



เลขที่ MONO 004/2565

วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2565

เรื่อง แจ้งผลการดำเนินงานและการนำเสนอรายงานและงบการเงินประจำปี 2564

เรียน กรรมการและผู้จัดการ  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

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

บริษัท โมโน เน็กซ์ จำกัด (มหาชน) “บริษัทฯ” ขอนำส่งสำเนารายงานและงบการเงินประจำปี 2564 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 ที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีแล้ว และผ่านการสอบทานของที่ประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ครั้งที่ 1/2565 เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2565 และผ่านการอนุมัติของที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2565 เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2565 พร้อมทั้งขอชี้แจงผลการดำเนินงาน ดังนี้

ผลการดำเนินงาน สำหรับงวด 3 เดือน

หน่วย : ล้านบาท

	4Q64	3Q64	4Q63	QoQ		YOY	
				เพิ่ม(ลด)	ร้อยละ	เพิ่ม(ลด)	ร้อยละ
รายได้จากการให้บริการสื่อโฆษณา	460.0	313.6	387.9	146.4	46.7	72.1	18.6
รายได้จากการให้บริการคอนเทนต์ MONOMAX/GIGATV	124.7	120.8	88.7	3.9	3.2	36.0	40.6
รายได้ขายสินค้า (โฮมช้อปปิ้ง)	6.8	11.0	8.8	(4.2)	(38.2)	(2.0)	(22.7)
รายได้ธุรกิจอื่นๆ	12.6	10.3	58.2	2.3	22.3	(45.6)	(78.4)
รวมรายได้	604.1	455.7	543.6	148.4	32.6	60.5	11.1
ต้นทุนขายและบริการ	450.4	424.2	441.5	26.2	6.2	8.9	2.0
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	90.4	115.6	93.5	(25.2)	(21.8)	(3.1)	(3.3)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	74.1	(56.7)	8.8	130.8	230.7	65.3	742.0
EBITDA	409.6	262.0	367.6	147.6	56.3	42.0	11.4

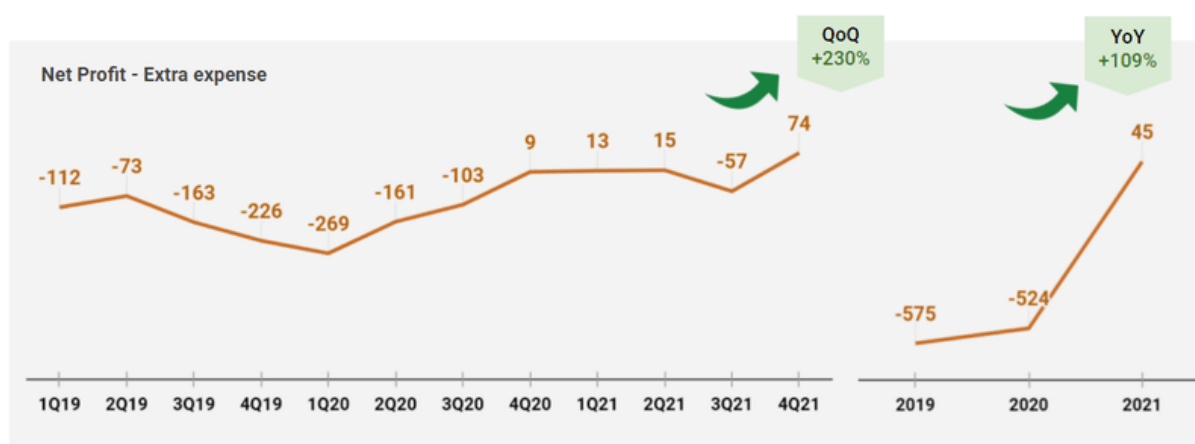
## ผลการดำเนินงาน สำหรับประจำปี

หน่วย : ล้านบาท

	Y64	Y63	YoY	
			เพิ่ม(ลด)	ร้อยละ
รายได้จากการให้บริการสื่อโฆษณา	1,605.0	1,214.7	390.3	32.1
รายได้จากการให้บริการคอนเทนต์ MONOMAX/3BB GIGATV	464.9	227.8	237.1	104.1
รายได้ขายสินค้า (โฮมช้อปปิ้ง)	33.9	41.6	(7.7)	(18.5)
รายได้อื่นๆ	87.5	208.2	(120.7)	(58.0)
<b>รวมรายได้</b>	<b>2,191.3</b>	<b>1,692.3</b>	<b>499.0</b>	<b>29.5</b>
ต้นทุนขายและบริการ	1,726.0	1,729.2	(3.2)	(0.2)
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	394.2	552.5	(158.3)	(28.7)
กำไร(ขาดทุน) สุทธิ	45.2	(661.5)	706.7	106.8
<b>EBITDA</b>	<b>1,465.0</b>	<b>895.8</b>	<b>569.2</b>	<b>63.5</b>

ผลการดำเนินงานประจำปี 2564 กำไรเพิ่มขึ้น 706.7 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 106.8 เมื่อเทียบกับปี 2563

ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 4/2564 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 กำไรสุทธิ 74.1 ล้านบาท กำไรเพิ่มขึ้น 65.3 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และกำไรเพิ่มขึ้น 130.8 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 3/2564



จากกราฟข้างต้นแสดงกำไร(ขาดทุน)สุทธิในแต่ละงวดบัญชีกรณีไม่รวมรายการค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว แสดงให้เห็นภาพ กลุ่มบริษัทมีผลการดำเนินงานกลับมามีกำไรสำหรับปีและสำหรับงวดไตรมาสปัจจุบันเมื่อเทียบกับปีก่อน ผลการดำเนินงานประจำปี 2564 มีผลกำไรเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักเกิดจาก 1) การปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ 2) ผลสำเร็จจากธุรกิจให้บริการคอนเทนต์ MONOMAX และ 3BB GIGATV ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง 3) มาตรการควบคุมและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารค่าใช้จ่าย แม้ว่ายังคงมีปัจจัยลบจากความยืดหยุ่นของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิดระลอกใหม่ที่เชื้อโควิดกลายพันธุ์เดลต้ามีความรุนแรง ส่งผลให้จำนวนผู้ติดเชื้อรายวันเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องนับแต่ช่วงต้นไตรมาสที่ 3/2564 และเชื้อโควิดสายพันธุ์โอไมครอนที่เริ่มส่งผลกระทบรุนแรงอีกครั้งในช่วงปลายไตรมาสที่ 4/2564 ต่อเนื่องถึงปัจจุบัน บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าสถานการณ์ระบาดจะเริ่มคลี่คลายและส่งผลให้เศรษฐกิจกลับมาสู่ภาวะการปกติได้โดยเร็ว การทำการตลาดและกิจกรรมทางการตลาดจะทำให้เกิดการฟื้นตัวของธุรกิจสื่อและโฆษณาในปี 2565 และจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานมีแนวโน้มการเติบโต

วิเคราะห์เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงผลการดำเนินงานสำหรับปี 2564 และสำหรับไตรมาสที่ 4/2564 มีสาเหตุหลักเกิดจาก

#### รายได้รวม

- รายได้รวมปี 2564 เพิ่มขึ้น 499.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 29.5 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยหลักเกิดจาก
  - 1) รายได้โฆษณาที่เพิ่มขึ้น 390.3 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 32.1 เมื่อเทียบกับปีก่อน แม้จะมีสถานการณ์โควิดรอบใหม่หลายระลอกตลอดปี 2564 แต่ภาพรวมประชาชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับโรคมากขึ้น บวกกับมาตรการรับมือของภาครัฐที่ไม่เคร่งครัดเท่าช่วงที่มีการระบาดช่วงต้นในปี 2563 ทำให้ในปี 2564 มีการฟื้นตัวของตลาดทำให้เม็ดเงินโฆษณาเพิ่มขึ้น ประกอบกับบริษัทฯ มีนโยบายส่งเสริมการขายและการปรับผังและเพิ่มรูปแบบรายการที่ได้รับกระแสตอบรับที่ดี
  - 2) รายได้การให้บริการคอนเทนต์ MONOMAX และ 3BB GIGATV เพิ่มขึ้น 237.1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 104.1 เมื่อเทียบกับปีก่อน ธุรกิจยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับการเติบโตของสื่อดิจิทัล
- รายได้รวมไตรมาสที่ 4/2564 เพิ่มขึ้น 60.5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 11.1 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 148.4 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 32.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน สาเหตุหลักเกิดจากการเติบโตของรายได้โฆษณาและรายได้การให้บริการคอนเทนต์

## ต้นทุนและค่าใช้จ่าย

- ต้นทุนขายและบริการปี 2564 ลดลง 3.2 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.2 เมื่อเทียบกับปีก่อน
- ค่าใช้จ่ายขายและบริหารปี 2564 ลดลง 158.3 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 28.7 เมื่อเทียบกับปีก่อน
- ต้นทุนขายและบริการไตรมาสที่ 4/2564 เพิ่มขึ้น 8.9 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.0 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 26.2 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 6.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน
- ค่าใช้จ่ายขายและบริหารไตรมาสที่ 4/2564 ลดลง 3.1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.3 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และลดลง 25.2 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 21.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน
- ต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายขายและบริหารลดลง โดยส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการปรับโครงสร้างภายในกลุ่มบริษัทโดยมุ่งเน้นธุรกิจหลัก ประกอบกับบริษัทมีการบริหารจัดการควบคุมต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ต้นทุนขายและบริการไตรมาสที่ 4/2564 ที่เพิ่มขึ้นโดยหลักเป็นการเพิ่มขึ้นสัมพันธ์กับรายได้ที่เพิ่มขึ้น

## แผนธุรกิจปี 2565

ในปี 2565 แม้จะมีความไม่แน่นอนเกี่ยวกับการระบาดของโควิด-19 สายพันธุ์โอไมครอนในช่วงต้นปี แต่จากการเปรียบเทียบรูปแบบการระบาดในต่างประเทศ เชื่อว่าสถานการณ์จะเริ่มคลี่คลายในเวลาไม่นาน และบริษัทฯ เชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจไทยจะเริ่มฟื้นตัว ส่งผลให้มีเม็ดเงินโฆษณาเพิ่มขึ้นจากการทำการตลาดและกิจกรรมทางการตลาดเกิดการฟื้นตัวของธุรกิจสื่อและโฆษณา อย่างไรก็ตาม ยังมีความไม่แน่นอนของความเชื่อมั่นและกำลังซื้อของผู้บริโภค ภาวะการแข่งขันในตลาดยังคงอยู่ในระดับสูง ทำให้บริษัทฯ ยังคงต้องใช้กลยุทธ์ด้านราคาและนโยบายส่งเสริมการขายเพื่อรักษาระดับการเติบโตและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และนอกเหนือจากเป้าหมายที่มุ่งเน้นสร้างการเติบโตรายได้ธุรกิจหลักแล้ว บริษัทฯ ได้เตรียมแผนธุรกิจที่รองรับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ชีวิตของคนยุค new normal และรูปแบบเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต

### 1) พัฒนาธุรกิจเข้าสู่เทคโนโลยี Web3.0

เชื่อมต่อกับธุรกิจปัจจุบันกับรูปแบบเทคโนโลยี web3.0 ต่อยอดให้เกิดการสร้าง Loyalty กับกลุ่มลูกค้าและพัฒนาสินทรัพย์ดิจิทัลในรูปแบบ Non-Fungible Token รองรับกับนโยบายหลักที่จะส่งเสริมการผลิต content ของตัวเองมากขึ้น

### 2) Virtual Experience รูปแบบต่าง ๆ

สร้างประสบการณ์ความบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ ทั้ง virtual concert, virtual fan meeting, virtual production และ virtual theatre ที่ทำให้ผู้ใช้งานสามารถมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับผู้อื่นได้ระหว่างรับชมความบันเทิงรูปแบบต่าง ๆ ผ่านโลกเสมือนจริง (Metaverse)

3) ธุรกิจทีวีดิจิทัล MONO29

มุ่งเน้นการรักษาฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด โดยปรับรูปแบบรายการและผังรายการให้เหมาะสม ได้แก่ รายการข่าวปรับให้มีความทันสมัยทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเชิงวิเคราะห์ และเพิ่มความหลากหลายของคอนเทนต์ด้วยรายการวาไรตี้หลายรูปแบบ

4) การบริหารจัดการคอนเทนต์

มุ่งเน้นการผลิตคอนเทนต์คุณภาพเอง โดยปรับสัดส่วนต้นทุนการซื้อและผลิตคอนเทนต์ สร้างความร่วมมือกับพันธมิตรที่หลากหลาย เพื่อสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจบนแพลตฟอร์มของบริษัทฯ และเพิ่มช่องทางรายได้การจำหน่ายสิทธิ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

---

(นายปฐมพงศ์ สิริชัยรัตน์)  
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร