



เลขที่ MONO 009/64

วันที่ 12 พฤษภาคม 2564

เรื่อง แจ้งผลการดำเนินงานและการนำเสนอรายงานและงบการเงินประจำไตรมาสที่ 1 ปี 2564

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1) สำเนารายงานและงบการเงินรวม จำนวน 1 ชุด
2) สรุปผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนและรวมของบริษัทย่อยประจำไตรมาสที่ 1 ปี 2564 (F45)

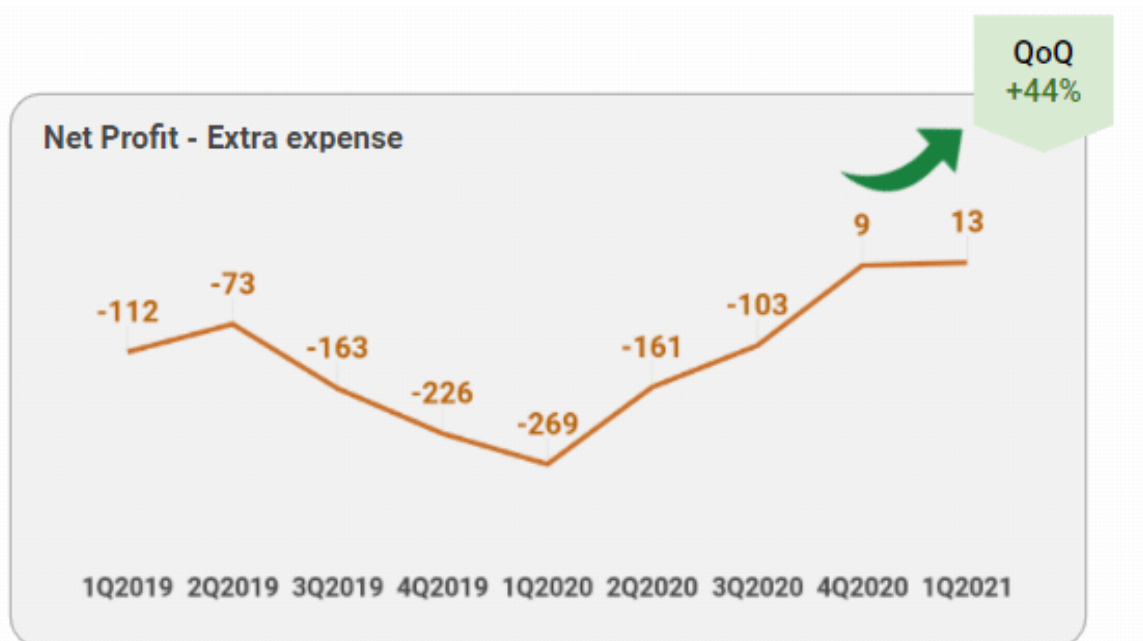
บริษัท โมโน เน็กซ์ จำกัด (มหาชน) “บริษัทฯ” ขอนำส่งสำเนารายงานและงบการเงินประจำไตรมาสที่ 1 ปี 2564 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 ที่ผ่านการสอบทานจากผู้สอบบัญชีแล้ว และผ่านการสอบทานของที่ประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ครั้งที่ 3/2564 เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2564 และผ่านการอนุมัติของที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2564 เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2564 พร้อมทั้งขอชี้แจงผลการดำเนินงาน ดังนี้

ผลการดำเนินงาน สำหรับงวด 3 เดือน

หน่วย : ล้านบาท

	1Q64	4Q63	1Q63	QoQ		YOY	
				เพิ่ม(ลด)	ร้อยละ	เพิ่ม(ลด)	ร้อยละ
รายได้จากการให้บริการสื่อโฆษณา MONO29	409.2	387.9	293.9	21.3	5.5	115.3	39.2
รายได้จากการให้บริการคอนเทนต์ MONOMAX/GIGATV	115.0	97.8	24.6	17.2	17.6	90.4	367.5
รายได้ขายสินค้า (โสมซ้อปปี้ง)	8.5	8.8	7.9	(0.3)	(3.4)	0.6	7.6
รายได้ธุรกิจอื่นๆ	30.8	49.1	46.5	(18.3)	(37.3)	(15.7)	(33.8)
รวมรายได้	563.5	543.6	372.9	19.9	3.7	190.6	51.1
ต้นทุนขายและบริการ	424.4	441.5	468.8	(17.1)	(3.9)	(44.4)	(9.5)
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	91.6	93.5	232.1	(1.9)	(2.0)	(140.5)	(60.5)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	13.1	8.8	(390.3)	4.3	48.9	403.4	103.4
EBITDA	397.0	367.6	104.0	29.4	8.0	293.0	281.7

ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1/2564 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 กำไรสุทธิ 13.1 ล้านบาท กำไรเพิ่มขึ้น 403.4 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และกำไรเพิ่มขึ้น 4.3 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4/2563



จากกราฟข้างต้นแสดงกำไร(ขาดทุน)สุทธิในแต่ละไตรมาสกรณีไม่รวมรายการค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว แสดงให้เห็นภาพกลุ่มบริษัทกลับมามีผลกำไรจากการดำเนินงานตั้งแต่ไตรมาสที่ 4/2563 ต่อเนื่องมาถึงไตรมาสที่ 1/2564 ที่มีกำไรจำนวนเงิน 13 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4 ล้านบาท คิดเป็น 44% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนการกลับมา มีผลกำไรจากการดำเนินงาน เป็นผลมาจาก 1) การปรับโครงสร้างภายในกลุ่มโดยมุ่งเน้นธุรกิจหลัก 2) ผลสำเร็จจากธุรกิจให้บริการคอนเทนต์ MONOMAX และ GIGATV ที่เติบโตอย่างต่อเนื่องจากกระแส New Normal 3) นโยบายการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เริ่มขึ้นตั้งแต่ช่วงต้นปี 2563 ส่งผลให้การควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และ 4) การเริ่มฟื้นตัวของธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคระบาด COVID-19 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แม้จะยังไม่ฟื้นตัวสู่ระดับเดิมในช่วงก่อนการระบาด อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงต้องเฝ้าระวังความไม่แน่นอนจากการระบาดระลอกใหม่ที่เริ่มในช่วงปลายปี 2563 เพื่อปรับแผนธุรกิจตลอดช่วงสถานการณ์ดังกล่าว

วิเคราะห์เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาสที่ 1/2564 มีสาเหตุเกิดจาก

รายได้รวม

- รายได้รวมไตรมาสที่ 1/2564 เพิ่มขึ้น 190.6 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 51.1 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 19.9 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.7 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน โดยหลักเกิดจาก
 - 1) รายได้โฆษณาที่เพิ่มขึ้น 115.3 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 39.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 21.3 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน สาเหตุมาจากธุรกิจที่เริ่มฟื้นตัวจากความคลี่คลายของสถานการณ์โรคระบาด COVID-19 ประกอบกับนโยบายส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดซื้อโฆษณาได้รับการตอบรับอย่างดี ส่งผลให้แนวโน้มรายได้ค่าโฆษณาปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง
 - 2) รายได้การให้บริการคอนเทนต์ MONOMAX และ 3BB GIGATV เพิ่มขึ้น 90.4 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 367.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 17.2 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 17.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน ธุรกิจยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับการเติบโตของสื่อดิจิทัล และตลาดอินเทอร์เน็ต จากพฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิตแบบ New Normal ประกอบกับการทำโปรโมชันและจับมือกับพันธมิตรเพื่อขยายฐานลูกค้า

ต้นทุนและค่าใช้จ่าย

- ต้นทุนขายและบริการไตรมาสที่ 1/2564 ลดลง 44.4 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 9.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และลดลง 17.1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน
- ค่าใช้จ่ายขายและบริหารไตรมาสที่ 1/2564 ลดลง 140.5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 60.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และลดลง 1.9 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.0 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน
- ต้นทุนและค่าใช้จ่ายขายและบริหารลดลงยังคงลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการปรับโครงสร้างภายในกลุ่มโดยมุ่งเน้นธุรกิจหลัก ทำให้กลุ่มบริษัทมีการบริหารจัดการต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

แผนธุรกิจปี 2564

ไตรมาสที่ 1/2564 แม้ธุรกิจจะเริ่มฟื้นตัวภายหลังได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดที่เริ่มต้นตั้งแต่ต้นปี 2563 และยังคงมีความไม่แน่นอนจากการระบาดระลอกใหม่ของ COVID-19 ที่เริ่มตั้งแต่ช่วงปลายปี 2563 ซึ่งบริษัทฯ ยังคงต้องให้ความสำคัญเผื่อระวังเพื่อปรับแผนธุรกิจในช่วงเวลาที่เกิดความไม่แน่นอนดังกล่าว ส่งผลให้ธุรกิจยังคงไม่ฟื้นตัวสู่ระดับเดิมในช่วงก่อนการระบาด ภาวะการแข่งขันในตลาดยังคงอยู่ในระดับสูงทั้งการใช้กลยุทธ์ด้านราคาและบริการ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นสร้างความแข็งแกร่งในธุรกิจหลักโดยให้บริการคอนเทนต์ที่มีคุณภาพ การเสนอบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบวงจร นโยบายส่งเสริมการขายที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า การสร้างความร่วมมือกับพันธมิตร เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และขยายการเติบโตของธุรกิจ

- การเติบโตของบริการดูหนังออนไลน์แบบบอกรับสมาชิก MONOMAX มุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าในทุกกลุ่มเป้าหมาย มุ่งพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อตอบโจทย์ลูกค้า ให้บริการคอนเทนต์ที่มีคุณภาพ การทำโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการขาย โดยร่วมมือกับพันธมิตรหลากหลายแบรนด์เพื่อนำเสนอบริการให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งนอกจากจะเพิ่มฐานลูกค้าแล้ว บริษัทฯ และพันธมิตรยังได้รับประโยชน์ร่วมกันในด้าน Media Support อีกด้วย
- การให้บริการคอนเทนต์บนแพลตฟอร์ม 3BB GIGATV มุ่งเน้นขยายฐานรายได้และเพิ่มช่องทางรายได้จากการให้บริการบนแพลตฟอร์ม อาทิเช่น รายได้บริการโฆษณา รายได้จาก Home Shopping เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันอยู่ระหว่างการเตรียมการเพื่อให้บริการดังกล่าวซึ่งคาดว่าจะเกิดขึ้นในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2564
- การเติบโตของช่องทีวีดิจิทัล MONO29 มุ่งเน้นการฟื้นตัวของรายได้โฆษณาให้กลับมาอยู่ในระดับเดิมก่อนการระบาดของ COVID-19 และให้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยวางแผนปรับผังรายการ ปรับแผนการผลิตและซื้อคอนเทนต์ ที่ให้บริการบนช่องให้มีความหลากหลาย ประกอบกับการสร้างสินค้าและบริการใหม่เพื่อเพิ่มช่องทางรายได้
- มุ่งเน้นสรรหา และผลิต Highlight Content มุ่งเน้นการผลิตคอนเทนต์ภาพยนตร์ไทยและละครซีรีส์ เพื่อเพิ่มฐานกลุ่มผู้บริโภค ในการรองรับการให้บริการ MONOMAX บริการคอนเทนต์ทางแพลตฟอร์ม 3BB GIGATV และช่อง MONO29 โดยบริษัทฯ ได้มีผู้มีความเชี่ยวชาญมากประสบการณ์ในวงการมาเสริมทัพเพื่อผลิตคอนเทนต์ที่มีคุณภาพและตรงใจผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น และมีแผนการปรับลดสัดส่วนงบประมาณการซื้อลิขสิทธิ์และมุ่งเน้นการผลิตคอนเทนต์เองเพื่อเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งจะส่งผลให้กลุ่มบริษัทมีคอนเทนต์ที่ระยะเวลาการใช้สิทธิ์ไม่จำกัด และสามารถนำคอนเทนต์จัดจำหน่ายได้หลายช่องทางจำหน่ายเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

- การเติบโตของธุรกิจ Online/offline activation มุ่งเน้นการปรับกระบวนการทำงานให้ทันสมัยและตอบโจทย์ลูกค้า ตั้งหน่วย digital marketing solution ขึ้นมาทำงานประสานกับหน่วย online/offline activation รวมถึงสื่อในเครือทั้งทีวีช่อง MONO29 ที่มีฐานคนดูเป็นอันดับ 3 ของประเทศ และสื่อที่ได้รับความนิยมเชื่อถือจากผู้ใช้ออนไลน์อย่าง MTHAI กลายเป็นบริการ online/offline ที่ครบวงจรตอบโจทย์ลูกค้าทุกรูปแบบ

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายปฐมพงศ์ สิริชัยรัตน์)
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร