

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

o วิสัยทัศน์: เป็นบริษัทชั้นนำด้านการผลิต และนำเสนอข่าวสาร สารและความบันเทิงที่ให้คุณค่าสูงสุด

o วัตถุประสงค์:

เป็นผู้นำในธุรกิจที่ดำเนินการ อย่างต่อเนื่อง เข้าถึงผู้ชมได้กว้างและลึกให้มีความสัมพันธ์เหนียวแน่นมั่นคง ใช้ทรัพยากรที่มีอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความพึงพอใจในงาน ให้บริการลูกค้าได้ดี สร้างผลตอบแทนที่ดีให้แก่ผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่าย

o เป้าหมาย

- เป็นผู้นำในธุรกิจผลิตจัดหานำเสนอข่าวสารสารบันเทิง ที่เป็นที่ยอมรับของสังคม มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด
- ขยายงานสร้างโอกาสให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ตลอดไป
- ขยายงานทั้งในด้านกว้างและเชิงลึก เพื่อให้บริการผู้ชมและลูกค้าให้ได้ทั้งกว้างและลึกมากขึ้น สร้างความสัมพันธ์ที่รอบด้าน เหนียวแน่น มั่นคง
- สร้างโอกาสให้ได้ใช้ทรัพยากรที่มีอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
- สร้างความพึงพอใจในงานของบุคลากรของเราให้สูงขึ้น ให้สามารถดึงดูด ชักชวน พัฒนา รักษา คนมีฝีมือให้มาร่วมงานกับเราได้มากขึ้น และอยู่ร่วมงานกับเรานานขึ้น
- สร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราที่สูงได้อย่างต่อเนื่อง ตลอดไป

o กลยุทธ์ในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

- มีบุคลิกชัดเจน มุ่งให้บริการกลุ่มคนดูที่ชัดเจนในแต่ละช่วงเวลา
- หาช่องทางใหม่ให้เข้าถึงผู้ชมให้ได้กว้างและลึกมากขึ้น รวมถึงการสร้างช่องรายการใหม่
- ใช้ทรัพยากรที่มีในการขยายงาน รวมทั้งในการสร้าง-ประชาสัมพันธ์ช่องรายการใหม่ เร่งสร้างผู้ชม ลดระยะเวลาลงทุนสร้างผู้ชมให้สั้นที่สุด ช่วยให้การใช้จ่ายการและบุคลากรที่มีอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
- พยายามใช้ทรัพยากร บุคลากร ลูกค้า ความสัมพันธ์เดิม ในการดำเนินการ ในการขยายงาน ในการสร้างช่องรายการใหม่ แม้ช่องรายการใหม่จะมีบุคลิกที่แตกต่างออกไปจากเดิม ซึ่งจะเป็นการสร้าง ความคุ้นเคยกับผู้ชมได้ง่ายและเร็วขึ้น ช่วยให้การบริหารทรัพยากร บุคลากร ลูกค้า ของ“ปิอีซี” โดยรวมดีขึ้นด้วย
- ใช้การขยายงาน/สร้างช่องรายการใหม่เป็นโอกาส ในการสรรหาคนใหม่ๆ/ทีมงานใหม่ๆ ที่มีฝีมือให้ เข้ามาร่วมงาน เพิ่มมุมมองใหม่ๆ ให้กว้างหลากหลายขึ้น ช่วยให้องค์กรโดยรวมเข้มแข็ง แข็งแกร่งขึ้น

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มปิอีซี เวิลด์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 กลุ่มปิอีซี เวิลด์ ประกอบด้วย บริษัท ปิอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ โดยมีบริษัทย่อยจำนวน 23 บริษัท และบริษัทร่วม จำนวน 2 บริษัท สามารถแยกออกเป็นกลุ่มตามลักษณะของธุรกิจที่ดำเนินกิจการได้ดังนี้

1. กลุ่มธุรกิจดำเนินการออกอากาศและสื่อโฆษณา ประกอบด้วย

1.1 ธุรกิจโทรทัศน์ แยกเป็น:

1.1.1 ให้บริการโทรทัศน์ระบบอนาล็อกภาคพื้นดิน (Analogue Terrestrial TV) ดำเนินการโดย บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด “บางกอกฯ” – บริษัทย่อยของบริษัทฯ; ภายใต้ สัญญาร่วมดำเนินการฯ กับ อ.ส.ม.ท. ดำเนินธุรกิจบริหารการออกอากาศ โทรทัศน์สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

1.1.2 ให้บริการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน(Digital Terrestrial TV “DTTV”) ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ดำเนินการ โดย บริษัท ปิอีซี – มัลติมีเดีย จำกัด “BECM” – บริษัทย่อยของบริษัทฯ; โดย BECM ชนะการประมูลเพื่อขอรับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ เพื่อประกอบกิจการให้บริการช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ จากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ(“สำนักงาน กสทช.”) รวม 3 ใบอนุญาตฯ ได้แก่ 1.) หมวดยุทธศาสตร์ไปแบบความคมชัดสูง “ช่อง 3HD ช่อง 33” 2.) หมวดยุทธศาสตร์ไปแบบความคมชัดปกติ “ช่อง 3SD ช่อง 28” และ 3.) หมวดยุทธศาสตร์เด็ก เยาวชน และครอบครัว “ช่อง 3FAMILY ช่อง 13”; โดยใบอนุญาตทั้ง 3 ใบ มีกำหนดระยะเวลา 15 ปี ตั้งแต่วันที่ 25 เมษายน 2557 สิ้นสุดวันที่ 24 เมษายน 2572

ทั้งนี้ บางกอกฯ ได้ทำบันทึกข้อตกลงกับ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์“กสท.” เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2557 ต่อหน้าศาลปกครองกลางว่า เพื่อสนับสนุนนโยบายของรัฐ และกสท. ในการเปลี่ยนผ่านการออกอากาศโทรทัศน์ในระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล เพื่อให้เป็นไปตามแนวทางที่ปฏิบัติต่อผู้ประกอบการโทรทัศน์ในระบบอนาล็อกทุกราย กสท. จึงตกลงพิจารณาอนุมัติให้บริษัท ปิอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด ร่วมกับ บางกอกฯ นำสัญญาณช่อง 3 ระบบอนาล็อก ไปออกอากาศแบบคู่ขนาน (Simulcast) ในช่องดิจิทัล 33เอชดี แบบเดียวกับการคู่ขนานสัญญาณของช่อง 7 และช่อง 9 ซึ่งเป็นการออกอากาศคู่ขนานสัญญาณ แบบ Real Time Pass Through สัญญาณช่อง 3 อนาล็อก บนช่องดิจิทัล 33เอชดี และที่ประชุม กสท. เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2557 ได้มีมติอนุมัติผังรายการช่อง 33เอชดี เป็นที่เรียบร้อยแล้ว และช่อง 33เอชดี ได้เริ่มนำสัญญาณช่อง 3 ไปออกอากาศคู่ขนานตั้งแต่วันที่ 10 ตุลาคม 2557 เป็นต้นมา

- 1.1.3 โทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกกลุ่มปิอีซี เวิลด์ ได้ให้ความสนใจในการดำเนินการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก และมองหาช่องทางส่งสัญญาณไปยังผู้ชมทั้งในประเทศและประเทศต่างๆทั่วโลก โดยได้เคยทดลองส่งสัญญาณไปยังประเทศญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกาแล้ว และขณะนี้อยู่ในระหว่างการสรรหาผู้ร่วมดำเนินการในประเทศต่างๆเพิ่มเติม
- 1.2 ดำเนินงานธุรกิจวิทยุ โดยบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ดำเนินการออกอากาศวิทยุคลื่นเอฟ เอ็ม สถานีวิทยุ อสมท. 105.5 เมกะเฮิรตซ์, บริษัท ยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ดำเนินการออกอากาศวิทยุคลื่นเอฟ เอ็ม 95.5 เมกะเฮิรตซ์, โดยมีบริษัท ปิอีซี-เทโร เรดิโอ จำกัด เป็นผู้ขายเวลาโฆษณา และให้คำปรึกษาด้านการพัฒนารายการ นอกจากนี้ บริษัท ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปิอีซี-เทโร เรดิโอ จำกัด ยังได้ร่วมจัดรายการให้กับคลื่นวิทยุเอฟ เอ็ม 98.0 เมกะเฮิรตซ์ มาตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2557
- 1.3 ธุรกิจสื่อใหม่ ได้แก่ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ ดำเนินการโดย บริษัท ปิอีซีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด อีกทั้งกำลังมองหาช่องทางดำเนินธุรกิจโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โดยบริษัท บางกอกแซทเทลไลท์ แอนด์ เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด และบริษัท แซทเทลไลท์ ทีวี บรอดคาสติ้ง จำกัด
2. กลุ่มธุรกิจดำเนินการจัดหา-ผลิตรายการ และจัดจำหน่ายรายการ ประกอบด้วย
- 2.1 จัดหา-ผลิตและจัดจำหน่ายรายการบันเทิงและสารคดี ดำเนินการโดยบริษัท ปิอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน), บริษัท ริงสิโรตมวณิช จำกัด, บริษัท นิวเวิลด์ โปรดักชั่น จำกัด, บริษัท บางกอกเทเลวิชั่น จำกัด, บริษัท ทีวีพี ทรี เน็ตเวอร์ค จำกัด, บริษัท ปิอีซี อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล ดิสทริบิวชั่น จำกัด, และบริษัท ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน); ธุรกิจผลิตรายการข่าว ทำหน้าที่ผลิตข่าวเพื่อออกอากาศทั้งทางวิทยุและโทรทัศน์ ตลอดจนถึงข่าวที่จะขายให้แก่สำนักข่าวอื่นๆ ในนาม บริษัท สำนักข่าว ปิอีซี จำกัด; โดยมีบริษัท ฟอร์เอฟเวอร์ ปิอีซี-เทโร จำกัด ดำเนินการจัดหา-ผลิตรายการเพื่อออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์
- 2.2 จัดหา-ผลิตรายการแสดงโชว์/คอนเสิร์ต และจัดกิจกรรมมหรณงค์ต่างๆ ดำเนินการโดย บริษัท ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน); บริษัท โลฟ เนชั่น ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ดำเนินธุรกิจประกอบธุรกิจด้านการจัดการแสดงคอนเสิร์ตและโชว์จากต่างประเทศ; บริษัท ปิอีซี-เทโร ซีเนริโอ จำกัด ดำเนินการจัดแสดงละครบนเวที; บริษัท ปิอีซี-เทโร ทูริซึม จำกัด ดำเนินธุรกิจจัดงาน และบริการกิจกรรมด้านกีฬา และบริษัท ปิอีซี-เทโร ศาสน จำกัด ดำเนินการด้านการบริหารและจัดการสโมสรฟุตบอล; โดยมีบริษัท ไทยทิกเก็ตเมเจอร์ จำกัด ให้บริการโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริการขาย-รับจองบัตรเข้าชมการแสดง และให้บริการขายตั๋วรถยนต์โดยสาร และมีบริษัท ปิอีซี-เทโร เมียนมาร์ จำกัด ให้บริการจองและจัดจำหน่ายตั๋วการแสดง, จัดกิจกรรมเพื่อความบันเทิง, บริการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเพลง และรายการในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

2.3 ธุรกิจต่อเนื่องและสนับสนุน ได้แก่ ธุรกิจให้บริการสารสนเทศ ดำเนินการโดย บริษัท บีอีซี ไอที โซลูชั่น จำกัด; ธุรกิจถือครองและให้เช่าทรัพย์สิน ดำเนินการโดย บริษัท บีอีซี แอสเซท จำกัด; ธุรกิจให้บริการอุปกรณ์ห้องสตูดิโอ ดำเนินการโดยบริษัท บีอีซี บรอดคาสติ้ง เซ็นเตอร์ จำกัด; นอกจากนี้ ได้มีแผนการที่จะดำเนินธุรกิจให้บริการการผลิตรายการ-ให้เช่าสตูดิโอ และ/หรืออุปกรณ์สตูดิโอเพื่อการผลิตรายการ และให้บริการ Post Production โดยบริษัท บีอีซี สตูดิโอ จำกัด;

ปัจจุบันบริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) มีทุนจดทะเบียน 2,000 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 2,000 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท หุ้นของบริษัทได้เริ่มทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมาตั้งแต่วันที่ 18 กรกฎาคม 2539 โดยใช้ชื่อย่อว่า “BEC” ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 กลุ่มบีอีซี เวิลด์ มีพนักงานรวมทั้งสิ้น 2,625 คน

บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ ชั้น G, 2, 3, 8, 9, 30-34 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ เลขที่ 3199 ถนนพระรามสี่ แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์หมายเลข (66) 2204-3333, 2262-3333 โทรสารหมายเลข (66) 2204-1384 เว็บไซต์ของบริษัท www.becworld.com

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการบริหารงานในปี2555-2557

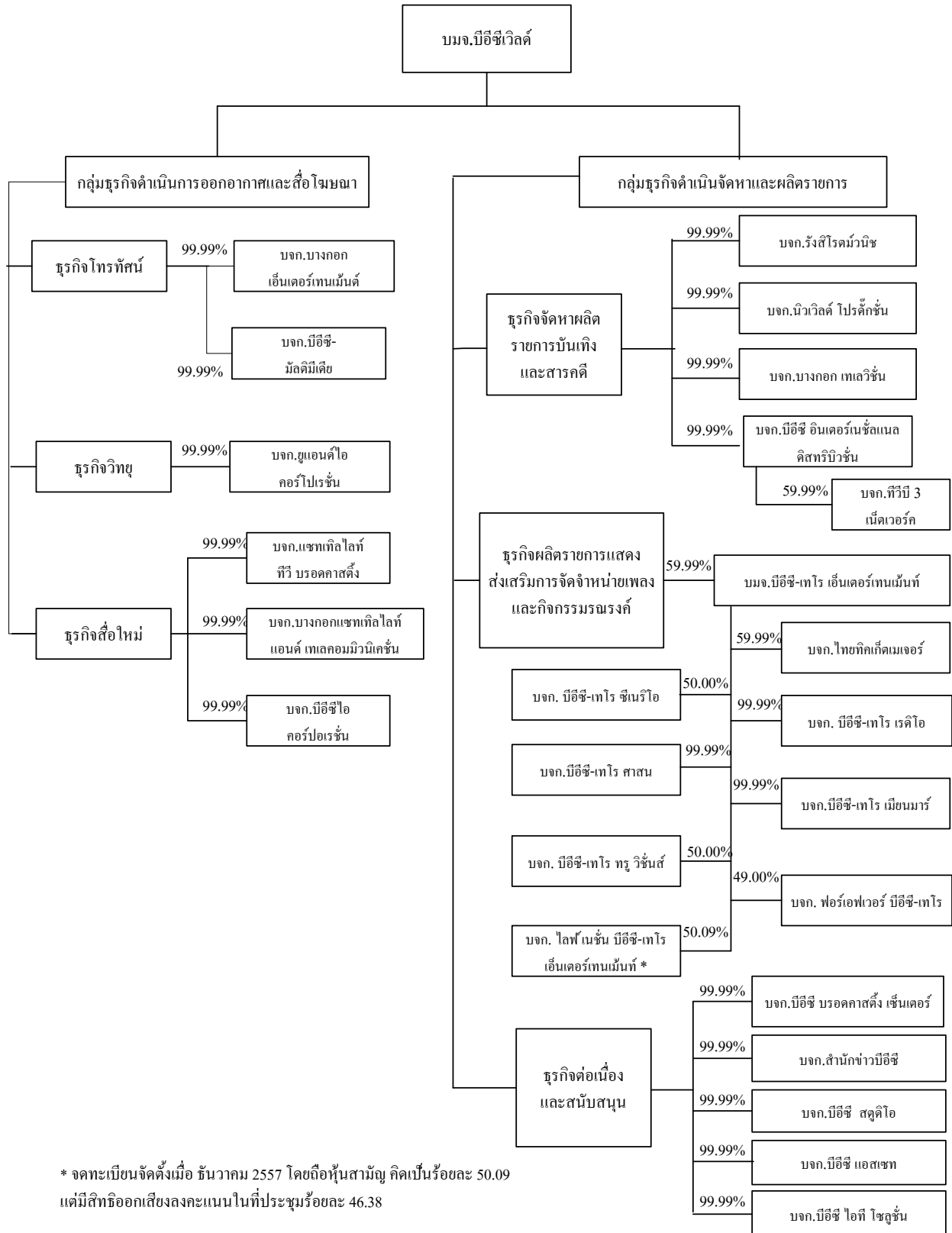
- ในเดือนกรกฎาคม 2555 บริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (“บีอีซี-เทโร”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทได้ลงทุนใน บริษัท บีอีซี-เทโร แอ็พ จำกัด เป็นหุ้นสามัญจำนวน 40,000 หุ้น เป็นจำนวนเงิน 0.40 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนการลงทุนร้อยละ 40.00 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจการจำหน่ายหนังสือออนไลน์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ผ่านทางแอปพลิเคชัน และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศอื่นที่เกี่ยวข้อง
- ในเดือนสิงหาคม 2555 บีอีซี-เทโร ได้ลงทุนใน บริษัท ฟอร์เอฟเวอร์ บีอีซี-เทโร จำกัด ซึ่งจัดตั้งที่สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ เป็นหุ้นสามัญจำนวน 12,250 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนการลงทุนร้อยละ 49.00 (บริษัทดังกล่าวมีทุนจดทะเบียนจำนวน 100,000 หุ้น เรียกชำระแล้ว 25,000 ดอลลาร์สหรัฐ) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ประกอบกิจการจัดหา ผลิตรายการ เพื่อออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์
- ในเดือนกันยายน 2555 บีอีซี-เทโร ได้จำหน่ายเงินลงทุนในบริษัท แฮฟเวอ์ดดรีม จำกัด ที่ลงทุนอยู่ทั้งหมดให้แก่บริษัท เฮลิโคเนีย เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด
- ในเดือนตุลาคม 2555 บีอีซี-เทโร ได้เข้ารับกิจการ ทรัพย์สิน และพนักงานของ บริษัท โซนี่ มิวสิค เอ็นเทอร์เทนเมนต์ โอเปอร์เรตติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด เข้าเป็นกลุ่มงานหนึ่งของ บีอีซี-เทโร ภายใต้ชื่อ “บีอีซี เทโร มิวสิค” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบริหารสิทธิและจัดจำหน่ายงานเพลงและงานอันมีลิขสิทธิ์อื่นของค่าย โซนี่ มิวสิค (ประเทศไทย) ค่าย LOVEIS และเพลงสากลค่าย โซนี่ มิวสิค
- เดือนธันวาคม 2555 บริษัท บีอีซี-เทโร คอมมูน จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบีอีซี-เทโรได้จดทะเบียนเลิกกิจการกับกระทรวงพาณิชย์ และอยู่ในระหว่างการชำระบัญชี

- ในเดือนธันวาคม 2555 ปิอีซี-เทโรได้ลงทุนในบริษัท ปิอีซี-เทโร เมียนมาร์ จำกัด ซึ่งจัดตั้งที่สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ เป็นหุ้นสามัญจำนวน 24,999 หุ้น เป็นจำนวนเงิน 0.77 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนการลงทุนร้อยละ 99.99 (บริษัทดังกล่าวมีทุนจดทะเบียนจำนวน 200,000 หุ้น เรียกชำระแล้ว 25,000 ดอลลาร์สหรัฐ) มีวัตถุประสงค์เพื่อบริการรับจองและขายบัตรเข้าชมการแสดง จัดหาและผลิตรายการบันเทิง จัดแสดงคอนเสิร์ต และการแสดงโชว์ ผลิตและจำหน่ายเทปเพลง แผ่นเสียง ซีดี และวีซีดี ในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ ต่อมาในเดือนสิงหาคม 2556 บริษัทดังกล่าวได้เรียกชำระค่าหุ้นเพิ่มอีกจำนวน 175,000 หุ้น เป็นจำนวนเงิน 5.45 ล้านบาท ทำให้มีเงินลงทุนในบริษัทดังกล่าวเป็นจำนวนเงิน 6.22 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนการลงทุนร้อยละ 99.99
- ในเดือนตุลาคม 2556 ปิอีซี-เทโรได้ลงทุนในบริษัท ปิอีซี-เทโร ทรู วิชั่นส์ จำกัด เป็นหุ้นสามัญจำนวน 249,998 หุ้น เป็นจำนวนเงิน 25 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนการลงทุนร้อยละ 50 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจจัดงานและบริหารกิจกรรมด้านกีฬา
- เมื่อวันที่ 26 และ 27 ธันวาคม 2556 บริษัท ปิอีซี - มัลติมีเดีย จำกัด “ปิอีซี - มัลติมีเดีย” ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ; ได้เข้าร่วมประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ (“ใบอนุญาตฯ”) เพื่อให้บริการช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ (Digital Terrestrial TV “DTTV”) จากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (“สำนักงาน กสทช.”) จำนวน 3 หมวดหมู่ ได้แก่ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ และหมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว เป็นระยะเวลา 15 ปี โดยบริษัทย่อยของบริษัทฯเป็นผู้ชนะการประมูลใบอนุญาตฯ ทั้ง 3 หมวดหมู่ รวมราคาประมูลได้ 6,471 ล้านบาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)
- บริษัท ปิอีซี - มัลติมีเดีย จำกัด “ปิอีซี-มัลติมีเดีย”-ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ และใบอนุญาตประกอบกิจการ DTTV รวม 3 ใบอนุญาตฯ มีกำหนดระยะเวลาการอนุญาตฯ 15 ปี ตั้งแต่วันที่ 25 เมษายน 2557 สิ้นสุดวันที่ 24 เมษายน 2572; โดยปิอีซี- มัลติมีเดีย ได้เริ่มดำเนินธุรกิจช่องรายการโทรทัศน์ใหม่ ในระบบดิจิทัล 3 ช่องรายการ ได้แก่ 1.) หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง “ช่อง 3 HD ช่อง33” 2.) หมวดหมู่ทั่วไป แบบความคมชัดปกติ “ช่อง 3 SD ช่อง28” และ 3.) หมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว “ช่อง 3 FAMILY ช่อง 13” ตั้งแต่วันที่ 25 เมษายน 2557 เป็นต้นมา
- ในเดือนเมษายน 2557 บริษัท ไอเอ็มจี ปิอีซี-เทโร สปอร์ตส แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนเลิกกิจการกับกระทรวงพาณิชย์ และชำระบัญชีแล้วเสร็จเมื่อเดือนกันยายน 2557 ที่ผ่านมา
- เดือนเมษายน 2557 บริษัท ปิอีซี - เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) ได้จำหน่ายเงินลงทุนทั้งหมดในบริษัท ปิอีซี-เทโร แอ็พ จำกัด ให้แก่คู่สัญญาร่วมทุน
- บริษัท ปิอีซี - มัลติมีเดีย จำกัด-ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้เรียกชำระเงินค่าหุ้นเพิ่มเติมสำหรับหุ้นสามัญที่ยังชำระไม่เต็มมูลค่า ซึ่งบริษัทย่อยของบริษัทฯมีทุนจดทะเบียน 200 ล้านบาท (แบ่งเป็น 20 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท) เดิมมีหุ้นที่ชำระแล้วหุ้นละ 2.50 บาท และเรียกชำระเพิ่มเติมอีกหุ้นละ 7.50 บาท เป็นจำนวนเงิน 150 ล้านบาท โดยบริษัทได้จ่ายชำระเงินค่าหุ้นเพิ่มเติมแล้ว เป็นจำนวนเงิน 149.99 ล้านบาท ในเดือนพฤษภาคม 2557

- เดือนตุลาคม 2557 บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด “บางกอกฯ” ได้ทำบันทึกข้อตกลงกับ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ “กสท.” เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2557 ต่อหน้าศาล ปกครองกลางว่า เพื่อสนับสนุนนโยบายของรัฐ และกสท. ในการเปลี่ยนผ่านการออกอากาศโทรทัศน์ในระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล และเพื่อให้เป็นไปตามแนวทางที่ปฏิบัติต่อผู้ประกอบการโทรทัศน์ในระบบอนาล็อกทุกราย กสท. จึงตกลงพิจารณาอนุมัติให้บริษัท ปิอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด ร่วมกับ บางกอกฯ; นำสัญญาณช่อง 3 ระบบอนาล็อก ไปออกอากาศแบบคู่ขนาน (Simulcast) ในช่องดิจิทัล 33เอชดี แบบเดียวกันกับการคู่ขนานสัญญาณของช่อง 7 และช่อง 9 ซึ่งเป็นการออกอากาศคู่ขนานสัญญาณแบบ Real Time Pass Through สัญญาณช่อง 3 อนาล็อก บนช่องดิจิทัล 33เอชดี และที่ประชุมกสท. เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2557 ได้มีมติอนุมัติผังรายการช่อง 33เอชดี เป็นที่เรียบร้อยแล้ว และช่อง 33เอชดี ได้เริ่มนำสัญญาณช่อง 3 ไปออกอากาศคู่ขนานแล้ว ตั้งแต่วันที่ 10 ตุลาคม 2557 เป็นต้นมา
- 24 ธันวาคม 2557 บริษัท ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) [ปิอีซี-เทโรฯ] ได้ทำสัญญาร่วมทุนกับบริษัท ไลฟ์ เนชั่น (เอชเค) จำกัด - บริษัทที่จดทะเบียนภายใต้กฎหมายฮ่องกง ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ Live Nation Entertainment, Inc. ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์นิวยอร์ก; จัดตั้งบริษัท ไลฟ์ เนชั่น ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด [ไลฟ์ เนชั่น ปิอีซี-เทโร] วัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจการจัดคอนเสิร์ตศิลปินจากต่างประเทศในประเทศไทย ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้น 100,000หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10.00บาท โดยปิอีซี-เทโรฯ ถือหุ้นสามัญจำนวน 50,090 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 50.09 ของทุนจดทะเบียน และบริษัท ไลฟ์ เนชั่น (เอชเค) จำกัด จำนวน 49,900 หุ้น แยกเป็นหุ้นสามัญ 47,900 หุ้น และหุ้นบุริมสิทธิ 2,000หุ้น คิดเป็นร้อยละ 49.91 ของทุนจดทะเบียน โดยกำหนดให้ 1 หุ้นบุริมสิทธิมีสิทธิออกเสียงได้ 5 เสียง ทำให้ ปิอีซี-เทโรฯ สามารถลงคะแนนในที่ประชุมได้เพียงร้อยละ 46.38 ทำให้ ไลฟ์ เนชั่น ปิอีซี-เทโรฯ จึงมีสถานะเป็นบริษัทร่วมที่ถือหุ้นโดย ปิอีซี-เทโรฯ

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างกลุ่มบริษัท บีอีซี เวิลด์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557



โดยมีรายละเอียดของการดำเนินการธุรกิจแต่ละบริษัท ดังนี้

ชื่อบริษัท	ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ	สัดส่วนการถือหุ้น
บริษัทใหญ่		
1. บมจ. ปิอีซี เวิลด์	จัดหา ผลิตภัณฑ์ และ ขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์ และลงทุนในธุรกิจใหม่ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อโฆษณาและธุรกิจใหม่อื่นๆ	
บริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นโดยตรง		
2. บจก. บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์	ดำเนินธุรกิจสถานีโทรทัศน์และวิทยุ	99.99%
3. บจก. รังสิโรตม์วินิช	จัดหา ผลิตภัณฑ์ และ ขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์	99.99%
4. บจก. นิวเวิลด์ โปรดักชั่น	จัดหา ผลิตภัณฑ์ และ ขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์	99.99%
5. บจก. ปิอีซี โปรดักส์ติ้ง เซ็นเตอร์	ดำเนินธุรกิจให้บริการอุปกรณ์ห้องสตูดิโอ	99.99%
6. บจก. ยู แอนด์ ไอ คอร์ปอเรชั่น	ผลิตรายการ และ และดำเนินการสถานีวิทยุ	99.99%
7. บจก. ปิอีซี แอสเซท	ดำเนินการถือครองและให้เช่าทรัพย์สิน	99.99%
8. บจก. ปิอีซี สตูดิโอ *	ผลิตรายการและให้บริการอุปกรณ์ห้องสตูดิโอ	99.99%
9. บจก. ปิอีซี อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล ดิสทริบิวชั่น	จัดหาและผลิตรายการโทรทัศน์	99.99%
10. บจก. สำนักข่าว ปิอีซี	ผลิตรายการข่าว	99.99%
11. บจก. บางกอกเทเลวิชั่น	จัดหา ผลิตภัณฑ์ และ ขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์	99.99%
12. บจก. บางกอก แชนแนลไฮไลท์ แอนด์ เทเลคอมมิวนิเคชั่น *	ให้บริการรับ-ส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม	99.99%
13. บจก. ปิอีซี ไอที โซลูชั่น	ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ, ขายปลีกและให้บริการดูแลรักษาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	99.99%
14. บจก. แชนแนลไฮไลท์ ทีวี โปรดักส์ติ้ง *	ให้บริการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม	99.99%
15. บมจ. ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์	จัดหา ผลิตภัณฑ์ และขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์ ผลิตและส่งเสริมการจำหน่ายเพลง จัดแสดงคอนเสิร์ต ผลิตภาพยนตร์ละคร	59.99%
16. บจก. ปิอีซีไอ คอร์ปอเรชั่น	ลงทุนในธุรกิจอินเทอร์เน็ตและให้บริการอื่นที่เกี่ยวข้องกัน	99.99%
17. บจก. ปิอีซี - มัลติมีเดีย	ดำเนินธุรกิจสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล	99.99%
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย บจก. ปิอีซี อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล ดิสทริบิวชั่น		
18. บจก. ทีวีบี ทรี เน็ตเวิร์ค	จัดหา ผลิตภัณฑ์ และขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์	59.99%
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย บมจ. ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์		
19. บจก. ไทยทิกเก็ตแมเจอร์	ให้บริการทำโฆษณา บริการรับจองและขายบัตรเข้าชมการแสดง	59.99%
20. บจก. ปิอีซี-เทโร ซีเนริโอ	ดำเนินการจัดการแสดงบนเวที	50.00%
21. บจก. ปิอีซี-เทโร ศาสน	บริหารและจัดการสโมสรฟุตบอล	99.99%
22. บจก. ปิอีซี-เทโร เรดิโอ	ขายเวลาโฆษณา และให้คำปรึกษาด้านการพัฒนารายการวิทยุ	99.99%
23. บจก. ปิอีซี-เทโร ทู วิชั่นส์	จัดงานและบริหารกิจกรรมด้านกีฬา	50.00%
24. บจก. ปิอีซี-เทโร เมียนมาร์	บริการรับจองและขายบัตรเข้าชมการแสดง จัดหาและผลิตรายการบันเทิง จัดแสดงคอนเสิร์ต และการแสดงโชว์ ผลิตและจำหน่ายเทปเพลงแผ่นเสียง ซีดี และวีซีดี ในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	99.99%
บริษัทร่วมที่ถือหุ้นโดย บมจ. ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์		
25. บจก. ฟอว์เพเวอร์ ปิอีซี-เทโร	จัดหา ผลิตภัณฑ์ บันเทิงและขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์ในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	49.00%
26. บจ. โลฟ เนชั่น ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์	จัดการแสดงคอนเสิร์ตจากศิลปินต่างประเทศในประเทศไทย	50.09%**

* ยังไม่เริ่มดำเนินการ

** ถือเป็นเงินลงทุนในบริษัทร่วม เนื่องจาก บริษัท ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) มีสิทธิออกเสียงลงคะแนนในที่ประชุมร้อยละ46.38

การแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

กลุ่มปิอีซี เวิลด์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ประกอบด้วย บริษัท ปิอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ และมีบริษัทย่อย 23 บริษัท และบริษัทร่วม 2 บริษัท สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1)บริษัทย่อยที่บริษัทใหญ่เป็นผู้ถือหุ้นเกือบทั้งหมด และ (2)บริษัทร่วมทุน ที่บริษัทใหญ่และ/หรือบริษัทย่อยร่วมทุนกับผู้ร่วมทุนอื่น ที่ไม่ได้เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ที่มีความถนัด ความชำนาญ ในธุรกิจที่ดำเนินการโดยบริษัทร่วมทุนนั้นๆ โดยที่การดำเนินการของบริษัทในกลุ่มสามารถแยกออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ (1)บริษัทที่ดำเนินธุรกิจออกอากาศและสื่อโฆษณา และ (2)บริษัทที่ดำเนินธุรกิจ จัดหา-ผลิตรายการ และจัดจำหน่ายรายการ การแบ่งการดำเนินการในระหว่างบริษัทต่างๆในกลุ่มเป็นไปตามหมวดงาน ความถนัด ทรัพยากร และค่านิยมของบริษัทนั้นๆ

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

-ไม่มี-

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

ตารางแสดงโครงสร้างรายได้ 3 ปีที่ผ่านมา ปี 2557 2556 และ 2555 ตามลำดับ

(รายได้ทั้งหมดนี้ ได้หักรายการระหว่างกันออกแล้ว)

ผลิตภัณฑ์/บริการ	ดำเนินการโดย	2557		2556		2555	
		ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
<u>ขายสื่อโฆษณา</u>							
<u>สื่อโทรทัศน์</u>	บมจ.ปียีซี เวิลด์						
	บางกอกเอ็นเตอร์รา ¹						
	รังสิโรตม์วันิข ¹						
	บางกอกเทเลวิชั่น ¹						
	ปียีซี-เทโรและบริษัทย่อย ²						
รวมรายได้จากการขายสื่อโฆษณาโทรทัศน์		14,718.79	90.18	14,451.62	86.87	13,112.85	86.81
<u>สื่อวิทยุ</u>	บางกอกเอ็นเตอร์รา ¹						
	ยูแอนด์ไออา ¹						
	ปียีซี-เทโรและบริษัทย่อย ²						
รวมรายได้จากการขายสื่อวิทยุ		368.61	2.26	493.47	2.97	500.65	3.32
รวมรายได้จากการขายสื่อโฆษณา		15,087.40	92.44	14,945.09	89.84	13,613.50	90.13
<u>รายได้จากการให้ใช้ลิขสิทธิ์</u>							
<u>และบริการอื่น</u>	บมจ. ปียีซี เวิลด์	1.69	0.01	-	-	-	-
	บางกอกเอ็นเตอร์รา ¹	0.49	0.01	0.42	0.00	0.31	0.00
	บางกอกเทเลวิชั่น ¹	20.39	0.12	76.84	0.46	119.60	0.79
	ปียีซี-เทโรและบริษัทย่อย ²	412.78	2.53	404.39	2.43	291.46	1.93
	ปียีซี อินเตอร์รา ¹	2.68	0.02	2.37	0.02	2.47	0.02
	ปียีซี โอที โซลูชั่น ¹	0.47	0.00	0.32	0.00	0.42	0.00
	ปียีซี แอสเซท ¹	0.08	0.00	-	-	-	-
	ปียีซีไอและบริษัทย่อย ¹	52.42	0.32	35.61	0.21	36.87	0.25
รวมรายได้จากการให้ใช้ลิขสิทธิ์และบริการอื่น		491.00	3.01	519.95	3.12	451.13	2.99
<u>รายได้จากการจัดคอนเสิร์ตและแสดงโชว์</u>	ปียีซี-เทโรและบริษัทย่อย ²	389.18	2.39	873.85	5.25	800.97	5.30
<u>รายได้จากการขายสินค้า</u>							
	บมจ.ปียีซี เวิลด์						
	ปียีซี โอที โซลูชั่น ¹	90.89	0.56	89.75	0.54	20.37	0.13
	ปียีซี-เทโรและ บริษัทย่อย ²						
<u>รายได้จากการขายสิทธิ</u>	ปียีซี-เทโรและบริษัทย่อย ²	108.40	0.66				
รวมรายได้จากการขายและบริการ		16,166.87	99.06	16,428.64	98.75	14,885.97	98.55
รายได้อื่น		154.15	0.94	208.19	1.25	219.01	1.45
รวมรายได้		16,321.02	100.00	16,636.83	100.00	15,104.98	100.00

หมายเหตุ ¹ ถือหุ้นโดย บริษัท ปิอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.99
² ถือหุ้นโดย บริษัท ปิอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59.99

โครงสร้างรายได้และการเปลี่ยนแปลงในปีที่ผ่านมา

รายได้หลักของกลุ่มปิอีซี เวิลด์ เป็นรายได้จากการขายสื่อโฆษณา ส่วนใหญ่เป็นรายได้จากการขายเวลาโฆษณา รายได้ที่เป็นจำนวนรองลงมาได้แก่ รายได้จากการจัดคอนเสิร์ตและแสดงโชว์ สำหรับรายได้จากการให้ใช้ ลิขสิทธิ์ หรือให้บริการอื่นๆ ได้มาจากการจัดกิจกรรมบันเทิง การขายสิทธิการใช้รายการโทรทัศน์ การขายสิทธิ ภาพยนตร์และละคร เพื่อนำออกจำหน่ายในรูปวีซีดี/ดีวีดี ภายในประเทศ และการขายสิทธิละครเพื่อนำ ออกอากาศในต่างประเทศ การให้บริการขายบัตรชมการแสดงและจำหน่ายตั๋วรถโดยสาร การให้บริการ Mobile Entertainment และการให้บริการอื่นๆ สำหรับรายได้จากการขายสินค้าเกิดจากการจัดจำหน่าย เพลงของโซนี่ มิวสิค (ประเทศไทย) ค่าย LOVEiS และเพลงสากลค่าย โซนี่ มิวสิค ในขณะที่รายได้อื่น ได้แก่ ดอกเบี้ยรับ และรายได้จากการลงทุนเป็นหลัก

แม้เดอนีลเสนได้รายงานว่าอุตสาหกรรมได้ทรุดตัวลงมากในปีพ.ศ.2557ก็ตาม กลุ่มปิอีซี เวิลด์ ก็ยังสามารถ เพิ่ม“รายได้จากการขายเวลาโฆษณา” ของ“ช่อง3”ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของกลุ่ม ปิอีซี เวิลด์ ได้เป็นยอดที่สูง มากกว่าปีก่อนได้อยู่ดี แต่ก็เพิ่มขึ้นได้เพียงเล็กน้อย เมื่อรวมกับรายได้โฆษณาของช่องรายการใหม่ที่ได้เริ่มมา ตั้งแต่ ไตรมาสสอง และหักยอดโฆษณาของธุรกิจวิทยุที่ทรุดลง ก็เพิ่มขึ้นได้เพียงร้อยละ1.0 ทำได้มากขึ้นเพียง 142.3ล้านบาทเท่านั้น เป็นผลจากสภาวะที่การแข่งขันในตลาดของผู้โฆษณาแผ่วลง มีแรงกระตุ้นน้อยลง ตาม ภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา ทำให้ผู้โฆษณารายใหญ่หลายรายใช้เงินโฆษณากับเร้าน้อยลงกว่าที่เคยใช้ในปีก่อน แม้แต่ละราย ได้ใช้ลดลงเป็นจำนวนเงินไม่มาก แต่ก็ได้เปิดโอกาสให้ผู้โฆษณารายขนาดกลางและขนาดเล็ก หลายๆรายให้ได้รับประโยชน์จากนาที่โฆษณาที่ว่างนั้น ได้เข้ามาใช้เงินโฆษณากับเรามากขึ้น ช่วยให้เราที่มี ผู้โฆษณารายใหม่ มีผู้สนับสนุนกิจการเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะเป็ประโยชน์สำหรับกลุ่ม ปิอีซี เวิลด์ ต่อไปในอนาคต เป็นระยะยาว ส่วน“การจัดกิจกรรมและการแสดง/คอนเสิร์ต”นั้น แม้มีรายได้ลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน แต่เราก็ มีกำไรขั้นต้นมากขึ้น ส่วนรายได้จาก“การให้ใช้สิทธิและบริการอื่น”ก็ทำได้ลดลงตามสภาวะตลาด แต่เราก็ทำ “รายได้จากการขายสินค้า”ได้เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

กลุ่มธุรกิจดำเนินการออกอากาศและสื่อโฆษณา

● ธุรกิจโทรทัศน์

- 1.) ธุรกิจให้บริการโทรทัศน์ระบบอนาล็อกภาคพื้นดิน (Analogue Terrestrial TV) ดำเนินการโดย บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด “บางกอกฯ” – บริษัทย่อยของบริษัทฯ;
- 2.) ธุรกิจให้บริการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลภาคพื้นดิน (Digital Terrestrial TV “DTTV”) ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ ดำเนินการโดย บริษัท ปิอีซี – มัลติมีเดีย จำกัด “ปิอีซี-มัลติมีเดีย” – บริษัทย่อยของบริษัทฯ;

(1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

(1.1) ธุรกิจให้บริการโทรทัศน์ระบบอนาล็อกภาคพื้นดิน (Analogue Terrestrial TV)

บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด [บางกอกฯ] ได้ทำสัญญาร่วมดำเนินกิจการส่งโทรทัศน์สี กับองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) ประเภท Build-Transfer-Operate (BTO) ให้เป็นผู้จัดสร้างสถานีส่งสัญญาณโทรทัศน์สีทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวม 32 สถานี และได้รับสิทธิให้เป็นผู้ดำเนินการบริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยบางกอกฯได้ทำสัญญาร่วมดำเนินกิจการส่งโทรทัศน์สีกับองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย รวมทั้งสิ้น 4 ฉบับ ฉบับสุดท้ายลงวันที่ 2 พฤษภาคม 2532 อายุสัมปทาน 30 ปี สิ้นสุดวันที่ 25 มีนาคม 2563

บางกอกฯ เป็นเจ้าของเวลาออกอากาศทั้งหมดที่มีอยู่ในฐานะที่เป็นนายสถานี และมีหน้าที่จัดผังรายการออกอากาศให้เหมาะสมเพื่อให้มีจำนวนผู้ชมสูงสุดในแต่ละวัน บางกอกฯ ทำการผลิตรายการประเภทข่าวส่วนใหญ่ด้วยตนเอง แต่สำหรับรายการประเภทบันเทิงต่างๆ เช่น ละครโทรทัศน์ รายการทอล์กโชว์ วาไรตี้โชว์ ภาพยนตร์ต่างประเทศ เป็นต้น บางกอกฯ จะทำงานร่วมกับผู้จัดทำและผลิตรายการอื่น เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยง และเพื่อสร้างความหลากหลายของรายการให้เป็นที่น่าสนใจของผู้ชม และมีประสิทธิภาพ

(1.2) ธุรกิจให้บริการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลภาคพื้นดิน ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ (Digital Terrestrial TV “DTTV”)

ธุรกิจให้บริการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลภาคพื้นดิน (Digital Terrestrial TV “DTTV”) ดำเนินการโดย บริษัท ปิอีซี – มัลติมีเดีย จำกัด “ปิอีซี – มัลติมีเดีย” – บริษัทย่อยของบริษัทฯ; โดย ปิอีซี – มัลติมีเดีย ชนะการประมูลเพื่อขอรับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ เพื่อประกอบกิจการให้บริการช่องรายการ โทรทัศน์ระบบดิจิตอลภาคพื้นดิน ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ จากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (“สำนักงาน กสทช.”) รวม 3 ใบอนุญาตฯ ด้วยราคาประมูลรวมทั้งสิ้น 6,471 ล้านบาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) ปิอีซี – มัลติมีเดีย สามารถให้บริการโทรทัศน์ DTTV ได้ 3 หมวดหมู่ ได้แก่ 1.) หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง “ช่อง3HD ช่อง33” 2.) หมวดหมู่ทั่วไป แบบความคมชัดปกติ “ช่อง 3 SD ช่อง28” และ 3.) หมวดหมู่ เด็ก เยาวชน และ

ครอบครัว “ช่อง 3 FAMILY ช่อง13”; โดยใบอนุญาตฯ ทั้ง 3 ใบ มีกำหนดการอนุญาตฯ รวมระยะเวลา 15 ปี ตั้งแต่วันที่ 25 เมษายน 2557 สิ้นสุดวันที่ 24 เมษายน 2572

ทั้งนี้ บางกอกฯ ได้ทำบันทึกข้อตกลงกับ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ “กสท.” เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2557 ต่อหน้าศาลปกครองกลางว่า เพื่อสนับสนุน นโยบายของรัฐ และกสท. ในการเปลี่ยนผ่านการออกอากาศโทรทัศน์ในระบบอนาล็อกไปสู่ ระบบดิจิทัล เพื่อให้เป็นไปตามแนวทางที่ปฏิบัติต่อผู้ประกอบการโทรทัศน์ในระบบอนาล็อก ทุกสาย กสท. จึงตกลงพิจารณาอนุมัติให้บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด ร่วมกับ บางกอกฯ นำสัญญาณช่อง 3 ระบบอนาล็อก ไปออกอากาศแบบคู่ขนาน (Simulcast) ใน ช่องดิจิทัล 33เอชดี แบบเดียวกับ การคู่ขนานสัญญาณของช่อง 7 และช่อง 9 ซึ่งเป็นการออกอากาศคู่ขนานสัญญาณ แบบ Real Time Pass Through สัญญาณช่อง 3 อนาล็อก บนช่องดิจิทัล 33เอชดี และที่ประชุม กสท. เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2557 ได้มีมติอนุมัติผังรายการช่อง 33 เอชดี เป็นที่เรียบร้อยแล้ว และช่อง 33เอชดี ได้เริ่มนำสัญญาณช่อง 3 ไปออกอากาศคู่ขนานตั้งแต่วันที่ 10 ตุลาคม 2557 เป็นต้นมา

สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

ในช่วงท้ายของปี 2550 สภานิติบัญญัติแห่งชาติ(สนช.) ได้ผ่านกฎหมายการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และ ต่อมาได้มีการประกาศกฎหมายใหม่นี้ในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2551 ให้มีผลบังคับใช้ในวันถัดไป และเมื่อกฎหมายใหม่นี้บังคับใช้แล้วกฎหมายฉบับเก่าได้ถูกยกเลิกไป และการดำเนินกิจการกระจายเสียงวิทยุ/โทรทัศน์ก็ต้องอยู่ภายใต้กฎกติกาที่บัญญัติไว้ในกฎหมายใหม่นี้แทน โดยที่กฎหมายใหม่ได้จำแนกกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ได้แก่ (1) กิจการบริการสาธารณะ (2) กิจการบริการชุมชน และ (3) กิจการทางธุรกิจ โดยที่บางกอกฯ ได้รับสิทธิให้ดำเนินการทางธุรกิจต่อไปได้ตามปกติจนกว่าสัญญาฉบับปัจจุบันนี้จะสิ้นสุดอายุ และ นอกจากการแบ่งประเภทของกิจการแล้ว ในกฎหมายใหม่นี้ก็มีการวางกรอบการกำกับดูแลกิจการไว้อย่างกว้างๆคล้ายกับรายละเอียดที่แจ้งไว้ข้างต้น เพื่อเป็นแนวทางให้องค์กรอิสระที่จะมาทำหน้าที่กำกับดูแลกิจการตามรัฐธรรมนูญ และออกข้อบังคับในส่วนของรายละเอียดต่อไป

สำหรับการโฆษณาและบริการธุรกิจนั้น พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ได้กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และ ระยะเวลาสำหรับการโฆษณาและบริการธุรกิจ สำหรับกิจการโทรทัศน์ประเภทความใช้คลื่นความถี่ โดย ในมาตรา 23 กำหนดให้การโฆษณาและบริการธุรกิจได้ไม่เกินชั่วโมงละสิบสองนาทีกี่ โดยเมื่อรวมเวลาโฆษณาตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่เกินชั่วโมงละสิบนาทีกี่

ผู้ประกอบการโทรทัศน์ รูปแบบการดำเนินงาน และผู้ที่เกี่ยวข้อง

ผู้ประกอบการสถานีวิทยุโทรทัศน์ระบบอนาล็อกภาคพื้นดิน ปัจจุบันมีอยู่ด้วยกันทั้งสิ้น 6 รายโดยที่ 5 เครือข่ายเดิม(ช่อง 3-ดำเนินการโดยบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด, ช่อง 5, ช่อง 7, ช่อง 9 และช่อง 11) ส่งวิทยุโทรทัศน์ในย่านความถี่วีเอช เอฟ (VHF) ซึ่งใช้ความถี่ 30-300 เมกะเฮิร์ตซ์เป็นหลัก ด้วยข้อจำกัดด้านความถี่ เนื่องจากจะทำให้เกิดการรบกวนกันของสัญญาณ ทำให้ไม่สามารถจัดตั้ง สถานีโทรทัศน์ระบบวีเอชเอฟเพิ่มขึ้นได้อีก ช่วงกลางปี 2539 สำนักนายกรัฐมนตรีได้อนุมัติให้จัดตั้งสถานี

วิทยุโทรทัศน์ใหม่ในระบบยูเอชเอฟ (UHF) โดยจะส่งคลื่นวิทยุโทรทัศน์ในย่านความถี่ 300-3,000 เมกะเฮิรตซ์ ให้กับสถานีโทรทัศน์ TPBS

ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ทั้งในระบบอนาล็อก และดิจิทัล (Digital Terrestrial TV “DTTV”) สามารถแบ่งเป็นลักษณะต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. เจ้าของเวลา สถานีวิทยุโทรทัศน์เป็นเจ้าของเวลาการแพร่ภาพทั้งหมดของสถานี
2. ผู้เช่าเวลาเป็นผู้ที่เช่าช่วงเวลาจากสถานีมาเพื่อหารายการและโฆษณามาแพร่ภาพ ในช่วงเวลาที่เข้ามาหรือเพื่อให้เช่าช่วงต่อ นอกจากนี้ยังมีนายหน้าทั่วไปที่ซื้อเวลาโฆษณาแล้วนำไปจำหน่ายต่ออีกทอดหนึ่ง
3. ผู้เช่าช่วงเวลา ที่เช่าเวลาต่อมาจากผู้เช่าเวลารายอื่นอีกทอดหนึ่ง เพื่อหารายการและโฆษณามาแพร่ภาพในช่วงเวลานั้นๆ ก็ได้
4. ผู้ผลิตรายการเป็นผู้ประกอบธุรกิจด้านการผลิตรายการเป็นหลัก โดยจะรับผิดชอบในกระบวนการผลิตรายการรวมทั้งติดต่อกับศิลปินนักแสดงต่างๆ
5. ผู้ขายโฆษณา ผู้ทำหน้าที่ขายโฆษณา อาจเป็นเจ้าของเวลาโฆษณาของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งสามารถนำไปจำหน่ายให้แก่ผู้ที่สนใจลงโฆษณาเอง หรืออาจเป็นนายหน้าผู้ที่ทำหน้าที่รับเหมาเวลาโฆษณา เพื่อการจำหน่ายต่อ ในปัจจุบันนี้มีทั้งสถานีผู้ที่เป็นเจ้าของเวลา ผู้ผลิตรายการ ผู้เช่าเวลา ตลอดจนถึงนายหน้า ที่ทำหน้าที่เป็นผู้จำหน่ายเวลาโฆษณา

(2) การตลาดและภาวะ การแข่งขัน

นโยบายการตลาดและกลยุทธ์ในการแข่งขัน

1. เพิ่มอัตราคนดูรวม เนื่องจากการวัดผลงานการจัดรายการของสถานีโทรทัศน์ พิจารณาได้จากอัตราคนดูในแต่ละช่วงเวลา บางกอกฯ จึงเน้นในการจัดผังรายการให้เหมาะสม
2. เลือกสรรรายการที่มีคุณภาพ บางกอกฯ ให้ความสำคัญอย่างยิ่ง ในการคัดเลือกรายการที่จะนำมาแพร่ภาพในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การร่วมกับผู้ผลิตรายการเลือกบทประพันธ์ ผู้กำกับ การแสดง นักแสดง ตลอดจนควบคุมคุณภาพของรายการโดยตลอดทั้งกระบวนการ เพื่อให้รายการมีคุณภาพตามที่ต้องการและได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ชมให้มากที่สุด
3. จัดผังรายการให้เหมาะสม เพื่อให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมในแต่ละช่วงเวลา บางกอกฯ จึงได้ปรับเปลี่ยนผังรายการไปตามสมัยนิยม
4. การควบคุมคุณภาพของรายการ โดยเฉพาะรายการประเภทละคร บางกอกฯ มีนโยบายว่ารายการต่างๆ ต้องผลิตให้เสร็จสมบูรณ์ก่อนที่จะเริ่มแพร่ภาพ เพื่อให้การถ่ายทำเป็นไปอย่างสมบูรณ์มากที่สุดโดยไม่ต้องรีบเร่ง เสี่ยงกับการที่จะถ่ายทำไม่ทันกับการแพร่ภาพ และจะไม่พยายามยืดเนื้อหาของรายการกว่าที่ควรจะเป็น นอกจากนี้จะพยายามเลือกผู้ผลิตรายการให้เหมาะสมกับเรื่อง/รายการที่จะทำการผลิต ทั้งนี้ เพราะผู้ผลิตรายการมีความถนัดที่แตกต่างกัน เพื่อให้คุณภาพของรายการ/ละครมีความสมบูรณ์มากที่สุด
5. ออกอากาศให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศไทย บางกอกฯ ได้ทำการขยายพื้นที่การแพร่ภาพของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ที่สามารถรับชมให้มากที่สุด ปรับปรุง

คุณภาพการรับชมทั้งในบริเวณที่มีสภาพภูมิประเทศเป็นภูเขา หรือพื้นที่ที่รับสัญญาณได้ไม่ดีนัก ซึ่งจะทำให้การแพร่ภาพเข้าถึงคนไทยทั่วทั้งประเทศได้พร้อมๆกัน ปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จัดได้ว่าสามารถแพร่ภาพผ่านทางสถานีเครือข่ายจำนวน 32 สถานี ครอบคลุมพื้นที่ได้มากกว่าร้อยละ 90 ของพื้นที่ทั่วทั้งประเทศ และสามารถเข้าถึงประชาชนได้ถึงกว่าร้อยละ 96 ของประชาชนทั่วประเทศ

6. ปรับปรุงคุณภาพของสัญญาณ บางกอกฯพยายามอย่างต่อเนื่องในการปรับปรุงระบบการรับและส่งสัญญาณภาพ เพื่อให้ผู้ชมสามารถรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากการที่บางกอกฯได้ลงทุนในการปรับปรุงเครือข่ายสถานีตามจังหวัดต่างๆ อย่างต่อเนื่องมาตลอด โดยมุ่งที่จะทำให้ระบบการรับและส่งสัญญาณภาพมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การขายโฆษณาของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นไปตามนโยบายของบางกอกฯ ซึ่งมีทีมงานขายเพื่อติดต่อกับบริษัทโฆษณาซึ่งเป็นลูกค้ารายใหญ่ สำหรับช่วงเวลาสำคัญลูกค้าที่เป็นบริษัทโฆษณาจะมาจองเวลาโฆษณาตั้งแต่ต้นปี เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อโฆษณาที่ได้รับความนิยมสูงสุด จึงมีผู้สนใจซื้อเวลาโฆษณาเป็นจำนวนมากในขณะที่เวลาโฆษณามีอยู่จำกัด

นโยบายราคา บางกอกฯและผู้ผลิตรายการจะร่วมกันเป็นผู้กำหนดอัตราค่าโฆษณา ปัจจุบันที่ใช้ประกอบในการกำหนดราคาได้แก่ เวลาออกอากาศ อัตราค่าโฆษณาของคู่แข่ง รวมทั้งความนิยมของผู้ชมต่อรายการ (Rating) ทั้งนี้ ช่วงที่อัตราค่าโฆษณาสูงสุด คือ ช่วงละครหลังข่าว (20:30-22:30 น.) รองลงมา คือช่วงช้างเค็ยละคร (18:30-20.30 น.และ 22:30-23:30 น.) และปกติในอดีตที่ผ่านมา บางกอกฯมีการปรับอัตราค่าโฆษณาทุกปี โดยการปรับอัตราค่าโฆษณาจะพิจารณาตามความเหมาะสมของตลาดโดยรวม

ลักษณะของลูกค้าและความสัมพันธ์ของลูกค้ากับกลุ่มบีอีซี เวิลด์

เนื่องจากรายได้ของธุรกิจนี้มาจากการขายเวลาโฆษณาสินค้าเป็นหลัก ลูกค้าที่เป็นบริษัทตัวแทนโฆษณา(Advertising Agency) และรับจ้างบริหารงานโฆษณาให้กับเจ้าของสินค้า หรือเจ้าของสินค้า หรือบริการที่จองซื้อเวลาโฆษณาเพื่อนำเสนอรายการโฆษณาของตนเอง ซึ่งลูกค้าทั้งสองประเภทนี้ไม่ได้รับสิทธิพิเศษใดๆจากกลุ่มบีอีซี เวิลด์ หรือบริษัทย่อย และกลุ่มบีอีซี เวิลด์ไม่มีนโยบายทำข้อตกลงผูกพันการขายเวลาโฆษณาระยะยาวกับกลุ่มลูกค้าแต่อย่างใด การที่ลูกค้าจะทำการโฆษณามากหรือน้อยนั้น ขึ้นอยู่กับการแข่งขันในแต่ละธุรกิจ ผู้โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์รายใหญ่จะเป็นผู้ผลิตผู้ขายสินค้าอุปโภค บริโภคเป็นหลัก ในระยะหลังเริ่มมีผู้ให้บริการด้านโทรคมนาคม ผู้ผลิตรถยนต์ และผู้ประกอบการในธุรกิจการเงินเข้ามาเพิ่มในฐานะผู้โฆษณารายใหญ่

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมโทรทัศน์

ธุรกิจโทรทัศน์ในประเทศ อาจแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ (1) ธุรกิจโทรทัศน์ปกติ ระบบอนาล็อก และระบบดิจิทัล และ(2) ธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก

1. ธุรกิจโทรทัศน์ปกติ นั้น ปัจจุบันธุรกิจโทรทัศน์ปกติได้เปลี่ยนแปลงไปมาก จากเดิมที่กระจุกตัวอยู่กับเครือข่ายหลัก 6 เครือข่าย ออกอากาศโดยเทคโนโลยีเดิม ในระบบอนาล็อก โดยที่ 5 เครือข่ายเดิม (ช่อง 3 - ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด - บริษัทย่อยของปิอีซี เวิลด์, ช่อง 5, ช่อง 7, ช่อง 9 และช่อง 11) ออกอากาศโดยคลื่น VHF เป็นหลัก และ เครือข่ายใหม่ “ไทยพีบีเอส” (Thai PBS) (ซึ่งเริ่มในชื่อ “ITV” แล้วเปลี่ยนแปลงเป็น “T-ITV” ก่อนแปรสภาพมาเป็นเครือข่ายที่ให้บริการในฐานะบริการสาธารณะเช่นปัจจุบัน) ออกอากาศโดยคลื่น UHF แม้ ณ ปัจจุบันทุกเครือข่ายมีพื้นที่ออกอากาศครอบคลุมทั่วประเทศในขนาดที่ใกล้เคียงกัน แต่เนื่องจากความนิยมที่ได้สร้างสะสมมาเป็นเวลานาน การแข่งขันจึงกระจุกตัวอยู่ในระหว่าง 2 เครือข่ายหลัก คือ “ช่อง 3” และ “ช่อง 7” ซึ่งมีส่วนแบ่ง “ผู้ชม” รวมกันได้สูงถึงประมาณร้อยละ 70 (ข้อมูลก่อนที่จะขยายรวมเอาช่องรายการใหม่ๆ ในระบบอื่นเข้ามา) โดยที่ทาง “ช่อง 7” อยู่ในฐานะที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้นำตลาดในเรื่องสัดส่วน “ผู้ชม” จากการที่ “ช่อง 7” สามารถสร้างเครือข่ายให้ครอบคลุมทั่วประเทศได้ก่อนเครือข่ายอื่นๆ จึงได้เปรียบในการสร้างฐาน “ผู้ชม” อีกทั้งการที่ “ช่อง 7” เลือกที่จะมุ่งเน้นกลุ่ม “ผู้ชม” ที่มีวิถีชีวิตที่ไม่ซับซ้อน สอดคล้องกับบุคลิกของคอนเซนทริกที่เป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ จึงมีส่วนแบ่ง “ผู้ชม” ประมาณร้อยละ 40 ในขณะที่ “ช่อง 3” ที่ในช่วงต้นเข้าถึงได้เฉพาะ “ผู้ชม” ในส่วนที่เป็นคนเมือง จึงมีฐาน “ผู้ชม” ที่แคบกว่า แม้ว่าในช่วงยี่สิบปีหลังนี้ “ช่อง 3” ได้ขยายเครือข่าย สามารถเข้าถึง “ผู้ชม” ได้ทั่วประเทศเท่าเทียมกับเครือข่ายอื่น และได้มีการนำเสนอรายการในรูปแบบต่างๆ เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการสร้างความหลากหลายของฐาน “ผู้ชม” ของ “ช่อง 3” แต่ก็ยังมีส่วนแบ่ง “ผู้ชม” เป็นอันดับที่ 2 มีส่วนแบ่ง “ผู้ชม” ประมาณร้อยละ 30 ต่ำกว่าที่ “ช่อง 7” มีอยู่พอสมควร ส่วนอีก 4 เครือข่ายที่เหลือนั้น ต่างมี “ผู้ชม” อยู่ในระดับร้อยละ 10 หรือต่ำกว่า โดยที่ “ช่อง 11” เป็นเครือข่ายที่มี “ผู้ชม” น้อยที่สุดในภาวะปกติ

ในข้อเท็จจริงนั้น ธุรกิจและการแข่งขันไม่ได้มีอยู่แต่เฉพาะในระหว่าง 6 ช่องรายการโทรทัศน์ดั้งเดิม (ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และ Thai PBS) ที่รับชมผ่านเสาอากาศ เท่านั้น มาหลายปีแล้ว แต่ยังมีช่องรายการโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นภาษาไทย ที่เปิดให้ผู้ชมสามารถรับชมได้โดยเป็นการทั่วไป โดยไม่มีการจำกัดสิทธิและเรียกร้องค่าตอบแทนใดๆ จากผู้ชม (Free TV) อยู่อีกมากกว่าร้อยละ 40 ของช่องรายการ เพียงแต่ว่าช่องรายการต่างๆ นอกเหนือ จาก 6 ช่องที่เป็นที่คุ้นเคยเหล่านั้น เป็นช่องรายการที่ต้องรับชมผ่านเครื่องรับชมผ่านจานดาวเทียม หรือรับชมผ่านสายเคเบิล จึงมีเพียงครัวเรือนที่ได้ลงทุนติดตั้งเครื่องรับชมช่องรายการผ่านดาวเทียม หรือผ่านสายเคเบิล แล้วเท่านั้น ที่จะสามารถรับชมช่องรายการเหล่านี้ได้ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากปัญหาเรื่องคุณภาพการรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านเสาอากาศ ที่แตกต่างกันมากในแต่ละครัวเรือน จากปัจจัยสถานที่ตั้งครัวเรือน สภาพแวดล้อมของที่ตั้งครัวเรือน และ ระยะห่างจากที่ตั้งครัวเรือนกับเสาส่ง ประกอบกับปัจจัยเรื่องคุณภาพ/ต้นทุนติดตั้งกับค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษา ของระบบเสาอากาศซึ่งโดยทั่วไปสูงกว่าเครื่องรับชมช่องรายการผ่านดาวเทียม ดังนั้นจึงมีปรากฏการณ์ “ล้มเสา/ติดตั้งจาน” กันมากขึ้นอย่างก้าวกระโดด ในระยะมากกว่า 10 ปีที่ผ่านมา จนเชื่อกันว่าปัจจุบันนี้มีครัวเรือนที่ใช้เครื่องรับชมช่องรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เป็นอุปกรณ์หลักในการรับชมรายการโทรทัศน์

มากกว่าร้อยละ 70 ของครัวเรือนทั่วประเทศ ดังนั้นการแข่งขันกันเองในระหว่างผู้ให้บริการช่องรายการโทรทัศน์นั้น จึงมีได้จำกัดอยู่แต่ในระหว่าง 6 ช่องรายการเดิมนั้น มาหลายปีแล้ว ในปีพ.ศ. 2557 หลังจากที่มีการประมูลช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการธุรกิจ จำนวน 24 ใบอนุญาตเมื่อปลายปีพ.ศ. 2556 ก็มีบางส่วนของช่องรายการเหล่านี้ได้ย้ายมาร่วมดำเนินการในฐานะช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลด้วยหลายช่องรายการ

อุตสาหกรรมกำลังจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอีกระดับหนึ่ง จากการที่เริ่มมีช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินใหม่อีกหลายช่องรายการในระบบดิจิทัล อันเป็นผลสืบเนื่องจากการปฏิรูปสื่อโทรทัศน์ที่ได้มีการเริ่มต้นจากรัฐธรรมนูญฉบับปีพ.ศ. 2540 และ ต่อมา มีการออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องอีกหลายฉบับ ได้แก่ พ.ร.บ. จัดตั้งองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ โดยในช่วงแรกพ.ร.บ. จัดตั้งองค์กรฯ กำหนดให้องค์กรอิสระในรูปแบบแผดสยาม คือ “กสท.” และ “กทช.” ขึ้นมาทำงานร่วมกันในการดูแล/จัดสรรทรัพยากรสำคัญของประเทศ ซึ่งในที่นี้ก็คือ คลื่นความถี่วิทยุ ที่ใช้ในกิจการวิทยุ/โทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคม แต่อย่างไรก็ตาม แม้จะได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการ “กทช.” เกิดขึ้นมาดูแลกิจการโทรคมนาคม ให้เราเห็นอยู่หลายปี แต่ก็ยังไม่สามารถตั้งคณะกรรมการ “กสท.” ขึ้นได้ จนมีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญฉบับใหม่ในปีพ.ศ. 2550 ซึ่งก็ยังคงแนวคิดที่จะปฏิรูปสื่อฯ โดยผ่านองค์กรอิสระอยู่เช่นเดิม แต่ ได้มีการแก้ไขพ.ร.บ. จัดตั้งองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ ในปีพ.ศ. 2553 รวบรวมองค์กรแผดสยาม “กสท.” และ “กทช.” ให้เป็นองค์กรเดียว คือ “กสทช.” มาจัดสรรคลื่นความถี่ และ กำกับดูแลกิจการวิทยุ/โทรทัศน์ และ โทรคมนาคม และต่อมาจึงได้มีการจัดตั้ง “กสทช.” ขึ้นมาได้สำเร็จ จึงได้มีองค์กรที่มาจัดการปฏิรูปสื่ออย่างจริงจัง และการปฏิรูปก็ได้เกิดขึ้น ในการปฏิรูปกิจการโทรทัศน์ คณะกรรมการ “กสทช.” ได้ดำเนินการภายใต้โครงสร้างที่ได้กำหนดไว้โดย “พ.ร.บ. การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์-พ.ศ. 2551” ที่ได้แบ่งแยกกิจการวิทยุ/โทรทัศน์ ออกเป็นสอง (2) ส่วน ได้แก่ (1) กิจการที่ต้องใช้คลื่นความถี่ และ (2) กิจการที่ไม่ต้องใช้คลื่นความถี่ โดยที่ “กสทช.” ได้ตัดสินใจจะดำเนินการปฏิรูปโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ ไปพร้อมๆ กับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่ใช้ในการดำเนินการออกอากาศ โดยได้ริเริ่มให้มีการออกอากาศโดยเทคโนโลยีใหม่ -ที่รู้จักกันในชื่อดิจิทัลทีวี- โดยที่ช่องรายการใหม่ในระบบดิจิทัลทีวีนั้น จะมีทั้งหมดที่สับแปด (48) ช่องรายการ ประกอบด้วย ช่องรายการประเภทบริการสาธารณะจำนวน 12 ช่องรายการ ซึ่งส่วนใหญ่จะดำเนินการโดยภาครัฐ และ ช่องรายการประเภทบริการชุมชนจำนวน 12 ช่องรายการ ซึ่งส่วนใหญ่จะดำเนินการโดยองค์กรที่ไม่ประสงค์จะหากำไร และมีช่องรายการประเภทบริการเพื่อการพาณิชย์จำนวน 24 ช่องรายการ ซึ่งจะดำเนินการโดยเอกชนและรัฐวิสาหกิจ ที่ชนะการประมูลได้รับใบอนุญาตจาก “กสทช.” ช่องรายการของกิจการที่ใช้คลื่นความถี่นี้ต้องเปิดให้ผู้ชมสามารถรับชมได้โดยเป็นการทั่วไปโดยไม่มีการจำกัดสิทธิและเรียกร้องค่าตอบแทนใดๆจากผู้ชม เฉพาะช่องรายการประเภทบริการเพื่อการพาณิชย์ และ ช่องรายการประเภทบริการสาธารณะบางช่อง ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อความมั่นคงของรัฐหรือความปลอดภัยสาธารณะเท่านั้น ที่ได้รับอนุญาตให้หารายได้โดยการรับโฆษณาได้ โดยที่ช่องรายการประเภทบริการสาธารณะส่วนใหญ่จะดำเนินการโดยงบประมาณของภาครัฐ ในขณะที่ช่องรายการประเภทบริการชุมชนอาจจะขอรับความสนับสนุนทางการเงินจาก “กสทช.” ก็ได้ ในช่วงต้นเริ่มตั้งแต่ต้นเมษายนปีพ.ศ. 2557 มีเพียงช่องรายการประเภทบริการเพื่อการพาณิชย์จำนวน 24 ช่องรายการ และช่องรายการประเภทบริการสาธารณะที่ดำเนินการโดยผู้ให้บริการเดิม (ช่อง 5, ช่อง 11 และ Thai PBS) เท่านั้น เนื่องจากกระบวนการในการออกใบอนุญาตช่องรายการประเภทบริการสาธารณะและบริการชุมชนนั้นยังไม่ได้เริ่ม

ในการดำเนินการออกอากาศช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลทีวีนี้ “กสทช.”ได้กำหนด แยกการดำเนินการออกเป็นส่วนๆ ไม่อนุญาตให้ผู้ประกอบการดำเนินการเต็มรูปแบบตามระบบแบบเดิมได้อีกต่อไป โดยได้แยกการดำเนินการออกเป็น2ส่วนใหญ่ คือส่วนการดำเนินการออกอากาศให้เป็นหน้าที่ของ “ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์”(Network Provider) และส่วนที่เป็นการจัดการด้านรายการและการหารายได้เป็นหน้าที่ของ “ผู้ให้บริการช่องรายการ” โดยที่ผู้ประกอบการต้องขอใบอนุญาตเป็นส่วนๆ

ในส่วนของผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ (Network Provider) นั้น“กสทช.”ได้ออกใบอนุญาตให้ “ททบ.” “กรมประชาสัมพันธ์” “Thai PBS” และ “อสมท.” ดำเนินการ รวม5Networks โดยที่ “ททบ.” ได้รับอนุญาตให้ดำเนินการ 2 Networks ทุกNetworks ได้เริ่มให้บริการตั้งแต่เมษายนปี พ.ศ. 2557แล้ว โดยที่“กสทช.”กำหนดให้ Network Provider จะต้องให้บริการครอบคลุมร้อยละ50ของจำนวนครัวเรือนเมื่อสิ้นสุดปีแรก ขยายเป็นร้อยละ80ของของจำนวนครัวเรือนเมื่อสิ้นสุดปีที่2 ขยายเป็นร้อยละ90ของของจำนวนครัวเรือนเมื่อสิ้นสุดปีที่3 และขยายเป็นร้อยละ95ของจำนวนครัวเรือนเมื่อสิ้นสุดปีที่4

ในส่วนของผู้ให้บริการประเภทบริการเพื่อการพาณิชย์ใหม่จำนวน24ช่องรายการ ได้มีการแบ่งแยกย่อยออกเป็น3หมวดใหญ่4หมวดย่อย คือ (1)ช่องรายการ“ทั่วไป” ซึ่งก็แยกออกเป็น2แบบ ได้แก่แบบคมชัดสูง และแบบคมชัดปกติ แบบละ7ช่องรายการ (2)ช่องรายการ“ข่าว” จำนวน7ช่องรายการ และ(3)ช่องรายการสำหรับ“เด็ก เยาวชน และครอบครัว” จำนวน3ช่องรายการ โดยที่ช่องรายการหมวด“ข่าว”และ “เด็ก เยาวชน และครอบครัว”นั้นเป็นการออกอากาศแบบคมชัดปกติ ใบอนุญาตประเภทบริการเพื่อการพาณิชย์นี้จะออกให้โดยการประมูลเท่านั้น และ“กสทช.”กำหนดให้แต่ละกลุ่มบริษัทสามารถดำเนินการได้เพียง3หมวดย่อย โดยให้เลือกว่าจะเอาช่องรายการ“ทั่วไป”แบบคมชัดสูงหรือจะเอาช่องรายการ“ข่าว”อย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น โดยที่ใบอนุญาตมีอายุ15ปี

การประมูลใบอนุญาต“ช่องรายการ”บริการเพื่อการพาณิชย์นั้นเสร็จสิ้นแล้ว โดยที่ใบอนุญาตช่องรายการ “ทั่วไป”แบบความคมชัดสูง มีราคาประมูลอยู่ในช่วง 3,530-3,320ล้านบาท ช่องรายการ“ทั่วไป”แบบคมชัดปกติอยู่ในช่วง2,355-2,200ล้านบาท ช่อง“ข่าว”อยู่ในช่วง1,338-1,298ล้านบาท และช่อง“เด็ก เยาวชน และครอบครัว”อยู่ในช่วง666-648ล้านบาท ในขณะที่ผู้ที่ประมูลไม่ได้ส่วนใหญ่ก็ได้เสนอราคาต่ำกว่าผู้ชนะการประมูลเพียงไม่กี่ช่วงราคา

“ปิอีซี-มัลติมีเดีย” บริษัทย่อยของปิอีซี เวิลด์ ชนะการประมูล ได้สิทธิได้รับใบอนุญาตทั้ง3หมวด เต็มที่ตามที่ได้รับอนุญาต โดยที่“ปิอีซี-มัลติมีเดีย”ได้เลือกที่จะประมูลเอาช่องรายการ“ทั่วไป”แบบความคมชัดสูงแทนที่จะเอา“ช่องข่าว” และมีอีก5กลุ่มที่ประมูลได้สิทธิกลุ่มละ2หมวด ได้แก่ กลุ่ม“อสมท.”, กลุ่ม“ทรู”, กลุ่ม“จีเอ็มเอ็ม.”, กลุ่ม“เนชั่น” และ กลุ่ม“ทีวี พูล” ในขณะที่มีอีก11บริษัทที่ได้สิทธิไปบริษัทละ1หมวด

การแข่งขันระหว่างช่องรายการโทรทัศน์นั้น รุนแรงมาตั้งแต่ต้น แม้ในช่วงต้นที่มีช่องรายการโทรทัศน์เพียงไม่กี่ช่องรายการ เนื่องจากช่องรายการโทรทัศน์ปกตินี้ไม่อาจจะเรียกร้อยได้จาก“ผู้ชม”ได้โดยตรง รายได้โฆษณาจึงเป็นรายได้หลักจากการประกอบกิจการให้บริการช่องโทรทัศน์เหล่านี้ ดังนั้นช่องรายการโทรทัศน์เหล่านี้จึงมีตลาด/มีลูกค้า/มีการแข่งขัน ซ้อนกันอยู่สอง(2)ชั้น คือ “ผู้ชม” และ “ผู้โฆษณา” โดยที่ช่องรายการต้องมี“ผู้ชม” จึงจะมีสภาพเป็น“สื่อ” จึงจะมีลูกค้า“ผู้โฆษณา”มาใช้บริการใน

ฐานะสื่อโฆษณา ดังนั้นเพื่อให้เป็น“สื่อ”ที่มีประสิทธิภาพ/ประสิทธิผล ผู้ให้บริการช่องรายการต่างก็มุ่งหวังแย่ง “ผู้ชม” ให้ชมรายการของตนพร้อมๆกันให้มากที่สุด ให้นานที่สุด และเนื่องจากคนเรานั้นสามารถรับชมได้เพียงหนึ่ง(1)รายการในแต่ละช่วงเวลา เมื่อเลือกจะดูช่องรายการใดแล้ว ช่องรายการอื่นๆในช่วงเวลาเดียวกันก็จะเสียคนดูคนนี้ไป (Winner Takes All) นี่จึงเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้การแข่งขันรุนแรงมาตั้งแต่ต้น และเนื่องจากพฤติกรรมของคนส่วนใหญ่ในการใช้ชีวิตประจำวัน ที่ต้องศึกษา/ทำมาหากินในช่วงกลางวัน และพักผ่อน/หลับนอนในช่วงกลางคืน ดังนั้นช่วงเวลาที่มีคนจะสามารถมาเป็น “ผู้ชม” รายการโทรทัศน์ได้พร้อมๆกันมากๆ จึงมีอยู่จำกัดเพียง ช่วงเวลาเย็นค่ำถึงก่อนเวลาเช้านอน นี่จึงเป็นช่วงเวลาที่ดีที่สุดของกิจการโทรทัศน์ในฐานะ “สื่อ” และจากการที่คนส่วนใหญ่มีวันหยุดไม่ต้องศึกษา/ไม่ต้องไปทำงานกันในวันหยุด/วันสุดสัปดาห์ ทำให้ช่วงเวลากลางวันของวันหยุด/วันสุดสัปดาห์ เป็นอีกช่วงเวลาหนึ่ง ที่ช่องรายการต่างๆมีโอกาสที่จะเป็นสื่อ ที่มีประสิทธิภาพ/ประสิทธิผลได้ดีอีกช่วงเวลาหนึ่ง และเนื่องจากในอดีตเมื่อเม็ดเงินโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ยังเป็นเงินก้อนเล็ก การแข่งขันของช่องรายการโทรทัศน์จึงกระจุกตัวอยู่ในช่วงเวลาเหล่านี้เป็นหลัก ทำให้การแข่งขันในช่วงเวลาที่ว่านี้จึงรุนแรงมากกว่าช่วงเวลาอื่นๆ แต่เมื่อเม็ดเงินโฆษณาโตขึ้น/มีความหลากหลายมากขึ้นก็มีส่วนช่วยให้การแข่งขันขยายตัวตามด้วย จนอาจกล่าวได้ว่าปัจจุบันมีการแข่งขันกันแทบทุกช่วงเวลาตลอดทั้งวันแล้ว

ในส่วนของการแข่งขันในแง่ธุรกิจ ระหว่างช่องรายการช่องรายการโทรทัศน์ปกติ ของเครือข่ายหลัก 6 เครือข่ายดั้งเดิมที่มีผู้ให้บริการเพื่อการพาณิชย์เพียง 5 เครือข่าย โดยที่ “ไทยพีบีเอส” ได้แปรสภาพมาเป็นเป็นเครือข่ายที่ให้บริการในฐานะบริการสาธารณะ ที่ไม่มีโฆษณามาตั้งแต่ช่วงต้นปี.ศ.2551 โดยที่ “เอจิปติสเอ็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย)” ได้รายงานว่าการใช้เงินโฆษณาผ่านช่องรายการโทรทัศน์ปกติทั้ง 5 เครือข่ายนั้น เป็นยอดรวมสูงกว่าร้อยละ 50 ของการใช้เงินโฆษณารวม ทั้งอุตสาหกรรม ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2540 และมีการเติบโตทุกปี เว้นช่วงปีพ.ศ.2550 และพ.ศ.2551 ที่อยู่ในภาวะทรงตัวจากการเปลี่ยนแปลงของ “ไอทีวี” เป็น “ทีไอทีวี” ก่อนแปรสภาพมาเป็นเครือข่ายที่ให้บริการในฐานะบริการสาธารณะที่ไม่มีโฆษณา เป็น “ไทยพีบีเอส” เช่นปัจจุบัน โดยที่การใช้เงินโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ปกตินี้มีการเติบโตในอัตราที่สูงกว่าอุตสาหกรรม ทำให้สื่อโทรทัศน์มีส่วนแบ่งตลาดเม็ดเงินโฆษณาสูงขึ้น เป็นสัดส่วนสูงกว่าร้อยละ 60 ต่อเนื่องกันมาตั้งแต่ปีพ.ศ.2554

ESTIMATED TOTAL ADVERTISING EXPENDITURE BY MEDIUM YTD Dec 2014 VS YTD Dec 2013						
BAHT MILLIONS						
MEDIA	2014	SOV%	2013	SOV%	Diff.	%Change
TV	63,776	62.31	69,249	61.23	-(5,473)	-(7.90)
RADIO	5,625	5.50	6,320	5.59	-(695)	-(11.00)
NEWSPAPERS	13,166	12.86	15,256	13.49	-(2,090)	-(13.70)
MAGAZINES	4,721	4.61	5,674	5.02	-(953)	-(16.80)
CINEMA	4,351	4.25	5,368	4.75	-(1,018)	-(18.96)
OUTDOOR	3,990	3.90	4,167	3.68	-(177)	-(4.25)
TRANSIT	3,806	3.72	3,530	3.12	276	7.82
IN STORE	1,963	1.92	2,655	2.35	-(692)	-(26.06)
INTERNET	950	0.93	877	0.78	73	8.32
TOTAL	102,346	100	113,097	100	-(10,751)	-(9.51)

Source by: Data Expenditure by Medium from The Nielsen Company (Thailand)

อย่างไรก็ตาม, “เดอะนิลเสน”ได้รายงานด้วยว่า ทั้งสองเครือข่ายใหญ่ทั้ง“ช่อง3”และ“ช่อง7”นี้ต่างก็มี ส่วนแบ่ง“เม็ดเงินโฆษณา”ต่ำกว่าส่วนแบ่ง“ผู้ชม”ที่ทำได้ โดยที่ส่วนต่างของส่วนแบ่งตลาดเม็ดเงินโฆษณา ระหว่างสองเครือข่ายนี้ไม่ห่างกันมากเช่นส่วนแบ่ง“ผู้ชม” แต่สำหรับเครือข่ายที่เหลือทุกช่องรายการล้วน ต่างมีส่วนแบ่ง“เม็ดเงินโฆษณา”สูงกว่าส่วนแบ่ง“ผู้ชม” แต่ก็ไม่มีใครสามารถยืนยันความถูกต้องแม่นยำ ของรายงานส่วนแบ่งตลาดที่วางนี้ และแม้ว่าส่วนแบ่งการตลาดของสองเครือข่ายใหญ่จะอยู่ในอัตราสูงก็ จริง แต่เครือข่ายอื่นๆก็ไม่ได้อยู่นิ่ง และได้พยายามที่จะปรับเพิ่มส่วนแบ่งตลาดของตัวเองขึ้นด้วยกันทั้งนั้น

รายการต่างๆของ“ปิอีซี” นั้นก็ดำเนินการตามที่สภาวะตลาดกำหนด โดยที่ในช่วงต้นๆ“ปิอีซี” มุ่งเน้นทำ ธุรกิจเฉพาะในช่วงเวลาหัวค่ำถึงเวลาก่อนนอนของผู้คนโดยทั่วไป และเนื่องการกระจายรายได้ในอดีตก็ กระจุกตัวอยู่แต่ในกรุงเทพฯเป็นหลัก ซึ่งก็เป็นที่น่าทึ่งที่ทราบว่าปัญหาการจราจร ประกอบกับวิถีชีวิตคน เมือง ดังนั้นช่วงเวลาที่สำคัญที่สุดของธุรกิจโทรทัศน์จึงเป็นช่วงเวลาดีกว่าปกติเล็กน้อย คือช่วงเวลาหลัง 20นาฬิกาถึงเวลาที่คาดว่าคนส่วนใหญ่เริ่มเข้านอน นี่จึงเป็นช่วงเวลา“ปิอีซี”มีอัตราค่าเวลาโฆษณาสูง ที่สุดของวัน แต่เมื่อเม็ดเงินโฆษณามีการขยายตัวเป็นจำนวนมากขึ้น “ปิอีซี”ก็ขยายเวลาทำธุรกิจให้ ยาวตามไปด้วย มีการขยายเวลาที่นำเสนอรายการที่สำคัญเพิ่มขึ้นทั้งก่อนช่วงหัวค่ำและที่ตามหลังเวลาที่ สำคัญที่สุดนั้น และเมื่อความต้องการเวลาโฆษณามีความซับซ้อนมากขึ้น “ปิอีซี”ก็เริ่มขยายธุรกิจมาใน ช่วงเวลากลางวันด้วย โดยเริ่มจากเวลากลางวันของช่วงสุดสัปดาห์(วันเสาร์/วันอาทิตย์)ก่อน แล้วจึงมาทำ ธุรกิจในช่วงกลางวันของวันทำงาน โดยที่“ปิอีซี”ได้ทำธุรกิจตลอด24ชั่วโมงต่อเนื่องกันมาหลายปีแล้ว ตั้งแต่ปีพ.ศ.2554เป็นต้นมา

ในฐานะ“สื่อโฆษณา”นั้น ประเด็น“การเข้าถึงผู้ชม”/“การมีผู้ชม”อย่างสม่ำเสมอ เป็นประเด็นหลักในการ ประกอบกิจการ เนื่องจากการออกอากาศโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่เพิ่งจะนำเข้ามาใช้ ในประเทศไทย ต่างออกไปจากระบบเดิมที่ออกอากาศมากกว่า50ปี การเข้าถึง“ผู้ชม”ของโทรทัศน์ระบบ ดิจิตอล จึงขึ้นอยู่กับกำกับการดำเนินการออกอากาศโดย“ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์” (Network Provider) ที่จะเริ่มในช่วงต้นของเดือนเมษายนปีนี้ จึงมีประเด็นระยะขยายโครงข่าย(Roll-out) และ ความพร้อม ของเครื่องรับ เป็นเรื่องสำคัญในการกำหนดจำนวน“การเข้าถึง” อีกทั้งในส่วนของผู้ชมนั้น ก่อนปีพ.ศ. 2557ยังไม่มีครัวเรือนใดในประเทศไทยที่มีความสามารถในการรับชมช่องรายการของโทรทัศน์ระบบ ดิจิตอลนี้ และเพื่อให้สามารถ“เข้าถึง”ช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลนี้ นอกจากต้องรอให้ Network Provider สร้างโครงข่ายให้ครอบคลุมถึงตนแล้ว จะต้องเตรียมความพร้อมในเรื่องเครื่องรับและ ระบบเสาอากาศด้วย หากครัวเรือนนั้นอยู่ในเขตเทศบาลและ Network Provider ทำได้จริงตามที่ถูก กำหนด ครัวเรือนนั้นก็โชคดีไม่ต้องมีปัญหาก็ต้องลงทุนเพิ่มในการกลับไปติดตั้งเสาอากาศภายนอก อาคารบนหลังคา แต่หากไม่โชคดีเช่นนั้นการติดตั้งเสาอากาศภายนอกก็จะเป็นปัญหาเพิ่มสำหรับ ครอบครัวนั้นๆ

ในส่วนของผู้ชม ผู้ชมมีทางเลือกในการรับชมช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลหลายอย่าง อยู่กับ ระดับงบประมาณและความต้องการ วิธีที่น่าจะง่ายที่สุดและประหยัดที่สุด(โดยเฉพาะหากโชคดีสามารถ รับชมโดยเสาอากาศภายในได้ด้วย)ก็คือการใช้กล่องเครื่องรับเสริม (Set-Top Box) ซึ่ง “กสทช.”ได้แจก คุปองช่วยค่าใช้จ่ายในการจัดหากล่องที่วางนี้ เพราะกล่องนี้จะช่วยให้ผู้ชมสามารถรับชมช่องรายการใหม่ๆ นี้ทางเครื่องรับโทรทัศน์เดิมที่ผู้ชมมีอยู่แล้วได้ แต่หากต้องการจะรับชมรายการในระดับความคมชัดที่

เพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นระดับความคมชัดปกติหรือความคมชัดสูง ก็จำเป็นต้องลงทุนเพิ่มเปลี่ยนเครื่องรับโทรทัศน์ให้เป็นเครื่องรับรุ่นใหม่ที่รู้จักกันในรูป “จอแบน” ที่มีความสามารถในการแสดงภาพในระดับความคมชัดสูง จึงจะสามารถรับชมรายการของช่องรายการใหม่ได้เต็มประสิทธิภาพตามที่ผู้ให้บริการนำเสนอ อย่างไรก็ตามการแจกคูปองช่วยค่าใช้จ่ายในการจัดหากล่องที่ว่านั้น ก็ต้องรอให้ดำเนินการหลังจากที่ Network Provider สร้างโครงข่ายให้ครอบคลุมถึงพื้นที่เหล่านั้นแล้ว แต่เนื่องจากกฎที่ “กสทช.” บังคับให้ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม และผ่านโครงข่ายสายเคเบิล ให้ต้องนำช่องรายการช่องประเภทบริการเพื่อการพาณิชย์ และช่องรายการประเภทบริการสาธารณะทุกช่องรายการ ไปบริการผู้ใช้โครงข่ายเหล่านั้นด้วย ดังนั้นผู้ชมโทรทัศน์กว่าร้อยละ 70 ก็จะสามารถรับชมช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลผ่านอุปกรณ์เดิมที่มีได้อยู่แล้ว ประเด็นการแจกคูปองช่วยค่าใช้จ่ายในการจัดหากล่องที่ว่านั้นจึงไม่ใช่ประเด็นที่สำคัญในการเข้าถึงผู้ชม โดยเฉพาะสำหรับผู้ชมที่ยังไม่มีเครื่องรับที่มีความสามารถในการแสดงภาพในระดับความคมชัดสูง

การที่กลุ่ม บีอีซี เวิลด์ จะดำเนินการ “ช่องรายการใหม่” อีก 3 ช่อง จะเป็นการช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ นักลงทุน/ผู้ถือหุ้นของ “บีอีซี” ว่าจะมีการต่อเนื่องของธุรกิจหลักของ บีอีซี เวิลด์ หลังสัญญาปัจจุบันของ “ช่อง 3” สิ้นสุดลง เป็นการสร้างช่องทางหารายได้ใหม่ให้ “บีอีซี” อีกทั้งช่วยสร้างความพึงพอใจในงานของบุคลากรของเราให้สูงขึ้น ช่วยให้เราสามารถดึงดูด ชักชวน พัฒนา รักษา คนที่มีฝีมือให้มาร่วมงานกับเราได้ดีขึ้น เปิดโอกาสให้ “บีอีซี” ได้ใช้ ทรัพยากร และ รายการ ที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นให้บริการลูกค้าให้ได้ดีขึ้น ให้เข้าถึงผู้ชมได้กว้างและลึกมากขึ้น มั่นคงขึ้น ช่วยให้ความสัมพันธ์ระหว่าง “บีอีซี” กับสังคม คนดู ทำได้กว้าง หลากหลาย และลึกมากขึ้น อีกทั้งจะช่วยให้ความสัมพันธ์นั้นมีความมั่นคงยิ่งขึ้น โดยที่ช่องรายการใหม่ของ “บีอีซี” จะมีบุคลิกชัดเจนกว่า “ช่อง 3” มุ่งให้บริการกลุ่มคนดูที่ชัดเจนแคบกว่า “ช่อง 3” เป็นช่องรายการสำหรับตลาดเฉพาะกลุ่ม (NICHE MARKET) ที่ชัดเจน “บีอีซี” ไม่มีความจำเป็นและไม่เป็นประโยชน์ที่จะทำช่องรายการให้คล้าย หรือ ใกล้เคียงกับช่องรายการเดิม ซึ่งก็สอดคล้องกับภาวะแวดล้อมที่จะมีช่องรายการใหม่ในระบบเดียวกันเพิ่มขึ้นพร้อมๆ กันเป็นจำนวนมาก ในช่วงต้น ช่องรายการใหม่จะมุ่งเน้นลงทุนเฉพาะช่วงเวลาสั้นๆ ในแต่ละวัน ที่เชื่อว่ามีโอกาสสร้าง “ผู้ชม” และ “รายได้” ให้ “บีอีซี” ได้ในระยะเวลายันสั้น เพราะจะช่วยลดภาระการลงทุนและความเสี่ยง จากความจำเป็นที่ต้องใช้เงินลงทุน ทรัพยากร และเวลาในการ สร้าง “ผู้ชม” แนะนำตัวให้เป็นที่รู้จัก แม้ “บีอีซี” จะได้เปรียบช่องรายการอื่นจากการที่สามารถใช้ “ช่อง 3” ช่วยประชาสัมพันธ์รายการใหม่นั้นแล้วก็ตาม ช่วงเวลาสั้นๆ ในแต่ละวันที่ว่านี้จะถูกกำหนดโดยการกำหนดเป้าหมายกลุ่มคนดูที่จะเป็น “ผู้ชม” ของช่องรายการนั้นๆ ประกอบกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ นั่นเอง และเมื่อรายการนั้นๆ ประสบความสำเร็จได้ระดับหนึ่งแล้วก็จะเป็นหลักกำหนดทิศทาง ที่จะช่วยให้การขยายธุรกิจ/ขยายเวลาการให้บริการ ให้เป็นไปได้ง่ายและถูกทางมากขึ้น การขยายงานนั้นจะถูกกำหนดโดยอิทธิพลของตลาดสำหรับช่องรายการนั้นๆ นั่นเอง

ในส่วนของช่องรายการโทรทัศน์แบบที่ไม่ต้องใช้คลื่นความถี่ ได้แก่ช่องรายการโทรทัศน์ที่ไม่ต้องใช้เสาอากาศในการรับสัญญาณ ได้แก่ช่องรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ช่องรายการผ่านสายเคเบิล ช่องรายการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ฯลฯ ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ทั้งที่เรียกเก็บค่ารับชมช่องรายการหรือไม่ก็ได้ พ.ร.บ. ประกอบกิจการฯ กำหนดให้ “กสทช.” ให้สิทธิให้ผู้สนใจประกอบกิจการ สามารถยื่นขอใบอนุญาตได้โดยไม่ต้องประมูล ในช่วงต้นนี้ เนื่องจากเป็นช่วงเปลี่ยนผ่าน จากเดิมที่มีผู้ประกอบการได้ดำเนินการให้บริการช่องรายการมากมายโดยไม่มีการขออนุญาตมาก่อน (เนื่องจากได้เกิดขึ้นในช่วงที่ไม่มีกฏกำกับ

ดูแล) “กสทช.” จึงเปิดให้ผู้ประสงค์จะดำเนินการยื่นขอใบอนุญาตได้ โดย“กสทช.”ออกใบอนุญาตช่วงคราวให้เป็นรายปี เพื่อเป็นการประเมินความอยู่รอดของกิจการ ทราบว่าได้มีการออกใบอนุญาตให้ผู้ประกอบการที่ไม่ต้องใช้คลื่นความถี่นี้ไปแล้ว มากกว่า700ใบอนุญาต ซึ่งโดยหลักการแล้ว“กสทช.”ไม่น่าจะมีข้อจำกัดใดๆในการออกใบอนุญาตประเภทนี้ เนื่องจากกิจการประเภทที่ไม่ต้องใช้คลื่นความถี่นี้ ไม่มีข้อจำกัดให้ต้องมาจัดสรรทรัพยากรคลื่นความถี่

2. **ธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกนั้น** แต่เดิมมีผู้ประกอบการระดับประเทศที่ได้รับใบอนุญาตแต่เพียงรายเดียว และมีผู้ประกอบการระดับท้องถิ่นอีกมากมาย ต่อมาเมื่อมีปรากฏการณ์ “ล้มเสา/ติดตั้งจาน” กันมากขึ้นอย่างก้าวกระโดด จนเชื่อกันว่าปัจจุบันนี้มีครัวเรือนที่ใช้เครื่องรับชมช่องรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เป็นอุปกรณ์หลักในการรับชมรายการโทรทัศน์ มากกว่าร้อยละ70ของครัวเรือนทั้งประเทศนั้น ก็มีผู้ประกอบการในธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกในระดับประเทศมากขึ้น แต่โดยรวมนั้น แม้จะได้ดำเนินการมาหลายสิบปีแล้วก็ตาม แต่ก็ยังไม่สามารถขยายฐานจำนวนผู้บอกรับเป็นสมาชิกได้มากนัก ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายได้เปลี่ยนรูปแบบการให้บริการไป จากเดิมที่ให้บริการเฉพาะผู้ที่ยอมจ่ายค่าสมาชิก มาเป็นการเปิดให้สามารถรับชมบางช่องรายการได้โดยไม่ต้องเสียค่าสมาชิก โดยหวังว่าจะหาทางเข้าไปอยู่ในบ้านของผู้ชมก่อน และหวังที่จะหารายได้จากค่าโฆษณาตามมาเสริม แต่ก็ยังไม่สามารถจะแย่งจำนวนผู้ชมส่วนใหญ่ของช่องรายการโทรทัศน์ปกติไปได้อยู่ดี กลุ่ม ปิอีซี เวิลด์ เองก็เป็นผู้จัดทำนายรายการโทรทัศน์รายหนึ่ง ที่ขายสิทธิใช้รายการโทรทัศน์ให้แก่ผู้ดำเนินการธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกด้วย แต่เนื่องจากสถานะการแข่งขันของผู้ดำเนินการในธุรกิจดังกล่าวลดลง เมื่อผู้ประกอบการบางรายรวมตัวกัน ทำให้ความต้องการแข่งขันลดลง ทำให้โอกาสของกลุ่มลดลงตามไปด้วย แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากจุดแข็งด้านรายการของกลุ่ม ปิอีซี เวิลด์ นั้นเป็นที่ยอมรับเห็นได้ชัดเจน เรายังเชื่อมั่นว่าเรายังมีโอกาสหารายได้จากธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกนี้อยู่

(3) **การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ**

การดำเนินงานของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ในด้านการผลิตในฐานะนายสถานีโทรทัศน์นั้น แบ่งงานออกเป็น 1.) การจัดผังรายการ 2.) การจัดหาและผลิตรายการ 3.) การแพร่ภาพออกอากาศ

1.) **การจัดผังรายการ**

การจัดผังรายการเพื่อการออกอากาศ เป็นขั้นตอนในการผสมผสานลักษณะและคุณภาพของรายการกับความต้องการหรือรสนิยมของผู้ชม สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด จะพยายามจัดเวลาของการแพร่ภาพรายการต่างๆ ให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้ชมปัจจัยที่จะใช้ในการตัดสินใจเลือกรายการนั้นจะต้องพิจารณาถึงส่วนประกอบหลักๆ ที่สำคัญ คือ ผังรายการออกอากาศของสถานีโทรทัศน์อื่นๆ ลักษณะของผู้ชม และรายการที่ผู้ชมต้องการชม

2.) **การจัดหาและผลิตรายการ**

การผลิตรายการของสถานีจะมีอยู่ 2 รูปแบบ คือ บางกอกฯจะเป็นผู้ผลิตรายการเองหรือจะจัดหามาจากผู้ผลิตรายอื่น รายการที่บางกอกฯเป็นผู้ผลิตเองเป็นประจำคือ รายการข่าว รายการผู้หญิงถึง

ผู้หญิง เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีรายการเฉพาะกิจอื่นๆ ที่เกิดขึ้นไม่บ่อยนักและขั้นตอนในการดำเนินรายการไม่ยุ่งยากนัก เช่น การถ่ายทอดสด รายการรับบริจาคเงินเพื่อการกุศลต่างๆ ส่วนรายการที่บางกองกร่วมผลิตรายการกับผู้จัดทำและผลิตรายการอื่นนั้น บางกองกรจะกำหนดลักษณะของรายการ และมีส่วนร่วมในการคัดเลือกบทประพันธ์ นักแสดง ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย ในส่วนของการจัดหาและผลิตรายการบันเทิงนั้น ทางบางกองกามีนโยบายที่จะร่วมจัดหา หรือผลิตรายการบันเทิงต่างๆ กับผู้ผลิตรายการทั่วไป ทั้งกับบริษัทในเครือและผู้ผลิตรายการอิสระ โดยจะมีส่วนตั้งแต่การกำหนดประเภทของรายการ การเลือกบทประพันธ์ และจัดทำบทละคร คัดเลือกนักแสดง ผู้กำกับ ผู้ดำเนินรายการ เป็นต้น

3.) การแพร่ภาพออกอากาศ

การส่งสัญญาณภาพของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

เครือข่ายของสถานีฯ มีทั้งสิ้นรวม 32 สถานีกระจายอยู่ทั่วประเทศไทย ดังนี้

ภูมิภาค	จังหวัด	ช่องสัญญาณออกอากาศ
ภาคกลางและตะวันออก	กรุงเทพมหานคร	ระบบ UHF ช่อง 32
	ระยอง, สระแก้ว และประจวบคีรีขันธ์	ช่อง 6
	ตราด	ช่อง 7
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	นครราชสีมา	ระบบ UHF ช่อง 41
	อุบลราชธานี	ช่อง 6
	ขอนแก่น , สกลนคร และสุรินทร์	ช่อง 7
	เลย และหนองบัวลำภู	ช่อง 12
ภาคเหนือ	เชียงใหม่	ระบบ UHF ช่อง 46
	สุโขทัย	ระบบ UHF ช่อง 37
	แพร่, แม่ฮ่องสอน, ลำปาง, ตาก และนครสวรรค์	ช่อง 6
	น่าน	ช่อง 7
	เชียงราย	ช่อง 8
	เพชรบูรณ์	ช่อง 11
ภาคใต้	สงขลา (หาดใหญ่)	ระบบ UHF ช่อง 38
	สตูล	ระบบ UHF ช่อง 55
	สุราษฎร์ธานี, ตรัง, พังงา	ช่อง 6
	ยะลา	ช่อง 9
	ชุมพร, นครศรีธรรมราช, ระนอง และภูเก็ต	ช่อง 11

● ธุรกิจวิทยุ

กลุ่มดำเนินงานธุรกิจวิทยุผ่านบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด [บางกอกฯ] และบริษัท ยู แอนด์ ไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด [ยูแอนด์ไอ] โดยมี บริษัท ปิอีซี-เทโร เรดิโอ จำกัด บริษัทย่อยซึ่งบริษัท ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) เข้าถือหุ้นเพิ่มขึ้นถึง 99.99% เมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2553 [(เดิมชื่อบริษัท เวอร์จิ้น ปิอีซี-เทโร เรดิโอ (ประเทศไทย) จำกัด) ซึ่งเดิมเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัท ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) กับบริษัท เวอร์จิ้น เรดิโอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด] เป็นผู้ขายเวลาโฆษณาและที่ปรึกษาด้านการตลาดและพัฒนารายการ

(1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ในปี 2557 มีการออกอากาศรายการวิทยุรวม 3 สถานี คือ 95.5 VIRGIN HITZ, และ VIRGIN STAR FM98 และEAZY FM 105.5 โดยแต่ละสถานีมีลักษณะเฉพาะที่ต่างกัน ดังนี้

สถานีวิทยุ	วัน/เวลาออกอากาศ/ รัศมีครอบคลุม	ลักษณะรายการ	กลุ่มเป้าหมาย
1. 95.5 VIRGIN HITZ	ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง กรุงเทพฯ และปริมณฑล	รายการวิทยุยอดนิยมของคนรุ่นใหม่ที่ชอบความทันสมัย เปิดเพลงไทยและสากล และดำเนินรายการเป็นภาษาไทย	คนรุ่นใหม่ทั้งชายและหญิง อายุระหว่าง 15-30 ปี
2. EAZY FM 105.5	ทุกวัน 06.00-24.00 น. กรุงเทพฯ และปริมณฑล	รายการวิทยุยอดนิยมของคนที่ทำงานเปิดเพลงสากลที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน และดำเนินรายการเป็นภาษาไทย	กลุ่มคนทำงานทั้งชายและหญิง อายุระหว่าง 18-35 ปี
3. VIRGIN STAR FM98	ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง	รายการวิทยุยอดนิยมของกลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่ เปิดเพลงไทยสากล และเพลงฮิตอินเตอร์ (Hot AC) ที่มีความไพเราะ เป็นเพลงฮิตที่มีความสดใหม่ ร่วมสมัย และดำเนินรายการเป็นภาษาไทย	กลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่ทั้งชายและหญิง อายุระหว่าง 20-40 ปี

(2) การตลาดและการแข่งขัน

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

- มีผู้ร่วมทุนที่แข็งแกร่งและมีแบรนด์ที่เป็นที่นิยมทั่วโลก: บริษัทฯ สรรหาผู้ร่วมทุนที่แข็งแกร่งในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องโดยผู้ร่วมทุนดังกล่าวจะต้องมีชื่อเสียงที่ดี เป็นที่รู้จักและนิยมของคนทั่วไป มีสถานะภาพทางการเงินที่แข็งแกร่ง และมีทีมงานที่มีประสบการณ์ซึ่งสามารถถ่ายทอดให้กับบุคลากรของบริษัทฯ ได้ แม้ปัจจุบันได้ยกเลิกการร่วมทุนแล้ว แต่ก็ยังใช้แบรนด์ และได้รับการสนับสนุนอยู่

- ทีมงานและบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ: ทีมงานและบุคลากรเป็นมืออาชีพที่มีประสบการณ์ในการในประเทศ และต่างประเทศอย่างต่อเนื่องยาวนาน มีผลงานและภาพพจน์ที่ดีเสมอมา

การจำหน่ายและช่องทางจัดจำหน่าย

ช่องทางการจำหน่ายเวลาโฆษณาของธุรกิจวิทยุจะมาจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทโฆษณา(Agency) ซึ่งจะซื้อเวลาโฆษณาจากผู้นำเสนอรายการ และจะเป็นผู้เสนอการจัดสรรและวางแผนการใช้สื่อโฆษณาของลูกค้าผู้เป็นเจ้าของสินค้า โดยในส่วนนี้คิดเป็นอัตราร้อยละ 70 ของยอดขาย และลูกค้าอีกกลุ่มหนึ่งได้แก่ ลูกค้าโดยตรง (Direct Customer) ซึ่งเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ ที่ซื้อเวลาโฆษณาจากผู้นำเสนอรายการโดยตรงคิดเป็นอัตราร้อยละ 30 ของยอดขาย

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ปัจจุบันมีสถานีวิทยุทั่วประเทศทั้งหมด 524 สถานี ไม่นับรวมวิทยุชุมชนที่ดำเนินงานโดยทั้งที่มีและไม่มีใบอนุญาต โดยกระจายเสียงในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียงจำนวน 78 สถานี-ไม่นับรวมวิทยุชุมชน; แบ่งเป็นสถานีที่จัดรายการวิทยุภาค FM 40 สถานี (แหล่งข้อมูลจากกรมประณีย์โทรเลข) ผู้ผลิตรายการจะต้องทำสัญญาเช่าเวลาจากทางเจ้าของสถานีเพื่อจัดรายการ ทั้งนี้ผู้ผลิตรายการต้องมีความพร้อมในด้านเงินทุน ประสบการณ์และความชำนาญ พร้อมทั้งมีบุคลากรที่มีความสามารถอย่างเพียงพอ การแข่งขันระหว่างผู้ผลิตรายการวิทยุจะเน้นการแข่งขันในลักษณะของรายการ รูปแบบรายการที่ชัดเจน คุณภาพของรายการ การรักษากลุ่มผู้ฟังเดิม พร้อมกับการสร้างกลุ่มผู้ฟังใหม่ๆ และพยายามแบ่งกลุ่มผู้ฟังให้ชัดเจน เพื่อให้รายการเป็นที่ต้องการของลูกค้าในการโฆษณา อย่างไรก็ตามรายการใดที่ได้รับความนิยมและมีกลุ่มผู้ฟังของตนเอง จะมีผู้ผลิตรายการรายอื่นเข้ามาแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้ลูกค้าที่บริษัทโฆษณาจะเลือกซื้อโฆษณาโดยพิจารณาจากรายการที่ได้รับความนิยมสูงและอยู่ในช่วงPrime Timeเป็นหลัก

กลุ่มเป้าหมาย	รายการวิทยุของบริษัท	รายการวิทยุของคู่แข่ง
คนรุ่นใหม่ทั้งชายและหญิงอายุระหว่าง 15-30 ปี ผู้นิยมเพลงไทยและสากล	F.M. 95.5 MHz. Virgin Hitz	97.5 Seed FM ของ MCOT
กลุ่มคนทำงานทั้งชายและหญิงอายุระหว่าง 18-35 ปี ผู้นิยมเพลงสากล	F.M. 105.5 MHz EAZY F.M.	FM GET 102.5 MHz. และ FM MET 107.0MHz. ของ MCOT
กลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่ ทั้งชายและหญิงอายุระหว่าง 20-40 ปี ผู้นิยมเพลงไทยสากล ที่มีความไพเราะ ฟังสบาย	F.M. 98.0 MHz Virgin Star	FM 93.0 MHz. Cool และ Green Wave 106.5 FM MHz..

ในส่วนของธุรกิจวิทยุ มีการแข่งขันกันยิ่งกว่าโทรทัศน์ จากจำนวนคลื่นที่มีมากกว่าระบบโทรทัศน์ ทั้งคลื่นเอฟ.เอ็ม.และคลื่นเอ.เอ็ม แต่การที่พื้นที่ครอบคลุมซึ่งเล็กกว่าโทรทัศน์มาก ประกอบกับความพยายามรวมตัวกันให้พื้นที่ให้บริการกว้างขึ้นยังไม่ประสบความสำเร็จ วิทยุจึงจำเป็นต้องสร้างบุคลิกให้เหมาะสมกับผู้ฟังเฉพาะกลุ่ม(NICHE MARKET) เพื่อให้มีบุคลิกที่ชัดเจนเด่นชัดมากขึ้น เมื่อภาวะเศรษฐกิจดีขึ้นเช่นนี้ทำให้โอกาสของสื่อเฉพาะกลุ่มมีมากขึ้นด้วย จึงทำให้สภาวะการแข่งขันในธุรกิจวิทยุมีมากขึ้น

ธุรกิจวิทยุของกลุ่ม ปิอีซี เวิลด์ แต่ละคลื่นเน้นเพียงเฉพาะกลุ่ม(NICHE MARKET)ที่ชัดเจนแตกต่างกันไป และก็ได้บรรลุผลสำเร็จพอสมควร จึงได้มีความพยายามที่จะขยายธุรกิจวิทยุให้ได้กว้างมากขึ้น แต่เนื่องจากการปฏิรูปของอุตสาหกรรมที่ได้ถูกกำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญ มาตั้งแต่ปลายปีพ.ศ.2540 แต่การจัดตั้งองค์กรอิสระที่จะมากำกับดูแลกิจการกระจายเสียงวิทยุ/โทรทัศน์ถูกเลื่อนออกไป จากปัญหาในการจัดตั้ง และแม้ว่าปัจจุบันได้มี“กสทช.”แล้วก็ตาม แต่ก็ยังไม่มีการดำเนินการใดๆเกี่ยวกับใบอนุญาตประกอบกิจการวิทยุ สัญญาดำเนินการในธุรกิจวิทยุส่วนใหญ่จึงกลายเป็นสัญญาระยะสั้น ที่ต้องต่อสัญญากันแทบจะเป็นแบบปีต่อปีทุกปี จึงมีการแข่งขันแย่งชิงรายการวิทยุที่ประสบความสำเร็จกันมากขึ้น และมีส่วนผลักดันให้ต้นทุนในการประกอบกิจการเพิ่มมากขึ้น ทั้งยังอาจขาดความต่อเนื่องหากไม่สามารถรักษาคืนเดิมไว้ได้ แม้บางรายการจะยังสามารถย้ายไปนำเสนอจากช่องรายการใหม่ได้ก็ตาม แต่ก็ส่งผลทำให้ความสามารถในการทำกำไรจากธุรกิจวิทยุนี้ต่ำลง แต่ในส่วนของบริษัท ปิอีซี เวิลด์นั้น เนื่องจาก รายได้ในส่วนนี้ไม่ได้เป็นส่วนที่สูงนักจึงถูกกระทบไม่มาก

- **ธุรกิจสื่อใหม่**

(1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจในกลุ่มจะเป็นการผลิตผลิตภัณฑ์ หรือให้บริการเพื่อให้สอดคล้องและต่อเนื่องกับผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท ปัจจุบันได้ลงทุนในธุรกิจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ ได้แก่ บริษัท ปิอีซีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (BECi) ได้แก่ การให้บริการการดาวน์โหลดริงโทน(Ringtone) ภาพ (Logo/Picture/ Screen Saver) ให้บริการข้อมูลด้วยเสียงทางโทรศัพท์ เป็นต้น อีกทั้งกำลังมองหาช่องทางดำเนินธุรกิจรับ-ส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม และธุรกิจโทรศัพท์ผ่านดาวเทียม ผ่านทางบริษัท บางกอกแซทเทลไลท์ แอนด์ เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด และบริษัท แซทเทลไลท์ ทีวี บรอดคาสติ้ง จำกัด;

(2) การตลาดและการแข่งขัน

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ในส่วนของบริษัทสื่อใหม่ ทั้งในส่วนเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต และการใช้การส่งข้อความทางระบบเครือข่ายโทรศัพท์ ทั้งในส่วนข้อความเสียง ข้อความตัวหนังสือ และข้อความรูปภาพทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ก็มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจาก มีผู้เข้าร่วมให้บริการด้านข้อมูลมากมาย และจำนวนผู้ใช้บริการก็เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด อย่างไรก็ตาม ปัจจัยความสำเร็จในส่วนนี้ขึ้นอยู่กับทั้งเนื้อหาและการประชาสัมพันธ์โฆษณาบริการนั้นๆ ดังนั้นกลุ่ม ปิอีซี เวิลด์ จึงน่าจะมีจุดเด่นกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ ในธุรกิจนี้ อีกทั้งการเข้าร่วมในธุรกิจนี้ก็เป็นโอกาสในอนาคตของกลุ่มเพิ่มรายการต่างๆ ที่กลุ่มถือครองอีกด้วย เพียงแต่ในปัจจุบันธุรกิจนี้ยังมีขนาดเล็กอยู่มากแม้จะมีอัตราการเติบโตดีพอสมควรก็ตาม กลุ่มปิอีซี เวิลด์จึงยังไม่ได้เข้าไปร่วมแข่งขันในธุรกิจนี้อย่างจริงจัง

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ เป็นลักษณะของการให้บริการกับบุคคลทั่วไปที่ใช้โทรศัพท์มือถือหรือผู้เล่นอินเทอร์เน็ต ดังนั้นกลุ่มลูกค้าจึงเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มคนทำงาน หรือกลุ่มบุคคลทั่วไปที่ใช้โทรศัพท์มือถือหรือบุคคลที่มีความสนใจในอินเทอร์เน็ต รับข้อมูลข่าวสาร และส่งข้อความสั้นร่วมลงคะแนนโหวตรายการต่างๆ หรือร่วมแสดงความคิดเห็น กับรายการต่างๆ เป็นต้น

กลุ่มธุรกิจดำเนินการจัดหาและผลิตรายการ

● ธุรกิจจัดหาและผลิตรายการบันเทิงและสารคดี

ดำเนินงานโดย บริษัท ปิอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ริงสิโรตม์วนิช จำกัด บริษัท นิวเวิลด์ โปรดักชั่น จำกัด บริษัท บางกอกเทเลวิชั่น จำกัด บริษัท ทวีป ทีวี เน็ตเวอร์ค จำกัด บริษัท ปิอีซี อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล ดิสทริบิวชั่น จำกัด บริษัท ปิอีซี – เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน); โดยมี บริษัท ฟอร์เอฟเวอร์ ปิอีซี-เทโร จำกัด ดำเนินการจัดหา – ผลิตรายการ เพื่อออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

การจัดตั้งบริษัทผู้จัดหาและผลิตรายการเป็นจำนวนหลายบริษัทในกลุ่มนี้ เพื่อให้มีความคล่องตัวในการติดต่อกับทีมงานผู้ผลิตรายการอิสระ และสร้างให้เกิดการแข่งขันกันเองในด้านการจัดหาหรือผลิตรายการที่มีคุณภาพ เพื่อแพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์ และขยายเวลาโฆษณาในช่วงเวลาดังกล่าว

(1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

รายการโดยส่วนใหญ่จะเป็นรายการที่จัดหา หรือควบคุมการผลิตมาจากบริษัท ปิอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน), บริษัท ริงสิโรตม์วนิช จำกัด, บริษัท นิวเวิลด์ โปรดักชั่น จำกัด และบริษัท บางกอกเทเลวิชั่น จำกัด โดยบริษัทดังกล่าวจะเป็นผู้หารายการให้แก่สถานีวิทยุโทรทัศน์ โดย เฉพาะส่วนการผลิตละครนั้น บริษัทในเครือดังกล่าวจะทำการว่าจ้างผู้ผลิตรายการอิสระหลายราย เพื่อให้ดำเนินการผลิตละครให้

(2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

นอกเหนือจากการจัดหาเพื่อใช้เองในการดำเนินธุรกิจดำเนินการออกอากาศแล้ว กลุ่ม ปิอีซี เวิลด์ได้ขยายงานออกไปสร้างภาพยนตร์ การจัดการแสดงสด และการจัดการแข่งขันกีฬา ในส่วนการสร้างผลิตนำเสนอภาพยนตร์นั้นแม้ว่า ปิอีซี เวิลด์ จะเป็นผู้ปลูกฝังอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยขึ้นมาในรอบนี้ แต่ปัจจุบันนี้มีผู้นำเสนอภาพยนตร์ไทยเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก อาจกล่าวได้ว่ามีภาพยนตร์ไทยเรื่องใหม่ออกมาเสนอให้ชมได้ทุกสัปดาห์ และในบางสัปดาห์อาจมีมากกว่าหนึ่งเรื่อง ทางกลุ่ม ปิอีซี เวิลด์ จึงเลือกที่จะลดบทบาทในฐานะผู้สร้างภาพยนตร์ลง และเพิ่มเน้นบทบาทในการเป็นผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยไปสู่ตลาดต่างประเทศเป็นหลัก ในส่วนการจัดการแสดงสดนั้นมีความหลากหลายแตกต่างกันมาก แต่กลุ่ม ปิอีซี เวิลด์ มีบุคลิกเด่นเฉพาะตัวที่เน้นการจัดการแสดงที่เป็นนานาชาติซึ่งมีผู้ประกอบการน้อยราย ประกอบกลุ่ม ปิอีซี เวิลด์ เองก็มีประวัติการทำงานและผลงานเด่นชัด และเมื่อคำนึงรวมถึงศักยภาพในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย ที่ได้รับการสนับสนุนบริษัทย่อยรายอื่นที่ดำเนินธุรกิจสื่อ ทั้งสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ กลุ่ม ปิอีซี เวิลด์ จึงเป็นตัวเลือกอันดับต้นๆของผู้ที่คิดจะมีการแสดงในลักษณะดังที่กล่าวในประเทศไทย การแข่งขันสำหรับ กลุ่ม ปิอีซี เวิลด์ จึงไม่รุนแรง

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

เนื่องจากรายได้ของธุรกิจนี้เป็นรายได้จากการขายเวลาโฆษณา ประกอบการแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดในช่วงเวลาต่างๆ ทั้งจากผู้ประกอบการรายเดิม และผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาในอนาคต กลุ่มบริษัทจะใช้กลยุทธ์ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และควบคุมคุณภาพของรายการ โดยเฉพาะ

รายการละคร กลุ่มบริษัทมีนโยบายที่ให้บริษัทที่รับทำละคร ผลิตรายการให้เสร็จสมบูรณ์ก่อนที่จะเริ่มแพร่ภาพเพื่อให้การถ่ายทำเป็นไปโดยสมบูรณ์และมีคุณภาพ ไม่เสี่ยงต่อการถ่ายทำไม่เสร็จ และไม่มีนโยบายที่จะยึดเนื้อหาของรายการมากกว่าที่ควรจะเป็น เพื่อไม่ให้เกิดความไม่น่าสนใจ นอกจากนี้จะพยายามคัดสรร เลือกผู้ผลิตรายการให้เหมาะสมกับประเภทรายการ หรือเรื่องที่จะทำการผลิต ทั้งนี้ผู้ผลิตรายการจะมีความถนัดแตกต่างกันออกไป เพื่อให้คุณภาพของละครมีความสมบูรณ์ที่สุด นอกจากนี้กลุ่มบริษัทยังใช้กลยุทธ์ในการสร้างความต่อเนื่องในฐานลูกค้า โดยให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในรายการนอกจากการรับชมเพียงอย่างเดียวโดยจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การโทรเข้ามาตอบคำถามชิงรางวัล หรือ การที่นำรางวัลไปแจกผู้ชมที่ชมช่อง 3 เมื่อออกสำรวจ การส่งข้อความสั้นเพื่อแสดงความคิดเห็นกับรายการฯ

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

การดำเนินการของกลุ่มปิอีซี เวิลด์ จะประกอบด้วย การผลิตรายการเอง การว่าจ้างให้ผู้ผลิตรายการอิสระรายอื่นทำการผลิตรายการให้ และการซื้อภาพยนตร์ทั้งจากในและต่างประเทศ ซึ่งกลุ่มปิอีซี เวิลด์ มีนโยบายที่จะว่าจ้างผู้ผลิตรายการอิสระ หรือซื้อรายการประเภทภาพยนตร์เป็นส่วนใหญ่ เพื่อควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่จะมีเป็นบางครั้งบางคราวเท่านั้นที่จะมีการผลิตรายการขึ้นมาเอง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.) การผลิตรายการขึ้นมาเอง

กลุ่มปิอีซี เวิลด์ จะดำเนินการผลิตรายการขึ้นมาเองเพื่อการแพร่ภาพในโอกาสพิเศษ และเรื่องที่จะผลิตขึ้นมาจะเป็นเหมือนการนำเสนอรายการดีๆ ให้แก่ผู้ชมโดยไม่หวังรายได้ ซึ่งในอดีตเคยผลิตละครเรื่อง สมเด็จพระศรีสุริเยศ

2.) การว่าจ้างผู้ผลิตอิสระรายอื่น ๆ

กลุ่มปิอีซี เวิลด์ จะว่าจ้างให้ผู้ผลิตรายการอิสระอื่นๆผลิตรายการให้ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นรายการประเภทละครโทรทัศน์ ลิขสิทธิ์ของละครที่กลุ่มปิอีซี เวิลด์ว่าจ้างให้ผู้ผลิตรายการอิสระทำให้นั้นจะตกเป็นของกลุ่มปิอีซี เวิลด์ ในการดำเนินงานกลุ่มปิอีซี เวิลด์จะทำหน้าที่เป็นตัวกลางที่จะประสานงานระหว่างผู้ผลิตรายการอิสระ และทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 จะเข้ามามีส่วนร่วมในการคัดเลือกรายการที่จะแพร่ภาพทางสถานี และให้ความช่วยเหลือในด้านอุปกรณ์ และบุคลากรในกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบริษัทด้วย เช่น ให้ยืมอุปกรณ์การบันทึกเสียงพร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมอุปกรณ์หรือให้ใช้ห้องส่ง เพื่อบันทึกละครพร้อมอุปกรณ์ในการบันทึกรายการในสถานที่ด้วย

3.) การซื้อรายการภาพยนตร์

บมจ. ปิอีซี เวิลด์และบริษัท รังสิโรตม์นิช จำกัด ได้ซื้อภาพยนตร์ทั้งในและต่างประเทศที่เคยได้รับความนิยมเพื่อนำมาแพร่ภาพด้วย โดยจะซื้อภาพยนตร์ต่างๆ ไว้ก่อนล่วงหน้าเพื่อเลือกภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับช่วงเวลาแพร่ภาพในอนาคต ส่วนมากจะจัดซื้อภาพยนตร์ต่างประเทศมากกว่าการซื้อภาพยนตร์ไทย เนื่องจากภาพยนตร์ต่างประเทศมีความหลากหลายมากกว่า

● **ธุรกิจผลิตรายการแสดงโชว์/คอนเสิร์ต และจัดกิจกรรมมหรสพต่างๆ**

ดำเนินการโดย บริษัท ปิอีซี – เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) [ปิอีซี-เทโรฯ] บริษัท ไทยทิกเก็ตเมเจอร์ จำกัด [ไทยทิกเก็ตฯ] บริษัท ปิอีซี-เทโร ซีเนริโอ จำกัด บริษัท ปิอีซี-เทโร ศาสน จำกัด บริษัท ฟอร์เอฟเวอร์ ปิอีซี-เทโร และบริษัท ปิอีซี-เทโร เมียนมาร์ จำกัด

(1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน ได้แก่

- การจัดการรายการแสดงและจัดกิจกรรม ได้แก่ การแสดงดิสนีย์ ออน ไอซ์ การจัดประกวดมิสไทยแลนด์เวิลด์ การจัดแสดงคอนเสิร์ตโดยศิลปินต่างประเทศ การจัดกิจกรรมด้านกีฬา ดำเนินการโดยปิอีซี-เทโรฯ
- ธุรกิจการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมกิจกรรมการตลาดและกิจกรรมมหรสพต่างๆ รวมถึงธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ดำเนินการโดยบริษัทย่อย
- การบริการโฆษณา ส่งเสริมการขาย รับจองและขายบัตรเข้าชมการแสดงต่างๆ ซึ่งดำเนินการโดยไทยทิกเก็ตฯ โดยให้บริการแก่การจัดแสดงของปิอีซี-เทโรฯ และบริษัทภายนอกอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการจำหน่ายบัตรชมการแสดงคอนเสิร์ต การแสดงละครเวที ฯลฯ และในปัจจุบันได้ขยายการให้บริการไปสู่การรับจองตั๋วรถโดยสารอีกด้วย
- ดำเนินการจัดแสดงละครบนเวที ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท บริษัท ปิอีซี-เทโร ซีเนริโอ จำกัด
- ดำเนินการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอล ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท บริษัท ปิอีซี-เทโร ศาสน จำกัด
- จัดหา-ผลิตรายการ เพื่อออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ ดำเนินการ โดยบริษัท ฟอร์เอฟเวอร์ ปิอีซี-เทโร จำกัด
- ให้บริการจองและจัดจำหน่ายบัตรชมการแสดง, จัดกิจกรรมเพื่อความบันเทิง, บริการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับเพลง และรายการ ในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ ดำเนินการโดยบริษัท ปิอีซี-เทโร เมียนมาร์ จำกัด

(2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

ภาวะการแข่งขันและกลยุทธ์ในการแข่งขัน

เนื่องจากการดำเนินการในธุรกิจนี้มีกิจกรรมที่ค่อนข้างหลากหลาย และมุ่งเน้นไปที่การเสริมสร้างความบันเทิงให้กับผู้ชมเป็นหลัก จึงยากต่อการที่จะระบุถึงคู่แข่งอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามการประกอบธุรกิจของกลุ่มนี้มีรายได้หลักมากกว่าครึ่ง เกิดจากการจัดการแสดงสดซึ่งมีบุคลิกเด่นเฉพาะตัว ที่เน้นเฉพาะการจัดการแสดงที่เป็นนานาชาติ ซึ่งมีผู้ประกอบการน้อยราย ประกอบกับบริษัทในกลุ่มมีประวัติการทำงานและผลงานเด่น เมื่อคำนึงรวมถึงศักยภาพในการประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย ที่ได้รับการสนับสนุนจากบริษัทย่อยรายอื่นในกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจทั้งสื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุ ประกอบกับไทยทิกเก็ตฯดำเนินธุรกิจรับจองและขายบัตรเข้าชมการแสดงต่างๆ ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบกว่าคู่แข่ง

รายอื่น บีอีซี-เทโรจึงเป็นตัวเลือกรายต้นๆของผู้ที่คิดจะมีการแสดงในลักษณะดังกล่าวนี้ในประเทศไทย จึงทำให้บีอีซี-เทโรน่าจะมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จได้ดีกว่าผู้ประกอบการรายอื่นๆ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

จากการประกอบธุรกิจในส่วนนี้มีความหลากหลาย กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจึงต่างกันออกไป ในส่วนของการจัดการแสดงนั้นกลุ่มเป้าหมายเป็นบุคคลที่มีกำลังซื้อสูง มีการศึกษาดีสนใจในสิ่งต่างๆ อีกทั้งยังได้ชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่อีกด้วย ในส่วนของการจัดกิจกรรมรณรงค์นั้นจะได้ลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าที่ต้องการสร้างความสนใจในสินค้าของตนเป็นพิเศษ หรือต้องการเข้าถึงลูกค้าในระดับใกล้ชิดมากกว่าการโฆษณาตามปกติซึ่งก็มีหลากหลาย ในส่วนของการให้บริการ โฆษณา ส่งเสริมการขาย รับจองและขายบัตรเข้าชมการแสดงต่างๆนั้น ลูกค้าหลักนอกจากบีอีซี-เทโรแล้วยังได้แก่ผู้สนใจจัดกิจกรรมการแสดงต่างๆ ที่อาจดูเหมือนเป็นคู่แข่งกับบีอีซี-เทโรแต่ในข้อเท็จจริงแล้วมีลักษณะเกื้อหนุนช่วยกันสร้างตลาดมากกว่า ประกอบกับประสิทธิภาพของบีอีซี-เทโรเป็นที่เด่นชัดจึงมีส่วนแบ่งตลาดสูงมากกว่าใครๆ

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

บีอีซี-เทโรฯ ได้ขยายงานด้านบันเทิงอย่างต่อเนื่อง มีประวัติการทำงานและผลงานเด่น เมื่อคำนึงรวมถึงศักยภาพในการประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย ที่ได้รับการสนับสนุนจากบริษัทย่อยรายอื่นในกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจทั้งสื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุ บีอีซี-เทโรจึงเป็นตัวเลือกรายต้นๆของผู้ที่คิดจะมีการแสดงในลักษณะดังกล่าวนี้ในประเทศไทย ทั้งในแง่ของศิลปินนักแสดง และของผู้จัดรายการเองซึ่งเป็นลูกค้ารับบริการรับจองและขายบัตร การจัดหาผลิตภัณฑ์จึงขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจและบรรยากาศโดยรวมว่าสนับสนุนให้มีการแสดงเช่นนี้นี้นักน้อยเพียงใด แต่ก็ยังต้องอิงภาวะและโอกาสในระดับภูมิภาคด้วย เนื่องจากศิลปินต่างชาติที่จะมาแสดงในไทยนั้น มักจะต้องดูโอกาสในระดับภูมิภาคด้วย เพื่อให้คุ้มต่อการเตรียมการเดินทางมายังภูมิภาคแถบนี้

● ธุรกิจต่อเนื่องและสนับสนุน

ดำเนินการโดย บริษัท ปิอีซี แอสเซท จำกัด บริษัท ปิอีซี ไอที โซลูชั่น จำกัด บริษัท ปิอีซี บรอดคาสติ้ง เซ็นเตอร์ จำกัด บริษัท สำนักข่าว ปิอีซี จำกัด และบริษัท ปิอีซี สตูดิโอ จำกัด

(1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทในธุรกิจนี้ จะผลิตหรือให้บริการเพื่อสนับสนุนงานหลักของธุรกิจโทรทัศน์ หรือสนับสนุนงานบริหารของกลุ่ม สามารถสรุปได้ดังนี้

1. งานสนับสนุนงานบริหารและธุรการทั่วไป ได้แก่ บริษัท ปิอีซี แอสเซท จำกัด ซึ่งเป็นผู้จัดหา และให้เช่าทรัพย์สินแก่บริษัทในกลุ่ม ส่วนบริษัท ปิอีซี ไอที โซลูชั่น จำกัด ซึ่งเป็นผู้จัดหา และให้บริการด้านคอมพิวเตอร์ให้แก่บริษัทในกลุ่ม และบริษัท ปิอีซี บรอดคาสติ้ง เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการอุปกรณ์ห้องสตูดิโอ
2. งานสนับสนุนและต่อเนื่องของธุรกิจโทรทัศน์ ซึ่งมีโครงการที่จะดำเนินการในอนาคต ได้แก่
 - ก. บริษัท สำนักข่าว ปิอีซี จำกัด มีโครงการที่จะให้ “ข่าว” เป็นผลิตภัณฑ์หลัก โดยอาจจะแยกประเภทแตกย่อยออกไปอีก เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศ ข่าวอาชญากรรม ข่าวสังคม ข่าวบันเทิง ข่าวกีฬา ข่าวภูมิภาค สกู๊ปข่าว รายงานพิเศษ เป็นต้น
 - ข. บริษัท ปิอีซี สตูดิโอ จำกัด จะมีบริการหลักคือ ให้บริการห้องสตูดิโอพร้อมอุปกรณ์ที่ทันสมัยเพื่อการผลิตรายการ เช่น ละครโทรทัศน์ รายการวาไรตี้โชว์ และรายการเกมโชว์ เพื่อแพร่ภาพออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์

(2) การตลาดและการแข่งขัน

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าหลักของธุรกิจนี้คือ บริษัทในกลุ่มปิอีซี เวิลด์ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สนับสนุนและต่อเนื่องจากธุรกิจหลักของกลุ่มปิอีซี เวิลด์ ในช่วงที่จะเริ่มต้นจึงเน้นที่จะให้บริการให้แก่บริษัทในกลุ่มปิอีซี เวิลด์ อย่างไรก็ตาม ก็มีแผนที่จะสร้างลูกค้าภายนอกเช่นกัน

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

งานสนับสนุนงานบริหารและธุรการทั่วไปที่ บริษัท ปิอีซี แอสเซท จำกัด ซึ่งเป็นผู้จัดหาและให้เช่าทรัพย์สิน บริษัท ปิอีซี ไอที โซลูชั่น จำกัด ซึ่งเป็นผู้จัดหาและให้บริการด้านคอมพิวเตอร์ ให้แก่บริษัทในกลุ่ม และบริษัท ปิอีซี บรอดคาสติ้ง เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการอุปกรณ์ห้องสตูดิโอ นั้น ดำเนินการเพื่อให้การบริหารทรัพย์สินหรือทรัพยากรของกลุ่มปิอีซี เวิลด์ ได้สร้างประโยชน์สูงสุดในภาพรวม การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการจากผู้ประกอบการทั่วไปในท้องตลาดสามารถทำได้เป็นการทั่วไป และการจัดหาเป็นกลุ่มก้อนจำนวนมากเช่นนี้มีผลต่อการต่อรองราคาทำให้กลุ่มสามารถจัดหาได้ในราคาที่ดีขึ้นด้วยเช่นกัน

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

การเติบโตของรายจ่ายด้านโฆษณา

เนื่องจากรายได้หลัก ในการดำเนินการของกลุ่มปิอีซี เวิลด์ มาจากการขายเวลาโฆษณา ปัจจัยความเสี่ยงหลักของกลุ่มปิอีซี เวิลด์ ส่วนหนึ่งจึงได้แก่การเติบโตของรายจ่ายด้านโฆษณาของเศรษฐกิจโดยรวม ซึ่งขึ้นอยู่กับกำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศ และภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการในประเทศซึ่งเป็นผู้โฆษณา ในส่วนนี้ แม้ว่าฝ่ายบริหารจะไม่สามารถควบคุมได้โดยตรงก็ตาม แต่ก็น่าเชื่อได้ว่าไม่น่าจะเป็นปัญหาร้ายแรงในการดำเนินการของกลุ่มปิอีซี เวิลด์ เนื่องจากผู้โฆษณาหลักของสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีตลาดใหญ่ ที่มีการเติบโตต่อเนื่องทุกปีจากการขยายตัวของเศรษฐกิจที่โตขึ้น และมีการแข่งขันค่อนข้างสูง นอกจากนั้นการขยายตัวของภาวะเศรษฐกิจโดยรวม และการเปลี่ยนแปลงสภาวะสังคม จากสังคมชนบท เป็นสังคมเมือง สังคมพึ่งพาตนเอง เป็นสังคมผู้บริโภค ก็เป็นภาวะที่เอื้อให้มีการแข่งขันกันมากขึ้น จึงมีผู้โฆษณารายใหม่เข้ามาเพิ่มในตลาดตลอดเวลา ทำให้ปริมาณเม็ดเงินโฆษณาโตขึ้นต่อเนื่องมา จึงน่าเชื่อได้ว่าความเสี่ยงที่เม็ดเงินโฆษณาจะยุบตัวลง มีโอกาสน้อย และหากจะเกิดขึ้นก็จะเป็นในระยะเวลาช่วงสั้นๆ เนื่องจาก สภาวะการแข่งขันในตลาดของผู้โฆษณาจะเป็นปัจจัยที่จะกระตุ้นให้เม็ดเงินโฆษณาโตขึ้นอยู่ดี อีกทั้งสื่อที่กลุ่มปิอีซี เวิลด์ ดำเนินการ ก็ถือได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าหลักของผู้โฆษณาส่วนใหญ่

การรักษาส่วนแบ่งตลาด

ตลาดของธุรกิจหลักของกลุ่มปิอีซี เวิลด์ ซ้อนกันอยู่ 2 ชั้น คือ “ผู้ชม” และ “ผู้โฆษณา” โดยที่ “ช่องรายการ” ต้องมี “ผู้ชม” จึงจะมีสภาพเป็น “สื่อ” แล้ว จึงจะมีลูกค้า “ผู้โฆษณา” มาใช้บริการ

กลุ่มปิอีซี เวิลด์ เองก็ได้พยายามที่จะขยายเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึง “ผู้ชม” ให้ได้ดีกว่าผู้ดำเนินการในธุรกิจเดียวกันรายอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง แต่นี่ก็เป็นปัจจัยความเสี่ยงอีกประการหนึ่งของกลุ่มปิอีซี เวิลด์ ว่ากลุ่มปิอีซี เวิลด์จะยังสามารถดำรงหรือเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงนี้ได้ดีเพียงใด แม้ว่าตลอดเวลาที่ผ่านมากลุ่มปิอีซี เวิลด์ ได้ประสบความสำเร็จในการจัดหารายการและปรับปรุงผังรายการ ซึ่งสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้ชมได้เป็นอย่างดีก็ตาม แต่ก็ยังมีความเสี่ยงในด้านการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในธุรกิจเดียวกัน ทั้งจากรายเดิมที่อาจเพิ่มประสิทธิภาพได้ดีขึ้น และจากรายใหม่ที่อาจเข้ามาเพิ่ม อย่างไรก็ตามการรับชมรายการโทรทัศน์เป็นพฤติกรรมที่อาจปรับเป็นอุปนิสัยที่เกิดจากความคุ้นเคยได้ (Habitual Business) ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จอยู่แต่เดิมได้เปรียบกว่าผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะมาแข่งขัน จึงน่าจะถือว่าสำหรับกลุ่มปิอีซี เวิลด์ ความเสี่ยงในส่วนนี้ไม่น่าจะรุนแรง แม้ “ผู้ชม” จะกระจายออกไปบ้าง จากความหลากหลายของช่องรายการ และความหลากหลายของผู้ชม

และหากแม้ว่า ส่วนแบ่งตลาด “ผู้ชม” ของกลุ่มปิอีซี เวิลด์ จะลดลงไปบ้าง จากการกระจายตัวของ “ผู้ชม” ตามความหลากหลายของช่องรายการ และความหลากหลายของรสนิยม ก็น่าเชื่อได้ว่า การลดลงของส่วนแบ่ง

ตลาดนั้น ไม่น่าจะเป็นปัญหาของกลุ่มปิอีซี เวิลด์ โดยตรง เพราะการกระจายตัวของ “ผู้ชม” นี้ จะเป็นปฏิริยาสากลที่จะกระทบผู้ดำเนินธุรกิจแบบเดียวกันนี้เป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นแต่รายใหม่ รายที่มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น และเป็นที่น่าเชื่อได้ว่าการกระจายตัวนั้น จะแตกกระจายอย่างหลากหลาย ไม่ได้ไปกระจุกตัวอยู่ในช่องรายการใดรายการหนึ่งโดยเฉพาะ ดังนั้นรายได้ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น ก็จะได้ไปเพียงเล็กน้อย ไม่พอที่จะทำให้รายใหม่ๆ เหล่านั้น มีประสิทธิภาพจนมาเป็นคู่แข่งกับช่องรายการเดิมของปิอีซี เวิลด์ ที่น่าจะยังมีการกระจายตัวของ “ผู้ชม” สูงกว่าช่องรายการอื่นๆ อยู่ดี และนี่ก็จะเป็นปัจจัยบวกให้แก่ช่องรายการใหม่ของกลุ่มปิอีซี เวิลด์ ที่จะได้ขยายตลาดเข้าไปสร้างส่วนแบ่งตลาดในฐานะสื่อเฉพาะกลุ่ม (NICHE MEDIA) เพิ่มเติม หลังจากที่มีมุ่งเน้นเป็นสื่อตลาดหลัก (MASS MEDIA) มาตลอดในอดีต

สำหรับส่วนแบ่งตลาดเม็ดเงินโฆษณานั้น จากความหลากหลายของช่องรายการที่เพิ่มขึ้นนี้ ย่อมมีความเป็นไปได้สูงที่กลุ่มปิอีซี เวิลด์ และผู้ประกอบการในธุรกิจเดียวกันเป็นส่วนใหญ่ จะมีส่วนแบ่งตลาดลดลง จากการที่ส่วนแบ่งตลาดนั้นเป็น Zero Sum Game แต่ก็ได้หมายความว่ากลุ่มปิอีซี เวิลด์ จะมีรายได้ลดลง หรือจะไม่มีการเติบโต เพราะจากความหลากหลายนี้จะมีส่วนกระตุ้นการแข่งขัน ซึ่งย่อมทำให้เม็ดเงินโฆษณามีการเติบโตในอัตราเร่งที่สูงกว่าเดิมได้อย่างรวดเร็วกว่าเดิม ซึ่งย่อมเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการทุกราย

การเปลี่ยนแปลงการกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงการกำกับดูแล การประกอบกิจการกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งมีองค์กรอิสระขึ้นมากำกับดูแลแทนองค์กรภาครัฐ แต่ในประเด็นนี้ก็สามารถคาดได้ว่าไม่มีผลกระทบอย่างร้ายแรงต่อกลุ่มปิอีซี เวิลด์ เนื่องจาก ได้มีบทเฉพาะกาลในรัฐธรรมนูญและกฎหมายที่เกี่ยวข้องคุ้มครองอยู่ แม้อุตสาหกรรมจะถูกกระทบจากการที่จำนวนนาฬิกาโฆษณาที่กำหนดในพ.ร.บ.ประกอบกิจการกระจายเสียงฯ ฉบับใหม่ ที่มีผลบังคับมาตั้งแต่ช่วงปลายไตรมาสแรกปี 2551 นั้นได้ลดจำนวนนาฬิกาโฆษณาลง แต่ก็ยังเป็นผลกระทบทั้งอุตสาหกรรม ไม่มีผลให้สถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรมเปลี่ยนไป

การต่ออายุสัญญาในการดำเนินการ

เนื่องจากการจัดตั้งองค์กรอิสระนี้ เพิ่งเริ่มทำงานได้เพียงระยะหนึ่ง และเน้นอยู่ในส่วนกิจการโทรทัศน์ ประกอบกับอายุสัญญาในการดำเนินการช่องรายการวิทยุคลื่นส่วนหนึ่งที่กลุ่มปิอีซี เวิลด์มีเป็นสัญญาระยะสั้น เช่น ปีต่อปี จึงมีความเสี่ยงเพิ่มในส่วนนี้ว่ากลุ่มปิอีซี เวิลด์จะได้รับการต่อสัญญาการดำเนินงานสำหรับคลื่นนั้นๆ หรือไม่ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสัดส่วนรายได้จากการดำเนินงานวิทยุนี้ต่ำ อีกทั้งอัตราค่าใดก็ตามด้วย ดังนั้นหากแม้ไม่สามารถดำเนินงานในส่วนนี้ต่อได้ก็จะมีผลกระทบต่อกลุ่มปิอีซี เวิลด์น้อยมากอยู่ดี แต่ในส่วนของการดำเนินงานช่องรายการโทรทัศน์นั้น ความเสี่ยงในประเด็นนี้กลับน้อยกว่า เนื่องจากสัญญาที่กลุ่มปิอีซี เวิลด์มีอยู่นั้นยังมีอายุอยู่จนถึงปีพ.ศ. 2563 ประกอบกับการพัฒนาเทคโนโลยีนั้นมาถึงจุดที่จะมีการเปลี่ยนผ่านจากระบบ “อนาล็อก” ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ก้าวไปสู่ระบบ “ดิจิตอล” ที่จะทำให้ “รายการโทรทัศน์” สามารถเข้าถึงผู้ชมได้ในปริมาณที่มากขึ้น พร้อมกันนี้ การที่บริการโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกได้เป็นที่ยอมรับแพร่หลายมากขึ้นมากจากการที่ผู้ประกอบการให้บริการโครงข่ายเปิดให้ผู้ชมสามารถเข้าชม โดยการลงทุนจัดหาอุปกรณ์มาติดตั้งโดยไม่มีค่าบริการรายเดือน จึงเป็นการเพิ่มช่องทางให้ “ช่องรายการโทรทัศน์” สามารถเข้าถึงผู้รับชมได้มากหลากหลายยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นการช่วยเพิ่มโอกาสให้ “รายการโทรทัศน์” ของกลุ่มปิอีซี เวิลด์ สามารถดำเนินการต่อไปได้แม้สัญญาปัจจุบันสิ้นสุดลง

การที่มีสื่อโฆษณาใหม่มาทดแทนสื่อโทรทัศน์

ในส่วนของผลกระทบจากสื่ออื่นที่อาจมาทดแทนสื่อโทรทัศน์ เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างอินเทอร์เน็ต หรือสื่อโทรทัศน์ในรูปแบบใหม่ เช่น โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ฯลฯ กลุ่มบีอีซี เวิลด์ เชื่อว่าในระยะเวลานานใกล้นี้แม้จะเห็นการพัฒนาการในเรื่องนี้ชัดเจนมากขึ้น แต่ก็ยังไม่มีผลกระทบใดๆต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบีอีซี เวิลด์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของรายได้จากการขายเวลาโฆษณาของกลุ่มบีอีซี เวิลด์ ทั้งนี้เนื่องจาก การเข้าถึงผู้บริโภคของสื่อใหม่เหล่านี้ไม่น่าจะเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ทั้งจากปัญหาของภาระทางการเงินที่ผู้บริโภคจะต้องจ่ายมากขึ้น และจากพฤติกรรมความคุ้นเคยที่ต้องใช้เวลา ซึ่งจะทำให้สื่อใหม่ๆ เหล่านี้เป็นสื่อเฉพาะกลุ่ม (NICHE MARKET) อีกทั้งรายได้หลักของกลุ่มบีอีซี เวิลด์ นั้นเป็นรายได้ในฐานะสื่อตลาดหลัก (MASS MARKET) และเม็ดเงินโฆษณามักจะกระจุกตัวอยู่ในสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของผู้โฆษณาได้เป็นจำนวนมาก เปรียบเทียบกับความเสี่ยงที่สื่อโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกที่ได้รับอนุญาตให้ขายเวลาโฆษณาได้ตามกฎหมายใหม่ ก็ไม่น่าจะมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของกลุ่มบีอีซี เวิลด์ เนื่องจากธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกล้วนมีกลุ่มผู้ชมเพียงกลุ่มเล็กๆ จึงอาจถือได้ว่าเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (NICHE MARKET) ในขณะที่สื่อโทรทัศน์ปกติมีฐานผู้ชมทั่วประเทศ เป็นตลาดสำหรับผู้บริโภคโดยทั่วไป (MASS MARKET) การเลือกลงโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ปกติจึงยังเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมของกลุ่มผู้โฆษณา ที่เป็นผู้ผลิตหรือเจ้าของสินค้าอุปโภคบริโภค ดังที่เห็นได้จากส่วนแบ่งตลาดที่สื่อนี้มีสูงกว่าสื่ออื่นๆ อยู่อย่างมาก ในส่วนของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อย่างอินเทอร์เน็ต แม้ว่าจะเป็นสื่อใหม่ที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว แต่ก็เข้าถึงผู้ใช้บริการก็ยังมีลักษณะเป็นเพียงเฉพาะกลุ่ม (NICHE MARKET) เช่นกัน ดังนั้น หากผู้โฆษณาโดยทั่วไปเลือกที่จะใช้สื่อใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ในระบบใหม่ๆ หรือโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก ก็เป็นเพียงการเสริมเพิ่มเติมจากการใช้บริการสื่อโทรทัศน์ปกติเท่านั้น และสื่อใหม่นี้ก็อาจจะช่วยผู้โฆษณาที่ต้องการเข้าถึงตลาดเฉพาะกลุ่ม (NICHE MARKET) ซึ่งอาจจะไม่คุ้มถ้าต้องโฆษณาในสื่อที่เป็น MASS ที่มีค่าใช้จ่ายสูงกว่ามาก แม้ผู้โฆษณากลุ่มนี้มีได้เป็นลูกค้าของบริษัทอยู่แล้วตั้งแต่ต้น แต่ก็อาจเป็นการสร้างสินค้าใหม่/ผู้โฆษณารายใหม่มาเพิ่มการแข่งขันในตลาดมากขึ้นในอนาคต ซึ่งก็จะกลับมาเป็นประโยชน์แก่กลุ่มบีอีซี เวิลด์ ในตอนนั้นอยู่ดี

3.2 ความเสี่ยงด้านการบริหารและการจัดการ

การถือหุ้นในบริษัทโดยกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่

เนื่องจาก กลุ่มตระกูลมาสินทร์ถือหุ้นในบีอีซี เวิลด์รวมร้อยละ 47.03 ของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้วทั้งหมดของบริษัท จึงทำให้กลุ่มตระกูลมาสินทร์อาจกำหนดทิศทางการบริหารจัดการบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม ในเรื่องนี้บริษัทได้ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีรวมถึงหลักการคุ้มครองผู้ถือหุ้นข้างน้อยโดยเคร่งครัดอยู่แล้ว และยังมีหน่วยงานอิสระทั้งภายในและภายนอกบริษัทกำกับดูแลการบริหารจัดการกิจการของบริษัทอีกชั้นหนึ่งด้วย นอกจากนี้หากเป็นการลงมติอนุมัติการดำเนินการในเรื่องใดที่มีนัยสำคัญตามกฎหมาย บริษัทจะต้องได้รับมติอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นก่อนจึงจะดำเนินการได้ ปัจจัยต่างๆ ข้างต้นย่อมเป็นหลักประกันความเสี่ยงในด้านการบริหารและการจัดการได้เป็นอย่างดี

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ลักษณะสำคัญของทรัพย์สินถาวรหลักที่บริษัทและบริษัทย่อย [กลุ่มบีอีซี เวิลด์] ใช้ในการประกอบธุรกิจ ได้แก่

4.1 ทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

กลุ่มบีอีซี เวิลด์ มีทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ที่สำคัญดังนี้

- ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สุทธิ

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
- เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	808.41	ไม่มี
- ระบบสาธารณูปโภค	เป็นเจ้าของ	147.67	ไม่มี
- อุปกรณ์ผลิตรายการ	เป็นเจ้าของ	359.53	ไม่มี
- ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	522.35	ไม่มี
- ส่วนปรับปรุงอาคารเช่า	เป็นเจ้าของ	213.05	ไม่มี
- เครื่องมือและอุปกรณ์ถ่ายทำ	เป็นเจ้าของ	256.97	ไม่มี
- สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	เป็นเจ้าของ	55.69	ไม่มี
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		(1,820.32)	
รวม ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ สุทธิ		543.35	

- อาคารสำนักงานที่เช่า

บริษัทและบริษัทย่อย ได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่สำนักงานอาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ (M I) เลขที่ 3199 และอาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ (M II) เลขที่ 3199/1 ถนนพระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ จากกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์มิลเลียนแนร์ พื้นที่รวม 36,903.25 ตารางเมตร โดยทั้งหมดเป็นสัญญาเช่าระยะสั้น ต่อสัญญาทุก 3 ปี ทั้งนี้ กำหนดระยะเวลาการเริ่มเช่าใช้พื้นที่ของบริษัทในกลุ่มบีอีซี เวิลด์ แต่ละบริษัทเป็นระยะเวลาที่แตกต่างกัน

- อาคารติดตั้งเสาสัญญาณออกอากาศ

บริษัทย่อยได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่ของอาคารโบหยกสอง ชั้น 84 เพื่อใช้ติดตั้งเสาสัญญาณออกอากาศ UHF โดยเป็นสัญญาเช่าระยะสั้น ต่อสัญญาทุก 3 ปี ทำสัญญาเช่าครั้งแรก ตั้งแต่วันที่ 17 มีนาคม 2548 ถึงวันที่ 16 มีนาคม 2551 ปัจจุบันได้มีต่อสัญญาครั้งที่ 4 นับตั้งแต่วันที่ 17 มีนาคม 2557 ถึงวันที่ 16 มีนาคม 2560

- **สิทธิการใช้ทรัพย์สินรอตต์บัญชี**

สิทธิการใช้ทรัพย์สินรอตต์บัญชีประกอบด้วย มูลค่าสินทรัพย์รอตต์บัญชีตามสัญญาร่วมดำเนิน การส่ง โทรทัศน์สีช่อง 3 และมูลค่าสินทรัพย์รอตต์บัญชีตามสัญญาสัมปทานในการกระจายเสียงคลื่นวิทยุ เอฟ.เอ็ม.105.5 บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด [บางกอกฯ]ได้เริ่มดำเนินการสถานีส่งโทรทัศน์สี ตั้งตั้งปี 2511 โดยได้ทำสัญญาร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สี กับบริษัทไทยโทรทัศน์จำกัด และได้ทำสัญญา ใหม่กับองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2521 ตามพระราช กฤษฎีกาจัดตั้ง อ.ส.ม.ท. พ.ศ. 2520 [ปัจจุบันบริษัท อ ส ม ท จำกัด (มหาชน)] หลังจากนั้นได้มีการต่อ สัญญาอีก 3 ครั้ง ครั้งสุดท้าย เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2532 ตามสัญญาร่วมดำเนินการกิจการนั้น บางกอก ฯต้องจัดสร้างสถานีการออกอากาศส่วนกลางและส่วนภูมิภาคจำนวนรวม 32 แห่งให้แก่ อ.ส.ม.ท. และให้ อุปกรณ์เครือข่ายและสถานีดังกล่าวตกเป็นกรรมสิทธิ์ของ อ.ส.ม.ท. ทั้งนี้ และเพื่อเป็นการตอบแทนการ ลงทุนดังกล่าว อ.ส.ม.ท. ตกลงให้บางกอกฯมีสิทธิใช้ ครอบครอง และได้ประโยชน์ จากสถานีออกอากาศ ส่วนกลางและภูมิภาค รวมถึงอุปกรณ์ในระบบมีกำหนดเวลาสิ้นสุด 25 มีนาคม 2563 ซึ่งบางกอกฯได้ หยอยตัดมูลค่าสิทธิการใช้ทรัพย์สินนั้นเป็นต้นทุนการดำเนินงานของบางกอกฯ โดยวิธีเส้นตรงตามอายุการ ใช้งานโดยประมาณของสินทรัพย์ หรือตามอายุสัมปทานที่เหลือ

สิทธิการใช้ทรัพย์สินรอตต์บัญชี ณ 31 ธันวาคม 2557 ประกอบด้วย

	ล้านบาท
ค่าสิทธิโครงการขยายเครือข่าย	2,312.58
อุปกรณ์โทรทัศน์สีและวิทยุ	942.26
เครื่องส่งโทรทัศน์สีและวิทยุ	338.37
อาคาร	94.57
ส่วนปรับปรุงอาคาร	64.80
รถถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์	22.11
สิ่งปลูกสร้างอื่น	1.82
ทรัพย์สินระหว่างติดตั้ง	29.03
หัก ค่าสิทธิการใช้ทรัพย์สินตัดจ่ายสะสม	(2,796.10)
มูลค่าสิทธิการใช้ทรัพย์สินรอตต์บัญชี	1,009.44

- **ค่าเช่าภาพยนตร์ ค่าผลิตภัณฑ์ภาพยนตร์ ค่าละครและลิขสิทธิ์รอตต์บัญชีสุทธิ** ประกอบด้วยมูลค่า คงเหลือตามบัญชีของผลิตภัณฑ์ภาพยนตร์วีดีโอเทปไทย และต่างประเทศ ภาพยนตร์ไทย ละคร และ ลิขสิทธิ์บทประพันธ์ต่างๆ ที่สามารถนำมาใช้ออกอากาศได้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีมูลค่าทางบัญชี จำนวน 1,901.17 ล้านบาท
- **สินทรัพย์ไม่มีตัวตน** ประกอบด้วยมูลค่าคงเหลือตามบัญชีของโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อใช้ในควบคุมการ ออกอากาศและการบริหารงานภายใน และมูลค่าคงเหลือตามบัญชีของค่าลิขสิทธิ์นักฟุตบอลและโค้ชเพื่อ ใช้ดำเนินการด้านการบริหาร และจัดการสโมสรฟุตบอล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีมูลค่าทางบัญชี จำนวน 89.05 ล้านบาท

สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน

ได้แก่ สัญญาต่าง ๆ สามารถสรุปสาระสำคัญของแต่ละสัญญาได้ดังนี้

1.) สัญญาร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สี แก้ไขเพิ่มเติมครั้งที่ 3 ลงวันที่ 2 พฤษภาคม 2532

คู่สัญญา: องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) (ในปี 2547 อ.ส.ม.ท. ได้แปรสภาพเป็นบริษัทจดทะเบียนชื่อ บริษัท อ ส ม ท จำกัด (มหาชน) และบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (บางกอกฯ)

อายุของสัญญา: สัญญาร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สี มีการแก้ไขเพิ่มเติม 3 ครั้ง กับ อ.ส.ม.ท. สิ้นสุด วันที่ 25 มีนาคม 2563

สาระสำคัญของสัญญาร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สี :

1. ขอบเขตการร่วมงานและร่วมลงทุน

บางกอกฯได้เข้าร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สีกับ บริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2511ซึ่งได้เปลี่ยนเป็นสัญญากับ องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย(อ.ส.ม.ท.)ในปี 2521 ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งอ.ส.ม.ท. และต่อมาในปี 2528 มติคณะรัฐมนตรีมีนโยบายที่จะให้อ.ส.ม.ท.ขยายการให้บริการในส่วนภูมิภาค และให้บางกอกฯมีส่วนเกี่ยวเนื่องการลงทุนขยายงานร่วมกับอ.ส.ม.ท. โดยบางกอกฯเป็นผู้สร้างสถานีส่งโทรทัศน์สำหรับถ่ายทอดสัญญาณจากสถานีส่วนกลาง ของอ.ส.ม.ท. รวม 31 แห่งในต่างจังหวัด และมีหน้าที่ลงทุนจัดหา ควบคุมติดตั้ง อุปกรณ์ต่างๆให้แล้วเสร็จ เพื่อให้ อ.ส.ม.ท.สามารถออกอากาศได้ และเพื่อเป็นการตอบแทนการลงทุนดังกล่าว อ.ส.ม.ท. ตกลงให้บางกอกฯมีสิทธิเข้าร่วมการจัดการออกอากาศในส่วนภูมิภาค โดยใช้สถานที่และอุปกรณ์ที่จัดสร้างขึ้น เป็นเวลา 30 ปี สิ้นสุด ณ วันที่ 25 มีนาคม 2563

2. การจัดสร้างสถานีและการจัดหาอุปกรณ์ในสถานี

2.1 บางกอกฯได้ลงทุนจัดสร้างสถานีการออกอากาศส่วนกลาง เพื่อใช้ในการดำเนินการออกอากาศโทรทัศน์สีของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในกรุงเทพมหานครแล้วเสร็จตั้งแต่ปี 2513

2.2 บางกอกฯได้ลงทุนและรับผิดชอบในการจัดสร้างสถานีเครื่องส่งโทรทัศน์สี สำหรับถ่ายทอดสัญญาณจากสถานีส่วนกลางของ อ.ส.ม.ท. และจัดหาอุปกรณ์ในสถานีทั้งหมดรวม 31 แห่งในส่วนภูมิภาคโดยมีรายละเอียดของสถานที่ และเงื่อนไขตามที่ อ.ส.ม.ท. กำหนด

3. การบำรุงรักษาสถานีโดยบางกอกฯ

3.1 บางกอกฯจะต้องปรับปรุงเพิ่มเติมเครื่องมืออุปกรณ์ให้ทันสมัยตลอดเวลา ตามหลักวิชาสากลของการส่งโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ใน ส่วนกลาง โดยผ่านความเห็นชอบจากอ.ส.ม.ท

3.2 บางกอกฯต้องดำเนินการทางช่างด้วยตนเอง และ จะต้องบำรุงรักษาเครื่องมืออุปกรณ์ใน ส่วนที่บางกอกฯใช้ดำเนินการ รวมทั้งเสาอากาศและอุปกรณ์อื่นที่ต้องใช้ร่วมโดยบางกอกฯต้องดำเนินการซ่อมแซมเปลี่ยนชิ้นส่วนตามอายุหรือจัดหามาทดแทนให้อยู่ในสภาพ ที่ปฏิบัติงานได้ดีตลอดเวลา ทั้งนี้ อ.ส.ม.ท. หรือผู้ที่รับมอบหมายมีสิทธิตรวจสอบ และแจ้งให้แก้ไขด้านเทคนิคได้ตลอดเวลา

3.3 บางกอกฯต้องเอาประกันภัยทรัพย์สินของบางกอกฯและทรัพย์สินที่ใช้ร่วมกับอ.ส.ม.ท. เพื่อคุ้มครองความเสี่ยงภัยทุกชนิด (All Risk) ในวงเงินประกันเงื่อนไขการประกันกับบางกอกฯประกันภัยที่ อ.ส.ม.ท. ให้ความเห็นชอบโดยให้ อ.ส.ม.ท. เป็นผู้รับประโยชน์ตลอดอายุสัญญา

4. การโอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน

- 4.1 สถานที่ และทรัพย์สินทั้งหมดที่บางกอกฯใช้ในการดำเนินการจัดออกอากาศของไทยทีวีสีช่อง 3 หรือการออกอากาศส่วนกลาง ให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของ อ.ส.ม.ท. ทันทีที่จัดหาหรือได้มา
- 4.2 การก่อสร้างทุกอย่างที่ได้สร้างขึ้นบนที่ดินทั้ง 31 แห่ง อีกทั้งทรัพย์สินทุกอย่าง(ยกเว้นเงินทุน) ที่บางกอกฯได้กระทำให้ขึ้นหรือจัดหาสำหรับใช้สอยในการดำเนินการ ให้โอนเป็นทรัพย์สินของ อ.ส.ม.ท.ตั้งแต่วันที่ได้จัดสร้างหรือจัดหาแล้ว

5. สิทธิของบางกอกฯหลังการโอนกรรมสิทธิ์

- 5.1 อ.ส.ม.ท.ขยายเวลาการออกอากาศส่วนกลางของบางกอกฯไปสิ้นสุดวันที่ 25 มีนาคม 2563 ตามสัญญาร่วมดำเนินการกิจการส่งโทรทัศน์สี แก๊ซเพิ่มเติม ครั้งที่ 3 ลงวันที่ 2 พฤษภาคม 2532
- 5.2 อ.ส.ม.ท. ให้บางกอกฯเข้าร่วมดำเนินการจัดการออกอากาศส่วนภูมิภาค โดยใช้สถานที่และอุปกรณ์ที่จัดสร้างขึ้น โดยบางกอกฯจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและมีกำหนด เวลาสิ้นสุดพร้อมการออกอากาศส่วนกลาง
- 5.3 ทรัพย์สินที่ได้สร้างขึ้นและได้โอนกรรมสิทธิ์ให้แก่ อ.ส.ม.ท. แล้วนั้น ถ้ามีผู้รบกวนสิทธิดังกล่าว บางกอกฯจะเป็นผู้รับผิดชอบคุ้มครอง ชดเชย หรือต่อสู้แทน อ.ส.ม.ท.โดยบางกอกฯจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย

6. การเก็บเงินและส่วนแบ่งที่เกี่ยวข้อง

ตามสัญญาร่วมดำเนินการกิจการส่งโทรทัศน์สี แก๊ซเพิ่มเติม ครั้งที่ 3 กับ อ.ส.ม.ท. สิ้นสุด 25 มีนาคม 2563 นั้น บางกอกฯจะต้องจ่ายผลตอบแทนให้กับ อ.ส.ม.ท. เป็นรายปีโดยจะจ่ายเงินให้กับ อ.ส.ม.ท. ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปี	บาทต่อปี
2557	191,225,000.00
2558	200,790,000.00
2559	210,830,000.00
2560	221,372,500.00
2561	232,440,000.00
2562	244,060,000.00
2563	61,750,000.00

ค่าใช้จ่ายในด้านสาธารณูปโภคในส่วนที่ไม่สามารถแยกออกเป็นสัดส่วนได้ เช่น ถนน ทั้งบางกอกฯและอ.ส.ม.ท. รับผิดชอบฝ่ายละครึ่ง

7. การสิ้นสุดของสัญญา

ในกรณีที่ บางกอกฯไม่ได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดในสัญญา ข้อหนึ่งข้อใดก็ดี อ.ส.ม.ท. จะแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้ บางกอกฯปฏิบัติตามข้อสัญญาให้ถูกต้อง โดยให้เวลาอันสมควร หากบางกอกฯไม่ยอมปฏิบัติตามให้ถูกต้องภายในเวลาดังกล่าว บางกอกฯต้องแจ้งเหตุผล เป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งให้ อ.ส.ม.ท. ทราบ เมื่อ อ.ส.ม.ท.ได้พิจารณาคำชี้แจงนั้นแล้ว จะแจ้งให้ บางกอกฯทราบและปฏิบัติให้ถูกต้องภายในเวลาอันสมควร อีกครั้งหนึ่ง หากบางกอกฯไม่ปฏิบัติตามให้ถูกต้องภายในกำหนดเวลาครั้งหลังนี้แล้ว อ.ส.ม.ท. มีสิทธิเรียกค่าเสียหายอันพึงมี และหรือแจ้งให้จัดการออกอากาศและหรือมีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที

2.) ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ และประกอบกิจการโทรทัศน์ เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ประเภท บริการทางธุรกิจระดับชาติ

ผู้ออกใบอนุญาต: คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (“คณะกรรมการ กสทช.”)

ผู้ขอรับใบอนุญาต: บริษัท ปิอีซี - มัลติมีเดีย จำกัด [BECM] บริษัทย่อยที่ บริษัท ปิอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) [บริษัทฯ] ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 99.99

จำนวนใบอนุญาต: ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ และประกอบกิจการโทรทัศน์ เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ รวมจำนวน 3 ใบ ได้แก่

1. หมวดยุทวิทูไปแบบความคมชัดสูง ช่องรายการ 3 HD ช่อง 33
2. หมวดยุทวิทูไปแบบความคมชัดสูง ช่องรายการ 3 SD ช่อง 28
3. หมวดยุทวิทูเด็ก เยาวชน และครอบครัว ช่องรายการ 3 FAMILY ช่อง 13

อายุของใบอนุญาต: 15 ปี นับตั้งแต่วันที่ 25 เมษายน 2557 ถึงวันที่ 24 เมษายน 2572

3.) สัญญาคลื่นวิทยุ เอฟ.เอ็ม. 105.5

นอกจากนี้ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด [บางกอกฯ] ยังได้รับสัมปทานในการกระจายเสียงทางคลื่นวิทยุ เอฟ.เอ็ม. 105.5 จากทางองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ดังมีรายละเอียดของสัญญาดังต่อไปนี้

ชื่อสัญญา : สัญญาจ้างโฆษณา ลงวันที่ 25 มกราคม 2533

สัญญาเช่าเวลาจัดรายการและโฆษณา ลงวันที่ 22 กันยายน 2537

คู่สัญญา : องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (ผู้ให้เช่า) และ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (ผู้เช่าเวลา)

ระยะเวลาของสัญญา : ฉบับวันที่ 22 กันยายน 2537 (1 กุมภาพันธ์ 2539 ถึง 31 มกราคม 2563)

สาระสำคัญของสัญญา :

1. ทั้งสองฝ่ายตกลงให้ผู้เช่าเวลาเช่าเวลาจัดรายการ และโฆษณาทางสถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท. เอฟ.เอ็ม. จังหวัดกรุงเทพมหานคร ความถี่ 105.5 เมกกะเฮิร์ตซ์ และโฆษณาสินค้าต่างๆ ในรายการได้ตามระเบียบของทางราชการในวันจันทร์ถึงอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 6.00 น.-24.00 น. คิดเป็นเวลา 18 ชั่วโมงต่อวัน
2. ผู้เช่าเวลายินยอมที่จะมอบอุปกรณ์เครื่องส่งและอุปกรณ์ห้องส่งตามที่ระบุไว้ในสัญญาให้เป็นกรรมสิทธิ์ของ อ.ส.ม.ท. ภายในวันที่ 1 มิถุนายน 2533 และซื้อเครื่องส่งให้ใหม่ ภายในระยะเวลา 2 ปี นับแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2533 นอกจากนี้ในสัญญาฉบับหลังได้มีการระบุเงื่อนไข ให้ผู้เช่าเวลาต้องปรับปรุงประสิทธิภาพทางด้านเทคนิคของสถานีวิทยุ ให้แล้วเสร็จภายใน 2 ปี นับแต่วันลงนามในสัญญานี้ (หรือ 22 กันยายน 2537) ณ เดือนเมษายน 2539 ผู้เช่าเวลาได้ซื้ออุปกรณ์ดังกล่าวและได้ชำระเงินไปแล้ว เป็นจำนวนเงิน 5,402,928.42 บาท เมื่อดำเนินการแล้วเสร็จผู้เช่าเวลาจะต้องแจ้งส่งมอบเพื่อให้เครื่องอุปกรณ์ที่จัดหาเพิ่มเติมนี้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่าภายหลังจากการตรวจนับ
3. การจัดรายการและโฆษณาตามสัญญานี้ ผู้เช่าเวลาจะดำเนินการดังที่ระบุไว้ข้างล่างนี้ด้วยตัวเอง จะจำหน่าย จ่ายโอน สิทธิตามสัญญานี้ให้แก่บุคคลอื่นไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ได้ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมจากผู้ให้เช่า

- ออกอากาศได้ทุกวันตามเวลาที่ทางราชการกำหนด
 - การจัดรายการจะต้องกระทำในนามผู้ให้เช่า และตามประเภทรายการตามผังรายการ ที่ได้รับอนุมัติจากผู้ให้เช่า
 - ผู้จัดรายการจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามระเบียบของทางราชการและระเบียบของสถานี
 - การโฆษณาจะต้องเป็นไปตามระเบียบของทางราชการและระเบียบของสถานี
 - หากมีข้อขัดข้องในการออกอากาศไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม ผู้เช่าเวลาจะไม่ได้รับการลดหย่อนค่าใช้จ่าย ค่าตอบแทน หรือค่าเช่าเวลาตามสัญญา เว้นแต่ผู้ให้เช่าจะพิจารณาเห็นสมควรลดหย่อนให้
4. ผู้เช่าเวลาจะต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ซึ่งมีคุณสมบัติตามที่กำหนดมาปฏิบัติงาน และออกค่าใช้จ่ายเองทั้งสิ้นโดยผู้เช่าเวลาจะต้องส่งรายชื่อ รูปถ่าย รายละเอียด ให้ผู้ให้เช่าพิจารณาเห็นชอบก่อน
5. ผู้เช่าเวลาตกลงจ่ายค่าเช่าเวลา และค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้แก่ผู้ให้เช่าดังนี้
- 5.1 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่างๆ ดังนี้
- ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ ค่าโทรศัพท์ ค่าโทรสาร และค่าใช้จ่ายในสำนักงานตามที่จ่ายจริง
 - ค่าตอบแทนนายสถานี เดือนละ 5,000 บาท (ยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)
 - ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการใช้สถานที่อันเป็นที่ตั้งสถานีวิทยุตามสัญญานี้
- 5.2 ค่าเช่าเวลารายเดือน (ยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) ภายในสิ้นเดือนที่ออกอากาศ ทั้งนี้ อัตราค่าเช่ารายเดือนในเดือนกุมภาพันธ์ 2539 คิดเป็นเงิน 300,000 บาท/เดือน และจะมีการปรับค่าเช่าทุกปีในอัตราร้อยละ 10 ต่อปี จนกระทั่งสิ้นสุดสัญญา ในเดือนมกราคม 2563
6. ผู้เช่าเวลาต้องวางหลักประกันเป็นหนังสือค้ำประกันของธนาคารเป็นจำนวนเงิน 3 เท่าของค่าเช่าเวลารายเดือนตามข้อ 5.2
7. ผู้เช่าเวลาต้องปฏิบัติดังนี้
- 7.1 รับผิดชอบในการบำรุง ซ่อมแซม แก้ไข เปลี่ยน หรือจัดหาเครื่องมือ อุปกรณ์ เครื่องใช้ ทรัพย์สินของผู้ให้เช่าให้อยู่ในสภาพเรียบร้อยตลอดอายุของสัญญา
- 7.2 ต้องประกันทรัพย์สินโดยให้ผู้ให้เช่าเป็นผู้รับประกันประโยชน์ในวงเงินไม่ต่ำกว่า 3,000,000 บาท ตลอดอายุสัญญานี้
8. ถ้ามีผู้รบกวนสิทธิในบรรดาทรัพย์สินที่ตกเป็นของผู้ให้เช่า อันถือเป็นการรอนสิทธิ ต่อผู้ให้เช่า หรือยึดคืนหรือถอนไป ผู้เช่าจะต้องรับผิดชอบ คຸ້ມครอง ขัดขวาง หรือต่อสู้แทนผู้ให้เช่าทั้งสิ้น พร้อมทั้งออกค่าใช้จ่ายในการนี้ทั้งหมดเองด้วย
9. การสิ้นสุดของสัญญาก่อนกำหนด
- หากสัญญาร่วมดำเนินกิจการส่งโทรทัศนระหว่างอ.ส.ม.ท. กับ บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ สิ้นสุดลงไม่ว่าด้วยเหตุใดก่อนครบกำหนดอายุสัญญานี้ ให้ถือว่าสัญญานี้เป็นอันสิ้นสุดลงด้วย
 - หากผู้เช่าเวลาผิดสัญญาข้อหนึ่งข้อใด ผู้ให้เช่ามีสิทธิที่จะบอกกล่าวตักเตือนหรือบอกเลิกสัญญาได้ตามที่เห็นสมควร พร้อมทั้งมีสิทธิที่จะรับหลักประกันทั้งหมดหรือบางส่วนแล้วแต่ผู้ให้เช่าจะเห็นสมควรและเรียกค่าเสียหายได้อีกตามกฎหมาย
 - ในระหว่างอายุสัญญานี้ หากผู้เช่าเวลามีนิติกรรมอื่นใดกับผู้ให้เช่าซึ่งมีผลบังคับใช้ต่อกันอยู่ และปรากฏว่าผู้เช่าเวลาได้กระทำผิดสัญญาอื่น ให้ถือว่าผู้เช่าเวลาผิดสัญญานี้ และผู้ให้เช่ามีสิทธิบอกเลิกสัญญานี้ได้ด้วย

4.) สัญญาเช่าเวลาจัดรายการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจ ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ (คลื่น FM 95.5)

คู่สัญญา: บริษัท ยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ผู้เช่าเวลา) และ
กรมประชาสัมพันธ์ (ผู้ให้เช่าเวลา)

อายุสัญญา: 1 กันยายน 2556 ถึง 31 สิงหาคม 2558

สาระสำคัญของสัญญา:

ผู้ให้เช่าเวลาตกลงให้เช่าเวลา และผู้เช่าเวลาตกลงเช่าเวลาของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ระบบ เอฟ.เอ็ม. ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์ ทำการออกอากาศ เพื่อดำเนินรายการเป็นสื่อกลางในการนำเสนอสาระ ความรู้ เพื่อเตรียมความพร้อมก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ภายในปี 2558 ให้กับเยาวชน นักเรียน นักศึกษา และประชาชน ตลอดจนนโยบายของรัฐให้กับประชาชนและเยาวชนไทย โดยเน้นการทำรายการเกี่ยวกับอาเซียน โดยรวมสัดส่วนเนื้อหารายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 และดำเนินการเป็นภาษาไทยเป็นภาษาหลัก โดยออกอากาศทุกวันจันทร์-อาทิตย์ตลอด 24 ชั่วโมง ยกเว้นเวลาภาคบังคับของทางราชการ

1. อัตราค่าเช่าเวลา เดือนละ 4,066,000 บาท (รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว)
2. ผู้เช่าเวลามีสิทธิบอกเลิกสัญญาก่อนวันสิ้นสุดสัญญาได้ โดยผู้เช่าเวลาจะต้องแจ้งการบอกเลิกสัญญาเป็นหนังสือให้ผู้ให้เช่าเวลาทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90 วัน โดยผู้เช่าเวลายินยอมชดเชยค่าเสียหายเป็นเงินจำนวนร้อยละ 25 ของจำนวนเงินค่าเช่าเวลาทั้งหมด ซึ่งจะต้องชำระสำหรับระยะเวลาที่ยังคงเหลืออยู่ตามสัญญา หรือเป็นเงินค่าเช่าเวลาสามเดือนให้แก่ผู้ให้เช่าเวลา แล้วแต่จำนวนใดจะมากกว่ากัน
3. ผู้เช่าเวลาต้องสงวนเวลาทุกต้นชั่วโมงของเวลาที่ได้รับอนุมัติให้เช่า ชั่วโมงละไม่เกิน 10 นาที เพื่อเสนอข่าวที่ผลิตโดยผู้ให้เช่าเวลา
4. เมื่อใดที่โครงสร้างระบบบริหารราชการของกรมประชาสัมพันธ์หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เปลี่ยนแปลงไปจนกรมประชาสัมพันธ์ไม่สามารถให้ผู้เช่าเวลาดำเนินการต่อไปได้ หรือเมื่อมีคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) แล้ว ให้กรมประชาสัมพันธ์สามารถบอกเลิกสัญญาได้ โดยผู้เช่าเวลาจะเรียกร้องให้กรมประชาสัมพันธ์ชดเชยค่าเสียหายอย่างใดมิได้ หรือถ้าหากยังมีการดำเนินการอยู่ เมื่อมีกสทช. แล้ว ผู้เช่าเวลาจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบปฏิบัติหรือคำสั่งของ กสทช. ที่จะกำหนดขึ้นต่อไป โดยผู้เช่าเวลาจะเรียกร้องให้กรมประชาสัมพันธ์หรือ กสทช.ชดเชยค่าเสียหายใดๆไม่ได้

5.) บันทึกข้อตกลงการจัดรายการร่วม ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงกองทัพบก กองพลที่ 1 รักษาพระองค์ (คลื่น FM 98.0)

คู่สัญญา: ระหว่าง บริษัท ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (ผู้จัดรายการร่วม) และ
กองทัพบก กองพลที่ 1 รักษาพระองค์ (กองทัพบก)

และระหว่าง บริษัท ปิอีซี-เทโร เรดิโอ จำกัด (ผู้จัดรายการร่วม) และกองทัพบก กองพลที่ 1
รักษาพระองค์ (กองทัพบก)

อายุสัญญา: 1 มกราคม 2558 ถึง 31 ธันวาคม 2559

สาระสำคัญของสัญญา :

ผู้จัดรายการร่วมตกลงร่วมกับกองทัพบก เพื่อจัดรายการร่วม โดยทำการออกอากาศรายการสาระและบันเทิง ที่สถานีวิทยุกระจายเสียงกองทัพบก กองพลที่ 1 รักษาพระองค์ คลื่นความถี่ 98.0 เมกกะเฮิร์ตซ์ ระบบเอฟ.เอ็ม. โดยบริษัท ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) จัดรายการร่วม จำนวนวันละ 6 ชั่วโมง ระหว่างเวลา 13.00 – 17.00 น. และระหว่างเวลา 01.00 -03.00 น. เป็นประจำทุกวัน

สำหรับบริษัท ปิอีซี-เทโร เติโอ จำกัด จัดรายการร่วม จำนวนวันละ 6 ชั่วโมง ในวันจันทร์ถึงศุกร์ ระหว่างเวลา 08.00-12.00 น. และระหว่างเวลา 21.00 -23.00 น. และในวันเสาร์ถึงอาทิตย์ ระหว่างเวลา 9.00-12.00 น. และระหว่างเวลา 21.00-24.00 น. โดยมีเงื่อนไขสำคัญดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ เดือนละ 535,000 บาท (รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว) รวม 2 คู่สัญญา เป็นจำนวนเงินรวม เดือนละ 1,070,000 บาท (รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว)
2. ผู้จัดรายการร่วมมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ คำสั่ง และนโยบายของรัฐบาล กระทรวงกลาโหม กองบัญชาการกองทัพบก กองทัพบก คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงกองทัพบก และสถานีวิทยุกระจายเสียงกองทัพบก กองพลที่ 1 รักษาพระองค์ อย่างเคร่งครัดรวมทั้งต้องปฏิบัติตามที่ตามจรรยาบรรณแห่งการประกอบวิชาชีพ
3. ในกรณีที่มีความจำเป็น หรือเพื่อให้เป็นไปตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กองทัพบก มีสิทธิที่จะเปลี่ยนแปลง หรือยกเลิกเวลาจัดรายการบางส่วน หรือยกเลิกข้อตกลงฉบับนี้ โดยผู้จัดรายการร่วมไม่มีสิทธิจะเรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ หรือบอกเลิกบันทึกข้อตกลงได้

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายขยายงานในธุรกิจที่มีความชำนาญนี้ ทั้งในทางลึกและในด้านกว้าง ในการขยายงานนั้นบางครั้งก็ดำเนินการโดยบริษัทหรือบริษัทย่อยเดิมตามความถนัด ความชำนาญ และทรัพยากรเดิม ที่เกี่ยวข้องกับโอกาสการขยายงานของบริษัทย่อยนั้นๆ แต่บางครั้งบริษัทก็อาจจำเป็นต้องลงทุนตั้งบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมรายใหม่ในการดำเนินการตามโครงการขยายงานนั้นๆตามความเหมาะสม อย่างไรก็ตาม บริษัทมีนโยบายที่จะดำเนินงานและขยายงานโดยบริษัทหรือบริษัทย่อยที่บริษัทได้ลงทุนถือหุ้นในบริษัทย่อยนั้นๆเกือบทั้งหมด แต่บางครั้งก็จำเป็นต้องเป็นบริษัทย่อยที่เป็นบริษัทร่วมทุนเมื่อบริษัทมีจำเป็นต้องเป็นหุ้นส่วนกับบุคคลอื่นที่มีความถนัด ความชำนาญ และ/หรือทรัพยากรที่เชื่อได้ว่าจะเป็นการเอื้อเกื้อหนุนให้การขยายงานนั้นเป็นประโยชน์ต่อบริษัท โดยที่บริษัทจะพยายามเจรจาต่อรองให้บริษัทสามารถเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในบริษัทย่อยที่เป็นบริษัทร่วมทุนนั้นๆ แต่ในบางโอกาสบริษัทอาจจะต้องยอมลงทุนขยายงานโดยบริษัทร่วม เมื่อผู้ร่วมทุนต้องการที่จะเป็นบริษัทใหญ่ในกิจการร่วมทุนนั้นๆ อย่างไรก็ตามกิจการของบริษัทร่วมมักจะไม่เป็นธุรกิจหลักของบริษัท แต่เป็นกิจการที่ต่อเนื่อง สนับสนุน ธุรกิจหลักของบริษัท และหากเป็นธุรกิจหลักก็เป็นธุรกิจในต่างประเทศ

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

5.1 เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2557 บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (ชอง 3) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ได้ยื่นฟ้องสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เพื่อขอเพิกถอนมติคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) ครั้งที่ 4/2557 ที่สั่งยุติการเป็นผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์โดยทั่วไปของบริษัทย่อยเป็นคดีปกครอง ต่อมาในวันที่ 26 กันยายน 2557 บริษัทย่อยได้ยื่นฟ้อง กสทช. ในคดีปกครอง เพื่อขอเพิกถอนมติ กสท. ครั้งที่ 37/2557 ที่สั่งห้ามผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ดาวเทียมและเคเบิลทั้งหมด นำสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบอนาล็อกของบริษัทย่อยออกอากาศผ่านโครงข่ายสำหรับกิจการไม่ใช้คลื่นความถี่ ภายใน 15 วัน นับจากวันที่ได้รับหนังสือจาก กสท. โดยเมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2557 บริษัทย่อย และกสท. ตกลงร่วมกันและทำบันทึกต่อหน้าศาลปกครองกลางว่า เพื่อสนับสนุนนโยบายของรัฐ และกสท. ในการเปลี่ยนผ่านการออกอากาศโทรทัศน์ในระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล โดย กสท. พิจารณานุมัติให้บริษัท บีอีซี มัลติมีเดีย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทร่วมกับบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด นำสัญญาณช่อง 3 ระบบอนาล็อกไปออกอากาศแบบคู่ขนาน (Simulcast) ในช่องดิจิทัล 33 เอชดี แบบเดียวกับการคู่ขนานสัญญาณของช่อง 7 และช่อง 9 ซึ่งเป็นการออกอากาศคู่ขนานสัญญาณแบบ Real Time Pass Through สัญญาณช่อง 3 อนาล็อก บนช่องดิจิทัล 33 เอชดี และที่ประชุม กสท. ครั้งที่ 45/2557 เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2557 ได้มีมติอนุมัติการออกอากาศแบบคู่ขนานนั้นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และช่อง 33 เอชดี ได้เริ่มนำสัญญาณช่อง 3 ไปออกอากาศคู่ขนานแล้ว ในวันที่ 10 ตุลาคม 2557

ทั้งนี้ เมื่อข้อพิพาทระหว่างบริษัทย่อย กับ กสทช. และ กสท. ได้ยุติลง จากการที่บริษัทย่อย และ กสท. ได้ปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้ให้ไว้ต่อศาลในการไต่สวนเมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2557 แล้ว บริษัทย่อยจึงได้ยื่นคำร้องขอถอนฟ้องต่อศาลปกครอง ทั้ง 2 คดี เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2557 ซึ่งคณะ ตุลาการเจ้าของคดีดังกล่าว ได้มีคำสั่งอนุญาตให้ถอนคำฟ้องและให้จำหน่ายคดีออกจากสารบบความแล้ว

5.2 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท มีข้อพิพาทถูกเรียกร้องค่าเสียหายในเรื่องผิดสัญญา เป็นจำนวนเงิน 2.57 ล้านบาท ต่ออนุญาโตตุลาการในประเทศสิงคโปร์ ขณะนี้อยู่ในระหว่างกระบวนการของอนุญาโตตุลาการ บริษัทย่อยคาดว่าจะไม่ได้รับความเสียหายใดๆ ดังนั้น จึงไม่ได้บันทึกค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นจากผลของข้อพิพาทดังกล่าว

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

(1) บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน)

ซึ่งต่อไปในแบบ 56-1 นี้จะเรียกว่า “บีอีซี เวิลด์”

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : เลขที่ 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น G, 2, 3, 8, 9, 30-34

ถนนพระรามสี่ แขวงคลองตัน เขตคลองเตย

กรุงเทพฯ 10110

ประเภทธุรกิจ: ประกอบธุรกิจหลักด้านการผลิตและจัดหารายการ

โทรทัศน์ เพื่อแพร่ภาพทางสถานีวิทยุโทรทัศน์

และลงทุนถือหุ้นในบริษัทอื่น

เลขทะเบียนบริษัท: 0107538000673

เบอร์โทรศัพท์: 0-2204-3333, 0-2262-3333

เบอร์โทรสาร: 0-2204-1384

E-mail: ir@becworld.com

Website: www.becworld.com

หุ้นที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท: หุ้นสามัญ จำนวน 2,000 ล้านหุ้น

มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.-บาท

(2) นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมด ณ ธันวาคม 2557

บริษัทย่อย

- ชื่อ: บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด
ซึ่งต่อไปในแบบ 56-1 นี้จะเรียกว่า “บางกอกฯ”
ประเภทธุรกิจ: ดำเนินธุรกิจสถานีโทรทัศน์และวิทยุ
ทุนจดทะเบียน: 300 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 3 ล้านหุ้น)
ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 2 ถนนพระรามสี่
แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์: 0-2262 - 3333, 0-2204 - 3333
โทรสาร: 0-2204 - 1384
Website: www.thaitv3.com

2. ชื่อ: บริษัท รังสิโรตม์วินิช จำกัด
 ประเภทธุรกิจ: จัดหา ผลิตรายการและขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์
 ทุนจดทะเบียน: 5 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 500,000 หุ้น)
 ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 2 ถนนพระรามสี่
 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
 โทรศัพท์: 0-2262 - 3333, 0-2204 - 3333
 โทรสาร: 0-2204 - 1384

3. ชื่อ: บริษัท นิวเวิลด์ โปรดักชั่น จำกัด
 ประเภทธุรกิจ: จัดหา ผลิตรายการและขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์
 ทุนจดทะเบียน: 5 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 500,000 หุ้น)
 ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 2 ถนนพระรามสี่
 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
 โทรศัพท์: 0-2262 - 3333, 0-2204 - 3333
 โทรสาร: 0-2204 - 1384

4. ชื่อ: บริษัท ปิอีซี บรอดคาสติ้ง เซ็นเตอร์ จำกัด
 ประเภทธุรกิจ: ให้บริการอุปกรณ์สตูดิโอ
 ทุนจดทะเบียน: 1 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 100,000 หุ้น)
 ที่ตั้งสำนักงาน: 3199/1 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น B2, 2-7, 9-10M, 12-12M
 ถนนพระรามสี่ แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
 โทรศัพท์: 0-2262 - 3333, 0-2204 - 3333
 โทรสาร: 0-2204 - 1384

5. ชื่อ: บริษัท ยู แอนด์ ไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด
 ประเภทธุรกิจ: ผลิตรายการและดำเนินการสถานีวิทยุ
 ทุนจดทะเบียน: 35 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 350,000 หุ้น)
 ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 2 ถนนพระรามสี่
 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
 โทรศัพท์: 0-2262 - 3274 โทรสาร: 0-2262 - 3665

6. ชื่อ: บริษัท ปิอีซี แอสเซท จำกัด
 ประเภทธุรกิจ: ดำเนินการถือครองและให้เช่าทรัพย์สิน
 ทุนจดทะเบียน: 30 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 3 ล้านหุ้น)
 ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 3 ถนนพระรามสี่
 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
 โทรศัพท์: 0-2262 - 3759 โทรสาร: 0-2262 - 3780

7. ชื่อ: บริษัท ปิอีซี สตูดิโอ จำกัด (ยังไม่เริ่มดำเนินการ)
ประเภทธุรกิจ: ผลิตรายการและให้บริการอุปกรณ์ห้องสตูดิโอ
ทุนจดทะเบียน: 5 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 500,000หุ้น)
ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 2 ถนนพระรามสี่
แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์: 0-2262 - 3333, 0-2204 - 3333
โทรสาร: 0-2204 - 1384
8. ชื่อ: บริษัท ปิอีซี อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล ดิสทริบิวชั่น จำกัด
ประเภทธุรกิจ: จัดหาและผลิตรายการโทรทัศน์, ถิ่นหุ้นในบริษัทอื่น
ทุนจดทะเบียน: 5 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 500,000 หุ้น)
ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 2 ถนนพระรามสี่
แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์: 0-2262 - 3333, 0-2204 - 3333
โทรสาร: 0-2204 - 1384
9. ชื่อ: บริษัท สำนักข่าว ปิอีซี จำกัด
ประเภทธุรกิจ: ผลิตรายการข่าว
ทุนจดทะเบียน: 5 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 500,000 หุ้น)
ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 10,11 ถนนพระรามสี่
แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์: 0-2262 - 3333, 0-2204 - 3333
โทรสาร: 0-2204 - 1384
10. ชื่อ: บริษัท บางกอกเทเลวิชั่น จำกัด
ประเภทธุรกิจ: จัดหา ผลิตรายการและขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์
ทุนจดทะเบียน: 5 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 500,000 หุ้น)
ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 2 ถนนพระรามสี่
แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์: 0-2262 - 3333, 0-2204 - 3333
โทรสาร: 0-2204 - 1384

11. ชื่อ: บริษัท บางกอกแซทเทลไลท์ แอนด์ เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด
(ยังไม่เริ่มดำเนินการ)
ประเภทธุรกิจ: ให้บริการ รับ-ส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม
ทุนจดทะเบียน: 25 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 2.5 ล้านหุ้น)
ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 2 ถนนพระรามสี่
แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์: 0-2262 - 3333, 0-2204 - 3333
โทรสาร: 0-2204 - 1384
12. ชื่อ: บริษัท ปิอีซี ไอที โซลูชั่น จำกัด
ประเภทธุรกิจ: ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และขายปลีกอุปกรณ์คอมพิวเตอร์
และให้บริการดูแลรักษา
ทุนจดทะเบียน: 15 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 1.5 ล้านหุ้น)
ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 3 ถนนพระรามสี่
แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์: 0-2262 - 3759
โทรสาร: 0-2262 - 3780
13. ชื่อ: บริษัท แซทเทลไลท์ ทีวี บรอดคาสติ้ง จำกัด (ยังไม่เริ่มดำเนินการ)
ประเภทธุรกิจ: ให้บริการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม
ทุนจดทะเบียน: 1 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 100,000 หุ้น)
ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 2 ถนนพระรามสี่
แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์: 0-2262 - 3333, 0-2204 - 3333
โทรสาร: 0-2204 - 1384
14. ชื่อ: บริษัท ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ: จัดหา ผลิตรายการและขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์
ผลิตและส่งเสริมการจำหน่ายเพลง จัดแสดงคอนเสิร์ต
ผลิตภาพยนตร์และละคร
ทุนจดทะเบียน: 250 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 200 ล้านหุ้น)
ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 21-22, 25-28 ถนนพระรามสี่
แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์: 0-2262 - 3800
โทรสาร: 0-2262 - 3801-2
Website: www.bectero.com

15. ชื่อ: บริษัท ปิอีซีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด
 ประเภทธุรกิจ: ลงทุนในธุรกิจอินเทอร์เน็ต
 ทุนจดทะเบียน: 200 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 20 ล้านหุ้น)
 ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 4 ถนนพระรามสี่
 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
 โทรศัพท์: 0-2204 - 9999
 โทรสาร: 0-2204 - 9970
16. ชื่อ: บริษัท ปิอีซี - มัลติมีเดีย จำกัด
 ประเภทธุรกิจ: ดำเนินธุรกิจสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล
 ทุนจดทะเบียน: 200 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 20 ล้านหุ้น)
 ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 4 ถนนพระรามสี่
 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
 โทรศัพท์: 0-2204 - 9999
 โทรสาร: 0-2204 - 9970
 Website: www.becmultimedia.com

บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย บริษัท ปิอีซี อินเทอร์เน็ตชั่นแนล ดิสทริบิวชั่น จำกัด

17. ชื่อ: บริษัท ทีวีพี ทรี เน็ตเวิร์ค จำกัด
 ประเภทธุรกิจ: จัดหา ผลิตรายการและขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์
 ทุนจดทะเบียน: 10 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 1 ล้านหุ้น)
 ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 9 ถนนพระรามสี่
 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
 โทรศัพท์: 0-2262 - 3050
 โทรสาร: 0-2262 - 3066

บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย บริษัท ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

18. ชื่อ: บริษัท ไทยทิกเก็ตเมเจอร์ จำกัด
 ประเภทธุรกิจ: ให้บริการทำโฆษณา / บริการรับรอง และขายบัตรเข้าชมการแสดง /
 บริการสำรองที่นั่งและจำหน่ายตั๋วรถโดยสาร
 ทุนจดทะเบียน: 10 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 1 ล้านหุ้น)
 ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 27 ถนนพระรามสี่
 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
 โทรศัพท์: 0-2262 - 3800
 โทรสาร: 0-2262 - 3801-2
 Website: www.thaiticketmajor.com

19. ชื่อ: บริษัท ปิอีซี –เทโร ซีเนริโอ จำกัด
ประเภทธุรกิจ: ดำเนินการจัดแสดงเพลงบนเวที
ทุนจดทะเบียน: 40 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว 4,000,000หุ้น)
ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 28 ถนนพระรามสี่
แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์: 0-2262 – 3800
โทรสาร: 0-2262 - 3801-2
20. ชื่อ: บริษัท ปิอีซี –เทโร ศาสน จำกัด
ประเภทธุรกิจ: บริหารและจัดการสโมสรฟุตบอล
ทุนจดทะเบียน: 10 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว 1,000,000หุ้น)
ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 26 ถนนพระรามสี่
แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์: 0-2262 – 3800
โทรสาร: 0-2262 - 3801-2
23. ชื่อ: บริษัท ปิอีซี-เทโร เรดิโอ จำกัด
ประเภทธุรกิจ: ขายเวลาโฆษณาและให้คำปรึกษาด้านการพัฒนารายการวิทยุ
ทุนจดทะเบียน: 49,960,800 บาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว 4,996,080หุ้น)
ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 23- 24 ถนนพระรามสี่
แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์: 0-2262 – 3500
โทรสาร: 0-2262 – 1410
22. ชื่อ: บริษัท ปิอีซี – เทโร ทู วิชั่นส์ จำกัด
ประเภทธุรกิจ: จัดงานและบริหารกิจกรรมด้านกีฬา
ทุนจดทะเบียน: 50 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว 500,000หุ้น)
ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 28 ถนนพระรามสี่
แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์: 0-2262 – 3800
โทรสาร: 0-2262 - 3801-2

23. ชื่อ: บริษัท ปิอีซี-เทโร เมียนมาร์ จำกัด
- ประเภทธุรกิจ: บริการรับจองและขายบัตรเข้าชมการแสดง จัดหาและผลิตรายการบันเทิง จัดแสดงคอนเสิร์ต และการแสดงโชว์ ผลิตและจำหน่ายเทปเพลง แผ่นเสียง ซีดี และวีซีดี ในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์
- ทุนจดทะเบียน: 200,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว 200,000หุ้น)
- ที่ตั้งสำนักงาน: No. 4-G, Louis Lane, Golden Valley 2nd Street,
Golden Valley (2) Ward, Bahan Township, Yangon, Myanmar

บริษัทร่วมที่ถือหุ้นโดย บริษัท ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน)

24. ชื่อ: บริษัท ฟอว์เพเวอร์ ปิอีซี-เทโร จำกัด
[จดทะเบียนจัดตั้งในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์
เมื่อเดือนสิงหาคม 2555]
- ประเภทธุรกิจ: จัดหา ผลิตรายการบันเทิงและขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์ในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์
- ทุนจดทะเบียน: 100,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ (แบ่งออกเป็น 100,000หุ้น ราคาหุ้นละ 1 ดอลลาร์สหรัฐฯ: เรียกชำระแล้ว 25,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ)
- ที่ตั้งสำนักงาน: Room No. (1402-03), Olympic Tower (1),
Corner of Maha Bandoola Street & Bo Aung Kyaw Street,
Kyauktada Township, Yangon, Myanmar.
- โทรศัพท์: +95-1-204013, 256726
- โทรสาร: +95-1-204107
- Website: <http://www.foreverbectero.com>
- E-mail: info@foreverbectero.com
25. ชื่อ: บริษัท โลฟ เนชั่น ปิอีซี - เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด
[จดทะเบียนจัดตั้งเมื่อเดือนธันวาคม 2557]
- ประเภทธุรกิจ: จัดคอนเสิร์ตศิลปินจากต่างประเทศในประเทศไทย
- ทุนจดทะเบียน: 1 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว จำนวน 100,000หุ้น)
- ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 28 ถนนพระรามสี่
แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
- โทรศัพท์: 0-2262 - 3800
- โทรสาร: 0-2262 - 3801-2

บริษัทย่อย หรือบริษัทร่วม ที่ถือหุ้นโดย บริษัท ปิอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)
ที่มีการจำหน่ายเงินลงทุน หรือเลิกกิจการในปี 2557

26. ชื่อ: บริษัท ไอเอ็มจี ปิอีซี-เทโร สปอร์ตส แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด
[จดทะเบียนเลิกกิจการเมื่อเมษายน 2557 ชำระบัญชีแล้วเสร็จเมื่อกันยายน 2557]
ประเภทธุรกิจ: เพื่อดำเนินธุรกิจ จัดงานและบริหารกิจกรรม ด้านกีฬา แฟชั่น และ
ความบันเทิงต่างๆ
ทุนจดทะเบียน: 10 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว 1,000,000หุ้น)
ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 28 ถนนพระรามสี่
แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
27. ชื่อ: บริษัท ปิอีซี-เทโร แอ็พพ์ จำกัด
[ปิอีซี-เทโรฯได้จำหน่ายเงินลงทุนให้แก่ผู้ร่วมทุน เมื่อเมษายน 2557]
ประเภทธุรกิจ: จำหน่ายหนังสือออนไลน์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ผ่านทางแอปพลิเคชัน
4DBook และแอปพลิเคชันอื่น และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศอื่นที่เกี่ยวข้อง
ทุนจดทะเบียน: 1 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว 100,000หุ้น)
ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 26 ถนนพระรามสี่
แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

(3) บุคคลอ้างอิงอื่นๆ**O นายทะเบียนหลักทรัพย์:****บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด**

สถานที่ตั้ง: เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก
แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

Call Center: 0-2229-2888

เบอร์โทรศัพท์: 0-2229-2800

เบอร์โทรสาร: 0-2359-1259

Website: www.tsd.co.th

E-mail: TSDCallCenter@set.or.th

O ผู้สอบบัญชี:

ดร.วิรัช อภิเมธีธำรง	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 1378
นายชัยกรณ์ อุ่นปิติพงษ์	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3196
นายอภิรักษ์ อติอนุวรรตน์	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 5202
ดร.ปรีชา สวน	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 6718

บริษัท สำนักงาน ดร.วิรัช แอนด์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด

สถานที่ตั้ง: เลขที่ 518/3 อาคารภาณุณี ชั้น 7 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี
เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

เบอร์โทรศัพท์: 0-2252-2860, 0-2255-2518

เบอร์โทรสาร: 0-2254-1210

O ที่ปรึกษากฎหมาย:**บริษัท ที่ปรึกษากฎหมายไพบูลย์ จำกัด**

สถานที่ตั้ง: 43/9 ซอยสุขุมวิท 11 (ไผ่หยก) ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

เบอร์โทรศัพท์: 0-2651-2121

เบอร์โทรสาร: 0-2651-2124

Website: www.paiboon.biz

E-mail: pa@paiboon.biz

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี -