

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท โมโน เน็กซ์ จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2545 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 50 ล้านบาท โดยนายพิชญ์ โพธารามิก ปัจจุบันเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท และบริษัทได้เปลี่ยนชื่อจากบริษัท โมโน เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2563

โมโน เน็กซ์ และบริษัทในเครือ ยังคงมุ่งมั่นในการเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์สื่อและข้อมูลความบันเทิงชั้นนำของเมืองไทย โดยปัจจุบันมุ่งเน้นความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจบันเทิง ภาพยนตร์ และซีรีส์ จากเดิมที่ดำเนินธุรกิจอันหลากหลาย ทั้ง ธุรกิจบริการเสริมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ธุรกิจสื่ออินเทอร์เน็ต ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ธุรกิจสื่อทีวี ธุรกิจสื่อวิทยุ ธุรกิจเพลง ธุรกิจภาพยนตร์ ธุรกิจกีฬาบาสเกตบอล ธุรกิจโซว์บิช (การจัดการแสดงคอนเสิร์ต) และธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งตั้งแต่ปลายปี 2562 เป็นต้นมา บริษัทได้เริ่มวางแผนปรับโครงสร้างครั้งใหญ่ ให้ความสำคัญกับธุรกิจที่ยังมีศักยภาพเติบโตต่อไปในอนาคต ตัดธุรกิจในส่วนที่ไม่ทำกำไร และแสวงหาธุรกิจใหม่ที่จะสามารถต่อยอดจากธุรกิจเดิมที่มีอยู่

โดยธุรกิจที่เป็นธุรกิจหลักของบริษัทที่ยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง คือ ธุรกิจสื่อทีวี จากการที่บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยขณะการประมูลใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ในหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ (SD) ในปี 2557 บริษัทเปิดให้บริการสถานีโทรทัศน์ “โมโน ทเวนตีไนน์” (MONO29) ภายใต้คอนเซ็ปต์ “ฟรีทีวีที่มี หนังสือ ซีรีส์ดัง มากที่สุด” จากการดำเนินธุรกิจมากกว่า 7 ปี ที่ช่อง MONO29 นำเสนอคอนเทนต์ที่มีคุณภาพระดับโลก สดใหม่ และเข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่ม ผลักดันให้ช่องเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้นำธุรกิจทีวีดิจิทัลของประเทศ ด้วยความแข็งแกร่งของช่อง MONO29 ในปี 2561 บริษัทจึงได้ต่อยอดพัฒนาธุรกิจด้านคอมเมิร์ซ รูปแบบ TV Home Shopping และ Online Shopping ภายใต้ชื่อ 29Shopping

ในส่วนของธุรกิจสื่ออินเทอร์เน็ต เดิมภายใต้เว็บไซต์ MThai.com ได้ปรับตัวเข้าสู่ยุคโซเชียลมีเดีย ทีมคอนเทนต์ได้พัฒนาเป็นผู้ให้บริการข่าวสารที่น่าเชื่อถือที่สุดผ่านเฟซบุ๊ก และทวิตเตอร์ อีกทั้ง ทีมการตลาดได้พัฒนาการดำเนินธุรกิจให้บริการวางแผนและสร้างสรรค์สื่อทางการตลาดแบบองค์รวม ให้กับธุรกิจในเครือ และพันธมิตรที่เป็นเจ้าของสินค้าและบริการต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งตอบสนองการทำการตลาดแก่ลูกค้าทั้งแบบออนไลน์ และเชิงกิจกรรม (Event Marketing)

สำหรับธุรกิจภาพยนตร์ ปัจจุบันบริษัทหันมาให้ความสำคัญกับธุรกิจบริการวิดีโอสตรีมมิ่งแบบบอกรับสมาชิก ภายใต้แบรนด์ MonoMax มากยิ่งขึ้น ซึ่งนำเสนอภาพยนตร์และซีรีส์ในรูปแบบที่ลูกค้าในประเทศชื่นชอบ ด้วยโอกาสทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่นิยมหันมารับชมแบบออนไลน์ และยอดสมาชิกเข้าใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงมุ่งผลักดันให้เป็นอีกหนึ่งธุรกิจหลักต่อไปในอนาคต โดยการคัดสรรคอนเทนต์แบบ Exclusive ที่สามารถรับชมได้ที่นี่ทีเดียว และการขายแบบผนวกเข้ากับบริการของพันธมิตร ในลักษณะพรีวิลเลจ ซึ่งให้เอกสิทธิ์พิเศษในการรับชมแก่ลูกค้าของพันธมิตร นอกจากนี้ ยังดำเนินธุรกิจจัดหาภาพยนตร์ต่างประเทศ และผลิภาพยนตร์ไทยสำหรับเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ โดยเน้นภาพยนตร์ที่ตรงกลุ่มลูกค้าของบริษัทมากยิ่งขึ้น

ด้วยความเชี่ยวชาญด้านคอนเทนต์มาอย่างยาวนานเกือบ 20 ปี โมโน เน็กซ์ และบริษัทในเครือ จับมือเป็นพันธมิตรกับ บริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) หรือ 3BB ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ ซึ่ง 3BB มีแผนดำเนินธุรกิจให้บริการกล่องรับชมทีวี และวิดีโอออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต ดังนั้น ในช่วงกลางปี 2563 โมโน เน็กซ์ ได้เข้าดำเนินการเป็นผู้จัดหา ผลิตภัณฑ์คอนเทนต์ และช่วยดูแลการตลาดด้านคอนเทนต์ให้กับ 3BB เนื่องจากมีความเข้าใจ ในการคัดสรรคอนเทนต์ที่มีคุณภาพทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงประสบการณ์การทำธุรกิจทีวีและสตรีมมิ่งมานาน โดย 3BB มีการเปิดตัวกล่อง “3BB GIGATV” ในปลายเดือนพฤศจิกายน 2563 ซึ่งอัดแน่นด้วยคอนเทนต์คุณภาพที่ ผู้ชมสามารถเลือกชมโทรทัศน์ฟรีพรีเมียมได้มากกว่า 30 ช่อง ครอบคลุมทั้งภาพยนตร์ ซีรีส์ การ์ตูน กีฬา วาไรตี้ สารคดี และข่าวทั้งไทยและต่างประเทศ รวมถึงช่องทีวี HBO ผ่านระบบความละเอียดสูงถึง 4K

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทุน

ในปี 2555 บริษัทได้จดทะเบียนแปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ mai ในวันที่ 6 มิถุนายน 2556 ด้วยทุนจดทะเบียน 140 ล้านบาท บริษัทได้รับเงินสุทธิจากการเสนอขายหุ้นรวม 2,702.75 ล้านบาท ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำไปใช้ลงทุนในธุรกิจทีวีดิจิตอล

เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2557 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2557 มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 140 ล้านบาท เป็น 462 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน 3,220 ล้านหุ้น จัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม สำหรับการจ่ายหุ้นปันผล และการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 1 (MONO-W1) เพื่อให้มีคุณสมบัติในการย้ายเข้า จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2558 และเพื่อเป็นช่องทางสำหรับการระดม ทุนอย่างต่อเนื่องในอนาคต

ในปี 2558 – 2562 บริษัทมีการเพิ่มทุนแบบมอบอำนาจทั่วไป (General Mandate) โดยจัดสรรหุ้นให้แก่บุคคลใน วงจำกัด รวมถึงการเพิ่มทุนจากการใช้สิทธิแปลงสภาพ MONO-W1 ปี 2562 บริษัทมีทุนจดทะเบียน 486,299,997.50 บาท และมีทุนชำระแล้วเป็น 347,105,403.80 บาท ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2563 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 มีมติลดทุนจดทะเบียน 139,194,593.70 บาท โดยการตัดหุ้นที่สำรองไว้เพื่อรองรับการใช้สิทธิแปลงสภาพ MONO-W1 ซึ่งหมดอายุเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2562 ทำให้ ณ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว เป็น 347,105,403.80 บาท

โมโน เน็กซ์ และบริษัทในเครือแบ่งการประกอบธุรกิจออกเป็น 5 ธุรกิจหลัก ประกอบด้วย

- 1) **ธุรกิจสื่อทีวี (TV Business)** ประกอบธุรกิจให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล นำเสนอรายการโทรทัศน์ที่เน้น คุณภาพเพื่อสร้างความบันเทิงให้ผู้ชมตลอด 24 ชั่วโมง ในนามช่อง “โมโน ทเวนตีไนน์” (MONO29) ภายใต้สโลแกน ทีวีทีวีที่มี **หนังดี ซีรีส์ดัง** มากที่สุด จากสตูดิโอชั้นนำต่างประเทศ ทั้ง ฮอลลีวูด และเอเชีย โดยสามารถรับชมได้ แบบ 2 ภาษา ทั้งทางโทรทัศน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน

- 2) **ธุรกิจบริการวิดีโอสตรีมมิ่งแบบบอกรับสมาชิก (Subscription Video on Demand Business)** ประกอบธุรกิจให้บริการคอนเทนต์ในรูปแบบวิดีโอสตรีมมิ่ง ในนาม “โมโนแมกซ์” MonoMax ที่มีคอนเทนต์มากกว่า 20,000 ชั่วโมง ด้วยคอนเทนต์หลากหลายประเภททั้ง ซีรีส์ ภาพยนตร์ฟอร์มยักษ์ ภาพยนตร์ที่ได้รับรางวัล ภาพยนตร์นอกกระแส หรือคอนเทนต์เฉพาะกลุ่ม เช่น กีฬา การ์ตูน และสารคดีต่างๆ จากฮอลลีวูด และเอเชีย สามารถรับชมคอนเทนต์ได้ทันที ทุกเวลา รองรับการชมผ่านหลากหลายอุปกรณ์ นอกจากนี้ ยังดำเนินธุรกิจจัดหาและจัดจำหน่ายภาพยนตร์ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่ในโรงภาพยนตร์ และสถานีโทรทัศน์ช่อง MONO29
- 3) **ธุรกิจให้บริการออกแบบธุรกิจออนไลน์ครบวงจร (Online Business Intelligence)** เป็นผู้ให้บริการคอนเทนต์ผ่านสื่อออนไลน์ในนามเว็บไซต์ MThai.com ผู้นำสังคมออนไลน์ที่มีคุณภาพ และพัฒนาเป็น Branded Influencer ที่นำเสนอข่าวสารที่ “ชัดเจน เทียบตรง” ผ่านโซเชียลมีเดีย อย่าง เฟซบุ๊ก และทวิตเตอร์ ภายใต้ชื่อ MThai ที่มีผู้ติดตามรวมกันกว่า 3 ล้านราย ด้วยศักยภาพของทีมงานออนไลน์มากกว่า 20 ปี นำไปสู่การให้บริการออกแบบและจัดทำธุรกิจออนไลน์ครบวงจร ตั้งแต่การวางแผน ออกแบบ จัดเก็บวิเคราะห์ข้อมูล สรรหาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้เพื่อรองรับกิจกรรมทางการตลาด กิจกรรมสร้างสรรค์สังคม ทางออนไลน์ และโซเชียลมีเดีย รวมถึงการตลาดออฟไลน์ในรูปแบบกิจกรรม (Event Marketing) ให้กับทั้งหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน
- 4) **ธุรกิจคอมเมิร์ซ (Commerce Business)** เป็นผู้จำหน่ายสินค้าและบริการ ในรูปแบบออนไลน์ และทีวีโฮม ช็อปปิ้ง ผ่านช่อง MONO29 ภายใต้ชื่อ 29Shopping นำเสนอสินค้าหลากหลายสไตล์ ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน อาทิ เครื่องครัว เครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าสำหรับอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ฯลฯ คัดสรรด้วยทีมงานมืออาชีพที่มากประสบการณ์ทั้งในและต่างประเทศ โดยลูกค้าสามารถเลือกสินค้าผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์บนช่อง MONO29, ทางออนไลน์ 29shopping.com, ทางเฟซบุ๊ก 29shopping และระบบ Call Center 02-100-7066 พร้อมความสะดวกในการชำระเงินหลากหลายรูปแบบ บริการที่รวดเร็ว น่าเชื่อถือ รวมถึงการจัดส่งสินค้าทั่วประเทศ
- 5) **ธุรกิจจัดสรรคอนเทนต์ (Master Content Provider)** ให้บริการผลิตและจัดหาคอนเทนต์คุณภาพทั้งไทยและต่างประเทศให้กับพันธมิตร โดยร่วมเป็นพันธมิตรกับ บริษัท ทรีบีบีที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) ในนาม 3BB ในการผลักดันธุรกิจ 3BB GIGATV และเสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านคอนเทนต์ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า โดยเป็นทั้งผู้จัดหา ผู้ผลิตคอนเทนต์ และวางกลยุทธ์ทางการตลาดทางด้านคอนเทนต์ ให้กับ 3BB โดยอาศัยประสบการณ์จากการทำช่องฟรีทีวี รวมถึงความสัมพันธ์อันดีระหว่าง MONO กับสตูดิโอชั้นนำระดับโลก และกับผู้ให้บริการคอนเทนต์รายอื่นๆ จำนวนมาก สำหรับช่องสถานีที่ โมโน เน็กซ์ และบริษัทในเครือผลิตให้กับ 3BB อาทิช่อง “โมโน พลัส” (Mono Plus), ช่อง “โมโน ยี่สิบเก้า มิวสิค สเตชัน” (Mono29 Music Station) ช่อง “ทรีบีบีเอเซีย” (3BB Asian), ช่อง “ทรีบีบีสปอร์ตวัน” (3BB Sports 1) ฯลฯ โดยออกอากาศในระบบ Full HD และเริ่มให้บริการแก่ลูกค้า 3BB ภายใต้กล่อง “3BB GIGATV” ในปลายเดือนพฤศจิกายน 2563

วิสัยทัศน์และเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

โมโน เน็กซ์ และบริษัทในเครือ มุ่งมั่นเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์สื่อและข้อมูลความบันเทิงชั้นนำของเมืองไทย ผ่านเทคโนโลยี และสื่อที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองทุกไลฟ์สไตล์ในโลกดิจิทัล

พันธกิจ

โมโน เน็กซ์ และบริษัทในเครือ บริหารงานภายใต้ค่านิยมหลักขององค์กร ประกอบด้วย การทำงานเป็นทีม ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทยึดถือปณิธาน ดังนี้ :

- คงความเชี่ยวชาญและความเป็นผู้นำด้านภาพยนตร์และซีรีส์ ทั้งไทยและต่างประเทศ ด้วยการสรรหาคอนเทนต์ความบันเทิงสดใหม่อย่างไม่จำกัดเพื่อผู้ชม
- มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจในตลาดใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้กลยุทธ์ของแต่ละธุรกิจ โดยคำนึงถึงกระแสตอบรับที่ดีของตลาด ตลอดจนพัฒนาและแสวงหาช่องทางธุรกิจอื่นๆ
- ผลานสื่อที่หลากหลายด้วยการเชื่อมโยงสื่อดิจิทัลผ่านทุกแพลตฟอร์มเข้าด้วยกัน เพื่อให้ทุกหน้าจอของผู้ชมเข้าถึงความบันเทิงอย่างมีความสุข
- ปรับเปลี่ยน MONO NEXT ให้เป็นองค์กรที่คล่องตัวและมุ่งไปข้างหน้า กับกระบวนการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรภายใต้การทำงานตามวิถี New Normal
- MONO NEXT ยึดมั่นต่อการดำเนินธุรกิจแบบยั่งยืน โปร่งใส ควบคู่กับผลประโยชน์ที่เติบโต อีกทั้งคำนึงถึงสภาพแวดล้อมในการทำงานและชุมชนที่อยู่รอบด้าน

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

ปี 2563 จาก Mono Technology สู่ Mono Next เดิมบริษัท โมโน เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ทำธุรกิจหลักด้านเทคโนโลยี โดยมีส่วนธุรกิจบริการเสริมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในรูปแบบ SMS ประกอบด้วยบริการเล่นเกม, ระบบการโหวตสำหรับรายการโทรทัศน์ ฯลฯ รวมถึงธุรกิจสื่อออนไลน์ ในรูปแบบเว็บไซต์คอมมูนิตี้ ซึ่งเมื่อเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลง ทำให้บริษัทต้องปรับตัว โดยหลังจากประมุขใบอนุญาตทีวีดิจิทัลในปี 2557 บริษัทได้เริ่มดำเนินธุรกิจช่อง MONO29 โดยมีทิศทางในการเป็น ช่อง “ฟรีทีวีที่มี หนึ่งดี ซีรีส์ดัง มากที่สุด” ซึ่งที่ผ่านมาถือได้ว่าเป็นช่องฟรีทีวีช่องใหม่ที่ประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว จนปัจจุบันได้สร้างการรับรู้ของผู้ชมว่าเป็นผู้นำคอนเทนต์ด้านภาพยนตร์ และซีรีส์ ทั้งในและต่างประเทศ และมีการเติบโตของเรตติ้งเพิ่มขึ้นมาอยู่ในอันดับที่ 3 นับตั้งแต่ปี 2561 ซึ่งกลายมาเป็นธุรกิจหลักของบริษัทแทนธุรกิจเดิม และในปี 2563 เนื่องด้วยสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจ และสังคมโดยรวมทั้งในและต่างประเทศเป็นอย่างมาก ซึ่งกระทบต่อการดำเนินงานในทุกธุรกิจ ทั้งนี้ สำหรับธุรกิจสื่อทีวี ทางทีมบริหารยังคงวางเป้าหมายที่การนำเสนอคุณภาพของคอนเทนต์ การทำการตลาดอย่างเหมาะสม เพื่อรักษาการเติบโตทางด้านเรตติ้ง และส่วนแบ่งทางการตลาดที่มีอยู่

ในขณะที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของสังคมเปลี่ยนแปลงไป เป็นวิถีชีวิตใหม่แบบ New Normal ผู้คนจำเป็นต้องใช้ชีวิตอยู่ในบ้านมากยิ่งขึ้น ทำให้ธุรกิจบริการวิดีโอสตรีมมิ่งแบบบอกรับสมาชิก MonoMax ได้รับผลตอบแทนที่ดีจากตลาด และในอนาคตคาดการณ์ว่าการรับชมทีวีจะปรับรูปแบบไปสู่การเป็นอินเทอร์เน็ตทีวีมากยิ่งขึ้น ทำให้เราปรับเปลี่ยนองค์กรโดยมุ่งเน้นความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจบันเทิง ภาพยนตร์ และซีรีส์ เป็นหลัก และได้ปรับลดบทบาทของธุรกิจเดิมหลากหลายธุรกิจลง รวมถึงดำเนินการปรับโครงสร้างทางธุรกิจและโครงสร้างองค์กร

ลดขนาดองค์กรให้เล็กลง คล่องตัวมากขึ้น เพื่อต่อยอดทิศทางการก้าวไปข้างหน้าของธุรกิจ บริษัทจึงเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท โมโน เน็กซ์ จำกัด (มหาชน) ในช่วงกลางปี 2563 บริษัทได้ย้ายที่ตั้งสำนักงานจากอาคารจัสมินฯ ถนนแจ้งวัฒนะ มายัง MONO29 STUDIO ถนนชัยพฤกษ์ ที่บริษัทเป็นเจ้าของ และปรับรูปแบบการทำงาน และสร้างวัฒนธรรม องค์กรแบบใหม่ ในรูปแบบ Co-working Space รองรับการทำงานในลักษณะ Mobile Office และ Work From Home ซึ่งปี 2563 ถือเป็นปีที่บริษัทปรับทิศทางและโครงสร้างขององค์กรครั้งใหญ่ โดยเน้นธุรกิจที่ก่อให้เกิดรายได้ รวมถึง บริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

การผลักดันบริการ MonoMax ให้เป็นอีกหนึ่งธุรกิจหลัก บริษัทวางเป้าหมายอดผู้รับชม MonoMax 1 ล้านราย ภายใน 3 ปี โดยใช้กลยุทธ์การคัดสรรภาพยนตร์และซีรีส์ที่ตอบโจทย์และตรงกับรสนิยมผู้ชมชาวไทย ที่นิยมคอนเทนต์ เข้าใจง่ายมีกลิ่นอายวัฒนธรรมเอเชีย และการเข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับ บริษัท ทริปปี้เบิ้ลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) หรือ “3BB” เสนอบริการวิดีโอสตรีมมิ่งร่วมกับแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตหลัก โดยในเดือนมีนาคม 2563 ได้ เปิดตัวแพ็คเกจ “3BB GIGATainment” ภายใต้แนวคิด “หนังฮิต ซีรีส์ดัง ระดับเวิลด์คลาสบน HBO GO MONOMAX” และบริษัทยังมีโอกาสได้เข้าช่วยจัดหาคอนเทนต์และการตลาดให้กับ 3BB ในการเปิดตัวกล่อง “3BB GIGATV” ที่ เปิดตัวในปลายเดือนพฤศจิกายน 2563 โดยกล่องล็อตแรกได้รับการจองหมดอย่างรวดเร็ว สำหรับทิศทางการ บริหารคอนเทนต์ในปีถัดไป บริษัทมีแผนที่จะเข้าไปบริหารคอนเทนต์ให้ 3BB กว่า 100 ช่อง โดยเครือโมโนเป็นผู้ผลิตเอง 6 ช่อง อาทิ ช่อง “ทรีบีบีเอเชียน” (3BB Asian), ช่อง “ทรีบีบีสปอร์ตวัน” (3BB Sports 1) ซึ่งจะให้มี รายได้จากธุรกิจส่วนนี้ตั้งแต่ปลายปีนี้ และเพิ่มมากขึ้นในปีหน้า

ทั้งนี้ การที่บริษัทเป็นผู้จัดหา และติดต่อจัดซื้อคอนเทนต์ให้กับ 3BB ยังเป็นการเพิ่มประโยชน์และอำนาจการ ต่อรองให้กับบริษัท ด้วยกลยุทธ์การบริหารคอนเทนต์ (Content Leverage) แบบครบวงจร ทั้งด้านการจัดซื้อ การผลิต การตลาด และการบริหารต้นทุน ทำให้คอนเทนต์สามารถใช้ประโยชน์และสร้างรายได้จากหลายช่องทาง ทั้งการฉาย ในโรงภาพยนตร์ ฉายผ่านช่อง MONO29 ผ่านแอปพลิเคชัน MonoMax หรือขายลิขสิทธิ์ไปยังต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังสามารถให้บริการบนกล่อง “3BB GIGATV เป็นการบริหารสิทธิ์จากส่วนธุรกิจต้นน้ำไปถึงการตลาด และการบริการ ถึงผู้บริโภคปลายทาง

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

- ปี 2563
- วันที่ 1 มกราคม 2563 บริษัท โมโน ซ็อปปิ้ง จำกัด เซ็นสัญญาเป็นพันธมิตรกับบริษัทคู่ค้าธุรกิจทีวีโฮมซ็อปปิ้ง เพื่อความหลากหลายของสินค้า รองรับความต้องการของลูกค้าครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย และเสริม ความแข็งแกร่งให้กับ Product Line Up ของ 29Shopping มากยิ่งขึ้น อีกทั้งขยายช่องทางการขาย ผ่าน แพลตฟอร์ม Marketplace เพื่อเพิ่มความสะดวก และตอบสนองไลฟ์สไตล์ลูกค้ายุคใหม่ที่ชอบช้อปปิ้ง ออนไลน์ และซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง
 - วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2563 สำนักงาน กสทช. ร่วมกับ MThai แดลงข่าวโครงการ “อัปคลิพิชิตแสนปี6” ภายใต้หัวข้อ “CYBERBULLYING?” เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้เยาวชน นักเรียน, นักศึกษาและบุคคล ทั่วไป ได้แสดงความคิดสร้างสรรค์และความสามารถในการผลิตหนังสั้นเชิงส่งเสริมสังคม รับผิดชอบต่อการใช้ Social Media อย่างเหมาะสม และลดการกลั่นแกล้งกันบนโลกออนไลน์

- วันที่ 9 มีนาคม 2563 MonoMax ร่วมกับ 3BB และ HBO GO จัดแคมเปญ “3BB GIGATainment” ความบันเทิงจากทั่วโลก ลูกค้า 3BB ที่สมัครแพ็คเกจ 3BB GIGATainment เพียงเพิ่มค่าบริการรายเดือน 39 บาท เป็น 629 บาท ได้ทั้งอินเทอร์เน็ตความเร็ว 1 Gbps. พร้อมรับชมภาพยนตร์และซีรีส์แบบไม่จำกัด ด้วยบริการ MonoMax และ HBO GO ตลอดจนสามารถฟังเพลงและร้องคาราโอเกะผ่านบริการ OKE
- วันที่ 29 มิถุนายน 2563 นายปฐมพงศ์ ศิริชัยรัตน์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร พร้อมทั้งผู้บริหารและพนักงาน ในเครือโมโน ถือฤกษ์ดี ในการย้ายที่ทำการสำนักงานใหญ่มายังโมโน 29 สตูดิโอ ถนนรัชดาภิเษก และจัด กิจกรรม Open House: New Normal New Office อย่างอบอุ่น
- วันที่ 29 มิถุนายน 2563 ปรับโครงสร้างบริษัท และเปลี่ยนชื่อ 3 บริษัทย่อย เพื่อมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจ ดังนี้ MONO FILM เปลี่ยนชื่อเป็น MONO STREAMING มุ่งเน้นที่ธุรกิจวิดีโอสตรีมมิ่งแบบบอกรับสมาชิก MonoMax ในส่วน MONO GENERATION เปลี่ยนชื่อเป็น MONO CYBER มุ่งเน้นสื่อออนไลน์ที่แข็งแกร่ง อย่าง MThai และให้บริการวางแผน สร้างสรรค์สื่อการตลาดแบบองค์รวม (Holistic Communications) ให้กับแบรนด์เจ้าของสินค้า และหน่วยงานราชการ MONO TRAVEL เปลี่ยนชื่อเป็น MONO SHOPPING เน้นธุรกิจโฮมช้อปปิ้ง 29Shopping ที่มีทั้งการโฆษณาในทีวีดิจิตอลและออนไลน์บนเว็บไซต์
- วันที่ 20 สิงหาคม 2563 จัดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์ จากเดิม บริษัท โมโน เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนเป็น บริษัท โมโน เน็กซ์ จำกัด (มหาชน) ตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 ที่ประชุมเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2563
- วันที่ 30 ตุลาคม 2563 เปิดตัวภาพยนตร์ “พร้อมรัก ยัยตุ๊กตาซอมรัก” ผลิตโดย MONO Originals ภาพยนตร์แนวโรแมนติกคอมเมดี้แซ่ซี้ ที่มีเนื้อหาแนวกระแสแห่งไทยแห่งปี ได้รับความนิยม และกระแสแรง มียอดคนดูมากกว่า 2 ล้านนาทีก่อน 5 วันแรกที่ออกฉาย รับชมได้ทางวิดีโอสตรีมมิ่ง MonoMax เท่านั้น และ พิษานา อยู่สุข (มุก) ได้รับรางวัล “สยามรัฐออนไลน์ อวอร์ด” นักแสดงหญิงยอดนิยม
- วันที่ 6 พฤศจิกายน 2563 รายการ “เรื่องเด่นประเด็นดัง” ของช่อง MONO29 ได้รับรางวัลเกียรติยศ “ตาชั่งทอง” ในฐานะ “บุคคลสงเคราะห์ดีเด่นแห่งปี ประจำปี 2563 (ครั้งที่ 9) สาขา ผู้ให้ความรู้ความเข้าใจต่อประชาชน จัดโดย สหพันธ์กรรมการสงเคราะห์เด็กและเยาวชนแห่งประเทศไทยและ สมาคมสถาบันคุ้มครองสิทธิประโยชน์ผู้บริโภค
- วันที่ 26 พฤศจิกายน 2563 MonoMax จับมือ 3BB โปรโมทแคมเปญ “3BB GIGATV” ภายใต้คอนเซปต์ “ความบันเทิงที่เข้าใจคนไทย” บริการอินเทอร์เน็ตบ้านความเร็วสูง พร้อมกล่องดูทีวีแบบใหม่ ที่ทำให้ทีวีสามารถดูทั้งช่องฟรีทีวี ช่องเคเบิลทีวีหลากหลายผ่านอินเทอร์เน็ต 3BB คุณภาพคมชัด (FULL HD, 4K) ไม่สะดุด รวมทั้งสามารถชมภาพยนตร์และซีรีส์วิดีโอออนไลน์มาตรฐานคุณภาพสูงอย่าง MonoMax และ HBO GO

- วันที่ 7 ธันวาคม 2563 กรมส่งเสริมวัฒนธรรม (สวธ.) กองทุนส่งเสริมงานวัฒนธรรม ร่วมกับ บริษัท โมโน เน็กซ์ จำกัด (มหาชน) จัดกิจกรรมประกาศรางวัลการประกวดภาพยนตร์สั้น ภายใต้โครงการส่งเสริมและเผยแพร่ค่านิยมและความเป็นไทย “ไทยดี มีมารยาทปี 2 หัวข้อ “ไทยดี มีมารยาท New Normal” เป็นกระบอกเสียงและประพฤติตนตามหลักมารยาทไทย การใช้ภาษาไทยอย่างถูกต้องเหมาะสม พร้อมทั้งเสนอเนื้อหาให้สอดคล้องกับสถานการณ์โรคระบาด COVID-19 ได้รับการตอบรับจากนักศึกษาทั่วประเทศเป็นอย่างดี
- ปี 2562
 - วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2562 เว็บไซต์ MThai.com รับรางวัล Best Brand Performance on Twitter ในงานประกาศรางวัล “Thailand Zocial Awards 2019”
 - วันที่ 15 มีนาคม 2562 ธนาคารออมสิน (GSB) แลงข่าวให้การสนับสนุนกีฬาบาสเกตบอลอย่างต่อเนื่อง เป็นปีที่ 3 ถือเป็นผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการ ในการสนับสนุนวงการบาสเกตบอลในทุกระดับชั้น โดยร่วมกับ บริษัท โมโน สปอร์ต เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ในเครือกลุ่มบริษัท โมโน
 - วันที่ 21 มีนาคม 2562 บริษัท โมโน เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ร่วมเป็นสปอนเซอร์และมอบรางวัลให้กับบุคคลที่ถูกกล่าวถึงบนโลกออนไลน์มากที่สุด ในงาน “MThai Top Talk-About 2019” ที่จัดขึ้นโดยเว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม เป็นปีที่ 9
 - วันที่ 12 เมษายน 2562 เทศบาลนครขอนแก่น ร่วมกับช่อง MONO29 ร่วมสร้างปรากฏการณ์ความสนุกครั้งยิ่งใหญ่ในงาน “ประเพณีสุดยอดสงกรานต์อีสาน เทศกาลดอกคูนเสียงแคนและถนนข้าวเหนียว ประจำปี 2562” ระหว่างวันที่ 12-15 เมษายน 2562 สืบสานประเพณีและวัฒนธรรมสงกรานต์สุดยิ่งใหญ่ โดยช่อง MONO29 เนรมิตเวทีสุดอลังการ จัดมหกรรมฟรีคอนเสิร์ต “MONO29 Khonkaen Songkran Festival 2019” จัดทัพศิลปินชื่อดังกว่า 100 ชีวิต โดยงานจัดขึ้นที่ถนนข้าวเหนียว
 - วันที่ 11 มิถุนายน 2562 บริษัท ไทย โปรเฟสชั่นแนล บาสเกตบอล ลีก จำกัด การกีฬาแห่งประเทศไทย และกีฬาบาสเกตบอลแห่งประเทศไทย พร้อมด้วยผู้บริหารจากโตโยต้าผู้สนับสนุนหลัก แลงข่าวพิธีเปิดการแข่งขันกีฬาบาสเกตบอล “Thailand Professional Basketball League 2019” (TPBL) ณ สนามจีเอสพี สเตเดียม 29 โดยบริษัท ไทย โปรเฟสชั่นแนล บาสเกตบอล ลีก จำกัด เกิดจากความร่วมมือกันของ 6 สโมสรบาสเกตบอลชั้นนำของเมืองไทย ที่มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาวงการบาสเกตบอลอาชีพไทยอย่างมีระบบและยั่งยืน
 - วันที่ 21 มิถุนายน 2562 กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กองทุนส่งเสริมงานวัฒนธรรม ร่วมกับมูลนิธิฮั่วเคี้ยว ป่อเต็กเซี่ยงตึ้ง มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ และบริษัท โมโน เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) จัดงานโครงการส่งเสริมและเผยแพร่ค่านิยมและความเป็นไทย “ไทยดี มีมารยาท” ซึ่งประกอบด้วย 3 กิจกรรม ได้แก่ 1. การประกวดหนังสือระดับเยาวชน 2. Workshop/ทอล์คโชว์ ส่งเสริมความเป็นไทย ณ มหาวิทยาลัยชั้นนำ และตามโรงภาพยนตร์ ใน 5 ภูมิภาค โดยนักพูดชั้นนำ และ 3. ผลิตและเผยแพร่มินิซีรีส์ “ไทยดี มีมารยาท” ที่จะออกอากาศทางช่อง MONO29

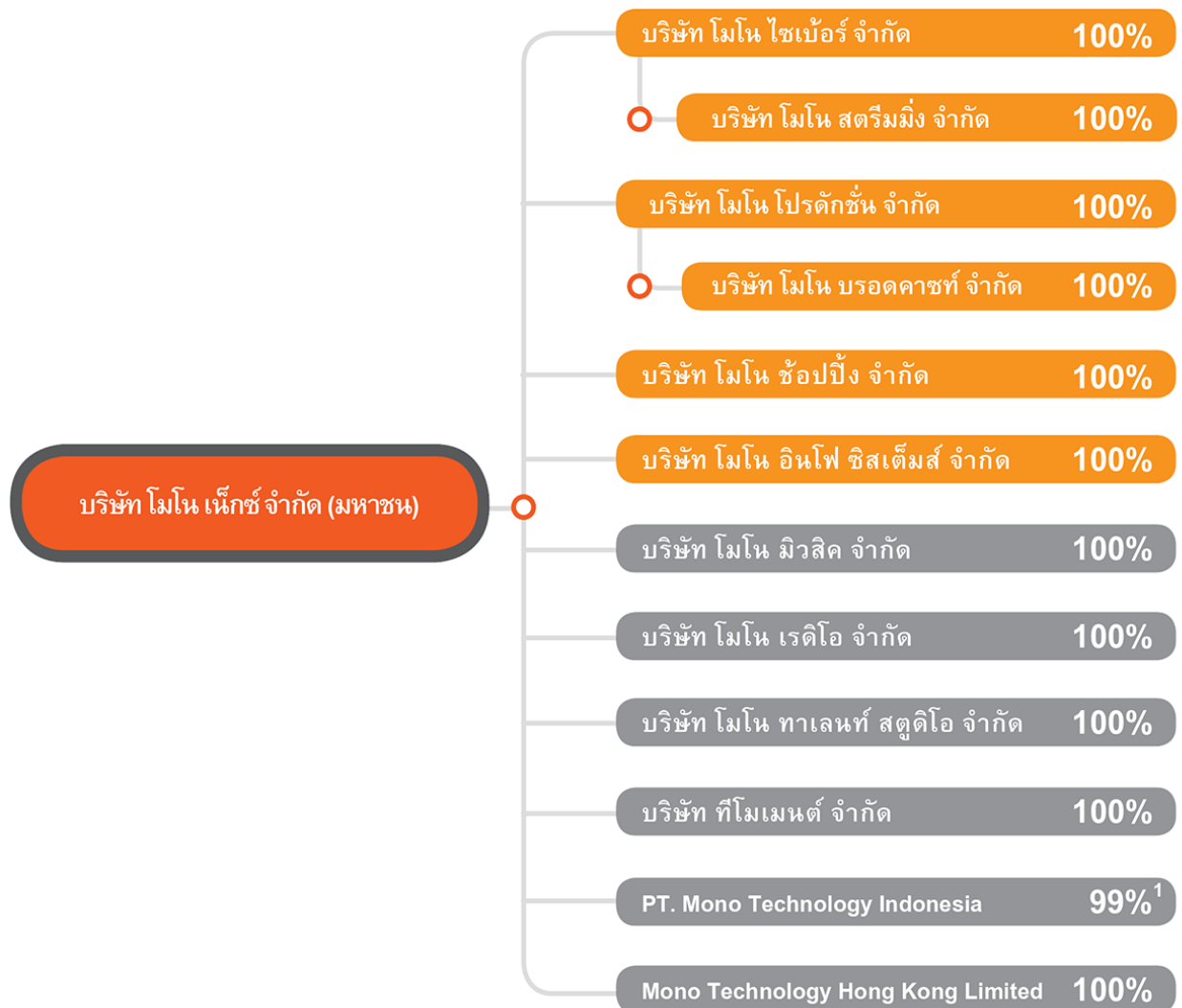
- วันที่ 27 มิถุนายน 2562 สมาคมกีฬาทะกร้อแห่งประเทศไทย และกลุ่มบริษัท โมโน เข้าร่วมบันทึกเทปรายการต้อนรับชาวเข้า เพื่อเตรียมออกอากาศในโอกาสที่ MonoMax และช่อง MONO PLUS “กีฬาดิ ซีรีส์โดน” ได้สิทธิ์การถ่ายทอดสดการแข่งขัน “ตะกร้อไทยแลนด์ลีก ประจำปี 2562”
- วันที่ 7 กันยายน 2562 สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพิษณุโลก และกลุ่มบริษัท โมโน ร่วมเปิดงาน “คู่มือท่องเที่ยวแหล่งกลางแปลง 3 มิติ” โดยงานจัดขึ้นภายใต้ “โครงการเมืองรองต้องลอง” เพื่อส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่เมืองรองไปยังทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และเป็นมิติใหม่แห่งวงการภาพยนตร์ที่ผนวกเรื่องการท่องเที่ยวเข้ามา โดยนำเสนอให้กับกลุ่มผู้สนใจเรื่องการผลิตภาพยนตร์ นักเรียน นักศึกษา รวมถึงบุคคลทั่วไปที่สนใจงานภาพยนตร์และการท่องเที่ยว และนับเป็นครั้งแรกในประเทศไทย ที่มีการจัดฉายหนังกลางแปลงระบบ 3 มิติ ณ สวนกลางเมือง จังหวัดพิษณุโลก
- วันที่ 13 กันยายน 2562 แถลงข่าวลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ระหว่าง 3BB บริษัทในเครือกลุ่มบริษัทจีสมิน (JAS) กับ KT Corporation (KT) จากเกาหลีใต้ และ กลุ่มบริษัท โมโน (MONO) ในฐานะ Technology Partner และ Strategic Consultant เพื่อลุยธุรกิจ IPTV
- วันที่ 1 พฤศจิกายน 2562 ทีมผู้บริหารของ MONO และ GMM ร่วมแถลงข่าวความร่วมมือทางธุรกิจในงาน “Super Giant Alliance” เซ็นสัญญา 3 ปี ผ่านความร่วมมือ 5 ด้าน ได้แก่ คอนเทนต์ ศิลปิน การตลาด การขาย และเทคโนโลยี
- วันที่ 2 พฤศจิกายน 2562 กลุ่มบริษัท โมโน และธนาคารออมสิน ร่วมจัดการประกวด และประกาศผู้ชนะเลิศ “GSB GEN CAMPUS STAR 2019” ทั้งชาย-หญิง ได้แก่ B03 นายโอฟาริก ต๊ะน้อย (เกมส์) มหาวิทยาลัยศรีปทุม และ G02 นางสาวศิริกาญจน์ วงศ์สิทธิ์ (มายด์) มหาวิทยาลัยขอนแก่น ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์
- วันที่ 14 พฤศจิกายน 2562 โมโน มิวสิค จับมือร่วมเป็นพันธมิตรกับ “WHAM” (Music and Art Community Digital Platform) ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมืออย่างเป็นทางการ และประเดิมด้วยกิจกรรมแรก WHAM Challenge เปิดโอกาสให้ผู้รักในเสียงเพลงได้อัปโหลดเพลงดังจากทางค่ายโมโน มิวสิค เพื่อร่วมกันค้นหาดวงใหม่ประดับวงการบันเทิง
- วันที่ 19 พฤศจิกายน 2562 บริษัท โมโน เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ประกาศแต่งตั้ง คุณปฐมพงศ์ สิริชัยรัตน์ เข้าดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท โมโน เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ได้พบปะพูดคุยกับสื่อมวลชนในโอกาสเข้ารับตำแหน่งใหม่ และแถลงถึงทิศทางการดำเนินธุรกิจในปี 2563 เปิดเผยถึงกลยุทธ์สำคัญ ด้วยการเชื่อมโยงแพลตฟอร์มเข้าด้วยกัน เพื่อจับกลุ่มผู้ชมที่มีพฤติกรรมแตกต่างกันทั้ง 6 แพลตฟอร์ม อันได้แก่ จอทีวี โรงหนัง สมาร์ทโฟน พีซี อีเว้นท์ และ Outdoor Cinema ผ่านคอนเทนต์ที่มีอยู่

- วันที่ 12 ธันวาคม 2562 คุณปฐมพงศ์ สิริชัยรัตน์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท โมโน เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) และคุณคิมยองเชียบ ประธานกรรมการ บริษัท SBS Content Hub ผู้นำธุรกิจสถานีวิทยุและโทรทัศน์ และผู้เผยแพร่คอนเทนต์ยักษ์ใหญ่ของประเทศเกาหลีใต้ เช่นสัญญาความร่วมมืออย่างเป็นทางการ ในการนำคอนเทนต์ของ SBS (เอสบีเอส) มาเผยแพร่ทางช่อง MONO29 และผลิตละครวีเมค รวมทั้งร่วมมือในการสร้างรายได้ร่วมกัน ณ งาน Asian TV Forum (ATF) ประเทศสิงคโปร์
 - วันที่ 23 ธันวาคม 2562 ในช่วงเทศกาลแห่งความสุขเฉลิมฉลองส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ช่อง MONO29 ขนกองทัพนั่งดี-ซีรีส์ดัง กว่า 100 เรื่อง ให้ชมอย่างเต็มอิมเมจต่อเนื่องไม่มีโฆษณาคั่น กับ “MONO29 NEW YEAR NON-STOP บ้ากว่าที่คิด ระห่ำกว่าที่เคย” ดูหนังดี ซีรีส์ดัง แบบไม่มีคั่นโฆษณา 10 วัน ต้อนรับปี 2020 ตั้งแต่วันที่ 23 ธันวาคม 2562 ถึงวันที่ 1 มกราคม 2563
 - วันที่ 29 ธันวาคม 2562 ช่อง MONO29 ได้จัดมหกรรมความบันเทิงเฉลิมฉลองปีใหม่อายัดใหญ่ในงาน “PATTAYA COUNTDOWN 2020 ” ให้กับเทศบาลเมืองพัทยา เพื่อเป็นการส่งเสริมและเผยแพร่การท่องเที่ยวเมืองพัทยา และยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวในพื้นที่สู่การท่องเที่ยวระดับโลก กับกิจกรรมต่างๆ ตลอด 3 วัน 3 คืน ตั้งแต่วันที่ 29-31 ธันวาคม 2562 ณ ท่าเทียบเรือแหลมบาลีฮาย จังหวัดชลบุรี
- ปี 2561**
- วันที่ 27 มีนาคม 2561 เว็บไซต์ MThai.com จัดงาน MThai Top Talk-About 2018 งานประกาศรางวัลที่ยิ่งใหญ่ที่สุดบนโลกออนไลน์ ซึ่งจัดขึ้นเป็นปีที่ 8 เป็นการประกาศรางวัลให้แก่บุคคลที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุดทั้งดารา นักแสดง นักกีฬา และบุคคลที่เป็นแบบอย่าง เพื่อเป็นกำลังใจ และเป็นแรงบันดาลใจให้กับสังคม โดยจัดขึ้น ณ ลานหน้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์
 - วันที่ 1 เมษายน 2561 ทีมสโมสรโมโนแวมไพร์ บาสเกตบอลคลับ รับมอบเงินรางวัลและถ้วยแชมป์เปียนในการแข่งขัน “GSB Thailand Basketball Super League 2018” (GSB TBSL 2018) ซึ่งได้รับเงินรางวัล 3 ล้านบาท ไปครอง
 - วันที่ 29 เมษายน 2561 เว็บไซต์ MThai.com ได้รับรางวัล เว็บไซต์ยอดเยี่ยม จากงานพิธีมอบรางวัลเพรส อวอร์ด ประจำปี 2561 (Press Awards 2018) หรือรางวัลเนสไอยรา โดยชมรมสมาพันธ์สื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย
 - วันที่ 10 พฤษภาคม 2561 แกล้งข่าวคอนเสิร์ตสุดพีริเมียม “GSB WOW CONCERT” ซึ่ง “ธนาคราชมสิน” ร่วมกับ “โมโน กรุ๊ป” จัดขึ้นเพื่อมอบให้กับลูกค้าธนาคราได้ร่วมกิจกรรมชมคอนเสิร์ต ฟรีตลอดปี 2561 ภายใต้รูปแบบคอนเสิร์ต 3 รูปแบบ คือ 2 Tone Concert, Rewind 6 Degree และ Diva จากศิลปินชั้นนำของเมืองไทย พร้อมด้วยโปรดัคชั่นสุดอลังการบนเวทีคอนเสิร์ตจอแอลอีดี 270 องศา ที่มาพร้อมแสง สี เสียง ตระการตา

- วันที่ 29 มิถุนายน 2561 บริษัท โมโน ทราเวล จำกัด เริ่มธุรกิจโฮมช้อปปิ้ง โดยร่วมมือกับสถานีโทรทัศน์ช่อง MONO29 ออกอากาศรายการ "29Shopping" ที่เต็มไปด้วยสินค้าคุณภาพหลากหลายชนิด ทั้งเครื่องครัว เครื่องใช้ไฟฟ้า ของใช้ภายในบ้าน สินค้าไลฟ์สไตล์ สินค้าแฟชั่น ของสะสม คอลเลกชันต่างๆ และอื่นๆ อีกมากมาย ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของคนยุคใหม่ เพื่อให้ธุรกิจคอมเมิร์ซเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มบริษัท
- วันที่ 1 สิงหาคม 2561 ค่ายภาพยนตร์ที่โมเมนต์ ในเครือโมโน กรุ๊ป เปิดตัวภาพยนตร์เรื่อง "App War - แอปชนแอป" ภาพยนตร์รักโรแมนติก-คอมมาดี้ว่าด้วยเรื่องราวของกลุ่มนักธุรกิจหน้าใหม่ในวงการ Start Up ที่นำทีมโดยเหล่านักแสดงหน้าใหม่ ได้แก่ ณัฏฐ์ กิจจรัส, จิงจิง - วริศรา ยู , เดวิด ธนาภพ, อร BNK48 - พัดชนันท์ เจียวิโชติ ถ่ายทอดเรื่องราวของหนุ่มสาว Gen Y ที่พูดถึงมิตรภาพ ความรัก และการต่อสู้เพื่อความฝันโดย เสือ - ยรรยง คุรุอังกูร
- วันที่ 23 สิงหาคม 2561 บริษัท โมโน เพลย์ จำกัด เปิดตัวเกมมือถือ Light Shadow ซึ่งเป็นเกม Moba RPG แตกต่างด้วยความเป็นอนิเมะสไตล์ โดยเปิดตัวได้เพียง 1 สัปดาห์ เกม Light Shadow ก็ได้รับความนิยมจนขึ้นเป็นอันดับที่ 2 ของ Top Free in Strategy game ใน google play store โดยในปัจจุบันมียอดขายดาวน์โหลด 4 แสนดาวน์โหลด
- เดือนสิงหาคม 2561 ธุรกิจภาพยนตร์ออนไลน์รีแบรนด์จาก Monomaxxx เป็น Monomax เพื่อสร้างการจดจำแบรนด์ได้ง่ายขึ้น และได้ปรับราคาแพ็คเกจใหม่ รวมถึงการเพิ่มคอนเทนต์ Live Stream เข้ามาเสริมทัพให้คอนเทนต์มีความแข็งแกร่งมากขึ้น สร้างความหลากหลายและรองรับความต้องการของลูกค้าได้ครบทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย
- วันที่ 26 กันยายน 2561 ค่ายภาพยนตร์ที่โมเมนต์ ในเครือโมโน กรุ๊ป จัดงาน Gala รอบสื่อมวลชนเปิดตัวภาพยนตร์เรื่อง "The Pool นรก 6 เมตร" ผลงานกำกับของพิง ลำพระเพลิง นำแสดงโดย เคน ธีรเดช และเกรซ รัชฎ์มนนท์ โดยได้รับเสียงชื่นชมจากสื่อมวลชนที่เข้าร่วมงาน และกระแสตอบรับที่ดีจากผู้ชมในประเทศ อีกทั้งภาพยนตร์เรื่องนี้ได้ถูกซื้อไปแล้วกว่า 11 ประเทศ ได้แก่ กัมพูชา เวียดนาม พม่า ลาว อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สิงคโปร์ บรูไน เกาหลี และไต้หวัน
- เดือนกันยายน 2561 ธุรกิจสมัครรับข้อมูลข่าวสารและบันเทิง เปิดตัว TUTOR ME บริการเรียนออนไลน์ได้ทุกที่ระดับคุณภาพ ครอบคลุมทุกทักษะความรู้ ได้แก่ ดิวิชั่น ภาษา ธุรกิจ ดนตรี และไลฟ์สไตล์ กับติวเตอร์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเพิ่มศักยภาพ พร้อมเทคโนโลยีระบบวัดผลก่อนเรียน-หลังเรียน ซึ่งรองรับการใช้งานทุกอุปกรณ์อย่างคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน รวมถึงสมาร์ตทีวี และยังรองรับทั้งระบบปฏิบัติการ iOS และ Android
- วันที่ 3 พฤศจิกายน 2561 นิตยสาร Campus Star ในเครือโมโน กรุ๊ป ร่วมกับ ธนาคารออมสิน จัดการประกวดในโครงการ GSB GEN CAMPUS STAR 2018 เป็นปีที่ 3 เพื่อค้นหาตัวแทนคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ความสามารถ และเป็นแบบอย่างที่ดีในสังคม รวมทั้งมีบุคลิกภาพที่ดี ชิงทุนการศึกษามูลค่ารวมกว่า 1,600,000 บาท

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

บริษัท โมโน เน็กซ์ จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อยทั้งสิ้น 12 บริษัท โดยมีภาพรวมการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท ดังนี้



บริษัทที่หยุดดำเนินการ

¹ บริษัทย่อย ที่ถือหุ้นโดยบริษัท โมโน เน็กซ์ จำกัด (มหาชน) 99% และ บริษัท โมโน ไซเบอร์ จำกัด 1%

ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัทย่อย

1. **บริษัท โมโน ไซเบอร์ จำกัด** หรือ Mono Cyber จัดตั้งขึ้นวันที่ 13 พฤศจิกายน 2540 เปลี่ยนชื่อจาก บริษัท โมโน เจนเนอเรชั่น จำกัด เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2563 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว 1,227 ล้านบาท ประกอบธุรกิจสื่อออนไลน์ที่แข็งแกร่งและมีคุณภาพอย่าง MThai และให้บริการวางแผน สร้างสรรค์สื่อการตลาดแบบองค์รวม (Holistic Communications) ให้กับแบรนด์เจ้าของสินค้า และหน่วยงานราชการ
2. **บริษัท โมโน สตริมมิ่ง จำกัด** หรือ Mono Streaming จัดตั้งขึ้นวันที่ 5 ตุลาคม 2547 เปลี่ยนชื่อจาก บริษัท โมโน फिल्म จำกัด เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2563 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว 1,116 ล้านบาท ถือหุ้นทั้งหมดโดย Mono Cyber ทั้งนี้ Mono Streaming ประกอบธุรกิจวิดีโอสตรีมมิ่งแบบบอกรับสมาชิก MonoMax ด้วยคอนเทนต์หลากหลายประเภททั้ง ซีรีส์ ภาพยนตร์ กีฬา การ์ตูน และสารคดีต่างๆ สามารถรับชมคอนเทนต์ได้ทุกที่ทุกเวลา ผ่านหลากหลายอุปกรณ์ นอกจากนี้ ยังดำเนินธุรกิจจัดหาและจัดจำหน่ายภาพยนตร์ ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่ในโรงภาพยนตร์
3. **บริษัท โมโน โปรดักชั่น จำกัด** หรือ Mono Production จัดตั้งขึ้นวันที่ 4 ตุลาคม 2553 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน และเรียกชำระแล้ว 2,330 ล้านบาท ประกอบธุรกิจให้บริการพื้นที่ ธุรกิจผลิต และรับจ้างผลิต สร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง เพื่อแพร่ภาพออกอากาศผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่ออื่นๆ
4. **บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด** หรือ Mono Broadcast จัดตั้งขึ้นวันที่ 9 กันยายน 2556 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว 1,700 ล้านบาท ถือหุ้นทั้งหมดโดย Mono Production ทั้งนี้ Mono Broadcast ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในระบบทีวีดิจิตอล ในนามช่อง MONO29 ภายใต้สโลแกน “หนังดี ซีรีส์ดัง” จากสตูดิโอชั้นนำต่างประเทศ ทั้ง ฮอลลีวูด และเอเชีย โดยสามารถรับชมได้แบบ 2 ภาษา ทั้งทางโทรทัศน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน
5. **บริษัท โมโน ช้อปปิง จำกัด** หรือ Mono Shopping จัดตั้งขึ้นวันที่ 20 มิถุนายน 2543 เปลี่ยนชื่อจาก บริษัท โมโน ทราเวล จำกัด เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2563 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว 20 ล้านบาท ประกอบธุรกิจคอมเมิร์ซ โดยจำหน่ายสินค้าและบริการในรูปแบบทีวีโฮม ช้อปปิง ในชื่อ 29Shopping ผ่านช่อง MONO29 นำเสนอสินค้าหลากหลายสไตล์ ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน อาทิ เครื่องครัว เครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าสำหรับอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ฯลฯ คัดสรรด้วยทีมงานมืออาชีพที่มากประสบการณ์ทั้งในและต่างประเทศ
6. **บริษัท โมโน อินโฟ ซิสเต็มส์ จำกัด** หรือ Mono Info จัดตั้งขึ้นวันที่ 15 ธันวาคม 2553 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว 8 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตและพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Software) โดยเป็นผู้ผลิต และพัฒนาโปรแกรมต่างๆ รวมทั้งการดูแลรักษาระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของบริษัท และพัฒนาแอปพลิเคชัน (Application) ต่างๆ

7. **บริษัท โมโน มิวสิค จำกัด** หรือ Mono Music จัดตั้งขึ้นวันที่ 1 กรกฎาคม 2546 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว 27 ล้านบาท ปัจจุบันหยุดดำเนินการและอยู่ระหว่างการชำระบัญชี
8. **บริษัท โมโน เรดิโอ จำกัด** หรือ Mono Radio จัดตั้งขึ้นวันที่ 15 ธันวาคม 2557 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว 20 ล้านบาท ปัจจุบันหยุดดำเนินการ
9. **บริษัท โมโน ทาเลนต์ สตูดิโอ จำกัด** หรือ Mono Talent Studio จัดตั้งขึ้นวันที่ 28 กรกฎาคม 2558 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว 8 ล้านบาท ปัจจุบันหยุดดำเนินการและอยู่ระหว่างการชำระบัญชี
10. **บริษัท ทีโมเมนต์ จำกัด** หรือ T Moment จัดตั้งขึ้นวันที่ 9 มีนาคม 2559 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท และทุนที่เรียกชำระแล้ว 29 ล้านบาท ปัจจุบันหยุดดำเนินการและอยู่ระหว่างการชำระบัญชี
11. **PT. Mono Technology Indonesia** หรือ Mono Indo จัดตั้งขึ้นวันที่ 5 พฤศจิกายน 2553 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว 1,000 ล้านรูเปียห์ หรือประมาณ 4 ล้านบาท ปัจจุบันหยุดดำเนินการและอยู่ระหว่างการชำระบัญชี
12. **Mono Technology Hong Kong Limited** หรือ Mono Hong Kong จัดตั้งขึ้นวันที่ 9 ตุลาคม 2556 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน และทุนที่เรียกชำระแล้ว 8 ล้านดอลลาร์ฮ่องกง หรือประมาณ 32 ล้านบาท ปัจจุบันหยุดดำเนินการและอยู่ระหว่างการชำระบัญชี

ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

โมโน เน็กซ์ และบริษัทในเครือ ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่ และการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัทไม่ได้มีความสัมพันธ์ หรือเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอื่นของผู้ถือหุ้นรายใหญ่อ่างมีนัยสำคัญ มีความสัมพันธ์กันแต่เพียงการดำเนินธุรกรรมการค้าโดยทั่วไป ตามที่ได้เปิดเผยในส่วนที่ 2 การจัดการและการกำกับดูแลกิจการ หัวข้อ 12 รายการระหว่างกัน

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยสำหรับปี 2561 – 2563 เป็นดังนี้

ประเภทรายได้ตามกลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการ โดยบริษัท	% การถือหุ้น ของบริษัท	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
			ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1.กลุ่มธุรกิจสื่อ								
1) รายได้โฆษณา	Mono Next	-	1,214.66	71.78	1,783.70	81.68	1,896.21	75.60
	Mono Cyber	100						
	Mono Broadcast ^{1/}	100						
	Mono Production	100						
	Mono Radio ^{4/}	100						
2) รายได้จากวิดีโอสตรีมมิ่ง แบบบอกรับสมาชิก	Mono Next	-	241.42	14.27	135.72	6.21	297.44	11.86
	Mono Cyber	100						
	Mono Info	100						
	Mono Shopping	100						
	Mono Streaming ^{1/}	100						
	Mono Broadcast ^{1/}	100						
	Mono Radio ^{4/}	100						
2. กลุ่มธุรกิจการให้บริการข้อมูลและความบันเทิง								
1) รายได้จากธุรกิจภาพยนตร์	Mono Streaming ^{1/}	100	42.10	2.49	36.97	1.69	87.49	3.49
2) รายได้จากธุรกิจคอมเมิร์ซ	Mono Shopping	100	41.64	2.46	22.81	1.04	6.36	0.25
3) รายได้จัดสรรคอนเทนต์	Mono Next	-	30.00	1.77	-	-	-	-
4) รายได้จากธุรกิจอื่น	Mono Cyber	100	74.83	4.42	171.19	7.84	111.73	4.66
	Mono Shopping	100						
	Mono Production	100						
	Mono Sport ^{1/2/}	100						
	Mono Music ^{3/}	100						
	Mono Radio ^{4/}	100						
	Mono Talent ^{3/}	100						
	Mono Play ^{2/}	100						
	Mono Astro ^{2/}	100						
รายได้จากการขายและให้บริการ			1,644.65	97.19	2,150.39	98.47	2,399.23	95.66

ประเภทรายได้ตามกลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการ โดยบริษัท	% การถือหุ้น ของบริษัท	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
			ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้อื่น			47.63	2.81	33.36	1.53	108.89	4.34
รายได้รวม			1,692.28	100.00	2,183.75	100.00	2,508.12	100.00

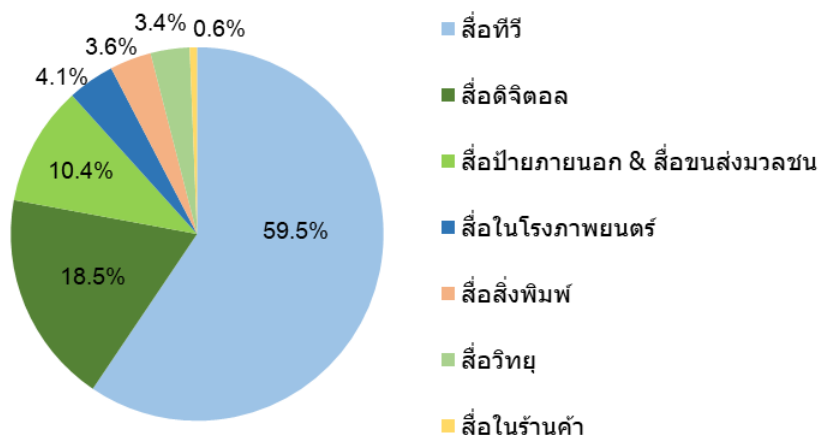
- หมายเหตุ : 1/ บริษัทถือหุ้น Mono Broadcast และ Mono Sport Entertainment ทางอ้อม ผ่านการถือหุ้นใน Mono Production
ซึ่งถือหุ้นใน Mono Broadcast และ Mono Sport Entertainment ร้อยละ 100
บริษัทถือหุ้น Mono Streaming ทางอ้อมผ่านการถือหุ้นใน Mono Cyber ซึ่งถือหุ้นใน Mono Streaming ร้อยละ 100
- 2/ ในปี 2563 เลิกกิจการและเสร็จการชำระบัญชีแล้ว
- 3/ ในปี 2563 เลิกกิจการและอยู่ระหว่างชำระบัญชี
- 4/ ในปี 2563 มีมติให้เลิกกิจการ

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันธุรกิจสื่อและการให้บริการคอนเทนต์

◀ ธุรกิจสื่อทีวี

ร้อยละของมูลค่าการโฆษณาผ่านสื่อแต่ละประเภทในปี 2563



ที่มา : รายงานของบริษัท เดอะนัลเซ็น คอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด
ที่เปิดเผยผ่านเว็บไซต์ของสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย

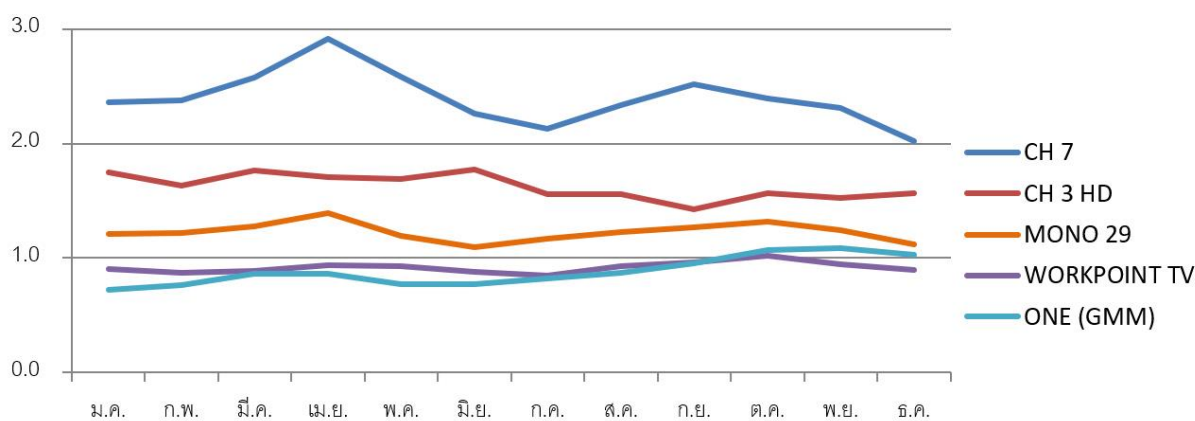
มูลค่าตลาดโฆษณาปี 2563 มีมูลค่ารวม 106,254 ล้านบาท ซึ่งมูลค่าโฆษณาผ่านสื่อทีวีถือเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด มีมูลค่าถึง 63,177 ล้านบาท หรือร้อยละ 59.5 ของตลาดรวม เมื่อเทียบกับปี 2562 ที่มีมูลค่าโฆษณาทางสื่อทีวีรวม 70,310 ล้านบาท มูลค่าลดลงร้อยละ 10.1 สำหรับภาพรวมปี 2563 ไม่เฉพาะสื่อทีวีที่มีมูลค่าลดลง แต่สื่อทุกประเภทมีมูลค่าตลาดลดลงเช่นเดียวกัน โดยมีเหตุมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งส่งผลกระทบยาวนานตลอดทั้งปี และคาดว่าจะต่อเนื่องไปอีกในปี 2564 ทำให้หลายธุรกิจหยุดชะงัก เจ้าของสินค้าและบริการส่วนใหญ่ลดงบประมาณในการโฆษณาลง จากการที่กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง และมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น

สำหรับช่อง MONO29 ดำเนินธุรกิจมาสู่ปีที่ 7 จากสถานการณ์ข้างต้น จึงเป็นปีที่ต้องเผชิญกับความท้าทายทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างมาก ผลกระทบทางเศรษฐกิจที่ภาคธุรกิจต่างลดค่าใช้จ่ายด้านโฆษณา ทำให้บริษัทต้องปรับกลยุทธ์ทางการขาย และปรับราคาค่าโฆษณาช่วยเหลือกันระหว่างพันธมิตรทางธุรกิจ รวมถึงการที่ต้องให้ความสำคัญกับการลดต้นทุนและค่าใช้จ่าย ทั้งนี้ ช่วงก่อนวิกฤต COVID-19 (ปลายปี 2562) ทางฝ่ายบริหารมีการวางแผนมาก่อนแล้วที่จะปรับโครงสร้างทางธุรกิจ โดยหันมามุ่งเน้นที่ธุรกิจบันเทิง ภาพยนตร์ และซีรีส์ ที่บริษัทเชี่ยวชาญเป็นหลัก มีการปรับโครงสร้างองค์กรให้เล็กลง เพื่อให้เกิดความคล่องตัว และวางแผนย้ายที่ทำการสำนักงานใหญ่ ทำให้บริษัทสามารถปรับตัวได้รวดเร็ว ลดภาระต้นทุนและค่าใช้จ่ายได้มาก

ภาพรวมสื่อทีวีช่องอื่นๆ มีการปรับตัวเช่นเดียวกัน จะเห็นได้ว่าหลายช่องนำคอนเทนต์เดิมมาออกอากาศ (การรีรัน) ด้วยเหตุผลข้อจำกัดด้านความเสี่ยงในการถ่ายทำและผลิตคอนเทนต์นอกสถานที่ การประกาศล็อกดาวน์ และการลดต้นทุนและค่าใช้จ่าย ทำให้ปีนี้ลดความรุนแรงของการแข่งขันกันในการนำเสนอคอนเทนต์ แต่สำหรับ ช่อง MONO29 ยังคงให้ความสำคัญด้านคอนเทนต์คุณภาพ และกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อรักษาเรตติ้งในอันดับที่ 3 โดยมีการพัฒนารายการข่าว

และทีมข่าว ทำการขยายเวลาช่วงข่าวตอนเย็น ปรับรูปแบบและเนื้อหาให้เข้มข้น โดยวางจุดยืนในการนำเสนอข่าวเชิงสร้างสรรค์ ไม่สร้างความแตกแยก และเสริมทัพทีมบริหารข่าวมืออาชีพ มาร่วมงานเพิ่มขึ้น ทำให้สามารถเพิ่มเรตติ้งช่วงรายการข่าวได้ ด้านคอนเทนต์บันเทิง ใช้กลยุทธ์การจัดผังรายการ ที่เรียกว่า โปรแกรม Movie Pack เพื่อเพิ่มการจดจำของผู้ชม อาทิ Keanu Reeves Pack, Triple Apes Big Pack ฯลฯ รวมถึงการเสริมซีรีส์จากฝั่งเอเชียที่เป็นที่นิยม อาทิ ตงกง ตำนานรักตำหนักบุรพา, หมาป่าจอมราชันย์ เป็นต้น โดยเดือนธันวาคม 2563 MONO29 มีเรตติ้งของจำนวนคนดูโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลทั่วประเทศเฉลี่ยต่อวันที่ อายุ 15 ปีขึ้นไป ออกอากาศวันจันทร์ – วันอาทิตย์ เวลา 6.00 – 23.59 น. อยู่ที่ 1.123

เรตติ้งของจำนวนคนดูโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลทั่วประเทศเฉลี่ยต่อวันที่ เดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม 2563



ที่มา : รายงานของบริษัท เอจีบี นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด

ช่อง			ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1	35	ช่อง 7	2.362	2.382	2.578	2.915	2.586	2.261	2.130	2.337	2.517	2.396	2.315	2.023
2	33	ช่อง 3 HD	1.752	1.631	1.764	1.704	1.691	1.772	1.558	1.558	1.426	1.564	1.524	1.567
3	29	ช่อง MONO29	1.215	1.222	1.274	1.394	1.198	1.096	1.173	1.228	1.265	1.319	1.247	1.123
4	23	ช่อง WORKPOINT TV	0.901	0.873	0.887	0.934	0.932	0.879	0.845	0.932	0.962	1.018	0.948	0.893
5	31	ช่อง ONE (GMM)	0.726	0.767	0.867	0.861	0.772	0.773	0.819	0.871	0.952	1.070	1.090	1.027

สำหรับนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมสื่อทีวี ได้มีการเรียกคืนคลื่นความถี่ 700 MHz ซึ่งเป็นคลื่นสำหรับกิจการทีวีดิจิทัล นำไปจัดสรรให้กับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่ สำหรับเทคโนโลยี 5G ตามคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 4/2562 เมื่อวันที่ 11 เมษายน 2562 เรื่องมาตรการแก้ไขปัญหาการประกอบกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ได้มีการนำเงินที่ได้จากการจัดสรรคลื่น มาชดเชยให้ผู้ประกอบการทีวี ทำให้ไม่ต้องจ่ายค่าประมูลของทีวีดิจิทัลใน 2 งวดสุดท้าย และค่าโครงข่ายโทรทัศน์ (MUX) ตามระยะเวลาที่เหลืออยู่ โดยช่อง MONO29 ได้รับการชดเชย ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2563 เป็นต้นไป และในส่วนของผู้ให้บริการโครงข่ายต้องดำเนินการปรับปรุงอุปกรณ์เครื่องส่งออกอากาศ และเปลี่ยนแปลงช่องความถี่รวม 147 สถานี โดยดำเนินการตั้งแต่เดือนกันยายน 2563 จนถึงกุมภาพันธ์ 2564 ภายหลังการปรับคลื่นความถี่ อาจส่งผลต่อการรับสัญญาณในช่วงแรก ทำให้ต้องมีการปรับจูนกล่องรับสัญญาณ เพื่อให้สามารถกลับมาชมได้ และในระยะยาวจะทำให้สัญญาณการรับชมดีขึ้น

➤ ธุรกิจบริการวิดีโอสตรีมมิ่งแบบบอกรับสมาชิก

ปัจจุบันแนวโน้มการเติบโตของสื่อทั่วโลกมุ่งไปที่สื่อดิจิทัล ทุกธุรกิจต่างปรับตัวให้เข้าถึงผู้บริโภคทางออนไลน์ และการพัฒนาทางเทคโนโลยีมีส่วนสำคัญที่เพิ่มความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ประกอบกับสถานการณ์โรคระบาด ทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตเปลี่ยนแปลงไป การล็อกดาวน์ทำให้เกิดวิถีชีวิตรูปแบบใหม่ New Normal ที่ต้องทำงานจากที่บ้าน การเว้นระยะห่างทางสังคม การแสวงหาข้อมูล ข่าวสารและความบันเทิงจากสื่อดิจิทัล ทำให้แพลตฟอร์มวิดีโอในรูปแบบ Streaming Video on Demand และ Premium Content เป็นรูปแบบที่ผู้บริโภคหันมาสนใจเพิ่มขึ้น แทนการชมภาพยนตร์จากโรงภาพยนตร์ และทางโทรทัศน์ ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทมีการให้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง ภายใต้แบรนด์ MonoMax ของบริษัท โมโน ฟิล์ม จำกัด ในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมาบริษัทเห็นความสำคัญของธุรกิจนี้มากขึ้น มีการทำการตลาดต่อเนื่อง เพื่อขยายฐานลูกค้าสมาชิกให้เติบโตขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปีนี้ที่มีการเติบโตอย่างชัดเจน ต่อมาบริษัทได้เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท โมโน สตรีมมิ่ง จำกัด ให้ตรงกับวัตถุประสงค์การทำธุรกิจที่เน้นดิจิทัลเป็นหลัก และมุ่งผลักดันให้เป็นธุรกิจหลักต่อไป ซึ่งหวังว่าจะสอดคล้องกับแนวโน้มของธุรกิจสื่อทีวีที่คาดการณ์ว่าจะลดลงในอนาคต

ในเวลาเดียวกัน ตลาดระดับโลกได้หันมาให้ความสนใจในธุรกิจนี้เช่นกัน ทำให้มีผู้ให้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง จากต่างประเทศเข้าสู่ตลาดไทยหลายราย ทั้งจากฝั่งอเมริกาและจีน ทั้งนี้ Monomax สร้างจุดแข็งด้วยการมีคอนเทนต์ที่แตกต่างจากรายอื่น อาทิ การนำเสนอซีรีส์เอเชีย (แอคชั่น – แฟนตาซี) หรือ ซีรีส์ต่างประเทศที่มีให้เลือกชมมากมาย หลายประเภท ด้วยการบริการมีทั้งซับไตเติ้ลไทยและพากย์ไทย ภาพยนตร์หรือซีรีส์ที่เป็น Exclusive ที่ดูได้ที่ MonoMax ที่เดียว ก็ฟ้า ทรายรัก การ์ตูน ฯลฯ โดยมีคอนเทนต์ที่หลากหลาย แต่ยังคงมีทิศทางและกลยุทธ์ในการเป็นแพลตฟอร์มที่เข้าใจความต้องการของลูกค้าชาวไทยอย่างแท้จริง (Understand Local Taste) ปีนี้ซีรีส์ที่ได้รับกระแสตอบรับที่ดีทางออนไลน์อย่างมาก ได้แก่ หมาป่าจอมราชันย์ (The Wolf) ซีรีส์ฟอร์มยักษ์จากประเทศจีน, พร่อมรัก ยัยตุ๊กตาซ่อมรัก (My Sexdoll) ภาพยนตร์ที่ผลิตโดยโมโน ออริจินอล ฯลฯ รวมถึง บริษัทยังปรับปรุงแอปพลิเคชัน ด้วยการออกแบบหน้าตาการใช้งานใหม่ ทั้งบนอุปกรณ์สมาร์ทโฟนและสมาร์ตทีวี เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้งานง่ายขึ้น

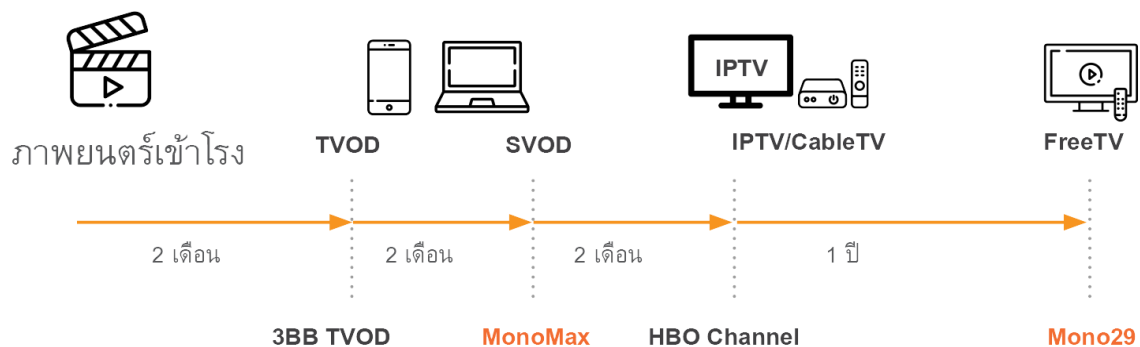
นอกจากนี้ บริษัทใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบ Cross Platform ร่วมกับสื่อในเครืออย่าง MONO29 ด้วยการนำซีรีส์จีนที่เป็นที่นิยมออกฉายทาง ช่อง MONO29 พร้อมทั้งโปรโมทให้ผู้ชมที่ต้องการดูครบทุกตอนแบบไม่ต้องรอหรือต้องการชมในเวลาสะดวก สามารถรับชมทาง MonoMax จึงช่วยประหยัดต้นทุนการโปรโมท และยังได้ลูกค้าที่เข้าสู่ช่องทางสตรีมมิ่งเพิ่มขึ้น การใช้กลยุทธ์ด้านราคาในช่วง COVID-19 อาทิ จ่ายเพียง 250 บาท รับชมได้นาน 3 เดือน รวมถึงจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ อาทิ ครอบครัวย้ายมาอยู่หอ 500 บาท รับสิทธิดูฟรี 15 วัน, กิจกรรม Meet & Greet มิน พีริชญา นักแสดงจากภาพยนตร์ Touchdown Kiss วัยร้ายคว่ำใจพิชิตฝัน, สมาชิกบัตร PT MAX Card (พีทีจี เอ็นเนอยี) ใช้ 100 คะแนน แลกสิทธิดูฟรี 15 วัน เป็นต้น

อีกทั้ง ผนึกกำลังกับพันธมิตรโทรคมนาคมรายใหญ่ อย่าง บริษัท ทริปเปิ้ลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) ที่เป็นหุ้นกักในแบรนด์ 3BB โดย ช่วงไตรมาส 2/2563 บริษัทได้เข้าเจรจากับเฮบีโอ (HBO) เพื่อที่จะนำคอนเทนต์ของ HBO มาให้บริการบนกล่องอินเทอร์เน็ตทีวีของ 3BB แต่ขณะนั้นกล่องรับสัญญาณและอุปกรณ์ยังไม่แล้วเสร็จ จึงร่วมกับ 3BB ในการเปิดตัวแพ็คเกจ บริการ “3BB GIGATainment” ภายใต้แนวคิด “หนังฮิต ซีรีส์ดัง ระดับเวิลด์คลาสบน HBO GO MonoMax” ลูกค้า 3BB เพิ่มเงินเพียง 39 บาทต่อเดือน สามารถเพลิดเพลินไปกับภาพยนตร์และซีรีส์ชื่อดังจากทั่วโลก

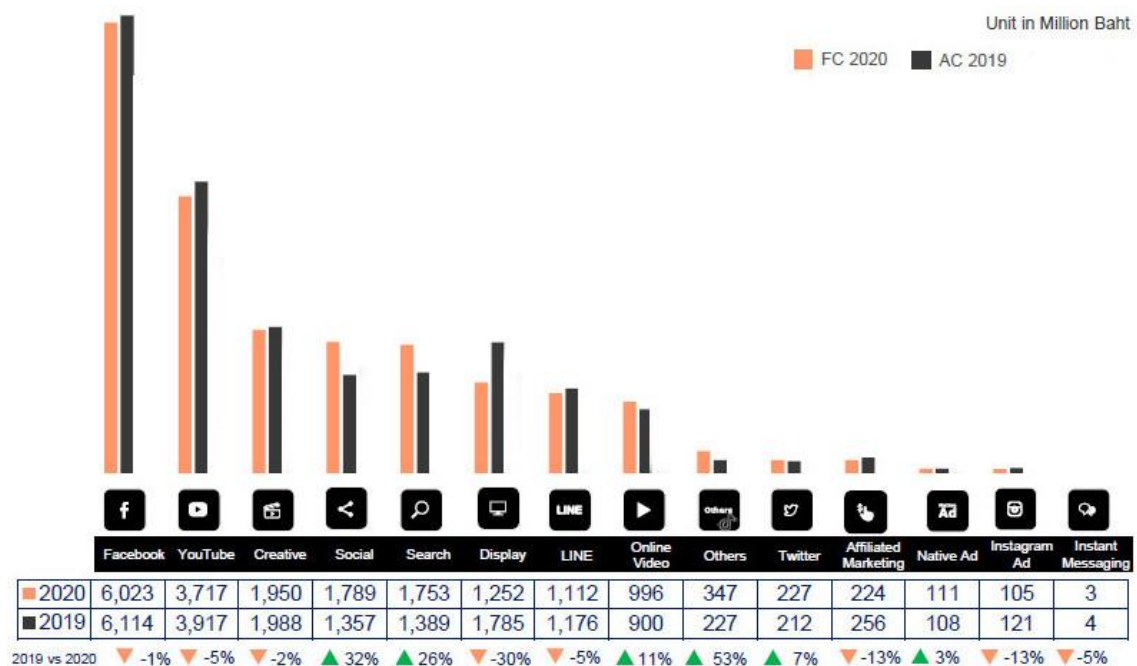
ด้วยแอปพลิเคชัน HBO GO และ MonoMax ซึ่งได้รับผลตอบแทนที่ดี ทำให้ปัจจุบันมีสมาชิกกว่า 3.8 แสนราย ก่อนจะเปิดตัวกล่อง 3BB GIGATV ในช่วงปลายปี (26 พฤศจิกายน 2563) ซึ่งแอปพลิเคชัน MonoMax จะอยู่ในกล่อง 3BB โดยมีรายได้จากการผูกแพ็คเกจกับค่าบริการอินเทอร์เน็ต (Bundled)

ในส่วนของธุรกิจภาพยนตร์ แม้ว่าจะเปลี่ยนชื่อบริษัท แต่บริษัทยังคงใช้ชื่อ Mono Film ในฐานะแบรนด์ผู้เผยแพร่ภาพยนตร์ โดยบริษัทเน้นความสำคัญให้โรงภาพยนตร์เป็นส่วนหนึ่งของการตลาดที่จะต่อยอดไปยัง MonoMax และ MONO29 มากกว่า ภายใต้กลยุทธ์การบริหารคอนเทนต์ (Content Leverage) โดยหลังจากเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ คอนเทนต์จะเข้าสู่แพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่ง แบบมีค่าบริการรายเดือน ก่อนจะฉายทาง 3BB GIGATV เพื่อเป็นพรีวิลเลจให้กับลูกค้าอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ และเข้าสู่การฉายทางฟรีทีวีช่อง MONO29 ซึ่งจะก่อให้เกิดความคุ้มค่า ภาพยนตร์ที่บริษัทนำเข้าฉายในปี 2563 ที่มาแรง ได้แก่ Greenland นาที่ระทึก...วันสิ้นโลก เปิดตัวอันดับ 1 กว่า 2 สัปดาห์

ลำดับเวลาการรับชมภาพยนตร์ในช่องทางต่างๆ



ธุรกิจให้บริการออกแบบธุรกิจออนไลน์ครบวงจร



มูลค่าตลาดสื่ออินเทอร์เน็ต ปี 2563 มีมูลค่ารวม 19,610 ล้านบาท ร้อยละ 18.5 ของตลาดรวม โดยมีมูลค่าใกล้เคียงกับปี 2562 ที่มีมูลค่า 19,555 บาท ซึ่งได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ไม่มากนัก โดยแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ เฟซบุ๊ก และยูทูบ ตามลำดับ โดยเป็น New Media ที่มีความแข็งแกร่งเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากการเติบโตของเทคโนโลยี ทั้งนี้ เดิมธุรกิจ MThai เป็นผู้ให้บริการเว็บไซต์คอมมูนิตี้ขนาดใหญ่ และมีรายได้หลักจากการขายโฆษณาแบบ Display Ads จะเห็นได้ว่ามูลค่าตลาดลดลงไปมาก ซึ่งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา บริษัทได้มีการวางแผนปรับโครงสร้างธุรกิจ โดยลดขนาดธุรกิจและกำลังคนด้านการผลิตคอนเทนต์ในหลายส่วน (Section) และหันมาให้บริการคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ผลักดัน MThai ให้เป็น Branded Influencer ด้านการนำเสนอข่าวสาร โดยมีจุดยืนในการเป็นสื่อที่ “ชัดเจน ตรงไปตรงมา” ผ่าน Facebook : MThaidotcom และ Twitter : Mthai ซึ่งมีผู้ติดตามรวมกว่า 3 ล้านราย โดยเริ่มเป็นที่รู้จักในโซเชียลมีเดียจากการเป็นสื่อที่ดีที่นำเสนอข้อมูลเหตุการณ์ 13 ชีวิต “ทีมหมูป่า” ติดอยู่ในถ้ำหลวงอย่างเที่ยงตรง รวมถึงเหตุการณ์อื่นๆ อีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นเหตุการณ์ภัยพิบัติต่างๆ และการรายงานภัยพิบัติต่างๆ และข่าวสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 จนได้รับรางวัลในการเป็นสื่อคุณภาพ ได้แก่ ปี 2563 ได้รับรางวัลสื่อออนไลน์ดีเด่น สื่อมวลชนด้านภัยพิบัติสีนามิ “Outstanding Award on Disaster News Coverage 2020 (Members of New Media)” โดยศูนย์พัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ ไทยพีบีเอส และ ปี 2562 ได้รับรางวัล Best Brand Performance on Twitter ในงาน Thailand Social Awards

นอกจากนี้ บริษัทได้ปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ด้วยการนำความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ จากการเป็นผู้ให้บริการด้านคอนเทนต์และสื่อออนไลน์มาช่วยแนะนำให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าที่ต้องการทำการตลาดออนไลน์ในทุกแพลตฟอร์มในรูปแบบ Total Solution Marketing โดยนำเทคโนโลยีมาวิเคราะห์ประมวผล เพื่อจัดทำแผนการตลาด กิจกรรมส่งเสริมการขาย และส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับองค์กร หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน แทนการหารายได้ในรูปแบบเดิม โดยปี 2563 มีโครงการ/กิจกรรม อาทิ

- โครงการประกวดภาพยนตร์สั้น อัปคลิพิชิตแดนปี 6 ในหัวข้อ “CYBERBULLYING?” ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการคมนาคมแห่งชาติ
- โครงการประกวดภาพยนตร์สั้น ไทยดี มีมารยาทปี 2 ร่วมกับกรมส่งเสริมวัฒนธรรม (สวธ.) กองทุนส่งเสริมงานวัฒนธรรม
- โครงการ คนเที่ยวไทย 4 ภูมิภาคเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวในประเทศรูปแบบ New Normal ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- กิจกรรมส่งเสริมการตลาด Exclusive Trip ใหัวพระรับพลังบวปีที่ 2 กับ อ.คทา ชินบุญชร ร่วมกับบริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน)

ทั้งนี้ ในการจัดโครงการ/กิจกรรมต่างๆ ในปีนี้ บริษัทคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมโครงการ จึงมีการวางแผน เลือกช่วงเวลา สถานที่จัดงานที่เหมาะสม และจัดเตรียมมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อ COVID-19 เป็นอย่างดี

➤ ธุรกิจคอมเมิร์ซ

ภาพรวมธุรกิจคอมเมิร์ซในรูปแบบทีวีโฮมช้อปปิ้งช่วง 9 เดือนแรก (มกราคม – กันยายน) ของปี 2563 เติบโตเกือบ 20% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีมูลค่ารวม 10,700 ล้านบาท ข้อมูลโดยสมาคมทีวีโฮมช้อปปิ้ง (ประเทศไทย) ซึ่งสวนกระแสกับเศรษฐกิจที่ชะลอตัว จากสถานการณ์ COVID-19 วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง หันมาเลือกซื้อสินค้าผ่านทีวีโฮมช้อปปิ้ง และออนไลน์เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีความสะดวกสบาย ทั้งการสั่งซื้อ การชำระเงิน และจัดส่งสินค้าถึงปลายทาง มีการรับประกันสินค้า ซื้อสินค้าแล้วสามารถคืนได้ มีบริการหลังการขายที่ติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงลดความเสี่ยงจากการซื้อสินค้าภายนอกด้วยตนเอง

ทั้งนี้ ธุรกิจทีวีโฮมช้อปปิ้งมีอัตราการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่องมาหลายปี โดยเฉพาะหลังจากที่ธุรกิจทีวีดิจิทัลเริ่มดำเนินการในปี 2557 เป็นต้นมา จำนวนช่องฟรีทีวีเพิ่มมากขึ้น นอกจากผู้ประกอบการโฮมช้อปปิ้งเดิมที่เคยใช้สื่อทีวีเคเบิล/ทีวีดาวเทียม หันมาใช้สื่อทีวีดิจิทัลมากขึ้น ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลเอง ได้หันมาขยายช่องทางการสร้างรายได้โดยขยายธุรกิจในส่วนทีวีโฮมช้อปปิ้งของตนเอง และทางบริษัทได้เปิดบริการ 29Shopping ในปี 2561 ในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของช่อง MONO29 เช่นกัน ซึ่งได้รับผลตอบรับที่ดี และมีการเติบโตเพิ่มขึ้นในแต่ละปี แต่ทั้งนี้ยังคงรักษาภาพลักษณ์ของช่อง MONO29 ไม่เจาะการขายอย่างรุนแรงจนเสียอรรถรสในการรับชมภาพยนตร์ การลงโฆษณาเป็นบางช่วงเวลา และใช้เวลาไม่นาน เน้นคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพ และอยู่ในกระแสความต้องการ โดยปีที่ผ่านมามีสินค้าที่จำหน่ายที่เหมาะสมกับช่วง COVID-19 อาทิ เจลล้างมือ อุปกรณ์ในครัว กระดาษทิชชู ไร่น้ำมัน เครื่องมือซ่อมบ้าน ฯลฯ ซึ่งเห็นได้ว่าขายได้ทั้งกลุ่มลูกค้าผู้หญิงและผู้ชาย

29Shopping เริ่มดำเนินการโดยบริษัท โมโน ทราเวล จำกัด และบริษัทได้ปรับโครงสร้าง โดยยกเลิกธุรกิจส่วนบริการจองโรงแรม เพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายลง ทำให้ในเดือนมิถุนายน 2563 ได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท โมโน ช้อปปิ้ง จำกัด เพื่อสร้างความชัดเจนของธุรกิจ ปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจ 29Shopping เติบโตต่อไป คือ การที่ทางช่อง MONO29 ส่งเสริมธุรกิจด้วยการให้ช่วงเวลาในการออกอากาศ (Airtime) ที่ดี การเป็นพันธมิตรกับคู่ค้ากลุ่มทีวีโฮมช้อปปิ้งด้วยกัน ช่วยเพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้กับช่องได้มากขึ้น และการขยายช่องทางการขายไปยังแพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลส (Marketplace) อาทิ Shopee, Lazada, JD.com. และในอนาคตจะขยายช่องทางการขายสินค้าไปสู่ กลุ่มดูทีวีอันทันสมัย 3BB GIGATV ที่ทางบริษัทเป็นพันธมิตรอยู่

➤ ธุรกิจจัดสรรคอนเทนต์

จากการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีกับบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) มายาวนาน ทั้งด้านการทำโปรโมทแพ็คเกจร่วมกันของบริการวิดีโอสตรีมมิ่ง MonoMax และการซื้อสื่อโฆษณาต่างๆ เมื่อทาง 3BB มีแผนที่จะให้บริการกล่องอินเทอร์เน็ตทีวีรุ่นใหม่ ที่ให้ครบทุกความบันเทิงด้วยคุณภาพคมชัด จึงผนึกความร่วมมือระหว่าง บริษัท KT Corporation ผู้ให้บริการด้านโทรคมนาคมอันดับ 1 ในประเทศเกาหลีใต้ ที่ให้การสนับสนุนด้านเทคโนโลยี และการพัฒนาอุปกรณ์ ส่วนโมโน เน็กซ์ และบริษัทในเครือ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อและการให้บริการคอนเทนต์ ได้เข้าไปสนับสนุนด้านการจัดหา การผลิตคอนเทนต์ และกลยุทธ์การตลาด ในฐานะ Master Content Provider (MCP) ที่ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค

บริษัทเล็งเห็นถึงโอกาสในการสร้างรายได้เพิ่มขึ้น จากส่วนแบ่งของค่าบริการ ซึ่ง 3BB มีฐานลูกค้าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์กว่า 3.3 ล้านราย และรายได้จากการเป็นผู้ผลิตช่องโทรทัศน์ และรายการให้กับ 3BB ทั้งนี้ 3BB เริ่มเปิดให้บริการ 3BB GIGATV ในเดือนพฤศจิกายน 2563 โดยจะมาพร้อมแพ็คเกจเริ่มต้น 690 บาท/เดือน ได้อินเทอร์เน็ตไฟเบอร์ 1 Gbps และความเร็วในการอัปโหลด 300 Mbps หรือหากมีอินเทอร์เน็ต 3BB GIGA FIBER อยู่แล้ว เพิ่มเงินเพียง 100 บาท/เดือนเท่านั้น สามารถรับชมช่องฟรีมีมมากกว่า 30 ช่อง รวมช่องของค่าย HBO และบริการ MonoMax รายการต่างๆอีกมากมาย ทั้ง ภาพยนตร์และซีรีส์จากเอเชียและฮอลลีวูด ภาพยนตร์และละครไทย การ์ตูน ข่าว เพลง สารคดี และอื่นๆ ฯลฯ โดยบริษัทเข้าไปจัดหา ติดต่อจัดซื้อ ประสานงานกับเจ้าของคอนเทนต์รายต่างๆ รวมถึงผลิตคอนเทนต์เองให้กับ 3BB บริษัทจะเริ่มมีรายได้ตั้งแต่ปลายปีนี้ และเพิ่มมากขึ้นในปีหน้า

ทั้งนี้ บริษัทไม่ได้เป็นคู่แข่งกับธุรกิจการให้บริการกล่องอินเทอร์เน็ตทีวีโดยตรง การที่บริษัทสนับสนุนด้านคอนเทนต์ให้แพ็คเกจบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ มีบริการเสริมที่ดึงดูดผู้ใช้บริการ ช่วยให้ฐานลูกค้าอินเทอร์เน็ต 3BB เพิ่มขึ้น จะส่งผลดีต่อบริษัทในอนาคตเช่นกัน อีกทั้งการที่บริษัทเป็นผู้ติดต่อด้านการจัดหาคอนเทนต์ให้กับ 3BB ถือเป็นประโยชน์ต่อการเพิ่มอำนาจการต่อรองในการจัดซื้อลิขสิทธิ์คอนเทนต์ต่างๆ ของทางบริษัทด้วย และทำให้บริษัทสามารถเชื่อมโยงแผนการตลาดได้ทุกแพลตฟอร์ม นอกจากนี้ ปีหน้า บริษัทยังได้สิทธิการนำคอนเทนต์ของทาง HBO มาออกอากาศบนช่อง MONO29 อีกด้วย ซึ่งจะทำให้การวางแผนการตลาดทำได้ดีขึ้น

ลักษณะการประกอบธุรกิจของธุรกิจของ โมโน เน็กซ์ และบริษัทในเครือ

โมโน เน็กซ์ และบริษัทในเครือ แบ่งประเภทธุรกิจเป็น 5 ธุรกิจหลัก ดังนี้ 1. ธุรกิจสื่อทีวี 2. ธุรกิจบริการวิดีโอสตรีมมิ่งแบบบอกรับสมาชิก 3. ธุรกิจให้บริการออกแบบธุรกิจออนไลน์ครบวงจร 4. ธุรกิจคอมเมิร์ซ 5. ธุรกิจจัดสรรคอนเทนต์ โดยมีลักษณะการประกอบธุรกิจ ดังนี้

1. ธุรกิจสื่อทีวี (TV Business)

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล ซึ่งเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ระบบดิจิตอล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ในหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ (SD) โดยมีวัตถุประสงค์ในการผลิตและนำเสนอรายการที่มีคุณภาพ สร้างความบันเทิง สาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม โดยออกอากาศบนหมายเลขลำดับการให้บริการช่อง 29 ภายใต้ชื่อ “โมโน ทเวนตีไนน์” (MONO29)



ช่อง MONO29 ดำเนินงานออกอากาศอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2557 ปัจจุบันอยู่ในกลุ่มผู้นำธุรกิจทีวีดิจิตอลของประเทศไทยโดยปี 2563 ช่อง MONO29 ยังคงอยู่ในอันดับ Top 3 และพร้อมมุ่งมั่นเดินหน้าอย่างต่อเนื่องไม่หยุดยั้ง ทางสถานียังคงสร้างจุดยืนด้วย “หนังดี-ซีรีส์ดัง” โดยทำสัญญาเป็นพันธมิตรทางธุรกิจแบบระยะยาว กับสตูดิโอหลักผู้ผลิตภาพยนตร์และซีรีส์ต่างประเทศระดับฮอลลีวูด ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ Warner Bros., Walt Disney, Universal, Paramount, Sony, CBS และ 20th Century Fox Studio โดยภาพยนตร์และซีรีส์จากสตูดิโอต่างประเทศเหล่านี้ จะเป็นสัดส่วนหลักถึง 70% ของคอนเทนต์ที่ลงช่องทั้งหมด ผู้ชมสามารถรับชมได้ทางฟรีทีวี เว็บไซต์ Mono29.com และแอปพลิเคชัน Mono29 ทั้งระบบ iOS และ Android



โปรแกรมระดับพรีเมียม ที่คัดสรรมานำเสนอผู้ชม ได้แก่

Thailand Premiere	: ภาพยนตร์โปรเจกต์ยักษ์จากฮอลลีวูด ออกอากาศบนฟรีทีวีเป็นครั้งแรก และเป็นช่องแรกในประเทศไทย	
Premium Blockbuster	: ภาพยนตร์ฟอร์มใหญ่ และภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงจากฮอลลีวูด	
Premium Series	: ซีรีส์สุดมันส์ ครองเรตติ้งอันดับต้นๆของอเมริกา	
Hit Movies	: ภาพยนตร์คุณภาพ หลากหลายแนว จากนักแสดงชื่อดัง	
Super Series	: ซีรีส์สุดฮิต	
Morning Cinema	: ภาพยนตร์ดี ภาพยนตร์เด่นรอบเช้า	
Midnight Cinema	: ภาพยนตร์ดี ภาพยนตร์เด่นรอบดึก	
Happy Family Times	: ภาพยนตร์ดีสำหรับครอบครัว (จันทร์ - ศุกร์) 15.00 น.	
Happy Family Times Weekend	: ภาพยนตร์ดีสำหรับครอบครัว (เสาร์ - อาทิตย์) 6.30 น.	
Thai Movies	: ภาพยนตร์/ซีรีส์ไทย ภายใต้การผลิตของค่าย MONO Originals	
	- The Kill List ล่า ล้าง บัญชี	- The Exchange ใจปล้นใจ
	- พราก	- นักฆ่าไร้เงา
	- สายลับหมากระเบ่กับเสาไฟฟ้า	- วุ่นรักต้องประหยัด
	- พร้อมรัก ยัยตุ๊กตาซอมรัก	

คอนเทนต์คุณภาพอื่นๆ

รายการข่าว	: ข่าวเช้า Good Morning Thailand	เจาะข่าวเด็ด The Day News Update
	เรื่องเด่นประเด็นดัง Top Talk Daily	ข่าวสั้น Motion News
	ข่าวธุรกิจ What's up 29	ข่าวบันเทิง Entertainment Now
สารคดี	: World Voyage Documentary โลกเดินทาง	
รายการวาไรตี้	: Movie Language ขึ้นเด็ดภาษาหนัง	The Greatest Variety & Entertainment
	เคาะจอ 29 เดิมเต็มอรรถรส ครบทุกบันเทิง	
รายการกีฬา	: การแข่งขันบาสเกตบอลลีก ABL	การแข่งขันตระกร้อ ไทยแลนด์ลีก 2020

ทั้งนี้ ช่อง MONO29 มีบริการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงและใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ อาทิ ข่าวก่อน Good Morning Thailand มีบริการล่ามภาษามือ Sign Language, สารคดี มีบริการเสียงบรรยายภาพ Audio Description หรือคำบรรยายแทนเสียง Closed Caption

รายได้หลักของธุรกิจสื่อทีวี MONO29 มาจากการขายเวลาโฆษณาให้แก่ผู้สนับสนุนรายการ (Sponsor) หรือเจ้าของสินค้า โดยเป็นการขายโฆษณาในรูปแบบซื้อช่วงเวลา การไท-อิน (Tie-in) ในรายการขายพื้นที่แสดงตราสินค้า

พร้อมทั้งมีกิจกรรมทางการตลาด ร่วมกับพันธมิตรที่หลากหลาย ลงพื้นที่ทั่วประเทศไทย เช่น กิจกรรม MONO29 Movie Preview ตลอดทั้งปี, งาน Major Cineplex Movie Playground ที่ MAYA Space Pattaya, งาน Amazing Thailand Major Cineplex Drive-in Theater Haunted Park ที่ Central Festival Eastville

งานเทศกาลดนตรีและเทศกาลต่างๆ อาทิ เราไปกัน มิวสิคเฟสติวัล 2563, เอ็กซ์คลูซีฟคอนเสิร์ต แสตมป์ วานและลิปตา ที่ MYTT Beach Hotel, คอนเสิร์ต Kolour in the Park, คอนเสิร์ต King And Queen of Dance Return, คอนเสิร์ต Singing On The Rock, คอนเสิร์ต Season of Love Song ครั้งที่ 11, เทศกาลพลูเมืองพัทยา 2563, งานพัทยามิวสิคเฟสติวัล 2563 รวมถึงงานกีฬาและงานวิ่งต่างๆ อาทิ งาน Tour de Farm ครั้งที่ 8 ฟาร์มโชคชัย, งานบางแสน 10, บางแสน 21, บางแสน 42, บ้านเชียงมารathon 2020 และงานภูเรือเทรล ครั้งที่ 4

อีกทั้งยังได้รับความไว้วางใจจากเมืองพัทยา ให้จัดงานปีใหม่ “Pattaya Countdown 2021 : Universe of Entertainment สนุกสุดขอบจักรวาล” ณ ท่าเทียบเรือแหลมบาลีฮาย จังหวัดชลบุรี แต่เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 ที่ระบอบรอบ 2 ทางผู้บริหารเมืองพัทยาและผู้บริหารสถานี่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของประชาชน จึงได้ยกเลิกการจัดงานในปีนี้

2. ธุรกิจบริการวิดีโอสตรีมมิ่งแบบบอกรับสมาชิก (Subscription Video on Demand Business)

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

MonoMax เป็นผู้ให้บริการ Online Movie Streaming เจ้าแรกๆ ของประเทศไทย ที่ให้บริการชมภาพยนตร์ออนไลน์แบบถูกลิขสิทธิ์ ด้วยคอนเทนต์จากทั้งในและต่างประเทศมากกว่า 20,000 ชั่วโมง ทั้งภาพยนตร์และซีรีส์ฟอร์มยักษ์ในรูปแบบ 2 ภาษา มีพากย์ไทยครบทุกเรื่อง โดยเฉพาะซีรีส์จีนที่มีกระแสทั้งจากจีน และในประเทศไทย ภาพยนตร์ที่ได้รับรางวัล ภาพยนตร์นอกกระแส หรือเฉพาะกลุ่ม กีฬา การ์ตูน ซีรีส์ และสารคดีต่างๆ ซึ่งรองรับการใช้งานทุกอุปกรณ์ อย่างคอมพิวเตอร์ สมาร์ททีวี สมาร์ทโฟน รวมถึงสมาร์ตทีวีอื่น ๆ อาทิ Android box Chromecast ฯลฯ และรองรับทั้งระบบปฏิบัติการ iOS และ Android โดยมีรายได้จากการให้บริการลูกค้าแบบรายเดือน (Subscription Video on Demand: SVOD) ซึ่งลูกค้าสามารถรับชมคอนเทนต์ได้อย่างไม่จำกัด เริ่มต้นเดือนละ 250 บาท และมีโปรโมชั่นสำหรับการสมัครสมาชิกแบบระยะยาว หรือจัดกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับพันธมิตร

บริษัทเป็นพันธมิตรกับค่ายภาพยนตร์ชั้นนำ หรือผู้ผลิตผลงานคุณภาพต่างๆ ทั้งในประเทศ ได้แก่ สหมงคลฟิล์ม, M Picture, Golden A, การ์ตูนคลับ, Amigo และต่างประเทศ ได้แก่ ทางยุโรป-อเมริกา STX., Lotus Media , MGM International Television Distribution Inc., ทางเกาหลี SBS, JTBC, CJ Entertainment, MBC ทางจีน ฮ่องกง และญี่ปุ่น BEIJING IQIYI SCIENCE, Media Qiu, China Huace Film & TV, Gaga Corporation, Universe Films และผู้ให้บริการสารคดีทั่วโลกจาก National Geographic, IMG ฯลฯ

สำหรับธุรกิจด้านภาพยนตร์ บริษัทยังคงดำเนินการจัดหาภาพยนตร์ต่างประเทศ และผลิตภาพยนตร์ไทยคุณภาพ ในนาม **ค่ายโมโน ฟิล์ม** เพื่อนำเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ และบริหารลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ที่มีให้เกิดประโยชน์ และสร้างรายได้จากหลายแพลตฟอร์ม ตั้งแต่ทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน MonoMax ทางทีวีผ่านช่อง MONO29 และขายสิทธิไปยังต่างประเทศ โดยธุรกิจมีรายได้ทางตรงจากผู้ชมในโรงภาพยนตร์ และการเป็นผู้จัดหาแบ่งสิทธิ (Sublicense) ต่อไปยังหน่วยธุรกิจในเครือ ทั้งนี้ ปี 2563 บริษัทเน้นภาพยนตร์ที่ตรงกลุ่มลูกค้าของบริษัทมากขึ้น โดยได้มีการนำภาพยนตร์ต่างประเทศเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ รวม 7 เรื่อง ดังนี้

ภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้าฉายปี 2563

IP MAN 4 : The Finale – ยิปมัน 4 เดอะไฟนอล	My Spy – พยัคฆ์ร้าย สบายแสบ
Guns Akimbo – โทะษี มือปืนไม่ว่าง	Black Water : Abyss – กระซอกนรก โคตรโหด
Greenland – นาที่ระทึก...วันสิ้นโลก	Come Away – ปีเตอร์แพน กับ อลิซ ตะลุยแดนมหัศจรรย์
Horizon Line – นรก..เห็นเวหา	

3. ธุรกิจให้บริการออกแบบธุรกิจออนไลน์ครบวงจร (Online Business Intelligence)

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทให้บริการออกแบบธุรกิจออนไลน์ครบวงจร ด้วยทีมงานที่มีศักยภาพ ที่ผลักดันผลงานออนไลน์มากกว่า 20 ปี ผ่านสื่อออนไลน์ที่แข็งแกร่ง ในนาม **MThai** ผู้นำสื่อสังคมออนไลน์คุณภาพที่มีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่รู้จักในฐานะ Branded Influencer ด้านการนำเสนอข่าวสารออนไลน์ที่ “ชัดเจน เทียงตรง” เน้นรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่ต้องการเข้าใจง่าย และตรงประเด็น ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย ได้แก่ Facebook : MThaidotcom และ Twitter : Mthai ที่มีผู้ติดตามรวมกว่า 3 ล้านราย โดยมีรางวัลการันตี อาทิ ปี 2563 ได้รับรางวัลดีเด่นสื่อมวลชนด้านภัยพิบัติสัณามิ โดยศูนย์พัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ ไทยพีบีเอส และ ปี 2562 ได้รับรางวัล Best Brand Performance on Twitter ในงาน Thailand Social Awards

ประกอบกับหน่วยการตลาดออนไลน์ และหน่วยกลยุทธ์ด้านอีเว้นท์ (Event) บริษัทได้ให้บริการ วางแผน ออกแบบ สร้างสรรค์สื่อทางการตลาดแบบองค์รวม ให้กับธุรกิจในเครือ และพันธมิตรที่เป็นเจ้าของสินค้าและบริการต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ด้วยความเข้าใจในการบริหารสื่อแนวใหม่ (New Media) ของทุกแพลตฟอร์ม ทำให้สามารถตอบสนองการทำการตลาดแก่ลูกค้าทั้งแบบออนไลน์ ตั้งแต่การออกแบบ วิเคราะห์ข้อมูล สรรหาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ และการสื่อสารทางออนไลน์ รวมถึงการตลาดในรูปแบบออฟไลน์เชิงกิจกรรม (Event Marketing) และกิจกรรมสร้างสรรค์สังคม (CSR) โดยมีรูปแบบการดำเนินงานได้ดังนี้

- โฆษณาออนไลน์และโซเชียลมีเดีย
- กิจกรรมอีเว้นท์ ที่มีรายได้จากผู้สนับสนุน ได้แก่ กิจกรรมประกวดหนังสือ โครงการ อปคลิปพิชิตแสน ปี 6

ภายใต้หัวข้อ“CYBERBULLYING?” ร่วมกับสำนักงาน กสทช. และ กิจกรรมประกวดหนังสือ ไทยดี มีมารยาท ปี 2 ร่วมกับ กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กองทุนส่งเสริมงานวัฒนธรรม เป็นต้น

4. ธุรกิจคอมเมิร์ซ (Commerce Business)

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เป็นผู้จำหน่ายสินค้าและบริการ ในรูปแบบทีวีโฮม ช้อปปี้ง และออนไลน์ ภายใต้ชื่อ 29Shopping ซึ่งมีสินค้าให้เลือกหลากหลายครอบคลุมในทุกประเภทสินค้า เป็นสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ซึ่งมีทั้งสินค้าทั้งในและต่างประเทศ สั่งซื้อสินค้าได้สะดวกผ่าน Call Center 02 – 100 – 7066, เว็บไซต์ 29shopping.com และทาง Social Network อย่าง เฟซบุ๊ก, ไลน์, อินสตาแกรม สะดวกสบายมีบริการจัดส่งสินค้าฟรีทั่วประเทศ มีการรับประกันสินค้า สามารถคืนสินค้าได้ และมีบริการหลังการขายที่ติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง

บริษัทใช้ช่องทางการโปรโมทสินค้าผ่านช่อง MONO29 เป็นหลัก นำเสนอรายการโฆษณาในรูปแบบการแนะนำสินค้า คุณสมบัติของสินค้า และการแสดงการใช้งานที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตประจำวัน รวมถึงนำเสนอสินค้าลิขสิทธิ์ภาพยนตร์เพื่อสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของช่อง MONO29 อาทิ สินค้า Marvel, Harry Potter ปี 2563 ขยายเข้าสู่ช่องทาง มาร์เก็ตเพลส (Marketplace) ที่เป็นที่รู้จัก อาทิ Shopee, Lazada, JD.com เพื่อขยายฐานลูกค้า และเข้าเป็นพันธมิตรกับคู่ค้าธุรกิจทีวีโฮมช้อปปี้ง เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม

5. ธุรกิจจัดสรรคอนเทนต์ (Master Content Provider)

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เป็นผู้ให้บริการผลิตและจัดหาคอนเทนต์คุณภาพทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้บริการบนกล่อง 3BB GIGATV โมโน เน็กซ์ ลงนามเป็นพันธมิตรร่วมกับ บริษัท ทริปเปิ้ลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 3BB และ บริษัท KT Corporation ผู้ให้บริการด้านโทรคมนาคมอันดับ 1 ในประเทศเกาหลีใต้ เพื่อส่งเสริมการให้บริการกล่องดูทีวีอันทันสมัย ตอบสนองครบทุกความบันเทิง คุณภาพคมชัดไม่สะดุด บนโครงข่าย Fiber Optic คุณภาพสูงของ 3BB ซึ่งมีฐานลูกค้าอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์กว่า 3.3 ล้านราย

จากประสบการณ์ด้านการผลิตและจัดหาคอนเทนต์ทั้งไทยและต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่ภาพยนตร์และซีรีส์สู่ผู้ชมมากกว่า 7 ปีในธุรกิจสื่อทีวี และสตรีมมิ่ง ประกอบกับความสัมพันธ์อันเหนียวแน่นระหว่างบริษัทกับสตูดิโอชั้นนำระดับโลก บริษัทจึงได้รับความไว้วางใจในฐานะ Master Content Provider (MCP) เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านคอนเทนต์ และจัดวางกลยุทธ์ทางการตลาดด้านคอนเทนต์ให้ และผลักดัน 3BB GIGATV เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคให้มากที่สุด โดยเป็นผู้สนับสนุนการติดต่อกับพันธมิตรรายใหญ่ๆ อาทิ HBO GO, สตูดิโอชั้นนำ

ในต่างประเทศรายอื่นๆ และผู้ให้บริการคอนเทนต์ประเภทต่างๆ เพื่อจัดหาเนื้อหาพรีเมียมและเข้าถึงลูกค้า 3BB ในเมืองและต่างจังหวัด อาทิ ช่องรายการจากต่างประเทศ ช่องเคเบิลทีวี ภาพยนตร์และซีรีส์จากเอเชียและฮอลลีวูด ภาพยนตร์และละครไทย กีฬา การ์ตูนและครอบครัว ซอปปิง รายการเพลง ข่าว สารคดี และอื่นๆ โดยเริ่มให้บริการแก่ลูกค้า 3BB ภายใต้กล่อง “3BB GIGATV” ในปลายเดือนพฤศจิกายน 2563 ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกชมช่องพรีเมียมได้มากกว่า 30 ช่อง

รวมถึงช่องที่ทางโมโน เน็กซ์ และบริษัทในเครือ เป็นผู้ผลิตเอง รวม 6 ช่อง ได้แก่ “โมโน พลัส” (Mono Plus), ช่อง “โมโน ยี่สิบเก้า มิวสิค สเตชัน” (Mono29 Music Station) ช่อง “ทรีบีบีเอเชียน” (3BB Asian), ช่อง “ทรีบีบีสปอร์ตวัน” (3BB Sports 1) ช่อง “รัช สตอรี่” (Rush Stories) และช่อง “อลัวร์” (A'lure) ฯลฯ โดยธุรกิจมีรายได้จากส่วนแบ่งจากการเป็นพันธมิตร และจากการผลิตช่องโทรทัศน์ให้กับ 3BB

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

สำหรับธุรกิจสื่อและการให้บริการคอนเทนต์ บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาและจัดหาคอนเทนต์ที่น่าสนใจ โดยปัจจุบันบริษัทมุ่งเน้นความเชี่ยวชาญด้านคอนเทนต์บันเทิง ภาพยนตร์ และซีรีส์ บริษัทมีการจัดหาและซื้อลิขสิทธิ์คอนเทนต์ต่างๆ ทั้งจากในและต่างประเทศ บริษัทเป็นพันธมิตรกับค่ายสตูดิโอชั้นนำต่างประเทศ ทั้งฝั่งอเมริกา ยุโรป และเอเชีย รวมถึงผู้ให้บริการคอนเทนต์รายอื่นๆ ในประเทศไทย ทั้งนี้ ยังมีส่วนที่ทางโมโน เน็กซ์ และบริษัทในเครือ เป็นผู้ผลิตเอง อาทิ ทีมผลิตรายการโทรทัศน์ช่อง โมโนทเวนตีไนน์ (MONO29) ทีมผลิตซีรีส์ โมโน ออริจินอล (Mono Originals) ทีมผลิตคอนเทนต์ของ MThai โดยบริษัทมีการคัดเลือกบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในสายงานเข้ามาร่วมงาน และส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในทุกด้าน รวมถึงการจ้างบริษัทภายนอกเพื่อให้ผลิตคอนเทนต์ต่างๆ ทำให้คอนเทนต์มีความหลากหลายและตอบสนองในทุกความต้องการของผู้บริโภค

จากการที่บริษัทนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการซึ่งเป็นคอนเทนต์ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ ได้แก่ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ทีวี อินเทอร์เน็ตทีวี และอุปกรณ์สื่อสารอันทันสมัยอื่นๆ บริษัทได้มีการจัดหาอุปกรณ์เครื่องมือ และพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการเชื่อมต่อและส่งข้อมูลให้กับลูกค้า โดยคำนึงถึงความปลอดภัย เสถียรภาพของระบบ และความเร็วในการให้บริการ รวมถึงมีทีมเทคนิค และทีม IT ที่ดูแลด้านระบบตลอดเวลา

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทได้ดำเนินธุรกิจต่างๆ ภายใต้นโยบายบริหารความเสี่ยง มีการวางแผนบริหารจัดการ ประเมิน ติดตาม และควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม โดยการดูแลของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ซึ่งมีหน้าที่รายงานสถานะต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ ความเสี่ยงที่สำคัญของบริษัท มีดังนี้

1. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

1.1 ความเสี่ยงจากวิกฤติเศรษฐกิจ และการระบาดของโควิด - 19

ภาพรวมของธุรกิจทีวีในปี 2563 ด้วยสถานการณ์ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อสังคม และเศรษฐกิจโดยรวมของทั้งในประเทศ และทั่วโลก ธุรกิจต่างๆ ได้รับผลกระทบ รวมถึงธุรกิจทีวีที่ทั้งการลงโฆษณาที่ลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการปรับตัว เพื่อให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยได้มีการปรับโครงสร้างธุรกิจ โครงสร้างองค์กร มีการย้ายที่ตั้งสำนักงานไปยังพื้นที่ของบริษัทเองที่ MONO29 Studio ถนนชัยพฤกษ์ ตั้งแต่เดือนมิถุนายน โดยจัดให้เป็น Co-working Space ซึ่งไม่กำหนดที่นั่งแบบถาวร เป็นการลดค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน และสอดคล้องกับ New Normal รวมทั้งใช้ Application ในการแจ้งข่าวสาร ระบุจำนวนที่นั่ง เพื่อควบคุมจำนวนพนักงานในสำนักงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์การระบาดของโควิด วางนโยบายการปฏิบัติตัวสอดคล้องกับข่าวสารการระบาดในเขตพื้นที่ การปฏิบัติแผนต่างๆ หากมีผู้ติดเชื้อในแผนกใดแผนกหนึ่ง (ปัจจุบัน ยังไม่มีพนักงานติดเชื้อโควิด-19) และปรับตัวด้วยการ Work from Home และการประชุมแบบ e-meeting เป็นหลัก ซึ่งทำให้บริษัทลดค่าใช้จ่ายได้เป็นอย่างมาก และเฝ้าระวังการระบาดของโควิด-19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจทีวี

นอกจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมทีวี แล้วการระบาดของโควิด-19 ก็มีผลกระทบเชิงลบอย่างมาก ทำให้รายได้โฆษณาที่ลดลง นอกจากนี้ก็ยังเกิดผลกระทบระดับโลกทำให้หนัง และซีรีส์ต่างประเทศหลายเรื่องหลายค่ายต้องหยุดการผลิตชั่วคราว บริษัทจึงได้ปรับแผนการขาย แผนส่งเสริมการขายต่างๆ เพื่อช่วยพันธมิตรการค้าให้หลายรูปแบบ เต็มศักยภาพของสื่อทั้งหมดในเครือ รวมถึงเสริมกลยุทธ์การปรับผังรายการของช่อง MONO29 ด้วยการเพิ่มสัดส่วนคอนเทนต์ไทย และซีรีส์เอเชียรวมถึงการปรับคอนเทนต์ข่าวเพิ่มความเข้มข้นขึ้นทำให้ความนิยมของผู้ชม (เรตติ้ง) เพิ่มขึ้นและมีฐานคนดูกลุ่มอายุ 25 - 35 ปีขึ้นไปเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ช่อง MONO29 ยังคงความเป็นช่องหนึ่งดี ซีรีส์ดังจากรอบโลก (ด้วยอัตราส่วน 60% ของผังรายการรวม) ซึ่งปัจจุบันครองเรตติ้งอันดับ 3 ของทีวีดิจิทัลไทยได้อย่างเหนียวแน่น

1.3 ความเสี่ยงจากผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (Disruptive Technology)

ประเทศไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตมือถือในมาตรฐาน 4G มาแล้วเป็นเวลา 5 ปี ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบผลิตภัณฑ์ทางการสื่อสารอย่างหลากหลาย และกำลังเข้าสู่ยุคเทคโนโลยี 5G ที่จะสามารถใช้ได้ในวงกว้างตั้งแต่ปี 2564 ประกอบกับสถานการณ์โรคระบาด ทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตเปลี่ยนแปลงไป การล็อกดาวน์ทำให้เกิดวิถีชีวิตรูปแบบใหม่ New Normal ที่ต้องทำงานจากที่บ้าน การเว้นระยะห่างทางสังคม การแสวงหาข้อมูล ข่าวสารและความบันเทิงจากสื่อดิจิทัล ทำให้แพลตฟอร์มวิดีโอในรูปแบบ Streaming Video on Demand และ Premium Content เป็นรูปแบบที่ผู้บริโภคหันมาสนใจเพิ่มขึ้น แทนการชมภาพยนตร์จากโรงภาพยนตร์ และทางโทรทัศน์ ทำให้ผู้ชมหันไปชมผ่านออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

แม้ว่าพฤติกรรมและความนิยมของผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วตามกระแสเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง (Disruptive Technology) บริษัทได้ตระหนักถึงเรื่องนี้มาโดยตลอด โดยเฉพาะช่อง MONO29 ได้ให้ความสำคัญกับแพลตฟอร์มทางออนไลน์มาแต่เริ่มแรกที่เปิดช่อง ผู้ชมสามารถชมช่อง MONO29 ได้ทั้งจากเว็บไซต์ อินเทอร์เน็ตทีวีและแอปพลิเคชัน และต่อมาได้ต่อยอดมาเป็นธุรกิจวิดีโอออนไลน์มาตรฐานในบริการ MonoMax ซึ่งในปีที่ผ่านมาบริษัทได้ทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพราะเชื่อว่าการรับชมทีวีจะปรับรูปแบบไปสู่การเป็นอินเทอร์เน็ตทีวีมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทยังได้ขยายธุรกิจโฮมช้อปปิ้ง (29Shopping) เพื่อตอบรับพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าที่ให้ความสนใจเลือกซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม TV Home Shopping หรือช้อปปิ้งออนไลน์มากขึ้น บริษัทได้วางระบบการบริหารจัดการให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวกสบาย ไม่จะเป็นการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ การจัดส่งสินค้าถึงปลายทางพร้อมการรับประกันสินค้า หรือสามารถโทรสอบถามได้ตลอด 24 ชั่วโมง บริษัทฯ ป้องกันความเสี่ยงที่เกิดขึ้นด้วยการเชื่อมโยงช่องทางออฟไลน์มาสู่ออนไลน์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในทุกช่องทาง

1.4 ความเสี่ยงจากการมีคู่แข่งแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ธุรกิจวิดีโอออนไลน์ (Video on Demand : VOD) ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในปีที่ผ่านมา ส่งผลให้มีการแข่งขันรุนแรง รวมถึงมีแบรนด์จากต่างชาติเข้ามาเป็นผู้เล่นหลักในประเทศไทย ทั้งจากฝั่งอเมริกาและจีน รวมทั้งสตูดิโอภาพยนตร์ต่างประเทศ เริ่มผันตัวมาสร้างแพลตฟอร์มของตนเอง และผลิตคอนเทนต์ของตนเองแบบ Exclusive

บริษัทอยู่ในฐานะผู้เล่นในประเทศภายใต้แบรนด์ MonoMax ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ Online Movie Streaming เจ้าแรกๆ ของประเทศไทย ที่ให้บริการชมภาพยนตร์ออนไลน์แบบถูกลิขสิทธิ์ ด้วยกลยุทธ์ในการเป็นแพลตฟอร์มที่เข้าใจความต้องการของลูกค้าชาวไทยอย่างแท้จริง (Understand Local Taste) มีคอนเทนต์จากทั้งในและต่างประเทศมากกว่า 20,000 ชั่วโมง ทั้งภาพยนตร์และซีรีส์ในรูปแบบ 2 ภาษา มีพากย์ไทยครบทุกเรื่อง

บริษัท ใช้กลยุทธ์ลดความเสี่ยงด้วยการ

- มีพันธมิตรด้านคอนเทนต์ที่หลากหลาย
- สร้างคอนเทนต์ หรือ มีพันธมิตรร่วมลงทุน คอนเทนต์ไทย
- เป็นพันธมิตรกับแพลตฟอร์มอื่นๆ ได้ เพื่อการค้าร่วมกัน ได้แก่ HBO GO
- มีพันธมิตรในการเติบโตอย่างรวดเร็ว ได้แก่ 3BB

โดยกลยุทธ์ที่ใช้นั้น ได้เข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับ บริษัท ทริปเปิ้ลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) หรือ “3BB” เสนอบริการวิดีโอสตรีมมิ่งร่วมกับแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตหลัก โดยในเดือนมีนาคม 2563 ได้เปิดตัวแพ็คเกจ “3BB GIGATainment” ภายใต้แนวคิด “หนังฮิต ซีรีส์ดัง ระดับเวิลด์คลาสบน HBO GO MonoMax” และบริษัทยังมีโอกาสได้เข้าช่วยจัดหาคอนเทนต์และการตลาดให้กับ 3BB ในการเปิดตัวกล่อง “3BB GIGATV” ที่เปิดตัวในปลายเดือนพฤศจิกายน 2563 และบริษัทมีแผนที่จะเข้าไปบริหารคอนเทนต์ให้ 3BB กว่า 30 ช่อง โดยเครือโมโนเป็นผู้ผลิตเอง 6 ช่อง ทำให้บริษัทได้เปรียบคู่แข่งมากขึ้นด้วยกลยุทธ์การบริหารคอนเทนต์ (Content Leverage) แบบครบวงจร ทั้งด้านการจัดซื้อการผลิต การตลาด และการบริหารต้นทุน ทำให้คอนเทนต์สามารถใช้ประโยชน์และสร้างรายได้จากหลายช่องทาง ทั้งการฉายในโรงภาพยนตร์ ฉายผ่านช่อง MONO29 ผ่านแอปพลิเคชัน MonoMax หรือขายลิขสิทธิ์ไปยังต่างประเทศ นอกจากนี้ยังสามารถให้บริการบนกล่อง “3BB GIGATV อีกด้วย

1.5 ความเสี่ยงจากการเติบโตของโซเชียลมีเดีย ทำให้สื่อโฆษณาแบบ Display Ads. ลดลง

ธุรกิจสื่อออนไลน์ของบริษัท ที่มีรายได้หลักจากการขายโฆษณาแบบ Display Ads ซึ่งได้รับผลกระทบจากพฤติกรรมของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในด้านต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีในปัจจุบัน ประกอบกับการเติบโตในอัตราสูงของโซเชียลมีเดีย บริษัทฯ จึงได้ปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ มุ่งเน้นการเป็นสื่อออนไลน์ที่แข็งแกร่งผ่านทาง MThai และทีมครีเอทีฟออนไลน์ รุกในทุกแพลตฟอร์มที่มีเดีย และให้บริการวางแผนและสร้างสรรค์ผลงานสื่อสารแบบองค์รวม (Holistic Communications) ให้กับแบรนด์เจ้าของสินค้า ทำงานร่วมกับเอเจนซีโฆษณา และหน่วยงานราชการต่างๆ อาทิ ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงานกสทช.) จัดโครงการ“อัปคลิปปิพิตแสนปี 6”ภายใต้หัวข้อ“CYBERBULLYING?” เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้เยาวชน นักเรียน นักศึกษาและบุคคลทั่วไป ได้แสดงความคิดสร้างสรรค์และความสามารถในการผลิตคลิปหนังสั้นเชิงส่งเสริมสังคม เป็นต้น

1.6 ความเสี่ยงจากปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์

คอนเทนต์ภาพยนตร์เป็นหนึ่งในคอนเทนต์หลักสำหรับการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท โมโน ดังนั้น ความเสี่ยงหลักยังคงเป็นเรื่องของปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ที่ยังคงมีเว็บไซต์ผิดกฎหมายเปิดให้บริการชมภาพยนตร์ ออนไลน์แบบผิดลิขสิทธิ์ บริษัทได้มีการวางแผนแนวทางการป้องกันไว้ 2 แนวทางคือ 1. System Control โดยการนำระบบ DRM (Digital Right Management) ใช้ในการควบคุมเข้าถึง Content คือ เทคโนโลยีที่ใช้สำหรับควบคุมการเข้าถึงและการใช้งานข้อมูล โดยระบบต้องมีการเข้ารหัส ไม่ว่าจะเป็น Content ไฟล์ภาพ ไฟล์เสียง พร้อมกับการกำหนดสิทธิ์การใช้งาน Content ให้เฉพาะผู้ที่มีสิทธิ์ได้ใช้เท่านั้น และป้องกันการคัดลอก Content ซึ่งปัจจุบันได้เริ่มดำเนินการพัฒนาระบบ DRM เพื่อเข้ามาป้องกันการเข้าถึง และคัดลอก Content ที่เราได้สิทธิ์ และทำการเผยแพร่ในบริการเรียบร้อยแล้ว สามารถครอบคลุมระบบปฏิบัติการต่างๆ ได้แก่ Website, iOS และ Android และ 2. แนวทางการดำเนินการกับเว็บไซต์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์ โดยได้จัดตั้งทีมงาน และหน่วยงานกฎหมาย ในการมอนิเตอร์ตรวจสอบเว็บไซต์ หรือผู้ที่นำ Content อันเป็นลิขสิทธิ์ของเรานำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต ซึ่งหากพบว่าการละเมิดสิทธิ์ดังกล่าวของบริษัท โดยนำไปให้บริการในเว็บ หรือเผยแพร่ในอินเทอร์เน็ต จะมีการติดต่อไปเพื่อแจ้งให้ทำการงดเผยแพร่ภาพยนตร์ทันที ทั้งนี้รวมถึงการแจ้งความเพื่อดำเนินคดีกับสำนักงานตำรวจแห่งชาติ พร้อมทั้งทำเรื่องขอให้ศาลมีคำสั่งปิดกั้นเว็บไซต์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ของบริษัท ผ่านกรมทรัพย์สินทางปัญญา และกระทรวงดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคม

1.7 ความเสี่ยงในด้านการจัดการความปลอดภัยในการใช้ข้อมูลและประสิทธิภาพของระบบรักษาข้อมูล

ส่วนบุคคล

เทคโนโลยีที่ปรับตัวอย่างรวดเร็วจะทำให้เกิดเป็นข้อได้เปรียบเชิงธุรกิจ แต่ก็มีข้อเสียที่ต้องระมัดระวังในเรื่องการรั่วไหลของข้อมูล และการเจาะระบบ ทั้งนี้ ผู้ให้บริการด้านการสื่อสารโทรคมนาคมต้องบริหารจัดการข้อมูลต่างๆ ในระบบอย่างเหมาะสมและเป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียจะได้รับการปกป้องสูงสุด รวมถึงการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล ส่งผลเสียต่อความน่าเชื่อถือของระบบความปลอดภัยของฐานข้อมูล รวมทั้งภาพลักษณ์ของบริษัทฯ และการเงิน ดังนั้นการดูแลระบบรักษาความปลอดภัยของฐานข้อมูลอย่างรัดกุมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง

บริษัทฯ มีการจัดการความปลอดภัยของข้อมูลด้วยการแยกข้อมูลทางธุรกิจและไฟล์ภาพยนตร์ต่าง ๆ ไว้ในระบบคอมพิวเตอร์แบบปิดที่อินเทอร์เน็ตภายนอกไม่สามารถเข้าถึงได้ รวมทั้งควบคุมสิทธิการเข้าถึงห้องดังกล่าวตามอำนาจหน้าที่ที่เหมาะสมเท่านั้น นอกจากนี้ บริษัทยังได้จ้างบริษัทที่ปรึกษาด้านการวางระบบป้องกันการเจาะระบบจากภายนอก เพื่อยกระดับมาตรการด้านความปลอดภัยของข้อมูลอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Security Policy) และนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยมีระบบการจัดการความปลอดภัยสำหรับข้อมูลส่วนตัวและสารสนเทศ จัดให้มีขั้นตอนหรือวิธีปฏิบัติเพื่อรองรับให้มีการปฏิบัติตามนโยบายที่กำหนดไว้ มีระบบติดตามการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ให้เป็นไปตามนโยบายอย่างเคร่งครัด และต้องแจ้งหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยเร็ว เมื่อมีกรณีที่ส่งผลกระทบต่อการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีนัยสำคัญ อีกทั้งบริษัทฯ ได้สร้างความตระหนักรู้ให้แก่พนักงานในเรื่องจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจและความรับผิดชอบในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลอยู่เสมอ โดยสื่อสารนโยบายให้แก่บุคคลที่เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึง เพื่อให้สามารถปฏิบัติตามได้ เช่น จัดการฝึกอบรม เป็นต้น

2. ความเสี่ยงด้านการเงิน

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน

คอนเทนต์หลักของธุรกิจในกลุ่มบริษัทโมโนคือภาพยนตร์และซีรีส์จากต่างประเทศ ซึ่งในการทำสัญญาซื้อลิขสิทธิ์คอนเทนต์ต่าง ๆ จากต่างประเทศจะกำหนดเป็นเงินตราสกุลต่างประเทศ ทำให้มีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งเป็นสิ่งที่ยากต่อการคาดเดา เนื่องจากมีปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อค่าเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยน ทั้งปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจภายในประเทศ นโยบายการเงินและการคลัง ภาวะเศรษฐกิจโลก การคาดการณ์และการเก็งกำไร เสถียรภาพการเมืองในประเทศและต่างประเทศ และเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเกิดการเปลี่ยนแปลงก็จะส่งผลให้เกิดกำไรหรือขาดทุนได้ แม้ว่าการควบคุมความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนจะไม่สามารถทำได้ แต่ทางบริษัทได้ดำเนินการบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนนี้ ด้วยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward FX) ให้สอดคล้องกับแผนการจัดซื้อระหว่างประเทศ และการชำระเงินต่าง ๆ ซึ่งเป็นการใช้เครื่องมือป้องกันความเสี่ยงที่เหมาะสม ทำให้สามารถบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น

3. ความเสี่ยงด้านการบริหาร การจัดการ

ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีอำนาจกำหนดนโยบายการบริหาร

นายพิชญ์ โพธารามิก เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท ถือหุ้นร้อยละ 64.28 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด (ข้อมูล ณ วันที่ 7 กรกฎาคม 2563) ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากกว่าร้อยละ 50 เป็นเสียงข้างมาก สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น ควบคุมนโยบายและการบริหารงานในบริษัทได้ ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ บริษัทได้จัดโครงสร้างการบริหารจัดการโดยมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ กำหนดขอบเขตการดำเนินงาน การมอบอำนาจแก่กรรมการและผู้บริหารอย่างชัดเจน มีการแต่งตั้งกรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ 3 ท่านเข้าร่วมในคณะกรรมการบริษัท เพื่อตรวจสอบ ถ่วงดุลการตัดสินใจ และพิจารณาอนุมัติรายการต่าง ๆ ก่อนนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น รวมถึง จัดให้มีหน่วยงานตรวจสอบภายใน โดยว่าจ้างบริษัทผู้ชำนาญการจากภายนอกที่เป็นอิสระ และขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ ดูแลระบบการควบคุมภายใน เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ถือหุ้นถึงความโปร่งใสและถ่วงดุลอำนาจในการบริหารงานของบริษัท

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

รายละเอียดสินทรัพย์ถาวรของบริษัทและบริษัทย่อยที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่สำคัญ สรุปได้ดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
1. ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	251.61	เป็นเจ้าของ	บางส่วนติดภาระค้ำประกันเงินกู้ยืม
2. อาคาร ส่วนปรับปรุงอาคาร และสินทรัพย์เช่า	289.82	เป็นเจ้าของ	ระยะยาวจากธนาคาร วงเงิน 519 ล้านบาท
3. อุปกรณ์ เครื่องตกแต่ง และ เครื่องใช้สำนักงาน	59.02	เป็นเจ้าของ / เช่าซื้อ	บางส่วนติดภาระค้ำประกันสัญญาเช่า ซื้อ/ลีสซิ่งที่ทำไว้กับบริษัทลีสซิ่ง วงเงิน 21.64 ล้านบาท
4. คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	38.02	เป็นเจ้าของ / เช่าซื้อ	บางส่วนติดภาระค้ำประกันสัญญาเช่า ซื้อ/ลีสซิ่งที่ทำไว้กับบริษัทลีสซิ่ง วงเงิน 65.21 ล้านบาท
5. ยานพาหนะ	13.59	เป็นเจ้าของ / เช่าซื้อ	บางส่วนติดภาระค้ำประกันสัญญาเช่า ซื้อ/ลีสซิ่งที่ทำไว้กับสถาบันการเงิน วงเงิน 7.10 ล้านบาท
6. สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	0.34		
รวม	652.40		

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เว็บไซต์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ เพลง และวิดีโอ รายละเอียดมีดังนี้

รายการ	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 (ล้านบาท)	รายละเอียดการตัดจำหน่าย
ลิขสิทธิ์เว็บไซต์	2.91	ตัดจำหน่ายตามอายุการให้ประโยชน์
ลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ เพลง และวิดีโอ	1,431.92	ตัดจำหน่ายตามอายุสัญญา / ตามอายุการให้ประโยชน์
ลิขสิทธิ์อื่น	360.72	ตัดจำหน่ายตามอายุสัญญา / ตามอายุการให้ประโยชน์
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	21.56	ตัดจำหน่ายตามอายุสัญญา / ตามอายุการให้ประโยชน์
เงินจ่ายล่วงหน้าและงานระหว่างผลิต	223.68	
รวม	2,040.79	

4.3 สัญญาที่สำคัญของบริษัท

4.3.1 สัญญาเช่า

บริษัทและบริษัทย่อยทำสัญญาเช่าพื้นที่อาคารเพื่อใช้เป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ โดยทำสัญญาเช่ากับบุคคลที่เกี่ยวข้องกันกับบริษัท โดยมีรายละเอียดของสัญญาเช่า ดังนี้

	คู่สัญญา	สถานที่เช่า	ระยะเวลาการเช่า			พื้นที่ (ตร.ม.)
			จำนวนปีที่เช่า	วันเริ่ม	วันสิ้นสุด	
1.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 5 ห้อง 501	2 ปี 9 เดือน	1-ต.ค.-60	30-มิ.ย.-63	98
2.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 5 ห้อง 502	10 เดือน	1-ก.ย.-62	30-มิ.ย.-63	91
3.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 5 ห้อง 505	2 ปี 9 เดือน	1-ต.ค.-60	30-มิ.ย.-63	100
4.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 5 ห้อง 508	2 ปี 9 เดือน	1-ต.ค.-60	30-มิ.ย.-63	138
5.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 5 ห้อง 509	2 ปี 9 เดือน	1-ต.ค.-60	30-มิ.ย.-63	119
6.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 5 ห้อง 510	2 ปี 11 เดือน 15 วัน	15-มิ.ย.-60	31-พ.ค.-63	94
7.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 5 ห้อง 511	10 เดือน	1-ก.ย.-62	30-มิ.ย.-63	119
8.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 5 ห้อง 512	10 เดือน	1-ก.ย.-62	30-มิ.ย.-63	119
9.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 5 ห้อง 513	2 ปี 9 เดือน	1-ต.ค.-60	30-มิ.ย.-63	103
10.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 5 ห้อง 517	10 เดือน	1-ก.ย.-62	30-มิ.ย.-63	35
11.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 5 ห้อง 519	2 ปี 9 เดือน	1-ต.ค.-60	30-มิ.ย.-63	111
12.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 11	10 เดือน	1-ก.ย.-62	30-มิ.ย.-63	1,417
13.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 12 ห้อง 1202B	2 ปี 10 เดือน	1-ก.ย.-60	30-มิ.ย.-63	260
14.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 14 ห้อง 1404B	3 ปี	1-ก.ค.-60	30-มิ.ย.-63	110
15.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 14 ห้อง 1401C	2 ปี 11 เดือน	1-ส.ค.-60	30-มิ.ย.-63	98
16.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 14 ห้อง 1401 B	2 ปี 8 เดือน	1-พ.ย.-60	30-มิ.ย.-63	169
17.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 16	3 ปี	1-มิ.ย.-60	30-มิ.ย.-63	1,417
18.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 17	3 ปี	1-มี.ค.-60	29-ก.พ.-63	1,417
19.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 31	6 เดือน	1-ม.ค.-63	30-มิ.ย.-63	1,788
20.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น R1 ห้อง UPS	3 ปี 1 เดือน 15 วัน	1-พ.ค.-60	15-มิ.ย.-63	53
21.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น R2 ห้อง R201	6 เดือน 15 วัน	1-ธ.ค.-62	15-มิ.ย.-63	342
22.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น R2 ห้อง R202	8 เดือน 15 วัน	1-ต.ค.-62	15-มิ.ย.-63	60
23.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น P1 ห้อง 1	2 ปี	1-ก.พ.-61	31-ม.ค.-63	21
24.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น P3 ห้อง 2	2 ปี	1-ส.ค.-61	31-ก.ค.-63	21
25.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น P5 ห้อง 9	2 ปี	1-เม.ย.-61	31-มี.ค.-63	12
26.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น P5 ห้อง 7	2 ปี	1-มิ.ย.-61	31-พ.ค.-63	15
27.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น P8 ห้อง 15	1 ปี 11 เดือน	1-ส.ค.-61	30-มิ.ย.-63	11
28.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น P9 ห้อง 18	2 ปี	1-เม.ย.-61	31-มี.ค.-63	21
29.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น P9 ห้อง 19	2 ปี	1-เม.ย.-61	31-มี.ค.-63	11
30.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น P9 ห้อง 20	2 ปี	1-เม.ย.-61	31-มี.ค.-63	11
31.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้นดาดฟ้าติดตั้งจานดาวเทียม	1 ปี 3 เดือน 15 วัน	15-มี.ค.-62	30-มิ.ย.-63	-
32.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	พื้นที่ปิดป้ายหน้าอาคาร	2 ปี 5 เดือน	1-ก.พ.-61	30-มิ.ย.-63	-
33.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้นดาดฟ้า R 2 ติดตั้งคอยล์เย็น	2 ปี 3 เดือน	1-เม.ย.-61	30-มิ.ย.-63	8
34.	บริษัท พรีเมียม แอสเซท จำกัด	ชั้น 4 ห้อง 3	3 ปี	1-ก.ค.-62	30-มิ.ย.-65	11

4.3.2 สัญญาให้บริการกับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

- 1) สัญญากับบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (ต่อมาบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) โอนสิทธิรับเงินให้แก่ บริษัท ไมโมเทค จำกัด)

สัญญา	รายละเอียดบริการ	ระยะเวลาสัญญา
สัญญาให้บริการเสริมประเภท SMS WAP MMS และ VOICE	ให้บริการข้อมูลสารสนเทศแก่ลูกค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS	เริ่ม 1 กรกฎาคม 2553 โดยสัญญามีระยะเวลา 1 ปี ทั้งนี้ หากทั้ง 2 ฝ่ายไม่มีเจตนาจะยกเลิกสัญญา ให้สัญญามีผลใช้ได้อัตโนมัติต่อไปอีกทุกๆ 1 ปี
สัญญาให้บริการ SMS	บริการรับส่งข้อความ (SMS: Short Message Service) ผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS	เริ่ม 1 เมษายน 2557 โดยสัญญามีระยะเวลา 1 ปี ทั้งนี้ หากทั้ง 2 ฝ่ายไม่มีเจตนาจะยกเลิกสัญญา ให้สัญญามีผลใช้ได้อัตโนมัติต่อไปอีกทุกๆ 6 เดือน

- 2) สัญญากับบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

สัญญา	รายละเอียดบริการ	ระยะเวลาสัญญา
สัญญาให้บริการข้อมูล (Content Provider Access Agreement)	ให้บริการข้อมูลสารสนเทศแก่ลูกค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ DTAC	เริ่ม 1 มิถุนายน 2550 โดยสัญญามีระยะเวลา 2 ปี ทั้งนี้ หากทั้ง 2 ฝ่ายไม่มีเจตนาจะยกเลิกสัญญา ให้สัญญามีผลใช้ได้อัตโนมัติต่อไปอีกทุกๆ 1 ปี
สัญญาให้บริการข้อมูลทางเสียงด้วยโทรศัพท์ (AUDIOTEXT)	ให้บริการข้อมูลด้วยเสียงทางโทรศัพท์ผ่านโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของดีแทคโดยใช้เลขหมาย 1900-xxx-xxx	เริ่ม 1 มิถุนายน 2548 โดยสัญญามีระยะเวลา 1 ปี ทั้งนี้ หากทั้ง 2 ฝ่ายไม่มีเจตนาจะยกเลิกสัญญา ให้สัญญามีผลใช้ได้อัตโนมัติต่อไปอีกทุกๆ 1 ปี
สัญญาให้บริการ SMS	บริการรับส่งข้อความ (SMS: Short Message Service) ผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ DTAC	เริ่ม 1 กรกฎาคม 2555 โดยสัญญามีระยะเวลา 1 ปี ทั้งนี้ หากทั้ง 2 ฝ่ายไม่มีเจตนาจะยกเลิกสัญญา ให้สัญญามีผลใช้ได้อัตโนมัติต่อไปอีกทุกๆ 1 ปี

- 3) สัญญากับบริษัท ทรู มูฟ จำกัด

สัญญา	รายละเอียดบริการ	ระยะเวลาสัญญา
สัญญาให้บริการข้อมูลทางเสียงด้วยโทรศัพท์ (AUDIOTEXT)	ให้บริการข้อมูลด้วยเสียงทางโทรศัพท์ผ่านโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของทรูโดยใช้เลขหมาย 1900-xxx-xxx	เริ่ม 15 สิงหาคม 2557 โดยสัญญามีระยะเวลา 1 ปี ทั้งนี้ หากทั้ง 2 ฝ่ายไม่มีเจตนาจะยกเลิกสัญญา ให้สัญญามีผลใช้ได้อัตโนมัติต่อไปอีกทุกๆ 1 ปี
สัญญาให้บริการข้อมูลทางโทรศัพท์เคลื่อนที่	ให้บริการข้อมูลสารสนเทศแก่ลูกค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ True Move	เริ่ม 15 สิงหาคม 2557 โดยสัญญามีระยะเวลา 1 ปี ทั้งนี้ หากทั้ง 2 ฝ่ายไม่มีเจตนาจะยกเลิกสัญญา ให้สัญญามีผลใช้ได้อัตโนมัติต่อไปอีกทุกๆ 1 ปี

4.3.3 สัญญาอื่นๆ

1) สัญญาออกอากาศทีวีดิจิตอล

สัญญา	รายละเอียดบริการ	ระยะเวลาสัญญา
สัญญาให้บริการช่องสัญญาณดาวเทียมกับ บมจ. ไทยคม	เพื่อใช้ออกอากาศรายการทีวีผ่านดาวเทียมภายใต้ช่องสัญญาณ KU-Band, C-Band	เริ่มวันที่ 20 ธันวาคม 2563 และสิ้นสุดวันที่ 10 กันยายน 2564 คู่สัญญาสามารถต่ออายุได้ตามความตกลงร่วมกัน
สัญญาให้บริการรวมสัญญาณ กับ บจก. ทีซี บรอดคาสติ้ง	เพื่อให้บริการรวมสัญญาณและบริการโครงข่ายโทรทัศน์	เริ่มวันที่ 20 ธันวาคม 2563 และสิ้นสุดวันที่ 10 กันยายน 2564 คู่สัญญาสามารถต่ออายุได้ตามความตกลงร่วมกัน
สัญญาเช่าใช้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ประเภทที่ใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลประเภทมาตรฐานความคมชัดปกติ	บริการแปลงรหัสสัญญาณ การบีบอัดรวมสัญญาณ และผสมสัญญาณโทรทัศน์ ตลอดจนแปลงความถี่ และส่งสัญญาณโทรทัศน์ที่บีบอัดแล้วไปยังสถานีเครือข่าย เพื่อให้สัญญาณโทรทัศน์สามารถออกอากาศไปยังพื้นที่ต่างๆ ของประเทศไทย	เริ่มวันที่ 17 มกราคม 2557 และสิ้นสุดวันที่ 31 พฤษภาคม 2571 คู่สัญญาสามารถต่ออายุได้ตามความตกลงร่วมกัน

2) สัญญาออกอากาศทีวีดาวเทียม

สัญญา	รายละเอียดบริการ	ระยะเวลาสัญญา
สัญญาให้บริการช่องสัญญาณดาวเทียมกับ บจก. พีเอสไอ บรอดคาสติ้ง	เพื่อใช้ออกอากาศรายการทีวีผ่านดาวเทียมภายใต้ช่องสัญญาณ C-Band	เริ่มวันที่ 1 มิถุนายน 2562 และสิ้นสุดวันที่ 31 พฤษภาคม 2563 คู่สัญญาสามารถต่ออายุได้ตามความตกลงร่วมกัน

3) ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์

ใบอนุญาต	รายละเอียดบริการ	ระยะเวลาสัญญา
ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการโทรทัศน์	เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ครอบคลุมทั่วประเทศแบบความคมชัดปกติ ช่องรายการ 29 โมโน ทีวี	เริ่มวันที่ 25 เมษายน 2557 และสิ้นสุดวันที่ 24 เมษายน 2572

ใบอนุญาต	รายละเอียดบริการ	ระยะเวลาสัญญา
ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ช่องโมโน พลัสกับคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ	เพื่อให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ช่องรายการโมโน พลัส	เริ่มวันที่ 25 มีนาคม 2559 และสิ้นสุดวันที่ 24 มีนาคม 2564
ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ช่องโมโน 29 มิวสิค สเตชั่นกับคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ	เพื่อให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ช่องรายการโมโน 29 มิวสิค สเตชั่น (Mono29 Music Station)	เริ่มวันที่ 28 ตุลาคม 2563 และสิ้นสุดวันที่ 27 ตุลาคม 2564
ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ช่องรัช สตอรี่ส์ กับคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ	เพื่อให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ช่องรายการรัช สตอรี่ส์ (Rush Stories)	เริ่มวันที่ 28 ตุลาคม 2563 และสิ้นสุดวันที่ 27 ตุลาคม 2564
ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ช่องอลัวร์ ชาแนล กับคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ	เพื่อให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ช่องรายการอลัวร์ ชาแนล (A'lure Channel)	เริ่มวันที่ 28 ตุลาคม 2563 และสิ้นสุดวันที่ 27 ตุลาคม 2564
บันทึกข้อตกลงผลิตรายการเพื่อออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงกองทัพบกคลื่น ความถี่ 91.5 MHz. ระบบ F.M.	เพื่อออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และดำเนินรายการเพื่อโฆษณาเผยแพร่ต่อสาธารณชนเป็นประจำทุกวัน	เริ่มวันที่ 1 มกราคม 2562 และสิ้นสุดวันที่ 31 พฤษภาคม 2563

4) สัญญากรรมธรรม์ประกันภัยทรัพย์สิน

ประเภท กรรมธรรม์	บริษัท ประกัน	ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	ทุน ประกัน (ล้านบาท)	ระยะเวลา ประกันภัย	ผู้เอา ประกันภัย
กรรมธรรม์ ประกัน ความเสี่ยง ภัยทรัพย์สิน	บมจ.ทิพย ประกันภัย	<p>1. เฟอร์นิเจอร์ สิ่งตกแต่งติดตั้งเครื่องครัว ส่วนต่อเติมต่างๆ อุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องใช้ไฟฟ้า ต่างๆ คอมพิวเตอร์แม่ข่าย(SERVER) คอมพิวเตอร์พร้อมอุปกรณ์ รวมถึง ทรัพย์สินอื่นๆทุกชนิดที่เป็นของผู้เอา ประกันภัยที่ใช้สำหรับประกอบกิจการ</p> <p>- พื้นที่เช่าชั้น 5,11,12,14,16,17,31,R2 อาคารจัสมินฯ</p> <p>- บ้านเช่าซอยโลตัส หมู่บ้านสีไทรทอง</p> <p>- SERVER ที่ KSC อาคารเจนิวา ชั้น 8 เมืองทองธานี / JASTEL อาคารจัสมินฯ ชั้น 5,6,8 / ซอง 9 / NTT บางนา / INET ตึกบางกอกไทยทาวเวอร์ ชั้น 10 / สถานีวิทยุกระจายเสียงยานเกราะ</p> <p>2. สต็อกสินค้าและของรางวัล หนังสือ เครื่องใช้สำนักงานบริเวณพื้นที่เช่า</p> <p>- ห้องเก็บของ อาคารจัสมินฯ ชั้น PG, P3, P5, P8, P9</p>	104.10	28 ธ.ค. 2562 - 28 ธ.ค. 2563	บมจ.โมโน เน็กซ์ จำกัด และ/หรือ บริษัท ในเครือ
กรรมธรรม์ ประกัน ความเสี่ยง ภัยทรัพย์สิน	บมจ.ทิพย ประกันภัย	<p>1. สิ่งปลูกสร้างตัวอาคาร Studio (ไม่รวมรากฐาน), ส่วนปรับปรุงอาคาร, สนามกีฬา, อาคารสตูดิโอ และระบบสาธารณูปโภคต่างๆ</p> <p>2. เฟอร์นิเจอร์ ส่วนต่อเติมต่างๆ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ สำนักงาน เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ คอมพิวเตอร์ แม่ข่าย (SERVER) คอมพิวเตอร์ พร้อมอุปกรณ์ รวมถึงทรัพย์สินอื่นๆ ทุกชนิดที่เป็นของผู้เอาประกันภัยที่ใช้ สำหรับประกอบกิจการ</p>	302.73	31 มี.ค. 2563 - 31 มี.ค. 2564	บจก. โมโน โปรดักชั่น

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทมีคดีฟ้องร้องจากบริษัทที่ไม่เกี่ยวข้องกัน ดังนี้

- เดือนมิถุนายน 2558 คดีฐานละเมิดลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬา ในคดีแพ่งและคดีอาญา เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2561 และวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2561 ศาลอุทธรณ์คดีชั้นอุทธรณ์ได้อ่านคำพิพากษาคดีแพ่งและคดีอาญาตามลำดับ โดยได้มีคำพิพากษายกฟ้องโจทก์
เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2561 โจทก์ยื่นฎีกาคัดค้านคำพิพากษาของศาลอุทธรณ์คดีชั้นอุทธรณ์ทั้งคดีแพ่งและคดีอาญาต่อศาลฎีกา ต่อมา เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2562 และวันที่ 16 มิถุนายน 2563 ศาลฎีกาได้มีคำพิพากษาคดีอาญาและคดีแพ่งยกฟ้องโจทก์ ตามลำดับ **คดีจึงเป็นที่สิ้นสุด**

รวมถึง บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีคดีฟ้องร้องจากบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องกัน ดังนี้

- เดือนสิงหาคม 2561 คดีฐานละเมิดลิขสิทธิ์งานวรรณกรรม ในคดีอาญา โดยศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลางประทับรับฟ้องบริษัท และมีคำพิพากษายกฟ้องโจทก์ เมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2563 โจทก์ไม่ได้ยื่นอุทธรณ์ภายในระยะเวลาที่กำหนด **คดีจึงเป็นที่สิ้นสุด**

ฝ่ายบริหารของบริษัทฯ และบริษัทย่อย เชื่อว่าจะไม่ได้รับผลเสียหายที่มีสาระสำคัญเกี่ยวกับคดีฟ้องร้องดังกล่าวข้างต้น จึงไม่ได้บันทึกสำรองสำหรับหนี้สินที่อาจเกิดขึ้นไว้ในบัญชี และมูลค่าหนี้สินที่อาจเกิดขึ้น ไม่ได้มีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทหรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 รวมถึง ไม่มีกรณีพิพาทอื่นใดที่มีนัยสำคัญอันอาจมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทหรือบริษัทย่อย

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ชื่อบริษัท	:	บริษัท โมโน เน็กซ์ จำกัด (มหาชน)*
ชื่อย่อหลักทรัพย์	:	MONO
วันที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	:	6 มิถุนายน 2556
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107555000040
ที่ตั้งสำนักงาน	:	29/9 หมู่ที่ 4 ถนนชัยพฤกษ์ ตำบลบางพลับ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120*
ประเภทธุรกิจ	:	ธุรกิจสื่อและการให้บริการคอนเทนต์ (Media and Content Business)
เว็บไซต์	:	www.mono.co.th
โทรศัพท์	:	(66) 2100 8100
โทรสาร	:	(66) 2100 8101
จำนวนและชนิดของหุ้น	:	ทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 347,105,403.80 บาท
ที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท**	:	หุ้นสามัญจดทะเบียนและชำระแล้ว 3,471,054,038 หุ้น
		มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท

* จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัท เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2563 และจดทะเบียนเปลี่ยนที่ตั้งสำนักงานเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2563

** ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2563

ข้อมูลทั่วไปของนิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

ชื่อบริษัท และที่ตั้งสำนักงานใหญ่	ประเภทธุรกิจ	จำนวนหุ้นที่จำหน่าย ได้แล้วทั้งหมด	สัดส่วนการถือหุ้นสามัญ โดย MONO NEXT และ/หรือบริษัทย่อย
บริษัท โมโน ไฮเบอร์ จำกัด 29/9 หมู่ที่ 4 ถนนชัยพฤกษ์ ตำบลบางพลับ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ (66) 2100 8100 โทรสาร (66) 2100 8101	ธุรกิจให้บริการออกแบบ ธุรกิจออนไลน์ครบวงจร	12,270,000 หุ้น	100%
บริษัท โมโน สตริมมิ่ง จำกัด 29/9 หมู่ที่ 4 ถนนชัยพฤกษ์ ตำบลบางพลับ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ (66) 2100 8100 โทรสาร (66) 2100 8101	ธุรกิจบริการวิดีโอสตรีมมิ่ง	11,160,000 หุ้น	บริษัท โมโน ไฮเบอร์ จำกัด ถือหุ้น 100%
บริษัท โมโน โปรดัคชั่น จำกัด 29/9 หมู่ที่ 4 ถนนชัยพฤกษ์ ตำบลบางพลับ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ (66) 2100 8100 โทรสาร (66) 2100 8101	ธุรกิจสื่อทีวี	23,300,000 หุ้น	100%

ชื่อบริษัท และที่ตั้งสำนักงานใหญ่	ประเภทธุรกิจ	จำนวนหุ้นที่จำหน่าย ได้แล้วทั้งหมด	สัดส่วนการถือหุ้นสามัญ โดย MONO NEXT และ/หรือบริษัทย่อย
บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด 29/9 หมู่ที่ 4 ถนนชัยพฤกษ์ ตำบลบางพลับ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ (66) 2100 8100 โทรสาร (66) 2100 8101	ธุรกิจสื่อทีวี	170,000,000 หุ้น	บริษัท โมโน โปรดักชั่น จำกัด ถือหุ้น 100%
บริษัท โมโน ซ้อปปิง จำกัด 29/9 หมู่ที่ 4 ถนนชัยพฤกษ์ ตำบลบางพลับ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ (66) 2100 8100 โทรสาร (66) 2100 8101	ธุรกิจคอมเมอร์ซ	4,000,000 หุ้น	100%
บริษัท โมโน อินโฟ ซิสเต็มส์ จำกัด 29/9 หมู่ที่ 4 ถนนชัยพฤกษ์ ตำบลบางพลับ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ (66) 2100 8100 โทรสาร (66) 2100 8101	ธุรกิจสนับสนุนด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศ	80,000 หุ้น	100%
บริษัทที่หยุดดำเนินการ			
บริษัท โมโน เรดิโอ จำกัด 29/9 หมู่ที่ 4 ถนนชัยพฤกษ์ ตำบลบางพลับ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ (66) 2100 8100 โทรสาร (66) 2100 8101	หยุดดำเนินธุรกิจ	2,000,000 หุ้น	100%
PT. Mono Technology Indonesia 307 3 rd Floor, Menara Thamrin J1.M.H. Thamrin Kav3, Jakarta, Indonesia โทรศัพท์ (62) 021 2303108-9	อยู่ระหว่างการชำระบัญชี	10,000 หุ้น	บมจ. โมโน เน็กซ์ จำกัด ถือหุ้น 99% และ บริษัท โมโน โซลาร์ จำกัด ถือหุ้น 1%
Mono Technology Hong Kong Limited 401 Jardine House, 1 Connaught Place, Central, Hong Kong	อยู่ระหว่างการชำระบัญชี	25,000,000 หุ้น	100%
บริษัท โมโน มิวสิค จำกัด 29/9 หมู่ที่ 4 ถนนชัยพฤกษ์ ตำบลบางพลับ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ (66) 2100 8100 โทรสาร (66) 2100 8101	อยู่ระหว่างการชำระบัญชี	270,000 หุ้น	100%

ชื่อบริษัท และที่ตั้งสำนักงานใหญ่	ประเภทธุรกิจ	จำนวนหุ้นที่จำหน่าย ได้แล้วทั้งหมด	สัดส่วนการถือหุ้นสามัญ โดย MONO NEXT และ/หรือบริษัทย่อย
บริษัทที่หยุดดำเนินการ (ต่อ)			
บริษัท โมโน ทาเลนท์ สตูดิโอ จำกัด 29/9 หมู่ที่ 4 ถนนชัยพฤกษ์ ตำบลบางพลับ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ (66) 2100 8100 โทรสาร (66) 2100 8101	อยู่ระหว่างการชำระบัญชี	80,000 หุ้น	100%
บริษัท ทีโมเมนต์ จำกัด 29/9 หมู่ที่ 4 ถนนชัยพฤกษ์ ตำบลบางพลับ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ (66) 2100 8100 โทรสาร (66) 2100 8101	อยู่ระหว่างการชำระบัญชี	500,000 หุ้น (เรียกชำระร้อยละ 57.50)	100%
บริษัทที่ชำระบัญชี			
บริษัท โมโน สปอร์ต เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด	ชำระบัญชีแล้วเสร็จเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2563		
บริษัท โมโน เรดิโอ บรอดคาสท์ จำกัด	ชำระบัญชีแล้วเสร็จเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2563		
บริษัท โมโน เพลย์ จำกัด	ชำระบัญชีแล้วเสร็จเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2563		
บริษัท โมโน แอสโทร จำกัด	ชำระบัญชีแล้วเสร็จเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2563		
บริษัท ไทย โปรเฟสชั่นแนล บาสเกตบอล ลีก จำกัด (บริษัทร่วมทุน)	ชำระบัญชีแล้วเสร็จเมื่อวันที่ 24 กันยายน 2563		

ข้อมูลของบุคคลอ้างอิง

- นายทะเบียนหลักทรัพย์ : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง
กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ (66) 0 2009-9000, (66) 0 2009-9999
โทรสาร (66) 0 2009-9991
- ผู้สอบบัญชี : บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด
193/136-137 อาคารเลอริชดา ชั้น 33
ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์ (66) 0 2264-9090
โทรสาร (66) 0 2264-0789-90
- ที่ปรึกษากฎหมาย : บริษัท เสรี มานพ แอนด์ คอลลิย จำกัด
21 ซอยอำนวยการพัฒนา ถนนสุขุมวิทวินิจัย แขวงสามเสนนอก
เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
โทรศัพท์ (66) 0 2693-2036
โทรสาร (66) 0 2693-4189