบรรเทาผลกระทบจากความผันผวนของตลาด ควบคู่ไปกับการรุกขยายฐานผู้ชมบนแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างต่อเนื่องทั้งแอปพลิเคชัน oneD และสื่อออนไลน์ทุกช่องทาง

ธุรกิจ Copyrights & Licensing ทำรายได้ 178.84 ล้านบาท ลดลง 23.21% YoY เนื่องจากการปรับกลยุทธ์ โดยเน้นการเก็บคอนเทนต์เพื่อออกอากาศบนแอปพลิเคชัน oneD ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันหลักของบริษัท ส่งผลให้มีการชะลอการจำหน่ายลิขสิทธิ์แก่แพลตฟอร์ม OTT ภายนอก อย่างไรก็ดี บริษัทยังคงบริหารจัดการสิทธิ์การขาย OTT อย่างยืดหยุ่น เพื่อรักษาความสมดุลระหว่างการรับรู้รายได้และกระแสเงินสดในปัจจุบัน ควบคู่กับการลงทุนเพื่อสร้างฐานผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน oneD ในระยะยาว ตลอดจนการรักษาฐานแฟนคลับในต่างประเทศให้สามารถเข้าถึงคอนเทนต์ของกลุ่มบริษัทได้อย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจ Radio ทำรายได้ 66.60 ล้านบาท ลดลง 10.15% YoY อย่างไรก็ดี คลื่นวิทยุหลัก ได้แก่ Green Wave 106.5 และ EFM 94.0 ยังคงเป็นผู้นำอันดับต้นๆ ในธุรกิจวิทยุของประเทศไทย ซึ่งความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ดังกล่าว ส่งผลให้สื่อวิทยุของกลุ่มบริษัทเป็นตัวเลือกในลำดับต้นๆ ของเอเจนซี่และแบรนด์สินค้าในการจัดสรรงบประมาณโฆษณา ยิ่งไปกว่านั้น กลุ่มบริษัทได้ยกระดับฐานผู้ฟังและเนื้อหาจากรายการวิทยุ มาต่อยอดสู่ Ecosystem คอนเทนต์อย่างครบวงจร ทั้งรายการโทรทัศน์ คอนเทนต์ออนไลน์ ซีรีส์ ภาพยนตร์ ตลอดจนธุรกิจ Showbiz และกิจกรรม Event อาทิ คอนเสิร์ต ทอล์กโชว์ และกิจกรรม School Tour

กลุ่มธุรกิจ Idol Marketing เป็นการสร้างรายได้จากการบริหารจัดการศิลปิน ตลอดจนกิจกรรมที่เกี่ยวเนื่องต่างๆ รวมถึงการจำหน่ายสินค้าลิขสิทธิ์ โดยในไตรมาส 3/2569 ทำรายได้ 1,707.45 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 710.83 ล้านบาท จาก 996.62 ล้านบาทในงวดเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นอัตราเติบโต 71.32% YoY และ 20.51% QoQ สะท้อนถึงการเติบโตอย่างแข็งแกร่งของธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับศิลปิน คาแรกเตอร์ และฐานแฟนคลับ โดยรายได้มีการขยายตัวในทุกสายธุรกิจย่อย ดังนี้

ธุรกิจ Artist Management ทำรายได้ 599.17 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 47.23% YoY โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนหลักจากการขยายตัวของจำนวนศิลปินในเครือ ตลอดจนระดับความนิยมและกระแสตอบรับที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในกลุ่มศิลปินและ Mascot นอกจากนี้ยังได้รับแรงหนุนจากความต้องการใช้ศิลปินในเชิงพาณิชย์ที่เติบโตขึ้น ทั้งในรูปแบบ Presenter และ Brand Ambassador ประกอบกับศักยภาพของกลุ่มบริษัทในการบริหารพอร์ตศิลปินให้ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย พร้อมทั้งการต่อยอดศิลปินและ Mascot มาสู่รูปแบบใหม่ๆ เพื่อขยายโอกาสในการเติบโตของรายได้อย่างยั่งยืน

ธุรกิจ Concert & Event ทำรายได้ 596.13 ล้านบาท เติบโต 75.19% YoY จากปริมาณการจัดงานที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับการขยายตัวของจำนวนศิลปิน และกระแสความนิยมที่ปรับตัวสูงขึ้น โดยในประเทศมีการจัดคอนเสิร์ตขนาดใหญ่ที่หลากหลาย ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างสูง ด้วยการจำหน่ายบัตรเข้าชมหมด (Sold Out) ในหลายรอบการแสดง ในขณะที่ตลาดต่างประเทศมีสัดส่วนการจัดงานเพิ่มสูงขึ้น จากการรุกขยายฐานแฟนคลับและเปิดตลาดใหม่ๆ ครอบคลุมทั้งทวีปยุโรป อเมริกาเหนือ และอเมริกาใต้ นอกเหนือจากภูมิภาคเอเชีย ทั้งนี้ ความแข็งแกร่งของฐานแฟนคลับทั่วโลกยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการจัดกิจกรรมในหลากหลายรูปแบบ และช่วยขยายโอกาสในการสร้างรายได้จากศิลปินอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจ Merchandising ทำรายได้ 512.15 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 105.37% YoY โดยมีความต้องการสินค้าที่เกี่ยวเนื่องกับศิลปินและสินค้าที่ระลึก (Fan-Driven Demand) ขยายตัวในระดับสูง ตามจำนวนศิลปิน ซีรีส์ คอนเสิร์ต และกิจกรรมพบปะศิลปิน ที่เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนการต่อยอด Mascot สู่สินค้าในหลากหลายรูปแบบ ทั้งนี้ บริษัทยังคงขยายช่องทางการจำหน่ายเชิงรุกอย่างครบวงจร ทั้งรูปแบบออนไลน์ การจำหน่าย ณ บูธกิจกรรม และการจัด Pop-Up Store รวมถึงการต่อยอดสู่ธุรกิจคาเฟ่อย่าง GEMM HOUSE เพื่อสร้างพื้นที่ประสบการณ์ร่วม (Fandom Experience Space) และเปิดโอกาสให้แฟนคลับได้สัมผัสบรรยากาศไลฟ์สไตล์ร่วมกับศิลปินและ Mascot อย่างใกล้ชิด อันเป็นการอำนวยความสะดวกและเพิ่มโอกาสการเข้าถึงสินค้าของฐานแฟนคลับได้อย่างครอบคลุม

กลุ่มธุรกิจ Production Business ทำรายได้ 62.53 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 27.11 ล้านบาท จาก 35.42 ล้านบาทในงวดเดียวกันของปีก่อน หรือเติบโต 76.54% YoY โดยมีแรงหนุนหลักจาก **ธุรกิจ Production Services** ซึ่งทำรายได้ 52.31 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 77.57% YoY ขณะที่ **ธุรกิจ Studio Rental** ทำรายได้ 10.22 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 71.48% YoY แม้รายได้จากกลุ่มธุรกิจนี้จะมีสัดส่วนไม่มากเมื่อเทียบกับธุรกิจหลัก แต่ถือเป็นกิจกรรมต้นน้ำที่สำคัญของกลุ่มบริษัท และเป็นฐานในการผลิต Content ภายใน Ecosystem ที่ครบวงจร โดยกลุ่มบริษัทมุ่งใช้ทรัพยากรด้านการผลิตเพื่อพัฒนา Original Content และ IP ที่บริษัทเป็นเจ้าของ ซึ่งสามารถนำไปต่อยอดสร้างรายได้ผ่านหลากหลายช่องทางในระยะยาว

ต้นทุนขายและบริการ และกำไรขั้นต้น

ในไตรมาส 3/2569 บริษัทมีต้นทุนขายและบริการ 1,732.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 488.69 ล้านบาท หรือ 39.31% YoY ซึ่งสอดคล้องกับการเติบโตของรายได้และกิจกรรมทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้น สำหรับอัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสนี้เท่ากับ 34.72% ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับ 37.58% ในงวดเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากรายได้จากธุรกิจคอนเทนต์ชะลอตัวลงตามสภาวะเศรษฐกิจ ภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อ และการดำเนินกลยุทธ์ที่ชะลอการจำหน่ายลิขสิทธิ์แก่แพลตฟอร์ม OTT ภายนอก ขณะที่ต้นทุนการผลิตคอนเทนต์ยังคงอยู่ในระดับใกล้เคียงเดิม อย่างไรก็ดี การชะลอตัวของรายได้ดังกล่าวนับเป็นการลงทุนเชิงกลยุทธ์เพื่อเสริมความแข็งแกร่งและสร้างฐานการเติบโตให้แก่แอปพลิเคชัน oneD ในระยะยาว

ในทางกลับกัน เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจาก 30.92% ในไตรมาส 2/2569 โดยได้รับปัจจัยหนุนจากกลุ่มธุรกิจ Idol Marketing ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ปรับตัวดีขึ้น ประกอบกับสัดส่วนการรับรู้รายได้จากกลุ่มธุรกิจ Idol Marketing ที่เพิ่มสูงขึ้นในไตรมาสนี้

ทั้งนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพในทุกกลุ่มธุรกิจ ทั้งต้นทุนการผลิตคอนเทนต์ การจัด Concert และ Event ตลอดจนการบริหารสินค้า Merchandise ควบคู่กับการรักษาคุณภาพและมาตรฐานของผลงานที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้าและผู้ชม โดยในช่วงที่กลุ่มธุรกิจ Idol Marketing ขยายตัวอย่างรวดเร็ว บริษัทจะยังคงมุ่งเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนและใช้ประโยชน์จาก Economies of Scale เพื่อสนับสนุนความสามารถในการทำกำไรในระยะต่อไป

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ และค่าใช้จ่ายในการบริหาร (SG&A)

ในไตรมาส 3/2569 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวม 709.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 164.93 ล้านบาท หรือ 30.31% YoY โดย**ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริการ**อยู่ที่ 136.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 43.84 ล้านบาท หรือ 47.46% YoY ซึ่งสอดคล้องกับการขยายตัวของกิจกรรมทางธุรกิจ โดยมีปัจจัยหลักมาจากค่าสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์สำหรับคอนเทนต์ ศิลปิน งานคอนเสิร์ตและกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้าและค่าธรรมเนียมการขายสินค้า Merchandise ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นตามการเติบโตของยอดขายสินค้า ขณะที่**ค่าใช้จ่ายในการบริหาร**อยู่ที่ 572.78 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 121.08 ล้านบาท หรือ 26.81% YoY โดยปัจจัยหลักมาจากค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรที่ปรับตัวสูงขึ้น ทั้งการปรับขึ้นเงินเดือน การบันทึกประมาณการโบนัส ตลอดจนการเพิ่มจำนวนบุคลากรของบริษัทในเครือ เพื่อเสริมศักยภาพและรองรับการเติบโตของกิจกรรมทางธุรกิจ

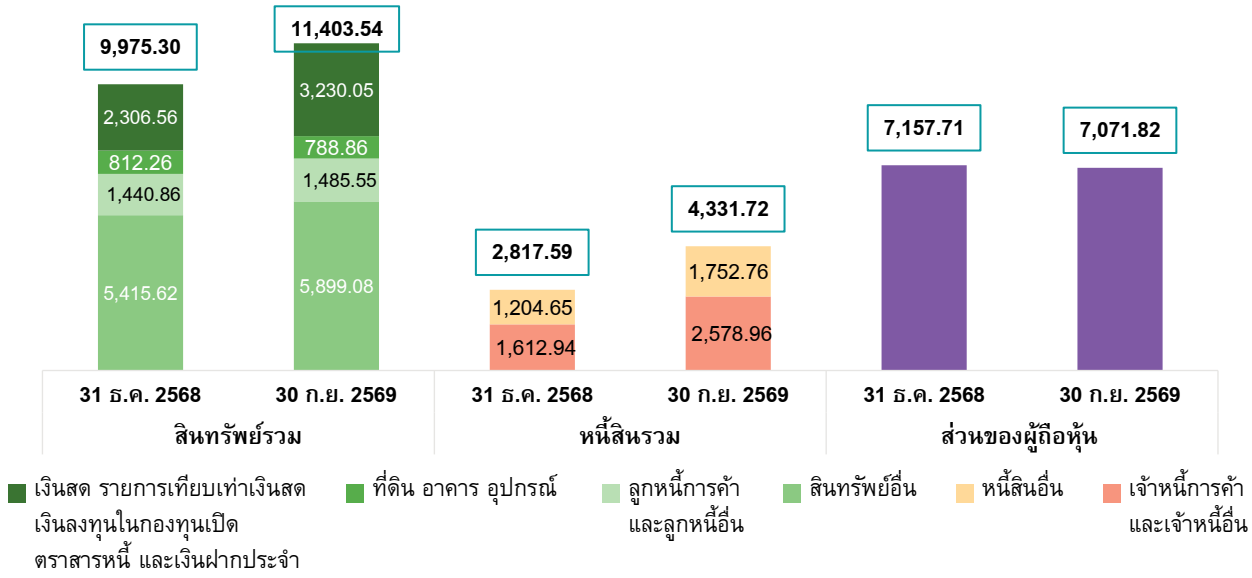
อย่างไรก็ดี อัตรา SG&A ต่อรายได้รวมในไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 26.68% ลดลงจาก 27.11% ในงวดเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับการเติบโตของรายได้ โดยกลุ่มบริษัทยังคงยึดมั่นในวินัยทางการเงิน พร้อมทั้งติดตามและควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไรและควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายในภาพรวมอย่างมีประสิทธิภาพ

กำไรสุทธิ

ในไตรมาส 3/2569 บริษัทมีกำไรสุทธิ 151.45 ล้านบาท ลดลง 52.35 ล้านบาท หรือ 25.69% YoY เนื่องจากต้นทุนขายและบริการเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าการเติบโตของรายได้ อย่างไรก็ตาม กำไรสุทธิสามารถเติบโตขึ้น 83.57 ล้านบาท หรือ 40.77% QoQ โดยมีปัจจัยหนุนจากรายได้ของกลุ่มธุรกิจ Idol Marketing ขยายตัวโดดเด่น ประกอบกับความสามารถในการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้เติบโตในอัตราที่ต่ำกว่าการเพิ่มขึ้นของรายได้ สะท้อนถึงการฟื้นตัวของอัตราทำกำไรอย่างมีประสิทธิภาพ

งบฐานะการเงิน

(หน่วย: ล้านบาท)



สินทรัพย์รวม

สินทรัพย์รวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 เท่ากับ 11,403.54 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,428.24 ล้านบาท หรือ 14.32% จาก 9,975.30 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีปัจจัยหลักจาก เงินสด รายการเทียบเท่าเงินสด เงินลงทุนในกองทุนเปิดตราสารหนี้ และเงินฝากประจำ ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 2,306.56 ล้านบาท เป็น 3,230.05 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 923.49 ล้านบาท ขณะที่ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจาก 1,440.86 ล้านบาท เป็น 1,485.55 ล้านบาท และที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ลดลงเล็กน้อยจาก 812.26 ล้านบาท เป็น 788.86 ล้านบาท

ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทยังคงมี **สถานะสภาพคล่องที่แข็งแกร่ง** โดย ณ สิ้นไตรมาส 3/2569 มีเงินสด รายการเทียบเท่าเงินสด เงินลงทุนในกองทุนตราสารหนี้ และเงินฝากประจำรวม **3,230.05 ล้านบาท** ประกอบด้วยเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด **1,988.94 ล้านบาท** เงินลงทุนในกองทุนตราสารหนี้ **886.11 ล้านบาท** (NAV ณ วันที่ 30 กันยายน 2569) และเงินฝากประจำระยะยาว **355.00 ล้านบาท** ซึ่งช่วยสนับสนุนความพร้อมในการดำเนินธุรกิจและรองรับโอกาสการลงทุนในอนาคต

หนี้สินรวม

หนี้สินรวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 เท่ากับ 4,331.72 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,514.13 ล้านบาท หรือ 53.74% จาก 2,817.59 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 สาเหตุหลักมาจาก เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น เพิ่มขึ้นจาก 1,612.94 ล้านบาท เป็น 2,578.96 ล้านบาท และ รายได้รับล่วงหน้า เพิ่มขึ้นจาก 550.00 ล้านบาท เป็น 1,074.29 ล้านบาท สอดคล้องกับการขยายตัวของรายได้และกิจกรรมทางธุรกิจของกลุ่มบริษัท ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงตามการดำเนินธุรกิจตามปกติ

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 เท่ากับ 7,071.82 ล้านบาท ลดลง 85.89 ล้านบาท จาก 7,157.71 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีสาเหตุหลักจากการจ่ายเงินปันผลจากผลประกอบการงวดครึ่งปีหลังของปี 2568 จำนวน 309.56 ล้านบาท เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2569 และจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลจากผลการดำเนินงานครึ่งปีแรกของปี 2569 จำนวน 47.63 ล้านบาท เมื่อวันที่ 4 กันยายน 2569 ในขณะที่กลุ่มบริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับงวด 9 เดือนแรกปี 2569 เพียง 267.56 ล้านบาท ส่งผลให้ส่วนของผู้ถือหุ้นโดยรวม ณ สิ้นไตรมาส 3/2569 ลดลงจาก ณ สิ้นปี 2568

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	ไตรมาส 3/2568	ไตรมาส 2/2569	ไตรมาส 3/2569
อัตรากำไรขั้นต้น	37.58%	30.92%	34.72%
อัตรากำไร EBIT	10.95%	4.28%	8.00%
อัตรากำไร EBITDA	29.92%	21.49%	22.82%
อัตรากำไรสุทธิ	10.15%	3.00%	5.70%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	5.37%	7.47%	6.56%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	4.54%	5.60%	5.33%
อัตราส่วนหนี้สินที่มีดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า) /1	ไม่มี	0.005	0.004

/1 บริษัทไม่มียอดหนี้สินที่มีดอกเบี้ยในระหว่างปี 2568 จนถึง ณ สิ้นปี 2568

งบกระแสเงินสด สภาพคล่องและแหล่งที่มาของเงินทุน

(หน่วย: ล้านบาท)

รายการ	งวด 9 เดือนแรก ปี 2568	งวด 9 เดือนแรก ปี 2569
กระแสเงินสดสุทธิจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมดำเนินงาน	797.21	1,466.46
เงินสดสุทธิจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมลงทุน	(1,184.79)	(130.21)
เงินสดสุทธิจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน	(393.60)	(418.17)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	**(781.18)**	**918.09**
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด	1,693.31	1,070.85
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด	**912.12**	**1,988.94**

ในงวด 9 เดือนแรกปี 2569 บริษัทมี**กระแสเงินสดรับสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน**เท่ากับ 1,466.46 ล้านบาท โดยมีกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานก่อนดอกเบี้ยและภาษีจำนวน 1,562.26 ล้านบาท สุทธิกับเงินจ่ายดอกเบี้ย 8.12 ล้านบาท เงินจ่ายภาษีเงินได้ 163.78 ล้านบาท และเงินสดรับจากการขอคืนภาษี 76.10 ล้านบาท มี**กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน** 130.21 ล้านบาท โดยรายการหลักเป็นเงินจ่ายซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน (ลิขสิทธิ์) เพื่อเพิ่มคอนเทนต์ในแอปพลิเคชัน oneD รวม 48.67 ล้านบาท จ่ายซื้ออาคารและอุปกรณ์ 49.42 ล้านบาท จ่ายเงินลงทุนในการร่วมค้า 25.00 ล้านบาท โดยบริษัทถือหุ้น 50% ในการจัดตั้งบริษัท บิ๊ก วัน เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ร่วมกับ บริษัท บิ๊กซี สตูดิโอ จำกัด ส่วน**กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน**ในงวดนี้เท่ากับ 418.17 ล้านบาท โดยรายการหลักเป็นการจ่ายเงินปันผล 357.19 ล้านบาท และการชำระคืนเงินต้นของหนี้สินตามสัญญาเช่า 60.92 ล้านบาท รวมถึงการชำระคืนเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะยาวบางส่วน

จากที่กล่าวมา ส่งผลให้บริษัทมี**เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด** เพิ่มขึ้นสุทธิ 918.09 ล้านบาท จาก 1,070.85 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568 เป็น 1,988.94 ล้านบาท ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 (ดูคำอธิบายเพิ่มเติมในส่วน “สินทรัพย์” ข้างต้น) ซึ่งสะท้อนถึงสภาพคล่องทางการเงินที่แข็งแกร่ง พร้อมในการดำเนินธุรกิจและโอกาสการลงทุนในอนาคต

ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคต

1. การเตรียมความพร้อมและกลยุทธ์รองรับการสิ้นสุดใบอนุญาตทีวีดิจิทัล

เนื่องจากใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ดิจิทัล (ช่อง one31 และ GMM25) จะทยอยสิ้นสุดลงในช่วงปี 2571-2572 กลุ่มบริษัทจึงได้วางรากฐานและติดตามแนวทางนโยบายจาก กสทช. อย่างใกล้ชิด โดยกลุ่มบริษัทได้เร่งยกระดับบทบาทสู่การเป็น Content Provider เต็มรูปแบบ และสร้าง Ecosystem ของตนเองอย่างครอบคลุม ทั้งบนแพลตฟอร์มดิจิทัลและกิจกรรมออนกราวด์ เพื่อให้มั่นใจว่าไม่ว่าเงื่อนไขหรือรูปแบบการต่อใบอนุญาตในอนาคตจะเป็นอย่างไร กลุ่มบริษัทจะยังคงรักษาฐานผู้ชมที่เหนียวแน่นและสร้างการเติบโตของรายได้จากทุกช่องทางหน้าจอได้อย่างต่อเนื่อง

2. การพัฒนาแพลตฟอร์ม oneD เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างรายได้

กลุ่มบริษัทเดินหน้ายกระดับประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน oneD ควบคู่กับการมุ่งพัฒนาและยกระดับคุณภาพการผลิตคอนเทนต์ให้มีมาตรฐานทัดเทียมระดับสากล โดยมุ่งเน้นการรวบรวมและนำเสนอคอนเทนต์ที่หลากหลายของกลุ่มบริษัทเข้าสู่แพลตฟอร์มให้ครอบคลุมที่สุด พร้อมทั้งพัฒนาฟังก์ชันและฟีเจอร์ใหม่ๆ เพื่อยกระดับประสบการณ์การรับชมของผู้ชม ซึ่งนอกจากจะช่วยรักษาและขยายฐานผู้ใช้งานหลักแล้ว ยังช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ที่หลากหลาย ทั้งจากเม็ดเงินโฆษณาดิจิทัล (AVOD) และการผลักดันยอดผู้สมัครสมาชิกแบบชำระเงิน (SVOD) ผ่านคอนเทนต์เอ็กซ์คลูซีฟและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ในอนาคต

3. การรุกตลาดสากลและการขยายฐานสนับสนุนจากกลุ่มแฟนคลับระดับภูมิภาค

การต่อยอดและยกระดับกลุ่มศิลปินในเครือผ่านกลยุทธ์การสร้างฐานแฟนคลับในระดับสากล (Global Fandom) ถือเป็นเครื่องยนต์สำคัญในการสร้างรายได้ใหม่ที่นอกเหนือจากเม็ดเงินโฆษณาในประเทศ โดยกลุ่มบริษัทมุ่งเน้นการขยายความร่วมมือกับพันธมิตรชั้นนำในต่างประเทศ ทั้งการจัดงานคอนเสิร์ต งานแฟนมีตติ้ง และการจำหน่ายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ ซึ่งช่วยกระจายความเสี่ยงจากสภาวะเศรษฐกิจในประเทศ และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนเวทีระดับภูมิภาค

4. การขับเคลื่อน Total Media Solution ด้วยพลังของอินฟลูเอนเซอร์และศิลปิน

ในสภาวะที่ภาคเอกชนมุ่งเน้นการใช้จ่ายงบประมาณการตลาดที่เน้นผลลัพธ์และความคุ้มค่าสูงสุด กลุ่มบริษัทได้ชูกลยุทธ์การขายสื่อแบบครบวงจร โดยการผสานจุดแข็งของสถานีโทรทัศน์ แพลตฟอร์มดิจิทัล และธุรกิจบริหารจัดการศิลปินอินฟลูเอนเซอร์เข้าด้วยกัน เพื่อส่งมอบผลลัพธ์ทางการตลาดที่คุ้มค่าสูงสุดแก่เจ้าของแบรนด์สินค้า ซึ่งช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและรักษาส่วนแบ่งการตลาดในอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. การบริหารจัดการความเสี่ยงจากสภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวและการรักษาความแข็งแกร่งทางการเงิน

ท่ามกลางความท้าทายจากสภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อภายในประเทศที่ยังคงฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงเชิงรุก โดยเน้นการควบคุมต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม พร้อมทั้งรักษาโครงสร้างทางการเงินที่แข็งแกร่งด้วยสถานะหนี้สินต่ำและกระแสเงินสดที่มั่นคง เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันทางธุรกิจและคงความพร้อมในการเลือกลงทุนในโอกาสใหม่ๆ ที่มีศักยภาพในอนาคต

การดำเนินงานด้านความยั่งยืน

นอกเหนือจากความสำเร็จทางธุรกิจ บริษัทได้ยึดถือแนวทาง ESG เป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร โดยในไตรมาส 3/2569 มีผลดำเนินงานที่โดดเด่นในแต่ละมิติ ดังต่อไปนี้

ด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม

1. โครงการวันสร้างสุข: บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ มูลนิธิเรวัต พุทธินันทน์ พร้อมด้วยคณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานในเครือ ผู้ประกาศข่าว และพันธมิตรทางธุรกิจ ร่วมมือกันระดมพลังจัดเตรียมและบรรจุถุงยังชีพจำนวน 300 ชุด พร้อมประสานงานร่วมกับกองบัญชาการกองทัพไทย หน่วยงานราชการ และอาสากู้ภัย เพื่อเร่งส่งมอบสิ่งของจำเป็นให้แก่ผู้ประสบอุทกภัยในเขตกรุงเทพมหานครและพื้นที่ใกล้เคียง สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของกลุ่มบริษัทในการเคียงข้างชุมชน พร้อมเป็นกำลังสำคัญในการช่วยเหลือและร่วมฟื้นฟูสังคมไทยอย่างต่อเนื่องในทุกสถานการณ์วิกฤต





2. โครงการ GREEN WAVE SHARE FOR CARE : CAN TO CARE: บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ มูลนิธิอาสาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก สภากาชาดไทย ผ่านคลื่นวิทยุ GREEN WAVE และโครงการ one แยก แลก สุข นำทีมบุคลากร ศิลปิน และพิธีกร ร่วมบรรจุถุงยังชีพเพื่อเร่งบรรเทาความเดือดร้อนแก่ผู้ประสบอุทกภัยในพื้นที่จังหวัดน่าน พร้อมขยายผลสู่โครงการ GREEN WAVE SHARE FOR CARE: CAN TO CARE เพื่อรณรงค์การคัดแยกขยะรีไซเคิลและแปลงเป็นทุนสนับสนุนภารกิจช่วยเหลือสังคม ตอกย้ำความมุ่งมั่นของกลุ่มบริษัทในการขับเคลื่อนธุรกิจควบคู่กับการรับผิดชอบต่อสังคม การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และการสร้างคุณค่าร่วมให้แก่ชุมชน





3. กิจกรรมบริจาคโลหิต ประจำปี 2569: บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน), บริษัท จีเอ็มเอ็ม มิวสิค จำกัด (มหาชน) และศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย จัดกิจกรรมบริจาคโลหิต ประจำปี 2569 ครั้งที่ 3 ในวันที่ 27 สิงหาคม 2569 เพื่อสนับสนุนการจัดหาโลหิตสำรองให้แก่ผู้ป่วยทั่วประเทศ ตอกย้ำความมุ่งมั่นของกลุ่มบริษัทในการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนส่งเสริมการมีส่วนร่วมของบุคลากรและชุมชนในการสร้างสุขภาวะที่ดีอย่างยั่งยืน

4. มาตรการดูแลพนักงานในสถานการณ์อุทกภัย: บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินมาตรการเชิงรุกเพื่อดูแลสวัสดิภาพของพนักงานที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์อุทกภัย ทั้งการปฏิบัติงาน ณ ที่พักอาศัย (Work from Home) การสนับสนุนพื้นที่จอดรถและที่พักค้างชั่วคราว ณ อาคารสำนักงาน รวมถึงการสำรวจความเสียหายเพื่อเร่งพิจารณาให้ความช่วยเหลือแก่พนักงานและครอบครัวในพื้นที่ประสบภัย ตอกย้ำความมุ่งมั่นของกลุ่มบริษัทในการให้ความสำคัญกับทรัพยากรบุคคลเป็นสิ่งสูงสุด พร้อมส่งเสริมสุขภาวะและความมั่นคงปลอดภัยของบุคลากรอย่างยั่งยืน

ด้านธรรมาภิบาลและการกำกับดูแลกิจการ

5. การอบรมหลักเกณฑ์ MT และ RPT: บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) จัดการอบรมหลักเกณฑ์การทำรายการที่มีนัยสำคัญ (MT) และรายการที่เกี่ยวโยงกัน (RPT) โดยได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้เชี่ยวชาญจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มาถ่ายทอดความรู้แก่คณะกรรมการ ผู้บริหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้องและยกระดับมาตรฐานการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล ตอกย้ำความมุ่งมั่นของกลุ่มบริษัทในการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักธรรมาภิบาล การกำกับดูแลกิจการที่ดี และความโปร่งใสเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างยั่งยืน





6. กิจกรรม Earnings Call: บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) จัดกิจกรรม Earnings Call ประจำไตรมาส 2/2569 ร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเปิดเผยผลการดำเนินงานและทิศทางการดำเนินธุรกิจ แก่นักลงทุน นักวิเคราะห์ และผู้มีส่วนได้เสียอย่างโปร่งใสและเท่าเทียม สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของกลุ่มบริษัทในการยึดมั่นตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตลอดจนการสร้างความเชื่อมั่นและการเติบโตอย่างยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้น





ทั้งนี้ การดำเนินงานดังกล่าวสอดคล้องตามแนวทางที่คณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัทได้ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส เป็นธรรม มีความมั่นคงทางการเงินในระดับสูง และได้นำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี หรือ Corporate Governance Code (CG Code) ปี 2560 ที่ออกโดยกลต. และ ตลท. มาเป็นหลักในการปฏิบัติสำหรับคณะกรรมการทุกข้อ โดยเน้นเรื่อง

1. การตระหนักถึงบทบาทและแสดงความรับผิดชอบในฐานะผู้นำที่สร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน
2. การดูแลให้บริษัทมีระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่เหมาะสม โดยบริษัทได้รับ การประเมิน CG Score ประจำปี 2569 ในระดับ 5 ดาว หรือ ดีเลิศ จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)
3. การรักษาความน่าเชื่อถือทางการเงิน และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกัน
4. สนับสนุนการมีส่วนร่วมและการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น โดยได้คะแนนประเมิน AGM Checklist 96 คะแนน

กลุ่มบริษัทเชื่อมั่นว่า การกำกับดูแลกิจการที่เข้มแข็งไม่ใช่เพียงกลไกควบคุมความเสี่ยง แต่เป็นรากฐานของการสร้างมูลค่าในระยะยาว ความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการเปิดเผยข้อมูลที่มีคุณภาพ คือปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้น นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม กลุ่มบริษัทจึงมุ่งยกระดับมาตรฐานธรรมาภิบาลอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาแนวปฏิบัติให้สอดคล้องกับบริบทใหม่ของอุตสาหกรรมสื่อและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง เพื่อสนับสนุนการเติบโตที่มั่นคงและสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนแก่ผู้ถือหุ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายนรัญจ์ พุ่มศิริ)
ประธานเจ้าหน้าที่การเงินกลุ่ม
ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ