

13 สิงหาคม 2564

ที่ ตพ. 9/2564

เรื่อง นำส่งงบการเงินไตรมาสที่ 2 ปี 2564 ที่ผ่านการสอบทานจากผู้สอบบัญชี
และคำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท ฟาร์อีสท์ เฟมไลน์ ดีดีบี จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ขอนำส่งงบการเงินของบริษัทและงบการเงินรวม
ไตรมาสที่ 2 ปี 2564 ซึ่งผู้สอบบัญชีได้สอบทานแล้วมาพร้อมกับหนังสือฉบับนี้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

จากงบการเงินรวมในไตรมาสที่ 2 ประจำปี 2564 สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564 บริษัทมี
ผลขาดทุนจากการดำเนินงานของส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่ จำนวน 0.83 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปี
2563 บริษัทมีผลการดำเนินงานลดลงจำนวน 7.09 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 101.18 โดยมีสาเหตุหลักดังต่อไปนี้

1. รายได้จากการให้บริการและค่านายหน้าของงบการเงินรวมในไตรมาสที่ 2/2564 มีจำนวน 80.05 ล้านบาท เมื่อ
เทียบกับไตรมาสเดียวกันปี 2563 ลดลงจำนวน 41.20 ล้านบาทหรือร้อยละ 33.98 สาเหตุมาจากรายได้ที่ลดลง
จากผลกระทบของโรค Covid19 ทำให้ลูกค้ามีการปรับลดงบประมาณ และรายได้ที่ลดลงจากรายได้การผลิต
ชิ้นงานโฆษณา (Productions) ที่ลดลงประมาณร้อยละ 80 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน
2. ต้นทุนการให้บริการและค่านายหน้าในงบการเงินรวมไตรมาสที่ 2/2564 มีจำนวน 56.14 ล้านบาท ลดลงจาก
ไตรมาสเดียวกันกับปีก่อนจำนวน 33.73 ล้านบาทหรือร้อยละ 37.53 การลดลงของต้นทุนเป็นการลดลงตาม
สัดส่วนของรายได้การผลิตชิ้นงานที่ลดลง
3. ค่าใช้จ่ายในการบริการและบริหารของงบการเงินรวมไตรมาสที่ 2/2564 มีจำนวน 31.18 ล้านบาท เพิ่มขึ้น
จำนวน 6.03 ล้านบาท หรือร้อยละ 23.98 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นสาเหตุมา
จากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ซึ่งบริษัทมีการจ่ายเงินชดเชยให้แก่พนักงาน
4. ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมในงบการเงินรวม มีจำนวน 0.72 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 0.03 ล้าน
บาทหรือร้อยละ 4.08 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เนื่องมาจากผลการดำเนินงานของบริษัทร่วมที่
เพิ่มขึ้น
5. เงินปันผลรับและรายได้อื่น มีจำนวน 5.99 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน จำนวน 1.96 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อย
ละ 48.59 โดยเงินปันผลรับเพิ่มขึ้นจำนวน 0.97 ล้านบาทหรือร้อยละ 32.60

จากผลการดำเนินงานของบริษัทที่ลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อน อันเนื่องมาจากสถานการณ์ของโรค Covid-19 ที่ระบาดตั้งแต่ปี 2563 จนถึงไตรมาสที่ 2 ของปี 2564 นี้ ดังนั้น จึงทำให้มีผลกระทบต่อธุรกิจโดยส่วนใหญ่รวมทั้งลูกค้าของบริษัทด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีการกำหนดนโยบายในการปฏิบัติงานของพนักงานในสถานการณ์ Covid-19 เพื่อความปลอดภัยของพนักงาน และปรับเปลี่ยนนโยบายต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อประมาผลการดำเนินงานของบริษัท บริษัทยังคงมุ่งมั่นตั้งเป้าหมายเน้นความสำเร็จทางธุรกิจของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยได้กำหนดกลยุทธ์ ดังนี้

1. มองหาโอกาสทางการตลาดให้กับลูกค้า เช่น นำเสนอบริการด้าน E-Commerce , บริการด้านการจัด Live ขายของ เพื่อเพิ่มช่องทางการขายและยอดขายให้กับลูกค้า
2. Approach ลูกค้าใหม่ๆ ด้วยการมองหาโอกาสให้กับธุรกิจและสินค้า พร้อมนำเสนอ Solutions และไอเดียในการสร้างแคมเปญ เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนและพร้อมลงมือทำได้เลย
3. นำเสนอ Business Model ใหม่ๆ ให้ลูกค้าเพื่อเป็นทางเลือก ยกตัวอย่างเช่น Revenue Sharing Model เพื่อสร้างโอกาสให้กับสินค้าใหม่ ด้วยการเข้าไปช่วยวางแผนกลยุทธ์และการสื่อสารตั้งแต่ในขั้น POC พร้อมพัฒนาช่องทางการขายในรูปแบบ Social Commerce จนกระทั่งสินค้า Launch เข้าสู่ตลาด Mass ซึ่งเป็นการทำธุรกิจร่วมกับลูกค้าแบบยั่งยืน
4. พัฒนา Platform ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านงานโฆษณาเพื่อสร้าง Recurring Revenues

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

มาลี ลีลาศิริวงศ์
(นางมาลี ลีลาศิริวงศ์)
กรรมการ