



ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) (บมจ. อสมท) เป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานกฤษฎีกาและ เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มบริการ (Service) หมวดย่อยและสิ่งพิมพ์ (Media) โดยมีภารกิจหลักในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างรายได้และผลกำไร รวมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อให้มีอัตราการเติบโตและ ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บมจ. อสมท ยังต้องดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานบรรษัทภิบาล (Good Governance) ตามมาตรฐานและระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามหลักเกณฑ์ของกระทรวงการคลัง สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การเปลี่ยนแปลงภาวะอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนหลังจากการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้ บริการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลทำให้มีจำนวนช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินเพิ่มขึ้นอีก 24 ช่อง จากเดิมที่มีเพียง สถานีโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อก 6 ช่อง รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงทาง เทคโนโลยีที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว เข้าสู่ยุค Internet of Things ซึ่งเป็นยุคแห่งการเชื่อมต่อ หลอมรวม บูรณาการข้อมูล ข่าวสารที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา ตามความต้องการของ แต่ละบุคคล ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสื่อต้องมีการพัฒนาในทุกๆ ด้าน และปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ที่เกิดขึ้นเพื่อให้อยู่รอด และมีผลประกอบการที่ดีอย่างต่อเนื่อง โดย บมจ. อสมท ได้วิเคราะห์ถึงความเสี่ยงการเปลี่ยนแปลงทั้ง จากปัจจัยภายในและภายนอก และนำไปสู่การทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนยุทธศาสตร์ระยะ 5 ปี (ปี 2562-2566) ให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ทางธุรกิจ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งคณะกรรมการ บมจ. อสมท และผู้บริหาร ระดับสูงต่างให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการทบทวนเพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานมีจุดมุ่งหมายไปในทิศทางเดียวกันในการสร้างศักยภาพการแข่งขันให้ บมจ. อสมท เป็นองค์กร ธุรกิจด้านสื่อสารมวลชนที่มีการบริหารงานในเชิงรุกที่มีประสิทธิภาพ สร้างสรรค์ และทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ คณะกรรมการ บมจ. อสมท ในการประชุมครั้งที่ 11/2562 วันที่ 22 ตุลาคม 2562 ได้พิจารณาและให้ความเห็นชอบการ ปรับปรุงวิสัยทัศน์ พันธกิจ แผนยุทธศาสตร์ระยะ 5 ปี และแผนปฏิบัติการ ประจำปี ของ บมจ. อสมท รวมทั้งงบประมาณ และตัวชี้วัดผลการดำเนินงานตามแผนที่กำหนดไว้ ซึ่งเป็นแผนงานทั้งระยะสั้นและระยะยาวที่ครอบคลุมการพัฒนาการ ดำเนินงานในด้านต่างๆ เพื่อให้บุคลากรและองค์กรมีความพร้อมต่อการแข่งขัน รวมถึงการวางรากฐานเพื่อการขยายไป สู่ธุรกิจใหม่ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ บมจ. อสมท ในอนาคต นอกเหนือไปจากการดำเนินธุรกิจสื่อหลักในปัจจุบัน เพื่อผลักดันผลประกอบการของ บมจ. อสมท ให้สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมขององค์กร วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย

แผนยุทธศาสตร์ระยะ 5 ปี (ปี 2562 - 2566) ของ บมจ. อสมท ได้พิจารณาความสอดคล้องกับสถานการณ์ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทั้งสภาพการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ในช่วงเวลาที่ผ่านมา การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพในปัจจุบันของ บมจ. อสมท และความเสี่ยงที่จะส่งผลให้การดำเนินงานไม่สามารถบรรลุเป้าหมาย รวมทั้งการดำเนินงานให้เป็นไปตาม



หลักบรรษัทภิบาล (Good Governance) ระบบการจัดการที่ดีตามหลักเกณฑ์ของกระทรวงการคลัง สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลอดจนกฎระเบียบต่างๆ ของหน่วยงานกำกับดูแล หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ ในปี 2562 บมจ. อสมท ได้จัดให้มีการประชุมร่วมกันระหว่างคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน เพื่อทบทวนและจัดทำแผนยุทธศาสตร์ระยะ 5 ปี สำหรับปี 2563 – 2567 โดยมีการทบทวนและกำหนดทิศทาง พันธกิจ ค่านิยมขององค์กร วัตถุประสงค์และเป้าหมายการดำเนินงานให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ทิศทางการพัฒนาประเทศ แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 และแผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ สาขาสื่อสาร ที่มีแนวนโยบายภาพรวมรายสาขาสื่อสาร (Umbrella Statement) กำหนดให้สร้างความมั่นคงด้วยโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคม และธุรกิจสื่อสาร เพื่อสนับสนุนการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ซึ่งประกอบไปด้วย ประเด็นยุทธศาสตร์ 5 ด้าน ประกอบด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : กำหนดบทบาทรัฐวิสาหกิจให้ชัดเจน เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : บริหารแผนการลงทุนให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : เสริมสร้างความแข็งแกร่งทางการเงิน เพื่อความยั่งยืนในระยะยาว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : สนับสนุนการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ Thailand 4.0 และแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : ส่งเสริมระบบธรรมาภิบาล ให้มีความโปร่งใสและมีคุณธรรม

ภายใต้แนวนโยบายภาพรวมรายสาขาสื่อสาร (Umbrella Statement) ข้างต้น บมจ. อสมท จึงได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมองค์กร วัตถุประสงค์ และเป้าหมายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจ ตามแผนยุทธศาสตร์ระยะ 5 ปี (ปี 2563 - 2567) ดังนี้

1. วิสัยทัศน์ (Vision)

“สร้างการเข้าถึงข้อมูลอย่างเท่าเทียม เพียงตรง สร้างสรรค์ และทันสถานการณ์อย่างชาญฉลาด”

2. พันธกิจ (Mission)

1. ผู้ชม : นำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ ผ่านทุกช่องทาง ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และรับผิดชอบต่อสังคม
2. ลูกค้า/คู่ค้า : ส่งมอบคุณค่าและสร้างความผูกพันผ่านการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม
3. พนักงาน : พัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถอย่างต่อเนื่อง พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง
4. ผู้ถือหุ้น : สร้างผลตอบแทนอย่างยั่งยืน ด้วยการบริหารจัดการอย่างมีธรรมาภิบาล
5. สังคมชุมชน : ส่งเสริมเนื้อหาและสาระความรู้ เพื่อสร้างสังคมดี
6. ประเทศ : สื่อสารเนื้อหาสาระที่เสริมความฉลาด สร้างความเชื่อมั่น และสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศชาติ



3. ค่านิยมขององค์กร (Corporate Values) และพฤติกรรมที่คาดหวังตามค่านิยมองค์กร

ค่านิยมองค์กร MCOT + S	พฤติกรรมตามค่านิยมองค์กร
ทันสมัย (Modernity)	<ul style="list-style-type: none"> ไม่หยุดเรียนรู้ และพัฒนา คิดสร้างสรรค์ เชิงผู้ประกอบการ กล้าคิด ลงมือทำ ไม่กลัวผิดพลาด
ร่วมมือ (Collaboration)	<ul style="list-style-type: none"> ทำงานเป็นทีม พร้อมช่วยเหลือ
ท่มเท (Operational Excellence)	<ul style="list-style-type: none"> รับผิดชอบต่อน้ำที่ มีเป้าหมายเพื่อผลสำเร็จร่วมกัน ผลักดันให้เกิดผลลัพธ์
เชื่อมั่น (Transparency & Trust)	<ul style="list-style-type: none"> เชื่อในทีม เปิดเผยตรงไปตรงมา ให้เกียรติซึ่งกันและกัน
มีสปิริต (Spirit)	<ul style="list-style-type: none"> ทำด้วยใจ ทำงานอย่างมืออาชีพ

4. วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย

บมจ. อสมท ได้กำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญเพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้ บมจ. อสมท เป็นองค์กรธุรกิจด้านสื่อสารมวลชนที่มีการบริหารงานในเชิงธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ สร้างสรรค์ และทำหน้าที่สื่อได้อย่างสมบูรณ์ ภายใต้วิสัยทัศน์ “สร้างการเข้าถึงข้อมูลอย่างเท่าเทียม เทียบตรง สร้างสรรค์ ทนสถานการณ์อย่างชาญฉลาด” ดังนี้

1) การมุ่งสร้าง Content/Platform ที่เป็นประโยชน์และได้รับความเชื่อถือจากลูกค้า (Trusted Content/Platform) ซึ่งมีกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนา จัดหา Content ที่เป็นประโยชน์และตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกช่องทาง ตลอดจนการบูรณาการ Platform ในการเข้าถึง Life Style ของลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น

2) การพัฒนาศักยภาพขององค์กร เพื่อมุ่งสู่การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Business Oriented) ซึ่งมีกลยุทธ์ที่สำคัญ ได้แก่ การปรับปรุงกระบวนการทำงานที่สำคัญให้มีประสิทธิภาพ การบริหารการเปลี่ยนแปลง และการพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน

3) การบริหารจัดการเสถียรภาพระบบการเงิน (Financial Stability) ซึ่งมีกลยุทธ์ที่สำคัญในการบริหารจัดการทรัพย์สิน/การเงิน เพื่อสร้างรายได้ (Asset Utilization) ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

4) การสร้างแหล่งรายได้ใหม่ เพื่อการเติบโตทางธุรกิจ (New Engine of Growth) ซึ่งมีกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาโครงการใหม่ๆ เพื่อสร้างมูลค่าและการเติบโตทางธุรกิจ (Growth Project) มุ่งเน้นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กรได้ในระยะยาว



1.2 ความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

ความเป็นมา

เมื่อปี 2495 รัฐบาลจัดตั้งบริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด เพื่อให้บริการออกอากาศวิทยุและโทรทัศน์เป็นครั้งแรกในประเทศไทย ต่อมาเมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2520 คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้ยุบเลิกกิจการและตราพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) พ.ศ. 2520 เมื่อวันที่ 9 เมษายน 2520 มีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี โดยรับโอนพนักงานและลูกจ้างรวมทั้งกิจการสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีวิทยุกระจายเสียง ท.ท.ท. จากบริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด และเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2520 อ.ส.ม.ท. ได้ก่อตั้งสำนักข่าวไทย เพื่อดำเนินงานด้านข่าวอีกหน่วยงานหนึ่ง ซึ่งถือเป็นการจัดตั้งสำนักข่าวอย่างเป็นทางการแห่งแรกของประเทศไทย ต่อมาในปี 2532 อ.ส.ม.ท. ได้ร่วมดำเนินธุรกิจกับภาคเอกชนในการให้บริการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกเป็นครั้งแรกของประเทศไทยในนามยูบีซี (United Broadcasting Corporation : UBC) หรือทรู วิชั่นส์ (True Visions) ในปัจจุบัน

เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2547 อ.ส.ม.ท. ได้แปลงสภาพจากองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ตาม พ.ร.บ. ทุนรัฐวิสาหกิจฯ เป็นบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) หรือ บมจ. อสมท โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 3,000 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 600 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท โดยมีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นแต่เพียงผู้เดียว และ บมจ. อสมท ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 3,000 ล้านบาท เป็น 3,835 ล้านบาท โดยออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 167 ล้านหุ้น มีมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2547 จากนั้นบริษัท ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2547 และกระจายหุ้นสู่มหาชนเป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2547

การดำเนินงานที่สำคัญในรอบปี 2562

ในปี 2562 บมจ. อสมท ได้ดำเนินการตามกลยุทธ์ที่กำหนดไว้โดย บมจ. อสมท ให้มีความสำคัญกับการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน ดังนี้

- การคืนใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลช่องรายการในหมวดหมู่รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว (ช่อง MCOT Family – หมายเลข 14) ตามคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 4/2562 ลงวันที่ 11 เมษายน 2562 และประกาศสำนักงาน กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขการจ่ายค่าชดเชยอันเนื่องมาจากการคืนใบอนุญาตธุรกิจโทรทัศน์

- การปรับโครงสร้างองค์กร เพื่อให้การขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยได้เพิ่มหน่วยธุรกิจอีก 2 ส่วนที่สำคัญ คือ สำนักธุรกิจดิจิทัล เพื่อนำ Content ใน Platform เดิม มาพัฒนาสู่ Platform ใหม่ และสำนักดิจิทัลแพลตฟอร์ม ซึ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ Digital Platform ที่มีโอกาสทางธุรกิจใหม่นอกเหนือจากธุรกิจโทรทัศน์

- การลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือการพัฒนาโครงการศูนย์การเรียนรู้แห่งชาติ (National Knowledge Center: NKC) ในพื้นที่ 20 ไร่ จากทั้งหมด 50 ไร่ ของ บมจ. อสมท

- การยกระดับความน่าเชื่อถือของข่าวก่อนแชร์ให้ได้รับการรับรองเป็น Signatories Member ของเครือข่ายการตรวจสอบข้อเท็จจริงระดับนานาชาติ (International Fact Checking Network หรือ IFCN) เพื่อให้มีโอกาสได้รับการพิจารณาเป็น Official Fact Checking Partner ของ Facebook ในประเทศไทย



- จัดทำโครงการ SME D Digital Marketplace โดยเป็นความร่วมมือระหว่าง บมจ. อสมท กับ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.) ที่ส่งเสริมระบบ E-Commerce หรือดิจิทัลแพลตฟอร์มให้กับกลุ่มสตาร์ทอัพ และ SMEs โดยให้บริการด้านการตลาด ขยายช่องทางกระจายสินค้า และเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ไทย รวมถึงการผลักดัน และยกระดับคุณภาพสินค้าให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน

- จัดทำโครงการความร่วมมือด้านการสื่อสารภาพลักษณ์และพัฒนางานด้านวิจัยวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีแก่สังคมไทย โดยเป็นความร่วมมือระหว่าง บมจ. อสมท กับ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ความร่วมมือประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้

1. การส่งเสริมผลักดันผลงานด้านวิชาการ ค้นคว้าทดลอง ผลิต จากห้องทดลองวิทยาศาสตร์ของ วว. ออกสู่สังคมไทย

2. การสื่อสารความเข้าใจกับคนไทยให้เห็นความสำคัญของวิทยาศาสตร์ที่ใกล้ตัวและช่วยให้ชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น

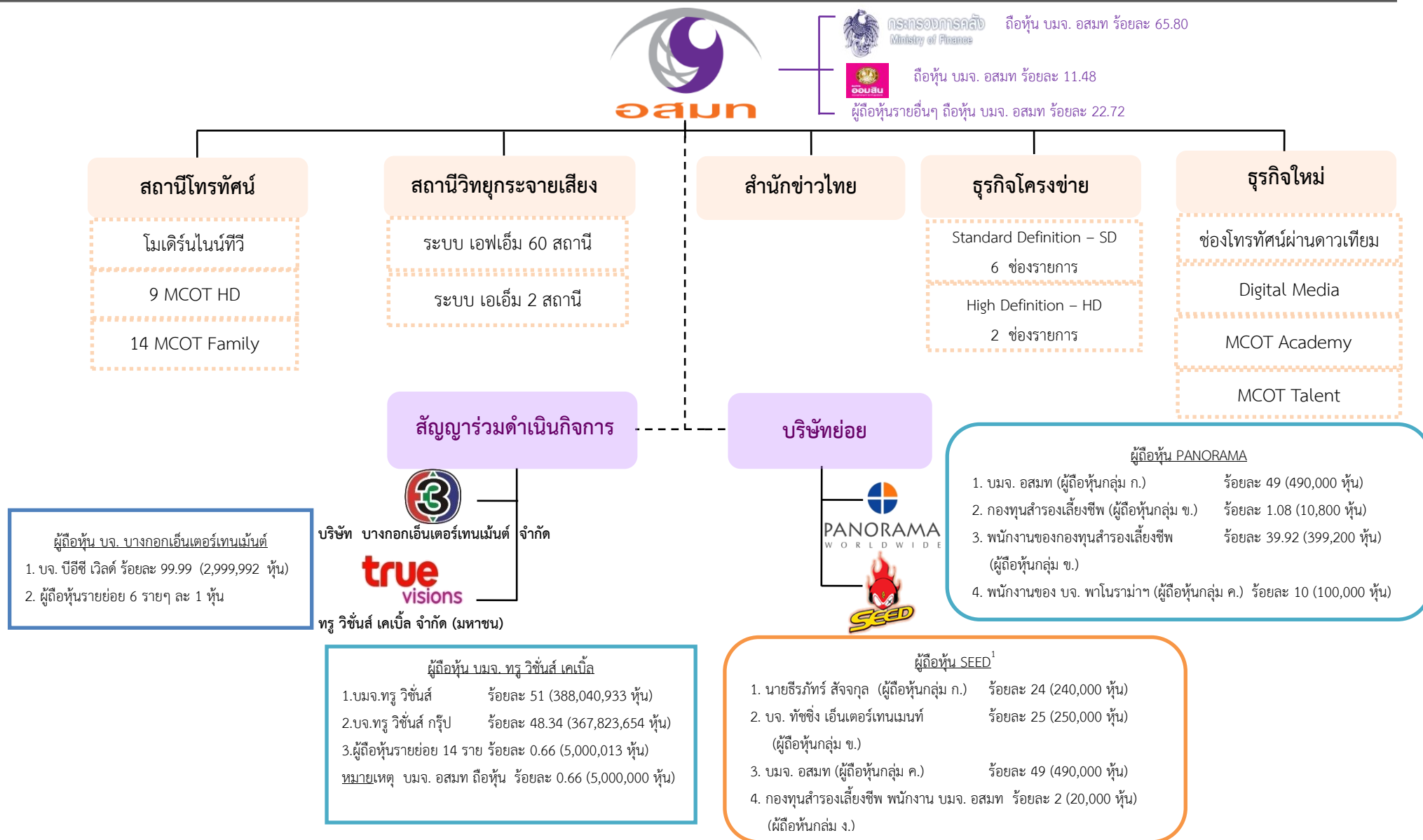
3. ส่งเสริมผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายย่อยให้สามารถผลิตสินค้าที่มีประโยชน์เต็มไปด้วนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

4. ผลักดันให้เกิดมูลค่าการขายที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานสากล

- การสิ้นสุดสัญญาร่วมดำเนินกิจการให้บริการโทรทัศน์ระบบบอร์บเป็นสมาชิก ระหว่าง บมจ. อสมท กับ บมจ. ทูริ วิชั่นส์ เคเบิล ซึ่งสิ้นสุดลงในวันที่ 31 ธันวาคม 2562

1.3 การถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

- 1) โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



หมายเหตุ : ¹ คณะกรรมการ บมจ. อสมท ในการประชุมครั้งที่ 16/2559 วันที่ 22 พฤศจิกายน 2559 มีมติเห็นชอบการเลิกกิจการ บริษัท ซีดี เอ็มคอต จำกัด



2) ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท

บมจ. อสมท เป็นผู้ประกอบกิจการด้านสื่อสารมวลชนรายใหญ่ที่ให้บริการด้านสื่อสารมวลชนผ่านสื่อต่างๆ ในหลายรูปแบบ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อดิจิทัล เป็นต้น

สถานีโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ เปลี่ยนชื่อมาจาก “สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท” ที่ดำเนินการแพร่ภาพออกอากาศด้วยระบบสี 625 เส้นในระบบแอนะล็อก ตลอด 24 ชั่วโมง จากสถานีแม่ข่ายซึ่งตั้งอยู่บริเวณสำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร ไปยังสถานีเครือข่ายในส่วนภูมิภาค 35 สถานีทั่วประเทศ โดยมีขอบเขตการให้บริการ ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศประมาณร้อยละ 87.0 และมีประชากรในเขตบริการประมาณร้อยละ 88.5 ทั้งนี้ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ระบบแอนะล็อก ได้ยุติการให้บริการตั้งแต่กลางปี 2561 ตามกำหนดระยะเวลาสิ้นสุดความถี่ของ กสทช. และตั้งแต่วันที่ 2557 บมจ. อสมท ได้ให้บริการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล จำนวน 2 ช่องรายการ ได้แก่

- ช่อง 9 MCOT HD หมายเลขช่อง 30

ช่อง 9 MCOT HD เป็นช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล (DTT) ประเภทบริการธุรกิจ หมดหมู่ออกแบบความคมชัดสูง (High Definition : HD) หมายเลข 30 โดยออกอากาศคู่ขนาน (Simulcast) กับช่องโมเดิร์นไนน์ทีวี ในระบบแอนะล็อก จนถึงกลางปี 2561 ภายใต้การแพร่สัญญาณภาพและเสียง 24 ชั่วโมง ผ่านโครงข่ายโทรทัศน์ประเภทใช้คลื่นความถี่ระบบดิจิทัลภาคพื้นดินระดับชาติ ของ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จำนวน 39 สถานีหลัก และสถานีเสริม ไม่น้อยกว่า 129 สถานี ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศไทย หรือครอบคลุมประชากรกว่า 22 ล้านครัวเรือน หรือกว่า 70.40 ล้านคน

บมจ. อสมท ได้ปรับปรุงตราสัญลักษณ์ประจำช่องรายการใหม่ (Logo Identity) พร้อมชื่อเรียกสถานีว่า “ช่อง 9 MCOT HD” และคำขวัญประจำช่องรายการ “เปิดโลกกว้าง สร้างความสุข” มาตั้งแต่ปี 2558 เพื่อปรับเปลี่ยน ไปตามสถานการณ์ทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ซึ่งมีคู่แข่งที่แย่งชิงกลุ่มผู้ชมในช่วงวัยหนุ่มสาวหรือวัยทำงานมากขึ้น และเพื่อตอบสนองกับเสียงสะท้อนจากกลุ่มผู้ซื้อสื่อโฆษณาที่มีแนวโน้มจะซื้อสื่อโฆษณาจากช่องรายการที่เน้นฐานผู้ชมในช่วงวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยยังคงใช้ตราสัญลักษณ์และคำขวัญดังกล่าวจนถึงปัจจุบัน

- ช่อง 14 MCOT Family หมายเลขช่อง 14

ช่อง 14 MCOT Family เป็นช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล (DTT) ความคมชัดปกติ (SD) หมายเลขช่อง 14 หมดหมู่ออกแบบช่องรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว โดย บมจ. อสมท กำหนดลักษณะให้เป็นช่องรายการที่ผลิตและนำเสนอรายการเชิงสร้างสรรค์ พร้อมความสนุกสนาน เน้นสาระประโยชน์ ความรู้ สร้างแรงบันดาลใจ แก่กลุ่มเด็กและเยาวชน อายุ 4-12 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก รวมถึงกลุ่มแม่บ้าน และครอบครัว อันเป็นกลุ่มเป้าหมาย ในปี 2561 ได้เน้นขยายฐานผู้ชมรายการให้กว้างมากขึ้นได้แก่ กลุ่มผู้หญิงและผู้สูงอายุ

ทั้งนี้ บมจ. อสมท ได้คืนใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ช่องรายการในหมดหมู่ออกแบบสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว (ช่อง MCOT Family - หมายเลข 14 ตามคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 4/2562 เรื่องมาตรการแก้ไขปัญหาการประกอบกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ข้อ 10 ผู้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลรายใด ประสงค์จะคืนใบอนุญาตที่ได้รับตามประกาศ ให้แจ้งเป็นหนังสือไปยังสำนักงาน กสทช. และได้ยุติการออกอากาศเมื่อวันที่ 16 กันยายน 2562



สถานีวิทยุกระจายเสียง บมจ. อสมท (MCOT Radio Network)

ดำเนินการส่งกระจายเสียงทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ด้วยระบบ เอฟเอ็ม และ เอเอ็ม จำนวน 62 สถานี โดยส่วนกลางออกอากาศจากกรุงเทพฯ จำนวน 9 สถานี ด้วยระบบ เอฟเอ็ม 7 สถานี และ เอเอ็ม 2 สถานี พื้นที่บริการครอบคลุมทั้งในกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง สำหรับในส่วนภูมิภาค ส่งกระจายเสียงด้วยระบบ เอฟเอ็ม 53 สถานี สามารถให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศได้ประมาณร้อยละ 92.4 มีประชากรในเขตพื้นที่เป้าหมายที่ให้บริการประมาณร้อยละ 93.8

สำนักข่าวไทย

เป็นศูนย์กลางในการผลิต รวบรวม จัดเก็บ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เน้นความเป็นกลาง ถูกต้อง เชื่อถือได้ และทันเหตุการณ์ โดยนำเสนอผ่านสื่อของบริษัทที่หลากหลาย ได้แก่ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ช่อง 9 MCOT HD หมายเลขช่อง 30 ช่อง MCOT Family หมายเลข 14 เครือข่ายสถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) รวมทั้งการขยายความร่วมมือด้านต่างๆ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนข่าวสารกับสำนักข่าวและสื่อสำคัญของโลก

ธุรกิจโครงข่าย

บมจ. อสมท เป็นผู้ประกอบการ 1 ใน 4 ราย ที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ และใบอนุญาตประกอบกิจการให้บริการโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ด้วยมาตรฐาน DVB-T2 (Second Generation Digital Terrestrial Television Broadcasting System) จำนวน 1 MUX โดยสามารถให้บริการช่องรายการโทรทัศน์ระดับชาติ ได้จำนวน 8 ช่องรายการ ประกอบด้วย

- ช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล แบบความคมชัดปกติ (Standard Definition-SD) จำนวน 6 ช่อง
- ช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล แบบความคมชัดสูง (High Definition-HD) จำนวน 2 ช่อง

ธุรกิจใหม่ (New Business)

- ธุรกิจช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ระบบ C-band

บมจ. อสมท บริหารจัดการช่องสัญญาณโทรทัศน์ดาวเทียมในระบบ C band โดยให้บริการเผยแพร่ภาพออกอากาศกับผู้ผลิตช่องรายการโทรทัศน์ชั้นนำ ได้แก่

- การให้บริการรับส่งช่องสัญญาณโทรทัศน์ดาวเทียมไทยคม 5 ย่าน C-band บมจ. อสมท ได้นำช่องสัญญาณโทรทัศน์ดาวเทียมไทยคม 5 ระบบ C-band แบบ Global Beam ที่เหลือจากการแพร่ภาพออกอากาศของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ มาให้บริการรับส่งช่องสัญญาณโทรทัศน์ดาวเทียมกับผู้ประกอบการช่องรายการโทรทัศน์ดาวเทียม โดยเป็นการออกอากาศแบบ Free To Air มีรัศมีของสัญญาณดาวเทียมครอบคลุมกว่า 120 ประเทศทั่วโลก โดยมีพื้นที่ให้บริการครอบคลุม 4 ทวีป ได้แก่ ทวีปเอเชีย ทวีปยุโรป ทวีปออสเตรเลีย และทวีปแอฟริกา (ยกเว้นทวีปอเมริกา)



- **ธุรกิจ Digital Media**

สื่อดิจิทัลของ บมจ. อสมท เป็นช่องทางในการรับชมรายการต่างๆ ทั้งแบบออกอากาศสด และเลือก รับชม รับฟัง รายการย้อนหลังได้ตามความต้องการ (On-Demand) ของทางช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30 ช่อง MCOT Family หมายเลข 14 และสถานีวิทยุ MCOT RADIO Network ของ บมจ. อสมท ผ่านอินเทอร์เน็ต อีกทั้ง เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของ บมจ. อสมท และองค์กรร่วมธุรกิจ และการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาด บนสื่อออนไลน์ โดยมีการพัฒนาปรับปรุงเพื่อขยายฐานผู้ชมจากสื่อดั้งเดิมไปสู่สื่อดิจิทัล พร้อมทั้งใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่างๆ

- **MCOT Academy และ MCOT Talent**

บมจ. อสมท ได้จัดตั้งหน่วยงาน MCOT Academy เพื่อเป็นสถาบันวิชาการและฝึกอบรม ด้านสื่อสารมวลชนที่มีภารกิจหลักในการดำเนินการจัดฝึกอบรมวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน เพื่อเตรียมความพร้อมและพัฒนาความรู้ ทักษะทางวิชาชีพ ให้แก่นิสิต นักศึกษา ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนและผู้สนใจทั่วไป ให้มีคุณภาพ และมาตรฐาน ที่เหมาะสมในการประกอบวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน หรือด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และนำไปสู่การเป็น ผู้นำธุรกิจสื่อสารมวลชนในภูมิภาคอาเซียน

นอกจากนี้ บมจ. อสมท ยังได้จัดให้มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ดูแลบริหารจัดการศิลปิน ตลอดจนดูแล ภาพลักษณ์เพื่อสร้างโอกาสให้ศิลปินในสังกัดได้มีผลงานด้านเพลง ผลงานด้านละคร ต่อยอดงานในวงการบันเทิง ที่เพิ่ม มากขึ้นในยุคโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีการแข่งขันกันสูง อาทิ การเป็นพิธีกร ผู้ประกาศข่าว ศิลปิน นักแสดง รวมถึงโอกาสใน การเป็นพรีเซ็นเตอร์สินค้า และการทำงานในสาขาต่างๆ ของวงการบันเทิง

โดยกลุ่มศิลปินในสังกัด บมจ. อสมท จะอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของส่วนบริหารศิลปิน ฝ่ายผลิต รายการ สำนักโทรทัศน์ เพื่อทำหน้าที่บริหารการจัดหางานในวงการบันเทิง ตลอดจนสร้างผลงานให้ศิลปินในสังกัดเป็น ที่รู้จัก และสามารถทำงานในวงการบันเทิงได้ตรงตามความต้องการของผู้ว่าจ้าง ผู้จัด ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้าง รายได้ให้แก่ บมจ. อสมท

บริษัทย่อยและบริษัทร่วมดำเนินการ

- **บริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด** จัดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2546 โดย บมจ. อสมท ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 49 เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตรายการและสารคดีโทรทัศน์ให้กับ บมจ. อสมท และ สถานีโทรทัศน์ ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการผลิตวิดีโอและสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

- **บริษัท ซีดีเอ็มคอต จำกัด** จัดตั้งเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2552 โดย บมจ. อสมท ถือหุ้นใน สัดส่วนร้อยละ 49 เพื่อประกอบกิจการด้านบันเทิงทุกประเภท เช่น ผลิตรายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพลง และผลิตภัณฑ์ดิจิทัลอื่นๆ พัฒนาสินค้าและจำหน่ายสินค้าพรีเมียม การจัดคอนเสิร์ต ละครเวที และแฟชั่นโชว์ อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการ บมจ. อสมท ในการประชุมครั้งที่ 16/2559 วันที่ 22 พฤศจิกายน 2559 มีมติเห็นชอบ การเลิกกิจการบริษัท ซีดีเอ็มคอต จำกัด เนื่องจากภาวะการขาดทุนต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2557

- **บริษัทร่วมดำเนินการ** บมจ. อสมท ได้ร่วมดำเนินการกับผู้ประกอบการเอกชนตามสัญญาร่วม ดำเนินกิจการ โดยบริษัทฯ รับรู้รายได้ในรูปของค่าตอบแทนตามสัญญาร่วมดำเนินการจาก 2 กิจการหลักที่สำคัญ คือ



- บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ในการดำเนินกิจการสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. รวมทั้งให้เช่าเวลาจัดรายการและโฆษณาทางสถานีวิทยุ เอฟเอ็ม 105.5 เมกะเฮิรตซ์ ซึ่งจะครบกำหนดสัญญาในวันที่ 31 มีนาคม 2563

- บริษัท ทูริซันส์ เคเบิล จำกัด (มหาชน) ให้บริการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกทางสายเคเบิล ซึ่งครบกำหนดสัญญาในวันที่ 31 ธันวาคม 2562

3) โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัท สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ รายได้จากบริการทางโทรทัศน์ รายได้จากบริการทางวิทยุ รายได้จากการร่วมดำเนินการ และรายได้อื่น โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเภทของรายได้	1 ม.ค. - 31 ธ.ค. 2562		1 ม.ค. - 31 ธ.ค. 2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ(%)
1.รายได้จากบริการทางโทรทัศน์	1,119.97	37.97	1,294.54	50.53
2.กำไรจากการกลับรายการผลขาดทุนจากการด้อยค่า	596.41	20.22	-	-
3.รายได้จากบริการทางวิทยุ	703.51	23.35	741.30	28.94
4.รายได้จากการร่วมดำเนินการ				
4.1 ส่วนแบ่งรายได้ตามสัญญาร่วมดำเนินการ	279.15	9.46	267.62	10.45
4.2 รายได้จากสินทรัพย์รับโอนดัดบัญชี	126.45	4.29	133.47	5.21
รวมรายได้จากการร่วมดำเนินการ	405.60	13.75	401.09	15.66
5.รายได้ผลประโยชน์พิเศษนอกเหนือสัญญา	46.63	1.58	46.63	1.82
6.รายได้อื่น				
6.1 ดอกเบี้ยรับ	10.91	0.37	13.71	0.53
6.2 รายได้ค่าเช่า	1.36	0.05	1.71	0.06
6.3 รายได้เงินปันผลรับ	0.06	0.002	0.06	0.002
6.4 รายได้อื่นๆ	65.4	2.21	62.90	2.46
รวมรายได้อื่น	77.54	2.63	78.38	3.05
รวมรายได้ทั้งหมด	2,949.66	100	2,561.94	100.00

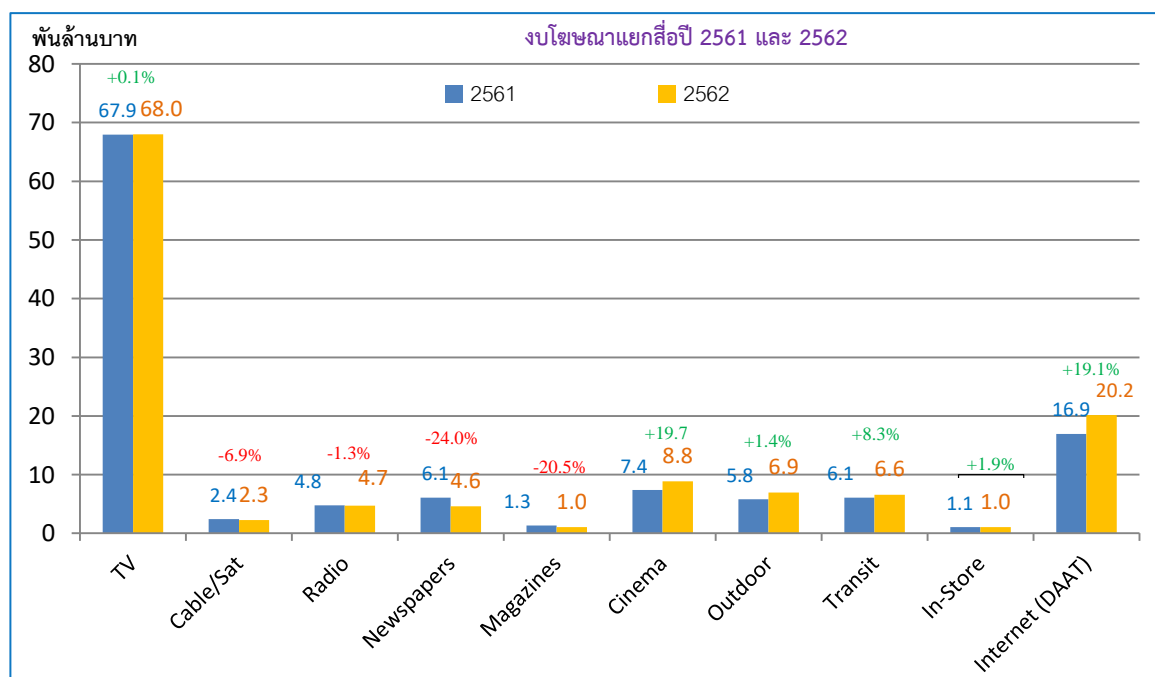
1.4 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บมจ. อสมท มีเป้าหมายที่จะพัฒนาองค์กรให้เป็นสื่อกลางเพื่อสร้างให้เกิดความรู้ ความเข้าใจของประชาชนไทย ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ รวมทั้งทำการสื่อสารกับประชาคมโลกผ่านสื่อที่หลากหลาย ในขณะเดียวกัน สามารถแข่งขันและดำรงอยู่ได้ในเชิงธุรกิจ เนื่องจากบริษัทมียุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อแข่งขันกับผู้ประกอบธุรกิจอื่นๆ ในด้านสื่อสารมวลชนประเภทเดียวกัน รวมถึงมีเป้าหมายในการสร้างรายได้จากธุรกิจใหม่ เพื่อเสริมสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับบริษัท



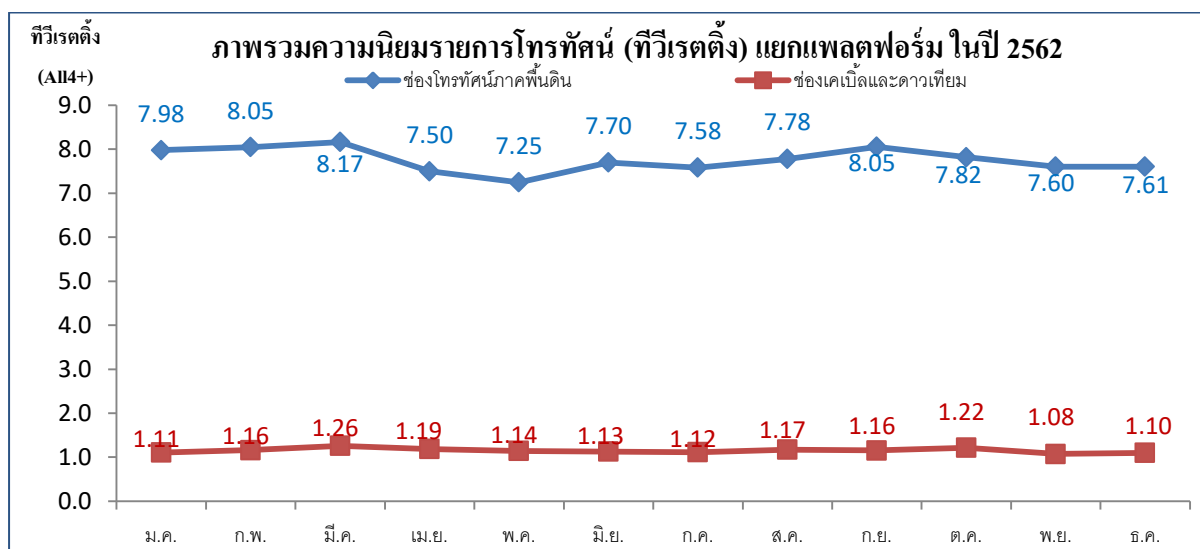
1.5 ภาพรวมของอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในประเทศไทย

ภาพรวมเม็ดเงินโฆษณา ปี 2562 มีมูลค่ารวม 124,267 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 เมื่อเทียบกับมูลค่า 120,885 ล้านบาท ในปี 2561 โดยสื่อสิ่งพิมพ์ยังคงเป็นสื่อที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ เติบโตลดลงร้อยละ 24.0 สื่อนิตยสาร เติบโตลดลงร้อยละ 20.5 ขณะที่สื่อเคเบิลและดาวเทียม เติบโตลดลงร้อยละ 6.9 และสื่อวิทยุ เติบโตลดลงร้อยละ 1.3 ในขณะที่สื่อที่มีการเติบโตสูงขึ้น ได้แก่ สื่อในโรงภาพยนตร์เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.7 สื่ออินเทอร์เน็ต เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.1 (ข้อมูล DAAT) สื่อเคลื่อนที่ เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.3 สื่อโฆษณาในห้างสรรพสินค้า เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.9 สื่อกลางแจ้ง เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4 และ สื่อโทรทัศน์ เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1 ทั้งนี้กลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้เม็ดเงินโฆษณาสูงสุด 3 อันดับแรก ในปี 2019 คือกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage) มูลค่า 18,335 ล้านบาท รองลงมาคือกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลและเครื่องสำอาง (Personal Care & Cosmetic) มูลค่า 14,443 ล้านบาท และลำดับที่ 3 คือกลุ่ม Media & Marketing มูลค่า 13,505 ล้านบาท โดยทั้ง 3 กลุ่มอุตสาหกรรมมีการใช้เม็ดเงินโฆษณาเพิ่มขึ้นจากปี 2018 โดยเฉพาะกลุ่ม Media & Marketing ที่เติบโตถึง 31% จาก Direct sales

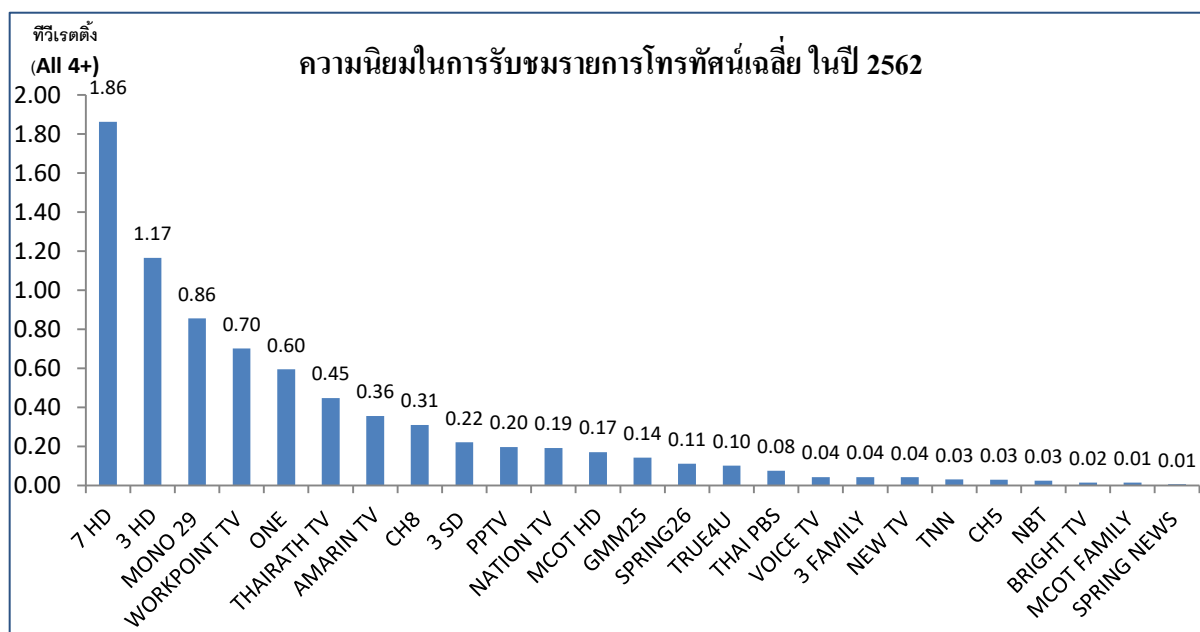


ที่มา : บริษัท นิลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด และ สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) (DAAT)

ในปี 2562 ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมสื่อได้รับผลกระทบจาก Digital Disruption ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการที่ผู้ประกอบการใช้จ่ายในสื่อลง จากการที่ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย เพราะภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ผู้ประกอบการกิจสื่อดั้งเดิม เช่น นิตยสาร และสื่อหนังสือพิมพ์ ได้รับความนิยมลดลง จนทำให้ผู้ประกอบการหลายรายต้องยุติการดำเนินการ ซึ่งเป็นแนวโน้มที่ยังต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ส่วนผู้ประกอบการที่เหลือ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ต้องแข่งขันกันโดยการปรับลดราคาและจัดโปรโมชั่นมากขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคชมสื่อโทรทัศน์ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงลดระยะเวลาการรับชมโทรทัศน์เฉลี่ย จากเดิม 4-5 ชั่วโมงต่อวัน เป็น 2 ชั่วโมงต่อวัน แต่ใช้เวลากับการใช้อินเทอร์เน็ตต่อเนื่องมากขึ้น เป็นเฉลี่ยวันละ 7 ชั่วโมง อย่างไรก็ตาม สื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนโฆษณาสูงที่สุดตามด้วยสื่ออินเทอร์เน็ต



ที่มา : บริษัท นิลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด



ที่มา : บริษัท นิลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด

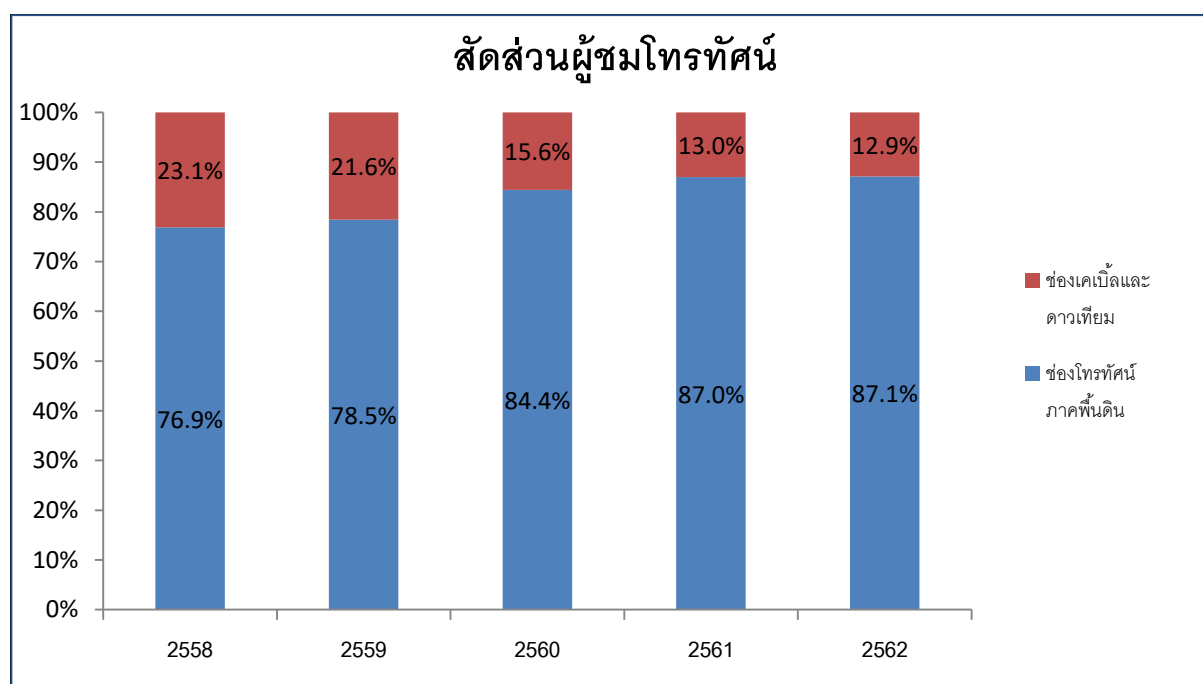
สำหรับอุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2563 คาดว่าเม็ดเงินโฆษณาจะไม่มีเติบโต จากปัจจัยลบด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อการเติบโตของเศรษฐกิจไทย โดยการคาดการณ์ว่า GDP ภาพรวมปี 2563 จะขยายตัวในช่วงประมาณร้อยละ 1.5 - 2 เนื่องจากการส่งออกและการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากการแข็งค่าของเงินบาท สงครามการค้าระหว่างจีนและสหรัฐอเมริกา ความล่าช้าของงบประมาณรายจ่ายปี 2563 ภัยแล้ง และสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19



ทั้งนี้ โทรทัศน์ดิจิทัล ยังคงมีแนวโน้มที่จะหดตัวและถึงแม้จะมีผู้ประกอบการลดลงจากการคืนใบอนุญาตประกอบกิจการฯ ไปแล้วถึง 7 ช่อง แต่เม็ดเงินโฆษณาที่เคยใช้ผ่านช่องดังกล่าว ถูกนำไปใช้ในสื่ออื่นๆ หรือนำไปจัดกิจกรรมโปรโมชั่นโดยตรงแทน เนื่องจากคนรุ่นใหม่ใช้เวลาบริโภคสื่อออนไลน์เป็นหลัก

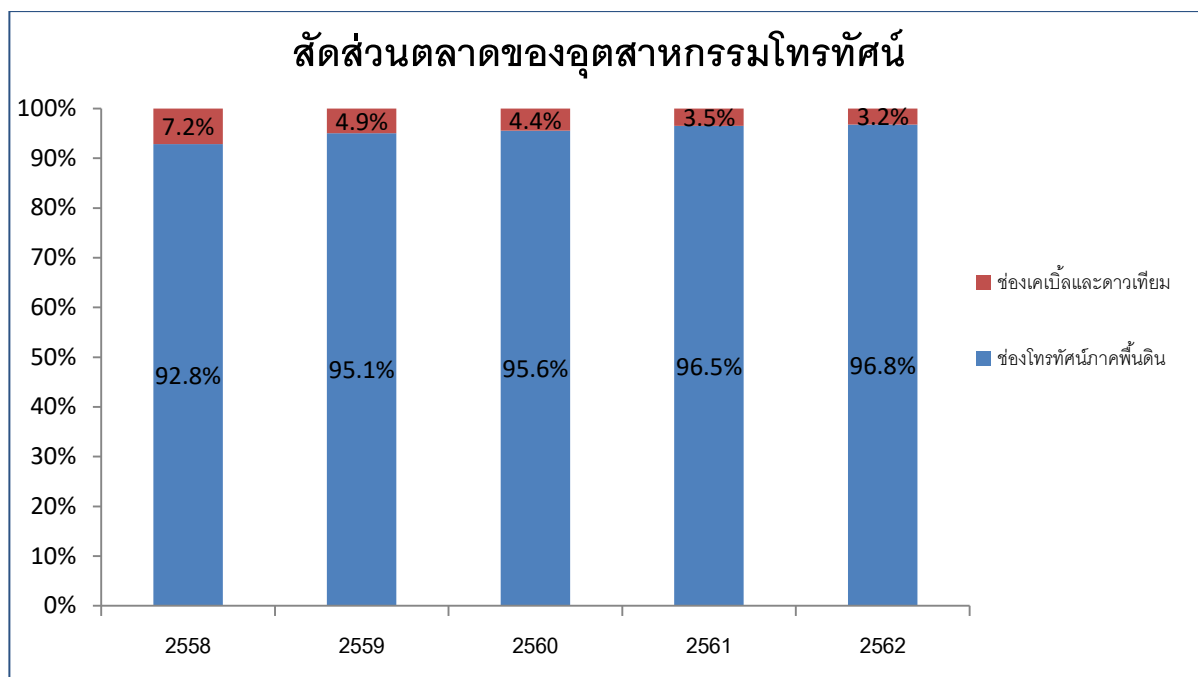
3. ภาพการแข่งขันของธุรกิจโทรทัศน์

ภาพการแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัล ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการหลายรายประสบปัญหาการดำเนินงาน ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้เปิดให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลที่ไม่ต้องการดำเนินธุรกิจต่อ สามารถคืนใบอนุญาตได้ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 7 ช่อง ที่คืนใบอนุญาต ได้แก่ ช่องสปริง 26 ช่องสปริงนิวส์ ช่องโปรทีวี ช่องวอยซ์ทีวี ช่อง MCOT Family ช่อง 3 Family และช่อง 3 SD ทำให้เหลือสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน จำนวน 17 สถานี อย่างไรก็ตาม สัดส่วนผู้ชมช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ตั้งแต่ปี 2558-2562 เพิ่มจากร้อยละ 76.9 ในปี 2558 เป็นร้อยละ 87.1 ในปี 2562 ขณะที่สัดส่วนผู้ชมช่องเคเบิลและดาวเทียมยังคงลดลงอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 23.1 ในปี 2558 เหลือ ร้อยละ 12.9 ในปี 2562



ที่มา : บริษัท นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด

ในส่วนของผู้ชมตลาดของอุตสาหกรรมโทรทัศน์พบว่า สัดส่วนตลาดของช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดินเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแม้ว่าจะมีการยุติการออกอากาศช่องโทรทัศน์ดิจิทัล จำนวน 7 ช่อง โดยสัดส่วนตลาดของช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดิน เพิ่มจากร้อยละ 92.8 ในปี 2558 เป็นร้อยละ 96.8 ในปี 2562 และทำให้สัดส่วนตลาดของช่องโทรทัศน์เคเบิลและดาวเทียมมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 7.2 ในปี 2558 เหลือเพียงร้อยละ 3.2 ในปี 2562



ที่มา : บริษัท นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

การประกอบธุรกิจของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ ธุรกิจที่ดำเนินการเอง ได้แก่ ธุรกิจสถานีโทรทัศน์ ธุรกิจสถานีวิทยุกระจายเสียง ธุรกิจสื่อใหม่ ธุรกิจการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล รวมทั้งหน่วยงานที่ให้บริการด้านข่าว และธุรกิจที่ร่วมดำเนินกิจการกับเอกชน ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. และกิจการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก โดยมีรายได้เป็นค่าตอบแทนตามสัญญาาร่วมดำเนินกิจการ

2.1 ธุรกิจที่ดำเนินการเอง

2.1.1 ธุรกิจสถานีโทรทัศน์

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การให้บริการโทรทัศน์ในประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ช่วงของการเปลี่ยนแปลงระบบการส่งสัญญาณออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินจากระบบแอนะล็อกเป็นระบบดิจิทัล เมื่อคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้ประกาศใช้แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 - 2559) โดยกำหนดให้มีช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลทั้งหมด 48 ช่อง แบ่งเป็นช่องรายการบริการชุมชน 12 ช่อง (แต่ละเขตบริการ) ช่องรายการบริการสาธารณะ 12 ช่อง (ระดับชาติ) โดยช่องรายการทั้ง 2 ประเภทจะเป็นการออกใบอนุญาตแบบใช้วิธีการคัดเลือก (Beauty Contest) และช่องรายการบริการทางธุรกิจ 24 ช่อง (ระดับชาติ) ซึ่งเป็นการออกใบอนุญาตแบบใช้วิธีประมูล ทั้งนี้ ได้มีการแบ่งช่องรายการบริการทางธุรกิจออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ช่องรายการเด็ก เยาวชน และครอบครัว แบบความคมชัดปกติ (Standard Definition : SD) 3 ช่อง ช่องรายการข่าวสารและสาระ แบบความคมชัดปกติ (Standard Definition : SD) 7 ช่อง ช่องรายการทั่วไปแบบความคมชัดปกติ (Standard Definition : SD) 7 ช่อง และช่องรายการทั่วไปแบบความคมชัดสูง (High Definition : HD) 7 ช่อง โดยผู้ที่ยื่นขอใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ต้องเป็นรัฐวิสาหกิจหรือบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ ตามมาตรา 13(2) แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

บมจ. อสมท ซึ่งเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ ได้เข้าร่วมการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อประกอบธุรกิจโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ เมื่อวันที่ 26-27 ธันวาคม 2556 เพื่อนำมาใช้ในการประกอบธุรกิจตามวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร โดยคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) ในการประชุมครั้งที่ 1/2557 เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2557 ได้มีมติรับรองผลการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ และประกาศให้ บมจ. อสมท เป็นผู้ชนะการประมูลและมีหนังสือเลขที่ สทช 4006/935 ลงวันที่ 10 มกราคม 2557 แจ้งผลการรับรองว่า บมจ. อสมท เป็นผู้ชนะการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ จำนวน 2 ใบอนุญาต ดังนี้

- หมวดยุทธศาสตร์ทั่วไป แบบความคมชัดสูง เป็นเงิน 3,340 ล้านบาท
- หมวดยุทธศาสตร์เด็ก เยาวชน และครอบครัว แบบความคมชัดปกติ เป็นเงิน 660 ล้านบาท



โดยเงินลงทุนที่ใช้ในการประมูลฯ เป็นเงินสดของกิจการ และผ่านความเห็นชอบของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และคณะรัฐมนตรีแล้ว รวมทั้งที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ปี 2557 ได้ให้สัตยาบันการประมูลและการได้มาซึ่งใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ เพื่อให้บริการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ หมดหน้ทั่วไป แบบความคมชัดสูง และหมดหน้เด็ก เยาวชน และครอบครัว แบบความคมชัดปกติ รวมถึงการปฏิบัติตามเงื่อนไขก่อนรับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ดังกล่าว และการดำเนินการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของบริษัท รวมทั้งการลงทุน เพื่อจัดหาและปรับปรุงเครื่องมืออุปกรณ์ สำหรับการผลิตรายการและให้บริการโทรทัศน์ตามใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ดังกล่าว ทั้งนี้ ใบอนุญาตฯ มีอายุรวม 15 ปี เริ่มวันที่ 25 เมษายน 2557 สิ้นสุดวันที่ 24 เมษายน 2572 และบริษัทได้เริ่มให้บริการภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่รับใบอนุญาต ตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555

1) สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 MCOT HD หมายเลขช่อง 30

สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ในระบบแอนะล็อก ซึ่งแพร่ภาพออกอากาศคู่ขนาน (Simulcast) ไปกับช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ได้ยุติการออกอากาศแล้วเมื่อกลางปี 2561 ในขณะที่ช่อง 9 MCOT HD เป็นช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล (DTT) ความคมชัดสูง (HD) หมายเลขช่อง 30 หมดหน้ช่องรายการทั่วไป ซึ่งเป็นธุรกิจหลักที่สำคัญในการดำเนินงานด้านการผลิตรายการ ออกอากาศ และควบคุมการออกอากาศ โดยจะดำเนินการแพร่ภาพออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินประเภทใช้คลื่นความถี่ระบบดิจิทัลระดับชาติ จำนวน 39 สถานีหลัก และสถานีเสริม อีกไม่น้อยกว่า 129 สถานี ครอบคลุมพื้นที่ประเทศไทยทั่วประเทศ หรือครอบคลุมประชากรกว่า 22 ล้านครัวเรือน หรือกว่า 70.40 ล้านคน ตามแผนการจัดตั้งโครงข่ายของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ซึ่งแบ่งการดำเนินการเป็น 4 ระยะ เพื่อให้สามารถให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศประมาณร้อยละ 95 และครอบคลุมประชากร จำนวนประมาณ 21 ล้านครัวเรือน ภายใน 4 ปี (2557-2560)

บมจ. อสมท ยังคงมุ่งเน้นทิศทางการนำเสนอรายการของช่อง 9 MCOT HD โดยดำเนินการปรับกลยุทธ์ในการจัดวางรายการให้ออกอากาศตามความเหมาะสมของผู้ชมในแต่ละช่วงเวลา มีการวางแผนรายการให้เหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนมากขึ้น เพื่อให้สามารถแข่งขันทางธุรกิจในตลาดสื่อและเป็นไปตามข้อกำหนดของประกาศ กสทช. รวมทั้งมุ่งเน้นให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของสื่อดิจิทัลอื่นๆ ที่เพิ่มช่องทางการรับชมให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น

2) ช่อง MCOT Family หมายเลขช่อง 14

ช่อง MCOT Family เป็นช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล (DTT) ความคมชัดปกติ (SD) หมายเลขช่อง 14 หมดหน้ช่องรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว โดย บมจ. อสมท กำหนดลักษณะให้เป็นช่องรายการที่ผลิตและนำเสนอรายการเชิงสร้างสรรค์ พร้อมความสนุกสนาน เน้นสาระประโยชน์ ความรู้ สร้างแรงบันดาลใจแก่กลุ่มเด็กและเยาวชน อายุ 4-12 ปี ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก รวมถึงกลุ่มแม่บ้านและครอบครัว และผู้สูงอายุซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายรอง

ทั้งนี้ บมจ. อสมท ได้ยุติการออกอากาศช่อง MCOT Family หมายเลข 14 เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2562 ภายหลังจากที่ได้คืนใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลช่องรายการในหมดหน้รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว (ช่อง MCOT Family - หมายเลข 14)



ต่อสำนักงาน กสทช. ตามคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 4/2562 เรื่องมาตรการแก้ไขปัญหาการประกอบกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ข้อ 10 ผู้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล รายใดประสงค์จะคืนใบอนุญาตที่ได้รับตามประกาศ ให้แจ้งเป็นหนังสือไปยังสำนักงาน กสทช.

2. โครงสร้างรายการของสถานีโทรทัศน์

1) สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ และช่อง 9 MCOT HD หมายเลขช่อง 30

บมจ. อสมท ให้ความสำคัญกับการกำหนดผังรายการและรูปแบบรายการตามนโยบายด้านธุรกิจ และสัดส่วนเนื้อหาของสถานี รวมถึงวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งได้มีการจัดวางรายการให้ออกอากาศตามความเหมาะสมของผู้ชมในแต่ละช่วงเวลา และให้กลุ่มผู้ชมหลักของแต่ละรายการเป็นไปตามลักษณะเฉพาะของแต่ละรายการโทรทัศน์ และนำเสนอรายการบันเทิงบนสาระ (Edutainment) โดยเพิ่มสัดส่วนรายการที่ บมจ. อสมท ดำเนินการผลิตเอง หรือจ้างบริษัทที่มีความชำนาญในการผลิตรายการเฉพาะทาง มาดำเนินการผลิตมากขึ้น เพื่อควบคุมการผลิตหรือได้สิทธิ์การขายโฆษณาในรายการโดยสมบูรณ์ ทั้งในส่วนที่เป็นพื้นที่โฆษณาปกติ (SPOT) และการโฆษณาในเนื้อหารายการ (Tie-In) อีกทั้งยังได้สิทธิ์อย่างสมบูรณ์ในการเป็นเจ้าของเนื้อหาและรูปแบบรายการ สำหรับการต่อยอดธุรกิจในยุคดิจิทัล เช่น การเผยแพร่บนช่องทางดิจิทัลอื่นๆ ได้แก่ Streaming, Line TV รวมถึงการขายรายการสำเร็จรูป (Finished Program) ของ บมจ. อสมท ไปยังตลาดรายการต่างประเทศ ภายใต้การบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

โดยในปี 2562 มีการปรับผังรายการภายใต้แนวคิด The Difference โดยกำหนดกลยุทธ์หลัก

3 ประการ คือ

1. กลยุทธ์ความสอดคล้องของผังรายการ โดยจัดวางรายการให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้ชม และให้มีความต่อเนื่อง
2. กลยุทธ์ความคุ้มค่าของรายการ โดยมุ่งเน้นการบริหารลิขสิทธิ์รายการอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและครอบคลุมทุกสื่อ
3. กลยุทธ์การสื่อสารตรง โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน และกำหนดรายการที่ต้องสื่อสารเพื่อให้สะดวกต่อการรับรู้

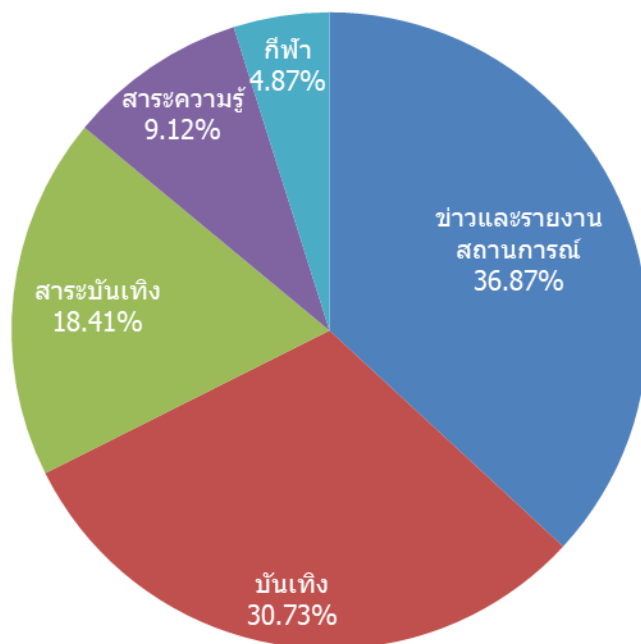
นอกจากนี้ บมจ. อสมท เพิ่มรูปแบบการผลิตรายการประเภทข่าวและรายงานสถานการณ์ จาก ร้อยละ 32.03 ในปี 2562 เป็น ร้อยละ 36.87 รายการประเภทบันเทิงยังคงนำเสนอละครจากประเทศจีนเป็นส่วนใหญ่อย่างต่อเนื่อง ทั้งในแบบพีเรียดกำลังภายในและโมเดิร์นดราม่า รายการประเภทกีฬา มีการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ ครั้งที่ 30 ทำให้สัดส่วนรายการประเภทกีฬาเพิ่มขึ้นเล็กน้อย จากเดิมร้อยละ 3.69 เป็น ร้อยละ 4.87

ค่าเฉลี่ยสัดส่วนการออกอากาศตามประเภทรายการ

■ ข่าวและรายงานสถานการณ์	ร้อยละ 36.87
■ บันเทิง	ร้อยละ 30.73
■ สาระบันเทิง	ร้อยละ 18.41
■ สาระความรู้	ร้อยละ 9.12
■ กีฬา	ร้อยละ 4.87



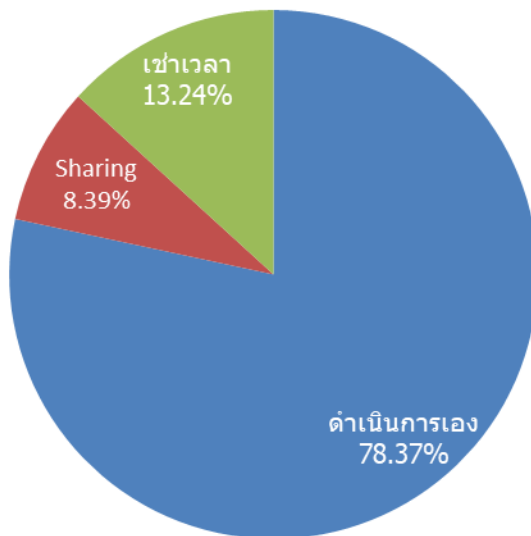
ค่าเฉลี่ยสัดส่วนการออกอากาศตามประเภทรายการ



ปี 2562 รายการที่ บมจ. อสมท ดำเนินการเอง ลดลงจากปี 2561 จาก ร้อยละ 82.02 เป็น ร้อยละ 78.36 และรายการที่ร่วมผลิตจากเดิม ร้อยละ 10.42 เป็น ร้อยละ 8.39 เนื่องจากมีสัดส่วนการเช่าเวลาเพิ่มขึ้น จากเดิม ร้อยละ 7.50 เป็น ร้อยละ 13.24

ค่าเฉลี่ยสัดส่วนการออกอากาศตามรูปแบบการผลิต

■ ดำเนินการเอง	ร้อยละ	78.36
■ ร่วมผลิต (Sharing)	ร้อยละ	8.39
■ เช่าเวลา	ร้อยละ	13.24

**ค่าเฉลี่ยสัดส่วนการออกอากาศตามรูปแบบการผลิต****2) ช่อง MCOT Family หมายเลขช่อง 14**

นำเสนอรายการเพื่อเด็ก เยาวชน และครอบครัว โดยรายการที่นำเสนอในผังรายการของช่อง MCOT FAMILY ของปี 2562 เป็นรายการที่เหมาะสมสำหรับครอบครัว ซึ่งในปี 2562 เน้นขยายฐานผู้ชมรายการให้ครอบคลุมกลุ่มผู้หึ่ง แม่บ้าน และผู้สูงวัยมากขึ้นจากปี 2561 ที่เน้นรายการซึ่งเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้ชมรายการที่เป็นเด็ก และเยาวชน

ในปี 2562 บมจ. อสมท ได้กำหนดผังรายการ ช่อง MCOT FAMILY ให้เป็นช่องรายการที่ทุกคนในครอบครัวสามารถเปิดช่องนี้ไว้ได้ตลอดทั้งวัน ซึ่งประกอบไปด้วยรายการประเภทการ์ตูน ข่าวสารสาระและรายการประชาสัมพันธ์สินค้าที่หลากหลาย ให้ผู้ชมมีช่องทางเลือกและสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านข้อมูลจากหน้าจอได้ทันที

การแบ่งช่วงเวลาของผู้ชมรายการ เพื่อให้เหมาะสมและชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนี้

ช่วงเช้า 06.00-08.00 น. และเย็น 16.30-18.00 น. เป็นประเภทรายการสำหรับเด็ก

ช่วงสาย - บ่าย เวลา 08.00-17.00 น. เป็นรายการสำหรับผู้ชมที่เป็นผู้หึ่ง แม่บ้าน รายการเพื่อสุขภาพ และรายการแนะนำสินค้า

ช่วงค่ำ เวลา 20.00-20.15 นำเสนอข่าวพระราชสำนัก

ช่วงเวลา เวลา 20.15-21.00 น. นำเสนอรายการที่สามารถรับชมพร้อมกันได้ทั้งครอบครัว เช่น ภาพยนตร์ซีรีส์ต่างประเทศ (Series)

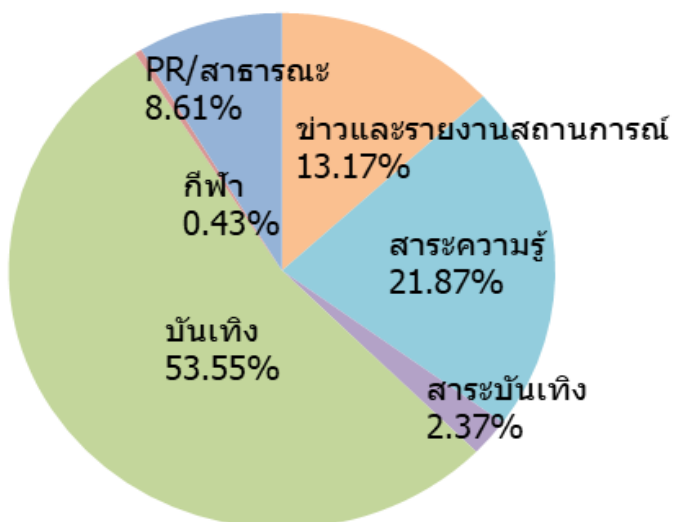


ทั้งนี้ ในปี 2562 ช่อง MCOT FAMILY มีภาพรวมสัดส่วนรายการ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยสัดส่วนการออกอากาศตามประเภทรายการ

■ บ้านเทิง	ร้อยละ 53.55
■ สารความรู้	ร้อยละ 21.87
■ ข่าวและรายงานสถานการณ์	ร้อยละ 13.17
■ ส่งเสริมรายการ/สาธารณะ	ร้อยละ 8.61
■ สารบันเทิง	ร้อยละ 2.37
■ กีฬา	ร้อยละ 0.43

สัดส่วนประเภทรายการ ช่อง MCOT FAMILY ปี 2562

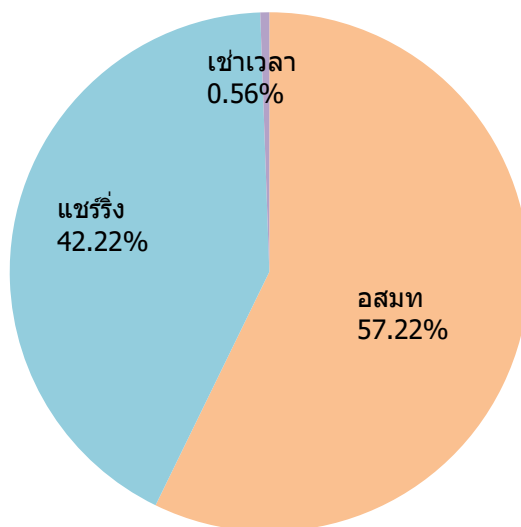


ค่าเฉลี่ยสัดส่วนการออกอากาศตามรูปแบบการผลิต

■ ดำเนินการเอง	ร้อยละ 57.22
■ เช่าเวลา	ร้อยละ 0.56
■ ร่วมผลิต (Sharing)	ร้อยละ 42.22

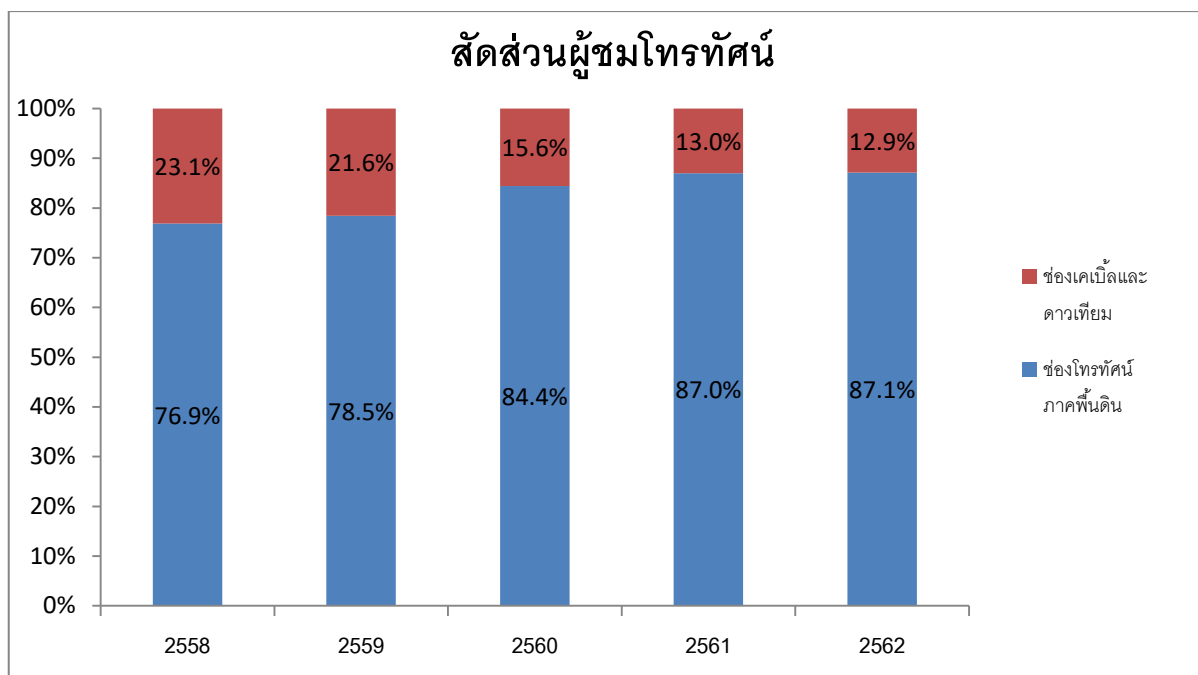


สัดส่วนลักษณะการผลิต ช่อง MCOT FAMILY ปี 2562



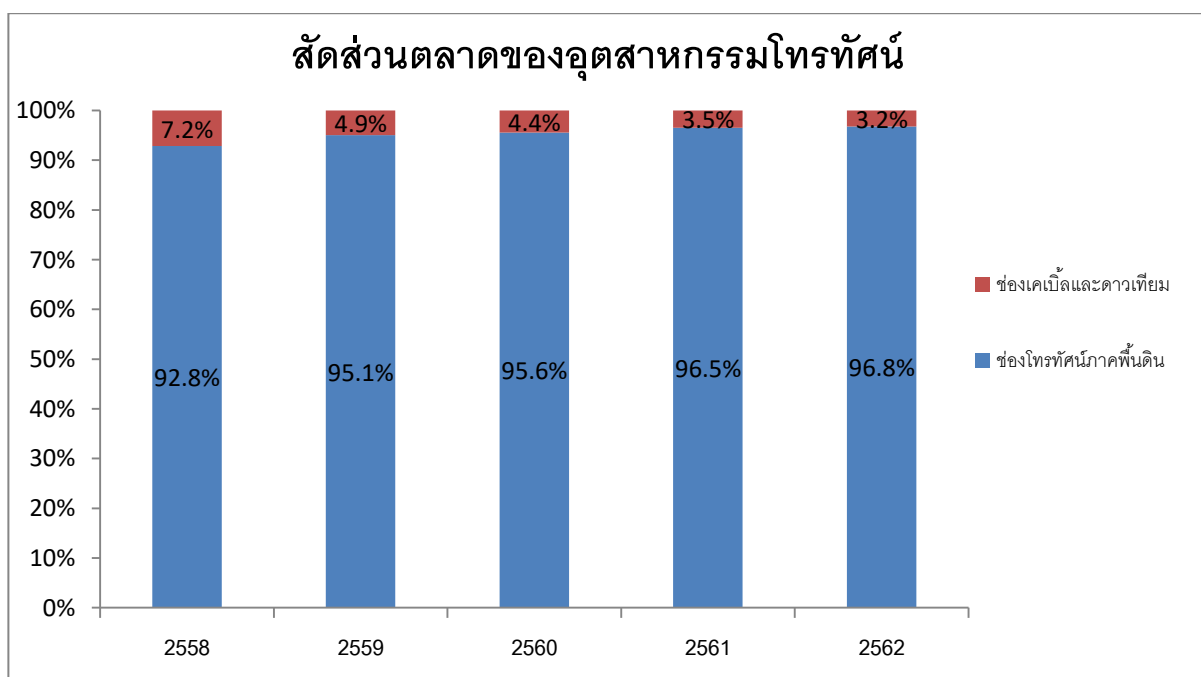
3. ภาวะการแข่งขันของธุรกิจโทรทัศน์

ในปี 2562 ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัล ส่งผลให้มีการคืนช่องรายการโทรทัศน์ดิจิทัล จำนวน 7 ช่อง รวมถึงช่อง MCOT Family ในขณะที่ผู้ประกอบการบางรายปรับลดจำนวนพนักงานเพื่อลดค่าใช้จ่าย แต่ยังมีผู้ประกอบการบางรายดำเนินการเพิ่มทุนเพื่อให้อุตสาหกรรมสามารถแข่งขันต่อไปได้ รวมถึงยังคงใช้งบลงทุนจำนวนมากสำหรับการผลิตและซื้อลิขสิทธิ์รายการ พร้อมกับการทำการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความจดจำและดึงดูดผู้ชมให้เข้ามารับชม โดยคาดหวังให้สถานีโทรทัศน์ของตนติดอยู่ใน 10 อันดับแรก ซึ่งจะทำให้สามารถเข้าประมูลงานที่ใช้งบประมาณของภาครัฐได้ แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องแข่งขันกับธุรกิจการออกอากาศรายการทาง platform อื่นๆ ซึ่งเป็นรายการ content ที่ไม่ได้ออกอากาศทางโทรทัศน์ เช่น Line TV, YouTube, Netflix เป็นต้น ทั้งนี้ สัดส่วนผู้ชมช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดินเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2558-2562 เพิ่มจากร้อยละ 76.9 ในปี 2558 เป็นร้อยละ 87.1 ในปี 2562 ขณะที่สัดส่วนผู้ชมช่องเคเบิลและดาวเทียมยังลดลงอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 23.1 ในปี 2558 เหลือ ร้อยละ 12.9 ในปี 2562



ที่มา : บริษัท นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด

ในส่วนของสัดส่วนตลาดของอุตสาหกรรมโทรทัศน์พบว่า สัดส่วนของช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดินเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแม้ว่าได้ยุติการออกอากาศช่องโทรทัศน์ดิจิทัลจำนวน 7 ช่อง โดยสัดส่วนตลาดของช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดินเพิ่มจากร้อยละ 92.8 ในปี 2558 เป็นร้อยละ 96.8 ในปี 2562 และทำให้สัดส่วนตลาดของช่องโทรทัศน์เคเบิลและดาวเทียมมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 7.2 ในปี 2558 เหลือเพียงร้อยละ 3.2 ในปี 2562



ที่มา : บริษัท นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด



4. กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจโทรทัศน์

สถานการณ์การแข่งขันทางธุรกิจของอุตสาหกรรมโทรทัศน์รุนแรงมากขึ้นในปี 2562 บมจ. อสมท ได้ดำเนินการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจสถานีโทรทัศน์ในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

1. การสร้างภาพลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์ซึ่งเป็นการใช้สื่อแบบบูรณาการในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อของ บมจ. อสมท และสื่ออื่นๆ รวมถึงใช้สื่อดิจิทัลเพิ่มขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับสื่อของผู้ชมในปัจจุบัน

2. การทำการสื่อสารการตลาดรายการต่างๆอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นการใช้สื่อแบบบูรณาการในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์รายการใหม่ รายการ Highlight และรายการอื่นๆ เพื่อสร้างการรู้จัก การจดจำ และเชิญชวนให้ติดตามชมอย่างต่อเนื่อง

3. การสร้างการมีส่วนร่วมสำหรับผู้ชม (Audience Engagement) เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ชมมากยิ่งขึ้น ด้วยการทำกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่องทั้ง On Air และ On Ground เช่น กิจกรรมวันเด็ก กิจกรรมส่งเสริมรายการต่างๆ เป็นต้น

4. การทำรายการส่งเสริมการขายที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเอเยนซี ลูกค้าเอกชน และลูกค้าภาครัฐ ในรูปแบบ Cross Media และ Tailor-Made มากขึ้น

5. การร่วมมือกับพันธมิตร (Partners) ในธุรกิจดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพื่อต่อยอดธุรกิจด้านเนื้อหา (Contents) และยังเป็นการสร้างการจดจำ และเชิญชวนให้ติดตามเนื้อหา (Contents) ข้ามแพลตฟอร์ม

5. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจสถานีโทรทัศน์

รายการโทรทัศน์ที่นำมาออกอากาศ ในปี 2561 สามารถแบ่งรูปแบบการผลิตได้ 3 ประเภท ดังนี้

1) สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 MCOT HD หมายเลขช่อง 30

(1) รายการที่บริษัทดำเนินการผลิตและจัดหาเอง

- รายการประเภทข่าว เช่น รายการเช้าวันคุย รายการข่าวเที่ยง รายการคู่ข่าวเสาร์-อาทิตย์ รายการคุยไข่มุกบ่ายสามโมง รายการข่าวค่ำ รายการคับข่าว ครบประเด็น รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน รายการตกมันส์ บันเทิง รายการฟังหูไว้หู รายการคุยรอบทิศ รายการโลกเล่าเรื่อง World Pulse เป็นต้น

- รายการประเภทวาไรตี้ และเกมโชว์ เป็นรายการที่มุ่งเน้นให้ผู้ร่วมรายการและผู้ชมรายการได้รับทั้งความบันเทิงและสาระ โดยการสอดแทรกเนื้อหา แง่คิด และความรู้ต่าง ๆ ไว้ในรายการ เช่น รายการข่าวดังข้ามเวลา รายการปายนี้มีคำตอบ รายการคัมภีร์วิธีรวย รายการเรื่องพลบค่ำ รายการกีฬา เช่น MCOT SPORT WEEKLY และรายการวาไรตี้บันเทิง เช่น รายการเฮสนั่น ลั่นทุ้ง เป็นต้น

- รายการที่ บมจ. อสมท มีลิขสิทธิ์ อาทิ รายการลิขสิทธิ์พร้อมออกอากาศ เช่น รายการโมเดิร์นไนน์การ์ตูน รายการชีวิตสัตว์มหัศจรรย์ รายการ ASIAN SERIES รายการ BIG SERIES รายการ 9SERIES รายการ WONDER PLANET รายการเกมกล้าท้าพลัง รายการล้วงลับเรื่องแปลก รายการฮอกไกโดที่ฉันรัก รายการ 9 Theater รายการ Artist Content รายการ BBC First รายการ Discovery Science รายการ Investigation Discovery เป็นต้น และรายการลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสด เช่น การถ่ายทอดสดการแข่งขันกอล์ฟ LPGA THAILAND



(2) รายการที่ร่วมผลิตกับพันธมิตร ในรูปแบบ Time sharing เช่น

รายการ	ผู้ผลิต
1. รายการคนไทยหัวใจเกษตร	บริษัท ฟาร์ม แชนแนล (ประเทศไทย) จำกัด
2. รายการเจาะลึกทั่วไทย Inside Thailand	บริษัท อฟ ลิงค์ จำกัด
3. รายการ Her day วันของเธอ	บริษัท ดรีมทีม เน็ตเวิร์ค จำกัด
4. รายการ Live Action	บริษัท ดรีม เอกซ์เพรส (เดกซ์) จำกัด
5. รายการ การ์ตูน	บริษัท เอฟพี จำกัด
6. รายการรากแก้วศาสนทายาท	วัดพระราม ๙ กาญจนาภิเษก
7. รายการชั้นขอบเที่ยว	บริษัท เอ็มซีเอ็ม คอมมูนิเคชั่น จำกัด
8. รายการคน คั่น คน	บริษัท ทีวีบุรพา จำกัด
9. รายการศึกท่อน้ำไทย ลุมพินี TKO	บริษัท เวิร์ล สปอร์ต กรุป จำกัด
10. รายการเจาะใจ	บริษัท เจเอสแอล โกลบอลมีเดีย จำกัด
11. รายการ Perspective	บริษัท เจเอสแอล โกลบอลมีเดีย จำกัด
12. ไอที 24 ชั่วโมง	บริษัท อะแฮพเพนเนอร์ จำกัด

(3) รายการที่ผู้เช่าเวลาเป็นผู้ผลิต เช่น

รายการ	ผู้ผลิต
1. รายการสปอร์ต @ 9	บริษัท สยามอินเตอร์-วิชั่นส์ กรุป จำกัด
2. รายการสปอร์ตโฟกัส	บริษัท เบสท์ วิชั่น จำกัด
3. รายการมอเตอร์เวิลด์	บริษัท เทเล-วิชั่น มีเดียเน็ตเวิร์ค จำกัด
4. รายการ Let's go Kids คิดดีไฉ่เดียวเด็ด	บริษัท เอสทูไอ เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด
5. รายการทรูซ้อปปีง	บริษัท ทรู จีเอส จำกัด
6. รายการ TVD SHOP	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด
7. รายการดูดีมีธรรม	บริษัท ห้องบันทึกเสียงรุ่งสยาม จำกัด
8. รายการบ้านของเรา	มูลนิธิพุทธภาวนาวิชชาธรรมกาย
9. รายการ Money Daily	บริษัท มีเดีย แอสโซซิเอตเต็ด จำกัด
10. รายการ The High Profile	บริษัท มังคโปรดัคชั่น จำกัด
11. รายการพลพรรคนักปฐ	บริษัท เอชดับบลิวเอ็ม จำกัด
12. รายการเปิดบันทึกกีฬา Sport Magazine	บริษัท ขวัญตม์ สปอร์ต จำกัด
13. รายการโลกมุสลิม	บริษัท โฟร์ลีโอส โปรดัคชั่น จำกัด
14. รายการเวิลด์ชอคเกอร์แอนด์สปอร์ต	บริษัท สยามสปอร์ต เทเลวิชั่น จำกัด
15. รายการต้นไม้ใบหญ้า	บริษัท ปารี จำกัด
16. รายการ Fud Fid For Fi	บริษัท ฟุด ฟิด ฟอ ไฟ จำกัด
17. รายการอุ่นใจใกล้หมอ	บริษัท โพร-ลิงค์ จำกัด



รายการ	ผู้ผลิต
18. รายการ Great Star Art Show	บริษัท เกรท สตาร์ ดิจิตอล จำกัด
19. รายการ แฮปปี้ไดอารี่	บริษัท พับลิค วิชั่น จำกัด
20. รายการทิดบ้านชวนคุย	ห้างหุ้นส่วนจำกัดอะโกราแอด

(3) รายการที่ดำเนินการจ้างผลิต เช่น ข้าวดังข้ามเวลา แฟ้มสืบสวน แปลกแต่จริง The Amazing Show สู้ทั้งน้ำตา กาแฟดำค่านี เป็นต้น

(4) รายการที่ร่วมดำเนินการกับพันธมิตร คือ รายการมวย 3 รายการ รายการ Max Muay Thai รายการ Muaythai Fighter รายการ The Global Fight Champion Challenge

2) ช่อง MCOT Family หมายเลขช่อง 14

รายการโทรทัศน์ที่นำมาออกอากาศในปี 2562 สามารถแบ่งรูปแบบการผลิตได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. รายการที่บริษัทดำเนินการผลิต และจัดหาเอง เช่น รายการ ผู้หญิงมหัศจรรย์ WONDER WOMEN รายการ HEALTHY VARIETY สุขภาพดี 24 ชั่วโมง รายการ LITTLE COOK ก๊ากตัวน้อย รายการ TECH TALK รายการ MCOT KIDS CLUB รายการ การ์ตูนดัง ช่อง 14 รายการ ECON LIVE รายการ 14 อีกครั้งกับสุวิข รายการ อะไรอะไร ไทยแลนด์ รายการ คู่ซ่าเล่าทุกเรื่อง

2. รายการที่ดำเนินการจ้างผลิต และเช่าลิขสิทธิ์ เช่น รายการ ไทยธานี รายการ FAMILY STATION สถานีพระราม 9 รายการ JAPAN ORIGIN รายการ THE BEST SELLER ขายได้ขายดี รายการ STEP UP ก้าวต่อไป ก้าวให้ถึง รายการ ติดวัต รายการ ขาเลาะ รายการ ตามใจท่านว่า รายการ เมืองไทย LIKE AND SHARE รายการ ข้านิยม แอ็คชั่นซีรีส์ MASK RIDER แอ็คชั่นซีรีส์ ULTRAMAN ซีรีส์ เหลี่ยมมังกรซ่อนจาร์ชน ซีรีส์ อภินิหาร หมอเทวะ ซีรีส์ ซอลิวเฮีย

3. รายการที่ร่วมผลิตกับพันธมิตร ในรูปแบบ Time Sharing เช่น รายการชีวกอโรคยา รายการ SPORT ACTIVE X รายการ KIDS ZONE รายการ DISCOVERY HEALTH TIPS รายการ สาม ก คอหนึ่ง รายการ สานต่อที่พ่อทำ รายการ JAPAN อร่อยสุดๆ รายการ PANO TALK รายการ YOUNG เก้า สุขที่ใจวัยเกษียณ รายการ ชีพจรลงเท้า รายการ ตลาดเช้าเล่าเรื่อง รายการสุข 24 ชั่วโมง

4. รายการร่วมผลิตกับพันธมิตร ในรูปแบบ Revenue Sharing เช่น รายการ THE OUTLET พระราม 9 รายการ SHOP CHANNEL รายการ HI SHOWTIME รายการ BEMART

5. รายการที่ผู้เช่าเวลาเป็นผู้ผลิต เช่น รายการ ทิดบ้านชวนคุย รายการ ตามหลักกิโล รายการ R U READY รายการถ่ายทอดสดต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน

นอกจากนี้ยังมีรายการถ่ายทอดสดกิจกรรมต่างๆ ของ บมจ. อสมท และรายการที่ บมจ. อสมท จัดสรรเวลาให้บริการสาธารณประโยชน์ ความร่วมมือในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์หน่วยงานภาครัฐ ในรูปแบบ รายการสั้น รายการพิเศษ สปอตประชาสัมพันธ์ และอักษรวิ้ง เป็นต้น

2.1.2 ธุรกิจสถานีวิทยุกระจายเสียง

บมจ. อสมท ดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงด้วยตนเองทั้งด้านการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการ ออกอากาศรายการประเภทต่างๆ ทั้งสาระความรู้และความบันเทิงที่หลากหลายรูปแบบภายใต้ชื่อ “MCOT



Radio Network” เครือข่ายทันสมัย ก้าวใหม่สังคมสร้างสรรค์ด้วยปัญญา” เพื่อพัฒนาความรู้ และคุณภาพชีวิตของประชาชน รวมทั้งเพื่อสาธารณประโยชน์และมวลชนท้องถิ่น โดยครอบคลุมและเน้นการเข้าถึงผู้ฟังทุกกลุ่มเป้าหมายทุกเพศ ทุกวัย ภายใต้ภาพลักษณ์การเป็นสถานีวิทยุแห่งความทันสมัย ส่งกระจายเสียงทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคด้วยระบบ เอฟเอ็ม และ เอเอ็ม จำนวน 62 สถานี โดยส่วนกลางออกอากาศจากกรุงเทพฯ ตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 9 สถานีด้วยระบบ เอฟเอ็ม จำนวน 7 สถานี และระบบ เอเอ็ม 2 สถานี สำหรับส่วนภูมิภาคส่งกระจายเสียงด้วยระบบ เอฟเอ็ม 53 สถานี บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศประมาณร้อยละ 92.4 และมีประชากรในเขตบริการประมาณร้อยละ 93.8 ซึ่งนอกจากจะสามารถรับฟังรายการของสถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท ผ่านทางคลื่นวิทยุฯ โดยตรงแล้ว ยังมีช่องทางให้ผู้ฟังทั้งในและต่างประเทศ สามารถรับฟังรายการของแต่ละสถานีทั้งรายการสดและรายการที่น่าสนใจย้อนหลังผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ที่ www.mcot.net และผ่านทาง Application ของโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Smart Phone และมีการบูรณาการกับช่องทางการติดต่อสื่อสาร Social Network เช่น YouTube, Facebook เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม คำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 76/2559 เรื่อง มาตรการส่งเสริมการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ เห็นชอบให้ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของรัฐที่ประกอบกิจการกระจายเสียงตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ถือครองคลื่นความถี่ตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ยังคงมีสิทธิในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและการถือครองคลื่นความถี่ดังกล่าวได้ตามขอบเขตและสิทธิเดิมไปอีก 5 ปี ส่งผลให้ บมจ. อสมท ยังสามารถดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงบนคลื่นความถี่เดิมได้ต่อไป

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เครือข่ายสถานีวิทยุกระจายเสียงของบริษัท

บริษัทฯ มีเครือข่ายสถานีวิทยุฯ รวมทั้งสิ้น 62 สถานี ประกอบด้วยสถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท ส่วนกลาง จำนวน 9 สถานี (ระบบ เอฟเอ็ม และระบบ เอเอ็ม) และสถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท ระบบเอฟเอ็ม ส่วนภูมิภาค จำนวน 53 สถานี ดังนี้

ส่วนกลาง	เขตบริการ	ระบบ / ความถี่
กรุงเทพมหานคร จำนวน 9 สถานี	กรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียง	FM 95.0 MHz FM 96.5 MHz FM 97.5 MHz FM 99.0 MHz FM 100.5 MHz FM 105.5 MHz (สัญญาณร่วมดำเนินการ) FM 107.0 MHz
	ครอบคลุมเกือบทั่วประเทศ	AM 1143 KHz AM 1494 KHz
ภาคกลาง และภาคตะวันออก จำนวน 8 สถานี 1 ศูนย์	จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	FM 107.25 MHz FM 106.75 MHz



ส่วนกลาง	เขตบริการ	ระบบ / ความถี่
ศูนย์บริหารวิทยุฯ ภาคกลางและ ภาคตะวันออก	จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดอุทัยธานี	FM 105.3 MHz FM 101.75 MHz
	จังหวัดจันทบุรี จังหวัดชลบุรี จังหวัดตราด จังหวัดระยอง	FM 95.25 MHz FM 107.75 MHz FM 107.25 MHz FM 96.75 MHz
ภาคเหนือ จำนวน 14 สถานี 2 ศูนย์ 1. ศูนย์บริหารวิทยุฯ ภาคเหนือ ตอนบน 8 สถานี	จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดลำปาง จังหวัดแพร่ จังหวัดลำพูน จังหวัดน่าน	FM 100.75 MHz FM 101.25 MHz FM 97.25 MHz FM 99.5 MHz FM 99.0 MHz FM 93.0 MHz FM 96.5 MHz FM 92.0 MHz
2. ศูนย์บริหารวิทยุฯ ภาคเหนือ ตอนล่าง 6 สถานี	จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดตาก จังหวัดพิจิตร จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดสุโขทัย จังหวัดอุตรดิตถ์	FM 92.75 MHz FM 97.25 MHz FM 107.75 MHz FM 106.25 MHz FM 99.25 MHz FM 98.5 MHz
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 16 สถานี 2 ศูนย์ 1. ศูนย์บริหารวิทยุฯ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 9 สถานี	จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี จังหวัดเลย จังหวัดหนองคาย จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดสกลนคร จังหวัดนครพนม	FM 90.75 MHz FM 91.5 MHz FM 100.0 MHz FM 102.5 MHz FM 100.5 MHz FM 92.0 MHz FM 101.0 MHz FM 107.0 MHz FM 93.5 MHz



ส่วนกลาง	เขตบริการ	ระบบ / ความถี่
2. ศูนย์บริหารวิทยาฯ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 7 สถานี	จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดยโสธร จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดสุรินทร์	FM 95.75 MHz FM 107.0 MHz FM 102.0 MHz FM 92.0 MHz FM 95.25 MHz FM 95.0 MHz FM 99.75 MHz
ภาคใต้ จำนวน 15 สถานี 2 ศูนย์ 1. ศูนย์บริหารวิทยาฯ ภาคใต้ ตอนบน 7 สถานี	จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดชุมพร อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร จังหวัดระนอง จังหวัดพังงา จังหวัดกระบี่ จังหวัดภูเก็ต	FM 102.0 MHz FM 90.75 MHz FM 104.75 MHz FM 100.5 MHz FM 91.75 MHz FM 105.0 MHz FM 101.5 MHz
2. ศูนย์บริหารวิทยาฯ ภาคใต้ ตอนล่าง 8 สถานี	จังหวัดพัทลุง จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดตรัง จังหวัดสงขลา จังหวัดสตูล จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา จังหวัดนราธิวาส	FM 95.75 MHz FM 104.5 MHz FM 106.25 MHz FM 96.5 MHz FM 93.25 MHz FM 91.0 MHz FM 102.5 MHz FM 96.0 MHz

2. โครงสร้างรายการของธุรกิจสถานีวิทยุฯ

2) สถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท ส่วนกลาง

บมจ. อสมท ผลิตและนำเสนอรายการของคลื่นวิทยุฯ ระบบ เอฟเอ็ม ส่วนกลางทั้ง 6 คลื่น และระบบ เอเอ็ม 2 คลื่น ด้วยการผลิตและนำเสนอเนื้อหารายการที่มีสาระความรู้ที่หลากหลาย ทันเหตุการณ์ รวมทั้งเพลงฮิตที่ผู้ฟังชื่นชอบทุกแนว จากผู้ดำเนินรายการที่เป็นผู้รู้จากทุกวงการ และนักจัดรายการรุ่นใหม่ที่มีชื่อเสียง และเน้นกลุ่มผู้ฟังเฉพาะทุกกลุ่มเป้าหมาย ทุกเพศ ทุกวัย มีพื้นที่ให้บริการทั่วทั้งกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยสถานีวิทยุฯ เอฟเอ็ม และสถานีวิทยุฯ เอเอ็ม ส่วนกลาง มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและรูปแบบ (Position) ของแต่ละคลื่นอย่างชัดเจน ดังนี้

- เอฟเอ็ม 95 เมกะเฮิรตซ์ “LTM FM 95 MHz ลูกทุ่งมหานคร” สถานีเพลงลูกทุ่ง เพื่อสังคมอุดมปัญญา นำเสนอเพลงลูกทุ่งสุดฮิตเพื่อชีวิตมีระดับ ให้สาระประโยชน์ความรู้ต่างๆ และครองความนิยมอันดับ 1 ทุกกลุ่มเป้าหมาย ทุกเพศทุกวัย ถ่ายทอดโดยนักจัดรายการรุ่นใหม่ นักจัดรายการที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ จากศิลปินแห่งชาติ ครูเพลง ศิลปินนักร้อง ฯลฯ และบุคคลทั่วไป ทันสมัย มีสาระความรู้ใกล้ตัว อบอุ่น และใกล้ชิดผู้ฟัง



ซึ่งนอกจากจะออกอากาศในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลแล้ว ยังออกอากาศด้วยระบบเครือข่ายผ่านดาวเทียมไปยัง สถานีวิทยุฯ เครือข่ายของ บมจ. อสมท ภูมิภาค ทั่วประเทศ และจากการพัฒนาการดำเนินงานของสถานีทั้งในรูปแบบการนำเสนอรายการและการจัดกิจกรรม เพื่อสร้างกระแสนิยมและรักษารฐานผู้ฟังอย่างต่อเนื่อง เป็นผลให้ สถานียังคงได้รับความนิยมอยู่ในอันดับ 1 ของ 40 สถานีวิทยุฯ ในกรุงเทพฯ มาอย่างต่อเนื่อง

- **เอฟเอ็ม 96.5 เมกะเฮิรตซ์ “Thinking Radio 96.5”** เข้มทุกสาระ ชื่นทุกความคิด เข้มทิศสู่ความสำเร็จ : ผู้นำสื่อทางความคิดที่เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือ ของกลุ่มผู้นำในทุกวงการบนทุก Platform โดยเป็นแหล่งรวมพลังนักคิดชั้นแนวหน้าของเมืองไทยกว่า 100 ชีวิต ที่มีความเชี่ยวชาญที่จะมาวิเคราะห์เจาะลึกให้ผู้ฟังได้รู้เท่าทันรอบด้านทันสถานการณ์ ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ต่างประเทศ เทคโนโลยี และการสร้างสมดุลชีวิตอย่างถูกต้องเหมาะสม ภายใต้แนวคิด “SMART THINKING”

- **เอฟเอ็ม 97.5 เมกะเฮิรตซ์ “Mellow 97.5” คลื่นเพลง Easy listening สำหรับคนวัยทำงาน** ภายใต้คอนเซ็ป “Good Mood Music & Work-Life Balance” เปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2560 และดำเนินการสร้างสรรค์เนื้อหา (Contents) สำหรับคนทำงานทุกประเภท บนข้อมูลที่ตอบสนองความสมดุลในชีวิตและการทำงาน ผสมผสานด้วยเสียงเพลงและบรรยากาศที่ผ่อนคลายความเครียด เพื่อก้าวไปสู่ความสำเร็จในชีวิต พร้อมกับการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเป็นการนำคลื่น เอฟเอ็ม 97.5 เมกะเฮิรตซ์ “Seed Radio” มาดำเนินการ

- **เอฟเอ็ม 99.0 เมกะเฮิรตซ์ “Active Radio” คลื่นเมืองไทยแข็งแรง คลื่นวิทยุ** ที่นำเสนอเรื่องกีฬา ท่องเที่ยว สุขภาพ และกิจกรรมนันทนาการ ภายใต้ความคิดที่ต้องการให้คนไทยมีสุขภาพแข็งแรงทั้งกายและใจ รวมทั้งมีความสุขกับกิจกรรมนันทนาการต่างๆ ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวในการนำเสนอเป็นคลื่นที่ฟังได้ทุกเพศทุกวัย กับเรื่องราวของสุขภาพและกีฬา ที่ได้ทั้งสาระและความบันเทิงเป็นผลให้เอฟเอ็ม 99.0 เมกะเฮิรตซ์ได้รับความนิยมอย่างสูงในกลุ่มของผู้ที่ชื่นชอบกีฬา และใส่ใจเรื่องสุขภาพ

- **เอฟเอ็ม 100.5 เมกะเฮิรตซ์ “คลื่นข่าว News Network”** สูดยอดของสถานีข่าววิทยุฯ ของเมืองไทยที่เต็มเปี่ยมไปด้วยข่าวเข้มข้นแหลมคม นำเสนอข่าวทั้งทั่วไปและเชิงลึก โดยทีมงานของสำนักข่าวไทย และทีมข่าวของสถานี รวมทั้งยังเป็นสถานีแม่ข่ายเสนอข่าวต้นชั่วโมงไปยังสถานีวิทยุฯ เครือข่ายทั่วประเทศ และจากการพัฒนาการดำเนินงานของสถานีอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ในปี 2553-2561 สถานีได้รับความนิยมอยู่ในอันดับ 1-2 ของสถานีวิทยุฯ ที่มีกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเดียวกัน

- **เอฟเอ็ม 107 เมกะเฮิรตซ์ “MET 107”** คลื่นเพลงสากลสำหรับคนทันสมัย นำเสนอเพลงฮิต เพลงใหม่ พร้อมเกาะติดเรื่องราวไลฟ์สไตล์ อินเทอร์เน็ต ภายใต้สโลแกน “For Life and Music” โดยนำเสนอทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ รวมถึงเนื้อหาสาระด้านข่าวจากสำนักข่าวระดับโลกหลายแห่ง อาทิ BBC, VOA และ OANA โดยเอฟเอ็ม 107 เมกะเฮิรตซ์ “MET 107” ครองความนิยมในอันดับ 1-2 จากจำนวนคลื่นเพลงสากลทั้งหมด 4 คลื่น

- **เอฟเอ็ม 1143 “คลื่นเพื่อนร่วมทาง”** สถานีวิทยุฯ นำเสนอสาระ ความรู้ ข่าวสาร ทันเหตุการณ์ และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้ฟัง ตั้งแต่วันจันทร์-อาทิตย์ นอกจากนั้นยังสอดแทรกสาระ ความรู้และแนวคิดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และข้อมูลด้านคุณธรรม จริยธรรม เพื่อนำไปเป็นข้อคิด และเป็นแนวทางปฏิบัติในชีวิตประจำวัน

- **เอฟเอ็ม 1494 “Like Station 1494 Radio online”** คลื่นเพลงดี มีสาระ คู่ความคิด : Aging Network สถานีแรกของประเทศไทยเพื่อผู้สูงอายุ ที่รับฟังได้ทั้งสื่อหลักและบนสื่อ online สร้างสรรค์รายการ



โดยกลุ่มพันธมิตรสื่อผู้สูงอายุจากทุกวงการรวมทั้งอดีตผู้คร่ำหวอดในวงการเพลงเก่าทุกประเภทที่มีชื่อเสียง เช่น กลุ่มศิลปินแห่งชาติ ด้านดนตรี กวี ศิลป์ มีความเชี่ยวชาญที่จะมาแบ่งปันประสบการณ์ครอบคลุมในแต่ละด้านทุกสาขา พร้อมกับสืบสานศิลปวัฒนธรรมสู่ผู้ฟังเป้าหมายซึ่งจะมาร่วมกันสร้างเป็นเครือข่ายรองรับสังคมผู้สูงอายุที่มีคุณภาพสู่สังคมเกื้อกูล

นอกจากนี้ ยังดำเนินการออกอากาศครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ (Nationwide) โดยมีสถานีวิทยุ เอฟเอ็ม ในกรุงเทพฯ 4 สถานี เป็นแม่ข่ายออกอากาศรายการไปยังเครือข่ายในส่วนภูมิภาคทั้ง 53 สถานี ในช่วงเวลาต่างๆ ดังนี้

- **เอฟเอ็ม 95 เมกะเฮิร์ตซ์ “LTM FM 95 MHz ลูกทุ่งมหานคร”**

จันทร์ – อาทิตย์ เวลา 00.00 - 07.00 น. (ลูกทุ่งมหานคร ชูปเปอร์สเตชัน)

จันทร์ – อาทิตย์ เวลา 19.30 - 20.00 น. (มหานครนิวส์ มหานครรอบทิศ)

จันทร์ – ศุกร์ เวลา 22.00 - 00.00 น. (ลูกทุ่งมหานคร ชูปเปอร์สเตชัน)

เสาร์ – อาทิตย์ เวลา 22.00 - 00.00 น. (เสาร์-อาทิตย์ ฮิตเป็นพิเศษ)

เสาร์ เวลา 08.00 - 12.00 น. (เสาร์-อาทิตย์ ฮิตเป็นพิเศษ) ถ่ายทอดสัญญาณไป 22 สถานี

อาทิตย์ เวลา 08.30 - 12.00 น. (เสาร์-อาทิตย์ ฮิตเป็นพิเศษ) ถ่ายทอดสัญญาณไป 22 สถานี

- **เอฟเอ็ม 96.5 เมกะเฮิร์ตซ์ “คลื่นความคิด”**

จันทร์ – อาทิตย์ เวลา 12.30 - 13.00 น. (Thinking Network)

- **เอฟเอ็ม 99 เมกะเฮิร์ตซ์ “Active Radio”**

จันทร์ – ศุกร์ เวลา 20.00 – 21.00 น. (สปอร์ตวาไรตี้)

เสาร์ – อาทิตย์ เวลา 20.00 – 22.00 น. (Soccer Live Report)

จันทร์ – ศุกร์ เวลา 21.00 – 22.00 น. (เจาะสนามบอลไทย)

- **เอฟเอ็ม 100.5 เมกะเฮิร์ตซ์ “คลื่นข่าว News Network”**

จันทร์ – อาทิตย์ เวลา 07.00 - 07.30 น. (Good Morning ASEAN)

จันทร์ – อาทิตย์ เวลา 07.30 - 08.00 น. (ก้าวทันข่าว)

จันทร์ – อาทิตย์ เวลา 12.00 - 12.30 น. (เที่ยงวันทันข่าว)

อาทิตย์ เวลา 13.00 - 14.00 น. (เกษตรทั่วไทย)

จันทร์ – อาทิตย์ เวลา 18.00 - 18.45 น. (ครบเครื่องเรื่องข่าว)

จันทร์ – อาทิตย์ เวลา 20.00 - 20.03 น. (ข่าวพระราชสำนัก)

จันทร์ – ศุกร์ เวลา 19.00 - 19.30 น. (2 มุมข่าว)

เสาร์ เวลา 19.00 - 19.30 น. (ทั่วไทยอาเซียน)

อาทิตย์ เวลา 19.00 - 19.30 น. (ทิศทางข่าว)

และข่าวต้นชั่วโมง ทุกวันๆ ละ 13 ช่วงๆ ละ 5 นาที



2) สถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท ส่วนภูมิภาค

บมจ. อสมท ได้กำหนดแนวทางให้สถานีวิทยุฯ ภูมิภาค เป็นสถานีท้องถิ่นในแต่ละจังหวัด โดยการผลิตและเสนอรายการที่มุ่งเน้นการเป็นสถานีวิทยุฯ เพื่อสาธารณประโยชน์และมวลชนท้องถิ่น สอดแทรกด้วยสาระความรู้ไปพร้อมๆ กับการให้ความบันเทิง (Edutainment) และเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในรายการ โดยแบ่งประเภทรายการที่ออกอากาศได้เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. รายการที่ออกอากาศเพื่อประโยชน์ระดับท้องถิ่น (Local Program) เช่น รายการ “อสมท เพื่อชุมชน” ซึ่งเป็นรายการที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น และร้องเรียนปัญหาต่างๆ ในท้องถิ่นได้
2. รายการที่ออกอากาศเพื่อประโยชน์ระดับชาติ (National Network Program) คือ รายการ Good Morning ASEAN ทุกวันในช่วงเวลา 07.00 - 07.30 น. รายการก้าวทันข่าว ทุกวันในช่วงเวลา 07.30 - 08.00 น. รายการเที่ยงวันทันข่าว ทุกวันในช่วงเวลา 12.00 - 12.30 น. รายการครบเครื่องเรื่องข่าว ทุกวันในช่วงเวลา 18.05 - 18.45 น. รายการข่าวพระราชสำนัก ทุกวันในช่วงเวลา 20.00 - 20.03 น. และรายการ 2 มุมข่าว ทุกวันในช่วงเวลา 19.00 - 19.30 น. รวมทั้งถ่ายทอดรายการข่าวของสำนักข่าวไทย โดยใช้สถานีวิทยุฯ เอฟเอ็ม 100.5 เมกะเฮิร์ตซ์ เป็นแม่ข่ายออกอากาศไปยังสถานีวิทยุฯ ภูมิภาคของ บมจ. อสมท ทุกสถานีทั่วประเทศทุกช่วงต้นชั่วโมง
3. รายการที่ออกอากาศในลักษณะครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ (Nationwide) ซึ่งเป็นโครงการผลิตรายการวิทยุเพื่อออกอากาศให้ประชาชนได้รับฟังพร้อมกันทั่วประเทศ และเปิดโอกาสให้คนไทยทั่วประเทศได้เชื่อมโยงข่าวสารถึงกันอย่างทั่วถึง โดยมีสถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท ในส่วนกลาง 4 ความถี่ คือ สถานีวิทยุฯ เอฟเอ็ม 95 เมกะเฮิร์ตซ์ “ลูกทุ่งมหานคร” เอฟเอ็ม 96.5 เมกะเฮิร์ตซ์ “คลื่นความคิด” สถานีวิทยุฯ เอฟเอ็ม 99 เมกะเฮิร์ตซ์ “Active Radio” และสถานีวิทยุฯ เอฟเอ็ม 100.5 เมกะเฮิร์ตซ์ “คลื่นข่าว MCOT News Network” เป็นแม่ข่ายถ่ายทอดรายการ ข่าวสาร สาระความรู้ ผ่านดาวเทียมไปยังเครือข่ายสถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท ในต่างจังหวัดพร้อมกันทั้ง 53 สถานี นอกจากนี้ยังสร้างความร่วมมือกับ สถานีวิทยุฯ เอฟเอ็ม 100.5 เมกะเฮิร์ตซ์ ผลิตรายการ เกษตรทั่วไทย ทุกวันอาทิตย์ เวลา 13.00 - 14.00 น. และมีรายการ The Lady สตรีหมายเลข 9 รายการเพื่อผู้หญิง ที่ผลิตโดยฝ่ายบริหารกิจการวิทยุภูมิภาค ออกอากาศพร้อมกัน 53 สถานี ทุกวันเสาร์ เวลา 13.00 - 14.00 น.

บริษัทฯ ยังได้พัฒนาการผลิตรายการของสถานีวิทยุฯ ภูมิภาคในรูปแบบกลุ่มสถานี (Cluster) เพื่อสร้างความโดดเด่น และเพิ่มความนิยมให้กับรายการด้วยการให้สถานีวิทยุฯ ภายในศูนย์บริหารฯ เวียนกันผลิตรายการ เพื่อออกอากาศที่สถานีวิทยุฯ ภายในศูนย์บริหารฯ นั้น ได้แก่

- | | |
|--|---|
| 1. ศูนย์บริหารวิทยุฯ ภาคเหนือตอนบน | รายการ “เปิดบ้านแปงเมือง เชื่อมวิถีอาเซียน” |
| 2. ศูนย์บริหารวิทยุฯ ภาคเหนือตอนล่าง | รายการ “เหนือล่างสร้างกระแส” |
| 3. ศูนย์บริหารวิทยุฯ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน | รายการ “เก้าเชื่อมใจไทยอีสาน” |
| 4. ศูนย์บริหารวิทยุฯ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง | รายการ “ฉายตะวัน” |
| 5. ศูนย์บริหารวิทยุฯ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและล่าง | รายการ “สุขทุกข่าว” |
| 6. ศูนย์บริหารวิทยุฯ ภาคกลางและภาคตะวันออก | รายการ “MCOT Green” |
| 7. ศูนย์บริหารวิทยุฯ ภาคใต้ตอนบน | รายการ “แดนดินถิ่นใต้” |
| 8. ศูนย์บริหารวิทยุฯ ภาคใต้ตอนล่าง | รายการ “ลาแปแลใต้” |



3. ภาวะการแข่งขันของธุรกิจสถานีวิทยุฯ

1) ภาพรวมของธุรกิจสถานีวิทยุฯ

สถานีวิทยุฯ ทั้งหมดในประเทศไทยอยู่ภายใต้การดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานของรัฐ ซึ่งจากข้อมูลของกรมไปรษณีย์โทรเลขเดิมพบว่า จำนวนสถานีวิทยุฯ ในประเทศไทยทั้งหมด มีประมาณ 524 สถานี แบ่งเป็นสถานีวิทยุฯ ในส่วนกลาง (ออกอากาศครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง) จำนวน 78 สถานี ซึ่งสามารถแบ่งย่อยเป็นสถานีที่ออกอากาศในระบบ เอฟเอ็ม จำนวน 40 สถานี และเป็นสถานีที่ออกอากาศในระบบ เอเอ็ม จำนวน 38 สถานี สำหรับสถานีวิทยุฯ ในส่วนภูมิภาคจำนวน 446 สถานีนั้น แบ่งเป็นสถานีที่ออกอากาศในระบบ เอฟเอ็ม จำนวน 273 สถานี และเป็นสถานีที่ออกอากาศในระบบ เอเอ็ม จำนวน 173 สถานี

ปัจจุบันสถานีวิทยุฯ กระจายเสียงที่ได้รับใบอนุญาตขอทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง จำนวน 4,344 ราย แบ่งเป็นกิจการบริการธุรกิจ 3,327 ราย กิจการบริการสาธารณะ 782 ราย และกิจการบริการชุมชน 235 ราย (ที่มา : สำนักงาน กสทช. รายงานกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ข้อมูล ณ วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2560)

2) ภาวะการแข่งขัน

- สถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท ส่วนกลาง

สถานีวิทยุฯ ส่วนกลาง ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพฯ มีผู้ประกอบการธุรกิจวิทยุฯ ที่เป็นภาคเอกชนหลายราย เช่น

- บมจ. อสมท (MCOT) บริหารคลื่นวิทยุฯ เอฟเอ็ม ในกรุงเทพฯ 6 ความถี่
- บมจ. จีเอ็มเอ็ม มีเดีย (GMM) บริหารคลื่นวิทยุฯ เอฟเอ็ม ในกรุงเทพฯ 2 ความถี่
- บมจ. บีอีซี เวิลด์ (BEC) บริหารคลื่นวิทยุฯ เอฟเอ็ม ในกรุงเทพฯ 2 ความถี่
- บมจ. อาร์.เอส.โปรโมชั่น (RS) บริหารคลื่นวิทยุฯ เอฟเอ็ม ในกรุงเทพฯ 1 ความถี่
- บจ. อินดิเพนเดนซ์ คอมมิวนิเคชั่น เน็ทเวอร์ค 2 ความถี่

อย่างไรก็ตาม มีเพียง บมจ. อสมท เท่านั้น ซึ่งเป็นเจ้าของสถานีวิทยุฯ และดำเนินการเอง ในขณะที่ผู้ประกอบการอื่นต้องเช่าต่อจากหน่วยงานของรัฐ

สำหรับภาวะการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมวิทยุฯ ในกรุงเทพฯ มีภาวะการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากมีสถานีวิทยุฯ เป็นจำนวนมาก และใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบต่างๆ เพื่อแย่งชิงบิโชนวิทยุฯ ที่มีอยู่อย่างจำกัด ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีในปัจจุบัน ซึ่งส่งผลให้เกิดสื่อใหม่ๆ (New Media) ขึ้นมากมาย รวมทั้งการเกิดขึ้นของโทรทัศน์ดิจิทัล ซึ่งกลายเป็นช่องทางใหม่ๆ ให้ผู้บริโภคได้เลือกบริโภคสื่อได้ตามกระแสนิยม ยิ่งส่งผลให้ผู้ซื้อสื่อมีทางเลือกในการใช้เงินโฆษณาที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น ทำให้ภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมวิทยุฯ ในกรุงเทพฯ ยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น บางสถานีจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันเชิงธุรกิจ รวมทั้งเร่งสร้างและรักษาฐานผู้ฟังของแต่ละสถานีให้มากยิ่งขึ้น เช่น การพัฒนาและปรับเปลี่ยนการผลิตและเสนอรายการให้ตรงความต้องการของผู้ฟังกลุ่มเป้าหมาย และเอเจนซี่ การจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ รวมถึงการจัดรายการในรูปแบบ Interactive จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อสร้างและรักษาฐานผู้ฟังของคลื่น เป็นต้น

บมจ. อสมท ได้พัฒนาประสิทธิภาพทั้งด้านการผลิตและการตลาดวิทยุฯ อย่างต่อเนื่อง ด้วยการผลิตรายการให้ตรงความต้องการของผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น รวมทั้งสร้างรายการให้มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง โดยมีรูปแบบ (Positioning) และบุคลิกของแต่ละคลื่นที่ชัดเจน ตลอดจนเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการในเชิงธุรกิจด้วยการปรับกลยุทธ์การตลาดให้มีความยืดหยุ่น คล่องตัว และตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น

- สถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท ส่วนภูมิภาค

ภาวะการแข่งขันของสถานีวิทยุฯ ในส่วนภูมิภาคมีความรุนแรงเช่นเดียวกับสถานีวิทยุฯ ในส่วนกลาง เนื่องจากในแต่ละจังหวัดมีจำนวนสถานีวิทยุฯ ที่ออกอากาศเป็นจำนวนมาก และมีสื่ออื่นๆ ในพื้นที่ที่ก่อให้เกิดการแข่งขันสูงทั้งสื่อวิทยุฯ คลื่นหลัก วิทยุฯ ชุมชนและเคเบิลท้องถิ่น รวมทั้งการแข่งขันจากสถานีวิทยุฯ ในจังหวัดข้างเคียง นอกจากนี้ ความจำกัดของพื้นที่ในการทำธุรกิจและหารายได้ของแต่ละจังหวัด ประกอบกับบางพื้นที่ยังมีเจ้าของธุรกิจบางรายเป็นเจ้าของสื่อหลากหลายชนิด และใช้กลยุทธ์การตลาดด้วยการลด แลก แจก และแถม สื่อที่อยู่ในมือยิ่งส่งผลให้การแข่งขันของสถานีวิทยุฯ ภูมิภาค ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การดำเนินการบริหารงานของสถานีวิทยุฯ ส่วนภูมิภาคของ บมจ. อสมท ในปัจจุบัน จึงต้องมีการพัฒนาการผลิตและเสนอรายการให้ตรงความต้องการของผู้ฟังกลุ่มเป้าหมาย และเอเจนซีให้มากขึ้นเช่นเดียวกับคลื่นวิทยุฯ ส่วนกลาง ขณะเดียวกันต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้มีความหลากหลาย ยืดหยุ่น และสนองตอบความต้องการของลูกค้า ตลอดจนปรับกระบวนการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ การแข่งขัน และมีประสิทธิภาพให้มากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม บมจ. อสมท จะยังคงมุ่งมั่น และเร่งพัฒนาการดำเนินงานด้านวิทยุฯ เพื่อให้สามารถรองรับและดำรงอยู่ได้ ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งในเรื่องของการเมือง เศรษฐกิจ สังคม กฎหมาย และอุตสาหกรรมโฆษณาวิทยุฯ ที่มีแนวโน้มหดตัวลงอย่างต่อเนื่อง

3) กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจสถานีวิทยุฯ

- พัฒนาเนื้อหาและรูปแบบรายการของสถานีวิทยุฯ ในรูปแบบ และบุคลิกเฉพาะ (Positioning) ทั้งสถานีวิทยุฯ ส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค รวมทั้งสร้างความโดดเด่นและความแตกต่างของการนำเสนอในแต่ละช่วงเวลาการออกอากาศของคลื่นให้ชัดเจน และแตกต่างจากคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง

- ตอกย้ำ Brand ของ MCOT Radio Network (MRN) โดยการเพิ่มช่องทางการรับบริการให้ครอบคลุมทุก Platform ทาง On Air (Radio, Satellite), On Line (Internet, Mobile Phone) และการติดต่อสื่อสารทาง Social Network, Website และ SMS รวมทั้งสร้างกลุ่มในสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter ,Line ,IG ,Podcast ,YouTube เป็นต้น สำหรับรายการเด่นของสถานี

- สร้างกระแสความนิยมของคลื่นผ่านการจัดกิจกรรมพิเศษส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์รายการ และกิจกรรมของแต่ละคลื่นผ่านสื่อของ บมจ. อสมท อย่างครบวงจร

- เพิ่มการทำตลาดเชิงรุก Three on : on air, online, on ground เพื่อดึงดูดเงินเพิ่มขึ้น ด้วยการมุ่งเน้นสนองตอบความต้องการของลูกค้าในรูปแบบการขายตามโจทย์ลูกค้า (Tailor Made Concept) และจัดกิจกรรมพิเศษขึ้นนอกเหนือจากกิจกรรมส่งเสริมการขายตามปกติ

- จัดรายการ และจัดทำแพคเกจ (Package) การขายพิเศษ ในช่วงเทศกาลและวันสำคัญต่างๆ



- เพิ่มการทำตลาดแบบเชื่อมโยงการขาย (Cross Selling) ในการขายเวลาโฆษณาของสถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท ส่วนกลางให้มากขึ้น
- เพิ่มการ Synergy ประสานพลังการตลาดของวิทยุฯ ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และสื่อที่ บมจ. อสมท มีอยู่ให้มากขึ้น
- เพิ่มช่องทางการนำเสนอในรูปแบบรายการ Facebook Live โดยผลิตรายการ Talk Together ทุกคืนวันพฤหัสบดี เวลา 21.00 - 22.00 น.

4) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจสถานีวิทยุฯ

- การจัดการรายการของสถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท ส่วนกลาง

การกระจายเสียงของสถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท ส่วนกลางในปัจจุบัน ดำเนินการผลิตและนำเสนอรายการเอง โดยผู้ดำเนินรายการที่มีทักษะและประสบการณ์ในการจัดรายการที่ยาวนาน ทั้งนักจัดรายการวิทยุฯ ที่เป็นพนักงานของบริษัท รวมทั้งนักจัดรายการภายนอกซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงที่มีความสามารถ และได้รับความนิยมจากผู้ฟังในวงกว้าง โดยการผลิตเปลี่ยนหมุนเวียนผลิตและเสนอรายการที่หลากหลายรูปแบบตามความต้องการและความนิยมของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของแต่ละคลื่น และมีการพัฒนาการผลิตให้ตอบสนองและตรงความต้องการของผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

- การจัดการรายการของสถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท ส่วนภูมิภาค

บมจ. อสมท ได้ดำเนินนโยบายบริหารจัดการสถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท ส่วนภูมิภาค ทั้ง 53 สถานีเองทั้งหมด โดยปรับรูปแบบการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับภาวะการแข่งขัน เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้ในเชิงธุรกิจ ทั้งการให้ผู้เช่าเวลาขายย่อยบริหารจัดการเวลาของสถานีบางส่วน เพื่อรักษาพันธมิตรที่ร่วมดำเนินกิจการเดิม และเปิดโอกาสให้นักจัดรายการในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมกับสถานี และการบริหารจัดการเวลาเองทั้งหมดของบางสถานี โดยการควบคุม ดูแลการผลิตและเสนอรายการให้เป็นไปตามผังรายการหลัก ภายใต้แนวคิด “สังคมสร้างสรรค์ด้วยปัญญา”

สถานีวิทยุฯ ที่ร่วมดำเนินการ

เอฟเอ็ม 105.5 เมกะเฮิร์ตซ์ “Easy FM” บมจ. อสมท ร่วมกับ บริษัท บางกอก

เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ดำเนินการให้เข้าเวลาจัดรายการและโฆษณาตามสัญญาร่วมดำเนินกิจการฯ

2.1.3 สำนักข่าวไทย

สำนักข่าวไทย Thai News Agency ชื่อย่อ : สขท. : TNA จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2520 เป็นสำนักข่าวแห่งแรกของประเทศไทย และถือเป็นสำนักข่าวระดับชาติ มีหน้าที่รับผิดชอบหลักในการผลิต รวบรวม จัดเก็บ และรายงานข่าว เพื่อนำเสนอออกอากาศทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ และผ่านทางสื่อดิจิทัล ตลอดจนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวกับพันธมิตรต่างประเทศ และเป็นหนึ่งในศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนและนำเสนอข่าวของประเทศไทยไปสู่นานาชาติทั่วโลก

สำนักข่าวไทยยึดหลักการนำเสนอข่าวตามมาตรฐานทางวิชาชีพ เน้นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เป็นกลาง ตามหลักจริยธรรมสื่อสารมวลชน โดยใช้เทคโนโลยีในการรายงานข่าวที่ทันสมัย และจัดตั้งศูนย์ข่าวพร้อมศูนย์ตรวจสอบข้อเท็จจริงในสื่อสังคมออนไลน์



สำนักข่าวไทย มีศูนย์ข่าวภูมิภาครับผิดชอบการผลิตข่าวในแต่ละพื้นที่รวม 4 ศูนย์ข่าว คือ ศูนย์ข่าวภาคกลางและภาคตะวันออก ศูนย์ข่าวภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ศูนย์ข่าวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น และศูนย์ข่าวภาคใต้ อำเภอนาทม จังหวัดสงขลา

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

รูปแบบของการให้บริการข่าวในสื่อต่าง ๆ

1) สื่อโทรทัศน์

- รายการประเพณีรายงานข่าว ที่ผลิตโดยสำนักข่าวไทยที่ออกอากาศเป็นรายการสด ได้แก่

- สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 MCOT HD หมายเลขช่อง 30 แบ่งเป็นข่าวภาคหลัก ได้แก่ ข่าวเที่ยง ข่าวค่ำ ข่าวต้นชั่วโมง โดยทุกภาคข่าวหลักมีแถบอักษรข่าว หรือ News Bar และรายการข่าว ได้แก่ รายการเช้าวันคุย รายการเรื่องพลบค่ำ รายการคลุกข่าวเล่าประเด็น รายการคู่ข่าวเสาร์ - อาทิตย์ รายการคับข่าวครบประเด็น รายการนาทิลงทุน รายการข่าวดั่งข้ามเวลา และรายการโลกเล่าเรื่อง

- ช่อง MCOT Family SD หมายเลขช่อง 14 ได้แก่ รายการคู่ข่าวเล่าทุกเรื่อง

2) สื่อวิทยุฯ

- ผลิตข่าวให้สถานีวิทยุฯ อสมท เครือข่ายทั่วประเทศในช่วงข่าวต้นชั่วโมง ตั้งแต่ 08.00 - 23.00 น.

- ผลิตรายการประเพณีข่าวให้แกสถานีวิทยุฯ เอฟเอ็ม 100.5 เมกะเฮิร์ตซ์ ในช่วงเครือข่ายทั่วประเทศ ได้แก่

- ก้าวทันข่าว ออกอากาศทุกวัน เวลา 07.30 - 08.00 น.
- สรุปรายข่าวภาคเที่ยง ออกอากาศทุกวัน เวลา 12.00 - 12.30 น.
- ครบเครื่องเรื่องข่าว ออกอากาศทุกวัน เวลา 18.25 - 19.00 น.

- ผลิตรายการ “สวนอักษร” ให้กับสถานีวิทยุฯ เอฟเอ็ม 100.5 เมกะเฮิร์ตซ์ ออกอากาศทุกวันเวลา 03.00 - 04.00 น. (ผลิตลงแผ่น CD พร้อมออกอากาศ และสิ้นปีจะส่งมอบแผ่น CD ให้มูลนิธิคนตาบอดไทย เพื่อนำไปให้บริการแก่ผู้พิการทางสายตา) โดยเป็นกิจกรรม CSR ของสำนักข่าวไทย

3) สื่อดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) Facebook, Youtube, Line, Instagram, Twitter และ Facebook ซึ่งนอกเหนือจากการนำเสนอข่าวแล้ว ยังมี Facebook Live รายการที่รับผลิตตามความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างรายได้ทางธุรกิจ เช่น รายการทำมาหาเงิน

2. ภาวะการแข่งขันของสำนักข่าวไทย

สำนักข่าวไทยกำลังเผชิญภาวะการแข่งขันที่สูงในภาคอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน จากการเปลี่ยนแปลงระบบการออกอากาศจากระบบแอนะล็อก เป็นระบบดิจิทัล ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2557 และประกอบกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อ ที่มีทางเลือกมากขึ้นในการรับชมผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ ที่มีความรวดเร็วและหลากหลาย อีกทั้งเงินโฆษณาสื่อโทรทัศน์มีการกระจายตัวมากขึ้น ส่งผลให้ภาวะการแข่งขันสูง



3. กลยุทธ์การตลาดของสำนักข่าวไทย

ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจสื่อสารมวลชน ทำให้เกิดการแย่งชิงฐานผู้ชมรายการ และเงินโฆษณาที่มีจำนวนจำกัด สำนักข่าวไทยจึงต้องเสริมศักยภาพความแข็งแกร่งในทุกๆ ด้าน โดยเน้นเนื้อหาที่มีความแตกต่าง ทั้งด้านลึกและกว้าง ทันสถานการณ์ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น รวมทั้งใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ เพื่อครองใจผู้ชม สอดรับกับกลยุทธ์การเชื่อมโยงสื่อแบบบูรณาการขององค์กร (Cross Media) โดยมีกลยุทธ์สำคัญในการดำเนินการ ดังนี้

- สร้าง Content ข่าวที่เชื่อถือได้
- กลยุทธ์การสร้างคุณค่าที่แตกต่าง เชิงลึก และทันเวลา โดยการคัดสรรเนื้อหารายการข่าว ในมุมมองใหม่ๆ และรอบด้าน เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม
- กลยุทธ์การสร้างสรรคงานสื่อบุคคลและภาพข่าวมุมมองใหม่ ซึ่งมีความแตกต่างไปจากเดิมโดยใช้อุปกรณ์การถ่ายทำแบบใหม่ เช่น กล้องแทนสายตาป้องกันการสั่นไหว หรือ Cosmo Camera กล้อง Action camera หรือ กล้อง GoPro ใช้สำหรับถ่ายภาพใต้น้ำ ที่ระดับความลึกไม่เกิน 3 เมตร และสำหรับถ่ายภาพบนอากาศ การใช้ภาพกล้องมุมสูงจากอากาศยานไร้คนขับ (Drone) ที่ทำให้เห็นภาพมุมสูงที่มีความแตกต่างและสวยงาม โดยในปัจจุบันสำนักข่าวไทยมี Drone ประจำในทุกศูนย์ข่าวหลักและในส่วนกลาง กล้อง DSLR กล้องถ่ายภาพนิ่งที่สามารถถ่ายภาพเคลื่อนไหวได้ มีความคมชัดลึก และชัดต้นจากระบบความยาวโฟกัส (Focal length) เพื่อรองรับงานจ้างผลิต จากภาครัฐและเอกชน ที่เน้นภาพแตกต่างจากกล้อง VIDEO ทั่วไป รวมถึง มีอุปกรณ์รายงานสดผ่านสัญญาณ 4G ที่มีความคมชัดสูง (HD) ประจำทุกศูนย์ข่าวหลัก และในส่วนกลาง เพื่อใช้ในการรายงานข่าวด่วนที่เกิดขึ้น เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ขนาดเล็ก สามารถเคลื่อนที่ได้รวดเร็ว คล่องตัว และประหยัดค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงาน
- กลยุทธ์การสร้างบุคลากรด้านข่าวให้มีความสามารถในการผลิตและนำเสนอรายการข่าวได้อย่างโดดเด่นผ่านการฝึกอบรม การแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับสำนักข่าวต่างประเทศ สร้างโอกาสให้กับบุคลากรด้านข่าว การเพิ่มประสิทธิภาพบุคลากร และการบริหารต้นทุนในการใช้รถ OB ของสำนักข่าวไทย ในการจัดรายการสดนอกสถานที่ ในรายการข่าว รายการเช้าวันคุย และรายการเรื่องพลค่า ตามสถานที่ท่องเที่ยว หรือ ร่วมกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดต่างๆ เพื่อเพิ่มฐานผู้ชม และเพิ่มรายได้ให้กับช่อง 9 MCOT HD
- กลยุทธ์การเชื่อมโยงสื่อแบบบูรณาการ (Cross Media) โดยผนึกกำลังทั้งด้านเนื้อหาและงบประมาณ ซึ่งจะเกิดประโยชน์ทั้งแก่ผู้ชม ผู้ฟังที่จะได้รับเนื้อหา (Contents) ที่หลากหลาย และสำหรับเอเจนซีโฆษณาจะสามารถเลือกใช้เม็ดเงินโฆษณา กับ บมจ. อสมท ได้อย่างคุ้มค่ามากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง
- กลยุทธ์การวางแผนเลือกใช้สื่อ ประชาสัมพันธ์รายการและกิจกรรมของรายการผ่านสื่อต่างๆ ของ บมจ. อสมท ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และสื่อประชาสัมพันธ์ภายนอก
- กลยุทธ์ด้านราคา มีการกำหนดราคาที่สามารถแข่งขันได้ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
- กลยุทธ์ทางด้านสื่อดิจิทัล เพิ่มเนื้อหาที่แตกต่าง หลากหลาย และทันต่อเหตุการณ์เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์

4. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของสำนักข่าวไทย

บมจ. อสมท มีนโยบายให้สำนักข่าวไทยนำเสนอข่าวในประเทศและข่าวต่างประเทศในสัดส่วนที่เหมาะสม โดยนำเสนอทั้งในรูปแบบข่าวทั่วไป สารคดีเชิงข่าว การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องในประเด็นข่าวที่อยู่



ในความสนใจ การรายงานสดสถานการณ์ข่าว รวมถึงรายงานพิเศษ สำนักข่าวไทยนำเสนอข่าวต่างประเทศจากสำนักข่าวชั้นนำที่ได้รับการยอมรับความเชื่อถือในระดับสากล เพื่อรายงานข่าวความเคลื่อนไหวและเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลกด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง ขณะเดียวกันสำนักข่าวไทยจัดส่งทีมข่าวไปยังประเทศต่างๆ เพื่อรายงานข่าวที่อยู่ในความสนใจ ของประชาชน โดยการเผยแพร่ทั้งในสื่อโทรทัศน์และสื่อดิจิทัล นอกจากนี้ สำนักข่าวไทยยังมีการให้บริการขยายภาพข่าว ทั้งในอดีตและปัจจุบัน เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทั้งลูกค้าและประชาชน

ความสัมพันธ์ระหว่างสำนักข่าวไทยกับสื่อต่างประเทศ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ

1. ความสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจ - สำนักข่าวไทยมีสัญญาซื้อลิขสิทธิ์ข่าวจาก 3 สำนักข่าวต่างประเทศ รายใหญ่ของโลก 3 ราย คือ สำนักข่าว Reuters สำนักข่าว AP (ข่าวโทรทัศน์ + ข่าว Text) และ สำนักข่าว AFP (เฉพาะ Text)

2. ความสัมพันธ์ในเชิงความร่วมมือ - สำนักข่าวไทยมีความร่วมมือกับองค์กรสื่อต่างประเทศทั้งในระดับทวิภาคี คือ ระหว่างองค์กรกับองค์กร (แค่สองฝ่าย) กับระดับเครือข่ายหรือพหุภาคี (มีสมาชิกหลายรายอยู่ในเครือข่ายเดียวกัน)

2.1 ความร่วมมือในระดับทวิภาคี สำนักข่าวไทยมีบันทึกความเข้าใจ (MoU) ว่าด้วยความร่วมมือของสองฝ่ายกับองค์กรสื่อในต่างประเทศ เช่น NHK ของญี่ปุ่น Xinhua ของจีน VTV ของเวียดนาม Antara ของอินโดนีเซีย TVK สถานีโทรทัศน์แห่งชาติกัมพูชา เป็นต้น ทั้งนี้ ความร่วมมือที่มีต่อกันเป็นลักษณะของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การพบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างผู้บริหาร และการอำนวยความสะดวกแก่ทีมข่าวของกันและกัน เวลาที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งต้องการการสนับสนุนในการทำข่าวในโอกาสต่างๆ

2.2 ความร่วมมือในระดับพหุภาคี ปัจจุบัน มีสองเครือข่ายที่สำนักข่าวไทยเป็นสมาชิกในการแลกเปลี่ยนข่าวคือ

2.2.1 องค์กรสำนักข่าวแห่งเอเชียแปซิฟิก (The Organization of Asia- Pacific News Agencies : OANA) - กลุ่มประเทศสมาชิก UNESCO จำนวนหนึ่งร่วมกันก่อตั้งสำนักข่าว OANA (โออาน่า) ขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารกันในหมู่สมาชิก ปัจจุบัน OANA มีสำนักข่าวและหน่วยงานด้านข่าวเป็นสมาชิกจำนวน 44 ราย จาก 35 ประเทศ สำนักข่าวไทย (TNA) เป็นสมาชิกหรือตัวแทนจากประเทศไทยเพียงรายเดียว ความร่วมมือของสมาชิก OANA เน้นไปที่การแลกเปลี่ยนข่าวระหว่างกัน โดยสมาชิกให้สิทธิแก่กันในการนำเอาข่าวต่างๆ ที่นำเสนอทางเว็บไซต์ไปใช้ประโยชน์ ทั้งนี้ สำนักข่าวไทย โดยฝ่ายข่าวประเทศ แพลตฟอร์มข่าวไทยส่ง OANA ต่อเนื่องมาเป็นเวลานาน และในแต่ละวันมีการเลือกข่าวที่น่าสนใจจากสมาชิก OANA มาใช้ทางข่าวต้นชั่วโมงภาคภาษาอังกฤษวิทยุ MET 107 และบางส่วนก็นำมาแปลเป็นภาษาไทย เผยแพร่ทางสื่อของสำนักข่าวไทย โดยเฉพาะทางเว็บไซต์

2.2.2 ASIAVISION (เอเชียวิชั่น) - เป็นเครือข่ายแลกเปลี่ยนข่าวโทรทัศน์ระหว่างสถานีโทรทัศน์ซึ่งเป็นสมาชิกของสหภาพวิทยุ-โทรทัศน์แห่งเอเชีย-แปซิฟิก หรือ Asia-Pacific Broadcasting Union (ABU) ปัจจุบัน ASIAVISION มี Broadcasters ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก เป็นสมาชิกจำนวน 34 ราย จาก 30 ประเทศ สำนักข่าวไทย อสมท ภายใต้ชื่อ MCOT เป็นสมาชิกจากประเทศไทยเพียงรายเดียว



สำนักข่าวไทย ภายใต้ชื่อ MCOT มีบทบาทสำคัญใน ASIAVISION มาโดยตลอด ผู้บริหารจากสำนักข่าวไทยเคยได้รับเลือกให้เป็นประธาน ASIAVISION 2 สมัย ดำรงตำแหน่งระหว่างปี 2548 - 2557 ในด้านการแลกเปลี่ยนข่าวสาร สำนักข่าวไทย อสมท เป็นสมาชิกใน 5 อันดับต้นๆ ร่วมกับสื่อระดับสากลอย่าง NHK ของญี่ปุ่น CCTV ของจีน CBS ของสหรัฐอเมริกาเกาหลี ที่ส่งข่าวในสัดส่วนและจำนวนสูงสุดในเครือข่าย และมีสมาชิกรับข่าวไปใช้และให้เครดิต ข่าวที่สำนักข่าวไทยส่งไปแลกเปลี่ยนในเครือข่าย ASIAVISION ได้รับการยอมรับในระดับมาตรฐานของงาน

2.1.4 การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ภาคพื้นดิน

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การให้บริการโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ คือ การให้บริการระบบเชื่อมโยงกลุ่มเครื่องส่งหรือถ่ายทอดสัญญาณเสียงหรือภาพที่ใช้ในการส่งข่าวสารสาธารณะหรือรายการจากสถานี ไม่ว่าจะโดยสื่อตัวนำที่เป็นสาย คลื่นความถี่ แสง คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าหรือสื่อตัวนำอื่นๆ

1) เครือข่ายของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ระบบแอนะล็อก

บริษัทฯ มีเครือข่ายสถานีโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อก ทั้งสิ้นรวม 36 สถานี ประกอบด้วย สถานีแม่ข่ายในกรุงเทพมหานคร จำนวน 1 สถานี และสถานีทวนสัญญาณโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาค จำนวน 35 สถานี ดังนี้

ภาค	ที่ตั้งสถานี	ช่องออกอากาศ
ภาคกลางและตะวันออก (6 สถานี)	กรุงเทพมหานคร	ช่อง 9
	ตราด	ช่อง 9
	ระยอง	ช่อง 10
	สระแก้ว	ช่อง 10
	ประจวบคีรีขันธ์	ช่อง 10
	สิงห์บุรี	ช่อง 53
ภาคเหนือ (11 สถานี)	เชียงราย	ช่อง 4
	นครสวรรค์	ช่อง 4
	เพชรบูรณ์	ช่อง 5
	เชียงใหม่	ช่อง 9
	สุโขทัย	ช่อง 9
	น่าน	ช่อง 9
	ลำปาง	ช่อง 10
	แพร่	ช่อง 10
	ตาก	ช่อง 10
	อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน	ช่อง 10
	อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน	ช่อง 10
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (9 สถานี)	เลย	ช่อง 6
	อุบลราชธานี	ช่อง 8
	มุกดาหาร	ช่อง 8



ภาค	ที่ตั้งสถานี	ช่องออกอากาศ
	ขอนแก่น สกลนคร สุรินทร์ นครราชสีมา	ช่อง 9 ช่อง 9 ช่อง 9 ช่อง 10
	อุดรธานี ร้อยเอ็ด	ช่อง 31 ช่อง 43
ภาคใต้ (10 สถานี)	สงขลา ยะลา ภูเก็ต นครศรีธรรมราช ชุมพร ระนอง สตูล	ช่อง 4 ช่อง 5 ช่อง 9 ช่อง 9 ช่อง 9 ช่อง 9 ช่อง 9
	สุราษฎร์ธานี	ช่อง 10
	ตรัง	ช่อง 10
	พังงา	ช่อง 10

การดำเนินการเครือข่ายของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ อยู่ภายใต้กฎข้อบังคับของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) โดยคณะกรรมการ กสทช. ในการประชุมครั้งที่ 7/2556 เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2556 เรื่องความจำเป็นในการใช้คลื่นความถี่และกำหนดระยะเวลาการถือครองคลื่นความถี่ของ บมจ. อสมท (สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ช่อง 9) มีมติเห็นควรพิจารณากำหนดระยะเวลาการถือครองคลื่นความถี่เพื่อใช้ในการประกอบกิจการโทรทัศน์ตามมาตรา 74 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 โดยให้คืนคลื่นความถี่ตามมาตรา 83 วรรค 3 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ภายใน 5 ปี (พ.ศ. 2561) นับแต่วันที่สำนักงาน กสทช. มีมติเห็นชอบกำหนดระยะเวลาการคืนคลื่นความถี่ ทั้งนี้ บมจ. อสมท ได้ยุติการดำเนินการเครือข่ายสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ระบบแอนะล็อกตั้งแต่กลางปี 2561

2) การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล ประเภทธุรกิจระดับชาติ

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสทช.) ในการประชุมวันที่ 17 มิถุนายน 2556 มีมติอนุญาตให้ บมจ. อสมท เป็น 1 ในผู้ประกอบการโครงข่าย 4 ราย ที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ เพื่อให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลระดับชาติเป็นระยะเวลา 15 ปี นับตั้งแต่วันที่ 17 มิถุนายน 2556 - 16 มิถุนายน 2571 ปัจจุบันมีผู้ประกอบการ จำนวน 4 ราย ประกอบด้วย สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จำนวน 2 MUX องค์กรกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (Thai PBS) กรมประชาสัมพันธ์ และ บมจ. อสมท ได้รับสิทธิในการให้บริการโครงข่าย รายละเอียด 1 MUX รวมให้บริการทั้งสิ้นจำนวน 5 MUX และ กสทช. ได้ออกใบอนุญาตในการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ กับ บมจ. อสมท เมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2556



ทั้งนี้ การได้รับใบอนุญาตฯ ดังกล่าว เป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้ บมจ. อสมท เป็นผู้ประกอบการธุรกิจสื่อสารมวลชนที่สามารถให้บริการธุรกิจโทรทัศน์ระบบดิจิทัลได้ครบวงจร ถือเป็นช่องทางการสร้างรายได้อีกช่องทางหนึ่งของ บมจ. อสมท โดยการให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลเริ่มต้นในเดือนเมษายน 2557 ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลเป็นสถานีแรก และได้เร่งดำเนินการให้บริการระบบการเชื่อมโยงของกลุ่มเครื่องส่งเพื่อถ่ายทอดสัญญาณเสียงและภาพที่ใช้ในการส่งข่าวสารสาธารณะหรือรายการจากสถานีไปยังเครื่องรับคลื่นความถี่แม่เหล็กไฟฟ้า ซึ่งเป็นการให้บริการในลักษณะของ “ผู้รวบรวมช่องรายการ” หรือ Multiplex Operators ซึ่งทำหน้าที่ในการให้บริการรวบรวมช่องรายการจากผู้ประกอบกิจการหลายๆ ราย (Operators) เข้าด้วยกัน และทำการเผยแพร่สัญญาณโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลระดับชาติ ไปยังเครื่องรับโทรทัศน์ของผู้ชม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนในด้านการศึกษาวัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐ สาธารณชน และความบันเทิง และประโยชน์สาธารณะอื่นๆ

โครงการให้บริการโครงข่ายกระจายเสียงและโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลของ บมจ. อสมท สามารถให้บริการช่องรายการโทรทัศน์ดิจิทัลในระบบความละเอียดมาตรฐาน หรือ Standard Definition ได้จำนวน 6 ช่องรายการ และช่องรายการโทรทัศน์ดิจิทัลในระบบความละเอียดสูง หรือ High Definition ได้จำนวน 2 ช่องรายการ ทั้งนี้ จำนวนช่องรายการและอัตราค่าบริการจะมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อมีผู้ประกอบการฯ ขอใช้บริการในระบบความละเอียดสูง หรือ High Definition โดย บมจ. อสมท มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนี้

- ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล ประเภทบริการธุรกิจ
- ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล ประเภทบริการสาธารณะ
- ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล ประเภทบริการชุมชน

บมจ. อสมท ได้ดำเนินการขยายโครงข่ายกระจายเสียงและโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล โดยได้ติดตั้งโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 39 สถานีหลัก และ 129 สถานีเสริม เพื่อให้ครอบคลุมกว่าร้อยละ 95.1 ของจำนวนครัวเรือน นับตั้งแต่วันที่ 15 มิถุนายน 2560 ซึ่งสอดคล้องตามข้อกำหนดของสำนักงาน กสทช. เพื่อให้ประชาชนสามารถรับชมผ่านเครื่องรับสัญญาณโทรทัศน์ที่มีระบบรับสัญญาณแบบ DVB-T2 ประกอบอยู่ในเครื่อง (built-in Tuner) และผ่านกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ (Set top Box) ดังนี้

กำหนดการให้บริการ	ชื่อสถานี	ผลการดำเนินงาน	หมายเหตุ
1 เมษายน 2557	กรุงเทพฯ	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2557	ให้บริการครอบคลุมจำนวนครัวเรือนคิดเป็นร้อยละ 50 ของจำนวนครัวเรือนทั่วประเทศ
	เชียงใหม่	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2557	
	สงขลา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2557	
	นครราชสีมา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2557	
1 พฤษภาคม 2557	สุราษฎร์ธานี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2557	
	ระยอง	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2557	
	อุบลราชธานี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2557	
1 มิถุนายน 2557	สุโขทัย	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2557	
	ขอนแก่น	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2557	
	หัวหิน (สถานีเสริม)	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2557	
	อุดรธานี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2557	



กำหนดการให้บริการ	ชื่อสถานี	ผลการดำเนินงาน	หมายเหตุ
	สิงห์บุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 2 กันยายน 2557	
1 สิงหาคม 2557	นครสวรรค์	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2557	ให้บริการครอบคลุม จำนวนครัวเรือน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 80 ของจำนวน ครัวเรือนทั่วประเทศ
	เชียงราย	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2557	
	ร้อยเอ็ด	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2557	
	สระแก้ว	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2557	
1 ตุลาคม 2557	ภูเก็ต	ออกอากาศเมื่อวันที่ 22 มกราคม 2558	
	นครศรีธรรมราช	ออกอากาศเมื่อวันที่ 24 มกราคม 2558	
	ตรัง	ออกอากาศเมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2558	
	สุรินทร์	ออกอากาศเมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2558	
1 ธันวาคม 2557	ประจวบคีรีขันธ์	ออกอากาศเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2557	
	ลำปาง	ออกอากาศเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2558	
	น่าน	ออกอากาศเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2558	
	สกลนคร	ออกอากาศเมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2558	
	เพชรบูรณ์	ออกอากาศเมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2558	
1 กุมภาพันธ์ 2558	มุกดาหาร	ออกอากาศเมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2558	
	ตราด	ออกอากาศเมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2558	
	ตาก	ออกอากาศเมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2558	
	กาญจนบุรี	ออกอากาศเมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2558	
	ชุมพร	ออกอากาศเมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2558	
1 เมษายน 2558	เลย	ออกอากาศเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2558	
	ชัยภูมิ	ออกอากาศเมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2558	
	แม่ฮ่องสอน	ออกอากาศเมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2558	
	แพร่	ออกอากาศเมื่อวันที่ 9 เมษายน 2558	
	ระนอง	ออกอากาศเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2558	
1 มิถุนายน 2558	ยะลา	ออกอากาศเมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2558	
	สตูล	ออกอากาศเมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2558	
	บึงกาฬ	ออกอากาศเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2558	
	ศรีสะเกษ	ออกอากาศเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2558	
	อุตรดิตถ์	ออกอากาศเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2558	
15 มิถุนายน 2558	ทุ่งสง (เขาดาว)	ออกอากาศเมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2558	
	จ. นครศรีธรรมราช		
	เขายายเที่ยง จ. นครราชสีมา	ออกอากาศเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2558	
	พะเยา (เมือง)	ออกอากาศเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2558	



กำหนดการให้บริการ	ชื่อสถานี	ผลการดำเนินงาน	หมายเหตุ
	วังคัน (ด่านช้าง 2) จ. สุพรรณบุรี	ออกอากาศเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2558	
	บุรีรัมย์	ออกอากาศเมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2558	
	ชุมแพ จ. ขอนแก่น	ออกอากาศเมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2558	
	ชุมพวง จ. นครราชสีมา	ออกอากาศเมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2558	
1 ธันวาคม 2558	ปาย จ. แม่ฮ่องสอน	ออกอากาศเมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2558	ให้บริการครอบคลุม จำนวนครัวเรือน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 90 ของจำนวน ครัวเรือนทั่วประเทศ
	ไชยปราการ จ. เชียงใหม่	ออกอากาศเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2558	
	สุโขทัย จ. นครราชสีมา	ออกอากาศเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2558	
	ปราจีนบุรี (ค่ายพรหมโยธี)	ออกอากาศเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2558	
	เถิน จ. ลำปาง	ออกอากาศเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2558	
	เขาป้อม เกาะสมุย จ. สุราษฎร์ธานี	ออกอากาศเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2558	
	สระบุรี (ศูนย์การทหารม้า)	ออกอากาศเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2558	
	ทับสะแก จ. ประจวบคีรีขันธ์	ออกอากาศเมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2558	
1 กุมภาพันธ์ 2559	ภูหินขัน (มุกดาหาร)	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 27 มกราคม 2559	
	เขาสลัก จ. ชลบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 28 มกราคม 2559	
	พัทธยา จ. ชลบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 28 มกราคม 2559	
	เบตง จ. ยะลา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 28 มกราคม 2559	
	ตะกั่วป่า จ. พังงา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2559	
	หนองบัวแดง จ. ชัยภูมิ	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2559	
	มวกเหล็ก จ. สระบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2559	
	แม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2559	
1 มิถุนายน 2559	แม่ฮ่องสอน (เขาห้วยนางปู้)	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2559	
	พะเยา (บ้านไร่คนเดียว)	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2559	
	เชียงดาว จ. เชียงใหม่ (เขาห้วยหินฝน)	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2559	
	ภูสิงห์ จ. กาฬสินธุ์	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม 2559	
	พิจิตร	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2559	
	วิเชียรบุรี จ. เพชรบูรณ์	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2559	
	เพชรบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2559	
	หลังสวน จ. ชุมพร	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2559	
	นครพนม	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2559	
	ยโสธร	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2559	



กำหนดการให้บริการ	ชื่อสถานี	ผลการดำเนินงาน	หมายเหตุ
	สุพรรณบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2559	
	ท่าแซะ จ. ชุมพร	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2559	
	อำนาจเจริญ	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2559	
	แม่สอด จ. ตาก	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2559	
	พังงา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2559	
	กระบี่	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2559	
	หนองบัวลำภู	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2559	
	กำแพงเพชร	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2559	
	นราธิวาส	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2559	
	พล จ. ขอนแก่น	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2559	
	เชียงใหม่ จ. น่าน (ดอยหินแก้ว)/ปัว	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2559	
1 กุมภาพันธ์ 2560	กันทรลักษณ์ จ. ศรีสะเกษ	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 28 มกราคม 2560	ให้บริการครอบคลุม จำนวนครัวเรือนเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 95.1 ของจำนวนครัวเรือนทั่ว ประเทศ
	ลี จ. ลำพูน	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2560	
	เวียงแหง จ. เชียงใหม่	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2560	
	เชียงของ จ. เชียงราย	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2560	
	สมุทรสงคราม	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2560	
	พริ้ว จ. เชียงใหม่	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2560	
1 กุมภาพันธ์ 2560	หล่มสัก จ. เพชรบูรณ์	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2560	
	โคกเจริญ จ. ลพบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2560	
	น้ำโสม จ. อุตรดิตถ์	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2560	
	คีรีรัฐนิคม จ. สุราษฎร์ธานี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2560	
	พนม จ. สุราษฎร์ธานี (ทับศรีสต์)	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2560	
	แม่สรวย จ. เชียงราย (ดอยม่อนปาก้อย)	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2560	
1 เมษายน 2560	จอมบึง จ. ราชบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2560	
	ไทรโยค จ. กาญจนบุรี (เขาป่าห่ม)	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2560	
	ตาพระยา จ. สระแก้ว	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2560	
1 มิถุนายน 2560	พปพระ จ. ตาก	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2560	
	โป่งน้ำร้อน จ. จันทบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2560	
	หนองบัวแดง 2 จ. ชัยภูมิ	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2560	



กำหนดการให้บริการ	ชื่อสถานี	ผลการดำเนินงาน	หมายเหตุ
	วังเหนือ จ. ลำปาง	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2560	
	วังชิ้น จ. แพร่	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2560	
	คลองลาน จ. กำแพงเพชร	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2560	
	บ่อทอง จ. ชลบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2560	
	บุญทริก จ. อุบลราชธานี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2560	
	น้ำยืน จ. อุบลราชธานี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2560	
	แก้งคร้อ จ. ชัยภูมิ (ภูผาแดง)	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2560	
	นครไทย จ. พิษณุโลก (เขาห้วยหินลาด)	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2560	
	ถลุง จ. ภูเก็ต	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2560	
	ดอยเต่า จ. เชียงใหม่	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2560	
	เวียงป่าเป้า จ. เชียงราย	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2560	
	ลานสัก จ. อุทัยธานี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2560	
15 มิถุนายน 2560	จันทบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2560	
	แก่งหางแมว จ. จันทบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2560	
	ปง จ. พะเยา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2560	
	เชียงม่วน จ. พะเยา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2560	
	โพธิ์ไทร จ. อุบลราชธานี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2560	
	หนองหิน จ. เลย	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2560	
	เกาะพัง จ. สุราษฎร์ธานี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2560	
	เขาดาดฟ้า จ. นครศรีธรรมราช	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2560	
	บ้านกมลา จ. ภูเก็ต	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2560	
	ภูเวียง จ. ขอนแก่น	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2560	
	ทองผาภูมิ จ. กาญจนบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560	
	ปลายพระยา จ. กระบี่	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560	
	หนองปรือ จ. กาญจนบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560	
	ด่านช้าง จ. สุพรรณบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560	
	เขาสลัดได วังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560	
	เทพสถิต จ. ชัยภูมิ	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560	
	นางรอง จ. บุรีรัมย์	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560	
	สะเมิง จ. เชียงใหม่	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560	
	แม่ฟ้าหลวง จ. เชียงราย	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560	



กำหนดการให้บริการ	ชื่อสถานี	ผลการดำเนินงาน	หมายเหตุ
	เวียงแก่น จ. เชียงราย	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560	
	ภูซาง จ. พะเยา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560	
	ชนแดน จ. เพชรบูรณ์	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560	
	กะรน จ. ภูเก็ต	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560	
	ป่าตอง จ. ภูเก็ต	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560	
	พะโต๊ะ จ. ชุมพร	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560	
	คุระบุรี จ. พังงา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560	
	เชียงใหม่ จ. เลย	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	ดงหลวง จ. มุกดาหาร	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	เขาวง จ. ลพบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	ภักดีชุมพล จ. ชัยภูมิ	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	ปากน้ำปราม จ. ประจวบคีรีขันธ์	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	ปทุมราชวงศา จ. อำนาจเจริญ	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	แม่แจ่ม จ. เชียงใหม่	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	แม่เมาะ จ. เชียงใหม่	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	งาว จ. ลำปาง	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	น้ำปาด จ. อุตรดิตถ์	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	ท่าสองยาง จ. ตาก	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	สวี่ จ. ชุมพร	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	กระบี่ จ. ระนอง	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	ทุ่งมะพร้าว จ. พังงา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	เขาคุหา จ. สงขลา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	เขาแหลมหินช้าง จ. พังงา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	บ้านแพน จ. นครพนม	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2560	
	ท่าตะเียบ จ. ฉะเชิงเทรา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2560	
	สังขละบุรี จ. กาญจนบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2560	
	ชัยบาดาล จ. ลพบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2560	
	เทพา จ. สงขลา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2560	
	นาทวี จ. สงขลา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2560	
	เขาค้อ จ. เพชรบูรณ์	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2560	
	เวียงสระ จ. สุราษฎร์ธานี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2560	
	ปะเหลียน จ. ตรัง	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2560	



กำหนดการให้บริการ	ชื่อสถานี	ผลการดำเนินงาน	หมายเหตุ
	กะเปอร์ จ. ระนอง	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2560	
	ปะนาเระ จ. ปัตตานี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2560	
	เมืองยะลา จ. ยะลา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2560	

บมจ. อสมท ให้บริการออกอากาศช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล บนโครงข่ายโทรทัศน์ประเภทใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลระดับชาติ ของ บมจ. อสมท ดังนี้

1) ช่องรายการโทรทัศน์ดิจิทัล แบบความคมชัดสูง (High Definition)

- ช่อง 9 MCOT HD หมายเลขช่อง 30 ดำเนินการโดย บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)
- ช่องไทยรัฐทีวี ช่อง 32 ดำเนินการโดย บริษัท ทริปเปิลวี บรอดคาสท์ จำกัด

2) ช่องรายการโทรทัศน์ดิจิทัล แบบความคมชัดปกติ (Standard Definition)

- ช่อง MCOT Family หมายเลขช่อง 14 ดำเนินการโดย บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)
บมจ. อสมท ค้าใบอนุญาตประกอบกิจการ
โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน
2562
- ช่องสปริงนิวส์ ช่อง 19 ดำเนินการโดย บริษัท สปริงนิวส์ เทเลวิชั่น จำกัด
บริษัทฯ ค้าใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ระบบ
ดิจิทัล ตั้งแต่วันที่ 16 สิงหาคม 2562
- ช่องวอยซ์ทีวี ช่อง 21 ดำเนินการโดย บริษัท วอยซ์ ทีวี จำกัด
บริษัทฯ ค้าใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์
ระบบดิจิทัล ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2562
- ช่องรัฐสภา ช่อง 10 ดำเนินการโดย สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

2. ภาวะการแข่งขันภายใต้ธุรกิจสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงข่าย

เดิมธุรกิจการให้บริการโครงข่ายด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ถือเป็นอุตสาหกรรมกึ่งผูกขาดที่มีความเสี่ยงต่ำ ด้วยจำนวนผู้ให้บริการที่มีจำกัด โดยสำนักงาน กสทช. ให้ใบอนุญาตประกอบกิจการฯ แก่ผู้ประกอบการโครงข่ายรายเดิมจำนวนเพียง 4 รายเท่านั้น ได้แก่ บมจ. อสมท สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 กรมประชาสัมพันธ์ และองค์กรแพร่ภาพกระจายเสียงแห่งประเทศไทย แต่จากสถานการณ์ของธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีการแข่งขันสูงมาก เมื่อพิจารณาจากผลประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลเกือบทั้งหมดประสบปัญหาภาวะขาดทุน รวมถึงการเติบโตของสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคและผู้ซื้อสื่อโฆษณาเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่เงินโฆษณามีจำกัด และมีอัตราการเติบโตลดลง โดยในปี 2562 ช่องรายการบางรายยุติการออกอากาศ โดยการค้ำใบอนุญาตประกอบกิจการฯ ให้กับ สำนักงาน กสทช. ทำให้โครงข่ายมีช่องสัญญาณว่างลง และส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการโครงข่ายฯ จากที่เคยมีผู้ใช้บริการที่มีจำนวนแน่นอนเป็นธุรกิจที่ต้องมีการแข่งขันเพื่อรักษารฐานลูกค้าเดิมและแย่งชิงลูกค้าใหม่



อย่างไรก็ตาม โทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินยังต้องแข่งขันกับโทรทัศน์แบบไม่ใช้คลื่นความถี่อย่างเคเบิลทีวี โทรทัศน์ดาวเทียม และอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น ประกอบกับมีรายการหลากหลายและน่าสนใจจำนวนมากให้เลือกชม แต่โทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินมีจุดเด่นในเรื่องความคมชัดสูง วิธีการรับชมเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายกว่า จึงคาดการณ์ว่าในอนาคตอันใกล้ คนไทยจำนวนมากจะกลับมารับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดินมากขึ้น ซึ่งโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินมีข้อได้เปรียบ ดังนี้

1. วิธีการรับชมเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายกว่า โดยการติดตั้งสายอากาศโทรทัศน์ระบบดิจิทัลทำได้ง่าย และสามารถรับสัญญาณง่ายแม้ในอาคารที่ทึบอาศัย
2. ความคมชัดสูงกว่าการรับชมบนแพลตฟอร์มอื่นและมีข้อดีเหนือโทรทัศน์ระบบแอนะล็อกในแง่ความคมชัดที่ดีกว่า

3. กลยุทธ์การตลาดของการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงข่ายฯ

บมจ. อสมท มีแผนในการให้บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก มุ่งเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพเป็นไปตามข้อกำหนดของ กสทช. รวมถึงการวางแผนและแก้ไขปัญหาเพื่อลดเหตุขัดข้องจากการหยุดออกอากาศ โดยมีกิจกรรมหลักดังนี้

- 1) ดำเนินการในเชิงการระวัง ป้องกัน และการกำกับดูแลรักษา เพิ่มความมั่นใจการให้บริการและขยายพื้นที่การให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่ เพื่อรักษามาตรฐานลูกค้า (ผู้เช่าใช้โครงข่ายรายเดิม)
- 2) พัฒนาคุณภาพการให้บริการและความหลากหลายของบริการทำให้เกิดประโยชน์ และดูแลบำรุงรักษาโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีประสิทธิภาพ เพิ่มความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้เช่าใช้โครงข่ายฯ
- 3) บริหารจัดการในเรื่องของการวางแผนการกระจายสัญญาณให้ครอบคลุมในทุกพื้นที่ รวมถึงสามารถใช้โครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อเป็นผู้นำของการให้บริการ

4. การจัดหาผลิตภัณฑ์ของการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงข่ายฯ

บมจ. อสมท ดำเนินการให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์เพื่อรองรับการให้บริการโทรทัศน์ประเภทใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลและให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ โดยได้ดำเนินการจัดหาเครื่องวิทยุคมนาคมมาติดตั้งขยายเขตการให้บริการโครงข่าย และการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์โดยเร็ว ช่วยให้ประชาชนได้รับการบริการอย่างทั่วถึง ไม่ให้เกิดการเหลื่อมล้ำทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะกรณีคนพิการและคนด้อยโอกาสตลอดจนได้รับข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นอย่างทันทั่วถึง เช่น ข้อมูลภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน

- การให้บริการด้านโครงข่ายกระจายเสียงและโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล

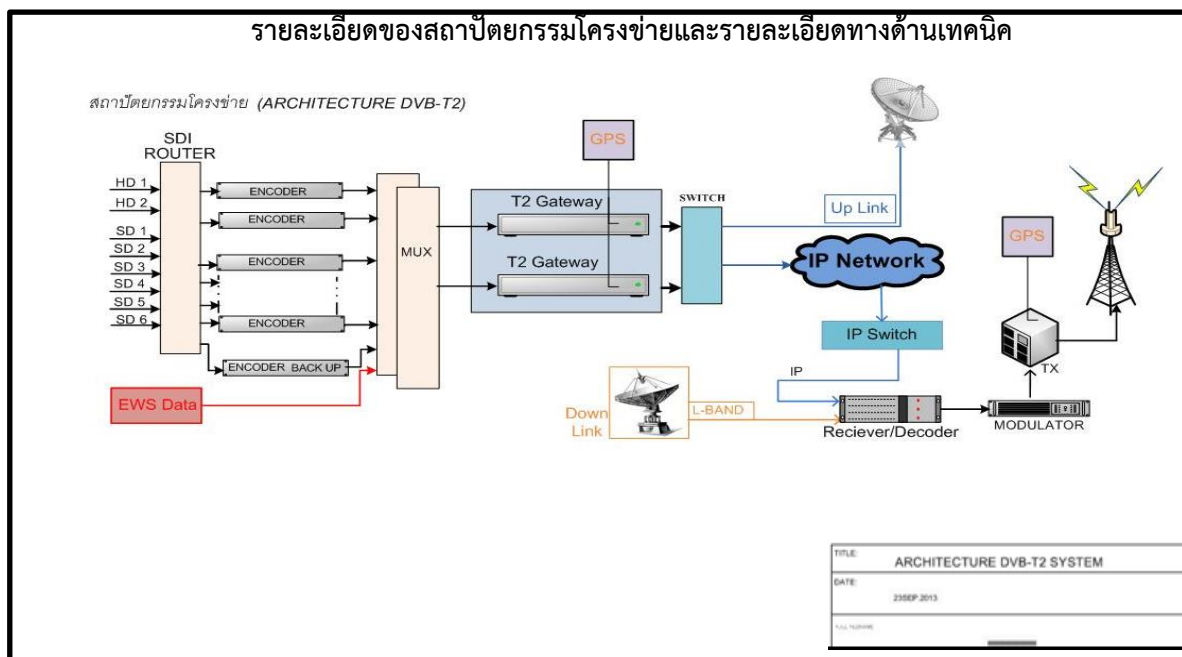
โครงการให้บริการโครงข่ายกระจายเสียงและโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ได้มีการติดตั้งอุปกรณ์สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลที่ใช้ระบบ Second Generation Digital Terrestrial Television Broadcasting System (DVB-T2) ตามประกาศ กสทช. ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ผู้ให้บริการโครงข่ายฯ ในประเทศชั้นนำต่างๆ เลือกใช้ สำหรับอุปกรณ์ที่ใช้ในการส่งสัญญาณโทรทัศน์ ประกอบด้วยอุปกรณ์ที่ทำหน้าที่บีบอัด รวมสัญญาณภาพเสียง และข้อมูลเข้าด้วยกัน แล้วส่งไปสู่สถานีโครงข่ายฯ ปลายทาง ตามมาตรฐาน DVB-T2 ซึ่งประกอบด้วย

- สถานีแม่ข่าย ประกอบด้วยอุปกรณ์ SD/HD Encoder, Multiplexer, DVB-T2 Gateway etc.

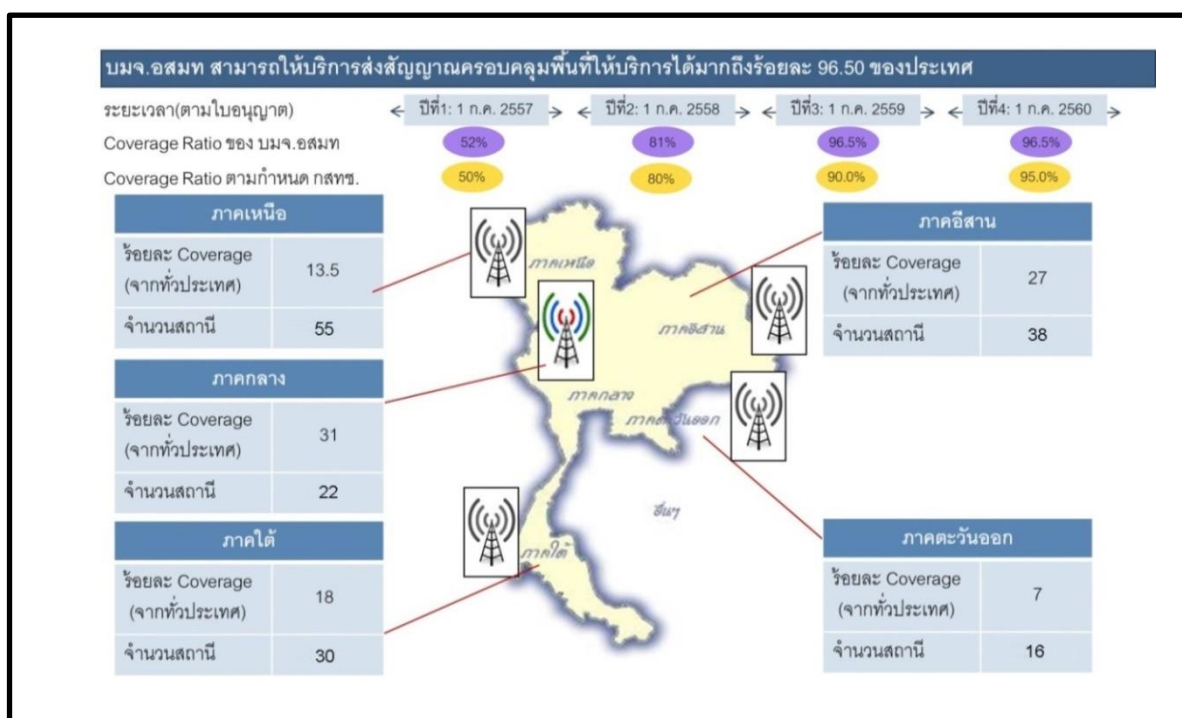


- อุปกรณ์เครื่องส่ง ประกอบด้วย เครื่องส่งโทรทัศน์ระบบดิจิทัล อุปกรณ์รับสัญญาณจากแม่ข่าย
- อุปกรณ์เชื่อมโยง ประกอบด้วย อุปกรณ์เชื่อมโยงผ่านระบบดาวเทียม และระบบไฟเบอร์ออฟติก

การวางแผนการลงทุนซึ่งประกอบด้วยการลงทุนในระบบ Head End, Transmitter, Receiving Equipment, Tools & Instrument และระบบ Control & Monitoring system ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการโครงข่ายทั้งของสถานีแม่ข่าย สถานีหลัก และสถานีเสริม สามารถแบ่งตามรายอุปกรณ์ได้ ดังนี้



ภาพรวมความครอบคลุมของพื้นที่สัญญาณตามแผนการให้บริการของ บมจ. อสมท



**1) แพลตฟอร์ม (Platform) ที่ให้บริการ**

ให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลที่ใช้ระบบการส่งสัญญาณด้วยคลื่นความถี่ (free-to-air) โดยอาศัยระบบ Second Generation Digital Terrestrial Television Broadcasting System (DVB-T2)

2) รูปแบบของสัญญาณที่มีการรับส่ง

(1) การบีบอัดสัญญาณ (Baseband Signal and Compression) การเข้ารหัสสัญญาณภาพ (Video Coding) ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในมาตรฐาน ISO/IEC 14496-10 : 2012 : Information technology Coding of audio-visual objects - Part 10: Advanced Video Coding (MPEG 4 AVC/H.264) ทั้งนี้ กำหนดให้มีสัญญาณภาพ 2 มาตรฐาน ดังนี้

- มาตรฐานความคมชัดปกติ (Standard Definition-SD) มีความละเอียด 720x576 แบบ interlace (576i) ที่มีอัตราเฟรม (frame rate) 25 ภาพต่อวินาที และอัตราส่วนภาพ (aspect ratio) 16.9 และ 4.3
- มาตรฐานความคมชัดสูง (High Definition-HD) มีความละเอียด 1920x1080 แบบ interlace (1080i) ที่มีอัตราเฟรม (frame rate) 25 ภาพต่อวินาที และอัตราส่วนภาพ (aspect ratio) 16.9 หรือมีความละเอียด 1280x720 แบบ progressive (720p) ที่มีอัตราเฟรม (frame rate) 50 ภาพต่อวินาที และอัตราส่วนภาพ (aspect ratio) 16.9

(2) การเข้ารหัสสัญญาณเสียง (Audio Coding) แบบสองช่องเสียง (Stereo) ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในมาตรฐาน ISO/IEC 14496-3:2009 : Information technology - Coding of audio-visual objects - Part 3: Audio (MPEG 4 HE AACv2)

3) จุดเชื่อมต่อในการรับส่งสัญญาณ

- (1) ระดับชาติ : บมจ. อสมท 63/1 ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ
- (2) ระดับท้องถิ่น : สถานีเครื่องส่งโทรทัศน์ บมจ. อสมท ที่ตั้งอยู่ในเขตบริการนั้น

4) การให้บริการ (Service availability)

- (1) ให้บริการช่องรายการโทรทัศน์ระดับชาติ จำนวน 8 ช่องรายการ ประกอบด้วย
 - ช่องรายการแบบความคมชัดปกติ (Standard Definition : SD) จำนวน 6 ช่อง
 - ช่องรายการแบบความคมชัดสูง (High Definition : HD) จำนวน 2 ช่อง
- (2) ให้บริการระบบเตือนภัยพิบัติ (Emergency Warning System : EWS)

- การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์

การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก บมจ. อสมท ได้พัฒนาสิ่งที่มีอยู่เดิมด้วยการลงทุนเพิ่มเติมในส่วนอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อการให้บริการในระบบดิจิทัล ซึ่งการให้บริการโครงข่ายฯ ของ บมจ. อสมท มีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากทั้งของตนเอง และจากการเช่าใช้จากผู้ให้บริการฯ รายอื่น จึงได้วางแผนเพื่อให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากสถานีของตนเองแก่ผู้ให้บริการรายอื่นด้วยเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ บมจ. อสมท ได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างและติดตั้งอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อให้รองรับการให้บริการโครงข่ายกระจายเสียงและโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล และการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกของ บมจ. อสมท ได้ตามแผนงาน และสอดคล้องกับข้อกำหนดของ กสทช.



2.1.5 ธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทน

ฝ่ายธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทน บมจ. อสมท เริ่มต้นจากการผลิตรายการข่าวบันเทิง ในชื่อรายการ “ไนน์เอ็นเตอร์เทน” เริ่มออกอากาศเป็นครั้งแรกในช่วงข่าวภาคดึกทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ เวลา 22.00 น. เมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2545 เพียงวันละ 5 นาที ต่อมาเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2546 ได้รับนโยบายให้เพิ่มเวลาออกอากาศและผลิตรายการ “ไนน์เอ็นเตอร์เทน” ออกอากาศทุกวัน ๆ ละ 30 นาที ในช่วงเวลา 11.30 - 12.00 น.

1) ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

1.1 ธุรกิจรายการโทรทัศน์

1) รายการที่ออกอากาศทางช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30 จำนวน 5 รายการ ได้แก่

ชื่อรายการ	เวลาออกอากาศ
รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน	ออกอากาศวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 11.30 - 12.00 น.
รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน ไทท์ไลฟ์	ออกอากาศวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 21.30 - 21.50 น. วันเสาร์ - อาทิตย์ เวลา 20.50 - 21.00 น.
รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน วิเคเอ็น	ออกอากาศวันเสาร์ - อาทิตย์ เวลา 11.00 - 11.30 น.
รายการตม้นส์บันเทิง	ออกอากาศวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 16.15 - 17.00 น.
รายการตม้นส์บันเทิง สุดสัปดาห์	ออกอากาศวันอาทิตย์ เวลา 16.00 - 17.00 น.

1.2 ธุรกิจกิจกรรมบันเทิง

ฝ่ายธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทน ได้ต่อยอดผลิตภัณฑ์รายการโทรทัศน์ด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมรายการขึ้น ส่วนหนึ่งเพื่อให้ผู้ชมมีส่วนร่วมกับการ์ตูนที่ชื่นชอบอย่างใกล้ชิดมากขึ้น ในขณะเดียวกันยังเป็นการสร้างชุมชนชาวไนน์เอ็นเตอร์เทนขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2550 กับกิจกรรม “ไนน์เอ็นเตอร์เทน มีทแอนด์กรี๊ด” และต่อมาด้วยกิจกรรม ไนน์เอ็นเตอร์เทน เซอร์ไพรส์ ทริป” และ “ตะลอนออนแอร์” ตามลำดับจนถึงปัจจุบันในปี 2562 ทั้งนี้การจัดกิจกรรมพิเศษแยกเป็นประเภท ดังนี้

(1) กิจกรรมไนน์เอ็นเตอร์เทน อวอร์ด 2019 เป็นกิจกรรมที่สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ให้กับ บมจ. อสมท และรายการข่าวบันเทิงไนน์เอ็นเตอร์เทน จัดขึ้นเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2562

(2) กิจกรรมเพื่อโปรโมทโครงการตระหนักรู้ต่อยุทธศาสตร์ชาติและการปฏิรูปประเทศ BIGBANG อนาคตไทย อนาคตเรา เป็นการจัดประชุมประจำปี 2561 (Year End) ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และจัดงานมหกรรมยุทธศาสตร์ชาติ BIGBANG อนาคตไทย อนาคตเรา : Our Country Our Future ระหว่างวันที่ 30 มกราคม - วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2562 ณ ลานเซ็นทรัลเวิลด์ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจต่อยุทธศาสตร์ชาติ ซึ่งนิทรรศการแบ่งเป็น 3 โซน ได้แก่ โซนที่ 1 เล่าถึงความจำเป็นที่ต้องจัดทำ ยุทธศาสตร์ชาติและภาพรวมยุทธศาสตร์ชาติ โซนที่ 2 เล่าถึงประโยชน์ที่ประชาชนแต่ละช่วงวัยจะได้รับจากการ พัฒนาประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ โซนที่ 3 เป็นการสรุปภาพจำ แสดงให้เห็นความสุขทั้ง 6 ด้าน ทั้งความสุขจาก ความปลอดภัย ความพอเพียง สุขกายใจ ปัญญา สุขจากความเสมอภาค สุขยั่งยืน และสุขบริการ โดยมีพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ในฐานะประธานกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ ให้เกียรติเป็นประธานกล่าวเปิดนิทรรศการและแสดงปาถกฐาพิเศษ



(3) กิจกรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อตอบสนองต่อโจทย์ความต้องการของลูกค้า (TAILOR MADE) ให้ได้ประโยชน์สูงสุด ดังนี้

(3.1) กิจกรรมประกวดพูดเพื่อสังคมที่ยั่งยืน “พจนศิลป์ ปี 4” โดย บมจ. ปตท.

(3.2) กิจกรรม “พลังเล็กเปลี่ยนโลก ปี 7” โดย บมจ. ปตท.

(3.3) กิจกรรม “ปตท. พาไทยเชียร์กีฬาซีเกมส์ 2019 และกีฬาอาเซียนพาราเกมส์ 2020”

1.3 ธุรกิจสื่อออนไลน์

ภายใต้สภาวะการณ์ของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลง เทคโนโลยีง่ายต่อการเข้าถึงมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันผู้บริโภคยังมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ฝ่ายธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทน จึงต่อยอดผลิตภัณฑ์ข่าวบันเทิง โดยการนำข่าวบันเทิง และเนื้อหารายการบางส่วนจากโทรทัศน์ ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ในปัจจุบัน สื่อออนไลน์ภายใต้การดำเนินการของ ฝ่ายธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทน ดังนี้

สื่อออนไลน์ (ข้อมูล ณ เดือนตุลาคม 2562)	FOLLOWER/ SUBSCRIBERS	LIKE	PAGEVIEW
www.nineentertain.tv			4,163,263
www.facebook.com/9entertain		4,350,379	84,200,000
www.youtube.com/nineentertain9	1,560,000		29,300,000
LINE TV			3,186,550
LINE O/A NINE ENTERTAIN	5,836,300		

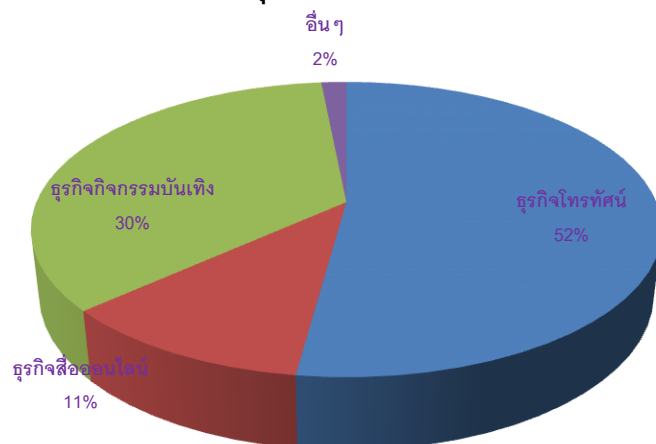
หมายเหตุ LINE TV และ LINE O/A NINE ENTERTAIN สิ้นสุดสัญญาเมื่อเดือนพฤษภาคม 2562

2) ภาวะการแข่งขันของธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทน

จากการเกิดขึ้นของช่องรายการโทรทัศน์ดิจิทัล ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ส่งผลให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์มีการแข่งขันกันอย่างดุเดือด ผู้ชมโทรทัศน์และผู้ซื้อสื่อโฆษณาามีทางเลือกเพิ่มขึ้น ฝ่ายธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทนจึงจำเป็นต้องพัฒนารายการให้ตอบสนองต่อผู้ชมรายการ และรักษาฐานผู้ชมในขณะเดียวกันยังต้องเพิ่มฐานผู้ชมกลุ่มใหม่ ทั้งนี้ ฝ่ายธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทน มีสัดส่วนรายได้ ปี พ.ศ. 2562 ดังนี้

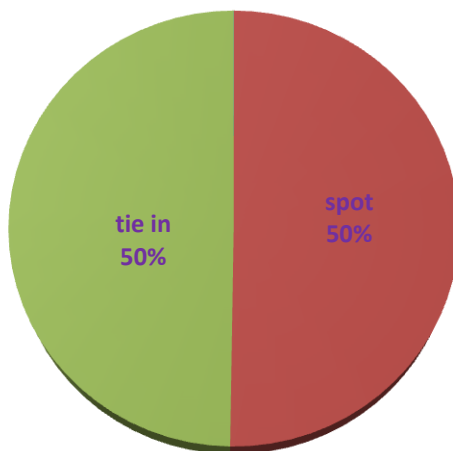


สัดส่วนรายได้ฝ่ายธุรกิจอินเทอร์เน็ต ปี 2562



จากภาพข้างต้น ปี พ.ศ.2562 ฝ่ายธุรกิจอินเทอร์เน็ตมีรายได้หลักจาก ธุรกิจโทรศัพท์ ร้อยละ 52 และอันดับสอง ธุรกิจกิจกรรมบันเทิง ร้อยละ 30 อันดับสาม ธุรกิจสื่อออนไลน์ ร้อยละ 11 และอื่นๆ เช่น SMS ร้อยละ 2

ประเภทรายได้จากธุรกิจโทรศัพท์ ปี พ.ศ.2562



จากภาพข้างต้น เมื่อจำแนกรายได้จากธุรกิจโทรศัพท์ ปี พ.ศ. 2562 รายได้หลักมาจาก LOOSE SPOT ร้อยละ 50 และรายได้จากการ Tie In ในเนื้อหารายการ ร้อยละ 50 ซึ่งรายได้จากธุรกิจโทรศัพท์ยังคงมีรายได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะมีสถานีโทรทัศน์ปิดตัวลง คืบไปอนุญาตประกอบกิจการฯ ให้ กสทช. แต่หลายช่องรายการก็ยังคงใช้กลยุทธ์สงครามราคา และกลยุทธ์ส่งเสริมการขายต่างๆ เพื่อช่วงชิงรายได้ ในขณะที่เดียวกันอัตราการเจริญเติบโตของสื่อออนไลน์ก็เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว พฤติกรรมผู้ชมเปลี่ยนแปลงการรับชมเนื้อหารายการ จากการชมสดทางโทรศัพท์ เป็นชมย้อนหลังผ่านสื่อออนไลน์

โดยสาเหตุสำคัญ ที่ทำให้รายได้ธุรกิจสื่อออนไลน์ และธุรกิจกิจกรรมบันเทิงเพิ่มขึ้น ยังคงมาจากการใช้กลยุทธ์การบูรณาการสื่อทั้ง On-Air, On Ground และ Online ให้สร้างพลังในการสื่อสารรายการในขณะเดียวกัน ยังมุ่งการจัดกิจกรรมตามความประสงค์ของผู้สนับสนุน (TAILORMADE) มากขึ้น นอกเหนือจากนี้ยังต้องพัฒนาคุณภาพและเนื้อหารายการให้มีความแตกต่างเพื่อสร้างความน่าสนใจ



3) กลยุทธ์ทางการตลาด

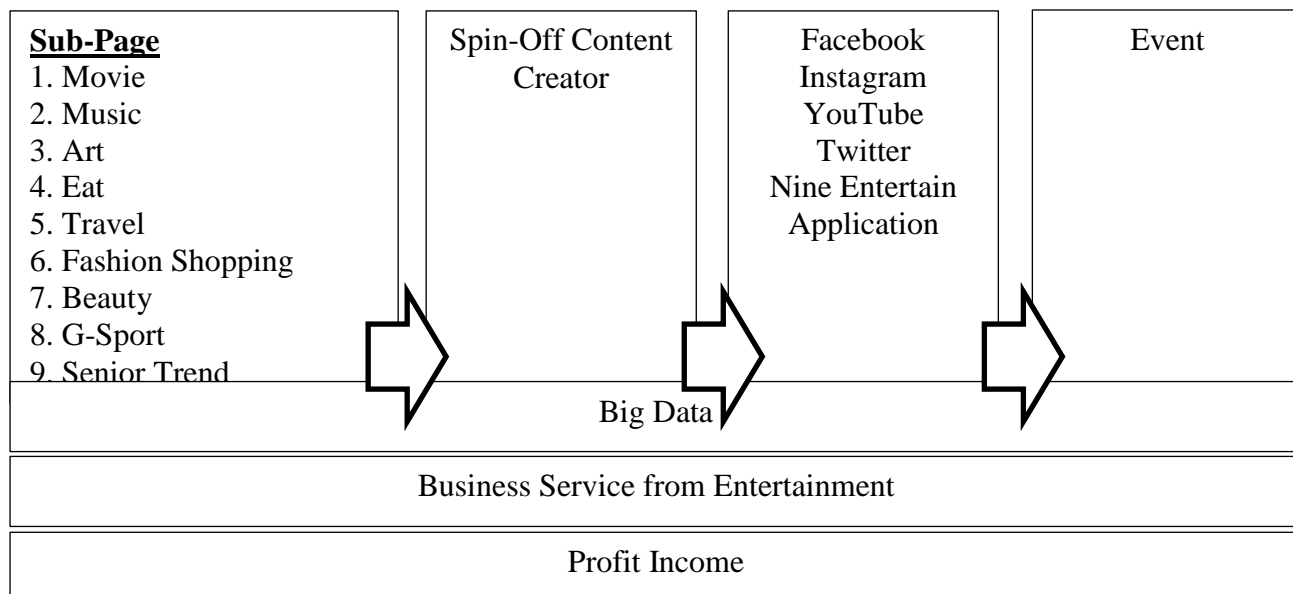
ปี 2562 ฝ่ายธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทน ได้กำหนดแผนงานเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์องค์กร และการเติบโตของธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัล ที่ทำให้ผู้ชมมีทางเลือกมากยิ่งขึ้น ดังนั้นแต่ละสถานีและรายการต่างๆ จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์และจุดเด่นที่ชัดเจนเพื่อจะได้เป็นที่จดจำ สำหรับกลุ่มผู้ชมรายการไนน์เอ็นเตอร์เทน จะมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันระหว่างเพศชายและเพศหญิง แบ่งเป็น เพศหญิงร้อยละ 49 และเพศชายร้อยละ 51 โดยมีช่วงอายุระหว่าง 25-49 ปี รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน ต่อยอดการเป็นผู้นำด้วย 5 ยุทธศาสตร์สำคัญ

- In-Trend การมุ่งเน้นนำเสนอภาพลักษณ์รายการที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อตอกย้ำการเป็นผู้นำในการนำเสนอและเกาะติดข่าวบันเทิง ตามสโลแกน ดูก่อน รู้ก่อน ที่นี้ที่เดียว
- Insider นำเสนอข่าวบันเทิงเชิงลึกกว่ารายการอื่นๆ จากการสัมภาษณ์ดารารับหรือบุคคลที่ใกล้ชิดเพื่อสร้างความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือของข่าว
- Interest ยังคงเน้นนำเสนอข่าวบันเทิงในประเทศที่ผู้ชมอยากรู้ เรื่องราว ข่าวกอสซิป ความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิง ในขณะที่เดียวกันก็ไม่ทิ้งข่าวสาร เช่น อุตสาหกรรมภาพยนตร์ โพลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่ทางไนน์เอ็นเตอร์เทนได้ร่วมมือกับนิด้าโพลจัดทำขึ้น ซึ่งเนื้อหารายการ (contents) เหล่านี้สามารถสร้างความแตกต่างให้กับทางรายการ
- In-Touch สร้างความสัมพันธ์กับผู้ชมผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อสร้างฐานผู้ชมให้เหนียวแน่น และจงรักภักดีต่อรายการ ด้วยการเดินทางจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ ให้กับผู้ชมทุกกลุ่ม
- Integration การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) อย่างมีประสิทธิภาพ นำเสนอเรื่องราวที่แตกต่างจากการนำเสนอในรายการโทรทัศน์ และอัปเดตข้อมูลใหม่ๆ ทันสมัยเสมอ เนื่องจากแนวโน้มอินเทอร์เน็ตยังคงเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่ขาดไม่ได้ โดยเฉพาะกลุ่มอายุน้อยและกลุ่มคนรุ่นใหม่ๆ ที่ต้องการเข้าถึงข้อมูลอย่างรวดเร็วและทันสถานการณ์มากที่สุด นั่นคือ จากการเข้าเช็คข่าวในโซเชียลเน็ตเวิร์คในทุกช่วงเวลา ทำให้จะต้องมีการอัปเดตข่าวบันเทิงเสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของกระแสสังคม

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะพบได้ว่าการดำเนินการของฝ่ายธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทนนั้น มุ่งเน้นในเรื่องราวข้อมูลที่น่าเชื่อถือจากแหล่งข้อมูลที่เกิดขึ้นจริงซึ่งในปัจจุบันนี้เข้าสู่การแข่งขันในสื่อสมัยใหม่ทำให้มีการปรับตัวสู่โลกออนไลน์มากยิ่งขึ้นโดยทิศทางยุทธศาสตร์ปัจจุบันเป็น 9 Enter-Trends คือการแยกกลุ่มเป้าหมายออกมาเป็น 9 Segments เพื่อเป็นการตอบสนองข้อมูลความสนใจออกมาตาม Lifestyle ของผู้บริโภคปัจจุบันเพื่อเป็นรูปแบบการสร้างรายได้ในรูปแบบใหม่จาก content ด้านบันเทิง อาทิ เช่น Content advertorial เปลี่ยนจาก Current topic เป็น Content Creator มุ่งเน้นการ Spin-Off Hot issue ที่เป็นประเด็นกระแสในสังคมสู่ธุรกิจข่าวบันเทิงที่เป็น “9 Enter-TREND” News & Content Service Provider คือการให้บริการข่าวสารทั้งรูปแบบข่าวและรูปแบบเนื้อหาที่มีการสร้างสรรค์และกลั่นกรองเพื่อให้ตอบสนองผู้ให้บริการในทุกช่วงวัย โดยมีการใช้พันธมิตรแบบ 360 องศา การเข้าสู่เทคโนโลยี และการวิเคราะห์ผลข้อมูลเพื่อการสร้าง Content ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค แนวคิดด้านธุรกิจที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น การนำความบันเทิงเข้าไปมีส่วนร่วมในการตอบโต้ลูกค้า สินค้าและบริการให้มี Entertainment เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ขับเคลื่อนร่วม และการทำกิจกรรมแบบ Blur Strategy การรวมบูรณาการระหว่าง Online & Offline เข้าด้วยกัน แนวคิดการใช้เทคโนโลยี AI เข้าในการศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรม การเสฟข่าวเพื่อเข้าใจเข้าถึง เพื่อทำการสร้างเนื้อหาที่ตรงสนองต่อความต้องการผู้บริโภคได้ กระบวนการสร้างเนื้อหา และการนำเสนอในมุมมองที่สร้างสรรค์ ต่อยอดเพิ่มเติม ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวตามกลยุทธ์ 9 Enter-TREND สร้างเครือข่ายภายนอกเพื่อรองรับความเป็นข้อมูลด้านบันเทิงทั้ง 9 ประเภทนอกเหนือจากข้อมูลข่าว แต่เป็นข้อมูลเนื้อหาที่พัฒนาให้มีความละมุนมากขึ้นจากข่าวที่มี



กลยุทธ์ 9Enter-Trends



4) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการธุรกิจ

จุดแข็งของฝ่ายธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทน คือ การผลิตและนำเสนอรายงานข่าวบันเทิงด้วยความ เป็นกลางไม่จำกัดค่ายและสังกัด โดยเฉพาะรายการไนน์เอ็นเตอร์เทน พร้อมต่อยอดสู่ช่องทางการดำเนินธุรกิจที่ หลากหลาย อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และ โปรแกรมประยุกต์ (Application) เพื่อให้เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง และเข้าถึงข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ตอบสนองผู้ชมได้ทุกที่ ทุกเวลา เป็นไปตามกลยุทธ์ที่วางไว้ โดยไนน์เอ็นเตอร์เทนดำเนินการผลิตรายการภายใต้ศักยภาพและเทคโนโลยีสูงสุด ของ บมจ. อสมท เพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้ข่าวสารอย่างรวดเร็วฉับไว ที่สำคัญเป็นผู้นำประเด็นข่าวบันเทิงต่างๆ อย่างแท้จริง นอกจากนี้ยังเป็นผู้จัดประเด็นร้อนต่างๆ อีกมากมาย รวมถึงการนำรถถ่ายทอดสดดาวเทียมมาใช้ในการรายงานข่าว บันเทิง เพื่อความรวดเร็วในการรับรู้ข่าวสารของผู้ชม

รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน ยังนำเสนอข่าวบันเทิงเชิงสร้างสรรค์สอดแทรกสาระมาโดยตลอด เพื่อให้เกิดความแตกต่างกับรายการข่าวบันเทิงอื่นๆ ดังนั้นตลอดระยะเวลาที่ออกอากาศจึงพยายามเจาะลึกประเด็น ข่าวต่างๆ และลงทุนด้านต่างๆ เพื่อนำข่าวสารที่น่าสนใจรายงานสู่ผู้ชม เช่น การส่งทีมข่าวไปเกาะติดตามความเคลื่อนไหว ในงานประกาศผลรางวัลระดับโลก ออสการ์ ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งถือเป็นรายการข่าวบันเทิงจากประเทศไทยเพียง รายการเดียวที่ไปเกาะติดตามรายงานสดงานประกาศผลที่ยิ่งใหญ่เช่นนี้ ที่สำคัญรายการไนน์เอ็นเตอร์เทนยังร่วม ประชาสัมพันธ์กิจกรรมเพื่อสังคมของภาครัฐและหน่วยงาน องค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง นำเสนอข่าวศิลปะในทุกรูปแบบ ทั้งด้านจิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ และสื่อผสมเพื่อให้ผู้ชมได้รับบรรยากาศจากการแสดงงานศิลปะผ่าน โทรทัศน์ โดยไม่ต้องเดินทางไปชมด้วยตัวเอง รวมถึงยังเป็นการสร้างจุดต่างให้กับรายการ เนื่องจากปัจจุบันรายการ ข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ให้สัดส่วนการนำเสนอข่าวก็อตชิล และข่าวบันเทิงธุรกิจ เกือบทั้งหมดจนละเลยข่าวศิลปะและ วัฒนธรรม

ซึ่งการดำเนินการให้บริการในปัจจุบันได้กำหนดกลยุทธ์ให้ตอบสนองความต้องการลูกค้ามากยิ่งขึ้นโดย

**Concept Biz Plan**

1. การปรับปรุงแบบการดำเนินการให้ทันสมัยรวดเร็วทันต่อการแข่งขันสมัยใหม่
2. ศูนย์รวมแผนเริ่มจากการตลาดสมัยใหม่ต่อยอดจากทีมข่าว วัดผลเป็น OKR

Product and Service Development

1. พิจารณารายการรูปแบบใหม่ ที่มีความชัดเจนในเรื่องของ Positioning มากยิ่งขึ้น
2. การสร้าง New Product Line มากกว่าแค่การนำเสนอข่าวบันเทิงปกติผ่านรูปแบบการให้บริการแบบดิจิทัล
3. การร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อนำเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการผลิตและให้บริการ

Integrated Asset

1. ความร่วมมือหน่วยงานภายใน ปลดล็อกกระบวนการและใช้ทรัพยากรเพื่อให้เกิดการให้บริการแก่ลูกค้าด้วยศักยภาพสูงสุด

International

1. การสร้างกลยุทธ์เฉพาะ เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมาย โดยการดึงศิลปินดาราดังชาติ เกาหลี ญี่ปุ่น และไต้หวัน ให้บุคคลเหล่านี้เห็นถึงโอกาสสร้างความสำคัญ
2. การพัฒนารูปแบบงานกิจกรรมต่างๆให้มีความต่างแปลกใหม่จากเดิม อาทิ งานไนน์เอ็นเตอร์เทนอวอร์ด โครงการพัฒนากลุ่ม The iDol เป็นต้น

นอกจากนั้น ยังนำเสนอข่าวบันเทิงต่างประเทศ จากเครือข่ายพันธมิตรข่าวอย่าง AP และรอยเตอร์ โดยนำเสนอข่าวทุกวันในสัดส่วนร้อยละ 25 ของเวลาออกอากาศ เพื่อให้แฟนข่าวบันเทิงต่างประเทศได้รับทราบความเคลื่อนไหวของนักร้องและนักแสดงที่ชื่นชอบ กระทั่งได้รับมอบหมายให้ผลิตรายการเดอะ วิกเอ็นท์ ซึ่งนำเสนอข่าวบันเทิงต่างประเทศโดยเฉพาะ

จากการทำงานอย่างหนักของทีมงานที่เข้มแข็ง และมุ่งมั่นหาข่าวสารต่างๆ ในเชิงลึก รวมถึงพัฒนาทั้งรูปแบบและกิจกรรมต่างๆ ส่งผลให้ฝ่ายธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทน ยังสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นได้จากการแข่งขันในธุรกิจทีวีดิจิทัลที่ดุเดือดในปัจจุบัน

2.1.6 ธุรกิจใหม่

- **ธุรกิจช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ระบบ C- band**

1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บมจ. อสมท บริหารจัดการช่องสัญญาณโทรทัศน์ดาวเทียมในระบบ C-band ที่ใช้สำหรับให้บริการแพร่ภาพออกอากาศภายในของ บมจ. อสมท และให้บริการแพร่ภาพออกอากาศกับผู้ประกอบการช่องสัญญาณดาวเทียม

- การให้บริการรับส่งช่องสัญญาณโทรทัศน์ดาวเทียมไทยคม 5 ระบบ C- band

บมจ. อสมท ได้นำช่องสัญญาณโทรทัศน์ดาวเทียมไทยคม 5 ระบบ C- band แบบ Global Beam ที่เหลือจากการแพร่ภาพออกอากาศของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ มาให้บริการรับส่งช่องสัญญาณโทรทัศน์ดาวเทียมกับผู้ประกอบการช่องรายการโทรทัศน์ดาวเทียม โดยเป็นการออกอากาศแบบ Free To Air มีรัศมีของสัญญาณดาวเทียมครอบคลุมกว่า 120 ประเทศทั่วโลก โดยมีพื้นที่ให้บริการครอบคลุม 4 ทวีป ได้แก่ ทวีปเอเชีย ทวีปยุโรป ทวีปออสเตรเลีย และทวีปแอฟริกา (ยกเว้นทวีปอเมริกา)



2) ภาวะแข่งขัน

บริษัท นีลเสน (ประเทศไทย) จำกัด เผยโฆษณาเดือนมิถุนายน 2562 มีมูลค่า 9,044 ล้านบาท หดตัว ร้อยละ 5.38 เทียบช่วงเดียวกันปีก่อน และสื่อโฆษณาแต่ละประเภทยังคงอยู่ในภาวะติดลบ ได้แก่ โทรทัศน์ มูลค่า 5,929 ล้านบาท ลดลง ร้อยละ 6.72 เคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม 174 ล้านบาท ลดลง ร้อยละ 20.91 หนังสือพิมพ์ 398 ล้านบาท ลดลง ร้อยละ 22.72 นิตยสาร 81 ล้านบาท ลดลง ร้อยละ 22.12 สื่อในโรงภาพยนตร์ 626 ล้านบาท ลดลง ร้อยละ 5.44 ส่วนสื่อโฆษณาที่ยังเติบโต ได้แก่ วิทย์ 418 ล้านบาท โต ร้อยละ 1.95 ป้ายโฆษณานอกบ้าน 607 ล้านบาท โต ร้อยละ 6.12 สื่อเคลื่อนที่ 556 ล้านบาท โต ร้อยละ 9.66 สื่อในห้าง 97 ล้านบาท โต ร้อยละ 15.48 ขณะที่สื่อดิจิทัลมีมูลค่า 157 ล้านบาท ไม่รายงานอัตราการเติบโตหรือหดตัว

ทั้งนี้ เมื่อรวมครึ่งปีแรกปีนี้ พบว่าภาพรวมงบโฆษณามีมูลค่า 50,702 ล้านบาท หดตัว ร้อยละ 2 โดยทีวีมีมูลค่า 33,079 ล้านบาท หดตัว ร้อยละ 0.58 เคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม 1,075 ล้านบาท หดตัว ร้อยละ 13.31 วิทย์ 2,176 ล้านบาท หดตัว ร้อยละ 3.63 หนังสือพิมพ์ 2,388 ล้านบาท หดตัว ร้อยละ 17.74 นิตยสาร 515 ล้านบาท หดตัว ร้อยละ 21.13 สื่อในโรงภาพยนตร์ 3,681 ล้านบาท หดตัว ร้อยละ 4.04

ที่มา : กรุงเทพมหานคร

3) กลยุทธ์การตลาด

ในช่วงปี 2562 บมจ. อสมท ได้พยายามดำเนินกลยุทธ์ เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันของโทรทัศน์ดาวเทียม เช่น เน้นการขายโครงการร่วมกับสถานีวิทยุฯ ภูมิภาค ถ่ายทอดสดรายการสำคัญต่างๆ การบริหารต้นทุนด้วยการเจรจากับพันธมิตรชั้นนำที่สนใจร่วมผลิตรายการ ทั้งประเภทเช้าเวลา และร่วมผลิตรายการ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัล ส่งผลให้ช่องดาวเทียมซึ่งเป็นทางเลือกสำหรับผู้ซื้อสื่อโฆษณามีรายได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับมีต้นทุนการผลิตและจัดหารายการสูงส่งผลให้รายได้ไม่สอดคล้องกับค่าใช้จ่าย และมีการแข่งขันด้านราคาค่อนข้างสูง บมจ. อสมท ได้พยายามดำเนินกลยุทธ์ เน้นการให้บริการที่มีคุณภาพ การออกอากาศที่มีความคมชัด เพื่อรักษารฐานลูกค้าเดิม และขยายฐานลูกค้ารายใหม่ เพื่อสร้างรายได้ต่อไป

● ธุรกิจ Digital Media

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอย่างสมาร์ทโฟน เทคโนโลยีการสื่อสารทันสมัย โครงสร้างพื้นฐานบนคลาวด์ การแพร่หลายของ social media และเทคโนโลยี Internet of Things ทำให้ผู้คน ธุรกิจและสิ่งของสามารถเชื่อมโยงกันได้ทั้งหมด ธุรกิจสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยตรงและการเชื่อมโยงจึงไม่ใช่เพียงการสื่อสารหากแต่เป็นการปฏิสัมพันธ์ในระดับที่สูงขึ้น ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ดังนั้นสื่อดิจิทัลจึงมีความสำคัญมากสำหรับยุคปัจจุบัน

สื่อดิจิทัลของ บมจ. อสมท เป็นช่องทางในการรับชมรายการต่างๆ ทั้งแบบออกอากาศสด และเลือกรับชม รับฟัง รายการย้อนหลังได้ตามความต้องการ (On-Demand) ของทางช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30 ช่อง MCOT Family หมายเลข 14 และสถานีวิทยุ MCOT RADIO Network ของ บมจ. อสมท ผ่านอินเทอร์เน็ต อีกทั้งเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของ บมจ. อสมท และองค์กรร่วมธุรกิจ และการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดบนสื่อออนไลน์ โดยมีการพัฒนาปรับปรุงเพื่อขยายฐานผู้ชมจากสื่อดั้งเดิมไปสู่สื่อดิจิทัล พร้อมทั้งใช้สื่อบนสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ต่างๆ และสร้างความผูกพันต่อผู้รับชมอีกด้วย



ซึ่ง บมจ. อสมท มีช่องทางในการเข้าถึงมากมาย อาทิ เช่น Website: www.mcot.net , Facebook : MCOT.net , YouTube : 9MCOT Official , Line : 9MCOT , Instagram : mcot_digital และ Twitter : mcot_digital นอกจากนี้ยังมีการพัฒนา Application เพื่อสนับสนุน Media Platform เป็นการเพิ่มทางเลือกในการรับรู้ข่าวสารและประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆจากทาง บมจ. อสมท ให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงง่ายยิ่งขึ้น

บมจ. อสมท มีแนวทางการพัฒนาธุรกิจดิจิทัลเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยแบ่งธุรกิจเป็นสองกลุ่ม ได้แก่ ธุรกิจสื่อดิจิทัล และธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล

1. ธุรกิจสื่อดิจิทัล (Digital Media Business)

ธุรกิจสื่อดิจิทัลของ บมจ. อสมท เป็นการดำเนินกิจการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาคอนเทนต์ผ่านช่องทางออนไลน์ในทุกรูปแบบ ทั้งวิดีโอ ภาพนิ่ง เสียง และบทความ เพื่อการบริโภคแบบ Live และ On-Demand ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสื่อดิจิทัลของ บมจ. อสมท ได้ทุกที่ทุกเวลา ทั้งบน Websites และ Applications ที่ บมจ. อสมท บริหารจัดการเอง และแพลตฟอร์มภายนอกที่ บมจ. อสมท นำคอนเทนต์ไปเผยแพร่ภายใต้ชื่อบัญชีอย่างเป็นทางการ (Official Account) เช่น YouTube, Facebook, LINE, Instagram, AIS Play, Hooq เป็นต้น

แหล่งรายได้หลักของธุรกิจสื่อดิจิทัล ได้แก่

- 1.1) รายได้จากการผลิตและเผยแพร่โฆษณาและ Sponsorship
- 1.2) รายได้จากค่าบริการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาแบบ Advertorial และ Tailor-made Content
- 1.3) รายได้จากค่าบริการถ่ายทอดสด Live Streaming Broadcast เหตุการณ์สำคัญและงาน

กิจกรรมต่างๆ

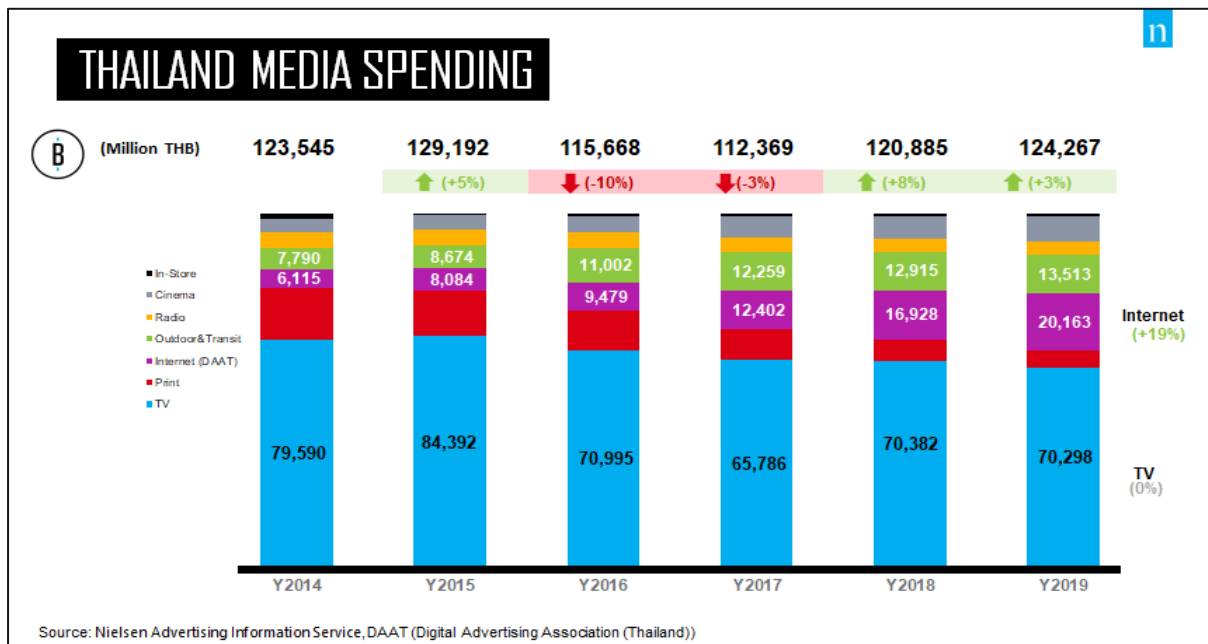
1.4) รายได้จากบริการอื่นๆ เช่น การทำวิจัยออนไลน์ การประเมินผลแคมเปญการตลาด การบริหารจัดการสื่อแบบครบวงจร เป็นต้น

DIGITAL CONTENTS

บมจ. อสมท สร้างสรรค์และผลิต Content ทุกรูปแบบ ทั้ง Live Streaming, Video-on-demand, Podcast และบทความ โดยการใช้เครื่องมือ Analytics วิเคราะห์ข้อมูลการบริโภคบนสื่อออนไลน์ทุกแพลตฟอร์มประกอบการคัดเลือกหัวข้อที่เป็นประเด็นสนใจของสังคมและทันสถานการณ์ โดย Content Brands ของ บมจ. อสมท มีความหลากหลาย ครอบคลุมความสนใจเฉพาะด้านของผู้บริโภค แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1. ข่าวทั่วไป : Thai News Agency / News 100.5FM / ศูนย์ข่าวก่อนแชร์ (Fact Checking)
2. ข่าวบันเทิง : Nine Entertain / ตกมันส์บันเทิง
3. สารความรู้ : Think 96.5FM
4. ดนตรี : Met 107FM / Mellow 97.5FM / ลูกทุ่งมหานคร
5. กีฬา : Active 99FM / MCOT Sports
6. Lifestyle : 9 Entertrends / Wham

2. ภาวะการแข่งขันภายในธุรกิจสื่อดิจิทัล



1) ภาพรวมสื่อดิจิทัล มูลค่า 20,163 ล้านบาท มีการเติบโตร้อยละ 19 อัตราการเติบโตลดลงจากปีที่แล้ว เดิโตร้อยละ 36

2) อุตสาหกรรมที่มีการใช้สื่อดิจิทัลมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ รถยนต์ สกินแคร์ การสื่อสาร เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (Non-Alcohol) และธนาคาร เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยทำงานที่มีการใช้จ่ายสูงและพฤติกรรมใช้สื่อดิจิทัลมากที่สุด





3) สื่อดิจิทัล ที่ได้รับความนิยมจากนักการตลาดสูงสุด 5 อันดับแรกยังคงเป็น Facebook (ร้อยละ 29) YouTube (ร้อยละ 21) Creative (ร้อยละ 11) Display (ร้อยละ 9) และ Search (ร้อยละ 8) โดยมูลค่าตลาดร้อยละ 74 เป็นของแพลตฟอร์มระดับโลกในกลุ่ม Big Four คือ Facebook, YouTube, LINE และ Twitter

4) เหตุผลที่สื่อรูปแบบ **Creative** และ **Display** ได้รับความนิยมมากขึ้น มาจากการที่หลายๆ แปรณต์มีการใช้วิดีโอออนไลน์มากขึ้น แล้วมีการทำวิดีโอหลายๆ เวอร์ชัน ให้มีความสำคัญกับคอนเทนต์ ไม่ใช่แค่ลงโฆษณาบน YouTube เพียงอย่างเดียว ส่วน **Display** สามารถช่วยเรื่องการสร้างแปรณต์ได้ และยังเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของแปรณต์ได้ด้วย เช่น กลุ่มธุรกิจยานยนต์มีการใช้สื่อ Display สูง เพื่อต้องการดึงดูดลูกค้าเข้าเว็บไซต์ดูข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า เนื่องจากสินค้ากลุ่มรถยนต์มีขั้นตอนการตัดสินใจซื้อที่มากกว่าสินค้าทั่วไป

3. ธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Platform Business)

ธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ของ บมจ.อสมท เป็นการดำเนินกิจการให้บริการใช้แพลตฟอร์มที่ บมจ. อสมท เป็นผู้ลงทุนและบริหารจัดการแพลตฟอร์มเองหรือร่วมดำเนินการกับพันธมิตร ผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มจะมีสองกลุ่ม คือ ผู้ผลิตคอนเทนต์และผู้บริโภคคอนเทนต์ โดยค่าใช้บริการแพลตฟอร์มมีหลายรูปแบบ เช่น การแบ่งรายได้ (Revenue Sharing) ค่าบริการรายเดือน หรือค่าสมาชิกรายเดือน เป็นต้น

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ DIGITAL



การจัดหา Content

- In-house Production
- Licensing
- Partnership



การจัดการ Platform

- MCOT ออกแบบและพัฒนา Platform เอง
- MCOT จัดจ้างบริษัทภายนอกออกแบบและพัฒนา Platform
- MCOT ร่วมธุรกิจกับพันธมิตร โดยพันธมิตรเป็นผู้ออกแบบและสร้าง Platform



การจัดการ Services

- ให้บริการ Production & Media Services โดยทีม In-house
- ร่วมกับพันธมิตร Digital Agency ให้บริการ Digital Marketing Solution แบบครบวงจร

กลยุทธ์การตลาด

1. จัดกลุ่ม Customer vs. Content Segmentation และดำเนินการขายเชิงรุกด้วยข้อมูลกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน

2. เพิ่ม New Users โดยการเพิ่ม Content Product ใหม่
3. สร้าง Repeat Users โดยการเสนอ Content ที่ตรงตามความสนใจของพฤติกรรมผู้เข้าชม
4. สรรหาพันธมิตรด้าน Platform และ Monetization เพิ่มเติม

5. เพิ่ม Business Model ใหม่ ๆ นอกเหนือจากการขายโฆษณา เช่น Subscription, Transaction Models เป็นต้น

- MCOT Academy

ฝ่าย MCOT Academy ดำเนินธุรกิจให้บริการพัฒนาหลักสูตรและจัดฝึกอบรมด้านสื่อสารมวลชน เพื่อหารายได้ ในกลุ่มธุรกิจที่มีใช้การออกอากาศ (Non-Broadcast) ภายใต้ชื่อ “MCOT Academy” ที่มีความพร้อมในด้านบุคลากรและองค์ความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพสื่อสารมวลชนและวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง โดยบริหารจัดการในรูปแบบของการจัดหลักสูตรฝึกอบรมให้ความรู้ ฝึกปฏิบัติ การจัดกิจกรรม ฯลฯ ให้แก่บุคลากรในวิชาชีพสื่อสารมวลชน ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือผู้สนใจทั่วไป เพื่อเตรียมความพร้อม เพิ่มพูนความรู้และพัฒนาทักษะประสบการณ์ทางวิชาชีพในการบริหาร ด้านสื่อสารมวลชน หรือในด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ในปี 2562 ฝ่าย MCOT Academy ดำเนินการ ดังนี้

1.1 ออกแบบหลักสูตรและดำเนินการจัดฝึกอบรม เพื่อหารายได้ จำนวน 3 หลักสูตร รวม 6 รุ่น ได้แก่

- หลักสูตร “Making the CEOs of Thailand”
- หลักสูตร “หลักสูตรพิธีกรมืออาชีพ”
- หลักสูตร “การสร้างสรรค์ประเด็นข่าวเพื่องานประชาสัมพันธ์”

ทั้งนี้ หลักสูตร “Making the CEOs of Thailand” เป็นหลักสูตรสำหรับผู้บริหารระดับสูงที่ บมจ. อสมท ออกแบบขึ้นเพื่อมุ่งเน้นตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย ผู้นำ และผู้บริหารระดับสูงขององค์กร



ทั้งองค์กรภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน และภาคธุรกิจเอกชน เพื่อการพัฒนาและเสริมมุมมองของผู้บริหารระดับสูงขององค์กรอย่างรอบด้าน หลักสูตรประกอบด้วย การบรรยาย การแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากผู้บริหารระดับสูงของภาครัฐ ผู้บริหารภาคเอกชนที่ประสบความสำเร็จและมีชื่อเสียง รวมถึงผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์และศิลป์แขนงต่าง ๆ ที่สามารถเสริมศักยภาพและมุมมองของผู้บริหารระดับผู้นำองค์กร ตลอดจนสร้างแรงบันดาลใจในการบริหารงานที่สอดคล้องกับบริบทของธุรกิจและเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน

นอกจากนี้หลักสูตรยังออกแบบพิเศษเพื่อเสริมประสบการณ์ตรงในด้านการสื่อสาร ทั้งการสื่อสารภาพลักษณ์ การสื่อสารนโยบาย การสื่อสารการตลาดสู่สาธารณะ ลูกค้า ผู้มีส่วนได้เสียผ่านสื่อแขนงต่าง ๆ จากนักวิชาชีพสื่อสารมวลชนชั้นนำผู้เชี่ยวชาญด้านภาพลักษณ์และการสื่อสารการตลาดระดับประเทศ รวมถึงนักธุรกิจหน้าใหม่ที่ประสบความสำเร็จในโลกธุรกิจอย่างก้าวกระโดด รวมถึงการศึกษาเยี่ยมชมกิจการพร้อมพบปะกับผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อสร้างให้เป็นหลักสูตรสำหรับผู้นำองค์กรในระดับประเทศ

โดยในปี 2562 หลักสูตร “Making the CEOs of Thailand” ได้ดำเนินการจัดอบรมในรุ่นที่ 2 ประสบความสำเร็จ มีผู้เข้าอบรม ซึ่งประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ ผู้บริหารสูงสุดและเจ้าของกิจการภาคเอกชน เข้าร่วมอบรม และมีวิทยากรที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ ร่วมบรรยายในหลักสูตร

1.2 ออกแบบหลักสูตร และจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการตามความประสงค์ของลูกค้า

MCOT Academy ดำเนินการออกแบบหลักสูตร และจัดอบรมให้แก่บุคลากรภายในหน่วยงาน องค์กรต่างๆ ตามความต้องการด้านการพัฒนาบุคลากรของหน่วยงานรัฐ และเอกชน อาทิ โครงการพัฒนาทักษะการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กร กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ หลักสูตรพิธีกรมืออาชีพ สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

1.3 การจัดกิจกรรมทางวิชาการเพื่อการศึกษาและบริการสังคม

MCOT Academy ได้ให้บริการการจัดกิจกรรมทางวิชาการ และการบริการเพื่อเป็นประโยชน์ให้กับเยาวชน และสถาบันการศึกษา เช่น จัดการบรรยายพิเศษด้านสื่อสารมวลชนให้แก่ นักศึกษาจากสถาบันต่างๆ และให้ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการเป็นกรรมการตัดสินและให้คำแนะนำในการประกวดผลงานที่เกี่ยวข้องกับงานสื่อสารมวลชน เป็นต้น

2. ภาพการแข่งขันของ MCOT Academy

ในสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต และการพัฒนาองค์ความรู้อย่างสม่ำเสมอเป็นสิ่งจำเป็น ทำให้ในปัจจุบัน มีภาคธุรกิจและองค์กรวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชนหลายแห่ง ได้ดำเนินธุรกิจสถาบันฝึกอบรมทางวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารมวลชนด้วยเช่นกัน ภาพการแข่งขันจึงเป็นเรื่องท้าทาย ทั้งนี้ ต้องอาศัยข้อได้เปรียบในเรื่องปัจจัยด้านคุณภาพและประสบการณ์ของบุคลากรที่จะทำหน้าที่เป็นวิทยากรผู้บรรยายในหลักสูตรฝึกอบรมต่างๆ การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมที่ต้องตอบสนองต่อตลาดในขณะนั้น ตลอดจนการรักษาคุณภาพของงานจัดฝึกอบรมให้เป็นที่ยอมรับในมาตรฐาน พร้อมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ “MCOT Academy” ผ่านทางช่องทางสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย ของ บมจ. อสมท

ในการแข่งขันของธุรกิจนี้ บมจ. อสมท มีจุดแข็งที่เป็นองค์กรวิชาชีพที่ประกอบกิจการด้านสื่อสารมวลชนมาเป็นระยะเวลายาวนาน มีนักวิชาชีพที่มีประสบการณ์ ด้านสื่อสารมวลชน ทำให้สามารถนำ



องค์ความรู้ด้านสื่อสารมวลชนแขนงต่างๆ ที่สั่งสมมา ถ่ายทอดให้แก่ผู้เข้ารับการอบรม นอกจากนี้ผู้เข้ารับการอบรมยังได้ฝึกปฏิบัติในสถานที่ หรือสถานการณ์จริง อันเป็นข้อได้เปรียบในภาวะการแข่งขัน ทำให้ผู้ผ่านการอบรมจาก MCOT Academy สามารถนำความรู้และประสบการณ์ เตรียมตัวก้าวสู่เส้นทางสายวิชาชีพสื่อสารมวลชนได้อย่างมั่นใจ

3. กลยุทธ์ทางการตลาดของ MCOT Academy

3.1 การรักษามาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยการจัดอบรมทุกหลักสูตรของ MCOT Academy ยังคงรักษามาตรฐานที่ดีมาได้อย่างต่อเนื่อง ได้รับการประเมินจากผู้เข้าอบรมอยู่ในระดับดีและดีมากในทุกๆ ด้าน ทำให้ได้รับการยอมรับ และความเชื่อมั่นจากลูกค้าที่เคยใช้บริการสมัครเข้าอบรมอีกเมื่อมีการเปิดหลักสูตรใหม่ และลูกค้าหน่วยงานเดิมยังคงใช้บริการหลักสูตรเพื่อพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาวิทยากรซึ่งเป็นบุคลากรของ บมจ. อสมท ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์จากสายงานต่างๆ ให้ได้เรียนรู้พัฒนาทักษะ วิธีการถ่ายทอดความรู้ อย่างต่อเนื่อง

3.2 การเพิ่มผลิตภัณฑ์ และรูปแบบการให้บริการ โดยการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมใหม่ๆ ให้หลากหลายขึ้นอย่างต่อเนื่องรองรับความต้องการของตลาด เช่น หลักสูตรการสร้างสรรค์ประเด็นข่าวเพื่องานประชาสัมพันธ์องค์กร โดยออกแบบให้เหมาะกับบุคลากรด้านงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งมีบทบาทเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากในสังคมยุคข้อมูลข่าวสารออนไลน์ในปัจจุบัน

4. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ MCOT Academy

ผลิตภัณฑ์หลักของ MCOT Academy เป็นหลักสูตรการฝึกอบรมที่ใช้ทรัพยากรภายในของ บมจ. อสมท เป็นส่วนสำคัญ ทั้งวิทยากรซึ่งเป็นบุคลากรของ บมจ. อสมท ที่มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพสื่อสารมวลชน เสริมด้วยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ผู้บริหารที่มีประสบการณ์ หรือนักวิชาการจากภายนอก รวมทั้งห้องฝึกอบรม ห้องปฏิบัติการ และเครื่องมืออุปกรณ์ที่มีอยู่ โดยได้นำมาบริหารจัดการในรูปแบบของการจัดหลักสูตรฝึกอบรมทางวิชาชีพสื่อสารมวลชน การฝึกอบรมด้าน Media Training และการจัดกิจกรรมให้ความรู้ในรูปแบบต่างๆ

- **MCOT Talent** ธุรกิจบริหารจัดการดูแลภาพลักษณ์และพัฒนาศักยภาพส่งเสริมศิลปินในสังกัด บมจ. อสมท

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

Talent Management เป็นหน่วยงานหลักที่มีหน้าที่ในการบริหารจัดการ ดูแล ภาพลักษณ์ และพัฒนา ส่งเสริมศักยภาพของศิลปินให้เด่นชัด มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างมูลค่าให้แก่ตัวศิลปิน พร้อมทั้งส่งเสริมศิลปินให้ร่วมกับหน่วยงานภายใน คอยสนับสนุนงานในหน่วยงานต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างรายได้ทางอ้อมให้กับ บมจ. อสมท รวมถึงต่อยอดรายได้จากหน่วยงานภายนอกให้กับ บมจ. อสมท อีกทางหนึ่ง

1) การบริหารจัดการกลุ่มศิลปินที่สร้างรายได้

กลุ่มศิลปินในสังกัด บมจ. อสมท จะอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของส่วนบริหารศิลปิน สำนักโทรทัศน์ มีการแบ่งกลุ่มการบริหารจัดการกลุ่มศิลปินที่สร้างรายได้ ดังนี้

(1) ผู้ประกาศข่าวสำนักข่าวไทย กลุ่มศิลปินที่สร้างรายได้จากเป็นผู้ประกาศข่าวสำนักข่าวไทย รวมถึงเป็นพิธีกรรายการต่างๆใน บมจ. อสมท เป็นพิธีกรภาคสนาม เป็นพิธีกรถ่ายทอดสดให้กับ



หน่วยงานภายในและภายนอก บมจ. อสมท ภายใต้สัญญาจ้างผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ โดยการบริหารจัดการของส่วนบริหารศิลป์ สำนักโทรทัศน์ ปี 2563 มีจำนวน 10 คน

(2) พิธีกร ผู้ดำเนินรายการ กลุ่มศิลปินที่สร้างรายได้จากการเป็นพิธีกรให้กับรายการต่างๆ ที่ออกอากาศทางช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30 และ เป็นพิธีกรงานกิจกรรม (Event) ให้หน่วยงานต่างๆ ภายใน บมจ. อสมท รวมไปถึงสร้างรายได้จากหน่วยงานภายนอก ภายใต้สัญญาจ้างศิลปินในสังกัด โดยการบริหารของส่วนบริหารศิลป์ สำนักโทรทัศน์ ปี 2563 มีจำนวน 6 คน

2) การผลิตงานเพื่อสนับสนุนงานและสร้างชื่อเสียงให้แก่ศิลปินในสังกัด

บมจ. อสมท (Production for Artist)

เป็นหน่วยงานที่พัฒนาศักยภาพของศิลปินที่มีอยู่ให้โดดเด่นขึ้นมา พร้อมทั้งจะสนับสนุนให้กับหน่วยงานภายใน บมจ. อสมท ได้เป็นอย่างดี รวมถึงหน่วยงานภายนอกที่ต้องการใช้งานศิลปินในสังกัด บมจ. อสมท โดยจะเน้นการส่งเสริมอบรมพัฒนาศักยภาพในรูปแบบต่างๆ ที่เหมาะสมกับศิลปินที่มีอยู่

- กลุ่มผู้ประกาศข่าวสำนักข่าวไทย จัดอบรมส่งเสริมศักยภาพด้านผู้ประกาศข่าวที่มีอยู่ให้โดดเด่นชัดเจนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งจัดอบรมเพิ่มเติมด้านการพูด น้ำเสียง อักขระ ให้ชัดเจน การแสดงออกทางการสื่อสารอารมณ์ทางกายภาพ และที่สำคัญด้านบุคลิกภาพ เสื้อผ้า หน้าผม ต้องเหมาะสมกับแต่ละบุคคล

- พิธีกร ผู้ดำเนินรายการ จัดอบรมส่งเสริมด้านการพูด น้ำเสียง อักขระให้ชัดเจน จัดอบรมด้านการสื่อสารออกทางกายภาพเพื่อที่จะดึงดูดผู้ชมให้มาชมรายการ จัดอบรมด้านการบุคลิกภาพ ทักษะ ด้านการเป็นพิธีกรมืออาชีพในหลายๆ เน้นการจัดอบรมให้พิธีกร ผู้ดำเนินรายการมีความเป็นตัวของตัวเอง แต่ยังคง Concept รายการไว้

3) การบริหารภาพลักษณ์ของกลุ่มพิธีกรที่ออกอากาศทางช่อง 9 MD HD

ส่วนงานบริหารศิลป์จะเป็นผู้ดูแลภาพลักษณ์ เช่น เสื้อผ้า หน้าผม ให้กับกลุ่มพิธีกร ผู้ประกาศข่าวที่เป็นบุคลากรภายใน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร และหน่วยงานภายนอกที่ต้องการจะใช้บริการศิลปินของ บมจ. อสมท

2. ภาวะการแข่งขันของ MCOT Talent Management

ปัจจุบันในประเทศไทยมีหน่วยงานที่ดำเนินธุรกิจด้านการบริหารจัดการศิลปิน ผลิตพิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ ทั้งในรูปแบบผู้จัดการศิลปินสังกัดบริษัท และผู้จัดการศิลปินอิสระเป็นจำนวนมาก กลุ่มคนเหล่านี้ จึงกระจายตัวอยู่ตามสังกัดต่างๆ โดยภาวะการแข่งขันในปัจจุบันนอกจากจะผลิตศิลปินเหล่านี้แล้วด้วยตนเองแล้ว กลยุทธ์หนึ่งที่ใช้กันมากในปัจจุบันคือ การซื้อตัวพิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ผู้ประกาศข่าว โดยให้อัตราค่าตอบแทนที่มากกว่า รวมไปถึงให้สวัสดิการ สิทธิประโยชน์ต่างๆ แก่บุคคลเหล่านี้ ทำให้ภาวะการแข่งขันที่จะรักษาพิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ผู้ประกาศข่าวนั้นสูงขึ้น

อีกสิ่งหนึ่งที่เป็นภาวะการแข่งขันในปัจจุบันที่ส่งผลกระทบต่อ การบริหารศิลป์ คือ ภาวะการโปรโมทศิลปิน และการผลิตผลงานศิลปิน คือปัญหาทางการเงินจากงบประมาณที่จำกัด ส่งผลต่อการบริหารจัดการศิลปิน ทำให้ศิลปินค่อนข้างไม่เป็นที่รู้จักในวงการบินเท่งเท่าที่ควร ทำให้ผู้จัดการศิลปินสังกัดบริษัท และผู้จัดการศิลปินอิสระ ที่มีเงินทุนมากกว่าย่อมได้เปรียบทางด้านการโปรโมทการแข่งขันมากขึ้น และมีพื้นที่ทางหน้าจอโทรทัศน์ในการให้ศิลปินได้แสดงออกมากยิ่งขึ้น



อีกหนึ่งการแข่งขันที่ในยุคปัจจุบันกำลังเผชิญ คือ สื่อสังคมออนไลน์ เป็นสื่อที่กำลังนิยมอย่างแพร่หลายทั่วโลกแบบไร้พรมแดนที่เรียกว่า เน็ตไอดอล เน็ตไอดอลบางคนเข้าสู่วงการจากการใช้สื่อออนไลน์ในการเผยแพร่ผลงานของตนเอง สื่อออนไลน์ที่มีความรวดเร็ว สามารถตรวจสอบผลตอบรับได้ทันที และเป็นสื่อที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับกลุ่มผู้ติดตามหรือที่เรียกว่ากลุ่มแฟนคลับ สื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทในธุรกิจบันเทิงและแทรกแซงอยู่ในสื่อหลัก นำเสนอผลงานของตนเองไปยังกลุ่มผู้ติดตาม เช่น เฟสบุ๊ก อิน스타그램 ทวิตเตอร์ แฟนเพจส่วนตัวของศิลปินที่ถูกสร้างขึ้นสามารถทำอะไรอย่างอิสระโดยไม่ได้อยู่ภายใต้สังกัดใดสังกัดหนึ่ง ไม่มีกฎเกณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคสนใจในคนกลุ่มนี้มากยิ่งขึ้น

3. กลยุทธ์ทางการตลาดของ MCOT Talent Management

การดำเนินงานของธุรกิจบริหารศิลปิน ทำการส่งเสริม เพิ่มพื้นที่ให้ศิลปินได้แสดงความสามารถผ่านทางหน้าจอโทรทัศน์ และช่องทางในการประชาสัมพันธ์ ให้หน่วยธุรกิจดังกล่าวเป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับในธุรกิจการบริหารจัดการศิลปิน เพื่อส่งเสริมพัฒนาศักยภาพของกลุ่มศิลปินในสังกัดที่มีอยู่เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำและตอบสนองความต้องการของผู้ว่าจ้างโดยเน้นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจดังนี้

- 1) สร้างแบรนด์บริหารศิลปินให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง เพื่อแข่งขันกับธุรกิจบริหารศิลปินของค่ายอื่นๆ ได้ โดยอาศัยความร่วมมือของหน่วยงานต่างๆ ภายใน บมจ. อสมท
- 2) สร้างพันธมิตรทางธุรกิจภายนอกหน่วยงาน เพื่อให้ส่วนงานบริหารศิลปินสามารถนำเสนอศิลปินในสังกัดไปร่วมงานได้อย่างต่อเนื่อง
- 3) เพิ่มพื้นที่หน้าจอโทรทัศน์ให้กับกลุ่มศิลปินในสังกัด ให้แสดงความสามารถได้อย่างเต็มที่ เพื่อเพิ่มช่องทางในการรับรู้ของผู้ว่าจ้าง
- 4) เพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ของ บมจ. อสมท เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นแก่ศิลปินในสังกัดมากยิ่งขึ้น
- 5) นำศิลปินร่วมงานต่างๆ เพื่อเป็นการโปรโมต เช่น งานกิจกรรมพิเศษกับผู้สนับสนุน เช่นงานประกาศผลรางวัล งาน CSR องค์กรต่างๆ งาน CSR ภาครัฐต่างๆ
- 6) สร้างภาพลักษณ์ของพิธีกร ให้มีคาแร็คเตอร์ที่ชัดเจน เพื่อสามารถต่อยอดธุรกิจภายนอก บมจ. อสมท

ร่วมสร้างผลงานให้กลุ่มศิลปินเป็นที่รู้จัก โดยขอร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ อาทิ สำนักข่าวไทย สำนักวิทยุ สำนักโทรทัศน์ ฝ่ายบริหารดิจิทัลแพลตฟอร์ม ฝ่ายธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทน และฝ่ายสื่อสารองค์กรและกิจการเพื่อสังคม เพื่อให้หน่วยงานดังกล่าวช่วยสนับสนุนศิลปินในสังกัด และเป็นหน่วยงานที่มีศักยภาพในการผลิตสื่อเพื่อออกอากาศทางหน้าจอโทรทัศน์ หรือ สื่อโซเชียล มีช่องทางและมีผลงานออกสู่สาธารณะได้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้ ยังมีกลยุทธ์ทางการพัฒนาศิลปินในสังกัดด้านรูปลักษณ์ภายนอกเพื่อให้เกิดความประทับใจต่อผู้พบเห็นได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นด้านการบำรุงรักษาทางด้านผิวพรรณ หรือ ดูแลรูปร่างในด้านการออกกำลังกาย อีกทั้งด้านบุคลิกภาพทั่วไป การเดิน การพูด มารยาทไทย

นอกจากนี้ยังต้องคงดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ของ บมจ. อสมท และเน้นกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล สื่อโซเชียลของศิลปิน เพื่อเพิ่มฐานแฟนคลับให้แก่กลุ่มศิลปินในสังกัด



4. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ MCOT Talent

- 1) การนำเสนอศิลปินเพื่อให้สอดคล้องเป็นไปตามความต้องการของตลาดเป้าหมาย จำเป็นต้องให้ความสนใจกับศิลปินทุกคนที่สังกัดอยู่ภายใต้ บมจ. อสมท
- 2) การสร้างความแตกต่างให้กับศิลปินนั้น คือการสร้างตราศิลปิน ทำให้ศิลปินแตกต่างจากค่ายอื่นๆ ในลักษณะธุรกิจประเภทเดียวกัน
- 3) การสร้างการรับรู้ในภาพลักษณ์ ศักยภาพของศิลปินเฉพาะแต่ละบุคคล โดยใช้เครื่องมือทางการตลาดในการโปรโมตศิลปิน
- 4) การจัดการประกวดเพื่อคัดสรร ค้นหา และเพิ่มจำนวนศิลปินเข้าสังกัด โดยเน้นระบบการบริหารจัดการที่เป็นมาตรฐาน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและสามารถต่อยอดรายได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
- 5) จัดหาศิลปินที่มีความสามารถให้เท่ากับจำนวนรายการ จำนวนงานที่มีภายในองค์กร เพื่อให้พื้นที่หน้าจอเพียงพอต่อศิลปิน

• ธุรกิจด้านทรัพย์สินทางปัญญา

ในปี 2562 มีการจัดสัมมนาให้ความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญาแก่ผู้บริหารและพนักงาน มีการเยี่ยมชมระบบการจัดเก็บและบริหารจัดการข้อมูลของสำนักข่าวไทย การจัด Workshop ให้ความรู้ความเข้าใจด้าน IP แก่พนักงานในหน่วยงานการผลิตและหน่วยงานสนับสนุน ทั้งเรื่องลิขสิทธิ์ และทรัพย์สินทางปัญญาต่างๆ ระบบการจัดเก็บด้วย IT และกฎหมาย จำนวน 5 ครั้ง และจัดสัมมนาให้ความรู้ด้าน IP Protection ในหัวข้อ “IP ชี้อะไร” และหัวข้อ “รู้ทันภัยไซเบอร์” โดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน

ในส่วนของการจัดการ การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา โดยแนวทางการปฏิบัตินี้ เริ่มจากการค้นหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา โดยโปรแกรมและช่องทางสืบค้นต่างๆ เมื่อได้รับแจ้งว่ามีการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาเกิดขึ้น ส่วนงานทรัพย์สินทางปัญญาจะประสานกับหน่วยงานที่ถูกละเมิด เพื่อแนะนำในการรวบรวมหลักฐานการละเมิด และประสานงานกับส่วนงานกฎหมายเพื่อตรวจสอบ ป้องกัน และดำเนินการกับผู้ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของ บมจ. อสมท ตามขั้นตอนทางกฎหมายต่อไป (ตามร่าง Flowchart กระบวนการแจ้งข้อมูลการละเมิดลิขสิทธิ์ของ บมจ.อสมท)

นอกจากการป้องกันไม่ให้บุคคลใดมาละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของ บมจ. อสมท แล้ว บมจ. อสมท ยังมีหน้าที่ต้องรณรงค์และส่งเสริมบุคลากรในองค์กรไม่ให้ละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลอื่น และ/หรือองค์กรอื่น อีกด้วย

ในไตรมาสสุดท้าย ได้จัดกิจกรรมเพิ่มพูนความรู้ให้กับพนักงาน ในการศึกษาดูงาน ณ พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ คลอง 5 ปทุมธานี เพื่อเป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้เข้ารับการอบรม ได้มีความมุ่งมั่นในการผลิตผลงานทรัพย์สินทางปัญญาอย่างต่อเนื่อง อันจะนำไปสู่การต่อยอดทางธุรกิจ โดยเฉพาะการคิดค้นสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ และความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ที่มีความจำเป็นต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรและสังคมโดยรวม ส่วนทรัพย์สินทางปัญญาจึงได้จัดโครงการเข้าศึกษาเยี่ยมชมงาน ณ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม และองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ ปทุมธานี

นอกจากนี้ บมจ. อสมท ยังได้ร่วมกับธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.) หรือ SME D BANK ดำเนินการจัดทำโครงการ “SME D Digital Market Place” ซึ่งเป็นโครงการที่เกิดจากความร่วมมือของทั้งสองหน่วยงาน เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนและพัฒนาด้านการตลาดและเพิ่มโอกาสทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ไทย อีกทั้งยังเป็นการต่อยอดโอกาสและช่องทางการกระจายสินค้า โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ และดิจิทัลแพลตฟอร์ม แบบครบวงจรด้วยระบบ E-Commerce รวมทั้งโครงการ E-Commerce ที่ บมจ.อสมท ได้ร่วมลงนามความร่วมมือ กับสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) เพื่อให้หน่วยงานทั้งสองได้นำองค์ความรู้ในด้านต่าง ๆ มาบูรณาการร่วมกัน เพื่อต่อยอดธุรกิจเป็นการสร้างรายได้ต่อไป

- **ธุรกิจ Non – Broadcast ซึ่งอยู่ระหว่างการดำเนินการพัฒนาเพื่อสร้างรายได้**

- 1. ธุรกิจบนคลื่นความถี่ย่าน 2600 MHz ระบบ MMDS**

คลื่นความถี่ย่าน 2600 เมกะเฮิรตซ์ เป็นคลื่นความถี่ที่กรมไปรษณีย์โทรเลขจัดสรรให้ บมจ. อสมท เพื่อดำเนินกิจการให้บริการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อปี 2533 โดย บมจ. อสมท ได้ร่วมกับเอกชนในการดำเนินการเพื่อให้บริการในธุรกิจดังกล่าว ต่อมาเมื่อเอกชนผู้ประกอบการให้บริการโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกได้ยุติการให้บริการ และคืนคลื่นความถี่ดังกล่าวให้ บมจ. อสมท ต่อมา บมจ. อสมท ได้นำคลื่นความถี่ดังกล่าวมาบริหารจัดการและใช้ประโยชน์ โดยได้ขออนุญาตเปลี่ยนแปลงระบบจากเทคโนโลยีการแพร่กระจายสัญญาณในระบบแอนะล็อก มาเป็นเทคโนโลยีการแพร่สัญญาณระบบดิจิทัล โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลรูปแบบ Broadband Wireless Access : BWA เพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป

ในปี 2553 บมจ. อสมท ได้ลงนามสัญญาทางธุรกิจเกี่ยวกับกิจการโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกบนคลื่นความถี่ MMDS กับ บริษัท เพลย์เวิร์ค จำกัด โดย บริษัท เพลย์เวิร์ค จำกัด จะเป็นผู้ดำเนินการบริหารจัดการ การจัดหาอุปกรณ์ระบบการให้บริการ เช่น ระบบบริหารจัดการสมาชิก ระบบจัดการเนื้อหารายการ (Content Management) จัดทำระบบบริหารจัดการ (System Platform) เป็นต้น รวมถึงการดำเนินการด้านการบัญชี การตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย รวมถึงการดำเนินการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือต่อเนื่องในการให้บริการกิจการโทรทัศน์ ระบบบอกรับเป็นสมาชิกบนคลื่นความถี่ย่าน 2600 เมกะเฮิรตซ์ ระบบ MMDS และภายหลังจากสิ้นสุดสัญญา จะโอนกรรมสิทธิ์ในอุปกรณ์ระบบการให้บริการทั้งหมดที่ลงทุนโดย บริษัท เพลย์เวิร์ค จำกัด เพื่อใช้ในการให้บริการภายใต้โครงการฯ ให้กับ บมจ. อสมท

สำนักงาน กสทช. ได้มีหนังสือ ลงวันที่ 11 มีนาคม 2562 เรื่องการเรียกคืนคลื่นความถี่ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์หรือใช้ประโยชน์คุ้มค่า หรือนำมาใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่ายิ่งขึ้น ในช่วง 2500 - 2690 MHz จำนวน 190 MHz จากผู้ได้รับอนุญาต จำนวน 3 ราย คือ

- บมจ. อสมท (ช่วง 2536 - 2608 MHz และ 2616 - 2690 MHz ทั้งหมดรวม 146 MHz)

- กรมการทหารสื่อสาร กองทัพบก

- กรมการสื่อสารทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย



บมจ. อสมท มีหนังสือตอบ กสทช. ยืนยันการคืนคลื่นทั้งหมด และชี้แจงค่าใช้จ่าย และค่าเสียโอกาสในชั้นคณะกรรมการฯ เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2562 ซึ่งขณะนี้ บมจ. อสมท อยู่ระหว่างรอผลการพิจารณาค่าชดใช้ หรือจ่ายค่าตอบแทนฯ จาก สำนักงาน กสทช. รวมถึงผลการพิจารณาส่วนแบ่งการชดใช้ หรือจ่ายค่าตอบแทนฯ อย่างเป็นทางการ

2. ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

บมจ. อสมท มีที่ดินซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของ บมจ. อสมท ทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ที่ถือว่าเป็นสินทรัพย์เพื่อการลงทุนที่สำคัญ ที่จะสามารถสร้างรายได้ให้กับ บมจ. อสมท ในระยะยาว โดยที่ดินที่มีศักยภาพในการลงทุนและมีมูลค่าสูง คือ ที่ดิน 50 ไร่ บริเวณถนนวัฒนธรรม เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นที่ดินผืนใหญ่ในย่านธุรกิจใหม่ ติดกับศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย ใกล้กับเส้นทางรถไฟฟ้าใต้ดินสายสีส้ม ทำให้สามารถสร้างจุดขายได้อย่างชัดเจน

บมจ. อสมท ได้ดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาที่ดิน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและได้ผลตอบแทนคุ้มค่า อีกทั้งดำเนินการสำรวจความคิดเห็นและความสนใจของนักลงทุน (Market Sounding) รวมถึงการรับฟังความเห็นของประชาชนและผู้มีส่วนได้เสีย (Public Hearing) อันนำไปสู่แนวทางการพัฒนาแบบมิกซ์ยูส (Mix-Use Development) โดยแบ่งทั้งหมดเป็น 3 โซน ได้แก่ โซน A ขนาดพื้นที่ประมาณ 20 ไร่ โซน B ขนาดพื้นที่ประมาณ 20 ไร่ และโซน C ขนาดพื้นที่ ประมาณ 10 ไร่ โดยทำแผนบริหารจัดการดังนี้

โซน A และโซน B ดำเนินการคัดเลือกนักลงทุน โดยเอกชนเป็นผู้ดำเนินโครงการและเช่าที่ดิน บมจ. อสมท

โซน C พัฒนาร่วมกับสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) (สปร.) ในการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้แห่งชาติ (National Knowledge Center-NKC) ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของรัฐ และสอดคล้องกับบริบทของการพัฒนาคน ตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ

อย่างไรก็ตามโครงการดังกล่าวเป็นโครงการขนาดใหญ่ที่มีมูลค่าสูงจึงต้องดำเนินการภายใต้พระราชบัญญัติการให้เอกชนร่วมลงทุนในกิจการของรัฐ พ.ศ. 2556 ทั้งนี้ ได้เริ่มดำเนินการตามขั้นตอนแล้ว และคาดว่าจะประกาศเชิญชวนคัดเลือกนักลงทุนภายในไตรมาสแรกของ ปี 2563

2.2 ธุรกิจของบริษัทย่อย

2.2.1 บริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด

บริษัทดำเนินธุรกิจเป็นที่ปรึกษา Consultancy / Creative / Production / Media / Event มีเป้าหมายชัดเจนที่มุ่งเน้นเนื้อหาสำหรับประเด็นทางสังคม (Content Development For Social Issues) ในกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาด MAI รวมทั้งองค์กรเอกชน ภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ ที่ต้องการนำเสนอเนื้อหาทางสังคมและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของวิดีโอและสื่อประเภทอื่นๆ เช่น Corporate VDO, VDO Presentation, Corporate Spot หรือ Commercial Spot , Viral Clip และ Shot doc ให้กับหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรต่างๆ และบริษัทเอกชนที่ต้องการเผยแพร่ใน Social Media และผลิต



สารคดีสั้นเพื่อการศึกษาให้กับสถานศึกษาและโรงพยาบาลต่างๆ รวมทั้ง จำหน่ายภาพถ่าย Stock Footage ให้แก่ผู้ผลิตสารคดีทั้งในและต่างประเทศ

1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1) CSR Consultancy เป็นที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์ให้กับองค์กร และบริษัทขนาดใหญ่ที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมขององค์กร ในรูปแบบ VDO , Infographic, Promote TVC, Spot Digital (Facebook Instagram Twitter) ที่เป็นทั้ง Magazine Shot doc, Offline และ Event Seminar

2) CSR Campaign โดยในปี 2019 มี 3 Campaign ซึ่งแต่ละ Campaign มีทั้ง Online On air, On ground

3) ภาพ Stock Footage เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าต่างๆ ดังนี้

- ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ผู้ผลิตภาพยนตร์ภายในประเทศ
- ผู้ผลิตรายการสารคดีในต่างประเทศ
- ผู้ผลิต Application สำหรับโทรศัพท์มือถือที่ต้องการ Video Clip เพื่อให้บริการ

แก่ลูกค้า

2. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท

ธุรกิจหลักของ บจ.พาโนรามา

2.1 ธุรกิจปัจจุบันดำเนินธุรกิจในการรับจ้างผลิตรายการ (Production House) และผลิตสื่อสารคดีเป็นเวลานานกว่า 20 ปี โดยมีบริการหลักในปัจจุบัน ดังต่อไปนี้

- 1) ผลิตสารคดีเพื่อการศึกษา เผยแพร่หรือจำหน่ายให้กับสถานีโทรทัศน์เคเบิลทีวี สถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมทั้งในและต่างประเทศ
- 2) ผลิตรายการโทรทัศน์ ออกอากาศประจำทางสถานีโทรทัศน์ช่อง MCOT Family
- 3) ผลิต Corporate VDO, VDO Presentation, Corporate Spot หรือ Commercial Spot ให้กับหน่วยงานรัฐบาล องค์กร รัฐวิสาหกิจ และบริษัทเอกชน
- 4) ขายภาพถ่าย Stock Footage ให้กับผู้ผลิตสารคดีทั้งในและต่างประเทศ
- 5) ผลิตสารคดีสั้นสำหรับธุรกิจ New Media ทุกประเภท อาทิ Youtube, Facebook

2.2 ธุรกิจใหม่

ในปี 2562 บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามแผนในการเพิ่มประเภทบริการธุรกิจใหม่ที่จะพัฒนาขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะบริการเดิมที่ทำอยู่ในปัจจุบัน เพื่อเป็นการสร้างและพัฒนาบุคลากรให้มีประสบการณ์ที่หลากหลาย และเป็นช่องทางในการเพิ่มรายได้ให้แก่บริษัทฯ ในอนาคต ดังต่อไปนี้

- (1) รับบริการและบริหารจัดการทุกขั้นตอนของการถ่ายทำภาพยนตร์ และสารคดี ทั้งในและต่างประเทศ
 - (2) รับบริการและให้คำปรึกษาหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ที่ต้องการจัดทำสื่อ
 - (3) รับบริการและให้คำปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดของโครงการต่างๆ
- ทั้งนี้ บริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด ได้ประสบปัญหาการขาดสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ รายได้ไม่ครอบคลุมกับค่าใช้จ่าย ซึ่งส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการดำเนินกิจการต่อไปในอนาคต และเป็นภาระ



ของ บมจ. อสมท อย่างต่อเนื่อง คณะกรรมการ บมจ. อสมท ในการประชุมครั้งที่ 2/2562 วันอังคารที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562 จึงมีมติให้ บริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด ยุติการดำเนินธุรกิจ และจัดการพันธภาระต่างๆที่ผูกพันให้แล้วเสร็จ

2.2.2 บริษัท ซีตเอ็มคอต จำกัด

บริษัทประกอบกิจการด้านบันเทิงทุกประเภท และให้คำปรึกษา เช่น จัดคอนเสิร์ต ละครเวที แฟชั่นโชว์ การถ่ายภาพภาพยนตร์ กล้องบันทึกเทปโทรทัศน์ (วิดีโอ) เครื่องเล่นเทป และเครื่องถ่ายเทปวิดีโอโทรทัศน์ (วิดีโอ) เครื่องฉายภาพยนตร์ เครื่องฉายสไลด์ फिल्मทุกชนิดทุกขนาด เครื่องตัดต่อฟิล์มภาพยนตร์ มีลักษณะการประกอบธุรกิจ ได้แก่ ผลิตรายการวิทยุในระบบ เอฟเอ็ม SEED 97.5 MHz การจัดคอนเสิร์ต ผลิตรายการโทรทัศน์ ธุรกิจผลิตเพลงและผลิตภัณฑ์ดิจิทัลอื่นๆ และทำธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

อย่างไรก็ตาม บริษัท ซีตเอ็มคอต จำกัด (เอฟเอ็ม 97.5 เมกะเฮิร์ตซ์) ได้ประสบภาวะการขาดทุนมาตั้งแต่ปี 2557 และไม่มีแนวโน้มที่ดีขึ้น คณะกรรมการ บมจ. อสมท ในการประชุมครั้งที่ 16/2559 วันที่ 22 พฤศจิกายน 2559 มีมติเห็นชอบการเลิกกิจการ บริษัท ซีตเอ็มคอต จำกัด (เอฟเอ็ม 97.5 เมกะเฮิร์ตซ์) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บมจ. อสมท เนื่องจากประสบปัญหาสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจจากการลดลงของรายได้อย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดย บมจ. อสมท ได้นำคลื่นวิทยุ เอฟเอ็ม 97.5 เมกะเฮิร์ตซ์ มาบริหารจัดการและปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้ฟังที่เปลี่ยนไปเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพภายใต้การบริหารงานของ บมจ. อสมท เอง ปัจจุบันได้ดำเนินการขายทรัพย์สินของบริษัทฯ แล้ว และอยู่ระหว่างการตรวจสอบเพื่อขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลของกรมสรรพากร

2.3 ธุรกิจตามสัญญาร่วมดำเนินการ

2.3.1 ธุรกิจตามสัญญาร่วมดำเนินการที่ยังดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน

(1) กิจการสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อสมท

บมจ. อสมท ได้ร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สีกับ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ภายใต้ชื่อ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีมติให้ส่งสัญญาณออกอากาศ ในลักษณะคู่ขนาน (Simulcast) ไปกับระบบดิจิทัล (สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 HD) ซึ่งได้รับใบอนุญาตจาก กสทช. ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ผู้ชมสามารถรับชมรายการได้โดยไม่ต้องมีการชำระค่าบริการ (Free TV) สำหรับสัญญาร่วมดำเนินการระหว่าง บมจ. อสมท กับ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด มีจำนวนทั้งสิ้น 4 ฉบับ โดยเป็นสัญญาประเภทสร้างโอนกรรมสิทธิ์ และดำเนินงาน (Build-Transfer-Operate หรือ BTO) กล่าวคือ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ต้องรับผิดชอบในการจัดสร้างสถานีวิทยุ สัญญาณโทรทัศน์สีทั้งในส่วนกลาง (กรุงเทพมหานครและปริมณฑล) และ ส่วนภูมิภาค รวมทั้งสิ้นจำนวน 31 สถานี (ไม่รวมสถานีในส่วนกลางที่บริษัทได้รับโอนมาพร้อมกับการรับโอนกิจการของบริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด) โดย บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด จะได้รับสิทธิให้เป็นผู้ดำเนินการบริหารสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อสมท ทั้งนี้ ตามสัญญาร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สี กำหนดให้สิทธิในการบริหารสถานีโทรทัศน์แก่ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด เป็นระยะเวลา 30 ปี โดยเมื่อครบกำหนดสัญญาและจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ บมจ. อสมท ตลอดอายุสัญญารวมกันเป็นเงินประมาณ 3,356 ล้านบาท และเมื่อข้อเท็จจริงเป็นที่ยึดตามเงื่อนไขบังคับก่อนตามสัญญาข้อ 7 รวม 3 ประการแล้ว สัญญาร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สีดังกล่าว จึงมีระยะเวลาบังคับใช้ออกไปอีก 10 ปี นับแต่



วันที่ 26 มีนาคม 2553 โดยครบกำหนดสัญญา ในวันที่ 25 มีนาคม 2563 และ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ต้องจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ บมจ. อสมท ในช่วงต่อสัญญานี้ ตามที่กำหนดในสัญญา โดยแบ่งจ่ายเป็นรายปี

นอกจากนั้น คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในคราวประชุม ครั้งที่ 2/2557 เมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2557 เห็นชอบออกใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อให้บริการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ ระบบแอนะล็อกให้กับ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ตามมาตรา 75 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ภายใต้สัญญาร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สีระหว่าง บมจ. อสมท และบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด โดยมีอายุใบอนุญาตเท่ากับระยะเวลาที่เหลือของสัญญา คือวันที่ 25 มีนาคม 2563

(2) กิจการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก

บมจ. อสมท เป็นหน่วยงานแรกๆ ที่เริ่มให้บริการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกโดยเริ่มต้นให้บริการในปี 2532 ส่งสัญญาณภาพและเสียง (Video & Audio) ด้วยระบบ MMDS (Multi - channel Multipoint Distribution System) ไปยังผู้ชมที่เป็นสมาชิกเท่านั้น โดยจะต้องเสียค่าบริการในการรับชมรายการ และติดตั้งอุปกรณ์การรับเพิ่มเติมต่อมาภายหลังเทคโนโลยีในการให้บริการได้พัฒนามากขึ้น ปัจจุบันผู้ประกอบการเอกชนที่ร่วมดำเนินการกับ บมจ. อสมท คือ

- บริษัท ทู วิชั่นส์ เคเบิล จำกัด (มหาชน) (True Visions Cable Public Company Limited) (เดิมชื่อ บริษัท ยูบีซี เคเบิล เน็ตเวิร์ค จำกัด (มหาชน) (UBC Cable Network Public Company Limited หรือ “ยูบีซี เคเบิล”)

บริษัท ทู วิชั่นส์ เคเบิล จำกัด (มหาชน) เดิมมีชื่อว่า บริษัท ไทยเคเบิลวิชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท ยูนิเวอร์แซล เคเบิล ทวี เน็ตเวิร์ค จำกัด (มหาชน) และได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ยูทีวี เคเบิล เน็ตเวิร์ค จำกัด (มหาชน) ก่อนที่จะมีการเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท ยูบีซี เคเบิล เน็ตเวิร์ค จำกัด (มหาชน) หรือ “ยูบีซีเคเบิล” และในปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท ทู วิชั่นส์ เคเบิล จำกัด (มหาชน) ให้บริการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกโดยให้บริการถ่ายทอดโทรทัศน์สู่สมาชิกทางสายเคเบิล ตามสัญญาร่วมดำเนินการที่ทำกับ บมจ. อสมท ซึ่งสัญญาดังกล่าวมีกำหนดระยะเวลา 25 ปี นับแต่วันที่ 1 มกราคม 2538 และครบกำหนดสัญญาในวันที่ 31 ธันวาคม 2562 โดยบริษัท ทู วิชั่นส์ เคเบิล จำกัด (มหาชน) ตกลงจ่ายค่าตอบแทนในการเข้าร่วมดำเนินการให้แก่ บมจ. อสมท เป็นเงินร้อยละ 6.5 ของรายได้ทั้งหมดแต่ละปีก่อนหักค่าใช้จ่ายใดๆ แต่ทั้งนี้ ต้องไม่น้อยกว่าค่าตอบแทนขั้นต่ำในแต่ละปีซึ่งรวมกันตลอดอายุสัญญาไม่น้อยกว่า 575,000,000 บาท รวมตลอดทั้งตกลงจ่ายค่าตอบแทนจากการรับทำการโฆษณาให้แก่ บมจ. อสมท เป็นเงินร้อยละ 6.5 ของรายได้ค่าโฆษณาทั้งหมดแต่ละปีก่อนหักค่าใช้จ่ายใดๆ ตามที่ได้แก้ไขสัญญาอนุญาตให้บริษัท สามารถหารายได้จากการรับทำการโฆษณาในรายการโดยจะต้องไม่เกินชั่วโมงละ 6 นาที ตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วจะต้องไม่เกินชั่วโมงละ 5 นาที เพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ที่อนุญาตให้กิจการโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกสามารถทำการโฆษณาได้

ทั้งนี้ สัญญาร่วมดำเนินการให้บริการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก ระหว่าง บมจ.อสมท กับ บมจ.ทู วิชั่นส์ เคเบิล สิ้นสุดลง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562



3. ปัจจัยความเสี่ยง

บมจ. อสมท ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงท่ามกลางสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรง ในธุรกิจสื่อยุคดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเล็งเห็นว่าการบริหารความเสี่ยงเป็นกลไกและเครื่องมือสำคัญในการบริหารงานให้สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Governance) ที่สามารถช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กรได้อย่างยั่งยืน บมจ. อสมท จึงได้จัดให้มีการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อกำกับดูแลให้การบริหารความเสี่ยงในภาพรวมเกิดประสิทธิผลสูงสุด แต่งตั้งหัวหน้าเจ้าหน้าที่บริหารความเสี่ยง (Chief Risk Officer : CRO) เพื่อสนับสนุนให้มีการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร และเกิดประสิทธิภาพในการบริหารความเสี่ยงมากยิ่งขึ้น จัดตั้งฝ่ายบริหารความเสี่ยง เพื่อทำหน้าที่ดูแลกระบวนการบริหารความเสี่ยงองค์กรโดยรวม และปฏิบัติหน้าที่ประจำวันแทนคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง รวมทั้งแต่งตั้ง Risk Officer ซึ่งเป็นตัวแทนของแต่ละหน่วยงาน เพื่อทำหน้าที่ติดตาม ประเมินผล และจัดทำรายงานการบริหารความเสี่ยงในระดับหน่วยงาน

ทั้งนี้ บมจ. อสมท มีการกำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงไว้อย่างชัดเจน ดังนี้ “บมจ. อสมท จะนำการบริหารความเสี่ยงมาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ ธุรกิจการผลิต แพร่ภาพและกระจายเสียงให้มีประสิทธิภาพสูงสุดตามมาตรฐานการออกอากาศในระดับสากล รวมทั้งจะพัฒนาระบบการบริหารความเสี่ยงให้มีประสิทธิภาพ ส่งเสริมและพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ ความเข้าใจ และมีส่วนร่วมในกระบวนการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้องค์กรมีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ รวมถึงการป้องกันมิให้สูญเสียโอกาสที่พึงได้ ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ อันจะนำไปสู่การกำกับดูแลกิจการที่ดี และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กรอย่างยั่งยืน”

ขณะเดียวกัน บมจ. อสมท ยังได้มีการจัดทำคู่มือการบริหารความเสี่ยง และแผนบริหารความเสี่ยง เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน รวมทั้ง มีการติดตาม ประเมินผล ทบทวน และปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์แวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างสม่ำเสมอ โดยได้นำแนวทางการบริหารความเสี่ยง องค์กรเชิงบูรณาการ (Enterprise Risk Management - Integrated Framework) ของ The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) ซึ่งเป็นกระบวนการบริหารความเสี่ยงตามหลักสากลมาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารและจัดการความเสี่ยงภายในองค์กร และมีการเชื่อมโยงกระบวนการบริหารความเสี่ยงเข้ากับยุทธศาสตร์องค์กร เพื่อให้การดำเนินงานมีความสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และช่วยกำกับการดำเนินยุทธศาสตร์ให้สามารถบรรลุสู่เป้าหมายที่องค์กรได้วางไว้ นอกจากนี้ ยังมีการจัดทำแผนภูมิความเสี่ยง (Risk Map) ตัวชี้วัดความเสี่ยงหลัก (Key Risk Indicator) และเกณฑ์ขั้นต่ำที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ซึ่งครอบคลุมความเสี่ยงหลักขององค์กร ทั้งด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk) ด้านการปฏิบัติการ (Operational Risk) ด้านการเงิน (Financial Risk) และด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance Risk) โดยการระบุความเสี่ยงนั้น ได้จากการระดมสมองทั้งในแนวทางจากบนลงล่าง (Top down) โดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และผู้บริหารระดับสูง และจากล่างขึ้นบน หรือจากระดับปฏิบัติ (Bottom up) ประกอบกับวิเคราะห์สถานะแวดล้อมที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ทั้งที่มาจากปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก เพื่อทำการประเมินระดับความรุนแรงของความเสี่ยง



นอกจากนี้ บมจ. อสมท ยังได้ให้ความสำคัญกับการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management : BCM) โดยได้จัดให้มีการทบทวนและปรับปรุงแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับโครงสร้างองค์กรที่เปลี่ยนแปลงไป และครอบคลุมเหตุการณ์สำคัญ ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่า แผนและกระบวนการดังกล่าวสามารถรองรับเหตุฉุกเฉินต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการทดสอบการฝึกซ้อมแผนฯ และรายงานสรุปผลการทดสอบ เป็นประจำทุกปี

บมจ. อสมท ได้จัดทำแผนบริหารความเสี่ยง ประจำปี 2562 เพื่อตอบสนองต่อรายการความเสี่ยงระดับองค์กร ที่มีระดับความรุนแรงสูง จำนวน 4 ความเสี่ยง โดยรายละเอียดของแต่ละความเสี่ยง และการบริหารจัดการ ความเสี่ยงดังกล่าว สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านความนิยมจากผู้ชม / ผู้ฟัง (ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ : Strategic Risk) การเกิดขึ้นของ ทีวีดิจิทัล นับเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของวงการสื่อสารมวลชน ที่ทำให้มีจำนวนช่องฟรีทีวี เพิ่มขึ้นจากเดิม 6 ช่องเป็น รายการเชิงธุรกิจ 24 ช่อง และเหลืออยู่ 15 ช่องในปัจจุบัน ไม่นับรวมทีวีสาธารณะ 4 ช่อง และสร้างให้เกิดภาพของการแข่งขันอย่างรุนแรงในอุตสาหกรรมสื่อ ท่ามกลางการเติบโตของสื่อออนไลน์ และสื่อสังคม (Social Media) ที่เข้ามามีส่วนแบ่งชิง “ผู้ชม / ผู้ฟัง” และทำให้พฤติกรรมผู้ชม / ผู้ฟัง กลายเป็นผู้เลือกมากกว่าผู้ตาม (Active Audience) หรือแสวงหาข้อมูลโดยเสรี (Active Seeker) หรือระบบ Second Screen ยังผลให้ผู้ผลิตต้องออกแรงผลักดันเนื้อหารายการ (Content) ใหม่ ๆ ออกมา ผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่หลากหลาย เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด ยิ่งทำให้ภาพของการแข่งขัน ทีวีความเข้มข้นรุนแรงมากยิ่งขึ้น ขณะที่ธุรกิจวิทยุก็มีแนวโน้มความรุนแรงที่ไม่ต่างกัน จากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ที่ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป บมจ. อสมท จึงต้องเผชิญกับความเสี่ยงด้านความนิยมจากผู้ชม / ผู้ฟัง ซึ่งอาจเกิดจากสาเหตุหลากหลายปัจจัย อาทิ ผังรายการยังไม่สามารถสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน และเพิ่มอันดับความนิยมให้เป็นไปตามเป้าหมาย อันเนื่องมาจากยังไม่สามารถนำข้อมูลวิจัยเชิงลึกที่มีการศึกษาพฤติกรรมผู้ชม / ผู้ฟัง มาใช้ประโยชน์ในการผลิตและจัดหารายการเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า และปรับผังรายการให้สอดคล้องตรงกลุ่มเป้าหมายผู้ชมในแต่ละช่วงเวลาได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เป็นต้น ดังนั้น รูปแบบและเนื้อหารายการ รวมถึงการทำให้ Content เข้าถึงผู้บริโภคใน Platform ใหม่ ๆ จึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ การได้รับความนิยมจากผู้ชม / ผู้ฟัง

บมจ. อสมท ได้ให้ความสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหารายการ (Contents) มาโดยตลอด เพื่อตอบสนองต่อความต้องการลูกค้า พฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและความหลากหลายมากขึ้น จึงได้มีการบริหารจัดการเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว ทั้งในส่วนของการจัดทำวิจัยการตลาดเชิงลึก นำผลวิจัยทั้งในและต่างประเทศที่เชื่อถือได้มาเป็นข้อมูลในการปรับผังรายการเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและความต้องการของตลาด ลดการพึ่งพาพันธมิตรที่มีช่องรายการเป็นของตนเอง ด้วยการเพิ่มสัดส่วนรายการที่ผลิตเองมากขึ้น และปรับลดรายการประเภทแชร์ริง (Sharing Program) ลงอย่างต่อเนื่อง รวมทั้ง ค้นหาพันธมิตรที่มีคุณภาพทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนสร้างกิจกรรมการบูรณาการระหว่างสื่อในหน่วยงานเพิ่มขึ้น เพื่อพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโทรทัศน์ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้พัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการผลิต โดยมุ่งเน้นด้านการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถผลิตเนื้อหาและรายการ (Contents) ที่ตอบสนองตรงความต้องการของผู้บริโภคได้ทั้งในปัจจุบันและอนาคต



2. ความเสี่ยงจากการขาดความชัดเจนในการดำเนินธุรกิจดิจิทัล (ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ : Strategic Risk)

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญทำให้การดำเนินธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และสร้างความท้าทายให้กับผู้ประกอบการไม่น้อย โดยที่ความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดังกล่าว ได้ก่อให้เกิดธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองต่อ Digital Lifestyle ของผู้บริโภคมากขึ้น และส่งผลกระทบต่อการทำงานของ บมจ. อสมท ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งนอกจากผลกระทบดังกล่าวแล้ว ในทางตรงข้ามการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยียังเป็นโอกาสในการสร้างธุรกิจใหม่ ๆ ให้กับองค์กรด้วยเช่นกัน แต่ทว่าหากองค์กรไม่สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคต และเข้าใจสภาพตลาดธุรกิจดิจิทัลได้อย่างถ่องแท้ รวมทั้งกำหนดกลยุทธ์ให้สามารถตอบสนองต่อ Digital Lifestyle ของผู้บริโภคได้อย่างทันท่วงที อาจทำให้องค์กรสูญเสียโอกาสในการนำเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างรายได้เพิ่มทั้ง Broadcast และ Non-Broadcast จากการเกิดขึ้นของธุรกิจ และ New Media ใหม่ ๆ

บมจ. อสมท ได้บริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว ด้วยการติดตามความเคลื่อนไหวของเทคโนโลยีอย่างใกล้ชิด เพื่อเตรียมพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น การกำหนดทิศทางในการนำเทคโนโลยีที่มีอยู่ มาเพิ่มช่องทางในการดำเนินธุรกิจ การเจรจาร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกในการร่วมผลิตเนื้อหารายการ (Contents) เพื่อรองรับการทำธุรกิจ Digital Platform และพัฒนาเว็บไซต์ MCOT.NET รวมทั้ง สร้างรายได้จากธุรกิจ Creative Service ให้ลูกค้าทั้งภาครัฐและเอกชน

3. ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (ความเสี่ยงด้านการเงิน : Financial Risk) ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องที่ลดลง จากแนวโน้มรายได้ที่ลดลง ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากจำนวนช่องรายการที่เพิ่มขึ้นถึง 4 เท่าตัว (เฉพาะช่องธุรกิจ) รายได้สัมปทานที่ทยอยลดลงจนหมดในปี 2563 และรายได้จากธุรกิจโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ภาคพื้นดิน (ธุรกิจ BNO) ที่ไม่เป็นไปตามคาด รวมถึงการเพิ่มแหล่งรายได้ใหม่ ๆ เพื่อชดเชยรายได้ที่ลดลงยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันท่วงที รวมทั้งการขายที่ยังไม่สามารถบูรณาการสื่อทั้งหมดที่ บมจ. อสมท มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่เดียวกันค่าใช้จ่ายยังเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่อาจบั่นทอนความสามารถและความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจขององค์กร

ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงหรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นดังกล่าว จึงได้มีการกำหนดกลยุทธ์หลักด้านรายได้ทั้งจากรายได้ Broadcast และ Non-Broadcast ให้เป็นไปตามเป้าหมายและเพิ่มแหล่งรายได้ใหม่ชดเชยรายได้จากธุรกิจหลักที่ลดลง รวมทั้งนำทรัพย์สินที่ยังไม่สามารถใช้ประโยชน์และบูรณาการการใช้งานได้อย่างเต็มที่ อาทิ ที่ดินทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รถถ่ายทอด และเครื่องมืออุปกรณ์ มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร ขณะเดียวกันยังมีการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ ด้วยมาตรการทั้งในส่วนของการจัดทำต้นทุนมาตรฐานแยกตามประเภทรายการ เพื่อช่วยให้ทราบส่วนต่าง (Margin) แต่ละรายการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการทางด้านต้นทุน เพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ในการปรับผังรายการ และกลยุทธ์ด้านราคาที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตลอดจนการปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพงาน (Lean Process) รวมทั้งการบริหารจัดการเพื่อลดค่าล่วงเวลาให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกันได้

4. ความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ (ด้านการดำเนินงาน (Operational Risk) บมจ. อสมท ได้ตระหนักและเล็งเห็นความสำคัญของทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักที่จะนำองค์กรไปสู่การบรรลุเป้าหมาย จึงมุ่งเน้นให้มีการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (HR Management & HR Development) ให้มีความพร้อม และสามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจองค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง



ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยได้มีการดำเนินการที่สำคัญในช่วงปีที่ผ่านมา อาทิ การปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และพันธกิจ การพัฒนาบุคลากรเพื่อเสริมสร้างทักษะที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจด้าน Digital และ Creative การรักษาศักยภาพที่มีสมรรถนะสูงให้อยู่กับองค์กร นอกจากนี้ ยังได้มีการพัฒนาทักษะของบุคลากรตาม Competency ที่สำคัญให้สอดคล้องกับการแข่งขันทางธุรกิจทั้งด้าน Creative และ Digital รวมทั้ง ได้จัดกิจกรรมปลูกฝังค่านิยม MCOT+S สู่พนักงานทั่วทั้งองค์กร ภายใต้ “โครงการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรของ บมจ. อสมท” เพื่อขับเคลื่อนและเสริมสร้างค่านิยมองค์กรอย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร Digital Organization อีกทั้ง บมจ. อสมท ยังมีเจตนารมณ์ที่ชัดเจนตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน ในกระบวนการที่สำคัญเพื่อลดความเสี่ยงของการทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อให้เป็นหน่วยงานที่ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส มีความรับผิดชอบต่อองค์กรและหน่วยงานภายนอกตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

นอกจากความเสี่ยงระดับองค์กรที่มีระดับความรุนแรงสูง จำนวน 4 ความเสี่ยงแล้ว บมจ. อสมท โดยสถานะที่เป็นรัฐวิสาหกิจที่เป็นบริษัทจำกัดมหาชน ซึ่งมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่เป็นหน่วยงานภาครัฐคือกระทรวงการคลังและธนาคารออมสิน ซึ่งถือหุ้นในบริษัทรวมกันจำนวน 531,000,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 77.28 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท จึงทำให้กระทรวงการคลังและธนาคารออมสิน สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องกฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่จำนวนผู้ถือหุ้นที่มาประชุม และมีหุ้นรวมกันไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนหุ้นที่ถือโดยผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายย่อย ซึ่งถือหุ้นรวมกันเพียง 156,099,210 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 22.72 จึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องของผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอ นอกจากนี้ยังทำให้จำนวนหุ้นของบริษัทที่ซื้อขายหมุนเวียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Free Float) มีค่อนข้างน้อยจึงมีผลให้การซื้อขายเปลี่ยนมือของหุ้นในตลาดรองอาจมีไม่มากนัก



4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 รายการและมูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่าของทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัท มีรายละเอียด ดังนี้

รายการทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่า (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน (บาท)
ทรัพย์สินหลัก:			
- ที่ดิน	140.44	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- อาคารและสิ่งก่อสร้าง	556.79	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- อุปกรณ์การผลิตรายการและถ่ายทอดสัญญาณ	503.28	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- เครื่องมือเครื่องใช้ และอุปกรณ์สำนักงาน	57.53	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- ยานพาหนะ	45.32	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- อาคารระหว่างก่อสร้าง	0.20	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- อุปกรณ์ระหว่างติดตั้ง	1.95	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวม	1,305.51	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
ทรัพย์สินรับโอนภายใต้สัญญาว่าร่วมดำเนินการ:			
- ที่ดิน	31.65	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- อาคารและสิ่งก่อสร้าง	13.44	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- อุปกรณ์การผลิตรายการและถ่ายทอดสัญญาณ	28.25	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- เครื่องมือเครื่องใช้ และอุปกรณ์สำนักงาน	0.37	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- ยานพาหนะ	-	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวม	73.71	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวมมูลค่าทรัพย์สินถาวรหลักสุทธิ	1,379.22		

รายละเอียดการเอาประกันภัยทรัพย์สิน

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองการเสี่ยงภัยในทรัพย์สินของบริษัทนั้น บริษัทได้ทำกรมธรรม์ประกันภัยความเสียหายทรัพย์สินและความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกไว้กับ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยทรัพย์สินที่เอาประกันภัย เป็นทรัพย์สินสำคัญที่ใช้ในการประกอบกิจการของบริษัท ตัวอย่างเช่น อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำข่าว ทรัพย์สินที่ติดตั้งในรถถ่ายทอดโทรทัศน์ รถถ่ายทอดวิทยุและรถถ่ายทอดข่าว อุปกรณ์เครื่องส่งโทรทัศน์ อาคารสิ่งปลูกสร้างและสิ่งของภายใน เครื่องจักรอุปกรณ์สถานีโทรทัศน์ และสถานีวิทยุกระจายเสียง เป็นต้น โดยระยะเวลาการเอาประกันภัยทรัพย์สินตามกรมธรรม์มีกำหนด 1 ปี เริ่มวันที่ 31 ธันวาคม 2561 เวลา 00.01 น. สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 เวลา 00.01 น. ทุกกรมธรรม์และเมื่อระยะเวลาเอาประกันสิ้นสุดลงบริษัทก็จะดำเนินการต่อระยะเวลาเอาประกันในปีถัดไปของทุกปี



โดยกรมธรรม์ประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สินดังกล่าว กำหนดช้อยกเว้นความรับผิดของ บมจ. ทิพยประกันภัย ไว้หลายประการด้วยกัน ตัวอย่างเช่น ความเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัย อันเกิดจากความผิดพลาดหรือความบกพร่องจากการออกแบบ การใช้วัสดุ หรือฝีมือแรงงาน การกระทำอันมีลักษณะฉ้อโกงหรือ ไม่ซื่อสัตย์ต่อผู้เอาประกันภัย หรือทรัพย์สินที่เอาประกันภัย หรือความเสียหายอันมีสาเหตุมาจากการกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่ออย่างร้ายแรงของผู้เอาประกันภัย หรือเป็นความเสียหายอันเป็นผลมาจากสงคราม หรือการทำลายทรัพย์สิน โดยคำสั่งเจ้าพนักงานที่มีอำนาจตามกฎหมาย เป็นต้น ทั้งนี้ สารสำคัญของกรมธรรม์ประกันภัยที่บริษัททำไว้กับ บมจ. ทิพยประกันภัย เป็นดังนี้

เลขที่กรมธรรม์	: เป็นส่วนหนึ่งของกรมธรรม์เลขที่ 14016-299-190000483
ทรัพย์สินที่เอาประกัน	: สิ่งปลูกสร้าง เครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน เสาอากาศ
จำนวนเงินเอาประกัน	: 1,138,981,793.27 บาท
สารสำคัญของการคุ้มครอง	: ความสูญเสียหรือเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัยอันเนื่องมาจากไฟไหม้ ฟ้าผ่า การระเบิด ลมพายุ ลูกเห็บ ภัยจาก อากาศยาน ยวดยานพาหนะ คว้น แผ่นดินไหว น้ำท่วม ภัยเนื่องจากน้ำ ความเสียหายต่อเครื่องใช้ไฟฟ้า การจลาจลและการนัดหยุดงาน การกระทำอย่างป่าเถื่อนหรือการกระทำ อันมีเจตนาร้าย การลักทรัพย์ที่ปรากฏร่องรอยจัดแจง ชิงทรัพย์หรือ ปล้นทรัพย์และ ภัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุยกเว้นไว้ในกรมธรรม์ ทั้งนี้ มีวงเงินจำกัดความรับผิดชอบสำหรับความเสียหาย อันเกิดจากภัยที่ระบุไว้ ด้านล่าง ดังนี้ - ภัยน้ำท่วม ในวงเงิน 50,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลา เอาประกันภัย - ภัยลมพายุ ในวงเงิน 100,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลา เอาประกันภัย - ภัยแผ่นดินไหว ในวงเงิน 100,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลา เอาประกันภัย - ภัยลูกเห็บ ในวงเงิน 100,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลา เอาประกันภัย - ภัยจลาจลและการนัดหยุดงาน การกระทำอย่างป่าเถื่อนหรือ การกระทำอันมีเจตนาร้าย ในวงเงิน 100,000,000.- บาท ต่อครั้ง และตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย - ความเสียหายต่อเครื่องใช้ไฟฟ้าในวงเงินไม่เกิน 10,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย
ระยะเวลาเอาประกัน	: 31 ธันวาคม 2561 – 31 ธันวาคม 2562



เลขที่กรมธรรม์	: กรมธรรม์เลขที่ 14016-299-190000343
ทรัพย์สินที่เอาประกัน	: อาคารสิ่งปลูกสร้าง เครื่องจักร-อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน และ เสาอากาศ <ol style="list-style-type: none"> 1. ศูนย์ข่าวภูมิภาค 2. ศูนย์วิศวกรรมภูมิภาค แผนกซ่อมบำรุง 3. สถานีโทรทัศน์ภูมิภาค 4. ศูนย์วิทยุกระจายเสียงภูมิภาค 5. สถานีวิทยุฯ เอฟเอ็ม ภูมิภาค 6. ศูนย์ภูมิภาคประจำภาคใต้ จังหวัดสงขลา
จำนวนเงินเอาประกัน	: 454,078,409.35 บาท
สาระสำคัญของการคุ้มครอง	: ความสูญเสียหรือเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัยอันเนื่องมาจากไฟไหม้ ฟ้าผ่า การระเบิด ลมพายุ ลูกเห็บ ภัยจากอากาศยาน ยวดยานพาหนะ คว้น แผ่นดินไหว น้ำท่วม ภัยเนื่องจากน้ำ ความเสียหายต่อเครื่องใช้ไฟฟ้า การจลาจลและการนัดหยุดงาน การกระทำอย่างป่าเถื่อนหรือการกระทำ อันมีเจตนาร้าย การลักทรัพย์ที่ปรากฏร่องรอยชัดเจน ชิงทรัพย์หรือ ปล้นทรัพย์และภัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุยกเว้นไว้ในกรมธรรม์ ทั้งนี้ มีวงเงินจำกัดความรับผิดชอบสำหรับความเสียหายอันเกิดจาก ภัยที่ระบุไว้ ด้านล่าง ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> - ภัยน้ำท่วม ในวงเงิน 5,000,000.- บาท ต่อครั้งและไม่เกิน 50,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย - ภัยลมพายุ ในวงเงิน 5,000,000.- บาท ต่อครั้งและไม่เกิน 100,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย - ภัยแผ่นดินไหว ในวงเงิน 5,000,000.- บาท ต่อครั้งและไม่เกิน 100,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย - ภัยลูกเห็บ ในวงเงิน 5,000,000.- บาท ต่อครั้งและไม่เกิน 100,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย - ภัยจลาจลและการนัดหยุดงาน การกระทำอย่างป่าเถื่อน หรือ การกระทำอันมีเจตนาร้าย ในวงเงิน 100,000,000.- บาท ต่อครั้งและตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย - ความเสียหายต่อเครื่องใช้ไฟฟ้าในวงเงินไม่เกิน 10,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย
ระยะเวลาเอาประกัน	: 31 ธันวาคม 2561 –31 ธันวาคม 2562



เลขที่กรมธรรม์	: เป็นส่วนหนึ่งของกรมธรรม์เลขที่ 14026-114-190000603
ทรัพย์สินที่เอาประกัน	: เครื่องจักร-อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานที่ต้องนำออกนอกสถานที่ เช่น <ul style="list-style-type: none"> - ทรัพย์สินที่ติดตั้งในรถยนต์โทรศัพท์ รถยนต์วิทยุ - รถยนต์ทอซัว - วิทยุรับ-ส่ง เทปเสียงและโทรศัพท์มือถือ
จำนวนเงินเอาประกัน	: 121,000,000.00- บาท
สาระสำคัญของการคุ้มครอง	: ความสูญเสียหรือเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัยอันเนื่องมาจาก อันเนื่องมาจาก การชน การคว่ำ ไฟไหม้ ฟ้าผ่า การระเบิด ลมพายุ ลูกเห็บ ภัยจากอากาศยาน ยานพาหนะ คิว้น แผ่นดินไหว น้ำท่วม ภัยเนื่องจากน้ำ ความเสียหายต่อเครื่องใช้ไฟฟ้า การจลาจลและการนัดหยุดงาน การกระทำอย่างป่าเถื่อน หรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย การลักทรัพย์ ที่ปรากฏร่องรอยชัดเจน ชิงทรัพย์หรือปล้นทรัพย์และภัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุยกเว้นไว้ในกรมธรรม์ <p>ทั้งนี้ มีวงเงินจำกัดความรับผิดชอบสำหรับความเสียหายอันเกิดจากภัยที่ระบุไว้ ด้านล่าง ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ภัยน้ำท่วม ในวงเงิน 10,000,000.- บาท ต่อครั้ง และไม่เกิน 50,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย - ภัยลมพายุ ในวงเงิน 10,000,000.- บาท ต่อครั้ง และไม่เกิน 100,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย - ภัยแผ่นดินไหว ในวงเงิน 10,000,000.- บาท ต่อครั้ง และไม่เกิน 100,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย - ภัยลูกเห็บ ในวงเงิน 10,000,000.- บาท ต่อครั้ง และไม่เกิน 100,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย - ภัยจลาจลและการนัดหยุดงาน การกระทำอย่างป่าเถื่อนหรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย ในวงเงิน 100,000,000.- บาท ต่อครั้งและตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย - ความเสียหายต่อเครื่องใช้ไฟฟ้า ในวงเงินไม่เกิน 10,000,000.- บาท ต่อครั้ง ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย
ระยะเวลาเอาประกัน	: 31 ธันวาคม 2561-31 ธันวาคม 2562
เลขที่กรมธรรม์	: กรมธรรม์เลขที่ 14026-114-190000636
ทรัพย์สินที่เอาประกัน	: อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำข่านำออกนอกสถานที่เป็นครั้งคราว
จำนวนเงินเอาประกัน	: ไม่เกิน 10,000,000.- บาท ต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง
สาระสำคัญของการคุ้มครอง	: ความสูญเสียหรือเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัยอันเนื่องมาจาก การชนหรือคว่ำ ไฟไหม้ ฟ้าผ่า การระเบิด ลมพายุ ลูกเห็บ ภัยจาก



อากาศยาน ยวดยานพาหนะ คิวน์ แผ่นดินไหว น้ำท่วม ภัยเนื่องจากน้ำ ความเสียหายต่อเครื่องใช้ไฟฟ้า การจลาจล และการนัดหยุดงาน การกระทำอย่างป่าเถื่อน หรือการกระทำอันมีเจตนาร้ายการลักทรัพย์ ที่ปรากฏร่องรอยชัดเจน ชิงทรัพย์หรือปล้นทรัพย์และภัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุยกเว้นไว้ในกรมธรรม์ และให้ความคุ้มครองรวมถึงขณะที่ผู้เอาประกันภัยหรือพนักงานหรือลูกจ้างของผู้เอาประกันภัย นำติดตัวไปเพื่อใช้งานนอกสถานที่ และขณะอยู่ในระหว่างการเดินทาง

ระยะเวลาเอาประกันภัย : 31 ธันวาคม 2561–31 ธันวาคม 2562

ในส่วนของการคุ้มครองการเสี่ยงภัยในทรัพย์สินที่บริษัท ทู วิชั่นส์ เคเบิล จำกัด (มหาชน) โอนเป็นกรรมสิทธิ์ของ บมจ. อสมท นั้น บริษัท ทู วิชั่นส์ เคเบิล จำกัด (มหาชน) ได้ทำกรมธรรม์ประกันความเสี่ยงภัยทุกชนิด (All risks) ไว้กับ บริษัท อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยให้ บมจ. อสมท เป็นผู้รับประโยชน์ตามกรมธรรม์นี้ โดยกำหนดให้กรมธรรม์ครอบคลุมถึงความเสี่ยงภัยทุกประเภท สำหรับอุบัติเหตุที่ทำให้เกิดความเสียหายโดยตรงทางกายภาพ ทั้งนี้ เว้นแต่เข้าข่ายยกเว้นความรับผิดตามกรมธรรม์ เช่น ความเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัย อันเกิดจากความผิดพลาดหรือความบกพร่องจากการออกแบบ การใช้วัสดุ หรือเป็นความเสียหายอันเป็นผลมาจากสงคราม เป็นต้น โดยระยะเวลาการเอาประกันภัยทรัพย์สินตามกรมธรรม์มีกำหนด 1 ปี เริ่มในวันที่ 31 มีนาคม 2562 สิ้นสุดในวันที่ 31 มีนาคม 2563 ทุกกรมธรรม์ และเมื่อระยะเวลาเอาประกันภัยสิ้นสุดลง บริษัทจะดำเนินการต่อระยะเวลาเอาประกันภัยในปีถัดไปของทุกปี

เลขที่กรมธรรม์ : กรมธรรม์เลขที่ 19-001-1104-MP-000121

ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย : ทรัพย์สินทั้งหมดที่เป็นรูปธรรม (หรือส่วนหนึ่งส่วนใด) ที่ตั้งตรงรา เคลื่อนที่ได้ หรืออยู่ในช่วงของการขนส่งซึ่งมิได้ยกเว้นในกรมธรรม์ ซึ่งอยู่ในอาณาเขตประเทศไทย ซึ่งเป็นเจ้าของ ครอบครอง ใช้งาน เช่าซื้อ หรือยืมโดย องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (หรืออยู่ในการดูแลครอบครองโดยองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย) ซึ่งผู้เอาประกันภัยได้ถือเสมือนหรือต้องรับผิดชอบตามกฎหมายต่อ ความสูญหาย พินาศ หรือ เสียหาย ซึ่งเป็นทรัพย์สินที่

- ก) หา/จัดหาให้ บมจ. อสมท โดยผู้เอาประกันภัยภายใต้สัญญา สัมปทานโดยไม่คำนึงถึงว่าการครอบครองได้ผ่านไปให้ บมจ. อสมท หรือยัง และ/หรือ
- ข) บำรุงหรือใช้งานโดยผู้เอาประกันภัย (หรือแทนโดยผู้รับเหมาหรือผู้จัดจำหน่าย ที่ได้รับการแต่งตั้ง) สำหรับ บมจ. อสมท ภายใต้ สัญญาสัมปทาน และ/หรือ
- ค) อยู่ในการดูแล รักษา หรือควบคุมโดยผู้เอาประกันภัยชั่วคราวหรือถาวร (หรือแทนโดยผู้รับเหมาหรือผู้จัดจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้ง) รวมถึงทรัพย์สินเช่าให้แก่ผู้เอาประกันภัย โดย บมจ. อสมท และ ทรัพย์สินที่ใช้ร่วมระหว่างผู้เอาประกันภัยและ บมจ. อสมท และ/หรือ



	<p>ง) อยู่ในการดูแล รักษา หรือควบคุมชั่วคราวโดยผู้เอาประกันภัย และพร้อมที่จะโอนกรรมสิทธิ์แก่ บมจ.อสมท (หลังจากส่งมอบให้แก่ผู้รับเอาประกันภัยโดยผู้รับเหมาหรือผู้จัดจำหน่าย) แต่การโอนกรรมสิทธิ์นี้ยังไม่ได้เกิดขึ้น</p>
จำนวนเงินเอาประกัน	: 179,800,147.- บาท
สาระสำคัญของการคุ้มครอง	<p>: ความเสียหายทางกายภาพของทรัพย์สินที่เอาประกันภัยอันเกิดจากอุบัติเหตุใดๆ ที่มีได้มีการระบุยกเว้นไว้ภายใต้กรมธรรม์</p> <p>ทั้งนี้ มีวงเงินจำกัดความรับผิดชอบสำหรับภัยหรือเหตุการณ์สำหรับความเสียหายที่ระบุไว้ ด้านล่าง ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ภัยน้ำท่วม 500,000,000.- บาท ต่อเหตุการณ์ และเป็นวงเงินจำกัดตลอดระยะเวลาเอาประกันภัยในหมวดที่ 1, 2 และ 3 และใช้เป็นวงเงินจำกัดร่วมกันของกลุ่มบริษัททรู (กรมธรรม์เลขที่ 19-001-1104-MP-000119 , 19-001-1104-MP-000120 , 19-001-1104-MP-000121 , 19-001-1104-MP-000122 , 19-001-1104-MP-000123 , 19-001-1104-MP-000124 , 19-001-1104-MP-000125 , 19-001-1104-MP-000126 และ 19-001-1104-MP-000127) - 1,000,000.- บาท ต่อ เหตุการณ์สำหรับความเสียหายต่อชุมสายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (MSC) และชุมสายโทรศัพท์พื้นฐาน (CSN) - 30,000.- บาทต่อเหตุการณ์สำหรับความเสียหายต่อร้านค้า Outlets Kiosks สำนักงาน ห้องสมุด และระหว่างขนส่ง - 30,000.- บาทต่อเหตุการณ์สำหรับความเสียหายต่อ Notebooks/ Laptops รวมถึงกล้องถ่ายรูป กล้องถ่ายวิดีโอและสิ่งหามิทรัพย์สินอื่นๆ - 100,000.- บาท ต่อเหตุการณ์สำหรับความเสียหายอื่นๆ ที่ไม่ถูกระบุไว้ข้างต้น - ร้อยละ 5 ของความเสียหาย ขึ้นต่ำ 500,000.- บาท ต่อเหตุการณ์อันเนื่องมาจากภัยน้ำท่วม (รวมความเสียหายทางทรัพย์สินและธุรกิจชะงัก) <p>นอกจากนี้ กรมธรรม์ได้ขยายความคุ้มครองถึงทรัพย์สินซึ่งได้นำออกไปนอกประเทศชั่วคราว ด้วยวงเงินความรับผิดชอบ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) คอมพิวเตอร์พกพา รวมถึงกล้อง และกล้องวิดีโอ วงเงิน 1,000,000.- บาท ต่อเหตุการณ์ 2) อุปกรณ์อื่นๆ วงเงิน 1,500,000.- บาท ต่อเหตุการณ์ และ 3,000,000.- บาท ต่ออายุกรมธรรม์
ระยะเวลาเอาประกัน	: 31 มีนาคม 2562 ถึง 31 มีนาคม 2563



ในส่วนของการคุ้มครองความเสี่ยงภัยในส่วนทรัพย์สินที่บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ใช้ในการดำเนินการ และทรัพย์สินที่ บมจ. อสมท ใช้ร่วมกับบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด นั้น ทางบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ได้ทำกรรมธรรม์ประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สินทุกชนิด(All risks) ไว้กับบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด(มหาชน) โดยให้ บมจ. อสมท เป็นผู้รับประกันภัยตามกรรมธรรม์นี้ โดยกำหนดให้กรรมธรรม์ครอบคลุมถึงความเสี่ยงภัยทุกประเภท ซึ่งรวมถึงที่ทำให้เกิดความสูญเสียหรือความเสียหายอันเกิดจากภายนอก หรือภัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุไว้ในข้อยกเว้นของกรรมธรรม์ประกันภัย มีระยะเวลาการเอาประกันภัยทรัพย์สินตามกรรมธรรม์กำหนด 365 วันทุกกรรมธรรม์ และเมื่อระยะเวลาเอาประกันภัยสิ้นสุดลง บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด จะดำเนินการต่อระยะเวลาเอาประกันภัยในปีถัดไปของทุกปี โดยเป็นการกำหนดการคุ้มครองทรัพย์สิน ในสถานีสื่อโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อสมท รวมทั้งทรัพย์สินตามสัญญาเช่าเวลาจัดรายการและโฆษณาสถานีสื่อวิทยุ อสมท ความถี่ เอฟ.เอ็ม. 105.5 เมกะเฮิรตซ์

เลขที่กรรมธรรม์

: กรรมธรรม์เลขที่ 819-01551-416

ทรัพย์สินที่เอาประกัน

: 1. ทรัพย์สิน ณ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อสมท เขตหนองแขม กทม.

1.1 อาคารสถานี (ไม่รวมฐานราก)

1.2 เพอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่งติดตั้งถาวร เครื่องใช้สำนักงาน ฉาก อุปกรณ์สร้างฉากและเครื่องปรับอากาศ รวมถึงทรัพย์สิน ไมโครเวฟและอุปกรณ์

1.3 อุปกรณ์โทรทัศน์

1.4 อาคารไฟฟ้ากำลัง(ไม่รวมฐานราก)รวมถึง เครื่องแปลงกระแส เครื่องปรับกระแสอัตโนมัติ มาตราวัด และอุปกรณ์ไฟฟ้าทุกชนิด เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำเย็น

1.5 อาคารเครื่องส่งโทรทัศน์ใหม่(ไม่รวมฐานราก)ระบบเครื่องส่งโทรทัศน์ HARRIS กำลังส่ง 60 KW จำนวน 1 เครื่อง เครื่องส่งโทรทัศน์ NEC กำลังส่ง 10 KW จำนวน 2 เครื่อง เครื่องส่งวิทยุ FM ยี่ห้อHARRIS กำลังส่ง 10 KWจำนวน 1 เครื่อง เครื่องส่งวิทยุ FM ยี่ห้อ ROHDE&SCHWARZ กำลังส่ง 10 KW จำนวน 2 เครื่อง รวมถึงเครื่องปรับอากาศ

1.6 อาคารพัสดุ(ไม่รวมฐานราก)

1.7 พัสตุต่างๆ ที่เก็บอยู่ในอาคาร

2. ทรัพย์สิน ณ อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ (12 ชั้น) ชั้น 7,9,10,11 และ 12 ถ.พระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กทม.

2.1 เพอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่งติดตั้งถาวร เครื่องใช้ เครื่องทำน้ำเย็น ระบบไฟฟ้า เครื่องอุปกรณ์ในการบันทึกรายการ อุปกรณ์ถ่ายโทรทัศน์ เครื่องส่งสัญญาณโทรทัศน์ จาน ไมโครเวฟ พร้อมระบบควบคุมไมโครเวฟและทรัพย์สินอื่นๆ รวมถึงอุปกรณ์ระบบ MAM



2.2 ห้องส่ง เอฟ.เอ็ม. 105.5 MHZ ประกอบด้วยอุปกรณ์เครื่องส่ง เอฟ.เอ็ม. ส่วนควบเครื่องส่ง เอฟ.เอ็ม. ห้องส่ง วิทยุกระจายเสียงและอะไหล่เครื่องส่ง เอฟ.เอ็ม.

จำนวนเงินเอาประกัน : 403,000,000.- บาท

สาระสำคัญของการคุ้มครอง : กรมธรรม์ครอบคลุมถึงความเสี่ยงภัยทุกประเภท ซึ่งรวมถึงที่ทำให้เกิดความสูญเสียหรือความเสียหายอันเกิดจากภายนอก หรือภัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุไว้ในข้อยกเว้นของกรมธรรม์ประกันภัย

ทั้งนี้ มีวงเงินจำกัดความรับผิด กรณีเกิดความสูญเสียหรือเสียหายสำหรับภัย ดังนี้

1. ภัยน้ำท่วม 25,000,000.- บาทต่อครั้ง ทุกสถานที่ที่เอาประกันภัย รวมกันและเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย
2. ภัยแผ่นดินไหวหรือภูเขาไฟระเบิดหรือคลื่นใต้น้ำ 25,000,000.- บาท ต่อครั้ง ทุกสถานที่ที่เอาประกันภัยรวมกัน และเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย

นอกจากนี้ กรมธรรม์ได้ขยายความคุ้มครองถึงความสูญเสียหรือเสียหาย ดังนี้

- 1) การแตกหักโดยอุบัติเหตุของกระจกที่ติดตั้งตรึงตรา ณ สถานที่เอาประกันภัย 10,000,000.- บาทต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง และเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกัน
- 2) ภัยต่อเครื่องใช้ไฟฟ้า (Electrical Installation) 10,000,000.- บาทต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง และเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกัน
- 3) ภัยโจรกรรมซึ่งปรากฏร่องรอยชัดเจน ชิงทรัพย์ ปล้นทรัพย์ (จร.2) 10,000,000.- บาทต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง และเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกัน

ระยะเวลาเอาประกัน : 12 มิถุนายน 2562 ถึง 12 มิถุนายน 2563

ในส่วนของการคุ้มครองความเสี่ยงภัยในทรัพย์สินของสถานี่เครือข่ายทั่วประเทศ จำนวน 32 สถานี ที่ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ใช้ในการดำเนินการ และทรัพย์สินที่ บมจ. อสมท ใช้ร่วมกับบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด นั้น บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ได้ทำกรมธรรม์ประกันความเสี่ยงภัยทุกชนิด (All risks) ไว้กับบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด(มหาชน) โดยให้ บมจ. อสมท เป็นผู้รับประกันตามกรมธรรม์นี้ โดยกำหนดให้กรมธรรม์ครอบคลุมถึงความเสี่ยงภัยทุกประเภท ซึ่งรวมถึงที่ทำให้เกิดความสูญเสียหรือความเสียหายอันเกิดจากภายนอก หรือภัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุไว้ในข้อยกเว้นของกรมธรรม์ประกันภัย มีระยะเวลาการเอาประกันภัยทรัพย์สินตามกรมธรรม์กำหนด 365 วันทุกกรมธรรม์ และเมื่อระยะเวลาเอาประกันภัยสิ้นสุดลง บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด จะดำเนินการต่อระยะเวลาเอาประกันในปีถัดไปของทุกปี โดยทรัพย์สินที่เอาประกันภัย คือทรัพย์สินที่ใช้ในการดำเนินการตามสัญญา เช่น เครื่องส่งโทรทัศน์ อุปกรณ์รับสัญญาณดาวเทียม อาคารเครื่องส่ง



อาคารที่พัก อาคารเครื่องกำเนิดไฟฟ้า เสาอากาศ เครื่องกำเนิดไฟฟ้า รวมทั้งระบบปรับอากาศ ระบบไฟฟ้า และเครื่องใช้สำนักงานอื่นๆ

- เลขที่กรมธรรม์ : กรมธรรม์เลขที่ 819-01551-965
- จำนวนเงินเอาประกัน : 578,723,543.- บาท
- สาระสำคัญของการคุ้มครอง : กรมธรรม์ครอบคลุมถึงความเสี่ยงภัยทุกประเภท ซึ่งรวมถึงที่ทำให้เกิดความสูญเสียหรือความเสียหายอันเกิดจากภายนอก หรือภัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุไว้ในข้อยกเว้นของกรมธรรม์ประกันภัย
- ทั้งนี้ มีวงเงินจำกัดความรับผิด กรณีเกิดความสูญเสียหรือเสียหายสำหรับภัย ดังนี้
1. ภัยน้ำท่วม 20,000,000.- บาทต่อครั้ง ทุกสถานที่ที่เอาประกันภัยรวมกันและเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย
 2. ภัยลมพายุ 20,000,000.- บาทต่อครั้ง ทุกสถานที่ที่เอาประกันภัยรวมกันและเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย
 3. ภัยแผ่นดินไหวหรือภูเขาไฟระเบิดหรือคลื่นใต้น้ำหรือสึนามิ 20,000,000.- บาทต่อครั้ง ทุกสถานที่ที่เอาประกันภัยรวมกันและเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย
 4. ภัยลูกเห็บ 20,000,000.- บาทต่อครั้ง ทุกสถานที่ที่เอาประกันภัยรวมกันและเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย
 5. ภัยการนัดหยุดงาน การจลาจลหรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย (ยกเว้นการกระทำเพื่อผลทางการเมือง ศาสนา หรือลัทธินิยม) 50,000,000.- บาทต่อครั้งทุกสถานที่ที่เอาประกันภัยรวมกันและเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย
- นอกจากนี้ กรมธรรม์ได้ขยายความคุ้มครองถึงความสูญเสียหรือเสียหายที่เกิดขึ้นต่ออุปกรณ์ไฟฟ้า (Electrical Injury) 5,000,000.- บาทต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง และเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกัน

ระยะเวลาเอาประกัน : 8 พฤศจิกายน 2562 ถึง 8 พฤศจิกายน 2563

นอกจากนี้ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ได้ทำประกันการคุ้มครองการเสี่ยงภัยในทรัพย์สิน อาคารมาลีนนท์ ทาวเวอร์ ที่มีการปรับปรุงและสั่งซื้อเพิ่มเติมเพื่อรองรับระบบความคมชัดสูง (High Definition : HD) เช่น อุปกรณ์ปรับปรุงเพิ่มเติมระบบแสงห้องส่งโทรทัศน์ อุปกรณ์ปรับปรุงห้องออกอากาศโทรทัศน์ระบบความคมชัดสูง และอุปกรณ์ปรับปรุงห้องส่งโทรทัศน์ระบบความคมชัดสูง Media Asset Management (MAM) เป็นต้น



เลขที่กรมธรรม์	: กรมธรรม์เลขที่ 819-01551-13
จำนวนเงินเอาประกัน	: 382,225,400.- บาท
สาระสำคัญของการคุ้มครอง	: กรมธรรม์ครอบคลุมถึงความเสี่ยงภัยทุกประเภท ซึ่งรวมถึงที่ทำให้เกิดความสูญเสียหรือความเสียหายอันเกิดจากภายนอก หรือภัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุไว้ในข้อยกเว้นของกรมธรรม์ประกันภัย ทั้งนี้ มีวงเงินจำกัดความรับผิด กรณีเกิดความสูญเสียหรือเสียหายสำหรับภัย ดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1. ภัยน้ำท่วม ไม่เกิน 20,000,000.- บาทต่อครั้ง และเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย 2. ภัยแผ่นดินไหวหรือภูเขาไฟระเบิดหรือคลื่นใต้น้ำหรือสึนามิ ไม่เกิน 20,000,000.- บาทต่อครั้ง และเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย <p>กรณีภัยอันมีสาเหตุมาจากไฟไหม้ ไฟผ่า ภัยลมพายุ ภัยจากยวดยานพาหนะ ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยทางอากาศยาน ภัยระเบิด ภัยลูกเห็บ ภัยจากการประท้วง การนัดหยุดงาน การจลาจล หรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย และอุบัติเหตุอื่นๆ ที่เกิดจากปัจจัยภายนอกซึ่งไม่ได้ระบุไว้ในข้อยกเว้นของกรมธรรม์ กรมธรรม์คุ้มครองเต็มทุน แต่ไม่เกินความเสียหายแท้จริง</p> <p>นอกจากนี้ กรมธรรม์ได้ขยายความคุ้มครองถึงความสูญเสียหรือเสียหายดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ภัยโจรกรรมซึ่งปรากฏร่องรอยชัดเจน ชิงทรัพย์ ปล้นทรัพย์ (จร.2) ไม่เกิน 5,000,000.- บาทต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง และเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย 2) ภัยต่อเครื่องใช้ไฟฟ้า (Electrical Injury) ไม่เกิน 5,000,000.- บาทต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง และเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย
ระยะเวลาเอาประกัน	: 10 มกราคม 2562 ถึง 10 มกราคม 2563

4.2 สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 รายการสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนและสิทธิอื่นๆ ที่สำคัญของบริษัท มีรายละเอียดซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

4.2.1 สิทธิตามสัญญาเช่าและเอกสารการให้ใช้ประโยชน์ในอสังหาริมทรัพย์

ตามที่ คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2547 เห็นชอบตามมติที่ประชุมคณะกรรมการนโยบายทุนรัฐวิสาหกิจ (“กนท.”) ครั้งที่ 2/2547 เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2547 เพื่อพิจารณาหลักการแปลงทุนขององค์การ



สื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยเป็นทุนเรือนหุ้น และจัดตั้ง บมจ. อสมท ขึ้น พร้อมทั้งเห็นชอบให้กรรมนารักษ์และส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐและรัฐวิสาหกิจต่างๆ ให้ความอนุเคราะห์ยินยอมให้บริษัทฯ เช่าหรือใช้ประโยชน์ในที่ดิน ฟ้าอากาศ และ/หรือสิ่งปลูกสร้างได้ต่อไปไม่ว่าด้วยวิธีการใดๆ โดยคงแนวทางตามที่ได้เคยปฏิบัติมากับองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ดังนั้น สืบตามสัญญาเช่าและใช้ประโยชน์ในอสังหาริมทรัพย์ของบริษัท จึงสามารถแยกพิจารณาได้ดังต่อไปนี้

1) ที่ดิน โดยแบ่งตามหน่วยงานต่างๆ ที่เป็นเจ้าของหรือผู้ดูแล ได้ดังนี้

(1) ที่ราชพัสดุของกรรมนารักษ์

บริษัทฯ ในฐานะองค์กรของรัฐได้รับอนุญาตให้ใช้ประโยชน์ในที่ราชพัสดุของกรรมนารักษ์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบธุรกิจเป็นสถานีวิทยุฯ และสถานีทวนสัญญาณโทรทัศน์ของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ประสงค์ที่จะขอเช่าระยะยาวโดยมีกำหนดระยะเวลา 30 ปี พร้อมทั้งขอให้บริษัทสามารถเช่าที่ดินนั้นต่อไปได้อีก 30 ปี นับแต่วันสิ้นสุดระยะเวลาเช่า 30 ปีแรก โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการประสานงานไปยังกรรมนารักษ์เพื่อขอเช่าใช้ที่ดินดังกล่าวในระยะยาว ซึ่งปัจจุบันกรรมนารักษ์กำลังอยู่ระหว่างการพิจารณาการจัดทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรทั้งระบบ

(2) ที่ดินสาธารณประโยชน์

บริษัทฯ ได้ประสานงานกับสำนักงานที่ดินจังหวัดในจังหวัดต่างๆ เพื่อขออนุญาตใช้ประโยชน์ในที่ดินสาธารณประโยชน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบธุรกิจของบริษัทฯ คือใช้เป็นที่ตั้งสถานีทวนสัญญาณโทรทัศน์และสถานีวิทยุกระจายเสียงในระบบ เอฟเอ็ม ของบริษัทฯ ทั้งนี้ ที่ดินที่บริษัทฯ ใช้ประโยชน์ยังไม่ถูกถอนสภาพจากการเป็นที่ดินสาธารณประโยชน์ ซึ่งบริษัทฯ จะได้ดำเนินการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอให้เพิกถอนสภาพและขึ้นทะเบียนเป็นที่ราชพัสดุต่อไป อนึ่ง พื้นที่บางแห่ง บริษัทฯ ได้ขอใช้ตามระเบียบของกระทรวงมหาดไทย

(3) พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติของกรมป่าไม้

บริษัทได้รับอนุญาตในหลักการให้ใช้ที่ดินซึ่งเป็นพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติในระยะยาวโดยการปรับเงื่อนไขการใช้ประโยชน์ให้สอดคล้องกับการประกอบกิจการของบริษัทฯ จากกรมป่าไม้ ตามหนังสือกรมป่าไม้ที่ ทส 1602.4/3880 ลงวันที่ 26 เมษายน 2547 ซึ่งเป็นพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ หลายพื้นที่ในทุกภาคทั่วประเทศ มีเนื้อที่โดยรวมทั้งหมดประมาณ 100 ไร่ มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจ คือเป็นที่ตั้งสถานีวิทยุฯ และสถานีทวนสัญญาณโทรทัศน์ของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ จะดำเนินการประสานงานกับกรมป่าไม้เพื่อจัดทำเป็นข้อตกลงการใช้ประโยชน์ในระยะยาวต่อไป

(4) พื้นที่ในเขตอุทยานแห่งชาติของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช

ในปัจจุบันบริษัทฯ ได้รับอนุญาตให้ใช้ที่ดินซึ่งเป็นพื้นที่ในเขตอุทยานแห่งชาติจากกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (เดิมมีสถานะเป็นกองอุทยานแห่งชาติ สังกัดกรมป่าไม้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์) เพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ คือเป็นที่ตั้งสถานีวิทยุฯ และสถานีทวนสัญญาณโทรทัศน์

(5) ที่ดินของหน่วยงานของรัฐอื่นๆ

บริษัทได้รับอนุญาตให้ใช้ที่ดินจากหน่วยงานของรัฐต่างๆ อาทิ ที่ดินในเขตนิคมสร้างตนเอง ที่ดินหลวงที่ดินในเขตสนามฝึกรบในป่า โดยบริษัทมีวัตถุประสงค์ในการใช้ที่ดินดังกล่าวเพื่อประกอบธุรกิจ คือ เป็นที่ตั้งสถานีวิทยุฯ และสถานีทวนสัญญาณโทรทัศน์ของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการดำเนินการประสานงานกับหน่วยงานของรัฐต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำเป็นข้อตกลงการใช้ประโยชน์ในระยะยาวต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับสิทธิการใช้ประโยชน์ที่ดินในที่ดินของการรถไฟแห่งประเทศไทย ตามสัญญาภาระจำยอมให้ใช้ที่ดินเพื่อทำทางเข้า - ออก บริเวณแนวทางรถไฟสาย



บางซื่อ - คลองตัน ที่บริษัทได้ทำกับการรถไฟแห่งประเทศไทย เป็นระยะเวลา 30 ปี ซึ่งสัญญาจะสิ้นสุดวันที่ 14 มิถุนายน 2568 โดยบริษัทได้ชำระค่าสิทธิดังกล่าวแล้วเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 33,950,000.- บาท

2) อาคารสถานที่

บริษัทฯ ได้รับสิทธิในการเช่าอาคารและสถานที่จากหน่วยงานของรัฐและเอกชนอื่นๆ ที่เป็นเจ้าของหรือผู้มีกรรมสิทธิ์ในอาคารสถานที่เช่าเหล่านั้นตามสัญญาเช่า หนังสืออนุญาต หรือหนังสือบันทึกเกี่ยวกับการเช่าหรือการใช้ประโยชน์อาคารและสถานที่ต่างๆ โดยวัตถุประสงค์ของการเช่าอาคารและสถานที่ทั้งหมดเป็นไปเพื่อประโยชน์ในการประกอบกิจการของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่จะใช้เป็นสถานที่ตั้งสถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ หรือศูนย์ข่าวภูมิภาคของบริษัทฯ โดยระยะเวลาการเช่าตามสัญญาเช่าส่วนใหญ่โดยเฉลี่ยมีอายุประมาณไม่เกิน 3 ปี

4.2.2 ลิขสิทธิ์ในรายการที่ใช้ออกอากาศ

ลิขสิทธิ์ในรายการที่ใช้ออกอากาศ	ลักษณะสำคัญ	จำนวนคู่สัญญา (ราย)	อายุสิทธิ (ปี)
1. การ์ตูน	ได้สิทธิ์ออกอากาศ 3 - 4 ครั้ง	4	2 - 3
2. สารคดี	ได้สิทธิ์ออกอากาศ 4 - 6 ครั้ง	6	2 - 3
3. บันเทิง	ได้สิทธิ์ออกอากาศ 3 - 4 ครั้ง	5	2




4.2.3 เครื่องหมายการค้า

บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ เพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ทั้งนี้ การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าดังกล่าวมีอายุ 10 ปี และอาจต่ออายุได้ทุก 10 ปี มีรายละเอียด ดังนี้




เครื่องหมายการค้า	ลักษณะการนำไปใช้	วันที่จดทะเบียน/ต่ออายุ
สัญลักษณ์โมเดิร์นไนน์	สำหรับสินค้า สถานีโทรทัศน์ สำนักข่าวสาร กระจายเสียงและภาพโทรทัศน์ กระจายคลื่นโทรทัศน์เฉพาะสมาชิก กระจายคลื่นโทรทัศน์ทางสายกระจายเสียงและภาพทางเคเบิลทีวี ควบคุมการใช้เครือข่ายสายเคเบิลโทรทัศน์ จัดส่งข้อมูลภาพและเสียงในระบบดิจิทัล จัดหาข้อมูลเกี่ยวกับการแพร่ภาพกระจายเสียง ตัวแทนสำนักข่าว ถ่ายทอดทางเคเบิลทีวี ถ่ายทอดทางโทรทัศน์ ถ่ายทอดโปรแกรมโทรทัศน์ผ่านทางเคเบิล ถ่ายทอดภาพและเสียงทางดาวเทียม ถ่ายทอดรายการโทรทัศน์โดยผ่านดาวเทียมถ่ายทอดหรือส่งสัญญาณรายการวิทยุและโทรทัศน์ บริการกระจายเสียงทางวิทยุและโทรทัศน์ เป็นตัวแทนในด้านข่าวแพร่ภาพ กระจายเสียงและภาพทางเคเบิลทีวี แพร่ภาพกระจายเสียงผ่านดาวเทียม แพร่ภาพกระจายเสียงผ่านโปรแกรมอินเทอร์เน็ต แพร่ภาพกระจายเสียงรายการโทรทัศน์ แพร่ภาพเคเบิลทีวี แพร่ภาพทางโทรทัศน์	- จดทะเบียน 22 พฤษภาคม 2546 - ต่ออายุ 22 พฤษภาคม 2556





เครื่องหมายการค้า	ลักษณะการนำไปใช้	วันที่จดทะเบียน/ต่ออายุ
	แพร่ภาพโทรทัศน์ทางสายเคเบิล รับสัญญาณรายการโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก (เคเบิลทีวี) สำนักข่าว	
สัญลักษณ์ SEED FM 	สำหรับบริการกระจายเสียงทางวิทยุ กระจายเสียงรายการสดทางวิทยุ ถ่ายทอดทางวิทยุ ถ่ายทอดหรือส่งรายการทางวิทยุ สถานีวิทยุ โดยการนำเสนอรายการวิทยุ จัดรายการคอนเสิร์ต จัดรายการทางวิทยุ ธุรกิจบันเทิงทางวิทยุ บริการผลิตรายการทางวิทยุ ผลิตรายการทางวิทยุ รายการวิทยุให้ความบันเทิงทางวิทยุ รวมทั้งบริการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการโฆษณา โฆษณาทางวิทยุ จัดการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก	- จดทะเบียน 15 มิถุนายน 2548 - ต่ออายุ 28 สิงหาคม 2558
สัญลักษณ์ MET 107 	สำหรับบริการ ข้อมูลข่าวสารด้านการโฆษณา โฆษณาทางวิทยุ กระจายเสียง รายการสดทางวิทยุ ถ่ายทอดทางวิทยุ สถานีวิทยุ	- จดทะเบียน 29 สิงหาคม 2549 - ต่ออายุ 29 สิงหาคม 2559
สัญลักษณ์ อ.ส.ม.ท. MCOT  	1. สำหรับบันทึกวิดีโอ เครื่องบันทึกเทป เครื่องรับเสียงและภาพ เครื่องส่งทางโทรคมนาคม ชุดเครื่องส่งทางโทรคมนาคม โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โปรแกรมปฏิบัติการทางคอมพิวเตอร์ แผ่นซีดีรอม แผ่นภาพสไลด์ ภาพยนตร์การ์ตูน วีดีโอเทป เสาของสายอากาศ วิทยุ อุปกรณ์เกี่ยวกับโทรทัศน์ 2. สำหรับกระดาษเขียนจดหมาย จุลสาร ชุดอุปกรณ์การพิมพ์ใช้ในสำนักงาน ของ/ใช้ในการหีบห่อ ของจดหมายตราประทับที่อยู่แบบพิมพ์ ปกหนังสือ/สมุด ปกหนังสือชนิดถอดได้ ป้ายโฆษณาชนิดทำด้วยกระดาษหรือกระดาษแข็ง ป้ายทำด้วยกระดาษหรือกระดาษแข็ง ป้ายประกาศโฆษณาทำด้วยกระดาษหรือกระดาษแข็ง โปสเตอร์ แผ่นโฆษณา แฟ้มใช้ในสำนักงาน แฟ้มชนิดใส่หรือถอดเอกสารเป็นแผ่นได้ แฟ้มเอกสาร สมุดฉีก สมุดบันทึก สิ่งพิมพ์ (วารสารรายเดือน) สิ่งพิมพ์ (ข่าวสารรายวัน)	- จดทะเบียน 15 ตุลาคม 2533 - ต่ออายุ 15 ตุลาคม 2553
สัญลักษณ์สำนักข่าวไทย 	1. สำนักข่าวสาร 2. เผยแพร่ข่าวสารโฆษณา 3. พิมพ์หนังสือ	- จดทะเบียน 15 ตุลาคม 2536 - ต่ออายุ 15 ตุลาคม 2556



เครื่องหมายการค้า	ลักษณะการนำไปใช้	วันที่จดทะเบียน/ต่ออายุ
สัญลักษณ์วิทยุ ท.ท.ท. อ.ส.ม.ท. 	1. สถานีวิทยุฯ 2. จัดรายการวิทยุฯ บ้านเชิงทางวิทยุฯ 3. จัดเวลาทางวิทยุฯ โฆษณาทางวิทยุฯ เผยแพร่ข่าวสาร	- จดทะเบียน 5 กุมภาพันธ์ 2536 - ต่ออายุ 5 กุมภาพันธ์ 2556
สัญลักษณ์สถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 เดิม 	1. สถานีโทรทัศน์ 2. บ้านเชิงทางโทรทัศน์ จัดรายการโทรทัศน์ 3. เผยแพร่ข่าวสารโฆษณา	- จดทะเบียน 5 กุมภาพันธ์ 2536 - ต่ออายุ 5 กุมภาพันธ์ 2556
สัญลักษณ์ นื่องโนน 	1. สำหรับบริการการนำเสนอรายการทางวิทยุ จัดรายการคอนเสิร์ต จัดรายการทางวิทยุ ธุรกิจบ้านเชิงทางวิทยุ บริการผลิตรายการทางวิทยุ ผลิตรายการทางวิทยุ รายการวิทยุ ให้ความบันเทิงทางวิทยุ ข้อมูลข่าวสารเพื่อความบันเทิงระบบออนไลน์ ข้อมูลทางด้านบันเทิงผ่านเครือข่ายโทรศัพท์ จัดการแข่งขันทางด้านดนตรี จัดการแสดงบนเวที จัดรายการทางโทรทัศน์ จัดรายการแสดงสด รายการโทรทัศน์ ให้ความบันเทิง โทรทัศน์ นำเสนอการแสดงดนตรี นำเสนอการแสดงสด รวบรวมและจัดหาข้อมูลเกี่ยวกับการบันเทิง 2. สำหรับบริการข้อมูลข่าวสารโฆษณา โฆษณาทางวิทยุ โฆษณาทางโทรทัศน์ โฆษณาในวารสาร จัดจำหน่ายของที่ระลึก จัดจำหน่ายเทปและวีดีโอ 3. สำหรับบริการกระจายเสียงทางวิทยุและโทรทัศน์ กระจายเสียงทางมัลติมีเดีย กระจายเสียงรายการสดทางวิทยุ จัดส่งข้อมูลภาพและเสียงโดยระบบดิจิตอล ถ่ายทอดทางวิทยุ ถ่ายทอดทางโทรทัศน์ ถ่ายทอดหรือส่งรายการทางวิทยุ บริการกระจายเสียงทางวิทยุและโทรทัศน์ สถานีวิทยุ 4. สำหรับสินค้าถ้วยเซรามิค พวงกุญแจทำด้วยพลาสติกพัดชนิดใช้มีพัดชนิดพับได้ หมอนเป่าลม หมอน 5. สำหรับสินค้า การ์ดแม่เหล็ก คอมแพคดิสก์ บัตรข้อมูลแม่เหล็ก บัตรโทรศัพท์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับรักษาจอภาพของโทรศัพท์ ซีดีที่บันทึกแล้ว ซีดีบันทึกภาพ แผ่นรองเมาส์ คอมพิวเตอร์ ภาพยนตร์ ภาพยนตร์(ดีวีดี) วีดิโอซีดี ออดิโอคาสส์	- จดทะเบียน 10 มกราคม 2556



เครื่องหมายการค้า	ลักษณะการนำไปใช้	วันที่จดทะเบียน/ต่ออายุ
สัญลักษณ์ MCOT ACADEMY 	สำหรับสินค้าเสื้อ (ยกเว้นเสื้อชั้นในและเสื้อกีฬา) ปฏิทิน โปสเตอร์ แม็กกาซีน หนังสือ สติกเกอร์ วารสาร ข่าวสารรายวัน	- จดทะเบียน 15 พฤศจิกายน 2556
สัญลักษณ์ MCOT TALENT 	1. สำหรับสินค้าเสื้อ (ยกเว้นเสื้อชั้นในและเสื้อกีฬา) ปฏิทิน โปสเตอร์ แม็กกาซีน หนังสือ สติกเกอร์ วารสาร ข่าวสารรายวัน 2. สำหรับบริการเผยแพร่ข่าวสารโฆษณา	- จดทะเบียน 15 พฤศจิกายน 2556
สัญลักษณ์ THAIBEX 	สำหรับสินค้า สื่อบันทึกข้อมูลดิจิทัลที่สามารถดาวน์โหลดได้ สิ่งพิมพ์ ที่เผยแพร่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ สิ่งพิมพ์เผยแพร่ทางเว็บไซต์	- จดทะเบียน 26 พฤษภาคม 2557
สัญลักษณ์ THAIBEX 	สำหรับสินค้า สื่อบันทึกข้อมูลดิจิทัลที่สามารถดาวน์โหลดได้ สิ่งพิมพ์ เผยแพร่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ สิ่งพิมพ์เผยแพร่ทางเว็บไซต์	- จดทะเบียน 26 พฤษภาคม 2557
สัญลักษณ์ MCOT HD 	สำหรับสินค้า สถานีโทรทัศน์ แพร่ภาพกระจายเสียงรายการ โทรทัศน์ ถ่ายทอดหรือส่งรายการโทรทัศน์ ถ่ายทอดโปรแกรม โทรทัศน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต	- จดทะเบียน 7 มิถุนายน 2559
สัญลักษณ์ MCOT Family 	สำหรับสินค้า สถานีโทรทัศน์ แพร่ภาพกระจายเสียงรายการ โทรทัศน์ ถ่ายทอดหรือส่งรายการโทรทัศน์ ถ่ายทอดโปรแกรม โทรทัศน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต	- จดทะเบียน 7 มิถุนายน 2559

ช่อง 14



4.2.4 ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ

บมจ. อสมท ได้รับสิทธิให้เป็นผู้ให้บริการกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ จากการเข้าร่วมการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ จัดโดยสำนักงาน คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เมื่อวันที่ 26 และ 27 ธันวาคม 2556 และเป็นผู้ชนะการประมูลดังกล่าวปรากฏตามหนังสือของ กสทช. เลขที่ สทช 4006/935 ลงวันที่ 10 มกราคม 2557 ซึ่งรับรองว่าบริษัทเป็นผู้ชนะการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ จำนวนรวม 2 ใบอนุญาต รวม ราคาประมูลเป็นเงินทั้งสิ้น 4,000.- ล้านบาท ดังนี้

(1) หมวดยุทธศาสตร์ไป แบบความคมชัดสูง ในราคาประมูลเป็นเงินทั้งสิ้น 3,340.- ล้านบาท

(2) หมวดยุทธศาสตร์เยาวชน และครอบครัว แบบความคมชัดปกติ ในราคาประมูลเป็นเงินทั้งสิ้น 660.- ล้านบาท

โดยมีอายุใบอนุญาตรวม 15 ปี เริ่มวันที่ 25 เมษายน 2557 สิ้นสุดวันที่ 24 เมษายน 2572 และบริษัท ได้เริ่มให้บริการแล้วภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ 25 เมษายน 2557 ตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการ อนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555

ทั้งนี้ บมจ. อสมท ได้คืนใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลช่อง รายการในหมวดยุทธศาสตร์สำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว (ช่อง MCOT Family - หมายเลข 14 ตามคำสั่งหัวหน้า คณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 4/2562 เรื่องมาตรการแก้ไขปัญหาการประกอบกิจการโทรทัศน์และกิจการ โทรคมนาคม ข้อ 10 ผู้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลรายใดประสงค์ จะคืนใบอนุญาตที่ได้รับตามประกาศ ให้แจ้งเป็นหนังสือไปยังสำนักงาน กสทช. และได้ยุติการออกอากาศเมื่อวันที่ 16 กันยายน 2562

4.2.5 ใบอนุญาตเป็นผู้ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสทช.) ในการประชุมครั้งที่ 42/2556 เมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2556 มีมติอนุญาตให้ บมจ. อสมท เป็นผู้ได้รับอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ เพื่อให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ระดับชาติ ใบอนุญาตเลขที่ B1-F22051-0002-56 โดยใบอนุญาตมีอายุรวม 15 ปี เริ่มวันที่ 18 พฤศจิกายน 2556 และสิ้นสุดวันที่ 17 พฤศจิกายน 2571

บมจ. อสมท ได้ดำเนินการตามใบอนุญาตการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกฯ และใบอนุญาตการ ให้บริการโครงข่ายกระจายเสียงและโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลโดยได้ติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวก 4 สถานีหลัก และโครงข่ายจำนวน 39 สถานีหลัก และขยายการให้บริการอีก 129 สถานีเสริม เพื่อให้ครอบคลุมกว่าร้อยละ 95.1 ของจำนวนครัวเรือน

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บมจ. อสมท มีนโยบายที่จะลงทุนในบริษัทย่อย และบริษัทร่วมดำเนินกิจการที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับกิจการ สื่อสารมวลชนทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร รวมถึงบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอันเกี่ยวกับกิจการสื่อสารมวลชนและ ธุรกิจอื่นที่ต่อเนื่องหรือใกล้เคียงกัน หรือซึ่งเป็นประโยชน์แก่กิจการสื่อสารมวลชน โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็น สื่อกลางในการเผยแพร่ความรู้ และสร้างความเข้าใจเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากร และส่งเสริมคุณภาพ



และจริยธรรมของคนในชาติและรักษาความมั่นคงของรัฐ ทั้งนี้ การลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าวถือเป็น การสนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจของ บมจ. อสมท อีกทางหนึ่งด้วย และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 (ตามงบการเงินเฉพาะ) บมจ. อสมท มีเงินลงทุนในบริษัทย่อยสุทธิ คือ บริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด และบริษัท ซีตเอ็มคอต จำกัด รวม 4.90 ล้านบาท และเงินลงทุนในบริษัทร่วมดำเนินการ รวมทั้งสิ้นประมาณ 14.41 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 0.19 ของสินทรัพย์รวมทั้งหมดของบริษัท

ในส่วนของนโยบายการบริหารงานในบริษัทร่วมดำเนินการนั้น เนื่องจากบริษัทร่วมดำเนินการ ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับกิจการสื่อสารมวลชนและธุรกิจอื่นที่ต่อเนื่องกับธุรกิจของบริษัท และบริษัทถือหุ้นใน บริษัทร่วมดำเนินการเหล่านี้ในอัตราน้อยกว่าร้อยละ 50 ดังนั้นโดยทั่วไปบริษัทฯ จึงไม่มีส่วนใดๆ ในการควบคุมการ บริหารงานและกำหนดแนวทางในการดำเนินงานที่สำคัญในบริษัทร่วมดำเนินการเหล่านี้ได้ เว้นแต่ในกรณีที่สัญญา ร่วมดำเนินการที่ บมจ. อสมท ทำกับบริษัทร่วมดำเนินการนั้นๆ จะกำหนดให้การดำเนินการบางประการของ บริษัทร่วมดำเนินการจำเป็นต้องได้รับความยินยอมจากบริษัท

สำหรับการลงทุนในบริษัทย่อย ซึ่งได้แก่

1. **บริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด** โดย บมจ. อสมท มีสัดส่วนการถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 49.0 และพนักงาน ของ บมจ. อสมท มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 41 อย่างไรก็ดี ไม่มีพนักงานและผู้บริหารของ บมจ. อสมท รายใดที่มีสัดส่วน การถือหุ้นใน บจ. พาโนรามา เวิลด์ไวด์ เกินกว่าร้อยละ 5 สำหรับจำนวนหุ้นส่วนที่เหลืออีกประมาณ ร้อยละ 10 เป็นการ ถือหุ้นโดยกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้บริหารของ บจ. พาโนรามา เวิลด์ไวด์ โดยมีกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของ บมจ. อสมท เข้าร่วมเป็นกรรมการของ บจ. พาโนรามา เวิลด์ไวด์ ด้วยเป็นจำนวน 6 คน จากจำนวนกรรมการทั้งสิ้น 7 คน ดังนั้น บมจ. อสมท จึงมีอำนาจควบคุมในเรื่องการกำหนดนโยบายทางการเงินและการดำเนินงานของ บจ. พาโนรามา เวิลด์ไวด์

อย่างไรก็ตาม บริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด ได้ประสบปัญหาการขาดสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ รายได้ไม่ครอบคลุมกับค่าใช้จ่าย ซึ่งส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการดำเนินกิจการต่อไปในอนาคต และเป็นภาระของ บมจ. อสมท อย่างต่อเนื่อง คณะกรรมการ บมจ. อสมท ในคราวประชุมครั้งที่ 2/2562 เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562 จึงมี มติให้ บริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด ยุติการดำเนินธุรกิจ และจัดการพันธะภาระต่างๆ ที่ผูกพันให้แล้วเสร็จ

2. **บริษัท ซีตเอ็มคอต จำกัด** โดย บมจ. อสมท มีสัดส่วนการถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 49 และกองทุนสำรอง เลี้ยงชีพพนักงานของ บมจ. อสมท มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 2 โดยไม่มีพนักงานและผู้บริหารของ บมจ. อสมท รายใด ที่มีสัดส่วนการถือหุ้นใน บจ. ซีตเอ็มคอต เกินกว่าร้อยละ 5 สำหรับจำนวนหุ้นส่วนที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 49.0 นั้น เป็นการถือหุ้นโดยกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้บริหารของ บจ. ซีตเอ็มคอต โดยมีกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของ บมจ. อสมท เข้าร่วมเป็นกรรมการของ บจ. ซีตเอ็มคอต ด้วยเป็นจำนวน 3 คน จากจำนวนกรรมการทั้งสิ้น 5 คน ดังนั้น บมจ. อสมท จึงมี อำนาจควบคุมในเรื่องการกำหนดนโยบายทางการเงินและการดำเนินงานของ บจ. ซีตเอ็มคอต และคณะกรรมการ บมจ. อสมท ในคราวประชุมครั้งที่ 16/2559 วันที่ 22 พฤศจิกายน 2559 มีมติเห็นชอบการเลิกกิจการบริษัท ซีตเอ็มคอต จำกัด เนื่องจาก ประสบปัญหาสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจจากการลดลงของรายได้อย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากพฤติกรรมของ กลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดย บมจ. อสมท จะนำคลื่นวิทยุ เอฟเอ็ม 97.5 เมกะเฮิร์ตซ์ มาบริหารจัดการและ ปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้ฟังที่เปลี่ยนไปเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพภายใต้การบริหารงานของ บมจ. อสมท เอง ปัจจุบันได้ดำเนินการขายทรัพย์สินของบริษัทฯ ทั้งหมดแล้ว และอยู่ระหว่างการตรวจสอบเพื่อขอคืนภาษีเงินได้ นิติบุคคลของกรมสรรพากร



5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บมจ. อสมท มีข้อพิพาททางกฎหมายถึงเดือนธันวาคม 2562 ที่อาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัท ดังนี้

1. บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นเนลเอนจิเนียริง จำกัด (มหาชน) (ไออีซี)

วันที่ 22 เมษายน 2559 บมจ.อินเทอร์เน็ตเนชั่นเนลเอนจิเนียริง (ไออีซี) ยื่นฟ้อง บมจ.อสมท เป็นคดีแพ่ง ความผิดฐาน ผิดสัญญา (สัญญาทางธุรกิจเกี่ยวกับกิจการโทรทัศน์ระบบ DVB – T/H บนคลื่นความถี่ UHF ช่อง 58) เรียกค่าเสียหาย จำนวน 244,768,987.78 บาท คดีอยู่ระหว่างพิจารณาของศาลปกครองกลาง

2. บริษัท ซีเอ็มโอ จำกัด (มหาชน)

วันที่ 27 เมษายน 2559 บมจ. ซีเอ็มโอ ยื่นฟ้อง บมจ. อสมท เป็นคดีแพ่ง ความผิดฐานผิดสัญญา (สัญญาจ้างให้ดำเนินการจัดงานสัมมนาวิชาการและนิทรรศการเทคโนโลยีดิจิทัล THAIBEX 2014) เรียกค่าเสียหาย จำนวน 1,464,215.97 บาท

เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2559 ศาลแพ่งพิพากษาให้ บมจ. อสมท ชำระเงิน 1,060,000 บาท พร้อมดอกเบี้ยอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2560 ศาลอุทธรณ์มีคำพิพากษายกฟ้อง ขณะนี้คดีอยู่ระหว่างพิจารณาของศาลฎีกา

3. บริษัท แบรินด์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด

วันที่ 8 ธันวาคม 2559 บจ.แบรินด์ คอมมิวนิเคชั่น ยื่นฟ้อง บมจ. อสมท เป็นคดีแพ่ง ความผิดฐาน ผิดสัญญาจ้างทำของ (กรณีจัดจ้างประชาสัมพันธ์ การเชียร์การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก “โครงการเชียร์ไทยสุดใจ ไปโอลิมปิก ปี 2559”) เรียกค่าเสียหาย จำนวน 2,703,508.60 บาท

เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2560 ศาลแพ่งพิพากษาให้ บมจ. อสมท ชำระเงิน 2,003,508.60 บาท พร้อมดอกเบี้ยอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี บมจ. อสมท คดีอยู่ระหว่างพิจารณาของศาลอุทธรณ์

เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2562 ศาลอุทธรณ์มีคำพิพากษาแก้เป็นว่า ให้ บมจ.อสมท ชำระเงิน 1,761,630.02 บาท พร้อมดอกเบี้ยอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี นับถัดจากวันฟ้อง (ฟ้องวันที่ 8 ธันวาคม 2559) เป็นต้นไป จนกว่าจะชำระเสร็จแก่โจทก์ คืบหน้าขึ้นศาลชั้นอุทธรณ์ที่เกินมา 14,100 บาทแก่ บมจ. อสมท ค่าฤชาธรรมเนียมชั้นอุทธรณ์ให้เป็นพับ บมจ. อสมท ยื่นคำร้องขออนุญาตยื่นฎีกา ศาลฎีกามีคำสั่งรับฎีกา คดีอยู่ระหว่างพิจารณาของศาลฎีกา

4. นายธนพล ตันตินิกร

วันที่ 19 มิถุนายน 2560 นายธนพล ตันตินิกร ยื่นฟ้อง บมจ.อสมท คดีแพ่ง ความผิดฐาน ละเมิด ลิขสิทธิ์ (กรณีสถานีวิทยุ บมจ. อสมท คลื่น เอฟ.เอ็ม 100.5 เมกะเฮิร์ตซ์ นำภาพถ่ายอันมีลิขสิทธิ์ของโจทก์เผยแพร่ในหัวข้อข่าว “นอภ. ภูกระดึง จ.เลย ระบุการสร้างกระเช้าไฟฟ้าขึ้นภูกระดึง จะเกิดประโยชน์มหาศาลกับพื้นที่อำเภอภูกระดึง”) เรียกค่าเสียหาย จำนวน 38,408.90 บาท

เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2561 ศาลพิพากษาให้ บมจ. อสมท ชำระเงินบางส่วน จำนวน 10,000 บาท พร้อมดอกเบี้ยอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี แต่ต้องไม่เกิน 3,408.90 บาท คดีอยู่ระหว่างพิจารณาของศาลอุทธรณ์

เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2562 ศาลอุทธรณ์พิพากษาแก้เป็นว่า ให้ บมจ.อสมท ใช้ค่าธรรมเนียมแทนโจทก์ โดยกำหนดค่าทนายความ 3,000 บาท นอกจากที่แก้ให้เป็นไปตามคำพิพากษาของศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลาง ค่าธรรมเนียม ชั้นอุทธรณ์ให้ตกเป็นพับ คดีอยู่ระหว่าง บมจ. อสมท ยื่นคำร้องขออนุญาตฎีกา



5. นายปัญญา รวดเงิน

วันที่ 30 มีนาคม 2561 นายปัญญา รวดเงิน ได้ยื่นฟ้อง นายกำภู ภูริภูวดล, นางรัชณี ศรีบุรินทร์ หรือ สุทธิธรรม, บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) และนายเชมทัตต์ พลเดช ต่อศาลจังหวัดบุรีรัมย์ ฐานหมิ่นประมาท, หมิ่นประมาทด้วยการโฆษณา, เรียกค่าเสียหายเป็นเงินจำนวน 2,000,000 บาท คดีอยู่ระหว่างพิจารณาของศาลจังหวัดบุรีรัมย์

เมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2562 ศาลจังหวัดบุรีรัมย์ พิพากษายกฟ้อง โจทก์ยื่นอุทธรณ์ คดีอยู่ระหว่างพิจารณาของศาลอุทธรณ์

6. บริษัท สตรองบราเดอร์ส 1961 จำกัด

วันที่ 20 สิงหาคม 2561 บริษัท สตรองบราเดอร์ส 1961 จำกัด ได้ยื่นฟ้อง บมจ.อสมท ต่อศาลแพ่ง ขอให้พิพากษา เรียกเงินคืน จำนวนทุนทรัพย์ 26,695,279.58 บาท คดีอยู่ระหว่างพิจารณาของศาลแพ่ง

7. บริษัท เสี่ยงสยามแผ่นเสียง-เทป จำกัด

วันที่ 26 กรกฎาคม 2562 บริษัท เสี่ยงสยามแผ่นเสียง-เทป จำกัด ได้ยื่นฟ้อง บมจ.อสมท ต่อศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลาง เป็นคดีหมายเลขดำที่ ม51/2562 ระหว่าง บริษัท เสี่ยงสยามแผ่นเสียง-เทป จำกัด โจทก์ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ที่ 1 บริษัท แอฟเอ็กดูตริม เอช กรุ๊ป จำกัด ที่ 2 จำเลย ขอให้พิพากษา เรียกค่าเสียหาย จำนวน 300,000 บาท บมจ. อสมท ส่งให้ สำนักอัยการสูงสุด แก่ต่างต่อผู้คดี คดีอยู่ระหว่างพิจารณาของศาลทรัพย์สินทางปัญญา

8. นายศักดา ลั่นทุกษ์ (อดีตลูกจ้าง)

วันที่ 5 ตุลาคม 2558 นายศักดา ลั่นทุกษ์ ยื่นฟ้อง บมจ. อสมท เป็นคดีแพ่ง (แรงงาน) ความผิดฐานเลิกจ้างไม่เป็นธรรม เรียกค่าเสียหาย จำนวน 19,160,000.00 บาท คดีอยู่ระหว่างพิจารณาของศาลฎีกาแผนกคดีแรงงาน

9. นายอนุสรณ์ ศิริชาติ

วันที่ 7 กันยายน 2559 นายอนุสรณ์ ศิริชาติ เป็นโจทก์ยื่นฟ้องคดีแพ่ง (แรงงาน) บมจ. อสมท และนายศิวะพร ชมสุวรรณ ขอให้พิพากษาจ้างแรงงาน เลิกจ้างไม่เป็นธรรม เรียกค่าเสียหาย (ค่าสินจ้างแทนการบอกกล่าวล่วงหน้า ค่าชดเชย และค่าเสียหายกรณี เลิกจ้างไม่เป็นธรรม) รวมเป็นเงินจำนวน 1,745,570.- บาท เมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม 2560 ศาลพิพากษาให้ บมจ. อสมท ชำระค่าเสียหายเนื่องจากการเลิกจ้างไม่เป็นธรรมตั้งแต่วันที่ 12 กรกฎาคม 2559 ถึงเดือนมิถุนายน 2560 จำนวน 826,814 บาท พร้อมดอกเบี้ยอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปีของต้นเงินดังกล่าวตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2559 เป็นต้นไป ศาลฎีกาแผนกคดีแรงงานพิพากษายืนตามคำพิพากษาของศาลชั้นต้น

นายอนุสรณ์ฯ ยื่นคำร้องขอให้ศาลแรงงานกลางออกคำสั่งบังคับให้ บมจ. อสมท ชำระดอกเบี้ยเพิ่ม นับแต่วันที่ บมจ.อสมท วางเงินชำระหนี้ตามคำพิพากษาจนถึงวันที่ศาลฎีกาแผนกคดีแรงงานมีคำพิพากษา คดีอยู่ระหว่างพิจารณาของศาลแรงงาน

10. นางสาวรัชดา ทองใหญ่ ณ อยุธยา หรือสัทธาพงษ์ (อดีตลูกจ้าง)

วันที่ 11 พฤษภาคม 2561 นางสาวรัชดา ทองใหญ่ ณ อยุธยา หรือสัทธาพงษ์ ยื่นฟ้อง บมจ. อสมท เป็นคดีแพ่ง (แรงงาน) ความผิดฐาน ผิดสัญญาจ้างแรงงาน, ค้างจ่ายค่าจ้าง, เลิกจ้างไม่เป็นธรรม และตามกฎหมายคุ้มครองแรงงาน



เรียกค่าเสียหาย (ค่าสินจ้างแทนการบอกกล่าวล่วงหน้า, ค่าคอมมิชชั่นที่ค้างจ่าย, ค่าชดเชย และค่าเสียหายกรณีเลิกจ้างไม่เป็นธรรม จำนวนทั้งสิ้น 23,434,793.30 บาท

เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2562 ศาลแรงงานกลางพิพากษาให้ บมจ. อสมท ชำระค่าเสียหายการเลิกจ้างไม่เป็นธรรม เป็นเงินจำนวน 500,000 บาท พร้อมดอกเบี้ยอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี นับแต่วันฟ้อง (ฟ้องวันที่ 11 พฤษภาคม 2561) เป็นต้นไปจนกว่าจะชำระเสร็จสิ้น ค่าขออื่นให้ยก

เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2562 บมจ. อสมท ยื่นอุทธรณ์คำพิพากษาและยื่นคำร้องขอทุเลาการบังคับคดี

เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2562 ศาลอุทธรณ์คดีชั้นอุทธรณ์พิพากษายกฟ้อง คดีอยู่ระหว่างโจทก์ขออนุญาตยื่นฎีกาคำพิพากษา



6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์	: บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) (“บมจ. อสมท”)
ประเภทธุรกิจ	: ประกอบธุรกิจหลักด้านกิจการสื่อสารมวลชน ซึ่งประกอบด้วย กิจการวิทยุโทรทัศน์ กิจการวิทยุกระจายเสียง หน่วยงานที่ให้บริการด้านข่าว สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อใหม่ รวมทั้งกิจการที่ได้ร่วมดำเนินการกับคู่สัญญาเอกชน ตามสัญญาร่วมดำเนินการ
บุคลากร	: ณ 31 ธันวาคม 2562 รวมทั้งสิ้น 1,352 คน แบ่งเป็น - ผู้บริหาร ระดับผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ขึ้นไป 10 คน - พนักงาน 1,342 คน
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 63/1 ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
เลขทะเบียนบริษัท	: ทะเบียนเลขที่ 0107547000745 (เลขที่เดิม 0107574700743)
Home Page	: www.mcot.net
โทรศัพท์	: 0-2201-6000
โทรสาร	: 0-2245-1435
ทุนจดทะเบียน	: 3,835,000,000 บาท ประกอบด้วย หุ้นสามัญ จำนวน 767,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท ทุนชำระแล้ว 3,435,496,050 บาท ประกอบด้วย หุ้นสามัญ จำนวน 687,099,210 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 5 บาท

บริษัทย่อย

ชื่อบริษัท	: บริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด
ประเภทธุรกิจ	: ประกอบธุรกิจหลักในการผลิตรายการโทรทัศน์ให้กับ บมจ. อสมท และบริษัทอื่น
บุคลากร	: 0 คน
ที่ตั้งสำนักงาน	: อาคารเอนกประสงค์ (บมจ. อสมท) 63/1 ชั้น 11 ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
โทรศัพท์	: 0-2248-2079-80
โทรสาร	: 0-2248-2081
ทุนจดทะเบียน	: 10,000,000 บาท ประกอบด้วย หุ้นสามัญ จำนวน 1,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท เป็นทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 49.0 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว

**บริษัทย่อย**

ชื่อบริษัท	: บริษัท ซีดีเอ็มคอต จำกัด *
ประเภทธุรกิจ	: ประกอบธุรกิจหลักในการผลิตรายการวิทยุทางสถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท การจัดคอนเสิร์ต ผลิตรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และเพลง รวมถึงธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
บุคลากร	: 0 คน
ที่ตั้งสำนักงาน	: อาคารเอนกประสงค์ (บมจ. อสมท) 63/1 ชั้น 11 ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
โทรศัพท์	: 0-2201-6009
โทรสาร	: 0-2245-1832
ทุนจดทะเบียน	: 100,000,000 บาท ประกอบด้วย หุ้นสามัญ จำนวน 1,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เป็นทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว จำนวน 75,000,000 บาท
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 49.0 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว

หมายเหตุ : * อยู่ระหว่างการเลิกกิจการตามมติคณะกรรมการบริษัท

ข้อมูลบุคคลอ้างอิง

นายทะเบียน	: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่ตั้ง ชั้น 1 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อาคารบี เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 0-2009-9000 โทรสาร 0-2009-9991
ผู้สอบบัญชี	: สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ที่ตั้ง ถนนพระราม 6 เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ 0-2271-8158 โทรสาร 0-2618-5792

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี -