

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกลยุทธ์ในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

- **วิสัยทัศน์:** เป็นบริษัทชั้นนำด้านการผลิต และนำเสนอข่าวสาร สารและความบันเทิงที่ให้คุณค่าสูงสุด
- **วัตถุประสงค์:** เป็นผู้นำในธุรกิจที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
เข้าถึงผู้ชมได้กว้างและลึก ให้มีความสัมพันธ์รอบด้านเหนียวแน่น มั่นคง
ใช้ทรัพยากรที่มีอย่างมีประสิทธิภาพ
สร้างความพึงพอใจในงานให้บริการลูกค้าได้อย่างดี
สร้างผลตอบแทนที่ดีให้แก่ผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่าย
- **เป้าหมาย:**
 - เป็นผู้นำในธุรกิจผลิตจัดหานำเสนอข่าวสารสารบันเทิง ที่เป็นที่ยอมรับของสังคม
 - มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด
 - ขยายงานสร้างโอกาสให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องตลอดไป
 - ขยายงานทั้งในเชิงกว้างและเชิงลึก เพื่อให้บริการผู้ชมและลูกค้าให้ได้มากขึ้น
 - สร้างความสัมพันธ์รอบด้าน อย่างเหนียวแน่น และมั่นคง
 - สร้างโอกาสให้ได้ใช้ทรัพยากรที่มีอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
 - สร้างความพึงพอใจในงานของบุคลากรของเราให้สูงขึ้น ให้สามารถดึงดูด ชักชวน พัฒนา รักษาคนที่มีฝีมือให้มาร่วมงานกับเราได้มากขึ้น และอยู่ร่วมงานกับเรานานขึ้น
 - สร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราที่สูงได้อย่างต่อเนื่องตลอดไป
- **กลยุทธ์ในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท:**
เพื่อรองรับกับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นหลังจากมีการให้บริการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน (Digital Terrestrial TV “DTTV”) และสภาพตลาดโฆษณาที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในยุค Digital Disruption บริษัทฯ ได้มีทิศทางในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ที่มุ่งเน้นในการสร้างและรักษาความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจอย่างยั่งยืน และยังคงมีความต่อเนื่องจากปี 2561 โดยยังมุ่งเน้นในการทำให้ธุรกิจหลักของเราแข็งแกร่ง



กลยุทธ์การรักษาและเพิ่มพูนขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจที่มีอยู่ในปัจจุบัน (Strengthening the Core) เพื่อให้ธุรกิจหลักในปัจจุบันยังคงความสามารถทางการแข่งขันไว้ได้ ท่ามกลางความท้าทายต่างๆ และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมุ่งเน้นไปที่

○ การเสริมสร้างศักยภาพให้องค์กร

- การปรับโครงสร้างองค์กร
- สรรหาบุคลากรที่มีฝีมือ มีความเชี่ยวชาญมาร่วมงานกับทางบริษัท ตั้งแต่ระดับปฏิบัติการไปจนถึงระดับบริหาร เพื่อเป็นการเปิดมุมมองใหม่ในการทำธุรกิจ และสร้างความแข็งแกร่งให้กับบริษัทในระยะยาว
- การปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อเสริมศักยภาพชิ้นงาน
- มีการสร้างทีมผู้เชี่ยวชาญด้านการทำข่าว ที่สามารถแสวงหา ผลิต และนำเสนอได้อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งจะ เป็นโมเดลใหม่ในการผลิตข่าว เพื่อให้ได้ข่าวที่เนื้อหาถูกต้อง รวดเร็ว และตรงกับความต้องการของผู้รับชม

○ มุ่งเน้นการเพิ่มเรตติ้ง

- สร้างสรรค์และพัฒนารายการ ทั้งรูปแบบรายการ เนื้อหา ความหลากหลาย ให้มีคุณภาพ น่าสนใจ และตรงความต้องการของผู้รับชม
- มีทีมงานวิเคราะห์ที่เชี่ยวชาญในการค้นหาความต้องการของผู้รับชม ซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถสร้างเนื้อหา และรูปแบบรายการให้ตรงกับความต้องการของผู้รับชมได้
- มีการปรับผังรายการให้แต่ละช่องมีความชัดเจน และจัดเนื้อหารายการให้เหมาะสมกับผู้ชมที่รับชมในแต่ละช่วงเวลา เพื่อจับกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการรับชมเนื้อหาต่างๆ ที่ต่างกัน
- เพิ่มฐานผู้รับชม ทั้งรายเก่า และรายใหม่ โดยการโปรโมตผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สื่อโฆษณา บุคคลที่มีชื่อเสียง และกิจกรรมต่างๆ ที่บริษัทได้จัดเป็นประจำ
- ปรับกลยุทธ์ในการขายโฆษณาให้มีช่องทางหลากหลายมากขึ้น ทั้งกับลูกค้าที่ผ่านเอเจนซี่ และลูกค้าที่ไม่ผ่านเอเจนซี่ รวมไปถึงการนำเสนอแพ็คเกจการขายที่น่าสนใจ และเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย

2. กลยุทธ์การขยายธุรกิจในยุคการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล และการแสวงหาโอกาสในแพลตฟอร์มใหม่ๆ ที่มีการเติบโตการ (Digital Transformation and Growth Platform) เป็นการแสวงหารายได้เพิ่มจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่มีอยู่เดิมและธุรกิจใหม่ทั้งในและต่างประเทศที่มีการเจริญเติบโตและให้ผลตอบแทนที่ดี

- การเปิดตลาดใหม่ในประเทศ โดยการมีช่องทางในการเข้าถึงที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งทางเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน โดยผ่านทั้งทางแพลตฟอร์มของบริษัทเอง และแพลตฟอร์มของพันธมิตร เพื่อให้ผู้ชมได้รับความสะดวกสบายในการรับชม content ของบริษัทฯ และเข้าถึงกลุ่มผู้ชมยุคใหม่ที่มีการใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น
- การเปิดตลาดต่างประเทศ โดยการสร้างความร่วมมือกับบริษัทบรอดแคสต์ซึ่งเป็นยักษ์ใหญ่ของแต่ละประเทศ เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้ชมได้ในปริมาณมาก ลดการละเมิดลิขสิทธิ์ และสร้างโอกาสในการทำธุรกิจในต่างประเทศ ทั้งการขายคอนเทนต์ การออกอากาศคู่ขนาน การทำกิจกรรมโชว์ตัว และการขายสินค้าให้กับผู้ชมในต่างประเทศ
- สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้กับผู้ชมและคู่ค้าทางธุรกิจ

ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรที่มีการเติบโตอย่างยั่งยืนในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมรวมถึงการกำกับดูแลกิจการที่ดีและมีธรรมาภิบาล

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบีอีซี

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบีอีซีประกอบด้วย บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ โดยมีบริษัทย่อยจำนวน 21 บริษัท และบริษัทร่วม จำนวน 3 บริษัท สามารถแยกออกเป็นกลุ่มตามลักษณะของธุรกิจที่ดำเนินการได้ดังนี้

1. กลุ่มธุรกิจดำเนินการออกอากาศและสื่อโฆษณา ประกอบด้วย

1.1 ธุรกิจโทรทัศน์

1.1.1 ให้บริการโทรทัศน์ระบบแอนะล็อกภาคพื้นดิน (Analogue Terrestrial TV) ดำเนินการโดยบริษัท บางกอก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (“บางกอก”) – บริษัทย่อยของบริษัทฯ; ภายใต้ สัญญาร่วมดำเนินการฯ กับ อ.ส.ม.ท. ดำเนินธุรกิจบริหารการออกอากาศโทรทัศน์สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

1.1.2 ให้บริการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน (Digital Terrestrial TV “DTTV”) ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ดำเนินการ โดย บริษัท บีอีซี - มัลติมีเดีย จำกัด (“BECM”) – บริษัทย่อยของบริษัทฯ; โดย BECM ชนะการประมูลเพื่อขอรับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ เพื่อประกอบกิจการให้บริการช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ จากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (“สำนักงาน กสทช.”) รวม 3 ใบอนุญาตฯ ได้แก่

- 1.) หมดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง “ช่อง 3HD ช่อง 33”
- 2.) หมดหมู่ทั่วไป แบบความคมชัดปกติ “ช่อง 3SD ช่อง 28” และ
- 3.) หมดหมู่เด็ก 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. ในการเปลี่ยนผ่าน การออกอากาศโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อกไปสู่ ระบบดิจิทัล เพื่อให้เป็นไปตามแนวทางที่ปฏิบัติต่อ ผู้ประกอบการโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อกทุกราย กสท.จึงตกลงพิจารณาอนุมัติให้บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด ร่วมกับ บางกอกฯ นำสัญญาณช่อง 3 ระบบแอนะล็อก ไปออกอากาศแบบคู่ขนาน (Simulcast) ในช่อง ดิจิทัล 33เอชดี แบบเดียวกับการคู่ขนานสัญญาณของช่อง 7 และช่อง 9 ซึ่งเป็นการ ออกอากาศคู่ขนาน สัญญาณ แบบ Real Time Pass Through สัญญาณช่อง 3 แอนะล็อกบนช่องดิจิทัล 33เอชดี และที่ประชุม กสท. เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2557 ได้มีมติอนุมัติผังรายการช่อง 33เอชดี เป็นที่เรียบร้อยแล้ว และช่อง 33เอชดี ได้เริ่มนำสัญญาณช่อง 3 ไปออกอากาศคู่ขนานตั้งแต่วันที่ 10 ตุลาคม 2557 เป็นต้นมา

1.1.3 โทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก กลุ่มบีอีซีได้ให้ความสนใจในการดำเนินการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็น สมาชิก และมองหาช่องทางส่งสัญญาณไปยังผู้ชมทั้งในประเทศและประเทศต่างๆทั่วโลก โดยได้เคยทดลองส่ง สัญญาณไปยังประเทศญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกาแล้ว และขณะนี้อยู่ในระหว่างการสรรหาผู้ร่วมดำเนินการใน ประเทศต่างๆ เพิ่มเติม

1.2 ธุรกิจวิทยุ

โดยบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ดำเนินการออกอากาศวิทยุคลื่นเอฟ เอ็ม สถานีวิทยุ อสมท. 105.5 เมกะเฮิรตซ์, บริษัท บีอีซี-เทโร เอ็ดดู จำกัด ดำเนินการออกอากาศวิทยุคลื่นเอฟ เอ็ม 95.5 เมกะเฮิรตซ์, รวมทั้งดำเนินการออกอากาศวิทยุออนไลน์ ผ่านทางเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันได้แก่ STAR FM THAILAND.COM, TOFUPOP RADIO.FM, ROCK ON RADIO.FM RAD RADIO.FM และเพลงละครช่อง3.com



1.3 ธุรกิจสื่อใหม่

ได้แก่ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ ดำเนินการโดย บริษัท บีอีซีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งมุ่งเน้นเป็นสื่อดิจิทัลกับการให้บริการและโซลูชั่นเนื้อหาของกลุ่มบีอีซี รวมทั้งเชื่อมต่อลูกค้าของกลุ่มบีอีซีกับนักการตลาดดิจิทัลด้วย ทั้งนี้ ในปี 2561 ได้เปิดตัว Mello แพลตฟอร์มออนไลน์อย่างเป็นทางการของบริษัท ในฐานะผู้ผลิตและนำเสนอ ละคร ซีรีส์ รายการ วาไรตี้ ถือเป็นการเปิดตัวในธุรกิจ Online Platform อย่างเต็มรูปแบบ โดยผู้ชมสามารถใช้บริการได้ผ่านแอปพลิเคชัน Mello และ เว็บไซต์ Mello.me ทั้งในระบบ Android และ IOS นอกจากนี้ได้มีการมองหาช่องทางดำเนินธุรกิจโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โดยบริษัท บางกอกแซทเทลไลท์ แอนด์ เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด และบริษัท แซทเทลไลท์ ทีวีบรอดคาสติ้ง จำกัด

2. กลุ่มธุรกิจดำเนินการจัดหา-ผลิตรายการ และจัดจำหน่ายรายการ

2.1. จัดหา-ผลิตและจัดจำหน่ายรายการบันเทิงและสารคดี

ดำเนินการโดยบริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน), บริษัท รังสิโรตม์วนิช จำกัด, บริษัท นิวเวิลด์ โปรดักชั่น จำกัด, บริษัท บางกอกเทเลวิชั่น จำกัด, บริษัท ทีวีบี พี เน็ตเวิร์ค จำกัด, บริษัท บีอีซี อินเตอร์เนชั่นแนล ดิสทริบิวชั่น จำกัด, และบริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน), ธุรกิจผลิตรายการข่าว ทำหน้าที่ผลิตข่าวเพื่อออกอากาศทั้งทางวิทยุและโทรทัศน์ ตลอดจนถึงข่าวที่จะขายให้แก่สำนักข่าวอื่นๆ ในนาม บริษัท สำนักข่าว บีอีซี จำกัด นอกจากนี้ ความนิยมของละครช่อง 3 ยังเป็นที่นิยมในหลายๆ ประเทศ โดยเฉพาะในประเทศ จีน และ CLMV (กลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม) ที่มีวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกันกับประเทศไทย ความต้องการของผู้บริโภคต่อละครจากประเทศไทย มีมาเป็นระยะเวลายาวนาน เพราะมีคุณภาพการผลิตที่ดี และมีดาราที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมในประเทศจีน และเพื่อนบ้านมากมาย CLMV จึงนับเป็นตลาดละครจากประเทศไทยที่สำคัญ และได้มีการจัดทำฉายลิขสิทธิ์ละครช่อง 3 เพื่อออกอากาศที่ต่างประเทศ โดยมีบริษัท ฟอว์เอฟเวอร์ บีอีซี-เทโร จำกัด ดำเนินการจัดหา-ผลิตรายการ เพื่อออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์



2.2. จัดหา-ผลิตรายการแสดงโชว์/คอนเสิร์ต และจัดกิจกรรมรณรงค์ต่างๆ

ดำเนินการโดย บริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน), บริษัท โลฟ เนชั่น บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ดำเนินธุรกิจจัดคอนเสิร์ตศิลปินจากต่างประเทศในประเทศไทย, บริษัท บีอีซี-เทโร ซีเนริโอ จำกัด ดำเนินการจัดแสดงละครบนเวที, บริษัท ไทยทิกเก็ตแมเจอร์ จำกัด ให้บริการโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริการขาย-รับจองบัตรเข้าชมการแสดง และให้บริการขายตั๋วรถยนต์โดยสาร และมีบริษัท บีอีซี-เทโร เมียนมาร์ จำกัด ให้บริการจองและจัดจำหน่ายตั๋วการแสดง, จัดกิจกรรมเพื่อความบันเทิง, บริการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเพลง และรายการในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

2.3. ธุรกิจต่อเนื่องและสนับสนุน

ได้แก่ ธุรกิจให้บริการสารสนเทศ ดำเนินการโดย บริษัท บีอีซี โอที โซลูชั่น จำกัด, ธุรกิจถือครองและให้เช่าทรัพย์สิน ดำเนินการโดย บริษัท บีอีซี แอสเซท จำกัด, ธุรกิจให้บริการอุปกรณ์ห้องสตูดิโอ ดำเนินการโดย บริษัท บีอีซี บรอดคาสติ้ง เซ็นเตอร์ จำกัด, นอกจากนี้ได้มีแผนการที่จะดำเนินธุรกิจให้บริการการผลิตรายการ-ให้เช่าสตูดิโอ และ/หรือ อุปกรณ์สตูดิโอเพื่อการผลิตรายการ และให้บริการ Post Production โดยบริษัท บีอีซี สตูดิโอ จำกัด ทั้งนี้ ในปี 2560 บริษัทบีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) [บีอีซี-เทโร] ได้ร่วมลงทุนกับบริษัท โชว์ดีซี เอ็นเตอร์เทนเมนต์คอร์ป จำกัด จัดตั้งบริษัทร่วมชื่อ "บริษัท บีอีซี-เทโร โชว์ จำกัด" โดยประกอบกิจการบริหารจัดการสถานที่และบริการจัดการตั๋วและบัตรชมงานคอนเสิร์ต งานมหรสพ กีฬา และงานแสดงทั้งหมด

ปัจจุบันบริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) มีทุนจดทะเบียน 2,000ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 2,000ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท หุ้นของบริษัทได้เริ่มทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มาตั้งแต่เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2539 โดยใช้ชื่อย่อว่า "BEC" ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบีอีซี มีพนักงานรวมทั้งสิ้น 2,457 คน

บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ ชั้น B1, G, 2, 3, 8, 9, 10, 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 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญเกี่ยวกับธุรกิจและการบริหารงานในปี 2561

ปี 2561

- 19 ม.ค. แจ้งการลาออกจากตำแหน่ง หัวหน้าคณะผู้บริหารสายการเงิน ของนางสาว รัตนา มาลีนนท์ เนื่องจากภารกิจเพิ่มมากขึ้น โดยจะยังคงดำรงตำแหน่งกรรมการบริหารอยู่ มีผลตั้งแต่วันที่ 18 มกราคม 2561 เป็นต้นไป และแต่งตั้ง นายพิริยดิศ ชูฟ้าอาตม์ ให้ดำรงตำแหน่ง “หัวหน้าคณะผู้บริหารสายการเงิน” มีผลตั้งแต่วันที่ 19 มกราคม 2561

กุมภาพันธ์

- 9 ก.พ. แลงข่าวเปิดตัวฟาร์ทเนอร์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ร่วมกับ LINE TV เพื่อเจาะตลาดกลุ่มผู้ชมรุ่นใหม่ที่ยอมรับชมละครจีนบนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยนอกจากการรีรันคอนเทนต์บน LINE TV แล้ว ยังมีการทำการตลาดร่วมกันมากขึ้น เช่น การทำ Sticker และยังมีแผนการทำ Exclusive Content ร่วมกัน เพื่อสร้างความแตกต่างให้ชัดเจนในการทำการตลาดบนแพลตฟอร์มออนไลน์ด้วย

- 23 ก.พ. ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2561 ที่ประชุมได้รับทราบ การลาออกจากตำแหน่งกรรมการบริษัท ของ นายกวิน กาญจนพาสน์ กรรมการอิสระ เนื่องจาก ติดภารกิจหลายประการ ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ในฐานะกรรมการอิสระของบริษัทได้อย่างเต็มที่ โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2561

ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2561 ที่ประชุมได้รับแจ้งจาก นายสมประสงค์ บุญยะชัย ขอลาออกจากตำแหน่ง ประธานกรรมการบริหาร เนื่องจาก มีภาระหน้าที่ด้านอื่นๆหลายอย่าง ซึ่งอาจมีผลกระทบด้านเวลาไม่สามารถมีเวลาให้กับบริษัทในตำแหน่งประธานกรรมการบริหารได้อย่างเต็มที่ แต่นายสมประสงค์ ยังคงเป็นกรรมการบริษัทต่อไป โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2561

มีนาคม

- 29 มี.ค. แลงข่าวเปิดตัว Mello แพลตฟอร์มออนไลน์อย่างเป็นทางการของบริษัท ในฐานะผู้ผลิตและนำเสนอ ละคร ซีรีส์ รายการ วาไรตี้ ถือเป็นการเปิดตัวในธุรกิจ Online Platform อย่างเต็มรูปแบบ โดยผู้ชมสามารถใช้บริการได้ผ่านแอปพลิเคชัน Mello ทั้งในระบบ Android และ iOS และเว็บไซต์ Mello.me

เมษายน

- 30 เม.ย. แลงข่าวเปิดตัวการออกอากาศคู่ขนาน (Simulcast) ละคร “ลิขิตรัก The Crown Princess” ในวันและเวลาเดียวกัน กับแพลตฟอร์มออนไลน์ของ Tencent Video บริษัทวีดีโอออนไลน์อันดับหนึ่งของจีน ถือเป็นรูปแบบใหม่ในการทำการตลาดในต่างประเทศ ซึ่งจะเป็แนวทางในการพัฒนาการตลาดในต่างประเทศต่อไป

พฤษภาคม

- 11 พ.ค. ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2561 ที่ประชุมได้รับทราบ การลาออกจากตำแหน่งกรรมการบริษัท ของ นายวรวรรณ มาลีนนท์ โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 9 พฤษภาคม 2561

มิถุนายน

- 4 มิ.ย. แลงข่าวเปิดตัวความร่วมมือทางธุรกิจร่วมกับ บริษัท เจเคเอ็น โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน) (JKN) ในการขายลิขสิทธิ์ละครไทยในต่างประเทศ โดยทั้งสองบริษัทบรรลุข้อตกลงให้ JKN เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายละครของช่อง 3 ในต่างประเทศทั่วโลก ยกเว้นในประเทศ ที่ช่อง 3 ได้มีตลาดในการขายคอนเทนต์ที่อยู่แล้ว ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ฮองกง มาเก๊า กัมพูชา เวียดนาม และ พม่า นับเป็นการเริ่มต้นที่ดี ที่จะทำให้ทั่วโลกรู้จักและติดตามละครไทยมากขึ้น



ปี 2562

- 4 มี.ค. ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2562 ประชุมเมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2562 มีมติแต่งตั้ง นายอริยะ พนมยงค์ เป็นกรรมการ แทนตำแหน่งกรรมการที่ว่างลงซึ่งมีวาระคงเหลือ 1ปี; และมีมติแต่งตั้งนายอริยะ ให้ดำรงตำแหน่ง “กรรมการผู้อำนวยการ” (“President”) รายงานตรงต่อคณะกรรมการบริหาร; โดยการแต่งตั้งเป็นกรรมการและกรรมการผู้อำนวยการ มีผลตั้งแต่วันที่ 2 พฤษภาคม 2562 เป็นต้นไป; พร้อมกันนี้ ได้ปรับผังโครงสร้างการจัดการใหม่ และแต่งตั้ง นายประชุม มาสินนธ์ เป็นประธานกรรมการบริหาร โดยการปรับผังโครงสร้างการจัดการ และการแต่งตั้งประธานกรรมการบริหาร มีผลตั้งแต่วันที่ 2 พฤษภาคม 2562 เป็นต้นไป;
- 29 มี.ค. ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2562 ประชุมเมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2562 ได้มีมติปรับตำแหน่งใน คณะผู้บริหารของบริษัท โดยให้มีผลตั้งแต่วันที่ 18 เมษายน 2562 ดังนี้
- 1.) นายประชุม มาสินนธ์
จากเดิมตำแหน่ง: ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มบริษัท (“G-CEO”)
เป็นตำแหน่ง: ประธานกรรมการบริหาร
 - 2.) นางสาวอัมพร มาสินนธ์
จากเดิมตำแหน่ง: ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ (“COO”)
เป็นตำแหน่ง: กรรมการบริหาร
 - 3.) นายอริยะ พนมยงค์ เป็นกรรมการผู้อำนวยการ (“President”)

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างกลุ่มบริษัท บีอีซี เวิลด์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561

<p>กลุ่มธุรกิจ ดำเนินการออกอากาศและสื่อโฆษณา</p>	<p>กลุ่มธุรกิจ ดำเนินการจัดหาและผลิตรายการ</p>
<p>ธุรกิจโทรทัศน์</p> <p>99.99% บจก. บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ (300)</p> <p>99.99% บจก. บีอีซี-มัลติมีเดีย (200)</p> <p>ธุรกิจวิทยุ</p> <p>99.99% บจก. ยูเอสดอทคอม (35)</p> <p>ธุรกิจสื่อใหม่</p> <p>99.99% บจก. แชนแนลไลฟ์ ทีวี บรอดคาสติ้ง* (1)</p> <p>99.99% บจก. บางกอกแชนแนลไลฟ์ แอนด์ เทเลคอมมิวนิเคชั่น* (25)</p> <p>99.99% บจก. บีอีซีไอ คอร์ปอเรชั่น (200)</p>	<p>ธุรกิจจัดหาและผลิตรายการบันเทิงและสารคดี</p> <p>99.99% บจก. ริงโรดมูวี่ (5)</p> <p>99.99% บจก. นิวเวิลด์ โปรดักชั่น (5)</p> <p>99.99% บจก. บางกอกเพเลชั่น (5)</p> <p>99.99% บจก. บีอีซี อินเทอร์เน็ตแอนด์ ดิสทริบิวชั่น (5)</p> <p>59.99% บจก. ทีวีบี 3 เวิลด์ไวด์ (10)</p> <p>ธุรกิจผลิตรายการแสดง ส่งเสริมการจำหน่ายเพลง และกิจกรรมรณรงค์</p>
	<p>59.99% บมจ. บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ (บีอีซี-เทโรฯ) (250 : ชำระแล้ว 200)</p> <p>59.99% บจก. ไทยทิคเก็ตเมเจอร์ (10)</p> <p>50.00% บจก. บีอีซี-เทโร ซิเนมามีเดีย (40)</p> <p>99.99% บจก. บีอีซี-เทโร เวิลด์ (40.96)</p> <p>49.00% บจก. ฟอร์เอฟเวอร์ บีอีซี-เทโร (US\$ 100,000 : ชำระแล้ว US\$ 25,000)</p> <p>99.99% บจก. บีอีซี-เทโร เมียนมาร์ (US\$ 200,000)</p> <p>50.10% บจก. ไลฟ์ เนชั่น บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์** (10)</p> <p>40.00% บจก. บีอีซี-เทโร โซร์ (10)</p>
	<p>ธุรกิจต่อเนื่องและสนับสนุน</p> <p>99.99% บจก. บีอีซี บรอดคาสติ้ง เอ็นเตอร์ (1)</p> <p>99.99% บจก. สำนักข่าวบีอีซี (5)</p> <p>99.99% บจก. บีอีซี สตูดิโอ* (5)</p> <p>99.99% บจก. บีอีซี แอสเซท (30)</p> <p>99.99% บจก. บีอีซี ไอที โซลูชั่น (15)</p>

หมายเหตุ :- ตัวเลขเปอร์เซ็นต์แสดงสัดส่วนการถือหุ้น

- ตัวเลขในวงเล็บแสดงทุนจดทะเบียน (หน่วย : ล้านบาท)

* ยังไม่เริ่มดำเนินการ

** ถือหุ้นสามัญ คิดเป็นร้อยละ 50.10 แต่มีสิทธิออกเสียงลงคะแนนในที่ประชุมร้อยละ 49.70

โดยมีรายละเอียดของการดำเนินการธุรกิจแต่ละบริษัท ดังนี้

ชื่อบริษัท	ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ	สัดส่วนการถือหุ้น
บริษัทใหญ่		
1. บมจ. บีอีซี เวิลด์	จัดหา ผลิตรายการ และ ขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์ และลงทุนในธุรกิจใหม่ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อโฆษณาและธุรกิจใหม่อื่นๆ	
บริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นโดยตรง		
2. บจก. บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์	ดำเนินธุรกิจสถานีโทรทัศน์และวิทยุ	99.99%
3. บจก. รังสิโรตม์วนิช	จัดหาผลิตรายการและขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์	99.99%
4. บจก. นิวเวิลด์ โปรดักชั่น	จัดหา ผลิตรายการ และ ขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์	99.99%
5. บจก. บีอีซี บรอดคาสต์ติ้ง เซ็นเตอร์	ดำเนินธุรกิจให้บริการอุปกรณ์ห้องสตูดิโอ	99.99%
6. บจก. ยู แอนด์ โอ คอร์ปอเรชั่น	ผลิตรายการ และ ดำเนินการสถานีวิทยุ	99.99%
7. บจก. บีอีซี แอสเซท	ดำเนินการถือครองและให้เช่าทรัพย์สิน	99.99%
8. บจก. บีอีซี สตูดิโอ *	ผลิตรายการและให้บริการอุปกรณ์ห้องสตูดิโอ	99.99%
9. บจก. บีอีซี อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล ดิสทริบิวชั่น	จัดหาและผลิตรายการโทรทัศน์	99.99%
10. บจก. สำนักข่าว บีอีซี	ผลิตรายการข่าว	99.99%
11. บจก. บางกอกเทเลวิชั่น	จัดหา ผลิตรายการ และ ขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์	99.99%
12. บจก. บางกอก แซทเทลไลท์ แอนด์ เทเลคอมมิวนิเคชั่น *	ให้บริการรับ-ส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม	99.99%
13. บจก. บีอีซี ไอที โซลูชั่น	ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ, ขายปลีกและให้บริการดูแลรักษาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	99.99%
14. บจก. แซทเทลไลท์ ทิว บรอดคาสต์ *	ให้บริการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม	99.99%
15. บมจ. บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์	จัดหา ผลิตรายการ และขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์ ผลิตและส่งเสริมการจำหน่ายเพลง จัดแสดงคอนเสิร์ต ผลิตภาพยนตร์ ละคร	59.99%
16. บจก. บีอีซีไอ คอร์ปอเรชั่น	ลงทุนในธุรกิจอินเทอร์เน็ตและให้บริการอื่นที่เกี่ยวข้องกัน	99.99%
17. บจก. บีอีซี - มัลติมีเดีย	ดำเนินธุรกิจสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล	99.99%
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย บจก. บีอีซี อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล ดิสทริบิวชั่น		
18. บจก. ทิวพี ทรี เน็ตเวิร์ค	จัดหา ผลิตรายการและขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์	59.99%
บริษัทย่อยที่ถือหุ้นโดย บมจ. บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์		
19. บจก. ไทยทิกเก็ตแมเจอร์	ให้บริการทำโฆษณา บริการรับจองและขายบัตรเข้าชมการแสดง	59.99%
20. บจก. บีอีซี-เทโร ซีเนรีโอ	ดำเนินการจัดการแสดงบนเวที	50.00%
21. บจก. บีอีซี-เทโร เรดิโอ	ขายเวลาโฆษณา และให้คำปรึกษาด้านการพัฒนารายการวิทยุ	99.99%
22. บจก. บีอีซี-เทโร เมียนมาร์	บริการรับจองและขายบัตรเข้าชมการแสดง จัดหาและผลิตรายการบันเทิง จัดแสดงคอนเสิร์ต และการแสดงโชว์ ผลิตและจำหน่ายเทปเพลง แผ่นเสียง ซีดี และวีซีดี ในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	99.99%
บริษัทร่วมที่ถือหุ้นโดย บมจ. บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์		
23. บจก. ฟอว์เอฟเวอร์ บีอีซี-เทโร	จัดหา ผลิตรายการบันเทิงและขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์ ในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	49.00%
24. บจ. โลพี เนชั่น บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์	จัดการแสดงคอนเสิร์ตจากศิลปินต่างประเทศในประเทศไทย	50.10%**
25. บริษัท บีอีซี-เทโร โชว์ จำกัด	บริหารจัดการสถานที่และบริหารจัดการตั๋วและบัตรชมงานคอนเสิร์ต งานมหรสพ กีฬา และงานแสดง	40.00%

* ยังไม่เริ่มดำเนินการ

** ถือเป็นเงินลงทุนในบริษัทร่วม เนื่องจาก บริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) มีสิทธิ์ออกเสียงลงคะแนนในที่ประชุม 49.70%

**นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบีอีซี ประกอบด้วย บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ และมีบริษัทย่อยจำนวน 21 บริษัท และบริษัทร่วม จำนวน 3 บริษัท โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

- (1) บริษัทย่อยที่บริษัทใหญ่เป็นผู้ถือหุ้นเกือบทั้งหมด และ
- (2) บริษัทร่วมทุน ที่บริษัทใหญ่หรือบริษัทย่อยร่วมทุนกับผู้ร่วมทุนอื่น ที่ไม่ได้เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ที่มีความถนัดความชำนาญ ในธุรกิจที่ดำเนินการโดยบริษัทร่วมทุนนั้นๆ โดยที่การดำเนินการของบริษัทในกลุ่มสามารถแยกออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่
 - (1) บริษัทที่ดำเนินธุรกิจออกอากาศและสื่อโฆษณา และ
 - (2) บริษัทที่ดำเนินธุรกิจ จัดหา-ผลิตรายการ และจัดทำนายรายการ การแบ่งการดำเนินการในระหว่างบริษัทต่างๆในกลุ่มเป็นไปตามหมวดงาน ความถนัด ทรัพยากร และค่านิยมของบริษัทนั้นๆ

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

-ไม่มี-

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ลักษณะการประกอบธุรกิจโครงสร้างรายได้

ตารางแสดงโครงสร้างรายได้ 3 ปีที่ผ่านมา ปี 2561 2560 และ 2559 ตามลำดับ

(รายได้ทั้งหมดนี้ ได้หักรายการระหว่างกันออกแล้ว)

ผลิตภัณฑ์/บริการ		ดำเนินการโดย	2561		2560		2559	
			ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ขายสื่อโฆษณา								
สื่อโทรทัศน์	บมจ.บีอีซี เวิลด์							
	บางกอกเอ็นเตอร์รา ¹							
	รังสิโรตม์วันวิซ ¹							
	บีอีซี-มัลติมีเดีย ¹							
	บีอีซี-เทโรและบริษัทย่อย ²							
รวมรายได้จากการขายสื่อโฆษณาโทรทัศน์			8,648.75	82.48	9,654.22	86.11	10,885.28	86.84
สื่อวิทยุ	บางกอกเอ็นเตอร์รา ¹							
	ยูแอนด์ไอเอ ¹							
	บีอีซี-เทโรและบริษัทย่อย ²							
	รวมรายได้จากการขายสื่อวิทยุ	230.10	2.19	235.98	2.10	265.90	2.12	
รวมรายได้จากการขายสื่อโฆษณา			8,878.85	84.67	9,890.20	88.21	11,151.18	88.96
รายได้จากการให้ใช้ลิขสิทธิ์และบริการอื่น								
	บมจ. บีอีซี เวิลด์	81.89	0.78	6.16	0.05	5.76	0.04	
	บางกอกเอ็นเตอร์รา ¹	73.87	0.70	33.56	0.30	5.58	0.04	
	บางกอกเทเลวิชั่น ¹	128.71	1.23	57.59	0.51	80.43	0.65	
	บีอีซี-เทโรและบริษัทย่อย ²	439.87	4.19	384.81	3.43	346.72	2.77	
	บีอีซี-มัลติมีเดีย ¹	0.00	0.00	4.69	0.04	3.27	0.03	
	บีอีซี อินเตอร์รา ¹	0.00	0.00	2.89	0.03	2.93	0.02	
	บีอีซี โอที โซลูชั่น ¹	0.95	0.01	0.85	0.01	0.80	0.01	
	บีอีซี แอสเซท ¹	0.27	0.01	0.23	0.01	-	-	
	บีอีซีไอ ¹	329.23	3.14	127.83	1.14	95.71	0.76	
	รวมรายได้จากการให้ใช้ลิขสิทธิ์และบริการอื่น	1,054.79	10.06	618.59	5.52	541.20	4.32	
รายได้จากการจัดคอนเสิร์ตและแสดงโชว์								
	บีอีซี-เทโร และ บริษัทย่อย ²	368.53	3.51	454.20	4.05	470.19	3.75	
รายได้จากการขายสินค้า								
	บมจ.บีอีซี เวิลด์							
	บีอีซี-เทโร และ บริษัทย่อย ²	73.52	0.70	71.97	0.64	103.18	0.82	
รวมรายได้จากการขายและบริการ			10,375.69	98.94	11,034.96	98.42	12,265.75	97.85
รายได้อื่น			110.72	1.06	176.87	1.58	268.81	2.15
รวมรายได้			10,486.41	100.00	11,211.83	100.00	12,534.56	100.00

หมายเหตุ ¹ ถือหุ้นโดย บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.99² ถือหุ้นโดย บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59.99

โครงสร้างรายได้และการเปลี่ยนแปลงในปีที่ผ่านมา

รายได้หลักของกลุ่มบีอีซี ในปี 2561 นั้นส่วนใหญ่มาจากรายได้จากการขายสื่อโฆษณา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรายได้จากการขายเวลาโฆษณาจากสื่อโทรทัศน์ และรายได้รองลงมาได้แก่ รายได้จากการให้ใช้ลิขสิทธิ์ หรือให้บริการอื่นๆ ได้มาจากการจัดกิจกรรมบันเทิง การขายสิทธิ์การใช้รายการโทรทัศน์ การขายสิทธิ์ภาพยนตร์และละคร เพื่อนำออกจำหน่ายในรูปแบบวีซีดี/ดีวีดี ภายในประเทศ การขายลิขสิทธิ์ละครไปยังต่างประเทศ (Global Content Licensing) และโฆษณาจากธุรกิจออนไลน์ที่ผ่านแพลตฟอร์มและเว็บไซต์ของกลุ่มบีอีซี เช่น CH3Thailand และ Mello รวมถึงแพลตฟอร์มพันธมิตร นอกจากนี้ยังมีการให้บริการขายบัตรชมการแสดงและจำหน่ายตั๋วรถโดยสาร การให้บริการ Mobile Entertainment และการให้บริการอื่นๆ ถัดไปเป็นรายได้จากการจัดคอนเสิร์ตและแสดงโชว์

ในปี 2561 รายได้หลักของกลุ่มบีอีซี เป็นรายได้จากการขายสื่อโฆษณาโดยในปีนี้ทำรายได้รวมจากการขายสื่อโฆษณาอยู่ที่ 8,878.85 ล้านบาท หรือคิดเป็น 84.67% ของรายได้รวมและลดลง 10.2% จากปีที่แล้วที่ 9,890.2 ล้านบาท ทั้งนี้รายได้จากการขายสื่อโฆษณาแบ่งเป็นรายได้จากการขายสื่อโฆษณาประเภทโทรทัศน์อยู่ที่ 8,648.75 ล้านบาท ลดลง 10.4% จากปีที่แล้วที่ 9,654.22 ล้านบาท ตามสภาวะที่การแข่งขันในตลาดที่สูง จากภาวะเศรษฐกิจที่ผู้ลงโฆษณาใช้เงินโฆษณาอย่างจำกัดกว่าในอดีตที่ผ่านมา ส่วนรายได้จากการขายสื่อโฆษณาประเภทวิทยุอยู่ที่ 230.10 ล้านบาทหรือลดลง 2.5% จากปีที่แล้วที่ 235.98 ล้านบาท รายได้จากการให้ใช้ลิขสิทธิ์และบริการอื่นอยู่ที่ 1,054.79 ล้านบาท หรือคิดเป็น 10.06% ของรายได้รวมและเพิ่มขึ้น 70.5% จากปีที่แล้วที่ 618.59 ล้านบาท การเพิ่มขึ้นรายได้นั้น มาจาก

1. บีอีซีไอทีดำเนินธุรกิจออนไลน์ที่มีการเติบโตผ่านแพลตฟอร์ม และเว็บไซต์ของกลุ่มบีอีซี และจากแพลตฟอร์มพันธมิตร
2. การเพิ่มขึ้นจากการขายลิขสิทธิ์ละครไปยังต่างประเทศ (Global Content Licensing) จากบมจ. บีอีซี เวิลด์ และบางกอกเทเลวิชั่น และ
3. การให้บริการขายบัตรชมการแสดงและจำหน่ายตั๋วรถโดยสารซึ่งดำเนินการโดยบีอีซี-เทโรและบริษัทย่อย

ในขณะที่รายได้จากการจัดคอนเสิร์ตและแสดงโชว์อยู่ที่ 368.5 ล้านบาท หรือคิดเป็น 3.51% ของรายได้รวมและลดลง 18.9% จากปีที่แล้วที่ 454.2 ล้านบาท ในส่วนของรายได้จากการขายสินค้าอยู่ที่ 73.5 ล้านบาทหรือคิดเป็น 0.7% ของรายได้รวมและเพิ่มขึ้น 2.2% จากปีที่แล้วที่ 72 ล้านบาท

2.1 กลุ่มธุรกิจดำเนินการออกอากาศและสื่อโฆษณา

2.1.1 ธุรกิจโทรทัศน์

- 1) ธุรกิจให้บริการโทรทัศน์ระบบแอนะล็อกภาคพื้นดิน (Analogue Terrestrial TV) ดำเนินการโดยบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด “บางกอกฯ”- บริษัทย่อยของบริษัทฯ
- 2) ธุรกิจให้บริการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน (Digital Terrestrial TV “DTTV”) ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ ดำเนินการโดย บริษัท บีอีซี - มัลติมีเดีย จำกัด “บีอีซี-มัลติมีเดีย”- บริษัทย่อยของบริษัทฯ

(1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

(1.1) ธุรกิจให้บริการโทรทัศน์ระบบแอนะล็อกภาคพื้นดิน (Analogue Terrestrial TV)

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

บางกอกฯ เป็นเจ้าของเวลาออกอากาศทั้งหมดที่มีอยู่ในฐานะที่เป็นนายสถานี และมีหน้าที่จัดผังรายการออกอากาศให้เหมาะสมเพื่อให้มีจำนวนผู้ชมสูงสุดในแต่ละวัน บางกอกฯ ทำการผลิตรายการประเภทข่าวส่วนใหญ่ด้วยตนเอง แต่สำหรับรายการประเภทบันเทิงต่างๆ เช่น ละครโทรทัศน์ รายการทอล์คโชว์ วาไรตี้โชว์ ภาพยนตร์ต่างประเทศ เป็นต้น บางกอกฯ จะทำงานร่วมกับผู้จัดหาและผลิตรายการอื่น เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยง และเพื่อสร้างความหลากหลายของรายการให้เป็นที่น่าสนใจของผู้ชม และมีประสิทธิภาพ

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

ธุรกิจให้บริการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน (Digital Terrestrial TV “DTTV”) ดำเนินการโดย บริษัท บีอีซี - มัลติมีเดีย จำกัด “บีอีซี - มัลติมีเดีย”- บริษัทย่อยของบริษัทฯ, โดย บีอีซี - มัลติมีเดีย ชนะการประมูลเพื่อขอรับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ เพื่อประกอบกิจการให้บริการช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ จากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (“สำนักงาน กสทช.”) รวม 3 ใบอนุญาต ด้วยราคาประมูลรวมทั้งสิ้น 6,471 ล้านบาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) บีอีซี - มัลติมีเดีย สามารถให้บริการโทรทัศน์ DTTV ได้ 3 หมวดหมู่ ได้แก่

- 1) หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง “ช่อง 3HD ช่อง 33”
- 2) หมวดหมู่ทั่วไป แบบความคมชัดปกติ “ช่อง 3 SD ช่อง 28” และ
- 3) หมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว “ช่อง 3 FAMILY ช่อง 13”

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 เพื่อสนับสนุนนโยบายของรัฐ และ กสท. ในการเปลี่ยนผ่านการออกอากาศโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล และเพื่อให้เป็นไปตามแนวทางที่ปฏิบัติต่อผู้ประกอบการโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อกทุกราย กสท. จึงตกลงพิจารณาอนุมัติให้บริษัท บีซี-มัลติมีเดีย จำกัด ร่วมกับ บางกอกฯ นำสัญญาณช่อง 3 ระบบแอนะล็อก ไปออกอากาศแบบคู่ขนาน (Simulcast) ในช่องดิจิทัล 33เอชดี แบบเดียวกับการคู่ขนานสัญญาณของช่อง 7 และช่อง 9 ซึ่งเป็นการออกอากาศคู่ขนานสัญญาณ แบบ Real Time Pass Through สัญญาณช่อง 3 แอนะล็อก บนช่องดิจิทัล 33เอชดี และที่ประชุม กสท. เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2557 ได้มีมติอนุมัติผังรายการช่อง 33เอชดี 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/โทรทัศน์จะต้องอยู่ภายใต้กฎหมายที่บัญญัติไว้ในกฎหมายใหม่นี้แทน โดยที่กฎหมายใหม่ได้จำแนกกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ได้แก่ (1) กิจการบริการสาธารณะ (2) กิจการบริการชุมชน และ (3) กิจการทางธุรกิจ โดยที่บางกอกฯ ได้รับสิทธิให้ดำเนินกิจการทางธุรกิจต่อไปได้ตามปกติจนกว่าสัญญาฉบับปัจจุบันนี้จะสิ้นสุดอายุ และ นอกจากการแบ่งประเภทของกิจการแล้ว ในกฎหมายใหม่นี้ก็มีการวางกรอบการกำกับดูแลกิจการไว้อย่างกว้างๆคล้ายกับรายละเอียดที่แจ้งไว้ข้างต้น เพื่อเป็นแนวทางให้องค์กรอิสระที่จะมาทำหน้าที่กำกับดูแลกิจการตามรัฐธรรมนูญ และออกข้อบังคับในส่วน of รายละเอียดต่อไป

สำหรับการโฆษณาและบริการธุรกิจนั้น พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ได้กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และ ระยะเวลาสำหรับการโฆษณาและบริการธุรกิจ สำหรับกิจการโทรทัศน์ประเภทความใช้สอยความถี่ โดยในมาตรา 23 กำหนดให้การโฆษณาและบริการธุรกิจได้ไม่เกินชั่วโมงละสิบสองนาทีก่อน โดยเมื่อรวมเวลาโฆษณาตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่เกินชั่วโมงละสิบนาทีก่อน

ผู้ประกอบการโทรทัศน์ รูปแบบการดำเนินงาน และผู้ที่เกี่ยวข้อง

ในปัจจุบัน มีผู้ประกอบการเพียงรายเดียวที่ยังคงให้บริการโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อก คือช่อง 3 ดำเนินการโดยบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ส่งวิทยุโทรทัศน์ในย่านความถี่วีเอช เอฟ (VHF) ซึ่งใช้ความถี่ 30-300 เมกะเฮิร์ตซ์เป็นหลัก

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

1. เจ้าของเวลา สถานีวิทยุโทรทัศน์เป็นเจ้าของเวลาการแพร่ภาพทั้งหมดของสถานี
2. ผู้เช่าเวลาเป็นผู้ที่เช่าช่วงเวลาจากสถานีมาเพื่อหารายการและโฆษณามาแพร่ภาพ ในช่วงเวลาที่เช่ามา หรือเพื่อให้เช่าช่วงต่อ นอกจากนี้ยังมีนายหน้าทั่วไปที่ซื้อเวลาโฆษณาแล้วนำไปจำหน่ายต่ออีกทอดหนึ่ง



3. ผู้เช่าช่วงเวลา ที่เช่าเวลาต่อมาจากผู้เช่าเวลารายอื่นอีกทอดหนึ่ง เพื่อหารายการและโฆษณาตามแพ็คเกจในช่วงเวลานั้นๆก็ได้
4. ผู้ผลิตรายการเป็นผู้ประกอบธุรกิจด้านการผลิตรายการเป็นหลัก โดยจะรับผิดชอบในกระบวนการผลิตรายการรวมทั้งติดต่อกับศิลปินนักแสดงต่างๆ
5. ผู้ขายโฆษณา ผู้ทำหน้าที่ขายโฆษณา อาจเป็นเจ้าของเวลาโฆษณาของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งสามารถนำไปจำหน่ายให้แก่ผู้ที่สนใจลงโฆษณาเอง หรืออาจเป็นนายหน้าผู้ที่ทำหน้าที่รับเหมาเวลาโฆษณาเพื่อการจำหน่ายต่อ ในปัจจุบันนี้มีทั้งสถานีผู้ที่เป็นเจ้าของเวลา ผู้ผลิตรายการ ผู้เช่าเวลา ตลอดจนนายหน้า ที่ทำหน้าที่เป็นผู้จำหน่ายเวลาโฆษณา

(2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

นโยบายการตลาดและกลยุทธ์ในการแข่งขัน

1. เพิ่มอัตราคนดูรวม เนื่องจากการวัดผลงานการจัดรายการของสถานีโทรทัศน์ พิจารณาได้จากอัตราคนดูในแต่ละช่วงเวลา กลุ่มบีอีซีจึงเน้นในการจัดผังรายการให้เหมาะสม
2. เลือกสรรรายการที่มีคุณภาพ กลุ่มบีอีซีให้ความสำคัญอย่างยิ่ง ในการคัดเลือกรายการที่จะนำมาแพร่ภาพในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การร่วมกับผู้ผลิตรายการเลือกบทประพันธ์ ผู้กำกับการแสดง นักแสดง ตลอดจนควบคุมคุณภาพของรายการโดยตลอดทั้งกระบวนการ เพื่อให้รายการมีคุณภาพตามที่ต้องการและได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ชมให้มากที่สุด
3. จัดผังรายการให้เหมาะสม เพื่อให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมในแต่ละช่วงเวลา กลุ่มบีอีซีจึงได้ปรับเปลี่ยนผังรายการไปตามสมันิยม
4. การควบคุมคุณภาพของรายการ โดยเฉพาะรายการประเภทละคร กลุ่มบีอีซีมีนโยบายว่ารายการต่างๆต้องผลิตให้เสร็จสมบูรณ์ก่อนที่จะเริ่มแพร่ภาพ เพื่อให้การถ่ายทำเป็นไปอย่างสมบูรณ์มากที่สุด โดยไม่ต้องรีบเร่ง เสี่ยงกับการที่จะถ่ายทำไม่ทันกับการแพร่ภาพ และจะไม่พยายามยืดเนื้อหาของรายการกว่าที่ควรจะเป็น นอกจากนี้จะพยายามเลือกผู้ผลิตรายการให้เหมาะสมกับเรื่อง/รายการที่จะทำการผลิต ทั้งนี้ เพราะผู้ผลิตรายการมีความถนัดที่แตกต่างกัน เพื่อให้คุณภาพของรายการ/ละครมีความสมบูรณ์มากที่สุด
5. ออกอากาศให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศไทย กลุ่มบีอีซีได้ทำการขยายพื้นที่การแพร่ภาพของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ที่สามารถรับชมให้มากที่สุด ปรับปรุงคุณภาพการรับชมทั้งในบริเวณที่มีสภาพภูมิประเทศเป็นภูเขา หรือพื้นที่ที่รับสัญญาณได้ไม่ดีนัก ซึ่งจะทำให้การแพร่ภาพเข้าถึงคนไทยทั่วทั้งประเทศได้พร้อมๆกัน ปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จัดได้ว่าสามารถแพร่ภาพผ่านทางสถานีเครือข่ายจำนวน 32 สถานี ครอบคลุมพื้นที่ได้มากกว่า 90% ของพื้นที่ทั่วประเทศ และสามารถเข้าถึงประชาชนได้ถึงกว่า 96% ของประชาชนทั่วประเทศ
6. ปรับปรุงคุณภาพของสัญญาณ กลุ่มบีอีซีพยายามอย่างต่อเนื่องในการปรับปรุงระบบการรับและส่งสัญญาณภาพ เพื่อให้ผู้ชมสามารถรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากการที่กลุ่มบีอีซีได้ลงทุนในการปรับปรุงเครือข่ายสถานีตามจังหวัดต่างๆ อย่างต่อเนื่องมาตลอด โดยมุ่งที่จะทำให้ระบบการรับและส่งสัญญาณภาพมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การขายโฆษณาของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นไปตามนโยบายของบางกอกฯ ซึ่งมีทีมงานขายเพื่อติดต่อกับบริษัทโฆษณาซึ่งเป็นลูกค้ารายใหญ่ สำหรับช่วงเวลาสำคัญลูกค้าที่เป็นบริษัทโฆษณาจะมาจองเวลาโฆษณาตั้งแต่ต้นปี เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อโฆษณาที่ได้รับความนิยมสูงสุด จึงมีผู้สนใจซื้อเวลาโฆษณาเป็นจำนวนมากในขณะที่เวลาโฆษณามีอยู่จำกัด

นโยบายราคา บางกอกฯและผู้ผลิตรายการจะร่วมกันเป็นผู้กำหนดอัตราค่าโฆษณา ปัจจัยที่ใช้ประกอบในการกำหนดราคาได้แก่ เวลาออกอากาศ อัตราค่าโฆษณาของคู่แข่ง รวมทั้งความนิยมของผู้ชมต่อรายการ (Rating) ทั้งนี้ ช่วงที่อัตราค่าโฆษณาสูงสุด คือ ช่วงละครหลังข่าว (20:20-22:50 น.) รองลงมา คือ ช่วงข้างเคียงละคร (18:20-20:20 น. และ 22:50-23:20 น.)

ลักษณะของลูกค้าและความสัมพันธ์ของลูกค้ากับกลุ่มบีอีซี

เนื่องจากรายได้ของธุรกิจนี้มาจากการขายเวลาโฆษณาสินค้าเป็นหลัก ลูกค้าที่เป็นบริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) และรับจ้างบริหารงานโฆษณาให้กับเจ้าของสินค้า หรือเจ้าของสินค้าหรือบริการที่จองซื้อเวลาโฆษณาเพื่อนำเสนอรายการโฆษณาของตนเอง ซึ่งลูกค้าทั้งสองประเภทนี้ไม่ได้รับสิทธิพิเศษใดๆจากกลุ่มบีอีซีหรือบริษัทย่อย และกลุ่มบีอีซีไม่มีนโยบายทำข้อตกลงผูกพันการขายเวลาโฆษณาระยะยาวกับกลุ่มลูกค้าแต่อย่างใด การที่ลูกค้าจะทำการโฆษณามากหรือน้อยนั้น ขึ้นอยู่กับการแข่งขันในแต่ละธุรกิจผู้โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์รายใหญ่จะเป็นผู้ผลิต ผู้ขายสินค้าอุปโภค บริโภคเป็นหลัก ในระยะหลังเริ่มมีผู้ให้บริการด้านโทรคมนาคม ผู้ผลิตรถยนต์ และผู้ประกอบการในธุรกิจการเงินเข้ามาเพิ่มในฐานะผู้โฆษณารายใหญ่

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมโทรทัศน์

ธุรกิจโทรทัศน์ในประเทศ อาจแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ

- (1) ธุรกิจโทรทัศน์ปกติ ระบบแอนะล็อก และระบบดิจิทัล
- (2) ธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก

1. ธุรกิจโทรทัศน์ปกติ

ปัจจุบันธุรกิจโทรทัศน์ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปมาก จากเดิมที่มีการให้บริการในระบบแอนะล็อกและมีผู้ประกอบการเพียง 6 ราย ได้มีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ระบบดิจิทัล โดยหลังจากสทท.จัดให้มีการประมูลใบอนุญาตเมื่อปลายปี 2556 ผู้ประกอบการเดิมจึงเริ่มทยอยเปลี่ยนย้ายเข้าสู่ระบบดิจิทัลในปี 2557 และเนื่องจากทีวีดิจิทัลถือเป็นโอกาสในการทำธุรกิจสื่อในอนาคตทำให้ผู้ประกอบการหน้าใหม่เพิ่มขึ้นจำนวนมาก ซึ่งในปัจจุบันมีเพียงช่อง 3 โดยบริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ที่ยังคงดำเนินการในระบบแอนะล็อกเดิมควบคู่กับระบบดิจิทัล เนื่องจากสัญญาร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สี ที่ร่วมทำกับบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จะมีอายุสัญญาถึงวันที่ 25 มีนาคม 2563

โดยระบบดิจิทัลทีวีที่มีการเปิดประมูล จะมีทั้งหมด 48 ช่องรายการ ประกอบด้วย ช่องรายการประเภทบริการสาธารณะจำนวน 12 ช่องรายการ ซึ่งส่วนใหญ่จะดำเนินการโดยภาครัฐ และช่องรายการประเภทบริการชุมชนจำนวน 12 ช่องรายการ ซึ่งส่วนใหญ่จะดำเนินการโดยองค์กรที่ไม่

ประสงค์จะหาทำไร และมีช่องรายการประเภทบริการเพื่อการพาณิชย์จำนวน 24 ช่องรายการ ซึ่งจะดำเนินการโดยเอกชนและรัฐวิสาหกิจ ที่ชนะการประมูลได้รับใบอนุญาตจาก “กสทช.” ช่องรายการของกิจการที่ใช้คลื่นความถี่ต้องเปิดให้ผู้ชมสามารถรับชมได้โดยเป็นการทั่วไป โดยไม่มีการจำกัดสิทธิ์และเรียกร้อยค่าตอบแทนใดๆจากผู้ชม เฉพาะช่องรายการประเภทบริการเพื่อการพาณิชย์ และช่องรายการประเภทบริการสาธารณะบางช่อง ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อความมั่นคงของรัฐหรือความปลอดภัยสาธารณะเท่านั้น ที่ได้รับอนุญาตให้หารายได้โดยการรับโฆษณาได้ โดยที่ช่องรายการประเภทบริการสาธารณะส่วนใหญ่จะดำเนินการโดยงบประมาณของภาครัฐ ในขณะที่ช่องรายการประเภทบริการชุมชนอาจจะขอรับความสนับสนุนทางการเงินจาก “กสทช.” ก็ได้ ในช่วงต้นเริ่มตั้งแต่ต้นเมษายนปี 2557 มีเพียงช่องรายการประเภทบริการเพื่อการพาณิชย์จำนวน 24 ช่องรายการ และช่องรายการประเภทบริการสาธารณะที่ดำเนินการโดยผู้ให้บริการเดิม ช่อง 5, ช่อง 11, Thai PBS และมีช่องรัฐสภาเป็นช่องรายการใหม่ เนื่องจากกระบวนการในการออกใบอนุญาตช่องรายการประเภทบริการสาธารณะและบริการชุมชนนั้นยังไม่ได้เริ่ม

ในการดำเนินการออกอากาศช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลทีวีนี้ “กสทช.” ได้กำหนดแยกการดำเนินการออกเป็นส่วนๆ ไม่อนุญาตให้ผู้ประกอบการดำเนินการเต็มรูปแบบตามระบบแบบเดิมได้อีกต่อไป โดยได้แยกการดำเนินการออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ คือส่วนการดำเนินการออกอากาศให้เป็นหน้าที่ของ “ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์” (Network Provider) และส่วนที่เป็นการจัดการด้านรายการและการหารายได้เป็นหน้าที่ของ “ผู้ให้บริการช่องรายการ” โดยที่ผู้ประกอบการต้องขอใบอนุญาตเป็นส่วนๆ

ในส่วนของผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ (Network Provider) นั้น “กสทช.” ได้ออกใบอนุญาตให้ “ททบ.” “กรมประชาสัมพันธ์” “Thai PBS” และ “อสมท.” ดำเนินการ รวม 5 Networks โดยที่ “ททบ.” ได้รับอนุญาตให้ดำเนินการ 2 Networks ทุก Networks ได้เริ่มให้บริการตั้งแต่เมษายนปี 2557 แล้ว โดยที่ “กสทช.” กำหนดให้ Network Provider จะต้องให้บริการครอบคลุม 50% ของจำนวนครัวเรือนเมื่อสิ้นสุดปีแรก ขยายเป็น 80% ของของจำนวนครัวเรือนเมื่อสิ้นสุดปีที่ 2 ขยายเป็น 90% ของของจำนวนครัวเรือนเมื่อสิ้นสุดปีที่ 3 และขยายเป็น 95% ของจำนวนครัวเรือนเมื่อสิ้นสุดปีที่ 4

ในส่วนช่องรายการประเภทบริการเพื่อการพาณิชย์ใหม่จำนวน 24 ช่องรายการ ได้มีการแบ่งแยกย่อยออกเป็น 3 หมวดใหญ่ 4 หมวดย่อย คือ

(1) ช่องรายการ “ทั่วไป” ซึ่งก็แยกออกเป็น 2 แบบ ได้แก่แบบคมชัดสูง และแบบคมชัดปกติ แบบละ 7 ช่องรายการ

(2) ช่องรายการ “ข่าว” จำนวน 7 ช่องรายการ

(3) ช่องรายการสำหรับ “เด็ก เยาวชน และครอบครัว” จำนวน 3 ช่องรายการ

โดยที่ช่องรายการหมวด “ข่าว” และ “เด็ก เยาวชน และครอบครัว” นั้นเป็นการออกอากาศแบบคมชัดปกติ ใบอนุญาตประเภทบริการเพื่อการพาณิชย์นี้จะออกให้โดยการประมูลเท่านั้น และ “กสทช.” กำหนดให้แต่ละกลุ่มบริษัทสามารถดำเนินการได้เพียง 3 หมวดย่อย โดยให้เลือกว่าจะเอาช่องรายการ “ทั่วไป” แบบคมชัดสูงหรือจะเอาช่องรายการ “ข่าว” อย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น โดยที่ใบอนุญาตมีอายุ 15 ปี

ผลการประมูลใบอนุญาต “ช่องรายการ” บริการเพื่อการพาณิชย์ โดยที่ใบอนุญาตช่องรายการ “ทั่วไป” แบบความคมชัดสูง มีราคาประมูลอยู่ในช่วง 3,530 - 3,320 ล้านบาท ช่องรายการ “ทั่วไป” แบบคมชัดปกติอยู่ในช่วง 2,355 - 2,200 ล้านบาท ช่อง “ข่าว” อยู่ในช่วง 1,338 - 1,298 ล้านบาท และช่อง “เด็ก เยาวชน และครอบครัว” อยู่ในช่วง 666 - 648 ล้านบาท ในขณะที่ผู้ที่ประมูลไม่ได้ส่วนใหญก็ได้เสนอราคาต่ำกว่าผู้ชนะการประมูลเพียงไม่กี่ช่วงราคา

“บีอีซี-มัลติมีเดีย” บริษัทย่อยของบีอีซี เวิลด์ ชนะการประมูล ได้สิทธิ์ได้รับใบอนุญาตทั้ง 3 หมวดเต็มที่ได้ตามที่ได้รับอนุญาต โดยที่ “บีอีซี-มัลติมีเดีย” ได้เลือกที่จะประมูลเอาช่องรายการ “ทั่วไป” แบบความคมชัดสูงแทนที่จะเอา “ช่องข่าว” และมีอีก 5 กลุ่มที่ประมูลได้สิทธิ์อีกกลุ่มละ 2 หมวด ได้แก่ กลุ่ม “อสมท.”, กลุ่ม “ทรู”, กลุ่ม “จีเอ็มเอ็ม.”, กลุ่ม “เนชั่น” และ กลุ่ม “ทีวี พูล” ในขณะที่มีอีก 11 บริษัท ที่ได้สิทธิ์ไปบริษัทละ 1 หมวด

การแข่งขันระหว่างช่องรายการโทรทัศน์นั้น รุนแรงมาตั้งแต่ต้น แม้ในช่วงต้นที่มีช่องรายการโทรทัศน์เพียงไม่กี่ช่องรายการ เนื่องจากช่องรายการโทรทัศน์ปกตินี้ไม่อาจจะเรียกร้องรายได้จาก “ผู้ชม” ได้โดยตรง รายได้โฆษณาจึงเป็นรายได้หลักจากการประกอบกิจการให้บริการช่องโทรทัศน์เหล่านี้ ดังนั้น ช่องรายการโทรทัศน์เหล่านี้จึงมีตลาด/มีลูกค้า/มีการแข่งขัน ซ้อนกันอยู่สอง ชั้น คือ “ผู้ชม” และ “ผู้โฆษณา” โดยที่ช่องรายการต้องมี “ผู้ชม” จึงจะมีสภาพเป็น “สื่อ” จึงจะมีลูกค้า “ผู้โฆษณา” มาใช้บริการในฐานะสื่อโฆษณา ดังนั้นเพื่อให้เป็น “สื่อ” ที่มีประสิทธิภาพ/ประสิทธิผล ผู้ให้บริการช่องรายการต่างก็มุ่งหวังแย่ง “ผู้ชม” ให้ชมรายการของตนพร้อมๆ กันให้มากที่สุด ให้นานที่สุด

และเนื่องจากคนเรานั้นสามารถรับชมได้เพียงหนึ่ง 1 รายการในแต่ละช่วงเวลา เมื่อเลือกจะดูช่องรายการใดแล้ว ช่องรายการอื่นๆ ในช่วงเวลาเดียวกันก็จะเสียคนดูคนนี้ไป (Winner Takes All) นี่จึงเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้การแข่งขันรุนแรงมาตั้งแต่ต้น และเนื่องจากพฤติกรรมของคนส่วนใหญ่ในการใช้ชีวิตประจำวัน ที่ต้องศึกษา/ทำมาหากินในช่วงกลางวัน และพักผ่อน/หลับนอนในช่วงกลางคืน ดังนั้นช่วงเวลาที่ผู้คนจะสามารถมาเป็น “ผู้ชม” รายการโทรทัศน์ได้พร้อมๆ กันมากๆ จึงมีอยู่จำกัดเพียงช่วงเวลาเย็นค่ำถึงก่อนเวลาเช้านอน นี่จึงเป็นช่วงเวลาที่ดีที่สุดของกิจการโทรทัศน์ในฐานะ “สื่อ” และจากการที่คนส่วนใหญ่มีวันหยุดไม่ต้องศึกษา/ไม่ต้องไปทำงานกันในวันหยุด/วันสุดสัปดาห์ ทำให้ช่วงเวลากลางวันของวันหยุด/วันสุดสัปดาห์ เป็นอีกช่วงเวลาหนึ่ง ที่ช่องรายการต่างๆ มีโอกาสที่จะเป็นสื่อ ที่มีประสิทธิภาพ/ประสิทธิผลได้ดีอีกช่วงเวลาหนึ่ง และเนื่องจากในอดีตเมื่อเม็ดเงินโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ยังเป็นเงินก้อนเล็ก การแข่งขันของช่องรายการโทรทัศน์จึงกระจุกตัวอยู่ในช่วงเวลาเหล่านี้เป็นหลัก ทำให้การแข่งขันในช่วงเวลานี้จึงรุนแรงมากกว่าช่วงเวลาอื่นๆ แต่เมื่อเม็ดเงินโฆษณาโตขึ้น/มีความหลากหลายมากขึ้นก็มีส่วนช่วยให้การแข่งขัน ขยายตัวตามด้วย จนอาจกล่าวได้ว่าปัจจุบันมีการแข่งขันกันแทบทุกช่วงเวลาตลอดทั้งวันแล้ว

ในส่วนของการแข่งขันในแง่ธุรกิจ เป็นการแข่งขันในฐานะสื่อโฆษณา โดยที่ช่องรายการโทรทัศน์นั้นเมื่อ “ไทยพีบีเอส” ได้แปรสภาพมาเป็นเครือข่ายบริการสาธารณะ โดยไม่มีโฆษณามาตั้งแต่ช่วงต้นปี 2551 จึงมีเพียง 5 ช่อง รายการเดิมเท่านั้นที่แข่งขันกันในฐานะสื่อโฆษณา โดยที่บริษัท เอจีบี นิลเส้นมีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด “นิลเส้น มีเดีย รีเสิร์ช” (นิลเส้นฯ) ได้รายงานว่าการใช้เงินโฆษณา

ผ่านช่องรายการโทรทัศน์ 5 ช่องรายการนี้ รวมกันเป็นยอดสูงกว่า 50% ของการใช้เงินโฆษณา รวมทั้งอุตสาหกรรมต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2540 และโตขึ้นเป็นสัดส่วน สูงกว่า 60% ของอุตสาหกรรม มาตั้งแต่ปี 2554 ปัจจุบัน นิลเส็นฯ ได้ขยายขอบเขตการตรวจนับ ได้รวมการใช้เงินโฆษณาในช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดาวเทียม เคเบิล และดิจิทัลภาคพื้นดิน เข้ามารวมในรายงานด้วย ตั้งแต่วันที่ 2557

แต่เนื่องจากจำนวนผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้นจำนวนมาก ในขณะที่เม็ดเงินโฆษณาในสื่อโทรทัศน์มีจำนวนจำกัด ทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมเป็นไปอย่างร้อนแรง จากสภาพการแข่งขันดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการบางรายขาดทุนอย่างหนัก และยกเลิกการให้บริการไป โดยในปัจจุบัน ช่องรายการประเภทบริการเพื่อการพาณิชย์เหลือผู้ที่ยังดำเนินการอยู่ จำนวน 22 ช่องรายการ

โดยในปี 2561 นิลเส็นฯ ได้รายงานว่าการใช้เงินโฆษณาผ่านช่องรายการโทรทัศน์เป็นสัดส่วน 64% ของเม็ดเงินโฆษณา ทั้งนี้จากสถานการณ์เศรษฐกิจที่มีการประมาณการว่าเศรษฐกิจของไทยจะมีการเติบโตจากปีก่อนอยู่ประมาณ 4.5% แต่เติบโตจริงได้เพียง 4% เป็นผลมาจากสภาพเศรษฐกิจโลกมีการชะลอตัว เศรษฐกิจในไทยที่หนุ่ยโดยการส่งออก มีการชะลอตัวจนติดลบในไตรมาสที่ 3 เป็นครั้งแรกในรอบ 18 เดือน รวมถึงภาคการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์เรือล่มที่จังหวัดภูเก็ต ส่งผลให้นักท่องเที่ยวจีนลดลงอย่างเห็นได้ชัด โดย อุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวดีในปี 2561 อาทิ รถยนต์และเครื่องยนต์ เป็นการขยายตัวของตลาดในประเทศ เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจภายในประเทศขยายตัวดี ทั้งนี้ โดย นิลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (“Nielsen”) รายงานตัวเลขเม็ดเงินโฆษณา รวม (“AdEx”) ในปี 2561 อยู่ที่ 105,455 ล้านบาท ได้ปรับตัวเพิ่มขึ้น 3,970 ล้านบาท หรือ 3.91% จากปี 2560 ที่ 101,485 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นโดยสื่อโทรทัศน์ (แอนะล็อกและดิจิทัล) เพิ่มขึ้น 5,061 ล้านบาทหรือ 8.05% สื่อวิทยุ(Radio) เพิ่มขึ้น 326 ล้านบาทหรือ 7.28% สื่อโรงภาพยนตร์ (Cinema) เพิ่มขึ้น 496 ล้านบาทหรือ 7.28% สื่อนอกบ้าน (Outdoor) เพิ่มขึ้น 449 ล้านบาทหรือ 7.03% อย่างไรก็ตามในปี 2561 มีการลดลงของเม็ดเงินโฆษณาในสื่อบางประเภทจากปี 2560 นำโดยกลุ่มหนังสือพิมพ์ (Newspapers) ลดลง 1,606 ล้านบาทหรือ 20.84% สื่อกลุ่มนิตยสาร (Magazines) ลดลง 667 ล้านบาทหรือ -33.65% และ รายการโทรทัศน์ในระบบดาวเทียมและสายเคเบิล (TV-Cable/Satellite) ลดลง 479 ล้านบาทหรือ 16.44% ทั้งนี้เม็ดเงินโฆษณารวมในกลุ่มทีวี (TV + Cable/Satellite) ในปี 2561 มีจำนวนทั้งสิ้น 70,369 ล้านบาท ลดลง 4,582 หรือเพิ่มขึ้น 6.96% จากปี 2560 ที่ 65,787 ล้านบาท

2. ธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก

แต่เดิมมีผู้ประกอบการระดับประเทศที่ได้รับใบอนุญาตแต่เพียงรายเดียว และมีผู้ประกอบการระดับท้องถิ่นอีกมากมาย ต่อมาเมื่อมีปรากฏการณ์ “ล้มเสา/ติดตั้งจาน” กันมากขึ้นอย่างก้าวกระโดด จนเชื่อกันว่าปัจจุบันนี้มีครัวเรือนที่ใช้เครื่องรับชมช่องรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เป็นอุปกรณ์หลักในการรับชมรายการโทรทัศน์ มากกว่า 70% ของครัวเรือนทั้งประเทศนั้น ก็มีผู้ประกอบการในธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกในระดับประเทศมากขึ้น แต่โดยรวมนั้น แม้จะได้ดำเนินการมาหลายสิบปีแล้วก็ตาม แต่ก็ยังไม่สามารถขยายฐานจำนวนผู้บอกรับเป็นสมาชิกได้มากนัก ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายได้เปลี่ยนรูปแบบการให้บริการไป จากเดิมที่ให้บริการเฉพาะผู้ที่ยอมจ่ายค่าสมาชิก มาเป็นการเปิดให้สามารถรับชมบางช่องรายการได้โดยไม่ต้องเสียค่าสมาชิก โดยหวังว่าจะหาทางเข้าไปอยู่ในบ้านของผู้ชมก่อน และหวังที่จะหารายได้จากค่าโฆษณามาเสริม แต่ก็ยังไม่สามารถ

จะแบ่งจำนวนผู้ชมส่วนใหญ่ของช่องรายการโทรทัศน์ปกติไปได้ด้วยดี กลุ่มบีอีซีเองก็เป็นผู้จัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์รายหนึ่ง ที่ขายสิทธิ์ใช้รายการโทรทัศน์ให้แก่ผู้ดำเนินการธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกด้วย แต่เนื่องจากสภาวะการแข่งขันของผู้ดำเนินการในธุรกิจดังกล่าวลดลง เมื่อผู้ประกอบการบางรายรวมตัวกัน ทำให้ความต้องการแข่งขันลดลง ทำให้โอกาสของกลุ่มลดลงตามไปด้วย แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากจุดแข็งด้านรายการของกลุ่มบีอีซีนั้นเป็นที่ยอมรับเห็นได้ชัดเจน เรายังเชื่อมั่นว่าเรายังมีโอกาสหารายได้จากธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกนี้อยู่

ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อธุรกิจมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการให้บริการคอนเทนต์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกจากต่างประเทศได้เข้ามามีบทบาทในตลาดของไทย เช่น Netflix และ iflix ซึ่งการเข้ามาของสื่อต่างๆ จะเป็นช่องทางหนึ่งของกลุ่มบีอีซี ที่จะช่วยเพิ่มโอกาสในการขายคอนเทนต์ รวมไปถึงการเปิดโอกาสในการสร้างแบรนด์ไปทั่วโลก

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การดำเนินงานของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ในด้านการผลิตในฐานะนายสถานีโทรทัศน์นั้น แบ่งงานออกเป็น

1) การจัดผังรายการ

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

2) การจัดหาและผลิตรายการ

การผลิตรายการของสถานีจะมีอยู่ 2 รูปแบบ คือ บางกอกฯจะเป็นผู้ผลิตรายการเองหรือจะจัดหามาจากผู้ผลิตรายอื่น รายการที่บางกอกฯเป็นผู้ผลิตเองเป็นประจำคือ รายการข่าว รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง เป็นต้น นอกจากนี้อาจมีรายการเฉพาะกิจอื่นๆ ที่เกิดขึ้นไม่บ่อยนักและขั้นตอนในการดำเนินรายการไม่ยุ่งยากนัก เช่น การถ่ายทอดสด รายการรับบริจาคเงินเพื่อการกุศลต่างๆ ส่วนรายการที่บางกอกฯ ร่วมผลิตรายการกับผู้จัดหาและผลิตรายการอื่นนั้น บางกอกฯจะกำหนดลักษณะของรายการ และมีส่วนร่วมในการคัดเลือกบทประพันธ์ นักแสดง ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย ในส่วนของจัดหาและผลิตรายการบันเทิงนั้น ทางบางกอกฯมีนโยบายที่จะร่วมจัดหา หรือผลิตรายการบันเทิงต่างๆ กับผู้ผลิตรายการทั่วไป ทั้งกับบริษัทในเครือและผู้ผลิตรายการอิสระ โดยจะมีส่วนตั้งแต่การกำหนดประเภทของรายการ การคัดเลือกบทประพันธ์ และจัดทำบทละคร คัดเลือกนักแสดง ผู้กำกับ ผู้ดำเนินรายการ เป็นต้น



3) การแพร่ภาพออกอากาศ

การส่งสัญญาณภาพของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด เครื่องข่ายของสถานีฯ 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

2.1.2 ธุรกิจวิทยุ

กลุ่มดำเนินงานธุรกิจวิทยุผ่านบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (บางกอกฯ) และ บริษัท บีอีซี-เทโรเรดิโอ จำกัด บริษัทย่อยซึ่งบริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน)

(1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ในปี 2561 มีการออกอากาศรายการวิทยุรวม 6 สถานี คือ HITZ 95.5, EAZY FM 105.5, STAR FM THAILAND.COM, TOFUPOP RADIO.FM, ROCK ON RADIO.FM และ RAD RADIO.FM โดยแต่ละสถานีมีลักษณะเฉพาะที่ต่างกัน ดังนี้

สถานีวิทยุ	วัน/เวลาออกอากาศ/ รัศมีครอบคลุม	ลักษณะรายการ	กลุ่มเป้าหมาย
1. HITZ 95.5	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	รายการวิทยุยอดนิยมของพนักงาน เปิดเพลงสากลที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน และดำเนินรายการเป็นภาษาไทย	กลุ่มคนทำงานทั้งชายและหญิง อายุระหว่าง 18 - 35 ปี
3. STAR FM THAILAND.COM	ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง ทั่วโลกออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน	รายการวิทยุของพนักงาน เปิดเพลงไทยฟังสบาย ที่ได้รับความนิยมในอดีต ไม่มีเพลงซ้ำตลอดทั้งวัน และดำเนินการเป็นภาษาไทย	กลุ่มคนทำงานทั้งชายและหญิง อายุระหว่าง 25 - 45 ปี
4. TOFUPOP RADIO.FM	ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง ทั่วโลกออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน	รายการวิทยุของคนรุ่นใหม่ ที่ชื่นชอบเพลงเอเชียป๊อป เปิดเพลงป๊อปเกาหลี ญี่ปุ่น และจีน ดำเนินการเป็นภาษาไทย	นักเรียน นักศึกษา คนรุ่นใหม่ ทั้งชายและหญิง อายุระหว่าง 12 - 30 ปี
5. ROCK ON RADIO.FM	ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง ทั่วโลกออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน	รายการวิทยุของคนรุ่นใหม่ และวัยทำงาน เปิดเพลงร็อกสากลร่วมสมัย ดำเนินรายการเป็นภาษาไทย	กลุ่มคนรุ่นใหม่ และวัยทำงาน ทั้งชายและหญิง อายุระหว่าง 18 - 35 ปี
6. RAD RADIO.FM	ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง ทั่วโลกออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน	รายการวิทยุของคนรุ่นใหม่ และวัยทำงานที่ชื่นชอบการปาร์ตี้ เปิดเพลงสากลแนวแดนซ์รีมิกซ์ และ Electronic Dance Music (EDM) ดำเนินรายการเป็นภาษาไทย	กลุ่มคนรุ่นใหม่ และวัยทำงาน ทั้งชายและหญิง อายุระหว่าง 20 - 35 ปี

(2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

- มีแบรนด์ที่เป็นที่นิยม: บริษัทฯ มีการดำเนินกิจการวิทยุมาเป็นเวลายาวนาน มีความเชี่ยวชาญ และรู้กลไกการตลาดเป็นอย่างดี รวมทั้งสร้างแบรนด์วิทยุที่แข็งแกร่ง เป็นที่จดจำ และเป็นตัวเลือกอันดับต้นของกลุ่มผู้ฟัง
- ทีมงานและบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ: ทีมงานและบุคลากรเป็นมืออาชีพที่มีประสบการณ์ในวงการในประเทศไทย และต่างประเทศอย่างต่อเนื่องยาวนาน มีผลงานและภาพพจน์ที่ดีเสมอมา

การจำหน่ายและช่องทางจัดจำหน่าย

ช่องทางการจำหน่ายเวลาโฆษณาของธุรกิจวิทยุจะมาจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทโฆษณา (Agency) ซึ่งจะซื้อเวลาโฆษณาจากผู้นำเสนอรายการ และจะเป็นผู้เสนอการจัดสรรและวางแผนการใช้สื่อโฆษณาของลูกค้าผู้เป็นเจ้าของสินค้า และลูกค้าอีกกลุ่มหนึ่ง ได้แก่ ลูกค้าโดยตรง (Direct Customer) ซึ่งเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ ที่ซื้อเวลาโฆษณาจากผู้นำเสนอรายการ

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ในปี 2560 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติมีการปรับปรุงแผนความถี่วิทยุกิจการกระจายเสียงระบบ เอฟ.เอ็ม. เพื่อให้มีความเหมาะสมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป และป้องกันการรบกวนการใช้คลื่นความถี่ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคและอุตสาหกรรมวิทยุกระจายเสียงในภาพรวม และได้มีการจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ปี 2553 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ โดยมีการกำหนดแผนความถี่วิทยุกิจการกระจายเสียงระบบ เอฟ.เอ็ม. (FM) ใหม่ และมีแผนความถี่วิทยุครอบคลุมการกำหนดช่องความถี่วิทยุและเงื่อนไขการใช้งานความถี่วิทยุสำหรับกิจการกระจายเสียงระบบ เอฟ.เอ็ม. (FM) ในย่านความถี่วิทยุ 87 - 108 MHz ทั้งนี้ ปัจจุบันมีสถานีกิจการกระจายเสียงระบบ เอฟ.เอ็ม. (FM) มีทั้งหมด 313 สถานี ไม่นับรวมวิทยุชุมชนที่ดำเนินงานโดยทั้งที่มีและไม่มีใบอนุญาต โดยกระจายเสียงในกรุงเทพมหานครมีจำนวน 40 สถานี-ไม่นับรวมวิทยุชุมชน

ในปี 2561 นีลเส็นฯ ได้รายงานว่าการใช้เงินโฆษณาผ่านสื่อวิทยุมีการเพิ่มขึ้นไม่มาก โดยตัวเลขเม็ดเงินโฆษณาผ่านสื่อวิทยุในปี 2561 อยู่ที่ 4,802 ล้านบาท ได้ปรับตัวเพิ่มขึ้น 326 ล้านบาทหรือ 7% จากปี 2560 ที่ 4,476 ล้านบาท ทั้งนี้ได้ มีคลื่นวิทยุบางสถานีที่ปิดตัวลง ขณะที่สถานีวิทยุแต่ละแห่งมีการปรับตัวเพื่อดึงความสนใจของผู้ฟังและรักษากรฐานผู้ฟังให้ได้มากที่สุด ดังนั้นการแข่งขันในธุรกิจวิทยุในปัจจุบันจึงถือว่าค่อนข้างรุนแรง ท่ามกลางภาวะเม็ดเงินโฆษณาชะลอตัวจากสภาพเศรษฐกิจซบเซา ร่วมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก ผู้ประกอบการต้องปรับกลยุทธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังและเพื่อความนิยมของสถานี อาทิ การขยายช่องทางการรับฟังผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลายมากขึ้น เช่นการรับฟังออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์ การรับฟังผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน หรือช่องทาง Social Media

ผู้ผลิตรายการจะต้องทำสัญญาเช่าเวลาจากทางเจ้าของสถานีเพื่อจัดรายการ ทั้งนี้ผู้ผลิตรายการต้องมีความพร้อมในด้านเงินทุน ประสบการณ์และความชำนาญ พร้อมทั้งมีบุคลากรที่มีความสามารถอย่างเพียงพอ การแข่งขันระหว่างผู้ผลิตรายการวิทยุจะเน้นการแข่งขันในลักษณะของรายการ รูปแบบรายการที่ชัดเจน คุณภาพของรายการ การรักษากลุ่มผู้ฟังเดิม พร้อมกับการสร้างกลุ่มผู้ฟังใหม่ๆ และพยายามแบ่งกลุ่มผู้ฟังให้ชัดเจน เพื่อให้รายการเป็นที่ต้องการของลูกค้าในการโฆษณา อย่างไรก็ตาม รายการใดที่ได้รับความนิยมและมีกลุ่มผู้ฟังของตนเอง จะมีผู้ผลิตรายการรายอื่นเข้ามาแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้ลูกค้าที่บริษัทโฆษณาจะเลือกซื้อโฆษณาโดยพิจารณาจากรายการที่ได้รับความนิยมสูงและอยู่ในช่วง Prime Time เป็นหลัก

กลุ่มเป้าหมาย	รายการวิทยุของบริษัท	รายการวิทยุของคู่แข่ง
คนรุ่นใหม่ทั้งชายและหญิงอายุระหว่าง 15-30 ปี ผู้นิยมเพลงไทยและสากล	F.M. 95.5 MHz. HITZ	97.5 Mellow FM ของ MCOT และ 94 EFM
กลุ่มคนทำงานทั้งชายและหญิงอายุระหว่าง 18-35 ปี ผู้นิยมเพลงสากล	F.M. 105.5 MHz EAZY	FM MET 107.0 MHz. ของ MCOT
กลุ่มคนทำงานทั้งชายและหญิงอายุระหว่าง 25-45 ปี ผู้นิยมเพลงไทยยุคเก่า	STAR FM THAILAND.COM	COOL 93 Fahrenheit และ Green Wave 106
นักเรียน นักศึกษา คนรุ่นใหม่ทั้งชายและหญิง อายุ ระหว่าง 12 – 30 ปี ผู้นิยมเพลงเอเชียป๊อป	TOFUPOP RADIO.FM	ไม่มีคู่แข่ง
กลุ่มคนรุ่นใหม่ และวัยทำงานทั้งชายและหญิง อายุ ระหว่าง 18 – 35 ปี ผู้นิยมเพลงร็อคสากลร่วมสมัย	ROCK ON RADIO.FM	ไม่มีคู่แข่ง
กลุ่มคนรุ่นใหม่ และวัยทำงานทั้งชายและหญิง อายุ ระหว่าง 20 – 35 ปี ผู้นิยมเพลงแดนซ์สากล	RAD RADIO.FM	ไม่มีคู่แข่ง

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

ธุรกิจวิทยุของกลุ่มบีอีซีแต่ละคลื่นเน้นเพียงเฉพาะกลุ่ม (NICHE MARKET) ที่ชัดเจนแตกต่างกันไป และก็ได้ประสบความสำเร็จพอสมควร จึงได้มีความพยายามที่จะขยายธุรกิจวิทยุให้กว้างมากขึ้น แต่เนื่องจากการปฏิรูปของอุตสาหกรรมที่ได้ถูกกำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญ มาตั้งแต่ปลายปี 2540 แต่การจัดตั้งองค์กรอิสระที่จะมากำกับดูแลกิจการกระจายเสียงวิทยุ/โทรทัศน์ถูกเลื่อนออกไป จากปัญหาในการจัดตั้ง และแม้ว่าปัจจุบันได้มี “กสทช.” แล้วก็ตาม แต่ก็ยังไม่มีมาตรการใดๆ เกี่ยวกับใบอนุญาตประกอบการวิทยุ สัญญาดำเนินการในธุรกิจวิทยุส่วนใหญ่จึงกลายเป็นสัญญาระยะสั้น ที่ต้องต่อสัญญากันแทบจะเป็นแบบปีต่อปีทุกปี จึงมีการแข่งขันแย่งชิงรายการวิทยุที่ประสบความสำเร็จกันมากขึ้น และมีส่วนผลักดันให้



ต้นทุนในการประกอบการเพิ่มมากขึ้น ทั้งยังอาจขาดความต่อเนื่องหากไม่สามารถรักษาคลื่นเดิมไว้ได้ แม้บางรายการจะยังสามารถย้ายไปนำเสนอจากช่องรายการใหม่ได้ก็ตาม แต่ก็มีผลทำให้ความสามารถในการทำกำไรจากธุรกิจวิทยุนี้ต่ำลง แต่ในส่วนของบีอีซี เวิลด์นั้น เนื่องจาก รายได้ในส่วนนี้ไม่ได้เป็นส่วนที่สูงนักจึงถูกระทบไม่มาก

2.1.3 ธุรกิจสื่อใหม่

(1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจในกลุ่มจะเป็นการผลิตผลิตภัณฑ์ หรือให้บริการเพื่อให้สอดคล้องและต่อเนื่องกับผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท ปัจจุบันได้ลงทุนในธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ ได้แก่ บริษัท บีอีซีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (BECI) ซึ่งเป็นสื่อดิจิทัลอย่างเป็นทางการและบริการและโซลูชันเนื้อหาของกลุ่มบีอีซี รวมถึงเว็บไซต์ต่างๆ และ Application (แอปพลิเคชัน) หรือที่ทุกคนเรียกกันสั้นๆ ว่า App (แอป) ของกลุ่มบีอีซีและได้เชื่อมต่อลูกค้าของกลุ่มบีอีซีกับนักการตลาดดิจิทัลด้วยความเชี่ยวชาญด้านการสร้างสรรค์ โดย BECI เป็นผู้ให้บริการระบบดิจิทัลของ Ch3Thailand และได้มีการเปิดตัว Ch3Thailand ในเดือนมิถุนายน ปี 2559 และมีการออกอากาศแบบคู่ขนาน Simulcast รายการทีวีของ “ช่อง 3HD ช่อง 33” “ช่อง 3 SD ช่อง 28” และ “ช่อง 3 FAMILY ช่อง 13” ตลอด 24 ชั่วโมงทั่วทั้งแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ โซเชียลมีเดียและเว็บไซต์ต่างๆ Ch3Thailand ยังเป็นพันธมิตรกับกลุ่มผู้รวบรวมและให้บริการ VDO ขึ้นมาในระดับโลกรวมถึง Line TV และ Youtube เพื่อเข้าถึงผู้ชมทุกๆ ช่องดิจิทัล นอกเหนือจาก Ch3Thailand แล้ว BECI ยังได้พัฒนาธุรกิจ “Mello” - ผู้สร้างโปรแกรม VDO และแพลตฟอร์ม OTT เพื่อขยายธุรกิจดิจิทัลและกลุ่มผู้ชมให้แก่กลุ่มบีอีซี Mello โดยมุ่งเป้าไปที่ผู้ชมคนรุ่นใหม่ โดยมีเนื้อหาหรือ content บันเทิงเช่น ละคร rerun ของช่อง ซีรีส์นานาชาติและ Mello Original content ที่เรื่องราวเป็นเอกลักษณ์และเป็นนวัตกรรมใหม่

อย่างไรก็ตาม BECI ยังได้มีการขายโฆษณาเพื่อรับชมละครย้อนหลังผ่านเว็บไซต์และแพลตฟอร์มพันธมิตร เช่น YouTube และ LineTV นอกจากนี้ มีการให้บริการการดาวน์โหลดริงโทน(Ringtone) ภาพ (Logo/Picture/ Screen Saver) ให้บริการข้อมูลด้วยเสียงทางโทรศัพท์เป็นต้น อีกทั้งกำลังมองหาช่องทางดำเนินธุรกิจรับ-ส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม และธุรกิจโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ผ่านทางบริษัท บางกอกแซทเทลไลท์ แอนด์ เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด และบริษัท แซทเทลไลท์ ทีวี บรอดคาสติ้ง จำกัด BECI ยังเปิดโอกาสให้ลูกค้าจากทั้งในและต่างประเทศเข้ามาสำรวจการพัฒนาบริการดิจิทัลในรูปแบบต่างๆ

(2) การตลาดและการแข่งขัน

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ในส่วน of ธุรกิจสื่อใหม่ ทั้งในส่วน of เว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต และการใช้การส่งข้อความทางระบบเครือข่ายโทรศัพท์ ทั้งในส่วน of ข้อความเสียง ข้อความตัวหนังสือ และข้อความรูปภาพทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ก็มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจาก มีผู้เข้าร่วมให้บริการด้านข้อมูลมากมาย และจำนวนผู้ใช้บริการก็เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด อย่างไรก็ตาม ปัจจัยความสำเร็จในส่วนนี้ขึ้นอยู่กับทั้งเนื้อหาและการประชาสัมพันธ์โฆษณาบริการนั้นๆ ดังนั้นกลุ่มบีอีซีจึงน่าจะมีความได้เปรียบกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ ในธุรกิจนี้ อีกทั้งการเข้าร่วมในธุรกิจนี้เป็นการสร้างโอกาสในอนาคตของกลุ่มเพิ่มค่ารายการต่างๆ ที่กลุ่มถือครองอีกด้วย เพียงแต่ว่าในปัจจุบันธุรกิจนี้ยังมีขนาดเล็กอยู่มากแม้จะมีอัตราการเติบโตพอสมควรก็ตาม

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ เป็นลักษณะของการให้บริการกับบุคคลทั่วไปที่ใช้โทรศัพท์มือถือหรือผู้เล่นอินเทอร์เน็ต ดังนั้นกลุ่มลูกค้าจึงเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มคนทำงาน หรือกลุ่มบุคคลทั่วไปที่ใช้โทรศัพท์มือถือหรือบุคคลที่มีความสนใจในอินเทอร์เน็ต รับข้อมูลข่าวสาร และส่งข้อความสั้นร่วมลงคะแนนโหวตรายการต่างๆ หรือร่วมแสดงความคิดเห็น กับรายการต่างๆ เป็นต้น

2.2 กลุ่มธุรกิจดำเนินการจัดหาและผลิตรายการ

2.2.1 ธุรกิจจัดหาและผลิตรายการบันเทิงและสารคดี

ดำเนินงานโดย บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน), บริษัท ริงส์โรตมวนิช จำกัด, บริษัท นิวเวิลด์ โปรดักชั่น จำกัด , บริษัท บางกอกเทเลวิชั่น จำกัด, บริษัท ทีวีพี ทรี เน็ตเวิร์ค จำกัด, บริษัท บีอีซี อินเตอร์เนชั่นแนล ดิสทริบิวชั่น จำกัด, บริษัท บีอีซี - เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) โดยมี บริษัท ฟอร์เอฟเวอร์ บีอีซี-เทโร จำกัดดำเนินการจัดหา - ผลิตรายการ เพื่อออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

นอกจากการจัดจำหน่ายคอนเทนต์เพื่อออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์แล้ว ยังมีการจัดจำหน่ายคอนเทนต์ไปยัง ประเทศจีน เวียดนาม ฮองกง มาเก๊า พม่า และกัมพูชา โดยฝ่ายการพาณิชย์ บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) และยังมีพันธมิตรทางการค้าเป็นตัวกลางในการช่วยกระจายการขายคอนเทนต์ไปทั่วโลก

การจัดตั้งบริษัทผู้จัดหาและผลิตรายการเป็นจำนวนหลายบริษัทในกลุ่มนี้ เพื่อให้มีความคล่องตัวในการติดต่อกับทีมงานผู้ผลิตรายการอิสระ และสร้างให้เกิดการแข่งขันกันเองในด้านการจัดหาหรือผลิตรายการที่มีคุณภาพ เพื่อแพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์ และขยายเวลาโฆษณาในช่วงเวลาดังกล่าว

(1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

รายการโดยส่วนใหญ่จะเป็นรายการที่จัดหา หรือควบคุมการผลิตมาจากบริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน), บริษัท ริงส์โรตมวนิช จำกัด, บริษัท นิวเวิลด์ โปรดักชั่น จำกัด และบริษัท บางกอกเทเลวิชั่น จำกัด โดยบริษัทดังกล่าวจะเป็นผู้หารายการให้แก่สถานีวิทยุโทรทัศน์ โดยเฉพาะส่วนการผลิตละครนั้น บริษัทในเครือดังกล่าวจะทำการว่าจ้างผู้ผลิตรายการอิสระหลายราย เพื่อให้ดำเนินการผลิตละครให้

(2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

นอกเหนือจากการจัดหาเพื่อใช้เองในการดำเนินธุรกิจดำเนินการออกอากาศแล้ว กลุ่มบีอีซี ได้ขยายงานออกไปสร้างภาพยนตร์ การจัดการแสดงสด และการจัดการแข่งขันกีฬา ในส่วนการสร้างผลิตนำเสนอภาพยนตร์นั้น ปัจจุบันนี้มีผู้นำเสนอภาพยนตร์ไทยเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก อาจกล่าวได้ว่ามีภาพยนตร์ไทยเรื่องใหม่ออกมาเสนอให้ชมได้ทุกสัปดาห์ และในบางสัปดาห์อาจมีมากกว่าหนึ่งเรื่อง ทางกลุ่มบีอีซีจึงเลือกที่จะลดบทบาทในฐานะผู้สร้างภาพยนตร์ลง และเพิ่มเน้นบทบาทในการเป็นผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยไปสู่ตลาดต่างประเทศเป็นหลัก ในส่วนการจัดการแสดงสดนั้นมีความหลากหลายแตกต่างกันมาก แต่กลุ่มบีอีซีมีบุคลิกเด่นเฉพาะตัวที่เน้นการจัดการแสดงที่เป็นนานาชาติ ซึ่งมีผู้ประกอบการน้อยราย ประกอบกลุ่มบีอีซีเองก็มีประวัติการทำงานและผลงานเด่นชัด และเมื่อคำนึงรวมถึงศักยภาพในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย ที่ได้รับการสนับสนุนบริษัทย่อยรายอื่นที่ดำเนินธุรกิจสื่อ ทั้งสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ กลุ่มบีอีซีจึงเป็นตัวเลือกอันดับต้นๆ ของผู้ที่คิดจะมีการแสดงในลักษณะดังที่กล่าวในประเทศไทย การแข่งขันสำหรับกลุ่มบีอีซีจึงไม่รุนแรง

สำหรับการขายคอนเทนต์ไปต่างประเทศ ผู้ผลิตคอนเทนต์ในประเทศไทยที่จะผลิตได้มีคุณภาพเพียงพอที่จะนำไปขายต่างประเทศมีเพียงไม่กี่รายทำให้การแข่งขันไม่ได้สูงมาก หากเทียบกับคู่แข่งจากต่างประเทศ จะพบว่ามีการแข่งขันที่สูงกว่า เนื่องจากการนำคอนเทนต์ไปขายยังประเทศหนึ่งๆ จะมีโควตาในการรับซื้อคอนเทนต์ รวมไปถึงอุปสรรคในด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรม ความชอบ ความเข้มงวดใน

การคัดกรองเนื้อหา ซึ่งหลังจากที่กลุ่มบีอีซี ได้มีการทดสอบตลาดในปี 2561 ที่ผ่านมา ก็ทำให้มีการเรียนรู้ที่จะคัดกรองเนื้อหา และแนวทางในการขายไปยังต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยให้การขายคอนเทนต์ไปต่างประเทศในปีต่อไป สามารถปรับได้ถูกจริตคู่ค้ามากขึ้น

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

เนื่องจากรายได้ของธุรกิจนี้เป็นรายได้จากการขายเวลาโฆษณา ประกอบการแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดในช่วงเวลาต่างๆ ทั้งจากผู้ประกอบการรายเดิม และผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาในอนาคต กลุ่มบริษัทจะใช้กลยุทธ์ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และควบคุมคุณภาพของรายการ โดยเฉพาะรายการละคร กลุ่มบริษัทมีนโยบายที่ให้บริการที่รับทำละคร ผลิตรายการให้เสร็จสมบูรณ์ก่อนที่จะเริ่มแพร่ภาพเพื่อให้การถ่ายทำเป็นไปโดยสมบูรณ์และมีคุณภาพ ไม่เสี่ยงต่อการถ่ายทำไม่เสร็จ และไม่มียกข้อเรียกร้องที่จะยึดเนื้อหาของรายการมากกว่าที่ควรจะเป็น เพื่อไม่ให้เกิดความไม่น่าพอใจ นอกจากนี้จะพยายามคัดสรรเลือกผู้ผลิตรายการให้เหมาะสมกับประเภทรายการ หรือเรื่องที่จะทำการผลิต ทั้งนี้ผู้ผลิตรายการจะมีความถนัดแตกต่างกันออกไป เพื่อให้คุณภาพของละครมีความสมบูรณ์ที่สุด นอกจากนี้กลุ่มบริษัทยังใช้กลยุทธ์ในการสร้างความต่อเนื่องในฐานะลูกค้า โดยให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในรายการนอกจากการรับชมเพียงอย่างเดียวโดยจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น การโทรเข้ามาตอบคำถามชิงรางวัล หรือการที่นำรางวัลไปแจกผู้ชมที่ชมช่อง 3 เมื่อออกสำรวจ การส่งข้อความสั้นเพื่อแสดงความคิดเห็นกับรายการ

สำหรับการจัดหน่ายคอนเทนต์ไปต่างประเทศ กลุ่มบีอีซี มีการจัดจำหน่ายเองในประเทศจีน ฮองกง มาเก๊า สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ กัมพูชา และเวียดนาม โดยการจัดจำหน่าย มีการติดต่อกับบริษัทคู่ค้าที่เป็นรายใหญ่ของแต่ละประเทศ นอกจากนี้ยังมีบริษัทพันธมิตรที่ช่วยในการทำการตลาดในประเทศอื่นๆนอกเหนือจากที่กลุ่มบีอีซีได้ดำเนินการเอง ซึ่งจะช่วยให้สามารถทำการตลาดไปได้กว้างทั่วโลก

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

การดำเนินการของกลุ่มบีอีซี จะประกอบด้วย การผลิตรายการเอง การว่าจ้างให้ผู้ผลิตรายการอิสระรายอื่นทำการผลิตรายการให้ และการซื้อภาพยนตร์ทั้งจากในและต่างประเทศ ซึ่งกลุ่มบีอีซีมีนโยบายที่จะว่าจ้างผู้ผลิตรายการอิสระ หรือซื้อรายการประเภทภาพยนตร์เป็นส่วนใหญ่ เพื่อควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่จะมีเป็นบางครั้งบางคราวเท่านั้นที่จะมีการผลิตรายการขึ้นมาเอง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) การผลิตรายการขึ้นมาเอง

กลุ่มบีอีซีจะดำเนินการผลิตรายการขึ้นมาเองเพื่อการแพร่ภาพในโอกาสพิเศษ และเรื่องที่จะผลิตขึ้นมาจะเป็นเหมือนการนำเสนอรายการดีๆ ให้แก่ผู้ชมโดยไม่หวังรายได้

2) การว่าจ้างผู้ผลิตอิสระรายอื่นๆ

กลุ่มบีอีซีจะว่าจ้างให้ผู้ผลิตรายการอิสระอื่นๆผลิตรายการให้ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นรายการประเภทละครโทรทัศน์ ลิขสิทธิ์ของละครที่กลุ่มบีอีซีว่าจ้างให้ผู้ผลิตรายการอิสระทำให้นั้นจะตกเป็นของกลุ่มบีอีซีในการดำเนินงานกลุ่มบีอีซีจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางที่จะประสานงานระหว่างผู้ผลิตรายการอิสระ และทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 จะเข้ามามีส่วนร่วมในการคัดเลือกรายการที่จะแพร่ภาพทางสถานี และให้ความช่วยเหลือในด้านอุปกรณ์ และบุคลากรในกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบริษัทด้วย เช่น

ให้ยอมรับอุปกรณ์การบันทึกเสียงพร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุมอุปกรณ์หรือให้ใช้ห้องส่ง เพื่อบันทึกละครพร้อมอุปกรณ์ในการบันทึกรายการในสถานที่ด้วย

3) การซื้อรายการภาพยนตร์

บมจ. บีอีซี เวิลด์และบริษัท ริงส์โรตมวนิช จำกัด ได้ซื้อภาพยนตร์ทั้งในและต่างประเทศที่เคยได้รับความนิยมเพื่อนำมาแพร่ภาพด้วย โดยจะซื้อภาพยนตร์ต่างๆ ไว้ก่อนล่วงหน้าเพื่อเลือกภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับช่วงเวลาแพร่ภาพในอนาคต ส่วนมากจะจัดซื้อภาพยนตร์ต่างประเทศมากกว่าการซื้อภาพยนตร์ไทย เนื่องจากภาพยนตร์ต่างประเทศมีความหลากหลายมากกว่า

4) การรับจ้างผลิตรายการ

สืบเนื่องจากการขายคอนเทนต์ละครไทยไปยังประเทศจีน และ ดาราของช่อง 3 ได้รับความนิยมในประเทศจีน ทำให้เกิดการจ้างผลิตคอนเทนต์ละครเพื่อนำไปฉายในประเทศจีน ซึ่งนอกจากจะได้รายได้จากการรับจ้างผลิตคอนเทนต์แล้ว ยังได้ประโยชน์ในการนำคอนเทนต์ดังกล่าวมาออกอากาศบนแพลตฟอร์มของกลุ่มบีอีซีอีกด้วย

2.2.2 ธุรกิจผลิตรายการแสดงโชว์/คอนเสิร์ต และจัดกิจกรรมมรดกต่างๆ

ดำเนินการโดย บริษัท บีอีซี - เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) [บีอีซี-เทโรฯ], บริษัท โลพี เนชั่น บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด [โลพี เนชั่น บีอีซี-เทโร], บริษัท ไทยทิกเก็ตเมเจอร์ จำกัด [ไทยทิกเก็ตฯ], บริษัท บีอีซี-เทโร ซีเนริโอ จำกัด, บริษัท ฟอว์เอฟเวอร์ บีอีซี-เทโร และบริษัท บีอีซี-เทโร เมียนมาร์ จำกัด

(1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- การจัดการรายการแสดงและจัดกิจกรรม ได้แก่ การแสดงตลกเดี่ยว ออน ไอซ์ การจัดประกวดมิสไทยแลนด์เวิลด์ การจัดแสดงคอนเสิร์ตศิลปินไทย การจัดกิจกรรมด้านกีฬา ดำเนินการโดยบีอีซี-เทโรฯ
- การดำเนินการจัดคอนเสิร์ตศิลปินต่างประเทศในประเทศไทย ดำเนินการโดยโลพี เนชั่น บีอีซี-เทโร ซึ่งเริ่มในกลางปี 2558 เป็นต้นไป
- ธุรกิจการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมกิจกรรมการตลาดและกิจกรรมมรดกต่างๆ รวมถึงธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ดำเนินการโดยบริษัทย่อย
- การบริการโฆษณา ส่งเสริมการขาย รับจองและขายบัตรเข้าชมการแสดงต่างๆ ซึ่งดำเนินการโดยไทยทิกเก็ตฯ โดยให้บริการแก่การจัดแสดงของบีอีซี-เทโรฯ และบริษัทภายนอกอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการจำหน่ายบัตรชมการแสดงคอนเสิร์ต การแสดงละครเวที ฯลฯ และในปัจจุบันได้ขยายการให้บริการไปสู่การรับจองตั๋วรถโดยสารอีกด้วย
- ดำเนินการจัดแสดงละครบนเวที ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท บริษัท บีอีซี-เทโร ซีเนริโอ จำกัด
- จัดหา-ผลิตรายการ เพื่อออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ ดำเนินการ โดยบริษัท ฟอว์เอฟเวอร์บีอีซี-เทโร จำกัด
- ให้บริการจองและจัดจำหน่ายบัตรชมการแสดง, จัดกิจกรรมเพื่อความบันเทิง, บริการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับเพลง และรายการ ในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ ดำเนินการโดยบริษัท บีอีซี-เทโร เมียนมาร์ จำกัด

(2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

ภาวะการแข่งขันและกลยุทธ์ในการแข่งขัน

เนื่องจากการดำเนินการในธุรกิจนี้มีกิจกรรมที่ค่อนข้างหลากหลาย และมุ่งเน้นไปที่การเสริมสร้างความบันเทิงให้กับผู้ชมเป็นหลัก จึงยากต่อการที่จะระบุถึงคู่แข่งอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามการประกอบธุรกิจของกลุ่มนี้มีรายได้หลักมากกว่าครึ่ง เกิดจากการจัดการแสดงสดซึ่งมีบุคลิกเด่นเฉพาะตัว ที่เน้นเฉพาะการจัดการแสดงที่เป็นนานาชาติ ซึ่งมีผู้ประกอบการน้อยราย ประกอบกับบริษัทในกลุ่มมีประวัติการทำงานและผลงานเด่น เมื่อคำนึงรวมถึงศักยภาพในการประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย ที่ได้รับการสนับสนุนจากบริษัทย่อยรายอื่นในกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจทั้งสื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุ ประกอบกับไทยทีกเก็ตฯ ดำเนินธุรกิจรับจองและขายบัตรเข้าชมการแสดงต่างๆ ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบกว่าคู่แข่งรายอื่น 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 การจัดหาผลิตภัณฑ์จึงขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจและบรรยากาศโดยรวมว่าสนับสนุนให้มีการแสดงเช่นว่านี้มากน้อยเพียงใด แต่ก็ยังต้องอิงภาวะและโอกาสในระดับภูมิภาคด้วย เนื่องจากศิลปินต่างชาติที่จะมาแสดงในไทยนั้น มักจะต้องดูโอกาสในระดับภูมิภาคด้วย เพื่อให้คุ้มต่อการเตรียมการเดินทางมายังภูมิภาคแถบนี้

2.2.3 ธุรกิจต่อเนื่องและสนับสนุน

ดำเนินการโดย บริษัท บีอีซี แอสเซท จำกัด, บริษัท บีอีซี ไอที โซลูชั่น จำกัด, บริษัท บีอีซี บรอดคาสต์ติ้ง เซ็นเตอร์ จำกัด, บริษัท สำนักข่าว บีอีซี จำกัด และ บริษัท บีอีซี 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) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าหลักของธุรกิจนี้คือ บริษัทในกลุ่มปิอีซีเนื่องจากเป็นธุรกิจที่สนับสนุนและต่อเนื่องจากธุรกิจหลักของกลุ่มปิอีซีในช่วงที่จะเริ่มต้นจึงเน้นที่จะให้บริการให้แก่บริษัทในกลุ่มปิอีซีอย่างไรก็ตาม ก็มีแผนที่จะสร้างลูกค้าภายนอกเช่นกัน

(3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

งานสนับสนุนงานบริหารและธุรการทั่วไปที่ บริษัท ปิอีซี แอสเซท จำกัด ซึ่งเป็นผู้จัดหาและให้เช่าทรัพย์สิน บริษัท ปิอีซี ไอที โซลูชั่น จำกัด ซึ่งเป็นผู้จัดหาและให้บริการด้านคอมพิวเตอร์ ให้แก่บริษัทในกลุ่ม และบริษัท ปิอีซี บรอดคาสติ้ง เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการอุปกรณ์ห้องสตูดิโอนั้น ดำเนินการเพื่อให้การบริหารทรัพย์สินหรือทรัพยากรของกลุ่มปิอีซีได้สร้างประโยชน์สูงสุดในภาพรวม การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการจากผู้ประกอบการทั่วไปในท้องตลาดสามารถทำได้เป็นการทั่วไป และการจัดหาเป็นกลุ่มก้อนจำนวนมากเช่นนี้มีผลต่อการต่อรองราคาทำให้กลุ่มสามารถจัดหาได้ในราคาที่ดีขึ้นด้วยเช่นกัน

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

3.1.1 ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจและเม็ดเงินโฆษณา

ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจยังมีอย่างต่อเนื่อง เพราะถึงแม้ภาพรวมเศรษฐกิจไทยในปี 2561 จะมีการเติบโตจากปีก่อน โดยเป็นเติบโตจากอุปสงค์จากต่างประเทศในภาคการส่งออกสินค้า และภาคการท่องเที่ยว แต่ทั้งสองภาคนั้นยังมีข้อจำกัดในการเติบโต โดยภาคการส่งออกสินค้ามีการชะลอตัวช่วงปลายปีตามการชะลอตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า และภาวะการเงินของโลก ในขณะที่ภาคการท่องเที่ยวมีข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยวของสนามบิน รวมถึงการปรับตัวลดลงของนักท่องเที่ยวจีนและรัสเซีย ถึงแม้ว่าการลงทุนของภาครัฐในโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่จะทำให้ภายในประเทศยังคงมีการเติบโต แต่ก็เป็นการฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากเป็นการฟื้นตัวหลังจากรายได้เกษตรกรหดตัวในช่วงครึ่งหลังของปี 2560 รวมไปถึงภาระหนี้ครัวเรือนของไทยยังอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นปัจจัยถ่วงต่อการใช้จ่าย และทำให้การใช้เม็ดเงินโฆษณาเป็นไปอย่างจำกัด นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงด้านเม็ดเงินโฆษณาที่ถูกโยกจากสื่อที่มีต้นทุนสูงไปหาสื่อออนไลน์ที่มีต้นทุนถูกกว่า เข้าถึงได้ง่าย และรวดเร็ว ซึ่งกลุ่มบีอีซีได้เห็นถึงความสำคัญของสื่อออนไลน์ จึงได้มีการพัฒนา “Mello” แพลตฟอร์มออนไลน์ของบริษัท ที่สามารถรับชมวีรชั่น และ Original content ได้ รวมไปถึงการเป็นพันธมิตรกับ Youtube และ LINE TV เพื่อช่วยรักษฐานผู้ชมด้านออนไลน์ให้กับกลุ่มบริษัทอีกด้วย

ความเสี่ยงจากการเติบโตของรายจ่ายด้านโฆษณา

เนื่องจากรายได้หลัก ในการดำเนินการของกลุ่มบีอีซี มาจากการขายเวลาโฆษณา ปัจจัยความเสี่ยงหลักของกลุ่มบีอีซีส่วนหนึ่งจึงได้แก่การเติบโตของรายจ่ายด้านโฆษณาของเศรษฐกิจโดยรวม ซึ่งขึ้นอยู่กับกำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศ และภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการในประเทศซึ่งเป็นผู้โฆษณา อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการรณรงค์และใช้นโยบายประหยัดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ ตามภาวะตลาด

3.1.2 ความเสี่ยงจากในการรักษาส่วนแบ่งตลาด

กลุ่มธุรกิจโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน (Digital Terrestrial TV “DTTV”) หรือดิจิทัลทีวี ในปัจจุบันมีการแข่งขันสูงขึ้นจากผู้ประกอบการดิจิทัลทีวีที่มีมาก และหลายราย ต่างแข่งขันกันเพื่อดึงดูดผู้ชมและเม็ดเงินโฆษณา ทั้งมีการจัดการรายการ (Content) ใหม่ ๆ จากต่างประเทศและการผลิตรายการใหม่ ๆ กันอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ผู้ชมหรือผู้บริโภคจึงมีทางเลือกในการรับชมรายการต่างๆ ที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคและกระแสด้านความนิยมของผู้บริโภคก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยผู้ประกอบการดิจิทัลทีวีจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนรายการและพัฒนาารูปแบบรายการต่างๆ ตามความนิยมของผู้บริโภคได้มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งนี้ ตลาดของธุรกิจหลักของกลุ่มบีอีซีซ้อนกันอยู่ 2 ชั้น คือ “ผู้ชม” และ “ผู้โฆษณา” โดยที่ “ช่องรายการ” ต้องมี “ผู้ชม” จึงจะมีสภาพเป็น “สื่อ” แล้วจึงจะมีลูกค้า “ผู้โฆษณา” มาใช้บริการ กลุ่มบีอีซีเองก็ได้พยายามที่จะขยายเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึง “ผู้ชม” ให้ได้ดีกว่าผู้ดำเนินการในธุรกิจเดียวกันรายอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง แต่นี่ก็เป็นปัจจัยความเสี่ยงอีกประการหนึ่งของกลุ่มบีอีซีว่ากลุ่มบีอีซี จะยังสามารถดำรงหรือเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงนี้ได้ดีเพียงใด แม้ว่าตลอดเวลาที่ผ่านมากลุ่มบีอีซีได้ประสบความสำเร็จในการจัดการรายการและปรับปรุงผังรายการ ซึ่งสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้ชมได้เป็นอย่างดีก็ตาม แต่ก็ยังมีความเสี่ยงในด้านการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในธุรกิจเดียวกัน ทั้งจากรายเดิมที่อาจเพิ่มประสิทธิภาพได้ดีขึ้น และจากรายใหม่ที่อาจเข้ามาเพิ่มและอาจเป็นการกระจาย “ผู้ชม” ออกจากความหลากหลายของช่องรายการ และความ

หลายหลายของผู้ชม ทั้งนี้ ส่วนแบ่งตลาด “ผู้ชม” ของกลุ่มบีอีซีจะลดลงไปบ้าง จากการกระจายตัวของ “ผู้ชม” ตามความหลากหลายของช่องรายการ และความหลากหลายของรสนิยม สำหรับส่วนแบ่งตลาดเน็ตเงินโฆษณา นั้น จากความหลากหลายของช่องรายการที่เพิ่มขึ้นนี้ ย่อมมีความเป็นไปได้ที่กลุ่มบีอีซีและผู้ประกอบการในธุรกิจเดียวกันเป็นส่วนใหญ่ จะมีส่วนแบ่งตลาดลดลง จากการที่ส่วนแบ่งตลาดนั้นเป็น Zero Sum Game

3.1.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงการกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงการกำกับดูแล การประกอบกิจการกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งมีองค์กรอิสระขึ้นมากำกับดูแลแทนองค์กรภาครัฐ แต่ในประเด็นนี้ก็สามารถคาดได้ว่าจะไม่มีความกระทบอย่างร้ายแรงต่อกลุ่มบีอีซีเนื่องจาก ได้มีบทเฉพาะกาลในรัฐธรรมนูญและกฎหมายที่เกี่ยวข้องคุ้มครองอยู่ แม้อุตสาหกรรมจะถูกกระทบจากการที่จำนวนนาฬิกาโฆษณาที่กำหนดใน พ.ร.บ.ประกอบกิจการกระจายเสียงฯ ฉบับใหม่ ที่มีผลบังคับมาตั้งแต่ช่วงปลายไตรมาสแรกปี 2551 นั้น ได้ลดจำนวนนาฬิกาโฆษณาลง แต่ก็ยังเป็นผลกระทบทั้งอุตสาหกรรม ไม่มีผลให้สถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรมเปลี่ยนไป

3.1.4 ความเสี่ยงในการต่ออายุสัญญาในการดำเนินการ

เนื่องจากการจัดตั้งองค์กรอิสระนี้ เพิ่งเริ่มทำงานได้เพียงระยะหนึ่ง และเน้นอยู่ในส่วนกิจการโทรทัศน์ ประกอบกับอายุสัญญาในการดำเนินการช่องรายการวิทยุคลื่นส่วนหนึ่งที่กลุ่มบีอีซีมีเป็นสัญญาระยะสั้น เช่น ปีต่อปี จึงมีความเสี่ยงเพิ่มในส่วนนี้ว่ากลุ่มบีอีซีจะได้รับการต่ออายุสัญญาการดำเนินงานสำหรับคลื่นนั้นๆหรือไม่ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสัดส่วนรายได้จากการดำเนินงานวิทยุนี้ต่ำ อีกทั้งอัตราค่าไรท์ต่ำด้วย ดังนั้นหากแม้ไม่สามารถดำเนินงานในส่วนนี้ต่อไปได้ก็จะมีผลกระทบต่อกลุ่มบีอีซีน้อยมากอยู่ดี แต่ในส่วนของการดำเนินงานช่องรายการโทรทัศน์นั้น ความเสี่ยงในประเด็นนี้กลับน้อยกว่า เนื่องจากสัญญาที่กลุ่มบีอีซีมีอยู่นั้นยังมีอายุอยู่จนถึงปี 2563 ประกอบกับการพัฒนาเทคโนโลยีนั้นมาถึงจุดที่ได้มีการเปลี่ยนผ่านจากระบบ “แอนะล็อก” ก้าวไปสู่ระบบ “ดิจิทัล” และรายการของ “ช่อง 3” ก็ได้ออกอากาศแบบคู่ขนาน Simulcast มาตั้งแต่ตุลาคม 2557 แล้ว ดังนั้นเมื่อสัญญาเดิมสิ้นสุดลงในปี 2563 “ช่อง 3” ก็ยังสามารถดำรง และดำเนินการต่อเนื่องไปได้บน “ช่อง 33” จนกว่าใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ (“ใบอนุญาตฯ”) เพื่อให้บริการช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดินประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ (Digital Terrestrial TV “DTTV”) นี้ จะหมดอายุในปี 2572

3.1.5 ความเสี่ยงจากการที่มีการขยายตัวของสื่อโฆษณาอื่นและสื่อโฆษณาใหม่มาทดแทนสื่อโทรทัศน์

จากสถานการณ์ตลาด ณ ปัจจุบันผู้ประกอบการด้านสื่อต่างๆ ต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวงการอุตสาหกรรมที่กระทบต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค ทั้งรูปแบบความคิด ความต้องการ พฤติกรรม และการปฏิสัมพันธ์ ทั้งนี้ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่แพร่หลายในประเทศไทยทำให้มีการรับชมรายการทีวีหรือเนื้อหา (content) ผ่าน Over-the-Top (OTT) หรือบริการสื่อสารและแพร่ภาพและเสียงผ่านอินเทอร์เน็ตจากอุปกรณ์สื่อสารต่างๆ เช่น มือถือในปริมาณที่สูงขึ้น ในช่วงที่ผ่านมา สื่อโฆษณาทาง Social Media ต่างๆ เริ่มมีการขยายตัวและได้กลายเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) และเจ้าของสินค้าหรือบริการ ในการใช้บริการสื่อประชาสัมพันธ์มากขึ้น ทั้งนี้ กลุ่มบีอีซี เชื่อว่าสื่อ Social Media ต่างๆ เป็นสื่อเฉพาะกลุ่มเท่านั้น โดยกลุ่มผู้ชมส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนเมือง และกลุ่มผู้ชมอายุระหว่าง 18 - 25 ปี เป็นหลัก อีกทั้งรายได้หลักของกลุ่มบีอีซีนั้นเป็นรายได้ในฐานะสื่อตลาดหลัก (MASS MARKET) ดังนั้นสื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อหลักที่สามารถตอบสนองความต้องการของตัวแทนโฆษณา (Agency) และเจ้าของสินค้าหรือบริการ ในการประชาสัมพันธ์ต่างๆ อย่างไรก็ตาม ได้มีการเตรียมความพร้อมต่อ



การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในอนาคต อีกทั้งรายได้หลักของกลุ่มบีอีซีนั้นเป็นรายได้ในฐานะสื่อตลาดหลัก (MASS MARKET)

3.1.7 ความเสี่ยงจากการคืนใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ และประกอบกิจการโทรทัศน์ เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ

จากการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมโทรทัศน์จากระบบ “แอนะล็อก” เป็น ระบบ “ดิจิทัล” ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมมีจำนวนมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ถือเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้ชมที่หลากหลายขึ้น ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงเพื่อช่วงชิงเรตติ้งและเม็ดเงินโฆษณาให้ได้มากที่สุดเช่นกัน บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด (BECM) – บริษัทย่อยของ บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) ชนะการประมูลใบอนุญาตการใช้คลื่นความถี่รวม 3 ฉบับ ได้แก่ ช่อง 3HD, ช่อง 3SD, ช่อง 13Family ถือเป็นการถือครองจำนวนใบอนุญาตที่มากที่สุด ในอุตสาหกรรม ทำให้มีความเสี่ยงหากการดำเนินการไม่เป็นไปตามที่คาดคิดจากการแข่งขันที่รุนแรง ซึ่งในปัจจุบัน บริษัทได้มีการแบ่งกลุ่มเป้าหมายของผู้ชมในแต่ละช่องต่างกันอย่างออกไป โดยช่อง 3HD เป็นช่องหลักที่มีกลุ่มเป้าหมายเดิมของบริษัท ช่อง 3SD เน้นการออกอากาศละครรีรัน และช่อง 13Family เน้นการออกอากาศละครและซีรีส์ต่างประเทศ ซึ่งจากการแบ่งกลุ่มเป้าหมายทำให้สามารถดึงดูดผู้ชมได้ทั้งกลุ่มเด็ก วัยรุ่น คนทำงาน และผู้สูงอายุ ทำให้เอเจนซี่มีทางเลือกในการลงโฆษณาเพื่อแต่ละกลุ่มเป้าหมายอย่างครบถ้วน

3.2 ความเสี่ยงด้านการบริหารและการจัดการ

การถือหุ้นในบริษัทโดยกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่

เนื่องจาก กลุ่มตระกูลมาสินนท์ถือหุ้นในบีอีซี เวิลด์ ณ วันที่ 28 มีนาคม 2561 (วันปิดสมุดทะเบียนครั้งสุดท้ายก่อนวันสิ้นรอบระยะเวลาบัญชีปี 2561) รวม 42.88% ของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้วทั้งหมดของบริษัทจึงทำให้กลุ่มตระกูลมาสินนท์อาจกำหนดทิศทางการบริหารจัดการบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม ในเรื่องนี้ บริษัทได้ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงหลักการคุ้มครองผู้ถือหุ้นข้างน้อยโดยเคร่งครัดอยู่แล้ว และยังมีหน่วยงานอิสระทั้งภายในและภายนอกบริษัท กำกับดูแลการบริหารจัดการกิจการของบริษัทอีกชั้นหนึ่งด้วย นอกจากนี้หากเป็นการลงมติอนุมัติการดำเนินการในเรื่องใดที่มีนัยสำคัญตามกฎหมาย บริษัทจะต้องได้รับมติอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นก่อนจึงจะดำเนินการได้ ปัจจัยต่างๆ ข้างต้นย่อมเป็นหลักประกันความเสี่ยงในด้านการบริหารและการจัดการได้เป็นอย่างดี

3.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน

ความเสี่ยงจากแหล่งเงินกู้ยืมระยะสั้น

ณ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบีอีซี มีหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย จำนวน 3,360.8 ล้านบาท โดยเป็นทุนกู้ระยะยาวจำนวน 2,997.6 ล้านบาทและเป็นเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินและตัวสัญญาใช้เงิน รวมจำนวนเงิน 363.2 ล้านบาท เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ ในขณะที่ ณ สิ้นปี 2561 กลุ่มบีอีซี มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดรวมและเงินลงทุนระยะสั้นรวมกันทั้งสิ้น 2,168.2 ล้านบาท ซึ่งมีอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยสุทธิ (หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยหักด้วยเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดรวมและเงินลงทุนระยะสั้น) ต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เพียง 0.19 เท่า แต่ทั้งนี้ในบางขณะกลุ่มบีอีซีอาจมีความจำเป็นต้องใช้เงินกู้ระยะสั้นเพิ่มเติมเพื่อใช้สำหรับเป็นเงินทุนหมุนเวียนและใช้ในการลงทุน ซึ่งอาจมีความเสี่ยงปัญหาสภาพคล่องได้ อย่างไรก็ตาม ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2561 ได้มีการอนุมัติวงสำหรับการออกหุ้นกู้ระยะสั้นและระยะยาวจำนวนไม่เกิน 4,000 ล้านบาทเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมรองรับความเสี่ยงดังกล่าวและเป็นการปิดความเสี่ยงนี้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ลักษณะสำคัญของทรัพย์สินถาวรหลักที่บริษัทและบริษัทย่อย [กลุ่มบีอีซี เวิลด์] ใช้ในการประกอบธุรกิจ ได้แก่

4.1 ทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

กลุ่มบีอีซี มีทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ที่สำคัญดังนี้

- ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สุทธิ

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)	ภาระ ผูกพัน
- เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	783.34	ไม่มี
- ระบบสาธารณูปโภค	เป็นเจ้าของ	152.21	ไม่มี
- อุปกรณ์ผลิตรายการ	เป็นเจ้าของ	360.20	ไม่มี
- ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	534.15	ไม่มี
- ส่วนปรับปรุงอาคารเช่า	เป็นเจ้าของ	218.42	ไม่มี
- เครื่องมือและอุปกรณ์ถ่ายทำ	เป็นเจ้าของ	823.45	ไม่มี
- สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	เป็นเจ้าของ	0.68	ไม่มี
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		(2,387.26)	
รวม ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ สุทธิ		485.19	

- สิทธิการใช้ทรัพย์สินรอตต์ดัมมี่

สิทธิการใช้ทรัพย์สินรอตต์ดัมมี่ประกอบด้วย มูลค่าสินทรัพย์รอตต์ดัมมี่ตามสัญญาร่วมดำเนิน การส่งโทรทัศน์สีช่อง 3 และมูลค่าสินทรัพย์รอตต์ดัมมี่ตามสัญญาสัมปทานในการกระจายเสียงคลื่นวิทยุ เอฟ.เอ็ม.105.5 บริษัท บางกอก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (บางกอกฯ) ได้เริ่มดำเนินกิจการสถานีส่งโทรทัศน์สี ตั้งแต่ปี 2511 โดยได้ทำสัญญาร่วม ดำเนินการส่งโทรทัศน์สี กับบริษัทไทยโทรทัศน์จำกัด และได้ทำสัญญาใหม่กับองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2521 ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้ง อ.ส.ม.ท. ปี 2520 (ปัจจุบันบริษัท อ ส ม ท จำกัด (มหาชน)) หลังจากนั้นได้มีการต่อสัญญาอีก 3 ครั้ง ครั้งสุดท้าย เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2532 ตามสัญญาร่วม ดำเนินการกิจการนั้น บางกอกฯต้องจัดสร้างสถานีการออกอากาศส่วนกลางและส่วนภูมิภาคจำนวนรวม 32 แห่งให้แก่ อ.ส.ม.ท. และให้อุปกรณ์เครือข่ายและสถานีดังกล่าวตกเป็นกรรมสิทธิ์ของ อ.ส.ม.ท. ทั้งนี้ และเพื่อเป็นการตอบแทน การลงทุนดังกล่าว อ.ส.ม.ท. ตกลงให้บางกอกฯมีสิทธิใช้ ครอบครอง และได้ประโยชน์ จากสถานีออกอากาศ ส่วนกลางและภูมิภาค รวมถึงอุปกรณ์ในระบบมีกำหนดเวลาสิ้นสุด 25 มีนาคม 2563 ซึ่งบางกอกฯ ได้ทยอยตัดมูลค่า สิทธิการใช้ทรัพย์สินนั้นเป็นต้นทุนการดำเนินงานของบางกอกฯ โดยวิธีเส้นตรงตามอายุการใช้งานโดยประมาณของ สินทรัพย์ หรือตามอายุสัมปทานที่เหลือ



	ล้านบาท
ค่าสิทธิโครงการขยายเครือข่าย	2,312.67
อุปกรณ์โทรทัศน์สีและวิทยุ	979.26
เครื่องส่งโทรทัศน์สีและวิทยุ	370.17
อาคาร	94.57
ส่วนปรับปรุงอาคาร	64.80
รถถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์	22.11
สิ่งปลูกสร้างอื่น	1.82
<u>หัก ค่าสิทธิการใช้ทรัพย์สินตัดจ่ายสะสม</u>	<u>(3,679.31)</u>
มูลค่าสิทธิการใช้ทรัพย์สินรอตต์บัญชี	<u>166.09</u>

- ค่าเช่าภาพยนตร์ ค่าผลิตภัณฑ์ภาพยนตร์ ค่าละครและลิขสิทธิ์รอตต์บัญชีสุทธิ
ประกอบด้วยมูลค่าคงเหลือตามบัญชีของผลิตภัณฑ์ภาพยนตร์วีดีโอเทปไทย และต่างประเทศ ภาพยนตร์ไทย ละคร และลิขสิทธิ์บทประพันธ์ต่างๆ ที่สามารถนำมาใช้ออกอากาศได้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีมูลค่าทางบัญชีจำนวน 2,441.93 ล้านบาท
- สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ประกอบด้วยมูลค่าคงเหลือตามบัญชีของโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อใช้ในการควบคุมการออกอากาศ และการบริหารงานภายใน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีมูลค่าทางบัญชีจำนวน 116.88 ล้านบาท
- สิทธิการใช้คลื่นความถี่รอตต์จำหน่าย
ประกอบด้วยมูลค่าคงเหลือตามบัญชีใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อประกอบกิจการให้บริการช่องรายการโทรทัศน์ระบบภาคพื้นดิน ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ รวม 3 ใบอนุญาต ได้แก่
 - 1) หมวดยุทวิทูไป แบบความคมชัดสูง ช่อง 3HD ช่อง 33
 - 2) หมวดยุทวิทูไป แบบความคมชัดปกติ ช่อง 3SD ช่อง 28
 - 3) หมวดยุทวิทูเด็ก เยาวชน และครอบครัว ช่อง 3FAMILY ช่อง 13
 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีมูลค่าทางบัญชี จำนวน 3,967.78 ล้านบาท

สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน

ได้แก่ สัญญาต่างๆ สามารถสรุปสาระสำคัญของแต่ละสัญญาได้ดังนี้

1.) สัญญาร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สี แก๊สเพิ่มเติมครั้งที่ 3 ลงวันที่ 2 พฤษภาคม 2532

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

อายุของสัญญา: สัญญาร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สี มีการแก้ไขเพิ่มเติม 3 ครั้ง กับ อ.ส.ม.ท.

สิ้นสุด วันที่ 25 มีนาคม 2563

สาระสำคัญของสัญญาร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สี :

1. ขอบเขตการร่วมงานและร่วมลงทุน

บางกอกาได้เข้าร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สีกับ บริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด ตั้งแต่ปี 2511 ซึ่งได้เปลี่ยนเป็นสัญญากับ องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย(อ.ส.ม.ท.)ในปี 2521 ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้ง อ.ส.ม.ท. และต่อมาในปี 2528 มติคณะรัฐมนตรีมีนโยบายที่จะให้อ.ส.ม.ท.ขยายการให้บริการในส่วนภูมิภาค และให้บางกอกามีส่วนถือถือการลงทุนขยายงานร่วมกับอ.ส.ม.ท. โดยบางกอกาเป็นผู้สร้างสถานีส่งโทรทัศน์สำหรับถ่ายทอดสัญญาณจากสถานีส่วนกลางของอ.ส.ม.ท. รวม 31 แห่งในต่างจังหวัด และมีหน้าที่ลงทุนจัดหาควบคุมติดตั้ง อุปกรณ์ต่างๆให้แล้วเสร็จ เพื่อให้ อ.ส.ม.ท.สามารถออกอากาศได้ และเพื่อเป็นการตอบแทนการลงทุนดังกล่าว อ.ส.ม.ท. ตกลงให้บางกอกา มีสิทธิ์เข้าร่วมการจัดการออกอากาศในส่วนภูมิภาค โดยใช้สถานที่และอุปกรณ์ที่จัดสร้างขึ้น เป็นเวลา 30 ปี สิ้นสุด ณ วันที่ 25 มีนาคม 2563

2. การจัดสร้างสถานีและการจัดหาอุปกรณ์ในสถานี

2.1 บางกอกาได้ลงทุนจัดสร้างสถานีการออกอากาศส่วนกลาง เพื่อใช้ในการดำเนินการออกอากาศโทรทัศน์สีของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในกรุงเทพมหานครแล้วเสร็จตั้งแต่ปี 2513

2.2 บางกอกาได้ลงทุนและรับผิดชอบในการจัดสร้างสถานีเครื่องส่งโทรทัศน์สี สำหรับถ่ายทอดสัญญาณจากสถานีส่วนกลางของ อ.ส.ม.ท. และจัดหาอุปกรณ์ในสถานีทั้งหมดรวม 31 แห่งในส่วนภูมิภาคโดยมีรายละเอียดของสถานีที่ และเงื่อนไขตามที่ อ.ส.ม.ท. กำหนด

3. การบำรุงรักษาสถานีโดยบางกอกา

3.1 บางกอกาจะต้องปรับปรุงเพิ่มเติมเครื่องมืออุปกรณ์ให้ทันสมัยตลอดเวลา ตามหลักวิชาสากลของการส่งโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ใน ส่วนกลาง โดยผ่านความเห็นชอบจากอ.ส.ม.ท

3.2 บางกอกาต้องดำเนินการทางช่างด้วยตนเอง และจะต้องบำรุงรักษาเครื่องมืออุปกรณ์ในส่วนที่บางกอกาใช้ดำเนินการ รวมทั้งเสาอากาศและอุปกรณ์อื่นที่ต้องใช้ร่วมโดยบางกอกาต้องดำเนินการซ่อมแซมเปลี่ยนชิ้นส่วนตามอายุหรือจัดหามาทดแทนให้อยู่ในสภาพ ที่ปฏิบัติงานได้ดีตลอดเวลา ทั้งนี้ อ.ส.ม.ท. หรือผู้ที่รับมอบหมายมีสิทธิ์ตรวจสอบ และแจ้งให้แก้ไขด้านเทคนิคได้ตลอดเวลา

3.3 บางกอกาต้องเอาประกันภัยทรัพย์สินของบางกอกาและทรัพย์สินที่ใช้ร่วมกับ อ.ส.ม.ท. เพื่อคุ้มครองความเสี่ยงภัยทุกชนิด (All Risk) ในวงเงินประกันเงื่อนไขการประกันกับบางกอกาประกันภัยที่ อ.ส.ม.ท. ให้ความเห็นชอบโดยให้ อ.ส.ม.ท. เป็นผู้รับประกันภัยตลอดอายุสัญญา

4. การโอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน

- 4.1 สถานที่ และทรัพย์สินทั้งหมดที่บางกอกฯใช้ในการดำเนินการจัดออกอากาศของไทยทีวีสีช่อง 3 หรือการออกอากาศส่วนกลาง ให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของอ.ส.ม.ท. พื้นที่ที่จัดหาหรือได้มา
- 4.2 การก่อสร้างทุกอย่างที่ได้สร้างขึ้นบนที่ดินทั้ง 31 แห่ง อีกทั้งทรัพย์สินทุกอย่าง(ยกเว้นเงินทุน) ที่บางกอกฯ ได้กระทำให้ขึ้นหรือจัดหาสำหรับใช้สอยในการดำเนินการ ให้โอนเป็นทรัพย์สินของอ.ส.ม.ท.ตั้งแต่วันที่ได้จัดสร้างหรือจัดหาแล้ว

5. สิทธิของบางกอกฯหลังการโอนกรรมสิทธิ์

- 5.1 อ.ส.ม.ท.ขยายเวลาการออกอากาศส่วนกลางของบางกอกฯไปสิ้นสุดวันที่ 25 มีนาคม 2563 ตามสัญญาร่วมดำเนินกิจการส่งโทรทัศน์สี 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 ถ้ามีผู้รับกวนสิทธิ์ดังกล่าว บางกอกฯจะเป็นผู้รับผิดชอบคุ้มครอง ชดเชย หรือต่อสู้แทน อ.ส.ม.ท.โดยบางกอกฯจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย

6. การเก็บเงินและส่วนแบ่งที่เกี่ยวข้อง

ตามสัญญาร่วมดำเนินกิจการส่งโทรทัศน์สี แก๊ซเพิ่มเติม ครั้งที่ 3 กับ อ.ส.ม.ท. สิ้นสุด 25 มีนาคม 2563 นั้น บางกอกฯจะต้องจ่ายผลตอบแทนให้กับ อ.ส.ม.ท. เป็นรายปีโดยจะจ่ายเงินให้กับ อ.ส.ม.ท. ดังมีรายละเอียดตั้งแต่ปี 2561 ดังนี้

ปี	บาทต่อปี
2561	232,440,000.00
2562	244,060,000.00
2563	61,750,000.00

ค่าใช้จ่ายในด้านสาธารณูปโภคในส่วนที่ไม่สามารถแยกออกเป็นสัดส่วนได้ เช่น ถนน ทั้งบางกอกฯ และ อ.ส.ม.ท. รับผิดชอบฝ่ายละครึ่ง

7. การสิ้นสุดของสัญญา

ในกรณีที่ บางกอกฯไม่ได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดในสัญญาข้อหนึ่งข้อใดก็ดี อ.ส.ม.ท.จะแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้บางกอกฯปฏิบัติตามข้อสัญญาให้ถูกต้อง โดยให้เวลาอันสมควร หากบางกอกฯ ไม่ยอมปฏิบัติตามให้ถูกต้องภายในเวลาดังกล่าว

บางกอกฯ ต้องแจ้งเหตุผล เป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งให้ อ.ส.ม.ท. ทราบ เมื่อ อ.ส.ม.ท.ได้พิจารณาคำชี้แจงนั้นแล้ว จะแจ้งให้บางกอกฯทราบและปฏิบัติให้ถูกต้องภายในเวลาอันสมควรอีกครั้งหนึ่ง หากบางกอกฯ ไม่ปฏิบัติตามให้ถูกต้องภายในกำหนดเวลาครั้งหลังนี้แล้ว อ.ส.ม.ท. มีสิทธิ์เรียกค่าเสียหายอันพึงมี และหรือแจ้งให้จัดการออกอากาศและหรือมีสิทธิ์บอกเลิกสัญญาได้ทันที



2.) ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ และประกอบกิจการโทรทัศน์ เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ประเภท บริการทางธุรกิจระดับชาติ

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

ผู้ขอรับใบอนุญาต: บริษัท บีอีซี - มัลติมีเดีย จำกัด [BECM] บริษัทย่อยที่ บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน)
[บริษัทฯ] ถือหุ้นอยู่ 99.99%

จำนวนใบอนุญาต: ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ และประกอบกิจการโทรทัศน์ เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน
ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ รวมจำนวน 3 ใบ ได้แก่

1. หมวดยุทโธปกรณ์แบบความคมชัดสูง ช่องรายการ 3 HD ช่อง 33
2. หมวดยุทโธปกรณ์แบบความคมชัดสูง ช่องรายการ 3 SD ช่อง 28
3. หมวดยุทโธปกรณ์เด็ก เยาวชน และครอบครัว ช่องรายการ 3 FAMILY ช่อง 13

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

BECM ขณะการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน ประเภทบริการ
ธุรกิจระดับชาติ (“ใบอนุญาตฯ”) รวม 3 ใบอนุญาตฯ ด้วยราคาประมูลรวมทั้งสิ้น 6,471 ล้านบาท (ไม่รวม
ภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดย BECM ได้ชำระค่าใบอนุญาตงวดที่ 1 - 4 ไปแล้ว

เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2561 คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้ออกคำสั่งตามมาตรา 44 เรื่อง มาตรการ
บรรเทาผลกระทบต่อผู้ประกอบการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
โดยเปิดโอกาสให้ผู้รับใบอนุญาตรายใดที่ไม่ประสงค์จะปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตในส่วน
ที่เหลือ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนด ให้แจ้งเป็นหนังสือไปยัง กสทช. ภายใน 30 วัน นับแต่วันที่คำสั่ง
นี้มีผลบังคับใช้ ซึ่ง กสทช. พิจารณาแล้วเห็นเป็นการสมควรให้พักชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาต โดยกำหนด
ระยะเวลาการพักชำระต้องไม่เกิน 3 ปี ซึ่งจะเรียกเก็บชำระอีกครั้งในปี 2564 และจะครบกำหนดชำระงวดสุดท้ายปี
2568 BECM ได้ใช้สิทธิขอพักชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตในส่วนที่เหลือ

โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ค่าใบอนุญาตฯ ส่วนที่เหลือจำนวนเงิน รวม 2,322 ล้านบาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)
มีรายละเอียดดังนี้

งวด	ล้านบาท*
งวดที่ 5 ภายใน 30 วัน นับแต่วันครบกำหนดระยะเวลา 7 ปี จากวันที่ได้รับอนุญาตฯ	545.60
งวดที่ 6 ภายใน 30 วัน นับแต่วันครบกำหนดระยะเวลา 8 ปี จากวันที่ได้รับอนุญาตฯ	444.10
งวดที่ 7 ภายใน 30 วัน นับแต่วันครบกำหนดระยะเวลา 9 ปี จากวันที่ได้รับอนุญาตฯ	444.10
งวดที่ 8 ภายใน 30 วัน นับแต่วันครบกำหนดระยะเวลา 10 ปี จากวันที่ได้รับอนุญาตฯ	444.10
งวดที่ 9 ภายใน 30 วัน นับแต่วันครบกำหนดระยะเวลา 11 ปี จากวันที่ได้รับอนุญาตฯ	444.10
รวม	2,322.0

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:

- ทั้งสองฝ่ายตกลงให้ผู้เช่าเวลาเช่าเวลาจัดรายการ และโฆษณาทางสถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท. เอฟ.เอ็ม. จังหวัด กรุงเทพมหานคร ความถี่ 105.5 เมกกะเฮิรตซ์ และโฆษณาสินค้าต่างๆ ในรายการได้ตามระเบียบของทางราชการในวันจันทร์ถึงอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 6.00 น. - 24.00 น. คิดเป็นเวลา 18 ชั่วโมงต่อวัน
- ผู้เช่าเวลายินยอมที่จะมอบอุปกรณ์เครื่องส่ง และอุปกรณ์ห้องส่ง ตามที่ระบุไว้ในสัญญา ให้เป็นกรรมสิทธิ์ของ อ.ส.ม.ท. ภายในวันที่ 1 มิถุนายน 2533 และซื้อเครื่องส่งให้ใหม่ ภายในระยะเวลา 2 ปี นับแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2533 นอกจากนี้ในสัญญาฉบับหลังได้มีการระบุเงื่อนไข ให้ผู้เช่าเวลาต้องปรับปรุงประสิทธิภาพทางด้านเทคนิคของสถานีวิทยุ ให้แล้วเสร็จภายใน 2 ปีนับแต่วันลงนามในสัญญานี้ (หรือ 22 กันยายน 2537) ณ เดือนเมษายน 2539 ผู้เช่าเวลาได้ซื้ออุปกรณ์ดังกล่าวและได้ชำระเงินไปแล้ว เป็นจำนวนเงิน 5,402,928.42 บาท เมื่อดำเนินการแล้วเสร็จผู้เช่าเวลาจะต้องจัดส่งมอบเพื่อให้เครื่องอุปกรณ์ที่จัดหาเพิ่มเติมนี้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่า หลังจากการตรวจนับ
- การจัดรายการและโฆษณาตามสัญญานี้ ผู้เช่าเวลาจะดำเนินการดังที่ระบุไว้ข้างล่างนี้ด้วยตัวเอง จะจำหน่าย จ่าย โอนสิทธิ์ตามสัญญานี้ให้แก่บุคคลอื่นไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ก็ได้ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมจากผู้ให้เช่า
 - ออกอากาศได้ทุกวันตามเวลาที่ทางราชการกำหนด
 - การจัดรายการจะต้องกระทำในนามผู้ให้เช่า และตามประเภทรายการตามผังรายการ ที่ได้รับอนุมัติจากผู้ให้เช่า
 - ผู้จัดรายการจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามระเบียบของทางราชการและระเบียบของสถานี
 - การโฆษณาจะต้องเป็นไปตามระเบียบของทางราชการและระเบียบของสถานี

ในการออกอากาศไม่ว่าด้วยเหตุใดๆก็ตาม ผู้เช่าเวลาจะไม่ได้รับการลดหย่อน ค่าใช้จ่าย ค่าตอบแทน หรือค่าเช่าเวลาตามสัญญานี้ เว้นแต่ผู้ให้เช่าจะพิจารณาเห็นสมควรลดหย่อนให้
- ผู้เช่าเวลาจะต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ซึ่งมีคุณสมบัติตามที่กำหนดมาปฏิบัติงาน และออกค่าใช้จ่ายเองทั้งสิ้น โดยผู้เช่าเวลาจะต้องส่งรายชื่อ รูปถ่าย รายละเอียด ให้ผู้ให้เช่าพิจารณาเห็นชอบก่อน
- ผู้เช่าเวลาตกลงจ่ายค่าเช่าเวลา และค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้แก่ผู้ให้เช่าดังนี้
 - ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่างๆ ดังนี้
 - ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ ค่าโทรศัพท์ ค่าโทรสาร และค่าใช้จ่ายในสำนักงานตามที่จ่ายจริง
 - ค่าตอบแทนนายสถานี เดือนละ 5,000 บาท (ยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)
 - ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการใช้สถานที่อันเป็นที่ตั้งสถานีวิทยุตามสัญญานี้
 - ค่าเช่าเวลารายเดือน (ยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) ภายในสิ้นเดือนที่ออกอากาศ ทั้งนี้ อัตราค่าเช่ารายเดือนในเดือนกุมภาพันธ์ 2539 คิดเป็นเงิน 300,000 บาท/เดือน และจะมีการปรับค่าเช่าทุกปีในอัตรา 10% ต่อปี จนกระทั่งสิ้นสุดสัญญา ในเดือนมกราคม 2563



6. ผู้เช่าเวลาต้องวางหลักประกันเป็นหนังสือค้ำประกันของธนาคารเป็นจำนวนเงิน 3 เท่าของค่าเช่าเวลารายเดือนตามข้อ 5.2
 7. ผู้เช่าเวลาต้องปฏิบัติตามดังนี้
 - 7.1 รับผิดชอบในการบำรุง ซ่อมแซม แก้ไข เปลี่ยน หรือจัดหาเครื่องมือ อุปกรณ์ เครื่องใช้ ทรัพย์สินของผู้ให้เช่าให้อยู่ในสภาพเรียบร้อยตลอดอายุของสัญญา
 - 7.2 ต้องประกันทรัพย์สินโดยให้ผู้ให้เช่าเป็นผู้รับประโยชน์ในวงเงินไม่ต่ำกว่า 3,000,000 บาท ตลอดอายุสัญญา
 8. ถ้าผู้รับภวนสิทธิในบรรดาทรัพย์สินที่ตกเป็นของผู้ให้เช่า อันถือเป็นการรอนสิทธิ ต่อผู้ให้เช่า หรือยึดคืนหรือถอนไป ผู้เช่าจะต้องรับผิดชอบ คุ้มครอง ชดเชย หรือต่อผู้แทนผู้ให้เช่าทั้งสิ้น พร้อมทั้งออกค่าใช้จ่ายในการนี้ทั้งหมดเองด้วย
 9. การสิ้นสุดของสัญญาก่อนกำหนด
 - หากสัญญาร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์ระหว่างอ.สม.ท. กับ บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ สิ้นสุดลงไม่ว่าด้วยเหตุใดก่อนครบกำหนดอายุสัญญานี้ ให้ถือว่าสัญญานี้เป็นอันสิ้นสุดลงด้วย
 - หากผู้เช่าเวลาผิดสัญญาข้อหนึ่งข้อใด ผู้ให้เช่ามีสิทธิที่จะบอกกล่าวตักเตือนหรือบอกเลิกสัญญาได้ตามที่เห็นสมควรพร้อมทั้งมีสิทธิที่จะรับหลักประกันทั้งหมดหรือบางส่วนแล้วแต่ผู้ให้เช่าจะเห็นสมควรและเรียกค่าเสียหายได้อีกตามกฎหมาย
 - ในระหว่างอายุสัญญานี้ หากผู้เช่าเวลามีนิติกรรมอื่นใดกับผู้ให้เช่าซึ่งมีผลบังคับใช้ต่อกันอยู่ และปรากฏว่าผู้เช่าเวลาได้กระทำความผิดสัญญาอื่น ให้ถือว่าผู้เช่าเวลาผิดสัญญานี้ และผู้ให้เช่ามีสิทธิบอกเลิกสัญญานี้ได้ด้วย
- 4.) สัญญาบริการประชาสัมพันธ์ ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ (คลื่น FM 95.5)
- คู่สัญญา: บริษัท บีอีซี-เทโร เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (ผู้รับบริการ) และ
กรมประชาสัมพันธ์ (ผู้ให้บริการ)
- อายุสัญญา: 1 กันยายน 2561 ถึง 31 สิงหาคม 2562
- สาระสำคัญของสัญญา:
- ผู้ให้บริการตกลงให้บริการและผู้รับบริการตกลงขอรับบริการใช้เวลาทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ระบบ เอฟ.เอ็ม. ความถี่ 95.5 เมกะเฮิรตซ์ ทำการออกอากาศ เพื่อดำเนินรายการเป็นสื่อกลางในการนำเสนอสาระ ความรู้ เพื่อเตรียมความพร้อมก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ของเยาวชน นักเรียน นักศึกษา และประชาชน ตลอดจนนโยบายของรัฐให้กับประชาชนและเยาวชนไทยเกี่ยวกับอาเซียน และดำเนินการเป็นภาษาไทยเป็นภาษาหลัก โดยออกอากาศทุกวันจันทร์-อาทิตย์ ยกเว้นเวลาภาคบังคับของทางราชการ
1. อัตราค่าบริการ เดือนละ 1,605,000 บาท (รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว)
 2. ผู้รับบริการมีสิทธิบอกเลิกสัญญาก่อนวันสิ้นสุดสัญญาได้ โดยผู้รับบริการจะต้องแจ้งการบอกเลิกสัญญาเป็นหนังสือต่อผู้ให้บริการทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 45 วัน
 3. ผู้รับบริการต้องสงวนเวลาทุกต้นชั่วโมงของเวลาที่ได้รับอนุมัติ ชั่วโมงละไม่เกิน 7 นาที เพื่อเสนอข่าวที่ผลิตโดยกรมประชาสัมพันธ์
 4. ผู้รับบริการจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ประกาศของ กสทช. กฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง และระเบียบของผู้ให้บริการโดยเคร่งครัด หากฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายขึ้น ผู้รับบริการต้องรับผิดชอบในความเสียหายนั้นๆ ทุกกรณี

สัญญาเช่าทรัพย์สินระยะยาว

ได้แก่ สัญญาเช่าทรัพย์สินที่สำคัญๆ เพื่อใช้ประกอบธุรกิจ สามารถสรุปสาระสำคัญของแต่ละสัญญาได้ดังนี้

- สัญญาเช่าอาคารสำนักงาน

บริษัทและบริษัทย่อย ได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่สำนักงานอาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ (M I) เลขที่ 3199 และอาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ (M II) เลขที่ 3199/1 ถนนพระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ จากกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์มิลเลียนแนร์ พื้นที่รวม 36,173.30 ตารางเมตร โดยทั้งหมดเป็นสัญญาเช่าระยะสั้นต่อสัญญาทุก 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 5 นับตั้งแต่วันที่ 17 มีนาคม 2560 ถึงวันที่ 16 มีนาคม 2563

- สัญญาเช่าใช้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบดิจิทัล

บริษัทย่อย ได้ทำสัญญาเช่าใช้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ประเภทที่ใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล กับองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) เพื่อส่งสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัลผ่านบริการโครงข่ายของ ส.ส.ท. ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2557 ถึงวันที่ 16 มิถุนายน 2571 โดยบริษัทย่อยต้องวางหมัสนี้ ค่าประกันของธนาคารพาณิชย์เพื่อค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาเช่าใช้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลกับ ส.ส.ท. ในวงเงิน 206.72 ล้านบาท

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายขยายงานในธุรกิจที่มีความชำนาญนี้ ทั้งในทางลึกและในด้านกว้าง ในการขยายงานนั้นบางครั้งก็ดำเนินการโดยบริษัทหรือบริษัทย่อยเดิมตามความถนัด ความชำนาญ และทรัพยากรเดิม ที่เกี่ยวข้องกับโอกาสการขยายงานของบริษัทย่อยนั้นๆ แต่บางครั้งบริษัทก็อาจจำเป็นต้องลงทุนตั้งบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมรายใหม่ในการดำเนินการตามโครงการขยายงานนั้นๆตามความเหมาะสม อย่างไรก็ตาม บริษัทมีนโยบายที่จะดำเนินงาน และขยายงานโดยบริษัท หรือบริษัทย่อยที่บริษัทได้ลงทุนถือหุ้นในบริษัทย่อยนั้นๆ เกือบทั้งหมด แต่บางครั้งก็จำเป็นต้องเป็นบริษัทย่อยที่เป็นบริษัทร่วมทุน เมื่อบริษัทมีจำเป็นต้องเป็นหุ้นส่วนกับบุคคลอื่นที่มีความถนัด ความชำนาญ และ/หรือทรัพยากรที่เชื่อได้ว่าจะเป็นการเอื้อเกื้อหนุนให้การขยายงานนั้นเป็นประโยชน์ต่อบริษัท โดยที่บริษัทจะพยายามเจรจาต่อรองให้บริษัทสามารถเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในบริษัทย่อยที่เป็นบริษัทร่วมทุนนั้นๆ แต่ในบางโอกาสบริษัทอาจจะต้องยอมลงทุนขยายงานโดยบริษัทร่วม เมื่อผู้ร่วมทุนต้องการที่จะเป็นบริษัทใหญ่ในกิจการร่วมทุนนั้นๆ อย่างไรก็ตามกิจการของบริษัทร่วมมักจะไม่เป็นธุรกิจหลักของบริษัท แต่เป็นกิจการที่ต่อเนื่อง สนับสนุน ธุรกิจหลักของบริษัท และหากเป็นธุรกิจหลักก็เป็นธุรกิจในต่างประเทศ

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

5.1 บริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท มีข้อพิพาทถูกเรียกร้องค่าเสียหายในเรื่องผิดสัญญา ต่ออนุญาโตตุลาการในประเทศสิงคโปร์ในปี 2556 คณะอนุญาโตตุลาการได้มีคำชี้ขาดเฉพาะส่วน (Partial Award) เมื่อต้นปี 2559 ว่าบริษัทย่อยเป็นฝ่ายผิดสัญญาพิพาท ซึ่งต่อมา บริษัทย่อยได้มีหนังสือถึงคณะอนุญาโตตุลาการปฏิเสธไม่ยอมรับตามคำชี้ขาดเนื่องจากมีเหตุให้เชื่อได้ว่ากระบวนการพิจารณาและคำชี้ขาดเฉพาะส่วนนั้นไม่ชอบด้วยกฎหมาย และแจ้งว่าไม่ประสงค์ที่จะดำเนินกระบวนการอนุญาโตตุลาการอีกต่อไป อีกทั้งจะไม่ยอมรับคำชี้ขาดใดๆ ต่อมาในปี 2560 คณะอนุญาโตตุลาการได้มีคำชี้ขาดสุดท้าย (Final Award) ให้บริษัทย่อยชดใช้ค่าเสียหายแก่โจทก์เป็นจำนวนเงิน 2.06 ล้านยูโร พร้อมดอกเบี้ย ค่าใช้จ่ายอนุญาโตตุลาการ และค่าใช้จ่ายของโจทก์ตามที่อนุญาโตตุลาการกำหนด

ในเดือนธันวาคม 2561 โจทก์ได้ร้องขอบังคับคดีตามคำชี้ขาดของคณะอนุญาโตตุลาการสิงคโปร์ต่อศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลางในประเทศไทย ให้บริษัทย่อยชดใช้ค่าเสียหายเป็นจำนวนเงิน 111.91 ล้านบาท พร้อมดอกเบี้ย และชดใช้ค่าฤชาธรรมเนียมและค่าทนายความแทนโจทก์ด้วย ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 คดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลไทย ซึ่งศาลไทยมีอำนาจทำคำสั่งปฏิเสธไม่บังคับตามคำชี้ขาดหากมีเหตุตามที่กฎหมายกำหนด ดังนั้นบริษัทย่อยจึงไม่ได้บันทึกบัญชีค่าใช้จ่ายและหนี้สินที่อาจเกิดขึ้นจากผลของคดีดังกล่าว เนื่องจากยังมีความไม่แน่นอน

5.2 ในปี 2560 บริษัทย่อยของบริษัท 2 แห่ง ถูกฟ้องเป็นจำเลยร่วม ในฐานะผิดสัญญาการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลจากยุโรป จำนวนทุนทรัพย์ 260.22 ล้านบาท ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 คดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลชั้นต้น แต่บริษัทย่อยของบริษัทคาดว่าจะไม่ได้รับความเสียหาย จากการถูกฟ้องร้องดังนั้นจึงไม่ได้บันทึกเป็นค่าใช้จ่ายและหนี้สินที่อาจเกิดขึ้น

5.3 ในปี 2561 บริษัทและบริษัทย่อยของบริษัท ถูกฟ้องเป็นจำเลยร่วม รวม 3 คดี จำนวนทุนทรัพย์ รวม 132 ล้านบาท ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีคดีแพ่ง จำนวนทุนทรัพย์ 100 ล้านบาท ศาลได้จำหน่ายคดีชั่วคราวเพื่อรอฟังผลคดีอาญา และอีก 2 คดี จำนวนทุนทรัพย์ 32 ล้าน อยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลชั้นต้น แต่บริษัทและบริษัทย่อยของบริษัท คาดว่าจะไม่ได้รับความเสียหายจากคดีดังกล่าวดังนั้นจึงไม่ได้บันทึกเป็นค่าใช้จ่ายและหนี้สินที่อาจเกิดขึ้น

5.4 บริษัทย่อยของบริษัทแห่งหนึ่งถูกฟ้องเป็นจำเลย ในฐานะผิดสัญญา จำนวนทุนทรัพย์ประมาณ 26 ล้านบาท ซึ่งศาลชั้นต้นพิพากษาให้บริษัทย่อยชดใช้ค่าเสียหายในปี 2558 ต่อมาบริษัทย่อยได้ยื่นอุทธรณ์คำพิพากษาศาล และในเดือนสิงหาคม 2560 ศาลอุทธรณ์ได้มีคำพิพากษาลับยกฟ้องโจทก์ ต่อมาโจทก์ได้ยื่นคำฎีกาต่อศาล และศาลได้รับคำฎีกาในเดือนกรกฎาคม 2561 ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 คดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลฎีกา แต่บริษัทย่อยของบริษัทคาดว่าจะไม่ได้รับความเสียหายจากคดีดังกล่าวดังนั้นจึงไม่ได้บันทึกเป็นค่าใช้จ่ายและหนี้สินที่อาจเกิดขึ้น



6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

(1) บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน)

ซึ่งต่อไปในแบบ 56-1 นี้จะเรียกว่า “บีอีซี เวิลด์”

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : เลขที่ 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น B1, G, 2, 3, 8, 9, 10, 30-34
ถนนพระรามสี่ แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

ประเภทธุรกิจ: ประกอบธุรกิจหลักด้านการผลิตและจัดหารายการโทรทัศน์
เพื่อแพร่ภาพทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ และลงทุนถือหุ้นในบริษัทอื่น

เลขทะเบียนบริษัท: 0107538000673

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

เบอร์โทรสาร: 0-2204-1384

E-mail: irbec@becworld.com

Website: www.becworld.com

หุ้นที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท: หุ้นสามัญ จำนวน 2,000 ล้านหุ้น
มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.- บาท

(2) นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ 10% ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมด ณ 31 ธันวาคม 2561

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.ch3thailand.com
- ชื่อ: บริษัท รังสิโรตม์วินิช จำกัด
ประเภทธุรกิจ: จัดทำ 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: จัดทำ 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 บีอีซี 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 บีอีซี แอสเซท จำกัด
ประเภทธุรกิจ: ดำเนินการถือครองและให้เช่าทรัพย์สิน
ทุนจดทะเบียน: 30 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 3 ล้านบาท)
ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 3 ถนนพระรามสี่
แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์: 0-2262-3759
โทรสาร: 0-2262-3780
7. ชื่อ: บริษัท บีอีซี สตูดิโอ จำกัด (ยังไม่เริ่มดำเนินการ)
ประเภทธุรกิจ: ผลิตรายการและให้บริการอุปกรณ์ห้องสตูดิโอ
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



8. ชื่อ: บริษัท บีอีซี อินเตอร์เนชั่นแนล 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 บีอีซี 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 บางกอกแชนแนลไฮไลท์ 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 บีอีซี 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 แชนเทลโลท์ 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 บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ 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 บีอีซีไอ 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 บีอีซี - 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 บีอีซี อินเทอร์เน็ตชั่นแนล ดิสทริบิวชั่น จำกัด**

17. ชื่อ: บริษัท ทีวีบี 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 บีอีซี-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 บีอีซี -เทโร ซีเนรีโอ 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 บีอีซี-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



21. ชื่อ: บริษัท บีอีซี-เทโร เมียนมาร์ จำกัด
ประเภทธุรกิจ: บริการรับจองและขายบัตรเข้าชมการแสดงจัดหาและผลิตรายการบันเทิงจัดแสดงคอนเสิร์ตและการแสดงโชว์ ผลิตและจำหน่ายเทปเพลง แผ่นเสียงซีดี 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 บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

22. ชื่อ: บริษัท ฟอว์เอฟเวอร์ บีอีซี-เทโร จำกัด
ประเภทธุรกิจ: จัดหา ผลิตรายการบันเทิงและขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์
ในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์
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
23. ชื่อ: บริษัท ไลฟ์ เนชั่น บีอีซี - เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด
ประเภทธุรกิจ: จัดคอนเสิร์ตศิลปินจากต่างประเทศในประเทศไทย
ทุนจดทะเบียน: 10ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว จำนวน 1,000,000 หุ้น)
ที่ตั้งสำนักงาน: 3199 อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ชั้น 28 ถนนพระรามสี่
แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์: 0-2262-3800
โทรสาร: 0-2262-3801-2
24. ชื่อ: บริษัท บีอีซี-เทโร โหว์ จำกัด
ประเภทธุรกิจ: ธุรกิจบริหารจัดการสถานที่จัดงานคอนเสิร์ตและการแสดง
ทุนจดทะเบียน: 10 ล้านบาท (หุ้นที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว หุ้นสามัญ 1 ล้านหุ้น)
ที่ตั้งสำนักงาน: 99/6-9 อาคาร โหว์ ดีซี ถนน ริมคลองบางกะปิ
แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
โทรศัพท์: 0-2262-3866
โทรสาร: 0-2262-2232



(3) บุคคลอ้างอิงอื่นๆ

○ นายทะเบียนหลักทรัพย์:

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

สถานที่ตั้ง: เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

SET Contact center: 0-2009-9999

เบอร์โทรศัพท์: 0-2009-9000

เบอร์โทรสาร: 0-2009-9991

Website: <http://www.set.or.th/tsd>

E-mail: SETContactCenter@set.or.th

○ ผู้สอบบัญชี:

ดร.วิรัช อภิเมธีธำรง ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 1378

นายชัยกรณ์ อุ่นปิติพงษ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3196

นายอภิรักษ์ อติอนูวรรตน์ 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

○ ที่ปรึกษากฎหมาย:

บริษัท ที่ปรึกษากฎหมายไพบูลย์ จำกัด

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

เบอร์โทรศัพท์: 0-2651-2121

เบอร์โทรสาร: 0-2651-2124

Website: www.paiboon.bizE-mail: pa@paiboon.biz

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี -