



The ONE Enterprise Public Company Limited

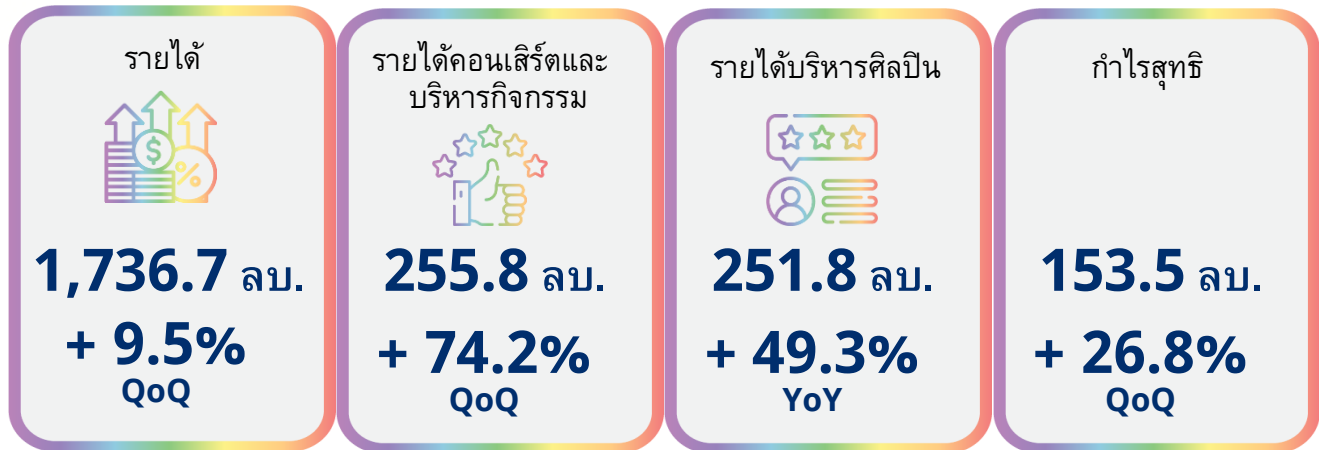
บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)
(“ONEE”)

คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 3/2566

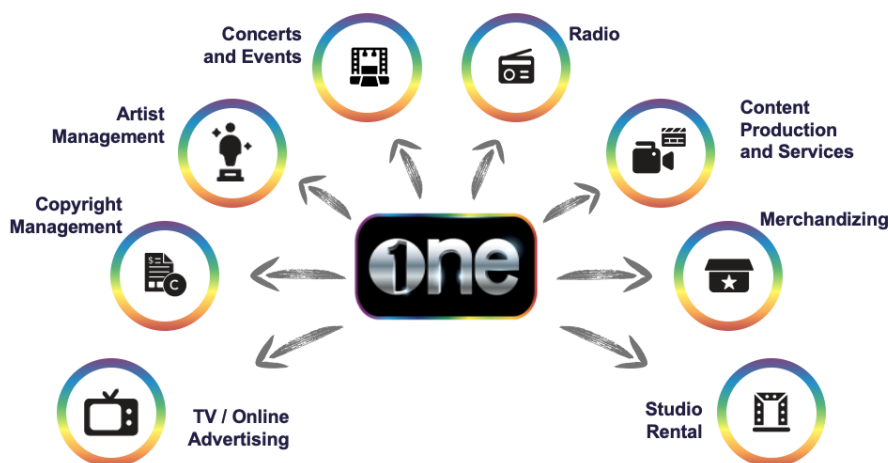
สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2566

บทสรุปผู้บริหาร และเหตุการณ์สำคัญในไตรมาส 3/66



- บริษัทมีกำไรสุทธิ 153.5 ล้านบาท เติบโต 26.8% QoQ
- รายได้จากการดำเนินงานในไตรมาส 3 วงด 3 เดือนเท่ากับ 1,736.7 ล้านบาท เติบโต 151.4 ล้านบาท หรือ 9.5% QoQ และเติบโต 109.3 ล้านบาท หรือ 6.7% YoY
- รายได้จากการจัดคอนเสิร์ตและบริหารกิจกรรมในไตรมาสนี้เท่ากับ 255.8 ล้านบาทเติบโตอย่างก้าวกระโดด 74.2% QoQ และ 49.5% YoY
- ธุรกิจบริหารศิลปินและที่ปรึกษาทำรายได้ 251.8 ล้านบาท เติบโต 12.3% QoQ และ 49.3% YoY
- รายได้จากสื่อโทรทัศน์ของบริษัท ซึ่งถือเป็นสื่อ Conventional มีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนโดย ลดลงเป็น 41.5% จาก 46.5% ในงวดเดียวกันของปีก่อน และถึงแม้รายได้จากส่วนนี้จะลดลง ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อภาพรวมกำไรเนื่องจากบริษัทมีการปรับกลยุทธ์ในการต่อยอดจุดแข็งและการบริหารจัดการนักแสดงในสังกัดและรายได้จากการแสดงคอนเสิร์ตมาสร้างฐานรายได้แหล่งใหม่ ในกรณีที่ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ซึ่งมีการผันผวนสูง

กลยุทธ์ของกลุ่มบริษัท



บริษัทได้วางแผนกลยุทธ์ให้กลุ่มบริษัทมี Business proposition เป็น Entertainment & Lifestyle ครบวงจร ที่มุ่งเน้นคอนเทนต์เป็นหัวใจสำคัญในการที่จะเป็นแกนสร้างรายได้ทั้ง TV, Online, Copyright & Licensing และ Production Services ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของกลุ่มบริษัท รวมถึง Idol Marketing ที่มีแผนสร้างศิลปินหน้าใหม่เป็น Idol Marketing รวมถึง Showbiz ที่ครบวงจร และไม่ใช่แค่เพียงการจัดการแสดงหรือการจัด Event เพียงอย่างเดียว แต่จะมุ่งเน้นในส่วน Fandom มากขึ้นด้วย ซึ่งจากโครงสร้างธุรกิจที่กล่าวมา บริษัทมั่นใจว่าจะสามารถเชื่อมโยงไอดอลให้เข้ากับ Partnership และผู้บริโภคทุกกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ พร้อมขยายฐานสู่ระดับสากลมากขึ้น เพื่อสร้างการเติบโตของรายได้ในทุกช่องทาง

เหตุการณ์สำคัญในไตรมาส 3/66

Content

ในไตรมาส 3/66 บริษัทมีคอนเทนต์ละครที่สามารถสร้างกระแสวิพากษ์วิจารณ์ ดังนี้



พณมนาคา

เรื่องราวความรัก ความลับเกี่ยวกับตำนานพญานาค เป็นละครฟอร์มยักษ์ ผลงานกำกับล่าสุดของ สันต์ ศรีแก้วหล่อ และการโคจรมาเจอกันครั้งแรกของพระนาง ทรี ภรภัทร และ กรีน อธิภาพร เริ่มฉาย 4 กันยายน 2566 และขึ้นอันดับ 1 บน Netflix หลังจากออกอากาศไปเพียง 2 สัปดาห์

จอมโจรดอกไม้ขาว

ละครเย็นช่องวัน แนวแอ็คชั่น-แฟนตาซี महाภาพแห่งไสยเวทย์ เรื่องราวของนายตำรวจมือปราบจากพระนคร ที่ได้รับการกิจให้ตามล่าตัวโจรสาวจอมขมังเวทย์ ที่ออกปล้นคนรวยช่วยคนจน นำแสดงโดยพระเอก พ้อยท์-ชลวิทย์ มีทองคำ และนางเอกนักบู๊ หนูเล็ก-ทิจนันทน์ แสนหล้า เริ่มฉาย กรกฎาคม 2566 และสร้าง Rating สูงสุดของละครเย็นถึง 7.21



ไมโครโฟน ม่วนป่วนรัก

ละครเย็นช่องวัน แนวละครเพลงคอมเมดี้ เรื่องราวสุดซึ้งลุ่มเมื่อเจ้าของวงดนตรีได้ลาโลกไปอย่างกะทันหัน ทำให้ลูกสาวตัวดีสบโอกาสหวังจะยุบวงทิ้งมาใช้หนี้ แต่วิญญานของพ่อไม่ยอมให้เป็นแบบนั้น นำแสดงโดย กัน นภัทร, โบเฟอร์ อัญชสา, เอกชัย ศรีวิชัย ออกอากาศตอนแรก 15 กันยายน 2566

Licensing

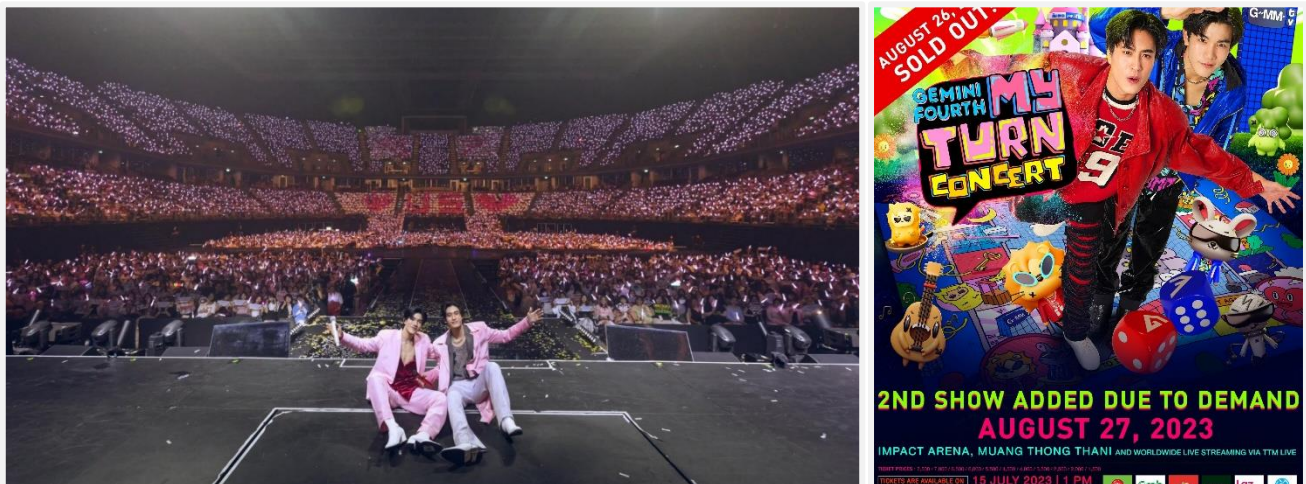
ในไตรมาส 3 บริษัทมีรายได้บริหารลิขสิทธิ์เติบโตจากไตรมาสก่อน 24.4% ซึ่งเป็นการขายลิขสิทธิ์ละครและซีรีส์ไปฉายบนแพลตฟอร์ม OTT ต่างๆ ทั่วโลก ประกอบกับการบริหารการขายแบบ Dynamic ที่จัดสรรช่วงเวลาการออกอากาศตามช่องทางต่างๆ ทำให้สามารถสร้างรายได้จากคอนเทนต์หนึ่งๆ ได้สูง ซีรีส์ที่ได้รับความนิยมในไตรมาสนี้ อาทิ “Enigma คน มนตร์ เวท” ออกอากาศทางช่อง GMM25 และ Prime Video เริ่มตอนแรกในเดือนกรกฎาคม และ “Homeschool - นักเรียนต้องขัง” ออกอากาศทางช่อง Prime Video และ “พนมนาครา” และ “Across the sky” ออกอากาศทางช่อง one31 และ Netflix



Showbiz

ในไตรมาส 3 ธุรกิจจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมเติบโตอย่างก้าวกระโดด และมีไฮไลท์ที่ได้รับผลการตอบรับอย่างล้นหลาม อาทิ

- คอนเสิร์ต “Gemini Fourth My Turn Concert” ที่อิมแพ็ค อารีน่า โดยราคาบัตรอยู่ที่ 1,200 – 7,500 บาท ซึ่งมีการจำหน่ายบัตรเต็มทุกที่นั่งทั้ง 2 รอบ นอกจากนี้ยังมีการจำหน่ายบัตรเข้าชมผ่านทางออนไลน์ในราคา 1,500 บาท ในทุกรอบการแสดงอีกด้วย

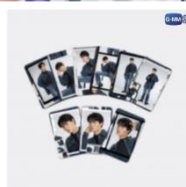


- คอนเสิร์ตใหญ่ในไตรมาสนี้อีกหนึ่งงานหนึ่งคือ “The Golden Song The Golden Show Concert” ที่เมืองไทยรัชดาลัย เชียงเตออร์ โดยราคาบัตรอยู่ที่ 1,000 – 7,000 บาท ซึ่งมีการจำหน่ายบัตรเต็มทุกที่นั่งทั้ง 5 รอบ



Idol Marketing

ธุรกิจบริหารจัดการศิลปิน และธุรกิจขายสินค้าซึ่งเป็นสินค้าที่ระลึกเกี่ยวกับศิลปิน เติบโตอย่างก้าวกระโดดเช่นกัน โดยบริษัทมีศิลปิน Idol ที่โด่งดังในสังกัด ทั้งที่เป็นวงดนตรีและเป็นดารานักแสดงเดี่ยว ซึ่งเป็นที่นิยมในไตรมาสที่ อาทิต้า หู้ฮู้-ออฟโรด แจม&ฟิล์ม ไบรท์ และอีกมากมาย โดยทั้งหมด ซึ่งรับงานโชว์ตัว งานพีรเชนเตอร์ แปรนด์แอมบาสเดอร์ งานคอนเสิร์ต และ Fan-Meet ทั่วโลก



WIN | STUNNING
SERIES EXCLUSIVE
PHOTOCARD SET

฿450.00

IN STOCK



ONE MORE CHANCE
MEMORIES PHOTO
SET

฿490.00

IN STOCK



NENDOROID TINE |
เนนโดรอยด์ไทม์
(JAPAN COLLECTION)

฿1,900.00

IN STOCK

ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม¹

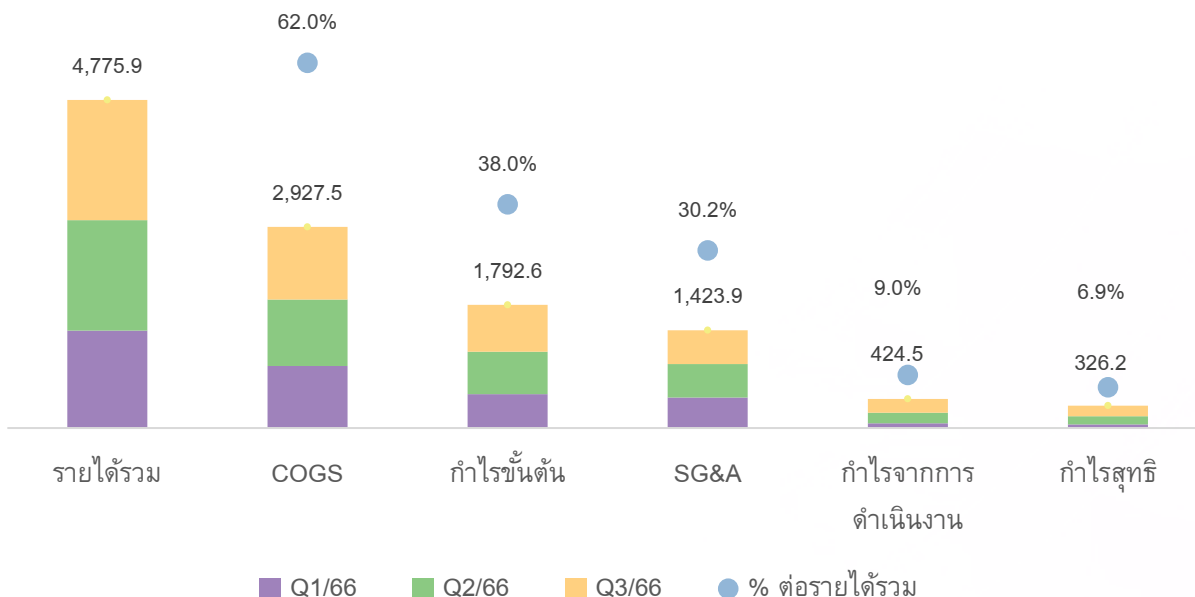
- รายงานดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ จัดทำขึ้นโดยธนาคารแห่งประเทศไทย ระบุว่าเดือนตุลาคม 2566 ดัชนีความเชื่อมั่นโดยรวมปรับตัวลดลงมาอยู่ที่ 48.9 จาก 50.4 ในเดือนก่อน นำโดยดัชนีความเชื่อมั่นภาคการผลิต ลดลงจากกลุ่มเคมี ปิโตรเลียม ยาง และพลาสติก จากความเชื่อมั่นด้านผลประกอบการ การผลิต และคำสั่งซื้อลดลงมาก คาดว่า จากอุปสงค์จีนที่ชะลอตัวตามเศรษฐกิจจีนที่ฟื้นตัวช้า สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นในภาคที่ใช้การผลิตลดลงต่ำกว่าระดับ 50 จากความเชื่อมั่นของกลุ่มการค้าที่ลดลง กลุ่มโรงแรมและร้านอาหารที่ความเชื่อมั่นด้านผลประกอบการปรับตัวลดลง ส่วนหนึ่งอาจจะสะท้อนความกังวลต่อผลกระทบของเหตุยิงในห้างสรรพสินค้าในช่วงต้นเดือนตุลาคมที่ผ่านมา
- จากข้อมูลของ นีลเสน จนถึงเดือนกรกฎาคม² เปิดเผยว่าภาพรวมงบประมาณโฆษณาในประเทศไทยงวด 7 เดือนปี 2566 มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 65,093 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อน 284 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 0.44% YoY โดยเป็นงบโฆษณาสื่อโทรทัศน์มูลค่า 34,483 ล้านบาท ลดลง 2,222 ล้านบาท จากงวดเดียวกันของปีก่อน หรือลดลง 6% YoY ซึ่งสาเหตุหลักเป็นผลมาจากงบโฆษณาสื่อโทรทัศน์ที่ลดลงในเดือนมกราคม 66 ทั้งนี้ สื่อทีวียังคงเป็นสื่อที่มีสัดส่วนของการใช้เม็ดเงินโฆษณาสูงสุด อยู่ที่ 57% โดยเมื่อดูเฉพาะเดือนกรกฎาคม 2566 ภาพรวมเม็ดเงินโฆษณาเพิ่มขึ้น 3% มูลค่าอยู่ที่ 9,790 ล้านบาท

ผลการดำเนินงานด้านการเงินของกลุ่มบริษัท

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

สรุปผลการดำเนินงานงวด 9 เดือน

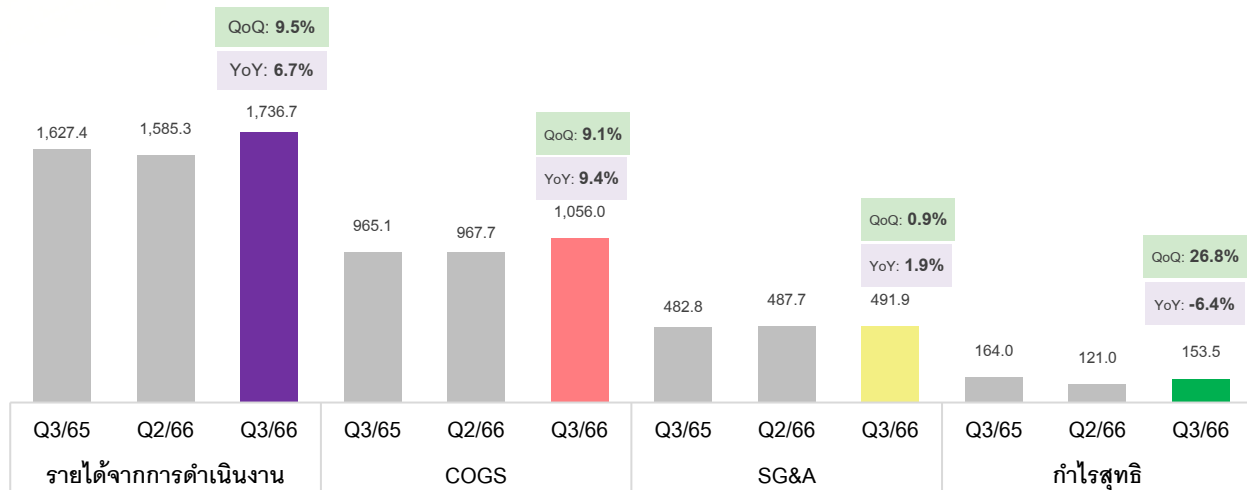
(หน่วย: ล้านบาท)



¹ ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย บริษัท เดอะ นีลเสนคอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด และศูนย์วิจัยกสิกรไทย

² บริษัท เดอะ นีลเสนคอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด ไม่ได้มีการเปิดเผยข้อมูลงบประมาณโฆษณาในประเทศไทยหลังจากเดือนกรกฎาคม 2566

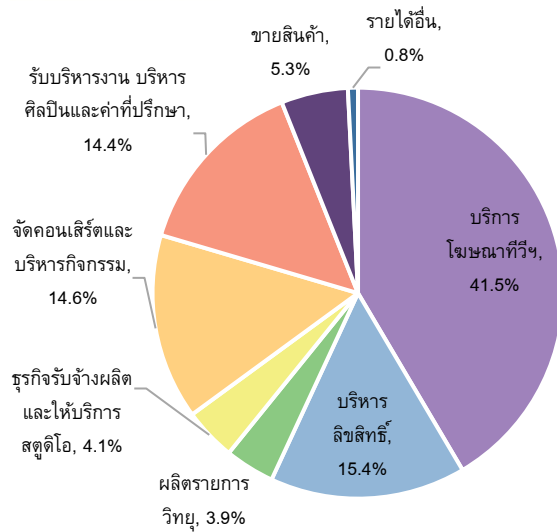
สรุปผลการดำเนินงานไตรมาส 3 งวด 3 เดือน เปรียบเทียบไตรมาสก่อน และงวดเดียวกันของปีก่อน



ผลประกอบการไตรมาส 3/66 งวด 3 เดือน

รายได้	Q3/65	Q2/65	Q3/66	เปลี่ยนแปลง		เปลี่ยนแปลง	
				ล้านบาท	%QoQ	ล้านบาท	%YoY
รายได้							
รายได้จากการดำเนินงานรวม	1,627.4	1,585.3	1,736.7	151.4	9.5%	109.2	6.7%
รายได้อื่น	27.5	22.5	13.8	(8.7)	(38.6%)	(13.7)	(49.8%)
รายได้รวม	1,655.0	1,607.8	1,750.5	142.7	8.9%	95.5	5.8%
ต้นทุนขายและบริการ	965.1	967.7	1,056.0	88.3	9.1%	90.8	9.4%
กำไรขั้นต้น	662.3	617.6	680.7	63.1	10.2%	18.4	2.8%
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริการ	75.5	98.4	107.5	9.2	9.3%	32.0	42.4%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	407.3	389.3	384.4	(4.9)	(1.3%)	(22.9)	(5.6%)
กำไรจากการดำเนินงาน	207.1	152.5	202.6	50.1	32.9%	(4.5)	(2.2%)
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	393.4	333.6	383.4	49.9	15.0%	(10.0)	(2.5%)
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในบริษัทรวม	0.3	(0.1)	(7.2)	(7.1)	(7071.0%)	(7.5)	(2,293.0%)
EBITDA	387.3	333.6	377.4	43.8	13.1%	(9.9)	(2.6%)
ต้นทุน (รายได้) ทางการเงินสุทธิ	1.1	(3.3)	(1.7)	1.6	48.4%	(2.8)	(257.5%)
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	206.3	155.7	197.1	41.5	26.6%	(9.2)	(4.5%)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	42.3	34.7	43.7	9.0	25.8%	1.3	3.1%
กำไรสุทธิ	164.0	121.0	153.5	32.5	26.8%	(10.5)	(6.4%)

รายได้สำหรับงวด 3 เดือน



สัดส่วนรายได้รวมของบริษัท

ไตรมาส 3 งวด 3 เดือน ปี 2566

ทั่วโลก รายได้จากการบริหารลิขสิทธิ์ในไตรมาสนี้ เติบโตกว่า 24.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า เนื่องจาก เป็นนโยบายของกลุ่มบริษัทที่เน้นการผลิตคอนเทนต์คุณภาพ ประกอบกับการบริหารการขายแบบ Dynamic ที่จัดสรรช่วงเวลาการออกอากาศตามช่องทางต่างๆ ส่งผลให้บริษัทสามารถสร้างรายได้จากคอนเทนต์ต่างๆ ได้สูง

ในไตรมาส 3/66 บริษัทมีรายได้จากการดำเนินงานรวมเท่ากับ 1,736.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 151.4 ล้านบาท หรือ 9.5% QoQ และเพิ่มขึ้น 109.2 ล้านบาท หรือ 6.7% YoY โดยรายได้ที่เพิ่มขึ้นหลักๆ มาจาก การจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรม การบริหารจัดการศิลปิน และการขายสินค้า ซึ่งเป็นสินค้าที่ระลึกเกี่ยวกับศิลปิน โดยกิจกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้กับธุรกิจทั้ง 3 กลุ่มนี้ ตามที่ได้กล่าวไว้แล้วตอนต้น คือ

- 1) คอนเสิร์ต “Gemini Fourth My Turn Concert” และ
- 2) คอนเสิร์ต “The Golden Song The Golden Show Concert”
- 3) “เทศกาลดนตรี Very Thai Music Festival” จัดที่ Orange Island Park เมืองฉางชา ประเทศจีน จัดโดย TCP Red Bull ร่วมมือกับ KuaiShou ผู้นำด้าน Content Community และ Social Platform แนวหน้าของประเทศไทย

อีกกลุ่มรายได้ที่เติบโตอย่างโดดเด่นในไตรมาสนี้ คือ รายได้จากการบริหารลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นการขายลิขสิทธิ์ละครและซีรีส์ไปฉายบนแพลตฟอร์ม OTT ต่างๆ

รายได้	Q3/65	Q2/66	Q3/66	เปลี่ยนแปลง	
				%QoQ	%YoY
รายได้จากการบริการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ และบริการเวลาออกอากาศทางช่องโทรทัศน์	770.2	749.1	726.5	(3.0%)	(5.7%)
รายได้จากการบริหารลิขสิทธิ์	309.1	216.8	269.8	24.4%	(12.7%)
รายได้จากการผลิตรายการวิทยุ	51.2	71.2	68.4	(3.9%)	33.8%
รายได้จากธุรกิจรับจ้างผลิตและบริการ	89.0	78.4	65.1	(17.0%)	(26.9%)
รายได้จากการบริการรับจัดคอนเสิร์ตและบริหารกิจกรรม	171.1	146.9	255.8	74.2%	49.5%
รายได้บริหารงาน บริหารศิลปิน และค่าที่ปรึกษา	168.5	224.1	251.8	12.3%	49.3%
รายได้จากการขายสินค้า	60.0	88.0	92.1	4.7%	53.6%
รายได้จากการให้บริการสตูดิโอ	8.4	10.8	7.2	(33.2%)	(13.7%)
รายได้จากการดำเนินงานรวม	1,627.5	1,585.3	1,736.7	9.5%	6.7%
รายได้อื่น	27.5	22.5	13.8	(38.7%)	(46.7%)
รายได้รวม	1,655.0	1,607.8	1,750.5	8.9%	5.8%

สำหรับรายได้จากการผลิตรายการวิทยุในไตรมาสนี้แม้ว่าจะลดลง QoQ แต่มีสาเหตุเนื่องจากในไตรมาสก่อนบริษัทได้รับงานแคมเปญพิเศษจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ทำให้รายได้สูงกว่าปกติ อย่างไรก็ตามรายได้ในไตรมาสนี้ รายได้จากการ

ผลิตรายการวิทยุเติบโต 33.8% YoY หรือเพิ่มขึ้น 17.2 ล้านบาท เนื่องจากในปีนี้มีสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 แล้ว ทำให้สื่อนอนไลน์ต่างๆ กลับมาลงโฆษณาในรายการวิทยุตามปกติซึ่งจากการที่ช่องรายการวิทยุของบริษัทเป็นอันดับท็อปของประเทศ ไทย อาทิ Green Wave 106.5 EFM 94.0 เป็นต้น ทำให้ช่องวิทยุของบริษัทเป็นอันดับต้นๆ ที่ผู้ผลิตสินค้าบริการ และเอเจนซีต่างๆ เลือกใช้

สำหรับรายได้จากสื่อโฆษณาโทรทัศน์ ลดลง 3.0% QoQ และ 5.7% YoY เป็นไปตามแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาที่มีการใช้เม็ดเงินกับในสื่อนี้ลดลง อย่างไรก็ตามรายได้ของบริษัทจากธุรกิจนี้ลดลงน้อยกว่าภาพรวมอุตสาหกรรม ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากบริษัทมีการใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ตของบริษัทตามช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ อาทิ สื่อบน BTS สื่อวิทยุ และ บิลบอร์ดต่างๆ

รายได้จากธุรกิจรับจ้างและผลิตรายการ และธุรกิจให้บริการสตูดิโอ ลดลงในไตรมาสนี้ทั้ง QoQ และ YoY เนื่องจากการปรับกลยุทธ์ของบริษัทที่เน้นการผลิตคอนเสิร์ตคุณภาพซึ่งจะทำให้บริษัทสามารถบริหารลิขสิทธิ์และธุรกิจเกี่ยวเนื่องอื่นๆ เพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดจากคอนเสิร์ตที่ผลิตเองได้อย่างครบถ้วน ทำให้บริษัทเลือกที่จะใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในการผลิตคอนเสิร์ตอยู่ภายในกลุ่มบริษัทเอง และลดการรับจ้างผลิตให้กับเจ้าอื่น

ต้นทุนขายและบริการ

ในไตรมาส 3/66 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนขายและบริการ 1,056.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 88.3 ล้านบาท หรือ 9.1% QoQ และเพิ่มขึ้น 90.9 ล้านบาท หรือ 9.4% YoY ซึ่งเป็นไปตามการเพิ่มขึ้นของรายได้ นอกจากนี้การเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิตส่วนหนึ่งเกิดจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิตคอนเสิร์ตซีรี่ย์และละครต่างๆ ซึ่งต้องการให้มีคุณภาพเทียบเท่าระดับสากลเพื่อการส่งออกฉายบนแพลตฟอร์มต่างๆ ทั่วโลก นอกจากนี้ยังมีต้นทุนการจัดคอนเสิร์ตและบริหารจัดการกิจกรรม และต้นทุนการจ้างศิลปิน ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับรายได้ของการจัดคอนเสิร์ตและบริหารจัดการกิจกรรมและการบริหารศิลปินที่เพิ่มมากขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ และค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ในไตรมาส 3/66 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายการขายและบริการเท่ากับ 107.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9.2 ล้านบาท หรือ 9.3% QoQ และเพิ่มขึ้น 32.0 ล้านบาท หรือ 42.4% YoY โดยมีสาเหตุหลักจากค่าใช้จ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์ที่เพิ่มขึ้นจากการจัดคอนเสิร์ตใหญ่ดังที่กล่าวในตอนต้น รวมถึงการจัดงานอีเวนต์ ร่วมกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการจัดงาน “รำวงสรวงพญาศรีสัตตนาคราช” ก่อนเริ่มงานประเพณีไหลเรือไฟ จังหวัดนครพนม ประจำปี 2566” ซึ่งเป็นการช่วยโปรโมท Soft Power ของประเทศให้เกิดกระแสท่องเที่ยวตามรอยละคร ในจังหวัดแถบลุ่มแม่น้ำโขง ไม่ว่าจะเป็น นครพนม มุกดาหาร หนองคาย บึงกาฬ อีกทั้งเป็นการช่วยโปรโมทละคร “พนมนาคนาค” ที่อยู่ระหว่างการออกอากาศผ่านทางช่อง ONE31 ในระหว่างไตรมาส 3/66

สำหรับค่าใช้จ่ายในการบริหารในไตรมาสนี้เท่ากับ 384.4 ล้านบาท ลดลง 1.3% QoQ และ 5.6% YoY เนื่องจากการปรับกลยุทธ์ในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในกลุ่มบริษัท

ต้นทุน (รายได้)ทางการเงิน

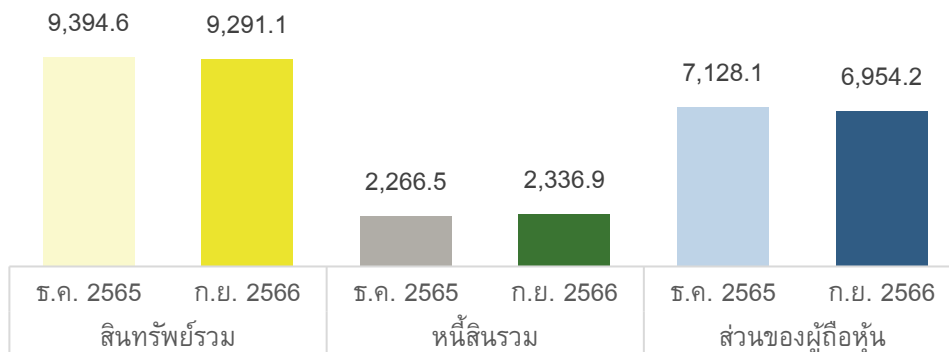
ในไตรมาส 3/66 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้ทางการเงินสุทธิเท่ากับ 1.7 ล้านบาท จากการบริหารเงินสดที่มีอยู่ทำให้ออกเบียร์รับจากเงินลงทุนของบริษัทสูงกว่าดอกเบี้ยจ่าย และทำให้บริษัทมีรายได้ทางการเงินดังกล่าว

กำไรสุทธิ

ในไตรมาส 3/66 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิเท่ากับ 153.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 32.5 ล้านบาท หรือ 26.8% QoQ เนื่องจาก รายได้ที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับความพยายามในการบริหารต้นทุนขายและบริการ รวมไปถึงควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ และค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในกลุ่มบริษัท อย่างไรก็ตามกำไรสุทธิลดลง 10.5 ล้านบาท หรือ ลดลง 6.4% YoY เนื่องจากธุรกิจที่ทำรายได้เติบโตสูงในไตรมาสนี้เป็นธุรกิจที่ดำเนินการภายใต้กลยุทธ์ใหม่ โดยกลุ่มบริษัทกำลังปรับปรุงแนวทางการบริหารจัดการต้นทุนการผลิตคอนเสิร์ตคุณภาพตามที่กล่าวไว้ข้างต้นให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

งบแสดงฐานะการเงิน

(หน่วย: ล้านบาท)



สินทรัพย์รวม

สินทรัพย์รวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 เท่ากับ 9,291.1 ล้านบาท ลดลง 103.5 ล้านบาท เมื่อเทียบกับสินทรัพย์รวม 9,394.6 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการจ่ายเงินปันผล การเปลี่ยนแปลงมูลค่าทางบัญชีของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ที่ลดลง 72.0 ล้านบาท เนื่องจากการตัดค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ สุทธิกับการซื้อสินทรัพย์เพิ่มระหว่างงวด ทั้งนี้บริษัทยังมีสถานะเงินสดอยู่ในระดับที่แข็งแกร่งโดยมีเงินสด รายการเทียบเท่าเงินสดและเงินฝากประจำ ณ สิ้นไตรมาส 3 รวม 1,693.4 ล้านบาท

หนี้สินรวม

หนี้สินรวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 เท่ากับ 2,336.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 70.4 ล้านบาท หรือ 3.1% เมื่อเทียบกับหนี้สินรวม 2,266.5 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 สาเหตุหลักเนื่องจากมีเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นเพิ่มขึ้นซึ่งเป็นไปตามการจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมที่เพิ่มขึ้นในช่วงปี 2566 อย่างไรก็ดี ณ สิ้นไตรมาส 3 บริษัทมียอดเงินกู้ยืมที่มีดอกเบี้ยคงเหลือเพียง 1.5 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 เท่ากับ 6,954.2 ล้านบาท ลดลง 173.9 ล้านบาท หรือลดลง 2.4% เมื่อเทียบกับส่วนของผู้ถือหุ้น 7,128.1 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 สาเหตุหลักจากการจ่ายปันผลจากผลประกอบการงวดครึ่งปีหลังปี 2565 ซึ่งส่งผลให้บริษัทมียอดขาดทุนสะสมในงบการเงินรวมเพิ่มขึ้น ทั้งนี้บริษัทจ่ายปันผลออกให้แก่ผู้ถือหุ้นในวันที่ 26 พฤษภาคม 2566 และ 15 กันยายน 2566

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	สะสม 9 เดือน 2565	สะสม 9 เดือน 2566
อัตรากำไรขั้นต้น	43.4%	38.0%
อัตรากำไร EBIT	15.9%	8.9%
อัตรากำไร EBITDA	38.6%	31.2%
อัตรากำไรสุทธิ	12.4%	6.8%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	16.5%	6.8%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	11.8%	5.8%
อัตราส่วนหนี้สินที่มีดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.03	0.02

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน



ด้านสิ่งแวดล้อม (E)

บริษัทดำเนินการและควบคุมให้มีการป้องกัน ลด จัดการ และดูแลให้มั่นใจว่ากลุ่มบริษัทจะไม่สร้างหรือก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งครอบคลุมการใช้วัตถุดิบ การใช้พลังงาน และร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการลดก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ในปี 2593 ซึ่งในไตรมาส 3 ปี 2566 บริษัทมีกิจกรรมดังนี้

- ร่วมเผยแพร่บทความที่ส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมบนเว็บไซต์ของบริษัทในเครือ www.atime.live/greenwave/greenheart
- Green Wave จับมือ 7 พันธมิตร กทม., มูลนิธิ ซีซีเอฟ เพื่อเด็กและเยาวชน, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และพันธมิตรอื่นๆ ในโครงการเปลี่ยนขยะพลาสติกเป็นเฟรมผ้าใบแคนวาส และงานสี กับแคมเปญ Green Charity Share For Art โดยได้เริ่มส่งมอบ ส่งมอบเฟรมผ้าใบแคนวาสจำนวน 100 เฟรม ให้น้องๆ ยากไร้ในแคมป์ศิลปะ 25 จังหวัดทุกภาคทั่วประเทศ



ด้านสังคม (S)

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม โดยมีการพัฒนาโครงการที่สร้างเสริมประโยชน์ต่อชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม และมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อการบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ การศึกษา และการสร้างความเจริญก้าวหน้าให้แก่ประเทศชาติ ในไตรมาส 3 ปี 2566 บริษัทมีกิจกรรมดังนี้

- “มาม่า present THE TIME MACHINE CONCERT” มอบรายได้ส่วนหนึ่งให้กับ “มูลนิธิพิทักษ์ดวงตาประชาชน” เพื่อช่วยเหลือผู้พิการทางสายตาที่มีฐานะยากจน
- ร่วมมือกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคอีสาน ภายใต้โครงการ ตามรอยพญานาค “ศรัทธานำทาง เส้นทางนำเที่ยว” ร่วมปลูกกระแสดการท่องเที่ยว ในช่วงเทศกาลออกพรรษา ซึ่งถือเป็นเทศกาลใหญ่ในภาคอีสาน และส่งเสริม Soft Power ของประเทศ



ด้านการกำกับ
ดูแลกิจการ (G)

คณะกรรมการของบริษัทนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี หรือ Corporate Governance Code (CG Code) ปี 2560 ที่ออกโดยกต. และ ตลท. มาเป็นหลักในการปฏิบัติสำหรับคณะกรรมการทั้ง 8 ข้อ โดยเน้นเรื่อง 1) การตระหนักถึงบทบาทและแสดงความรับผิดชอบต่อ
ในฐานะผู้นำที่สร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน 2) การดูแลให้บริษัทมีระบบการบริหาร
ความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่เหมาะสม 3) การรักษาความน่าเชื่อถือทางการเงิน และ
การเปิดเผยข้อมูล และ 4) สนับสนุนการมีส่วนร่วมและการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น

ในเดือนกันยายนที่ผ่านมา บริษัทได้แจ้งเชิญชวนผ่านช่องทางประกาศข่าวของตลาด
หลักทรัพย์ฯ และบนเว็บไซต์ของบริษัทให้ผู้ถือหุ้นเสนอวาระการประชุมและเสนอข้อบุคคล
เพื่อรับการพิจารณาให้ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการบริษัท ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วม
และการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น

ทั้งนี้ในการสำรวจด้านการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2566
(Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2023 :CGR) โดยสมาคม
ส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD) ภายใต้การสนับสนุนจากตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย ได้ประกาศผลการประเมินเมื่อวันที่ 31 ต.ค. 2566 โดยบริษัทได้รับ
คะแนนประเมิน 5 ดาว หรือ ระดับ "ดีเลิศ" (Excellent CG Scoring)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรรถพล เสนะสุทธิพันธุ์)
ประธานเจ้าหน้าที่การเงินกลุ่ม
ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ