



เลขที่ MONO 015/64

วันที่ 10 พฤศจิกายน 2564

เรื่อง แจ้งผลการดำเนินงานและการนำเสนอรายงานและงบการเงินประจำไตรมาสที่ 3 ปี 2564

เรียน กรรมการและผู้จัดการ  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1) สำเนารายงานและงบการเงินรวม จำนวน 1 ชุด  
2) สรุปผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนและรวมของบริษัทย่อยประจำไตรมาสที่ 3 ปี 2564 (F45)

บริษัท โมโน เน็กซ์ จำกัด (มหาชน) “บริษัทฯ” ขอนำส่งสำเนารายงานและงบการเงินประจำไตรมาสที่ 3 ปี 2564 สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 ที่ผ่านการสอบทานจากผู้สอบบัญชีแล้ว และผ่านการสอบทานของที่ประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ครั้งที่ 6/2564 เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2564 และผ่านการอนุมัติของที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2564 เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2564 พร้อมทั้งขอชี้แจงผลการดำเนินงาน ดังนี้

ผลการดำเนินงาน สำหรับงวด 3 เดือน

หน่วย : ล้านบาท

	3Q64	2Q64	3Q63	QoQ		YOY	
				เพิ่ม (ลด)	ร้อยละ	เพิ่ม (ลด)	ร้อยละ
รายได้จากการให้บริการสื่อโฆษณา MONO29	313.6	422.2	324.7	(108.6)	(25.7)	(11.1)	(3.4)
รายได้จากการให้บริการคอนเทนต์ MONOMAX/GIGATV	125.4	117.6	76.6	7.8	6.6	48.8	63.7
รายได้ขายสินค้า (โฮมช้อปปิ้ง)	11.0	7.6	10.3	3.4	44.7	0.7	6.8
รายได้ธุรกิจอื่นๆ	5.7	20.7	31.1	(15.0)	(72.5)	(25.4)	(81.7)
รวมรายได้	455.7	568.1	442.7	(112.4)	(19.8)	13.0	2.9
ต้นทุนขายและบริการ	424.2	424.9	411.5	(0.7)	(0.2)	12.7	3.1
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	115.6	98.6	137.1	17.0	17.2	(21.5)	(15.7)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(56.7)	14.7	(112.1)	(71.4)	(485.7)	55.4	49.4
EBITDA	262.0	396.4	243.3	(134.4)	(33.9)	18.7	7.7

วิเคราะห์เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาสที่ 3/2564 มีสาเหตุหลักเกิดจาก

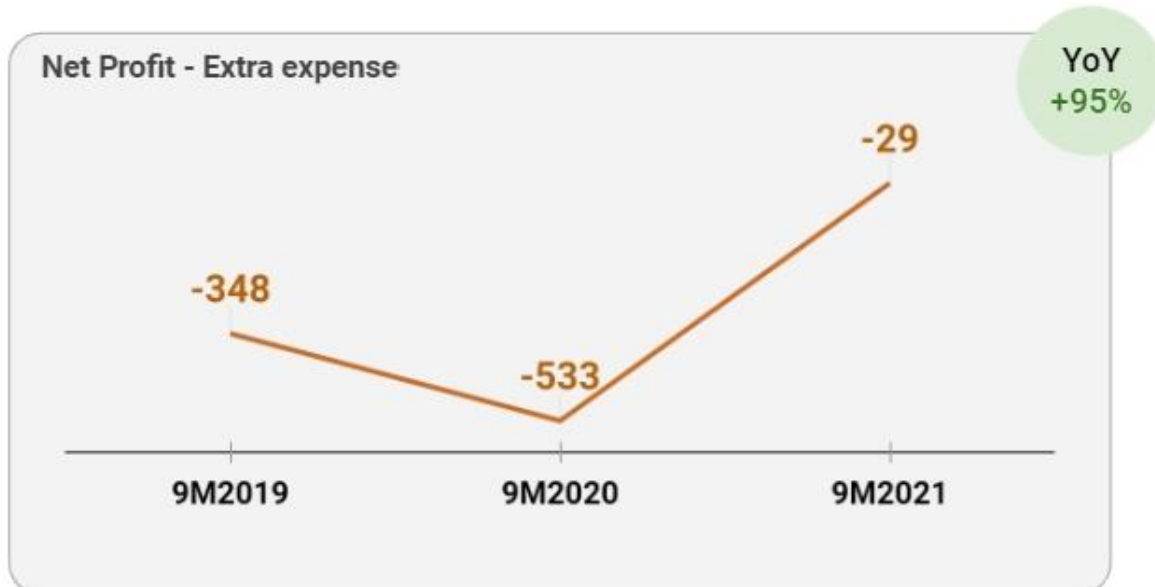
#### รายได้รวม

- รายได้รวมไตรมาสที่ 3/2564 เพิ่มขึ้น 13.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และลดลง 112.4 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 19.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน โดยหลักเกิดจาก
  - 1) รายได้โฆษณาที่ลดลง 11.1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และลดลง 108.6 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 25.7 เมื่อเทียบกับไตรมาส 2/2564 เป็นผลจากสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ระลอกใหม่ โดยปัจจุบันสถานการณ์ได้เริ่มคลี่คลายส่งผลให้ในช่วงไตรมาสที่ 4 จะมีเม็ดเงินสื่อและโฆษณาเพิ่มขึ้นจากการทำการตลาดและกิจกรรมทางการตลาด
  - 2) รายได้ค่าบริการคอนเทนต์ MONOMAX และ 3BB GIGATV เพิ่มขึ้น 48.8 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 63.7 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 7.8 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 6.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน ธุรกิจยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับการเติบโตของสื่อดิจิทัล

#### ต้นทุนและค่าใช้จ่าย

- ต้นทุนขายและบริการไตรมาสที่ 3/2564 เพิ่มขึ้น 12.7 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.1 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่ลดลง 0.7 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน
- ค่าใช้จ่ายขายและบริหารไตรมาสที่ 3/2564 ลดลง 21.5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 15.7 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่เพิ่มขึ้น 17.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 17.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน
- ต้นทุนขายและบริการโดยส่วนใหญ่อยู่ในอัตราคงที่จากการบริหารควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายการขายและบริหารที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เป็นผลมาจากค่าเงินบาทที่อ่อนค่าลงเทียบกับดอลลาร์สหรัฐ เนื่องจากได้ทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าครอบคลุมเพียงบางส่วนของค่าใช้จ่ายการลงทุน ทั้งนี้ ในไตรมาสที่ 4/2564 บริษัทฯ ได้ปรับเพิ่มนโยบายลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนโดยทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าเพื่อให้ครอบคลุมส่วนใหญ่ของค่าใช้จ่ายการลงทุน

ผลการดำเนินงานงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 ขาดทุนสุทธิ 28.9 ล้านบาท ขาดทุนลดลง 503.9 ล้านบาท เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน



จากกราฟขาดทุนสุทธิสำหรับงวด 9 เดือน กรณีไม่รวมรายการค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว แสดงให้เห็นภาพกลุ่มบริษัทที่มีผลขาดทุนที่ลดลง ผลการดำเนินงานสำหรับงวด 9 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 มีผลขาดทุนลดลงเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักเกิดจาก 1) การปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ 2) ผลสำเร็จจากธุรกิจให้บริการคอนเทนต์ MONOMAX และ GIGATV ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง 3) มาตรการควบคุมและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารค่าใช้จ่าย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีผลขาดทุนจากการดำเนินงานเกิดจากปัจจัยลบจากความยืดหยุ่นของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิดระลอกใหม่ที่เชื้อโควิดกลายพันธุ์เดลต้ามีความรุนแรงส่งผลกระทบต่อให้จำนวนผู้ติดเชื้อรายวันเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องนับแต่ช่วงต้นไตรมาสที่ 3/2564

ช่วงปลายไตรมาสที่ 3/2564 สถานการณ์ได้เริ่มกลับมาคลี่คลายมีทิศทางที่ดีขึ้น ยอดผู้ติดเชื้อลดลงจากปริมาณวัคซีนที่เริ่มมีเพียงพอต่อความต้องการทำให้ภาครัฐได้เริ่มผ่อนปรนมาตรการต่างๆ การจำกัดการเคลื่อนที่และกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ตลอดจนการเปิดประเทศเพื่อรับนักท่องเที่ยวที่ได้เริ่มขึ้นในเดือนพฤศจิกายน บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าสถานการณ์ระบาดที่ได้เริ่มคลี่คลายลงจะส่งผลให้เศรษฐกิจกลับมาสู่ภาวะการปกติได้โดยเร็ว การทำการตลาดและกิจกรรมทางการตลาดจะทำให้เกิดการฟื้นตัวของธุรกิจสื่อและโฆษณาในช่วงไตรมาสที่ 4 ประกอบกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่ได้เริ่มปรับอย่างต่อเนื่องนับแต่ปี 2563 จะส่งผลให้ผลการดำเนินงานมีแนวโน้มการเติบโตที่ยั่งยืนต่อไป

## แนวโน้มสถานการณ์และแผนธุรกิจปี 2564

ผลกระทบวงกว้างที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ที่ลากยาวต่อเนื่องมานับแต่ช่วงต้นปี 2563 และกลับมาใหม่หลายระลอกในประเทศไทย ส่งผลให้ธุรกิจสื่อและโฆษณาได้รับผลกระทบอย่างมากจากเม็ดเงินโฆษณาที่ปรับตัวลดลงตลอดช่วงของการแพร่ระบาด โดยช่วงปลายไตรมาสที่ 3/2564 สถานการณ์การแพร่ระบาดเริ่มคลี่คลายประกอบกับมาตรการผลักดันเศรษฐกิจเอื้อต่อภาคธุรกิจที่เริ่มทำการตลาดและกิจกรรมทางการตลาดได้มากขึ้นในไตรมาสที่ 4/2564 ซึ่งจะเป็นปัจจัยหลักในการเติบโตของธุรกิจสื่อและโฆษณาให้กลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง โดยในช่วงต้นการคลายล็อกดาวนังมีความไม่แน่นอนของความเชื่อมั่นและกำลังซื้อของผู้บริโภค ภาวะการแข่งขันในตลาดยังคงอยู่ในระดับสูงที่บริษัทฯ ยังคงต้องใช้กลยุทธ์ด้านราคาและบริการตลอดจนการส่งเสริมการขายเพื่อรักษาระดับการเติบโตและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด นอกจากนี้แผนกลยุทธ์ที่ได้ดำเนินการตามเป้าหมายแล้วในปีที่ผ่านมา แผนกลยุทธ์ที่บริษัทฯ จะมุ่งเน้นลำดับถัดไป กล่าวคือ 1) การบริหารจัดการคอนเทนต์โดยปรับสัดส่วนต้นทุนการซื้อและผลิตคอนเทนต์ สร้างความร่วมมือกับพันธมิตรที่หลากหลาย เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดภายใต้ต้นทุนที่เหมาะสม โดยจะส่งผลให้ต้นทุนการตัดจำหน่ายในอนาคตปรับลดลงไปสู่ระดับที่เหมาะสม ประกอบกับการมุ่งเน้นผลิตคอนเทนต์เองจะช่วยเพิ่มช่องทางรายได้ที่เพิ่มขึ้นในอนาคต 2) ปรับพัฒนาธุรกิจเข้าสู่เทคโนโลยี Web3.0 เพื่อส่งเสริมธุรกิจโฆษณา โฆษณ้าอปปี้ และสร้างธุรกิจที่เชื่อมต่อเทคโนโลยีดิจิทัล 3) สร้างความแข็งแกร่งและเติบโตในธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจบริการดูหนังออนไลน์แบบบอกรับสมาชิก MONOMAX, ธุรกิจให้บริการคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มที่หลากหลาย และธุรกิจทีวีดิจิทัล MONO29 โดยมุ่งเน้นการให้บริการคอนเทนต์ที่มีคุณภาพ การเสนอบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบวงจร เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และขยายการเติบโตของธุรกิจ

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายปฐมพงศ์ สิริชัยรัตน์)  
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร