

เลขที่ MONO 019/66

วันที่ 8 พฤศจิกายน 2566

- เรื่อง แจ้งผลการดำเนินงานและการนำส่งรายงานและงบการเงินประจำไตรมาสที่ 3 ปี 2566
- เรียน กรรมการและผู้จัดการ  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1) สำเนารายงานและงบการเงินรวม จำนวน 1 ชุด  
2) สรุปผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนและรวมของบริษัทย่อยประจำไตรมาสที่ 3 ปี 2566 (F45)

บริษัท โมโน เน็กซ์ จำกัด (มหาชน) “บริษัทฯ” ขอส่งสำเนารายงานและงบการเงินประจำไตรมาสที่ 3 ปี 2566 สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2566 ที่ผ่านการสอบทานจากผู้สอบบัญชีแล้ว และผ่านการสอบทานของที่ประชุมคณะกรรมการตรวจสอบและบริษัทภิบาล ครั้งที่ 5/2566 เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2566 และผ่านการอนุมัติของที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2566 เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2566 พร้อมทั้งขอชี้แจงผลการดำเนินงาน ดังนี้

#### ผลการดำเนินงาน สำหรับงวด 9 เดือน

หน่วย : ล้านบาท

	9M66	9M65	YoY	
			เพิ่ม(ลด)	ร้อยละ
รายได้จากการให้บริการสื่อโฆษณา	832.4	1,098.6	(266.2)	(24.2)
รายได้จากการให้บริการคอนเทนต์ MONOMAX/GIGATV	522.3	415.5	106.8	25.7
รายได้ขายสินค้า (โฮมช้อปปิ้ง)	19.9	15.4	4.5	29.2
รายได้อื่นๆ	11.9	17.4	(5.5)	(31.6)
รวมรายได้	1,386.5	1,546.9	(160.4)	(10.4)
ต้นทุนขายและบริการ	936.2	1,097.7	(161.5)	(14.7)
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	346.2	305.9	40.3	13.2
EBITDA	785.0	1,004.5	(219.5)	(21.9)
EBT	12.6	72.5	(59.9)	(82.6)
กำไรสุทธิ	8.7	60.3	(51.6)	(85.6)

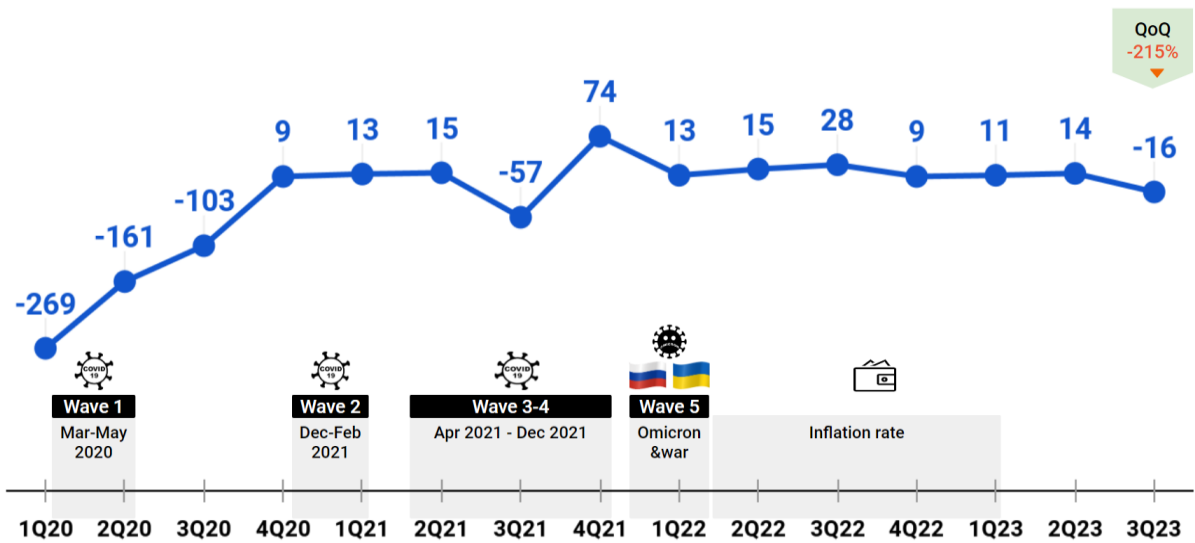
ผลการดำเนินงานสำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2566 กำไรสุทธิ 8.7 ล้านบาท กำไรลดลง 51.6 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 85.6 เมื่อเทียบกับปีก่อน

ผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส

หน่วย : ล้านบาท

	3Q66	2Q66	3Q65	QoQ		YoY	
				เพิ่ม (ลด)	ร้อยละ	เพิ่ม (ลด)	ร้อยละ
รายได้จากการให้บริการสื่อโฆษณา	279.5	293.3	361.0	(13.8)	(4.7)	(81.5)	(22.6)
รายได้จากการให้บริการคอนเทนต์ MONOMAX/GIGATV	178.0	174.3	149.0	3.7	2.1	29.0	19.5
รายได้ขายสินค้า (โฮมช้อปปิ้ง)	9.9	5.7	4.6	4.2	73.7	5.3	115.2
รายได้ธุรกิจอื่นๆ	2.8	4.4	5.8	(1.6)	(36.4)	(3.0)	(51.7)
<b>รวมรายได้</b>	<b>470.2</b>	<b>477.7</b>	<b>520.4</b>	<b>(7.5)</b>	<b>(1.6)</b>	<b>(50.2)</b>	<b>(9.6)</b>
ต้นทุนขายและบริการ	310.4	316.8	344.1	(6.4)	(2.0)	(33.7)	(9.8)
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	145.2	106.0	110.9	39.2	37.0	34.3	30.9
<b>EBITDA</b>	<b>238.4</b>	<b>286.0</b>	<b>328.2</b>	<b>(47.6)</b>	<b>(16.6)</b>	<b>(89.8)</b>	<b>(27.4)</b>
<b>EBT</b>	<b>(18.3)</b>	<b>21.3</b>	<b>42.3</b>	<b>(39.6)</b>	<b>(185.9)</b>	<b>(60.6)</b>	<b>(143.3)</b>
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>(16.2)</b>	<b>14.1</b>	<b>27.8</b>	<b>(30.3)</b>	<b>(214.9)</b>	<b>(44.0)</b>	<b>(158.3)</b>

ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 3/2566 สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2566 ขาดทุนสุทธิ 16.2 ล้านบาท กำไรลดลง 44.0 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และกำไรลดลง 30.3 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 2/2566



จากกราฟข้างต้นแสดงกำไร(ขาดทุน)สุทธิในแต่ละงวดบัญชีแสดงให้เห็นภาพกลุ่มบริษัทมีผลกำไรจากการดำเนินงานในหลายไตรมาสที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามในไตรมาสที่ 3/2566 มีผลขาดทุนจากการดำเนินงานเนื่องจากรายได้สื่อโฆษณาปรับลดลงจากปัจจัยความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจรวมถึงภาวะดอกเบี้ยสูงและกำลังซื้อชะลอตัวลง ภาพรวมเม็ดเงินโฆษณาของปีนี้ปรับลดลงจากปีก่อน อย่างไรก็ตามกลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากธุรกิจให้บริการคอนเทนต์ MONOMAX เข้ามาสนับสนุนซึ่งมีแนวโน้มการเติบโตที่ดีในอนาคต ซึ่งในไตรมาสนี้ บริษัทได้ทำกลยุทธ์ทางการตลาดในเชิงรุกโดยเพิ่มงบประมาณและงบการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ให้แข็งแกร่งและเพื่อโปรโมทซีรีส์และภาพยนตร์ ของ MONO ORIGINAL ที่ได้เริ่มออนแอร์บนแพลตฟอร์ม MONOMAX อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทมุ่งเน้นการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายเพื่อให้เกิดประสิทธิผล โดยงบการตลาดที่เพิ่มขึ้นต้องเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ และก่อให้เกิดการเติบโตของรายได้ในอนาคตอย่างยั่งยืน

วิเคราะห์เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาสที่ 3/2566 มีสาเหตุหลักเกิดจาก

**รายได้รวม**

- รายได้รวมไตรมาสที่ 3/2566 ลดลง 50.2 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 9.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และลดลง 7.5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน โดยหลักเกิดจาก
  - 1) รายได้โฆษณาที่ลดลง 81.5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 22.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และลดลง 13.8 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.7 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับเม็ดเงินโฆษณาสื่อทีวีที่ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน โดยสื่อโฆษณาโทรทัศน์ยังคงฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป

- 2) รายได้การให้บริการคอนเทนต์ MONOMAX และ 3BB GIGATV เพิ่มขึ้น 29.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 19.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 3.7 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.1 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน ธุรกิจยังคงมีการเติบโตสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าและบริการดิจิทัล โดยที่จำนวนผู้ใช้งานรวมของ MONOMAX ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 คือ 0.86 ล้านคน

### ต้นทุนและค่าใช้จ่าย

- ต้นทุนขายและบริการไตรมาสที่ 3/2566 ลดลง 33.7 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 9.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และลดลง 6.4 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.0 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน สาเหตุหลักเกิดจากต้นทุนตัดจำหน่ายซึ่งเป็นผลจากนโยบายการบริหารลิขสิทธิ์
- ค่าใช้จ่ายขายและบริหารไตรมาสที่ 3/2566 เพิ่มขึ้น 34.3 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 30.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 39.2 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 37.0 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน สาเหตุหลักของการเปลี่ยนแปลงเกิดจาก 1) การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายจากแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในเชิงรุกที่มุ่งเน้นสร้างการรับรู้แบรนด์ให้แข็งแกร่งและประชาสัมพันธ์ผลงานของ MONO ORIGINAL ที่เริ่มออนแอร์บนแพลตฟอร์ม 2) ค่าใช้จ่ายพนักงานที่เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตในหน่วยธุรกิจผลิตภาพยนตร์และทดแทนการจ้างงานภายนอกเพื่อสร้างบุคลากรภายในให้เกิดทักษะและความเชี่ยวชาญ

### แผนธุรกิจปี 2566

สำหรับช่วงไตรมาสที่ 4 สภาวะเศรษฐกิจยังคงมีความเสี่ยงทั้งปัจจัยนอกประเทศและในประเทศ จากภาวะเศรษฐกิจโลกถดถอย งบประมาณอุตสาหกรรมโทรทัศน์โดยรวมคงที่ ส่วนการเติบโตของโฆษณาออนไลน์ และวิดีโอสตรีมมิ่งยังมีโอกาสเติบโตต่อเนื่อง แผนธุรกิจในช่วงครึ่งหลังของปียังเป็นการรักษาฐานลูกค้าธุรกิจทีวีดิจิทัล และเน้นสร้างการเติบโตของทุกกลุ่มธุรกิจวิดีโอสตรีมมิ่ง และ พัฒนาประสิทธิภาพธุรกิจในหลายส่วน ดังนี้

#### 1) ธุรกิจทีวีดิจิทัล MONO29

บริษัทเห็นว่าอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลโดยรวมยังอยู่ในสภาพทรงตัวจากภาวะเศรษฐกิจและการเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ยโดยสินค้าหลายประเภทควบคุมงบประมาณประชาสัมพันธ์อย่างระมัดระวัง บริษัทจึงมีแผนงานธุรกิจ ดังนี้

- บริษัทใช้กลยุทธ์จุดยืนทางการตลาดเดิม คือ ภาพยนตร์แนวแอคชั่นแฟนตาซี โดยได้เพิ่มความหลากหลายของภาพยนตร์นอกเหนือจากฮอลลีวูด อาทิ บอลลีวูด-อินเดีย รัสเซีย จีน เกาหลี โดยได้ผลตอบรับที่ดีเรื่อยมา
- ปรับรูปแบบรายการข่าวเพื่อนำเสนอข่าวให้กระชับ น่าสนใจ ครอบคลุมด้านทุกมิติตลอดวัน โดยมุ่งเน้นข่าวในเชิงสร้างสรรค์ ทันทุกกระแสสังคม ภายใต้สโลแกน “สังคมอยากรู้ ดูข่าวโมโน”
- เพิ่มเนื้อหารายการบันเทิงเพื่อเสริมอรรถรสการชมในช่อง นำเสนอข่าวสารวงการบันเทิงและดารานานาชาติ ครอบคลุม ทั้งฮอลลีวูด จีน (C-Drama) และ เกาหลี (K-Series)

- สร้างความสัมพันธ์และวัดผลปฏิสัมพันธ์ข้ามแพลตฟอร์มกับผู้ชม โดยจัดกิจกรรมผ่านหน้าจอโทรทัศน์เพื่อให้ผู้ชมมีส่วนร่วมกับช่อง อาทิ กิจกรรมแฟนหน้าจอรอลุ้น กิจกรรมทริปท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยได้เริ่มจัดกิจกรรมตั้งแต่ปลายไตรมาสที่ 3

## 2) ธุรกิจวิดีโอสตรีมมิ่ง(แบบบอกรับสมาชิก) MONOMAX

บริษัทเล็งเห็นว่า ธุรกิจในส่วนนี้ มีโอกาสเติบโตได้อีกมาก ผู้บริโภคใส่ใจกับการซื้อบริการคอนเทนต์ ถูกลิขสิทธิ์มากขึ้น และผู้บริโภคหนึ่งคนสมัครบริการประเภทนี้เฉลี่ย 4 ถึง 5 บริการ ถึงแม้จะมีภาวะสงครามราคาก็ตาม กลยุทธ์ของ MONOMAX จึงมีดังนี้

- รักษาฐานลูกค้าเดิมด้วย ซีรีส์เงินเกรตพีรีเมียม ซึ่งสร้างรายได้ให้กับ MONOMAX อย่างต่อเนื่อง เรื่องเด่นในไตรมาสที่สาม คือ “อันเล่อ โฉมงามพลิกชะตา” ซึ่งสร้างยอดขายสูงสุดสถิติใหม่ล่าสุด
- เพิ่มฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ ด้วยแนวคอนเทนต์ใหม่รสชาติไทย ภายใต้ชื่อ MONO ORIGINAL ผลงานการควบคุมการผลิตของคุณแดง เนตรพนิต โพธารากุล (ธัญญา วชิรบรรจง) โดยในไตรมาสที่สาม มีผลงานต่อไปนี้
  - ซีรีส์ตีแผ่สังคมความรักและวัตถุนิยม “ฟางเล่นไฟ”
  - ภาพยนตร์เช็กช็อคเมตี้ “ยัยตุ๊กตาซอมบี้ ภาค 2”
  - ซีรีส์เชือดเฉือนชีวิตครอบครัว “เปลือกรัก ปมลง”
  - ภาพยนตร์รักต่างวัย “See U Again.”
  - ซีรีส์แอคชั่น “สัตย์เสีย” และ “เด็ดดวงโจร”

คาดว่า ผลงานเหล่านี้จะสร้างการเติบโตให้กับ MONOMAX ร้อยละ 15 ถึงร้อยละ 25 (อ้างอิงจากผลงาน “ยัยตุ๊กตาซอมบี้ ภาค 1” และ “ขุนแหง” ที่เคยสร้างสถิติก่อนหน้านี้แล้ว)

โดยซีรีส์ “ฟางเล่นไฟ” ที่ได้เริ่มให้รับชมเมื่อเดือนสิงหาคม ได้รับกระแสตอบรับที่ดี สร้างการเติบโตให้กับ MONOMAX ร้อยละ 23 มีกระแสตอบรับที่ดีโดยเฉพาะฐานลูกค้าที่นำเรื่องราวไปพูดถึงทาง TIKTOK

- การจับมือกับพันธมิตรเพิ่มศักยภาพการขาย (Point of Sale) ได้แก่ กลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม ทั้ง AIS True และ NT (\*เฉพาะบริการร่วมกับ AIS: แพคเกจสำหรับกลุ่มลูกค้าโทรศัพท์มือถือ และกลุ่มลูกค้าอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ สร้างการเติบโตให้ MONOMAX ร้อยละ 4.3 ในไตรมาสที่สาม และคาดว่าจะเติบโตอีกต่อเนื่อง เป็นร้อยละ 5 ถึง ร้อยละ 10 ในไตรมาสที่สี่) และมีการจับมือกับพันธมิตรอีคอมเมิร์ซ ซึ่งส่งผลดีกับลูกค้ารายใหม่ หรือ ลูกค้าที่มีกำลังซื้อน้อย เพื่อให้ทดลองใช้งานในระยะเวลานั้นๆ ก่อนจะคุ้นเคยและสมัครระยะยาว

### 3) การพัฒนาระบบอัจฉริยะ (AI)

บริษัทกำลังนำ AI (Artificial Intelligence) มาประยุกต์ใช้สำหรับคอนเทนต์ของ MONO29, MTHAI และ MONOMAX โดยเริ่มให้บริการ ข่าว การพยากรณ์ และตัวอย่างหนัง ด้วยซับไตเติ้ล และการพากย์ภาษาต่างประเทศครอบคลุม ภาษาในประเทศเพื่อนบ้าน จีน ญี่ปุ่น อังกฤษ สำหรับ ผู้ชมต่างประเทศ และ เอื้อประโยชน์ต่อการจับมือพันธมิตรต่างประเทศ

รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูล และสร้างสรรค์ภาพกราฟิกก็ได้ นำ AI มาใช้เพื่อความสะดวกและสร้างแนวคิดที่หลากหลาย การนำ AI มาใช้ดังกล่าว จะเป็นการประหยัดต้นทุน ประหยัดเวลา มากกว่า 30%

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายปฐมพงศ์ สิริชัยรัตน์)  
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร