



## ส่วนที่ 1

### การประกอบธุรกิจ

#### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) (บมจ. อสมท) ดำเนินธุรกิจหลักด้านสื่อสารมวลชน สถานะเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี และเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มบริการ (Service) หมวดย่อยและสิ่งพิมพ์ (Media) โดยแปลงสภาพจากองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) ตามพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ.2542 จดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทมหาชนจำกัดกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2547 ต่อมาได้จดทะเบียนเป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลาดหลักทรัพย์ฯ) เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2547 และกระจายหุ้นครั้งแรกในตลาดหลักทรัพย์ฯ (IPO) เมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2547 บมจ. อสมท มีการดำเนินธุรกิจประกอบด้วย 1) ธุรกิจสถานีโทรทัศน์ 2) ธุรกิจวิทยุกระจายเสียง 3) สำนักข่าวไทย 4) ธุรกิจให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) และโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (MUX) และ 5) สัญญาร่วมดำเนินการ (สัญญาสัมปทาน) กับบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ซึ่งสิ้นสุดสัญญาไปเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2563 ปัจจุบันกระทรวงการคลังถือหุ้นใน บมจ. อสมท ร้อยละ 65.80 ธนาคารออมสินร้อยละ 11.48 และผู้ถือหุ้นรายย่อยร้อยละ 22.72 ของทุนจดทะเบียนที่ออกและชำระแล้ว

ในปี 2553 มีการตราพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และมีการแต่งตั้งคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และสำนักงาน กสทช. ขึ้นเพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลกิจการและออกใบอนุญาตประกอบกิจการ โดยในปี 2557 กสทช. ได้เปิดประมูลใบอนุญาตเพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล (ใบอนุญาตฯ) ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนไทย เนื่องจากการเปิดประมูลใบอนุญาตฯ ดังกล่าวทำให้มีช่องรายการโทรทัศน์เพิ่มขึ้นจากเดิม 6 ช่อง เป็น 24 ช่อง เกิดการแข่งขันด้านส่วนแบ่งการตลาดที่รุนแรง ซึ่งใบอนุญาตฯ จำนวน 4 ประเภท ได้แก่ 1) ช่องรายการทั่วไป แบบคมชัดสูง 2) ช่องรายการทั่วไป แบบคมชัดปกติ 3) ช่องรายการข่าวสารและสาระ และ 4) ช่องรายการเด็ก เยาวชน และครอบครัว โดย บมจ. อสมท ประมูลได้ช่องโทรทัศน์ประเภทรายการทั่วไป ภาพคมชัดสูง (ช่อง 30) และช่องประเภทรายการเด็ก เยาวชนและครอบครัว (ช่อง 14) โดยใบอนุญาตฯ ดังกล่าว มีระยะเวลา 15 ปี เริ่มวันที่ 25 เมษายน 2557 สิ้นสุดวันที่ 24 เมษายน 2572

ทั้งนี้ บมจ. อสมท ได้คืนใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลช่องรายการในหมวดรายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว (ช่อง MCOT Family หมายเลข 14) ตามคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 4/2562 เรื่อง มาตรการการแก้ไขปัญหาการประกอบกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ข้อ 10 ผู้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลรายใดประสงค์จะคืนใบอนุญาตที่ได้รับตามประกาศ ให้แจ้งเป็นหนังสือไปยังสำนักงาน กสทช. และได้ยุติการออกอากาศ เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2562

บมจ. อสมท ได้จัดทำยุทธศาสตร์ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2564 - 2568) ใช้ชื่อ แผนพัฒนาองค์กร บมจ. อสมท ปี 2564 - 2568 ซึ่งพิจารณาจากความสำเร็จกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทั้งสภาพการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจในช่วงเวลาที่ผ่านมา โดยมีคณะกรรมการ บมจ. อสมท และผู้บริหาร



ระดับสูง ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการทบทวนเพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนพัฒนาองค์กรดังกล่าว เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานมีจุดมุ่งหมายไปในทิศทางเดียวกันในการสร้างศักยภาพการแข่งขันให้ บมจ. อสมท เป็นองค์กรธุรกิจด้านสื่อสารมวลชนที่มีการบริหารงานในเชิงรุกที่มีประสิทธิภาพ สร้างสรรค์ และทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ คณะกรรมการ บมจ. อสมท ในการประชุมครั้งที่ 14/2563 วันที่ 27 ตุลาคม 2563 ได้พิจารณาและให้ความเห็นชอบการปรับปรุงวิสัยทัศน์ พันธกิจ แผนพัฒนาองค์กร ระยะ 5 ปี และแผนปฏิบัติการ ประจำปี ของ บมจ. อสมท รวมทั้งงบประมาณและตัวชี้วัดผลการดำเนินงานตามแผนที่กำหนดไว้ ซึ่งเป็นแผนงานทั้งระยะสั้นและระยะยาวที่ครอบคลุมการพัฒนาการดำเนินงานในด้านต่างๆ เพื่อให้บุคลากรและองค์กรมีความพร้อมต่อการแข่งขัน การดำเนินการร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ รวมถึงการวางรากฐานเพื่อการขยายไปสู่ธุรกิจใหม่ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ บมจ. อสมท ในอนาคต นอกเหนือไปจากการดำเนินธุรกิจสื่อหลักในปัจจุบันเพื่อผลักดันผลประโยชน์ของ บมจ. อสมท ให้สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป

### 1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมขององค์กร วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย

แผนพัฒนาองค์กร บมจ. อสมท ระยะ 5 ปี (ปี 2564 - 2568) ได้พิจารณาความสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทั้งสภาพการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินธุรกิจ ในช่วงเวลาที่ผ่านมา การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพในปัจจุบันของ บมจ. อสมท และความเสี่ยงที่จะส่งผลให้การดำเนินงานไม่สามารถบรรลุเป้าหมาย รวมทั้งการดำเนินงานให้เป็นไปตามหลักบรรษัทภิบาล (Good Governance) ระบบการจัดการที่ดีตามหลักเกณฑ์ของกระทรวงการคลัง สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลอดจนกฎระเบียบต่างๆ ของหน่วยงานกำกับดูแล หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการดำเนินงานให้ได้คุณภาพและมาตรฐานตามที่กำหนดจากการดำเนินธุรกิจหลักของ บมจ. อสมท ในปัจจุบันที่เข้าสู่ยุคดิจิทัลที่ต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจสื่อ โดยมีทั้งคู่แข่งขันที่เป็นผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีจำนวนมาก และปัจจัยต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ทำให้ผู้ประกอบการทั้งหลาย ต้องมีการปรับตัวและกำหนดกลยุทธ์และแนวทางต่างๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ และมีผลประโยชน์ที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ได้ร่วมทบทวนและจัดทำแผนพัฒนาองค์กร บมจ.อสมท ระยะ 5 ปี สำหรับปี 2564 – 2568 เพื่อกำหนดทิศทาง พันธกิจ ค่านิยมขององค์กร วัตถุประสงค์และเป้าหมายการดำเนินงานให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ทิศทางการพัฒนาประเทศ แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 และแผนยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ สาขาสื่อสาร ที่มีแนวนโยบายภาพรวมรายสาขาสื่อสาร (Umbrella Statement) กำหนดให้สร้างความมั่นคงด้วยโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคม และธุรกิจสื่อสาร เพื่อสนับสนุนการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ รวมถึงการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยให้มีการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานในด้านต่างๆ เพื่อให้บุคลากรและองค์กรมีความพร้อมต่อการแข่งขัน รวมถึงการเสริมสร้างรากฐานในการขยายไปสู่ธุรกิจใหม่ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ บมจ. อสมท ในอนาคต นอกเหนือจากการดำเนินธุรกิจสื่อในปัจจุบัน เพื่อผลักดันให้ผลประโยชน์ของ บมจ. อสมท ดีขึ้น และเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 5 ด้าน ประกอบด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : MCOT x Strategic Partner

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การเพิ่มความสามารถในการสร้างผลกำไร (Increase Profitability)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : การสร้างเสถียรภาพทางการเงิน (Financial Stability)



ยุทธศาสตร์ที่ 4 : การเป็น Content Design and Development

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : การปรับเปลี่ยนและพัฒนาศักยภาพองค์กร (Organizational Transformation)

ภายใต้แนวนโยบายภาพรวมรายสาขาสื่อสาร (Umbrella Statement) ข้างต้น บมจ. อสมท จึงได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมองค์กร วัตถุประสงค์ และเป้าหมายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจ ตามแผนพัฒนาองค์กร บมจ. อสมท ระยะ 5 ปี (ปี 2564 - 2568) ดังนี้

1. วิสัยทัศน์ (Vision)

“เป็นผู้นำเสนอเนื้อหาที่น่าเชื่อถือ เที่ยงตรง และรวดเร็ว”

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 เพื่อสร้างสังคมตื่นรู้
6. ประเทศ : สื่อสารเนื้อหาสาระที่เสริมความฉลาด สร้างความเชื่อมั่น และสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศชาติ

3. ค่านิยมขององค์กร (Corporate Values) และพฤติกรรมที่คาดหวังตามค่านิยมองค์กร

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



## 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. ได้แปลงสภาพจากองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยตามพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจฯ เป็นบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) หรือ บมจ. อสมท โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 3,000 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 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 จากนั้นบริษัทได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2547 และกระจายหุ้นสู่มหาชนเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2547

### การดำเนินงานที่สำคัญในรอบปี 2563

ในปี 2563 บมจ. อสมท ได้ดำเนินการตามกลยุทธ์ที่กำหนดไว้โดย บมจ. อสมท ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน ดังนี้

- การสิ้นสุดสัญญาร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สี ช่อง 3 อ.ส.ม.ท. ระบบแอนะล็อก ระหว่าง บมจ. อสมท กับ บมจ. บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ (BEC) ซึ่งสิ้นสุดลงในวันที่ 25 มีนาคม 2563 โดยเป็นการรับโอนมาจากบริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด และองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2511

- เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2563 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) แจ้งผลการพิจารณากำหนดวิธีการและเงื่อนไข การทดแทน ขดใช้ หรือจ่ายค่าตอบแทนในการเรียกคืนคลื่นความถี่ย่าน 2500 – 2690 เมกะเฮิรตซ์ ของ บมจ. อสมท เป็นเงิน 3,236 ล้านบาท ซึ่งปัจจุบัน บมจ. อสมท ได้ดำเนินการฟ้องคดีต่อศาลปกครองกลาง เพื่อให้ทบทุนมติ กสทช. ดังกล่าว

- สิงหาคม 2563 จัดงานแถลงข่าวการขับเคลื่อนธุรกิจเทคโนโลยี ภายใต้แนวคิด “The New Digital Journey” เป็นการเดินทางสู่ 3 เส้นทางใหม่ ประกอบด้วย Digital Content, Digital Entertainment, และ Digital Solutions ขยายช่องทาง Entertainment ไปอยู่บนแพลตฟอร์มพันธมิตรดิจิทัลใหม่ๆ ที่ทันสมัย รวมถึงการเปิดตัว Digital Solutions ใหม่ๆ ผ่านแพลตฟอร์มที่ตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในยุค New Normal

- การครบวาระของกรรมการผู้อำนวยการใหญ่เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2563 ปัจจุบันอยู่ระหว่างกระบวนการสรรหา โดยมีกรรมการ ปฏิบัติหน้าที่รักษาการในตำแหน่งกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ เพื่อบริหารจัดการองค์กรให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง



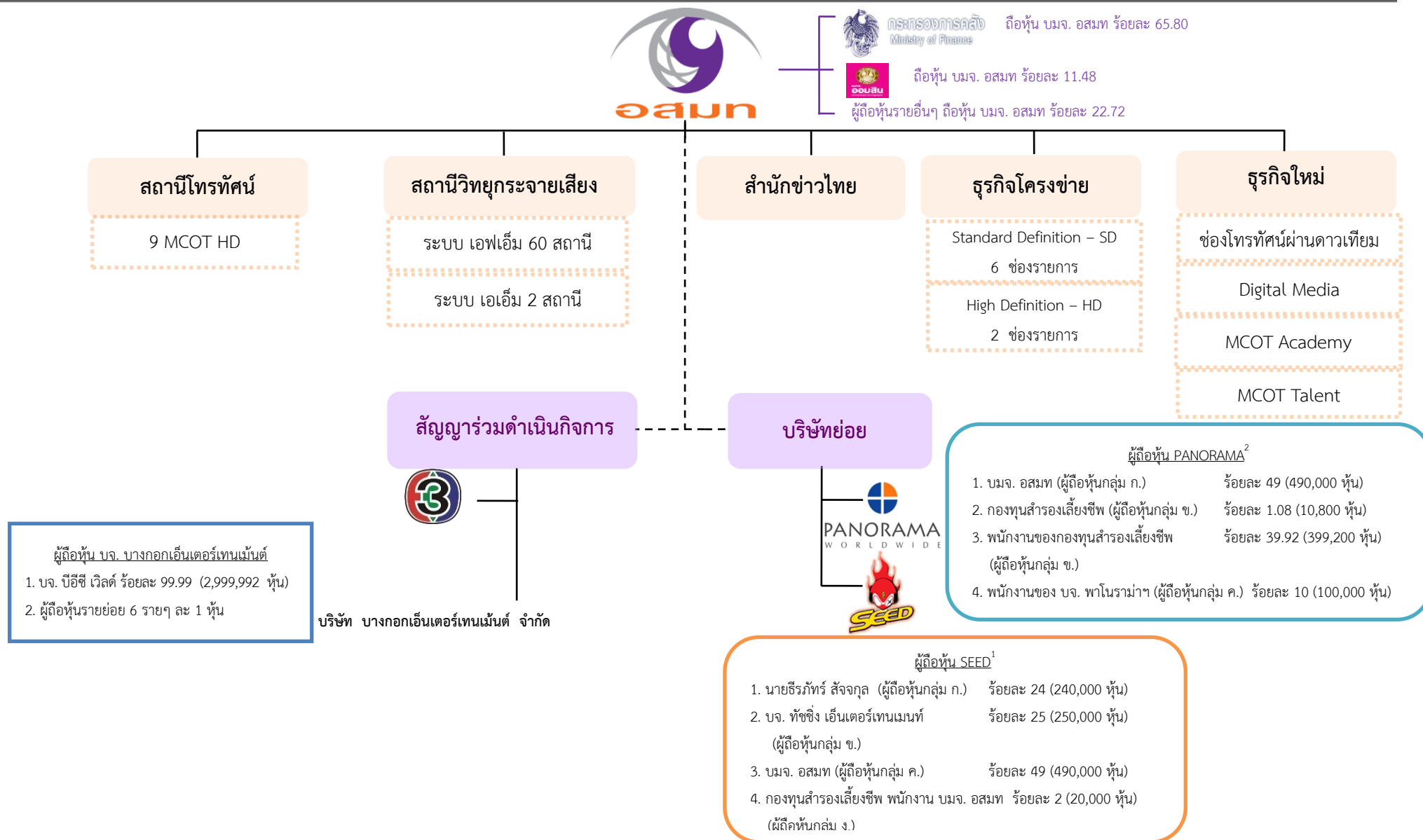
- ปรับปรุงโครงสร้างค่าใช้จ่าย เพื่อให้ บมจ. อสมท สามารถดำเนินธุรกิจและสามารถแข่งขันได้ โดยดำเนินโครงการ ร่วมใจจากองค์กร (Mutual Separation Program - MSP) ในช่วงไตรมาสที่ 4 โดยมีผู้บริหารและพนักงานเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 325 คน ซึ่งคาดการณ์ว่า ผลจากโครงการร่วมใจจากองค์กร จะทำให้ค่าใช้จ่ายพนักงานของ บมจ. อสมท ในปี 2564 สามารถลดลงประมาณ 200 ล้านบาท การดำเนินโครงการดังกล่าวได้รับการสนับสนุนเงินสินเชื่อจากธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีหลักทรัพย์เป็นที่ดินจำนวน 2 แปลง (ที่ดินบางไผ่ และ ที่ดินหนองแขม) ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ

- การปรับปรุงกระบวนการทำงานและโครงสร้างองค์กร เพื่อให้การขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยได้ดำเนินการรวมหน่วยงานด้านการขาย และหน่วยงานการตลาด เพื่อให้สามารถผลักดันสื่อของ บมจ. อสมท ให้เต็มประสิทธิภาพ สามารถ synergize ให้เป็นจุดแข็งของ บมจ. อสมท เพื่อการแข่งขันในอุตสาหกรรมสื่อ โดยโครงสร้างองค์กรดังกล่าวจะมีผลตั้งแต่ 1 มกราคม 2564 เป็นต้นไป

- บมจ. อสมท ประชาสัมพันธ์เชิญชวนนักลงทุนและผู้สนใจร่วมเสนอแนวคิดในการพัฒนาจากนักลงทุนและผู้สนใจสำหรับที่ดิน 3 แปลงหลักในเขตกรุงเทพฯ ประกอบด้วย ที่ดินพื้นที่ 50 ไร่ ย่านรัชดาภิเษก ที่ดินพื้นที่ 59 ไร่ ย่านบางไผ่ ถนนพุทธมณฑลสาย 2 และที่ดินพื้นที่ 40 ไร่ ย่านหนองแขม ถนนเพชรเกษม เพื่อสร้างให้เป็นแหล่งรายได้ใหม่ในอนาคต

### 1.3 การถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

#### 1) โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



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

<sup>2</sup> คณะกรรมการ บมจ. อสมท ในการประชุมครั้งที่ 2/2562 วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562 มีมติให้บริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด ยุติการดำเนินธุรกิจ



## 2) ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท

บมจ. อสมท เป็นผู้ประกอบกิจการด้านสื่อสารมวลชนรายใหญ่ที่ให้บริการด้านสื่อสารมวลชนผ่านสื่อต่างๆ ในหลายรูปแบบ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อดิจิทัล เป็นต้น

### สถานีโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ เปลี่ยนชื่อมาจาก “สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท” ที่ดำเนินการแพร่ภาพออกอากาศด้วยระบบสี 625 เส้น ในระบบแอนะล็อก ตลอด 24 ชั่วโมง จากสถานีแม่ข่ายซึ่งตั้งอยู่บริเวณสำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร ไปยังสถานีเครือข่ายในส่วนภูมิภาค 35 สถานีทั่วประเทศ โดยมีขอบเขตการให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศประมาณร้อยละ 87.0 และมีประชากรในเขตบริการประมาณร้อยละ 88.5 ทั้งนี้ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ระบบแอนะล็อก ได้ยุติการให้บริการตั้งแต่วันที่ 16 กรกฎาคม 2561 ตามกำหนดระยะเวลาสิ้นสุดความถี่ของ สำนักงาน กสทช. และตั้งแต่ปี 2557 บมจ. อสมท ได้เริ่มให้บริการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ตามใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อประกอบธุรกิจโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ จำนวน 2 ช่อง คือ ช่องรายการทั่วไป แบบความคมชัดสูง (HD) และช่องรายการเด็ก เยาวชนและครอบครัว แบบความคมชัดปกติ (SD) โดยใบอนุญาตฯ ดังกล่าว มีระยะเวลา 15 ปี เริ่มวันที่ 25 เมษายน 2557 สิ้นสุดวันที่ 24 เมษายน 2572

ทั้งนี้ บมจ. อสมท ได้คืนใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ช่องรายการในหมวดหมู่รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว (ช่อง MCOT Family หมายเลข 14 ตามคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 4/2562 เรื่องมาตรการการแก้ไขปัญหาการประกอบกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ข้อ 10 ผู้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลรายใดประสงค์จะคืนใบอนุญาตที่ได้รับตามประกาศ ให้แจ้งเป็นหนังสือไปยังสำนักงาน กสทช. และได้ยุติการออกอากาศเมื่อวันที่ 16 กันยายน 2562

#### ● ช่อง 9 MCOT HD หมายเลขช่อง 30

ช่อง 9 MCOT HD เป็นช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล (DTT) ประเภทบริการธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง (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 ซึ่งมีคู่แข่งขั้นที่แย่งชิงกลุ่มผู้ชมในช่วงวัยหนุ่มสาวหรือวัยทำงานมากขึ้น และเพื่อตอบสนองกับเสียงสะท้อนจากกลุ่มผู้ซื้อสื่อโฆษณาที่มีแนวโน้มจะซื้อสื่อโฆษณาจากช่องรายการที่เน้นฐานผู้ชมในช่วงวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยยังคงใช้ตราสัญลักษณ์และคำขวัญดังกล่าวจนถึงปัจจุบัน





### 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 ช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30 เครือข่ายสถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) รวมทั้งการขยายความร่วมมือด้านต่างๆ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนข่าวสารกับสำนักข่าวและสื่อสำคัญของโลก

### ธุรกิจโครงข่าย

บมจ. อสมท เป็นผู้ประกอบการ 1 ใน 4 ราย ที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ และใบอนุญาตประกอบกิจการให้บริการโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล 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 ได้นำช่องสัญญาณโทรทัศน์ดาวเทียมไทยคม 5 ระบบ C- band แบบ Global Beam ที่เหลือจากการให้บริการ Must Carry แก่ช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลบนโครงข่ายของ อสมท จำนวน 3 ช่อง 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 ระบบคลังสื่อดิจิทัล และสถานีวิทยุฯ MCOT RADIO Network ของ บมจ. อสมท ผ่านอินเทอร์เน็ต อีกทั้งเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจการของ บมจ. อสมท และองค์กรร่วมธุรกิจ และการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดบนสื่อออนไลน์





โดยมีการพัฒนาปรับปรุงเพื่อขยายฐานผู้ชมจากสื่อดั้งเดิมไปสู่สื่อดิจิทัล พร้อมทั้งใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ต่างๆ

- **MCOT Academy และ MCOT Talent**

บมจ. อสมท ได้จัดตั้งหน่วยงาน MCOT Academy เพื่อเป็นสถาบันวิชาการและฝึกอบรมด้านสื่อสารมวลชนที่มีภารกิจหลักในการดำเนินการจัดฝึกอบรมวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน เพื่อเตรียมความพร้อมและพัฒนาความรู้ ทักษะทางวิชาชีพ ให้แก่นิสิต นักศึกษา ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนและผู้สนใจทั่วไป ให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เหมาะสมในการประกอบวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน หรือด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และนำไปสู่การเป็นผู้นำธุรกิจสื่อสารมวลชนในภูมิภาคอาเซียน

นอกจากนี้ บมจ. อสมท ยังได้จัดให้มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ดูแลบริหารจัดการศิลปิน ตลอดจนดูแลภาพลักษณ์เพื่อสร้างโอกาสให้ศิลปินในสังกัดได้มีผลงานด้านเพลง ผลงานด้านละคร ต่อยอดงานในวงการบันเทิง ที่เพิ่มมากขึ้นในยุคโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีการแข่งขันกันสูง อาทิ การเป็นพิธีกร ผู้ประกาศข่าว ศิลปิน นักแสดง รวมถึงโอกาสในการเป็นพรีเซ็นเตอร์สินค้า และการทำงานในสาขาต่างๆ ของวงการบันเทิง

โดยกลุ่มศิลปินในสังกัด บมจ. อสมท จะอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของส่วนบริหารศิลปิน ฝ่ายผลิตรายการ สำนักโทรทัศน์ เพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการจัดงานในวงการบันเทิง ตลอดจนสร้างผลงานให้ศิลปินในสังกัดเป็นที่รู้จัก และสามารถทำงานในวงการบันเทิงได้ตรงตามความต้องการของผู้ว่าจ้าง ผู้จัด ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างรายได้ให้แก่ บมจ. อสมท

#### บริษัทย่อยและบริษัทร่วมดำเนินการ

- **บริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด** จัดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2546 โดย บมจ. อสมท ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 49 เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตรายการและสารคดีโทรทัศน์ให้กับ บมจ. อสมท และสถานีโทรทัศน์ ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการผลิตวิทยุทัศน์และสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้ คณะกรรมการ บมจ. อสมท ในการประชุมครั้งที่ 2/2562 วันอังคารที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562 มีมติให้ บริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด ยุติการดำเนินธุรกิจ และจัดการภาระต่างๆ ที่ผูกพันให้แล้วเสร็จ

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

- **บริษัทร่วมดำเนินการ** บมจ. อสมท ได้ร่วมดำเนินการกับผู้ประกอบการเอกชนตามสัญญาร่วมดำเนินการ โดยบริษัทฯ รับรู้รายได้ในรูปของค่าตอบแทนตามสัญญาร่วมดำเนินการจากหลักที่สำคัญ คือ

- บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ในการดำเนินการสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. รวมทั้งให้เวลาจัดรายการและโฆษณาทางสถานีวิทยุฯ เอฟเอ็ม 105.5 เมกะเฮิรตซ์ ซึ่งครบกำหนดสัญญาร่วมดำเนินการเมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2563 และ วันที่ 31 มีนาคม 2563 ตามลำดับ



## 3) โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัท สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ รายได้จากการขายและให้บริการ และรายได้อื่น โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเภทของรายได้	1 ม.ค. - 31 ธ.ค. 2563		1 ม.ค. - 31 ธ.ค. 2562	
	ล้านบาท	ร้อยละ(%)	ล้านบาท	ร้อยละ(%)
1.รายได้จากการขายและให้บริการ	1,424.00	94.20%	1,831.61	95.41%
2.รายได้อื่น	87.61	5.80%	88.12	4.59%
รวมรายได้ทั้งหมด	1,511.69	100.00%	1,919.73	100.00%

## 1.4 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บมจ. อสมท กำหนดเป้าหมายเพื่อพลิกฟื้นธุรกิจ ให้สามารถมีผลการดำเนินงานเป็นบวก ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญ โดยจะพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน ให้ บมจ. อสมท เป็นองค์กรธุรกิจด้านสื่อสารมวลชนที่มีการบริหารงานในเชิงธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ ได้รับความเชื่อถือ มีความสร้างสรรค์ และทำหน้าที่สื่อได้อย่างสมบูรณ์ ภายใต้วิสัยทัศน์ “เป็นผู้นำเสนอเนื้อหาที่น่าเชื่อถือ เที่ยงตรง และรวดเร็ว” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ดังนี้

- 1) การมุ่งสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ (Strategic Partner) เพื่อพัฒนาต่อยอดธุรกิจปัจจุบัน และสร้างแหล่งรายได้ใหม่ รวมถึงการบริหารจัดการทรัพย์สิน เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กรได้ในระยะยาว
- 2) การเพิ่มความสามารถในการสร้างผลกำไร ของธุรกิจ ให้มีความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกช่องทาง ตลอดจนการบูรณาการ Platform ในการเข้าถึง Life Style ของลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น
- 3) การบริหารจัดการเสถียรภาพระบบการเงิน (Financial Stability) เพื่อให้ บมจ. อสมท มีสภาพคล่องทางธุรกิจในการดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่น
- 4) เรียนรู้ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้ชม ผู้ฟัง พัฒนาเนื้อหารายการ (Content) ที่ตรงต่อความนิยม ความต้องการ เพื่อให้เป็นสินทรัพย์ที่สามารถสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง
- 5) การปรับเปลี่ยนและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์กร เพื่อมุ่งสู่การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Organizational Transformation) โดยการปรับปรุงกระบวนการทำงานที่สำคัญให้มีประสิทธิภาพ การบริหารการเปลี่ยนแปลง และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี นวัตกรรมในกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้มากขึ้น

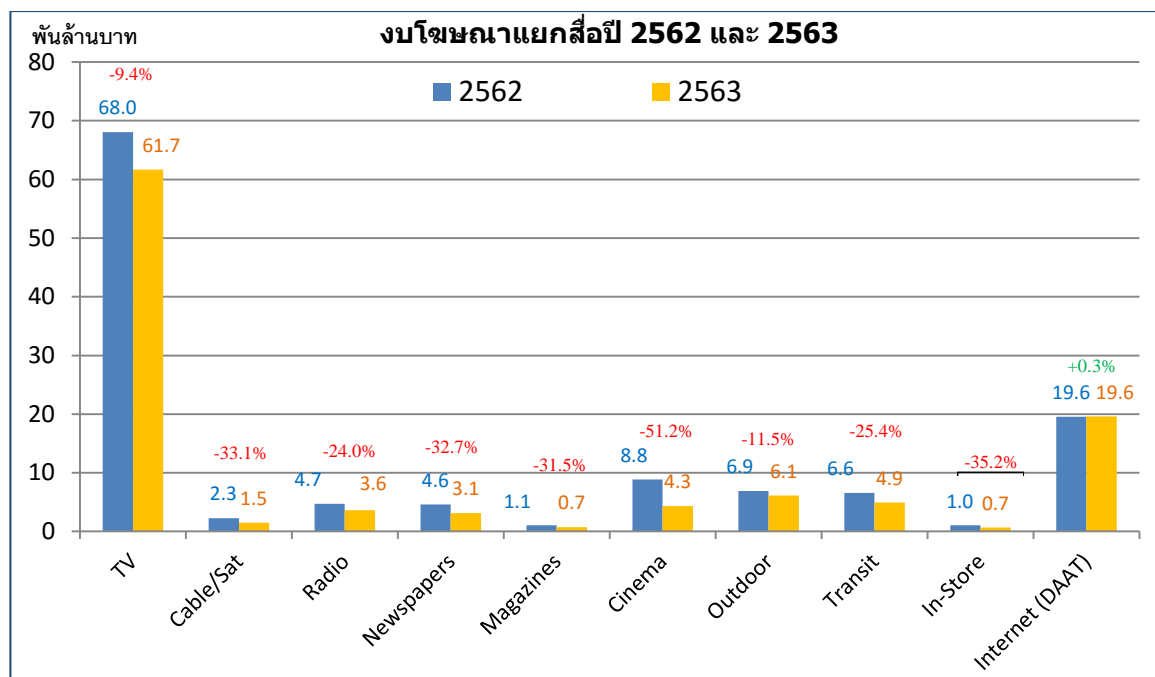
## 1.5 ภาพรวมของอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาในประเทศไทย

ภาพรวมเม็ดเงินโฆษณา ปี 2563 มีมูลค่ารวม 106,255 ล้านบาท เติบโตลดลงร้อยละ 22.4 เมื่อเทียบกับมูลค่า 123,663 ล้านบาท ในปี 2562 โดยมีการปรับลดลงในเกือบทุกสื่อ ซึ่งเป็นผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) โดยสื่อโรงภาพยนตร์เป็นสื่อที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด โดยเติบโตลดลงถึงร้อยละ 51.2 ขณะที่กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์ยังคงเป็นสื่อที่มีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ เติบโตลดลงร้อยละ 32.7 สื่อนิตยสารเติบโตลดลงร้อยละ 31.5 ขณะที่ สื่อโฆษณาในห้างสรรพสินค้า เติบโตลดลงร้อยละ 35.2 สื่อเคเบิลและดาวเทียม เติบโตลดลงร้อยละ 33.1 สื่อเคลื่อนที่ เติบโตลดลงร้อยละ 25.4 สื่อวิทยุ เติบโตลดลงร้อยละ 24.0 สื่อกลางแจ้ง เติบโตลดลงร้อยละ 11.5 และ



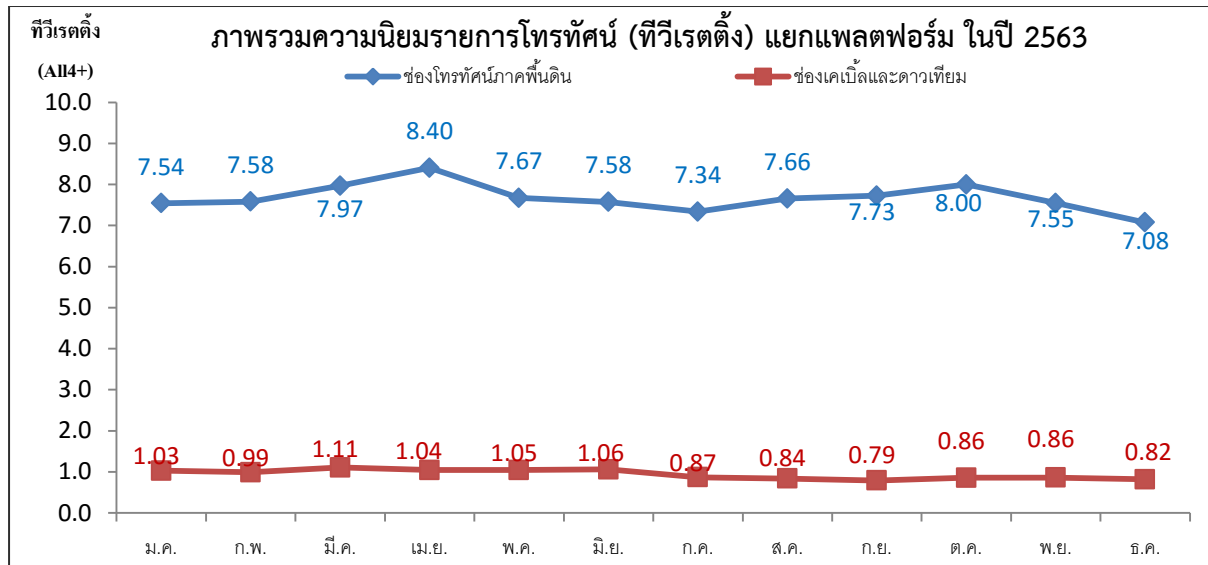
สื่อโทรทัศน์ เดิบทดลงร้อยละ 9.4 และในขณะที่สื่อที่ยังมีการเติบโตอยู่ คือ สื่ออินเทอร์เน็ต แต่เติบโตเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.3 (ข้อมูลสมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย))

ทั้งนี้ กลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้เม็ดเงินโฆษณาสูงสุด 3 อันดับแรก ในปี 2562 คือกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage) มูลค่า 16,843 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 ประมาณร้อยละ 8 รองลงมาคือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลและเครื่องสำอาง (Personal Care & Cosmetic) มูลค่า 15,310 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 และลำดับที่ 3 คือกลุ่ม Media & Marketing มูลค่า 12,438 ล้านบาท ลดลง ร้อยละ 7

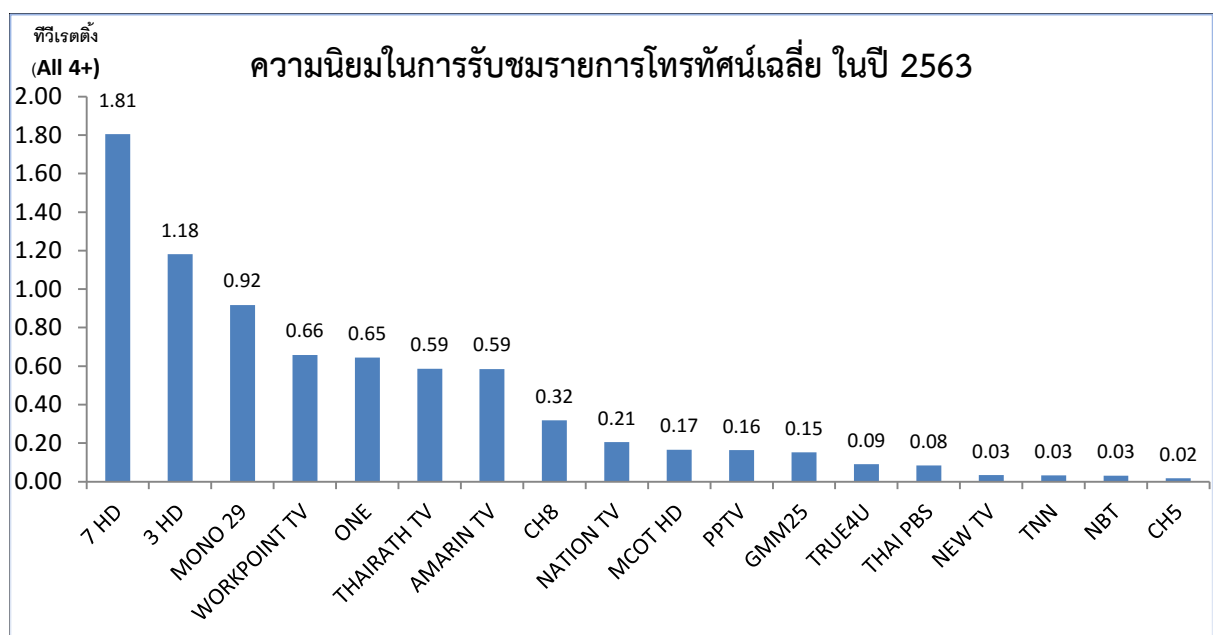


ที่มา : บริษัท นิลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด และ สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) (DAAT)

ในปี 2563 ที่ผ่านมา ผู้ประกอบธุรกิจสื่อโทรทัศน์ยังคงต้องเผชิญกับความท้าทายจากสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัว เนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้ซื้อสื่อโฆษณาปรับลดการใช้จ่ายเงินในสื่อโฆษณา ขณะที่แพลตฟอร์มต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตยังคงแย่งเวลาการรับชมโทรทัศน์ ทั้งนี้ แพลตฟอร์มออนไลน์ได้รับผลบวกในส่วนของจำนวนผู้ใช้งานผ่านทางออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้นการปรับตัวเข้าสู่ นิวนอร์มอล (New Normal) เช่น การสั่งซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ ส่งผลให้ผู้ซื้อสื่อโฆษณามีแนวโน้มใช้งบโฆษณากับกลุ่มสื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ในขณะที่สื่อดั้งเดิม เช่น นิตยสาร และสื่อหนังสือพิมพ์ ยังคงมีแนวโน้มได้รับความนิยมลดลง อย่างไรก็ตาม ช่องทางการรับชมทางโทรทัศน์ยังคงเป็นช่องทางหลักในปัจจุบัน



ที่มา : บริษัท เอจีบี นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด



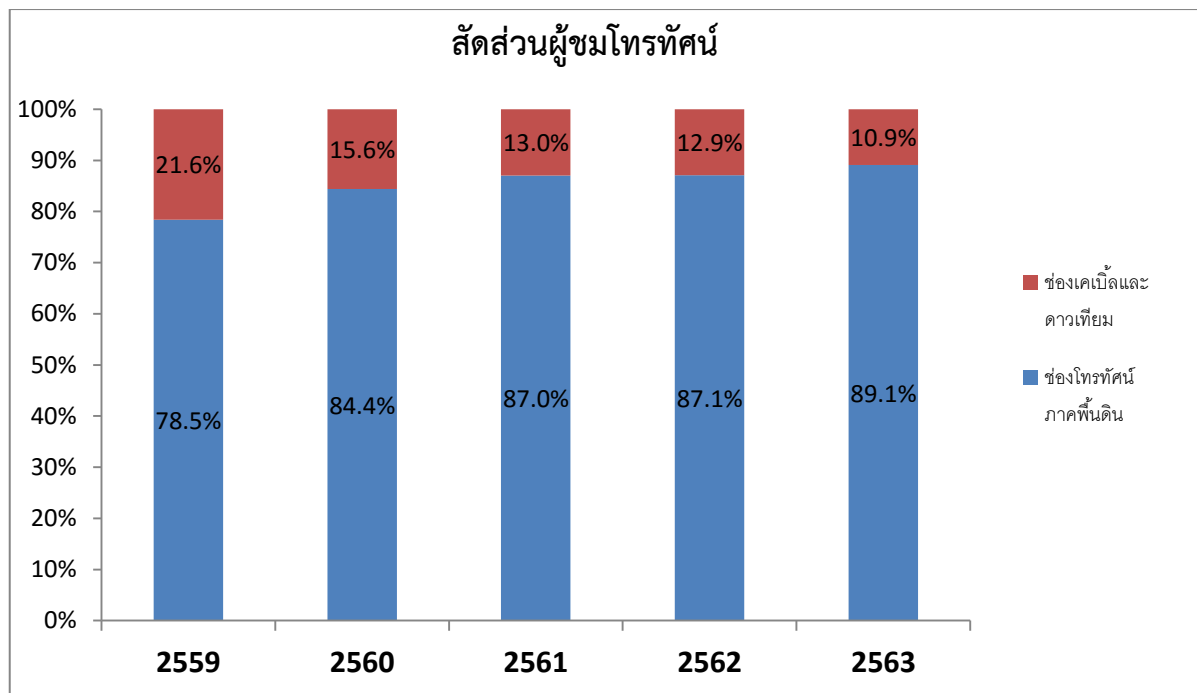
ที่มา : บริษัท เอจีบี นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด

สำหรับอุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2564 คาดว่าเม็ดเงินโฆษณาจะมีการเติบโตไม่เกินร้อยละ 3 ใกล้เคียงกับคาดการณ์ GDP ภาพรวมปี 2564 ซึ่งจะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 2.6-3.8 เทียบกับปีที่ผ่านมา โดยมีปัจจัยบวกจาก การอัดฉีดเม็ดเงินของภาครัฐทั้งการใช้งบประมาณ และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจเพิ่มเติม แนวโน้มเศรษฐกิจโลกที่เริ่มฟื้นตัว สงครามการค้าระหว่างจีน และสหรัฐอเมริกาที่มีแนวโน้มที่ดีขึ้นจากการที่ โจ ไบเดน ได้รับเลือกให้เป็นประธานาธิบดีสหรัฐฯ แทน โดนัลด์ ทรัมป์



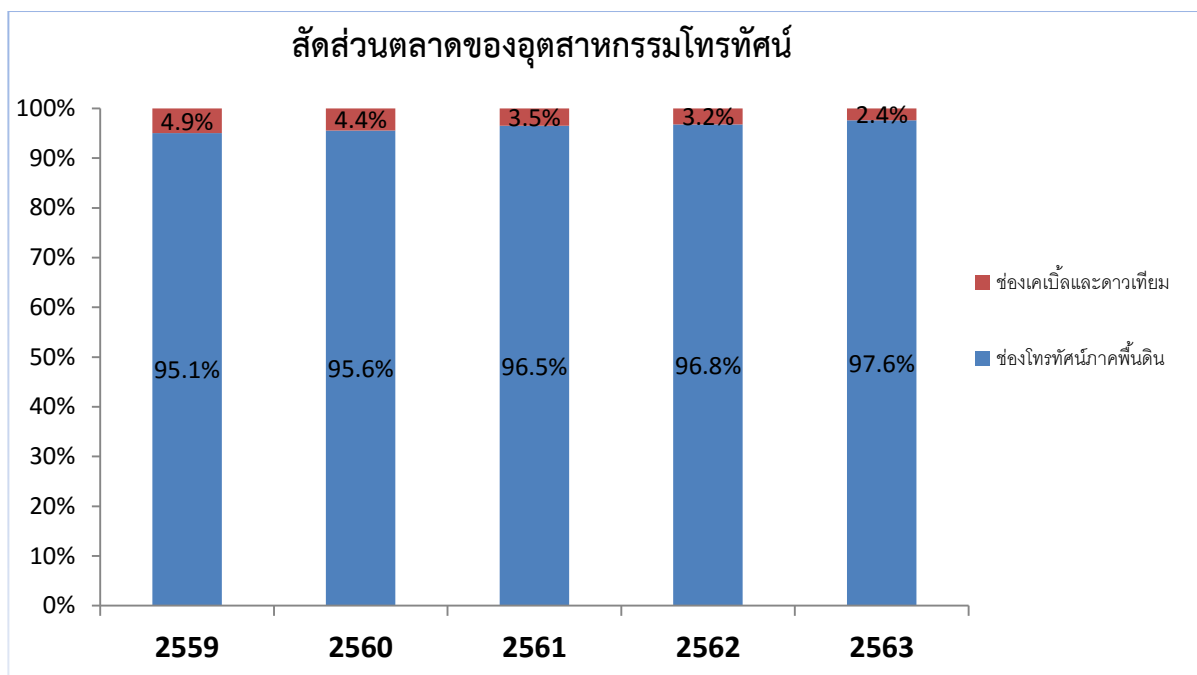
### 3. ภาวะการแข่งขันของธุรกิจโทรทัศน์

ภาวะการแข่งขันที่ของธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลในปี 2564 มีแนวโน้มการแข่งขันที่สูงขึ้น เนื่องจากเม็ดเงินโฆษณาในตลาดโทรทัศน์ลดลงจากการชะลอการซื้อโฆษณา เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจชะลอตัวจากการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการแย่งชิงเม็ดเงินโฆษณาเพิ่มมากขึ้น และยังต้องปรับผังรายการเพื่อให้สอดคล้องกับเม็ดเงินโฆษณาที่มีแนวโน้มชะลอตัวในช่วงนี้



ที่มา : บริษัท เอจีบี นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด

เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนผู้ชมในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ (โทรทัศน์ภาคพื้นดิน กับ เคเบิลและดาวเทียม) สัดส่วนผู้ชมของช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดินเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2559-2563 เพิ่มจากร้อยละ 78.5 ในปี 2558 มาอยู่ที่ร้อยละ 89.1 ในปี 2563 ขณะที่สัดส่วนผู้ชมช่องเคเบิลและดาวเทียมยังลดลงอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 21.6 ในปี 2559 เหลือร้อยละ 10.9 ในปี 2562



ที่มา : บริษัท เอจีบี นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด

ในส่วนของสัดส่วนตลาดของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ (โทรทัศน์ภาคพื้นดิน กับ เคเบิลและดาวเทียม) พบว่า สัดส่วนของช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดินเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแม้ว่าตลอดปี 2563 จะเหลือจำนวนช่อง 18 ช่อง หลังจาก การคืนใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล ในช่วงเดือนสิงหาคม-กันยายน 2563 โดยสัดส่วนตลาดของช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดิน เพิ่มจากร้อยละ 95.1 ในปี 2558 เป็นร้อยละ 97.6 ในปี 2563 และทำให้สัดส่วนตลาดของช่องโทรทัศน์เคเบิลและดาวเทียมมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 4.9 ในปี 2558 เหลือเพียงร้อยละ 2.4 ในปี 2563



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

การประกอบธุรกิจของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ ธุรกิจที่ดำเนินการเอง ได้แก่ ธุรกิจสถานีโทรทัศน์ ธุรกิจสถานีวิทยุกระจายเสียง ธุรกิจสื่อใหม่ ธุรกิจการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล รวมทั้งหน่วยงานที่ให้บริการด้านข่าว และธุรกิจที่ร่วมดำเนินกิจการกับเอกชน ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อ.ส.ม.ท. โดยมีรายได้เป็นค่าตอบแทนตามสัญญาร่วมดำเนินการ

### 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 ครอบคลุมทั่วประเทศ แบบความคมชัดสูง และหมวดหมู่เด็ก 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

สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 MCOT HD เป็นช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล (DTT) ความคมชัดสูง (HD) หมายเลขช่อง 30 ครอบคลุมช่องรายการทั่วไป ซึ่งเป็นธุรกิจหลักที่สำคัญในการดำเนินงานด้านการผลิตรายการออกอากาศ 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 ครอบคลุมช่องรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว โดย บมจ. อสมท กำหนดลักษณะให้เป็นช่องรายการที่ผลิตและนำเสนอรายการเชิงสร้างสรรค์ พร้อมความสนุกสนาน เน้นสาระประโยชน์ ความรู้ สร้างแรงบันดาลใจแก่กลุ่มเด็กและเยาวชน อายุ 4-12 ปี ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก รวมถึงกลุ่มแม่บ้านและครอบครัวและผู้สูงอายุซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายรอง

ทั้งนี้ บมจ. อสมท ได้ยุติการออกอากาศช่อง MCOT Family หมายเลข 14 เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2562 ภายหลังจากที่ได้คืนใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ช่องรายการในหมวดหมู่รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว (ช่อง MCOT Family - หมายเลข 14) ต่อสำนักงาน กสทช. ตามคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 4/2562 เรื่อง มาตรการแก้ไขปัญหาการประกอบกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ข้อ 10 ผู้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล รายใดประสงค์จะคืนใบอนุญาตที่ได้รับตามประกาศ ให้แจ้งเป็นหนังสือไปยังสำนักงาน กสทช.



## 2. โครงสร้างรายการของสถานีโทรทัศน์ ช่อง 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, AIS Play รวมถึงการขายรายการสำเร็จรูป (Finished Program) ของ บมจ. อสมท ไปยังตลาดรายการต่างประเทศ ภายใต้การบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

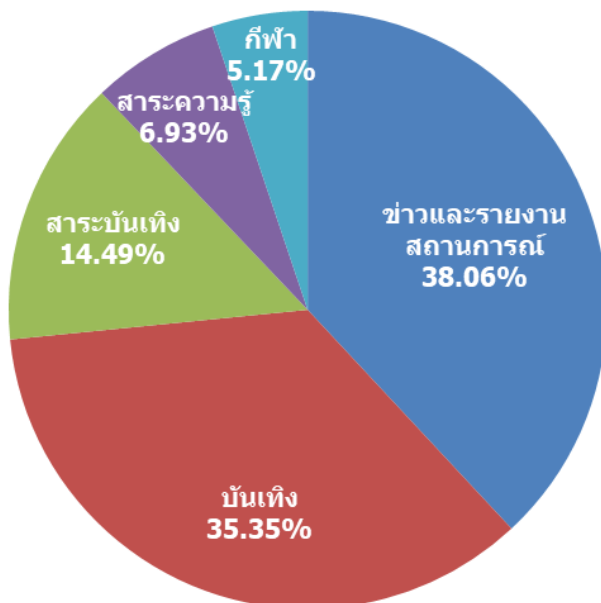
โดยในปี 2563 มีการปรับผังรายการภายใต้แนวคิด Trusted Content and platform โดยกำหนดกลยุทธ์หลัก 4 ประการ คือ

1. กลยุทธ์ความสอดคล้องของผังรายการ โดยจัดวางรายการให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้ชม และให้มีความต่อเนื่อง
2. กลยุทธ์ความคุ้มค่าของรายการ โดยมุ่งเน้นการบริหารลิขสิทธิ์รายการอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและครอบคลุมทุกสื่อ
3. กลยุทธ์การสื่อสารตรง โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน และกำหนดรายการที่ต้องสื่อสารเพื่อให้สะดวกต่อการรับรู้
4. การให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของเนื้อหา Content และความน่าเชื่อถือของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 MCOT HD

นอกจากนี้ บมจ. อสมท เพิ่มรูปแบบการผลิตรายการประเภทข่าวและรายงานสถานการณ์ จาก ร้อยละ 36.87 ในปี 2562 เป็น ร้อยละ 38.06 รายการประเภทบันเทิงเพิ่มขึ้นจากเดิม ร้อยละ 30.73 เป็น ร้อยละ 35.35 โดยยังคงนำเสนอละครจากประเทศจีนเป็นส่วนใหญ่อย่างต่อเนื่องทั้งในรูปแบบพีเรียดกำลังภายในและโมเดิร์นดราม่า รายการประเภทสาระบันเทิงยังคงเน้นการนำเสนอสารคดีที่น่าสนใจจากทั่วทุกมุมโลก เช่น ชีวิตสัตว์มหัศจรรย์ The Wonderful Animals, ทีวีแชนเนล เป็นต้น รายการประเภทกีฬา มีการถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอล J.League 1 ฤดูกาล 2020 และถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 2020 ทำให้สัดส่วนรายการประเภทกีฬาเพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ 4.87 เป็น ร้อยละ 5.17

### ค่าเฉลี่ยสัดส่วนการออกอากาศตามประเภทรายการ

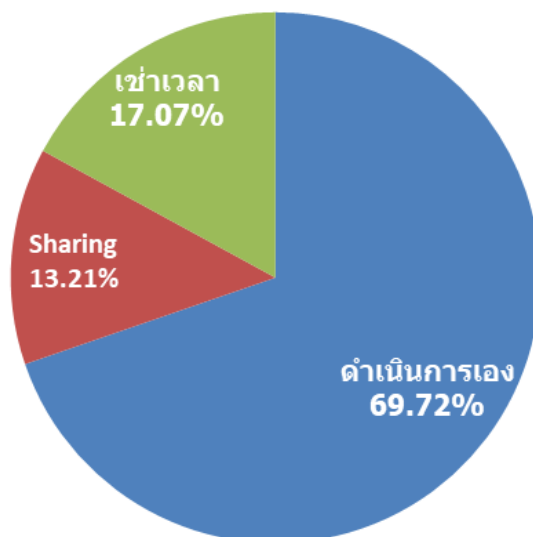
■ ข่าวและรายงานสถานการณ์	ร้อยละ	38.06
■ บันเทิง	ร้อยละ	35.35
■ สาระบันเทิง	ร้อยละ	14.49
■ สาระความรู้	ร้อยละ	6.93
■ กีฬา	ร้อยละ	5.17

**ค่าเฉลี่ยสัดส่วนการออกอากาศตามประเภทรายการ**

ปี 2563 รายการที่ บมจ. อสมท ดำเนินการเอง ลดลงจากปี 2562 จาก ร้อยละ 78.37 เป็น ร้อยละ 69.72 เนื่องจากมีสัดส่วนรายการที่ร่วมผลิตเพิ่มขึ้นจากเดิม ร้อยละ 8.39 เป็น ร้อยละ 13.21 และสัดส่วนการเช่าเวลาเพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ 13.24 เป็น ร้อยละ 17.07

**ค่าเฉลี่ยสัดส่วนการออกอากาศตามรูปแบบการผลิต**

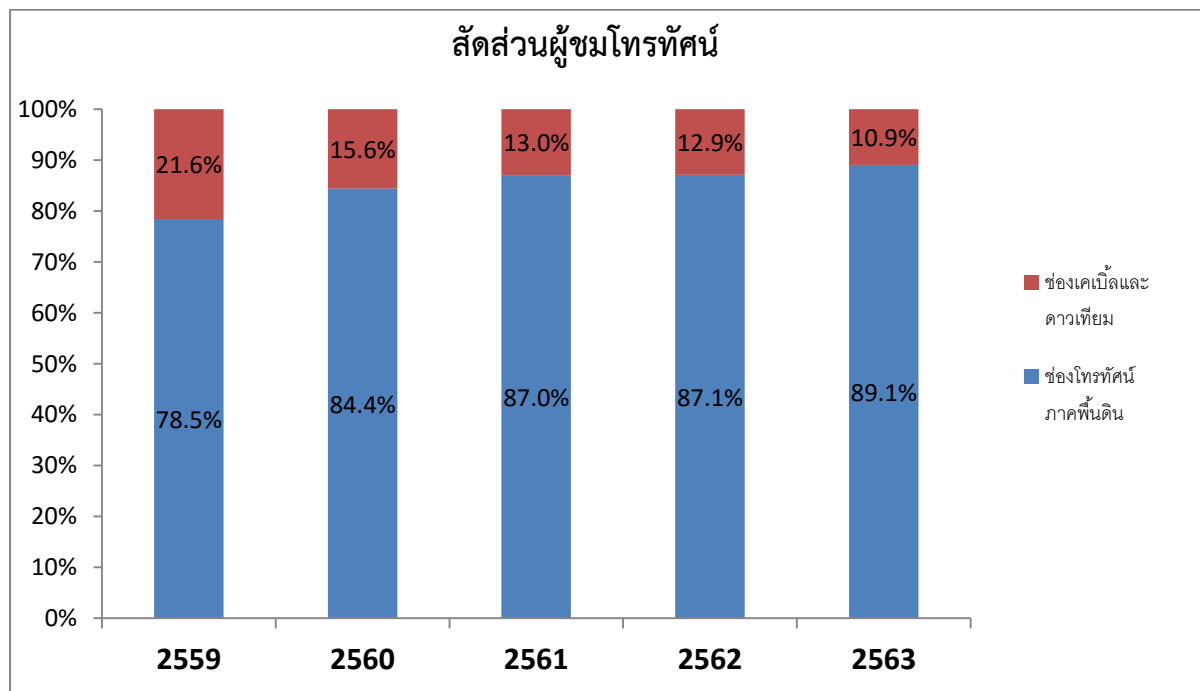
■ ดำเนินการเอง	ร้อยละ	69.72
■ ร่วมผลิต (Sharing)	ร้อยละ	13.21
■ เช่าเวลา	ร้อยละ	17.07

**ค่าเฉลี่ยสัดส่วนการออกอากาศตามรูปแบบการผลิต**



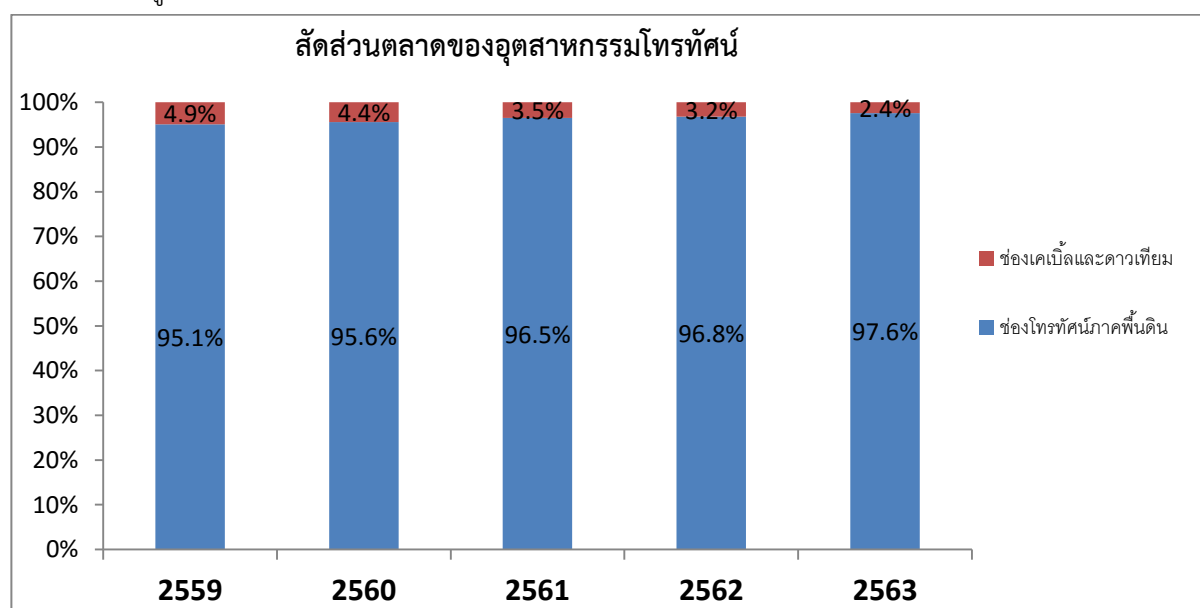
### 3. ภาวะการแข่งขันของธุรกิจโทรทัศน์

ภาวะการแข่งขันที่ของธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลในปี 2564 มีแนวโน้มการแข่งขันที่สูงขึ้น เนื่องจากเม็ดเงินโฆษณาในตลาดโทรทัศน์ลดลงจากการชะลอการซื้อโฆษณา เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจชะลอตัวจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการแย่งชิงเม็ดเงินโฆษณาเพิ่มมากขึ้น และยังต้องปรับผังรายการเพื่อให้สอดคล้องกับเม็ดเงินโฆษณาที่มีแนวโน้มชะลอตัวในช่วงนี้



ที่มา : บริษัท เอจีบี นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด

เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนผู้ชมในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ (โทรทัศน์ภาคพื้นดิน กับ เคเบิลและดาวเทียม) สัดส่วนผู้ชมของช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดินเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2559-2563 เพิ่มจากร้อยละ 78.5 ในปี 2558 มาอยู่ที่ร้อยละ 89.1 ในปี 2563 ขณะที่สัดส่วนผู้ชมช่องเคเบิลและดาวเทียมยังลดลงอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 21.6 ในปี 2559 เหลือร้อยละ 10.9 ในปี 2563



ที่มา : บริษัท เอจีบี นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด



ในส่วนของสัดส่วนตลาดของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ (โทรทัศน์ภาคพื้นดิน กับ เคเบิลและดาวเทียม) พบว่า สัดส่วนของช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดินเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าตลอดปี 2563 จะเหลือจำนวนช่อง 18 ช่อง หลังจาก การคืนใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ในช่วงเดือนสิงหาคม-กันยายน 2563 โดยสัดส่วนตลาดของช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดิน เพิ่มจากร้อยละ 95.1 ในปี 2558 เป็นร้อยละ 97.6 ในปี 2563 และทำให้สัดส่วนตลาดของช่องโทรทัศน์เคเบิลและดาวเทียมมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 4.9 ในปี 2558 เหลือเพียงร้อยละ 2.4 ในปี 2563

#### 4. กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจโทรทัศน์

สถานการณ์การแข่งขันทางธุรกิจของอุตสาหกรรมโทรทัศน์รุนแรงมากขึ้นในปี 2563 บมจ. อสมท ได้ดำเนินการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจสถานีโทรทัศน์ในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

1. การสร้างภาพลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์ซึ่งเป็นการใช้สื่อแบบบูรณาการในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อของ บมจ. อสมท และสื่ออื่นๆ รวมถึงใช้สื่อดิจิทัล เพิ่มขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การรับสื่อของผู้ชมในปัจจุบัน
2. การทำการสื่อสารการตลาดรายการต่างๆอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นการใช้สื่อแบบบูรณาการในการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์รายการใหม่ รายการ Highlight และรายการอื่นๆ เพื่อสร้างการรู้จัก การจดจำ และเชิญชวน ให้ติดตามชมอย่างต่อเนื่อง
3. การสร้างการมีส่วนร่วมสำหรับผู้ชม (Audience Engagement) เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับ ผู้ชมมากยิ่งขึ้น ด้วยการทำกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่องทั้ง On Air และ On Ground เช่น กิจกรรมวันเด็ก กิจกรรมส่งเสริมรายการต่างๆ เป็นต้น
4. การทำรายการส่งเสริมการขายที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเอเยนซี ลูกค้าเอกชน และ ลูกค้าภาครัฐ ในรูปแบบ Cross Media และ Tailor-Made มากขึ้น
5. การร่วมมือกับพันธมิตร (Partners) ในธุรกิจดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพื่อต่อยอดธุรกิจด้านเนื้อหา (Contents) และยังเป็นการสร้างการจดจำ และเชิญชวนให้ติดตามเนื้อหา (Contents) ข้ามแพลตฟอร์ม

#### 5. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจสถานีโทรทัศน์

รายการโทรทัศน์ที่นำมาออกอากาศ ในปี 2563 สามารถแบ่งรูปแบบการผลิตได้ 4 ประเภท ดังนี้

##### 1) สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 MCOT HD หมายเลขช่อง 30

###### (1) รายการที่บริษัทดำเนินการผลิตและจัดหาเอง

- รายการประเภทข่าว เช่น รายการเช้าชนคีย์ รายการนาทิลงทุน รายการข่าวเที่ยง รายการ คู่ข่าวเสาร์-อาทิตย์ รายการคุยไข่มุกบ่ายสามโมง รายการคลุกข่าวเล่าประเด็น รายการข่าวค่ำ รายการคับข่าว ครบประเด็น รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน รายการตลกมันส์บันเทิง รายการฟงหุไว้หุ รายการคุยรอบทิศ รายการโลกเล่าเรื่อง World Pulse รายการกาแฟดำ รายการร่วมใจคนไทยสู้ภัยโควิด-19 รายการ World Today เป็นต้น
- รายการประเภทวาไรตี้ และเกมโชว์ เป็นรายการที่มุ่งเน้นให้ผู้ร่วมรายการและผู้ชมรายการ ได้รับทั้งความบันเทิงและสาระ โดยการสอดแทรกเนื้อหา แง่คิด และความรู้ต่าง ๆ ไว้ในรายการ เช่น รายการตลาดนัดรัชดา รายการบายนี่มีคำตอบ รายการคัมภีร์วิถีรวย รายการก๊วนกวนแซ่บ รายการเรื่องพลบค่ำ รายการ 2 Gen Venture รายการกีฬา เช่น MCOT SPORT WEEKLY เป็นต้น



- รายการที่ บมจ. อสมท มีลิขสิทธิ์ อาทิ รายการลิขสิทธิ์พร้อมออกอากาศ เช่น รายการโมเดิร์นไนน์ การ์ตูน รายการชีวิตสัตว์มหัศจรรย์ รายการแฟรงค์ ตะลุยป่าแอฟริกา รายการ ASIAN SERIES รายการ PREMIUM SERIES รายการ 9SERIES รายการซีรีส์จีน ซ่อนรักอดีตใจ รายการซีรีส์จีน 13 ศพแม่น้ำโขง รายการ เฮฮาภาษาสัตว์ รายการ 9 Theater รายการ Shimura Zoo สวนสัตว์มหัศจรรย์ รายการมะหมากับบรรดาเพื่อนซี้ รายการอินเทอร์เน็ตรุมฟวี่ รายการ Discovery Science รายการ Investigation Discovery รายการ Aquarium โลกใต้น้ำ เป็นต้น

(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 ช่อง 9 การ์ตูน	บริษัท เอฟพี จำกัด
5. รายการรากแก้วศาสนทายาท	วัดพระราม ๙ กาญจนาภิเษก
6. รายการเตือนก่อนใคร	บริษัท อปท. นิวส์ จำกัด
7. รายการชั้นขอบเที่ยว	บริษัท เอ็มซีเอ็ม คอมมูนิเคชั่น จำกัด
8. รายการคน ค้น คน	บริษัท ทวีบุรพา จำกัด
9. รายการ 9 SERIES (ลิขิตรัก 3,000 ปี)	บริษัท ยูไนเต็ต สตูดิโอ จำกัด
10. รายการศึกท่อน้ำไทย ลุมพินี TKO	บริษัท เวิร์ล สปอร์ต กรุ๊ป จำกัด
11. รายการซีรีส์ไทย บทเพื่อนบทเพลง	บริษัท สวิทลอฟท์ จำกัด
12. รายการเจาะใจ	บริษัท เจเอสแอล โกลบอลมีเดีย จำกัด
13. รายการ Perspective	บริษัท เจเอสแอล โกลบอลมีเดีย จำกัด
14. รายการไอที 24 ชั่วโมง	บริษัท อะแฮพเพนเนอร์ จำกัด
15. รายการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอล J.League	บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

(3) รายการที่ผู้เช่าเวลาเป็นผู้ผลิต เช่น

รายการ	ผู้ผลิต
1. รายการสปอร์ต @ 9	บริษัท สยามอินเตอร์-วิชั่นส์ กรุ๊ป จำกัด
2. รายการสปอร์ตโฟกัส	บริษัท เบสท์ วิชั่น จำกัด
3. รายการมอเตอร์เวิลด์	บริษัท เทเล-วิชั่น มีเดียเน็ตเวิร์ค จำกัด
4. รายการ SPORTS NIGHT	บริษัท บิ๊กทีม จำกัด
5. รายการ Let's go Kids	บริษัท เอสทูโอ เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด
6. รายการ TVD SHOP	บริษัท ทวี ไคเร็ค จำกัด
7. รายการดูดีมีธรรม	บริษัท ห้องบันทึกเสียงรุ่งสยาม จำกัด
8. รายการบ้านของเรา	มูลนิธิพุทธภาวนาวิชชาธรรมกาย
9. รายการ Money Daily	บริษัท มีเดีย แอสโซซิเอตเต็ด จำกัด
10. รายการ The High Profile	บริษัท มังคโพรดักชั่น จำกัด



รายการ	ผู้ผลิต
11. รายการพลพรรคนักป่วน	บริษัท เอชดับบลิวเอ็ม จำกัด
12. รายการเปิดบันทึกกีฬา Sport Magazine	บริษัท ชวณัฐม์ สปอร์ต จำกัด
13. รายการโลกมุสลิม	บริษัท โฟร์ลิโอส โปรดักชั่น จำกัด
14. รายการต้นไม้ใบหญ้า	บริษัท ปารี จำกัด
15. รายการ Thaitive ขบวนการไทยทีฟ	บริษัท เกรท สตาร์ ดิจิตอล จำกัด
16. รายการ ไทยสปิริต	บริษัท วิว ไวด์ จำกัด
17. รายการ Fud Fid For Fi	บริษัท ฟุด ฟิด ฟอ ไฟ จำกัด
18. รายการอุ่นใจใกล้หมอ	บริษัท โพร-ลิงค์ จำกัด
19. รายการ Great Star Art Show	บริษัท เกรท สตาร์ ดิจิตอล จำกัด
20. รายการทิดบ้านชวนคุย	ห้างหุ้นส่วนจำกัดอะโกรแอต
21. รายการ Kids Zone	บริษัท เทนิยม จำกัด
22. รายการ อสมท ออนไลน์	บริษัท อายคอนแทค ดีไซน์ จำกัด

(3) รายการที่ดำเนินการจ้างผลิต คือ รายการศักดิ์สิทธิ์คงกระพัน

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

### 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 สามารถรับฟังรายการของแต่ละสถานีทั้งรายการสดและรายการที่นำเสนอผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ที่ [www.mcot.net](http://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 ยังคงมีสิทธิในการ





ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและการถือครองคลื่นความถี่ดังกล่าวได้ตามขอบเขตและสิทธิเดิมไปอีก 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 ครอบคลุมเกือบทั่วประเทศ	FM 95.0 MHz
		FM 96.5 MHz
		FM 97.5 MHz
		FM 99.0 MHz
		FM 100.5 MHz
		FM 105.5 MHz
		(สัญญาร่วมดำเนินการ)
		FM 107.0 MHz
		AM 1143 KHz
		AM 1494 KHz
ส่วนภูมิภาค	เขตบริการ	ระบบ / ความถี่
ภาคกลาง และภาคตะวันออก จำนวน 8 สถานี 1 ศูนย์ ศูนย์บริหารวิทยุฯ ภาคกลาง และ ภาคตะวันออก	จังหวัดกาญจนบุรี	FM 107.25 MHz
	จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	FM 106.75 MHz
	จังหวัดสิงห์บุรี	FM 105.3 MHz
	จังหวัดอุทัยธานี	FM 101.75 MHz
	จังหวัดจันทบุรี	FM 95.25 MHz
	จังหวัดชลบุรี	FM 107.75 MHz
	จังหวัดตราด	FM 107.25 MHz
	จังหวัดระยอง	FM 96.75 MHz
ภาคเหนือ จำนวน 14 สถานี 2 ศูนย์ 1. ศูนย์บริหารวิทยุฯ ภาคเหนือ ตอนบน 8 สถานี	จังหวัดเชียงใหม่	FM 100.75 MHz
	จังหวัดเชียงราย	FM 101.25 MHz
	จังหวัดพะเยา	FM 97.25 MHz
	จังหวัดแม่ฮ่องสอน	FM 99.5 MHz
	จังหวัดลำปาง	FM 99.0 MHz



ส่วนภูมิภาค	เขตบริการ	ระบบ / ความถี่
	จังหวัดแพร่	FM 93.0 MHz
	จังหวัดลำพูน	FM 96.5 MHz
	จังหวัดน่าน	FM 92.0 MHz
2. ศูนย์บริหารวิทยุฯ ภาคเหนือ ตอนล่าง 6 สถานี	จังหวัดกำแพงเพชร	FM 92.75 MHz
	จังหวัดตาก	FM 97.25 MHz
	จังหวัดพิจิตร	FM 107.75 MHz
	จังหวัดพิษณุโลก	FM 106.25 MHz
	จังหวัดสุโขทัย	FM 99.25 MHz
	จังหวัดอุตรดิตถ์	FM 98.5 MHz
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 16 สถานี 2 ศูนย์ 1. ศูนย์บริหารวิทยุฯ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 9 สถานี	จังหวัดขอนแก่น	FM 90.75 MHz
	จังหวัดอุดรธานี	FM 91.5 MHz
	จังหวัดเลย	FM 100.0 MHz
	จังหวัดหนองคาย	FM 102.5 MHz
	จังหวัดมหาสารคาม	FM 100.5 MHz
	จังหวัดกาฬสินธุ์	FM 92.0 MHz
	จังหวัดร้อยเอ็ด	FM 101.0 MHz
	จังหวัดสกลนคร	FM 107.0 MHz
	จังหวัดนครพนม	FM 93.5 MHz
2. ศูนย์บริหารวิทยุฯ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 7 สถานี	จังหวัดนครราชสีมา	FM 95.75 MHz
	จังหวัดอุบลราชธานี	FM 107.0 MHz
	จังหวัดชัยภูมิ	FM 102.0 MHz
	จังหวัดบุรีรัมย์	FM 92.0 MHz
	จังหวัดยโสธร	FM 95.25 MHz
	จังหวัดศรีสะเกษ	FM 95.0 MHz
	จังหวัดสุรินทร์	FM 99.75 MHz
ภาคใต้ จำนวน 15 สถานี 2 ศูนย์ 1. ศูนย์บริหารวิทยุฯ ภาคใต้ ตอนบน 7 สถานี	จังหวัดสุราษฎร์ธานี	FM 102.0 MHz
	จังหวัดชุมพร	FM 90.75 MHz
	อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร	FM 104.75 MHz
	จังหวัดระนอง	FM 100.5 MHz
	จังหวัดพังงา	FM 91.75 MHz
	จังหวัดกระบี่	FM 105.0 MHz
	จังหวัดภูเก็ต	FM 101.5 MHz



ส่วนภูมิภาค	เขตบริการ	ระบบ / ความถี่
2. ศูนย์บริหารวิทยุฯ ภาคใต้ ตอนล่าง 8 สถานี	จังหวัดพัทลุง	FM 95.75 MHz
	จังหวัดนครศรีธรรมราช	FM 104.5 MHz
	จังหวัดตรัง	FM 106.25 MHz
	จังหวัดสงขลา	FM 96.5 MHz
	จังหวัดสตูล	FM 93.25 MHz
	จังหวัดปัตตานี	FM 91.0 MHz
	จังหวัดยะลา	FM 102.5 MHz
	จังหวัดนราธิวาส	FM 96.0 MHz

## 2. โครงสร้างรายการของธุรกิจสถานีวิทยุฯ

### 1) สถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท ส่วนกลาง

บมจ. อสมท ผลิตและนำเสนอรายการของคลื่นวิทยุฯ ระบบ เอฟเอ็ม ส่วนกลางทั้ง 6 คลื่น และระบบเอเอ็ม 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” สถานีเพลงลูกทุ่งเพื่อสังคมอุดมปัญญา นำเสนอเพลงลูกทุ่งสุดฮิตเพื่อชีวิตมีระดับ ให้สาระประโยชน์ความรู้ต่างๆ และครองความนิยมอันดับ 1 ทุกกลุ่มเป้าหมาย ทุกเพศทุกวัย ถ่ายทอดโดยนักจัดรายการรุ่นใหม่ นักจัดรายการที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับจากศิลปินแห่งชาติ ครูเพลง ศิลปินนักร้อง ฯลฯ และบุคคลทั่วไป ทันสมัย มีสาระความรู้ใกล้ตัว อบอุ่น และใกล้ชิดผู้ฟัง ซึ่งนอกจากจะออกอากาศในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลแล้ว ยังออกอากาศด้วยระบบเครือข่ายผ่านดาวเทียมไปยังสถานีวิทยุฯ เครือข่ายของ บมจ. อสมท ภูมิภาค ทั่วประเทศ และจากการพัฒนาการดำเนินงานของสถานีทั้งในรูปแบบการนำเสนอรายการและการจัดกิจกรรม เพื่อสร้างกระแสความนิยมและรักษฐานผู้ฟังอย่างต่อเนื่อง เป็นผลให้สถานียังคงได้รับความนิยมอยู่ในอันดับ 1 ของ 40 สถานีวิทยุฯ ในกรุงเทพฯ มาอย่างต่อเนื่อง

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

- เอฟเอ็ม 97.5 เมกะเฮิรตซ์ “Mellow 97.5” คลื่นเพลง Easy listening สำหรับคนวัยทำงาน ภายใต้คอนเซ็ปต์ “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 เมกะเฮิร์ตซ์ “Active Radio”** คลื่นเมืองไทยแข็งแรง คลื่นวิทยุที่นำเสนอเรื่องกีฬา ท่องเที่ยว สุขภาพ และกิจกรรมนันทนาการ ภายใต้ความคิดที่ต้องการให้คนไทยมีสุขภาพแข็งแรงทั้งกายและใจ รวมทั้งมีความสุขกับกิจกรรมนันทนาการต่างๆ ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวในการนำเสนอเป็นคลื่นที่ฟังได้ทุกเพศทุกวัย กับเรื่องราวของสุขภาพและกีฬา ที่ได้ทั้งสาระและความบันเทิงเป็นผลให้เอฟเอ็ม 99.0 เมกะเฮิร์ตซ์ได้รับความนิยมอย่างสูงในกลุ่มของผู้ที่ชื่นชอบกีฬา และใส่ใจเรื่องสุขภาพ

- **เอฟเอ็ม 100.5 เมกะเฮิร์ตซ์ “คลื่นข่าว News Network”** สถานีวิทยุประเภทข่าว News&Talk เริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2536 ถึงปัจจุบัน การกิจสื่อสารมวลชนที่ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม นำเสนอข่าวความจริง ถูกต้อง รวดเร็ว สร้างสรรค์ ทันเหตุการณ์ เชื่อถือได้ สร้างกระแสให้เกิดจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม เป็นสื่อกลางช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน เป็นสถานีวิทยุคลื่นข่าวชั้นนำของประเทศที่ผลิตรายการข่าวคุณภาพตลอดทั้งวัน พร้อมเกาะติด เจาะลึก ทุกสถานการณ์ข่าว มุ่งมั่นที่จะทำหน้าที่เป็นสื่อสารมวลชนเครือข่ายระดับชาติ เป็นสื่อกลางรับแจ้งข่าวสารเตือนภัยและช่วยเหลือสังคม โดยความร่วมมือของสำนักข่าวไทย ทีมผลิตข่าวของสถานี ผู้สื่อข่าว นักข่าวอาสา องค์กรเครือข่ายสื่อพันธมิตรในประเทศและสื่อต่างประเทศ นักจัดรายการ นักวิชาการและวิทยากรข่าวชั้นนำระดับประเทศ Theme : “ข่าวจริง สร้างสรรค์ ทันสถานการณ์ และเชื่อถือได้ Fast and Trust News”

- **เอฟเอ็ม 107 เมกะเฮิร์ตซ์ “MET 107”** คลื่นเพลงสากลสำหรับคนทันสมัย นำเสนอเพลงฮิต เพลงใหม่ พร้อมเกาะติดเรื่องราวไลฟ์สไตล์ อินเทอร์เน็ต ภายใต้สโลแกน “For Life and Music” โดยนำเสนอทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ รวมถึงเนื้อหาสาระด้านข่าวจากสำนักข่าวระดับโลกหลายแห่ง อาทิ BBC, VOA และ OANA โดย เอฟเอ็ม 107 เมกะเฮิร์ตซ์ “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 สร้างสรรค์รายการโดยกลุ่มพันธมิตรสื่อผู้สูงอายุจากทุกวงการรวมทั้งอดีตผู้คร่ำหวอดในวงการเพลงเก่าทุกประเภทที่มีชื่อเสียง เช่น กลุ่มศิลปินแห่งชาติ ด้านดนตรี กวี ศิลป์ มีความเชี่ยวชาญที่จะมาแบ่งปันประสบการณ์ครอบคลุมในแต่ละด้านทุกสาขา พร้อมกับสืบสานศิลปวัฒนธรรมสู่ผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งจะมาร่วมกันสร้างเป็นเครือข่ายรองรับสังคมผู้สูงอายุที่มีคุณภาพสู่สังคมเกื้อกูล

นอกจากนี้ ยังดำเนินการออกอากาศครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ (Nationwide) โดยมีสถานีวิทยุฯ 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 ชูเปอร์สเตชัน)  
(ถ่ายทอดสัญญาณ 53 สถานี)
    - จันทร์ – อาทิตย์ เวลา 19.30 - 20.00 น. (มหานครนิวส์ มหานครรอบทิศ)  
(ถ่ายทอดสัญญาณ 53 สถานี)
    - จันทร์ – ศุกร์ เวลา 22.00 - 00.00 น. (ลูกทุ่งมหานคร ชูเปอร์สเตชัน)  
(ถ่ายทอดสัญญาณ 53 สถานี)
    - เสาร์ – อาทิตย์ เวลา 22.00 - 05.00 น. (เสาร์-อาทิตย์ ฮิตเป็นพิเศษ เปิดเพลงไม่มีดีเจ)
    - 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. (สปอร์ตวไรต์)
    - จันทร์ – ศุกร์ เวลา 21.00 – 22.00 น. (เจาะสนามบอลไทย)
    - เสาร์ – อาทิตย์ เวลา 20.00 – 22.00 น. (Soccer Live Report)
  - **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) สถานีวิทยุ บมจ. อสมท ส่วนภูมิภาค

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



1. รายการที่ออกอากาศเพื่อประโยชน์ระดับท้องถิ่น (Local Program) เช่น รายการ “อสมทเพื่อชุมชน” 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 เมกะเฮิรตซ์ เป็นแม่ข่ายออกอากาศไปยังสถานีวิทยุฯ ภูมิภาคของ บมจ. อสมท ทุกสถานีทั่วประเทศทุกช่วงต้นชั่วโมง

3. รายการที่ออกอากาศในลักษณะครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ (Nationwide) ซึ่งเป็นโครงการผลิตรายการวิทยุเพื่อออกอากาศให้ประชาชนได้รับฟังพร้อมกันทั่วประเทศ และเปิดโอกาสให้คนไทยทั่วประเทศได้เชื่อมโยงข่าวสารถึงกันอย่างทั่วถึง โดยมีสถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท ในส่วนกลาง 4 ความถี่ คือ สถานีวิทยุฯ เอฟเอ็ม 95 เมกะเฮิรตซ์ “ลูกทุ่งมหานคร” เอฟเอ็ม 96.5 เมกะเฮิรตซ์ “คลื่นความคิด” สถานีวิทยุฯ เอฟเอ็ม 99 เมกะเฮิรตซ์ “Active Radio” และสถานีวิทยุฯ เอฟเอ็ม 100.5 เมกะเฮิรตซ์ “คลื่นข่าว MCOT News Network” เป็นแม่ข่ายถ่ายทอดรายการ ข่าวสาร สารความรู้ ผ่านดาวเทียมไปยังเครือข่ายสถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท ในต่างจังหวัดพร้อมกันทั้ง 53 สถานี นอกจากนี้ยังสร้างความร่วมมือกับ สถานีวิทยุฯ เอฟเอ็ม 100.5 เมกะเฮิรตซ์ 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 “เก้าเชื่อมใจไทอีสาน”                |
| 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 “ลาแปลใต้”                           |

### 3. ภาพรวมของธุรกิจสถานีวิทยุฯ

#### 1) ภาพรวมของธุรกิจสถานีวิทยุฯ

สถานีสถานีวิทยุฯ ทั้งหมดในประเทศไทยอยู่ภายใต้การดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานของรัฐ ซึ่งจากข้อมูลของกรมไปรษณีย์โทรเลขเดิมพบว่า จำนวนสถานีวิทยุฯ ในประเทศไทยทั้งหมด มีประมาณ 524 สถานี แบ่งเป็นสถานีวิทยุฯ ในส่วนกลาง (ออกอากาศครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง) จำนวน 78 สถานี ซึ่งสามารถแบ่งย่อยเป็นสถานีที่ออกอากาศในระบบ เอฟเอ็ม จำนวน 40 สถานี และเป็นสถานีที่ออกอากาศในระบบเอเอ็ม



จำนวน 38 สถานี สำหรับสถานีวิทยุฯ ในส่วนภูมิภาคจำนวน 446 สถานีนั้น แบ่งเป็นสถานีที่ออกอากาศในระบบเอฟเอ็ม จำนวน 273 สถานี และเป็นสถานีที่ออกอากาศในระบบเอเอ็ม จำนวน 173 สถานี สามารถแบ่งย่อยเป็นสถานีที่ออกอากาศในระบบเอฟเอ็ม จำนวน 40 สถานี และเป็นสถานีที่ออกอากาศในระบบเอเอ็ม จำนวน 38 สถานี สำหรับสถานีวิทยุฯ ในส่วนภูมิภาคจำนวน 446 สถานีนั้น แบ่งเป็นสถานีที่ออกอากาศในระบบเอฟเอ็ม จำนวน 273 สถานี และเป็นสถานีที่ออกอากาศในระบบเอเอ็ม จำนวน 173 สถานี

ปัจจุบันสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ได้รับใบอนุญาตขอทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง 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 และดำเนินกิจการเองในขณะที่ผู้ประกอบการอื่นต้องเช่าต่อจากหน่วยงานของรัฐ

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





### - สถานีวิทยุ บมจ. อสมท ส่วนภูมิภาค

ภาวะการแข่งขันของสถานีวิทยุ ในส่วนภูมิภาคมีความรุนแรงเช่นเดียวกับสถานีวิทยุในส่วนกลาง เนื่องจากในแต่ละจังหวัดมีจำนวนสถานีวิทยุ ที่ออกอากาศเป็นจำนวนมาก และมีสื่ออื่นๆ ในพื้นที่ที่ก่อให้เกิดการแข่งขันสูงทั้งสื่อวิทยุ คลื่นหลัก วิทยุ ชุมชนและเคเบิลท้องถิ่น รวมทั้งการแข่งขันจากสถานีวิทยุในจังหวัดข้างเคียง นอกจากนี้ ความจำกัดของพื้นที่ในการทำธุรกิจและหารายได้ของแต่ละจังหวัด ประกอบกับบางพื้นที่ยังมีเจ้าของธุรกิจบางรายเป็นเจ้าของสื่อหลากหลายชนิด และใช้กลยุทธ์การตลาดด้วยการลด แลก แจก และแถมสื่อที่อยู่ในมือยิ่งส่งผลให้การแข่งขันของสถานีวิทยุ ภูมิภาค ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การดำเนินการบริหารงานของสถานีวิทยุ ส่วนภูมิภาคของ บมจ. อสมท ในปัจจุบันจึงต้องมีการพัฒนาการผลิตและเสนอรายการให้ตรงความต้องการของผู้ฟังกลุ่มเป้าหมาย และเอเจนซีให้มากขึ้นเช่นเดียวกับคลื่นวิทยุ ส่วนกลาง ขณะเดียวกันต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้มีความหลากหลาย ยืดหยุ่น และสนองตอบความต้องการของลูกค้า ตลอดจนปรับกระบวนการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ การแข่งขัน และมีประสิทธิภาพให้มากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม บมจ. อสมท จะยังคงมุ่งมั่น และเร่งพัฒนาการดำเนินงานด้านวิทยุ เพื่อให้สามารถรองรับและดำรงอยู่ได้ ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งในเรื่องของการเมือง เศรษฐกิจ สังคม กฎหมาย และอุตสาหกรรมโฆษณาวิทยุ ที่มีแนวโน้มหดตัวลงอย่างต่อเนื่อง

### 3) กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจสถานีวิทยุ

- พัฒนาเนื้อหาและรูปแบบรายการของสถานีวิทยุ ในรูปแบบ และบุคลิกเฉพาะ (Positioning) ทั้งสถานีวิทยุ 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, Instagram, Podcast, YouTube เป็นต้น สำหรับรายการเด่นของสถานี
- สร้างกระแสความนิยมของคลื่นผ่านการจัดกิจกรรมพิเศษส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์รายการ และกิจกรรมของแต่ละคลื่นผ่านสื่อของ บมจ. อสมท อย่างครบวงจร
- เพิ่มการทำตลาดเชิงรุก Three on : on air, online, on ground เพื่อดึงเม็ดเงินเพิ่มขึ้น ด้วยการมุ่งเน้นสนองตอบความต้องการของลูกค้าในรูปแบบการขายตามโจทย์ลูกค้า (Tailor Made Concept) และจัดกิจกรรมพิเศษขึ้นนอกเหนือจากกิจกรรมส่งเสริมการขายตามปกติ
- จัดรายการ และจัดทำแพ็คเกจ (Package) การขายพิเศษ ในช่วงเทศกาลและวันสำคัญต่างๆ
- เพิ่มการทำตลาดแบบเชื่อมโยงการขาย (Cross Selling) ในการขายเวลาโฆษณาของสถานีวิทยุ บมจ. อสมท ส่วนกลางให้มากขึ้น
- เพิ่มการ Synergy ประสานพลังการตลาดของวิทยุ ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และสื่อที่ บมจ. อสมท มีอยู่ให้มากขึ้น
- เพิ่มช่องทางการนำเสนอในรูปแบบรายการ Facebook Live โดยผลิตรายการ Talk Together ทุกคืนวันพฤหัสบดี เวลา 21.00 - 22.00 น.



#### 4) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจสถานีวิทยา

##### - การจัดการรายการของสถานีวิทยา บมจ. อสมท ส่วนกลาง

การกระจายเสียงของสถานีวิทยา บมจ. อสมท ส่วนกลางในปัจจุบัน ดำเนินการผลิตและนำเสนอรายการเอง โดยผู้ดำเนินรายการที่มีทักษะและประสบการณ์ในการจัดรายการที่ยาวนาน ทั้งนี้การจัดรายการวิทยุที่เป็นพนักงานของบริษัท รวมทั้งนักจัดรายการภายนอกซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงที่มีความสามารถและได้รับความนิยมนอกจากผู้ฟังในวงกว้าง โดยการผลิตเปลี่ยนหมุนเวียนผลิตและเสนอรายการที่หลากหลายรูปแบบตามความต้องการและความนิยมของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของแต่ละคลื่น และมีการพัฒนาการผลิตให้ตอบสนองและตรงความต้องการของผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

##### - การจัดการรายการของสถานีวิทยา บมจ. อสมท ส่วนภูมิภาค

บมจ. อสมท ได้ดำเนินนโยบายบริหารจัดการสถานีวิทยา บมจ. อสมท ส่วนภูมิภาค ทั้ง 53 สถานีเองทั้งหมด โดยปรับรูปแบบการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับภาวะการแข่งขัน เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ในเชิงธุรกิจ ทั้งการให้ผู้เช่าเวลาขายย่อยบริหารจัดการเวลาของสถานีบางส่วน เพื่อรักษาพันธมิตรที่ร่วมดำเนินการเดิม และเปิดโอกาสให้นักจัดรายการในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมร่วมกับสถานี และการบริหารจัดการเวลาเองทั้งหมดของบางสถานี โดยการควบคุม ดูแลการผลิตและเสนอรายการให้เป็นไปตามผังรายการหลัก ภายใต้แนวคิด “สังคมสร้างสรรค์ด้วยปัญญา”

#### สถานีวิทยา ที่ร่วมดำเนินการ

**เอฟเอ็ม 105.5 เมกะเฮิร์ตซ์ “Easy FM” บมจ. อสมท ร่วมกับ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด** ดำเนินการให้เช่าเวลาจัดรายการและโฆษณาตามสัญญาร่วมดำเนินการฯ ซึ่งสิ้นสุดสัญญาเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2563 ต่อมา บมจ. อสมท ได้รับอนุญาตจาก กสทช. ให้มีสิทธิถือครองและใช้ประโยชน์คลื่นความถี่ 105.50 MHz กรุงเทพมหานคร ได้ต่อไปเป็นการชั่วคราว บมจ. อสมท จึงได้ทำสัญญาร่วมสนับสนุนการผลิตรายการวิทยุ FM 105.50 MHz กับบริษัท บีอีซี - เทโร रेडิโอ จำกัด จนถึงวันที่ 31 มีนาคม 2565

#### 2.1.3 สำนักข่าวไทย

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

สำนักข่าวไทยยึดหลักการนำเสนอข่าวตามมาตรฐานทางวิชาชีพ เน้นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เป็นกลาง ตามหลักจริยธรรมสื่อมวลชน โดยใช้เทคโนโลยีในการรายงานข่าวที่ทันสมัย และจัดตั้งศูนย์ข่าวพร้อมอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นศูนย์ตรวจสอบข้อเท็จจริงในสื่อสังคมออนไลน์

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



## 1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

### รูปแบบของการให้บริการข่าวในสื่อต่าง ๆ

#### 1) สื่อโทรทัศน์

- รายการประเภทรายงานข่าว ที่ผลิตโดยสำนักข่าวไทยที่ออกอากาศเป็นรายการสด ได้แก่

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

#### 2) สื่อวิทยุ

- ผลิตข่าวให้สถานีวิทยุ อสมท เครือข่ายทั่วประเทศในช่วงข่าวต้นชั่วโมง ตั้งแต่ 08.00 - 23.00 น.

- ผลิตรายการประเภทข่าวให้แก่สถานีวิทยุ เอฟเอ็ม 100.5 เมกะเฮิร์ตซ์ ในช่วงเครือข่ายทั่วประเทศ ได้แก่

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

- ผลิตรายการ “สวนอักษร” ให้กับสถานีวิทยุ 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

## 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 ข่าวก่อนที่เชื่อถือได้
- กลยุทธ์การสร้างคุณค่าที่แตกต่าง เชิงลึก และทันเวลา โดยการคัดสรรเนื้อหาข่าวรายการข่าวในมุมมองใหม่ๆ 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 และชัดตื้น จากระบบความยาวโฟกัส (Focal length) เพื่อรองรับงานจ้างผลิตจากภาครัฐและเอกชน ที่เน้นภาพแตกต่างจากกล้อง VIDEO ทั่วไป รวมถึง มีอุปกรณ์รายงานสดผ่านสัญญาณ 4G ที่มีความคมชัดสูง (HD) ประจำทุกศูนย์ข่าวหลัก และในส่วนกลาง เพื่อใช้ในการรายงานข่าวด่วนที่เกิดขึ้น เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ขนาดเล็ก สามารถเคลื่อนที่ได้รวดเร็ว คล่องตัว และประหยัดค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงาน
- กลยุทธ์การสร้างบุคลากรด้านข่าวให้มีความสามารถในการผลิตและนำเสนอรายการข่าวได้อย่างโดดเด่นผ่านการฝึกอบรม การแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับสำนักข่าวต่างประเทศ สร้างโอกาสให้กับบุคลากรด้านข่าว การเพิ่มประสิทธิภาพบุคลากร และการบริหารต้นทุนในการใช้รถ OB ของสำนักข่าวไทย ในการจัดรายการสดนอกสถานที่ ในรายการข่าว รายการเช้าวันศุกร์ และรายการเรื่องพลบค่ำ ตามสถานที่ท่องเที่ยว หรือร่วมกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดต่างๆ เพื่อเพิ่มฐานผู้ชม และเพิ่มรายได้ให้กับช่อง 9 MCOT HD
- กลยุทธ์การเชื่อมโยงสื่อแบบบูรณาการ (Cross Media) โดยผนึกกำลังทั้งด้านเนื้อหาและงบประมาณ ซึ่งจะเกิดประโยชน์ทั้งแก่ผู้ชม ผู้ฟังที่จะได้รับเนื้อหา (Contents) ที่หลากหลาย และสำหรับเอเจนซีโฆษณาจะสามารถเลือกใช้เม็ดเงินโฆษณากับ บมจ. อสมท ได้ยืดหยุ่นมากขึ้น 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 การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องในประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจ การรายงานสดสถานการณ์ข่าว รวมถึงรายงานพิเศษ สำนักข่าวไทยนำเสนอข่าวต่างประเทศจากสำนักข่าวชั้นนำที่ได้รับการยอมรับความเชื่อถือในระดับสากล เพื่อรายงานข่าวความเคลื่อนไหวและเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลกด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง ขณะเดียวกันสำนักข่าวไทยจัดส่งทีมข่าวไปยังประเทศต่างๆ เพื่อรายงานข่าวที่อยู่ในความสนใจ ของประชาชน โดยการเผยแพร่ทั้งในสื่อโทรทัศน์และสื่อดิจิทัล นอกจากนี้ สำนักข่าวไทยยังมีการให้บริการขายภาพข่าว 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 เน้นไปที่การแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกัน โดยสมาชิกให้สิทธิแก่กันในการนำเอาข่าวต่างๆ ที่นำเสนอทางเว็บไซต์ไปใช้ประโยชน์ ทั้งนี้ สำนักข่าวไทย โดยฝ่ายข่าวประเทศ แผลข่าวไทยส่ง 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 ของสาธารณรัฐเกาหลี ที่ส่งข่าวในสัดส่วนและจำนวนสูงสุดในเครือข่าย และมีสมาชิกรายอื่นไปใช้และให้เครดิต ข่าวที่สำนักข่าวไทยส่งไปแลกเปลี่ยนในเครือข่าย ASIAVISION ได้รับการยอมรับในระดับมาตรฐานของงาน

## 2.1.4 การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ภาคพื้นดิน

### 1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การให้บริการโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ คือ การให้บริการระบบเชื่อมโยงกลุ่มเครื่องส่งหรือถ่ายทอดสัญญาณเสียงหรือภาพที่ใช้ในการส่งข่าวสารสาธารณะหรือรายการจากสถานี ไม่ว่าจะโดยสื่อตัวนำที่เป็นสาย คลื่นความถี่ แสง คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าหรือสื่อตัวนำอื่นๆ

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 แห่งพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ภายใน 5 ปี (พ.ศ. 2561) นับแต่วันที่สำนักงาน กสทช. มีมติเห็นชอบกำหนดระยะเวลาการคืนคลื่นความถี่ ทั้งนี้ บมจ. อสมท ได้ยุติการดำเนินการเครือข่ายสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ระบบแอนะล็อกตั้งแต่กลางปี 2561

### 2) การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ระบบดิจิทัล ประเภทธุรกิจระดับชาติ

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

ทั้งนี้ การได้รับใบอนุญาตฯ ดังกล่าว เป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้ บมจ. อสมท เป็นผู้ประกอบการธุรกิจสื่อสารมวลชนที่สามารถให้บริการธุรกิจโทรทัศน์ระบบดิจิทัลได้ครบวงจร ถือเป็นช่องทางการสร้างรายได้อีกหนึ่งช่องทางหนึ่งของ บมจ. อสมท โดยการให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลเริ่มต้นในเดือนเมษายน 2557 ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลเป็นสถานีแรก และได้เร่งดำเนินการให้บริการระบบการเชื่อมโยงของกลุ่มเครื่องส่งเพื่อถ่ายทอดสัญญาณเสียงและภาพที่ใช้ในการส่งข่าวสารสาธารณะหรือรายการจากสถานีไปยังเครื่องรับคลื่นความถี่แม่เหล็กไฟฟ้า ซึ่งเป็นการให้บริการในลักษณะของ “ผู้รวบรวมช่องรายการ” หรือ Multiplex Operators ซึ่งทำหน้าที่ในการให้บริการรวบรวมช่องรายการจากผู้ประกอบกิจการหลายๆ ราย (Operators) เข้าด้วยกัน และทำการเผยแพร่สัญญาณโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลระดับชาติ ไปยังเครื่องรับโทรทัศน์ของผู้ชม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนในด้านการศึกษาวัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐ สาธารณชนบั่นเทิน 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	
	สิงห์บุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 2 กันยายน 2557	
1 สิงหาคม 2557	นครสวรรค์	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2557	ให้บริการครอบคลุมจำนวนครัวเรือนเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 80 ของจำนวนครัวเรือนทั่วประเทศ
	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	





กำหนดการให้บริการ	ชื่อสถานี	ผลการดำเนินงาน	หมายเหตุ
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	
	อุดรธานี	ออกอากาศเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2558	
15 มิถุนายน 2558	ทุ่งสง (เขาดาว) จ. นครศรีธรรมราช	ออกอากาศเมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2558	
	เขายายเที่ยง จ. นครราชสีมา	ออกอากาศเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2558	
	พะเยา (เมือง)	ออกอากาศเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2558	
	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 เพิ่มขึ้น คิดเป็น
	ไชยปราการ จ. เชียงใหม่	ออกอากาศเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2558	
	สุโขทัย จ. นราธิวาส	ออกอากาศเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2558	



กำหนดการให้บริการ	ชื่อสถานี	ผลการดำเนินงาน	หมายเหตุ
	ปราจีนบุรี (ค่ายพรหมโยธี)	ออกอากาศเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2558	ร้อยละ 90 ของ จำนวนครัวเรือนทั่ว ประเทศ
	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	
	เขาฉลาก จ. ชลบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 28 มกราคม 2559	
	พิทยา 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 (เขาห้วยนางปู)	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2559	
	พะเยา (บ้านไร่ณาเดียว)	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	
	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	



กำหนดการให้บริการ	ชื่อสถานี	ผลการดำเนินงาน	หมายเหตุ
	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
	สี 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	
	พร้าว 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. อุตรธานี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2560	
	ศรีรัตนคม จ. สุราษฎร์ธานี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2560	
	พนม จ. สุราษฎร์ธานี (ทับคริสต์)	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2560	
	แม่สรวย จ. เชียงราย (ดอยม่อนป่าก่อ)	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2560	
1 เมษายน 2560	จอมบึง จ.ราชบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2560	
	ไทรโยค จ. กาญจนบุรี (เขาป่าหิมา)	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2560	
	ตาพระยา จ. สระแก้ว	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2560	
1 มิถุนายน 2560	พบพระ จ. ตาก	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2560	
	โป่งน้ำร้อน จ. จันทบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2560	
	หนองบัวแดง 2 จ. ชัยภูมิ	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2560	
	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	
	แก่งคร้อ จ. ชัยภูมิ (ภูผาแดง)	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2560	



กำหนดการให้บริการ	ชื่อสถานี	ผลการดำเนินงาน	หมายเหตุ
	นครไทย จ. พิษณุโลก (เขาหัวยหินลาด)	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2560	
	กลาง 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	
	เชียงใหม่ 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	
	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	



กำหนดการให้บริการ	ชื่อสถานี	ผลการดำเนินงาน	หมายเหตุ
	เชียงใหม่ จ. เลย	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	ดงหลวง จ. มุกดาหาร	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	เขาวง จ. ลพบุรี	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	ภาคีชุมพล จ. ชัยภูมิ	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	ปากน้ำปรมาณ 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	
	กระบุรี จ. ระนอง	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	ทุ่งมะพร้าว จ. พังงา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	เขาคูหา จ. สงขลา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	เขาแหลมหินช้าง จ. พังงา	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2560	
	บ้านแพน จ. นครพนม	ออกอากาศ เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2560	
	ท่าตะเกียบ 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	
	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 ให้บริการออกอากาศช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิตอล บนโครงข่ายโทรทัศน์ประเภทใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินระบบดิจิตอลระดับชาติ 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)

- ช่องรัฐสภา ช่อง 10 ดำเนินการโดย สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

**2. ภาวะการแข่งขันภายใต้ธุรกิจสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงข่าย**

เดิมธุรกิจการให้บริการโครงข่ายด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ถือเป็นอุตสาหกรรมที่ผูกขาดที่มีความเสี่ยงต่ำ ด้วยจำนวนผู้ให้บริการที่มีจำกัด โดยสำนักงาน กสทช. ให้ใบอนุญาตประกอบกิจการฯ แก่ผู้ประกอบการโครงข่ายรายเดิมจำนวนเพียง 4 รายเท่านั้น ได้แก่ บมจ. อสมท สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 กรมประชาสัมพันธ์ และองค์กรแพร่ภาพกระจายเสียงแห่งประเทศไทย แต่จากสถานการณ์ของธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีการแข่งขันสูงมาก เมื่อพิจารณาจากผลประโยชน์ของผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลเกือบทั้งหมดประสบปัญหาภาวะขาดทุน รวมถึงการเติบโตของสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคและผู้ซื้อสื่อโฆษณาเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่เงินโฆษณามีจำกัด และมีอัตราการเติบโตลดลง โดยในปี 2562 ช่องรายการบางรายยุติการออกอากาศ โดยการคืนใบอนุญาตประกอบกิจการฯ ให้กับ สำนักงาน กสทช. ทำให้โครงข่ายมีช่องสัญญาณว่างลง และส่งผลต่อสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการโครงข่ายฯ จากที่เคยมีผู้ใช้บริการที่มีจำนวนแน่นอนเป็นธุรกิจที่ต้องมีการแข่งขันเพื่อรักษาลูกค้าเดิมและแย่งชิงลูกค้าใหม่

อย่างไรก็ตาม โทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินยังต้องแข่งขันกับโทรทัศน์แบบไม่ใช้คลื่นความถี่อย่างเคเบิลทีวี โทรทัศน์ดาวเทียม และอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น ประกอบกับมีรายการหลากหลายและน่าสนใจจำนวนมากให้เลือกรับชม แต่โทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินมีจุดเด่นในเรื่องความคมชัดสูง วิธีการรับชมเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายกว่า จึงคาดการณ์ว่าในอนาคตอันใกล้คนไทยจำนวนมากจะกลับมารับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดินมากขึ้น ซึ่งโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินมีข้อได้เปรียบ ดังนี้

1. วิธีการรับชมเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายกว่า โดยการติดตั้งสายอากาศโทรทัศน์ระบบดิจิทัลทำได้ง่าย และสามารถรับสัญญาณง่ายแม้ในอาคารที่พิกอาศัย
2. ความคมชัดสูงกว่าการรับชมบนแพลตฟอร์มอื่น

**3. กลยุทธ์การตลาดของการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงข่ายฯ**

บมจ. อสมท มีแผนในการให้บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก มุ่งเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพเป็นไปตามข้อกำหนดของ กสทช. รวมถึงการวางแผนและแก้ไขปัญหาเพื่อลดเหตุขัดข้องจากการหยุดออกอากาศ โดยมีกิจกรรมหลักดังนี้

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

#### 4. การจัดหาผลิตภัณฑ์ของการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงข่ายฯ

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

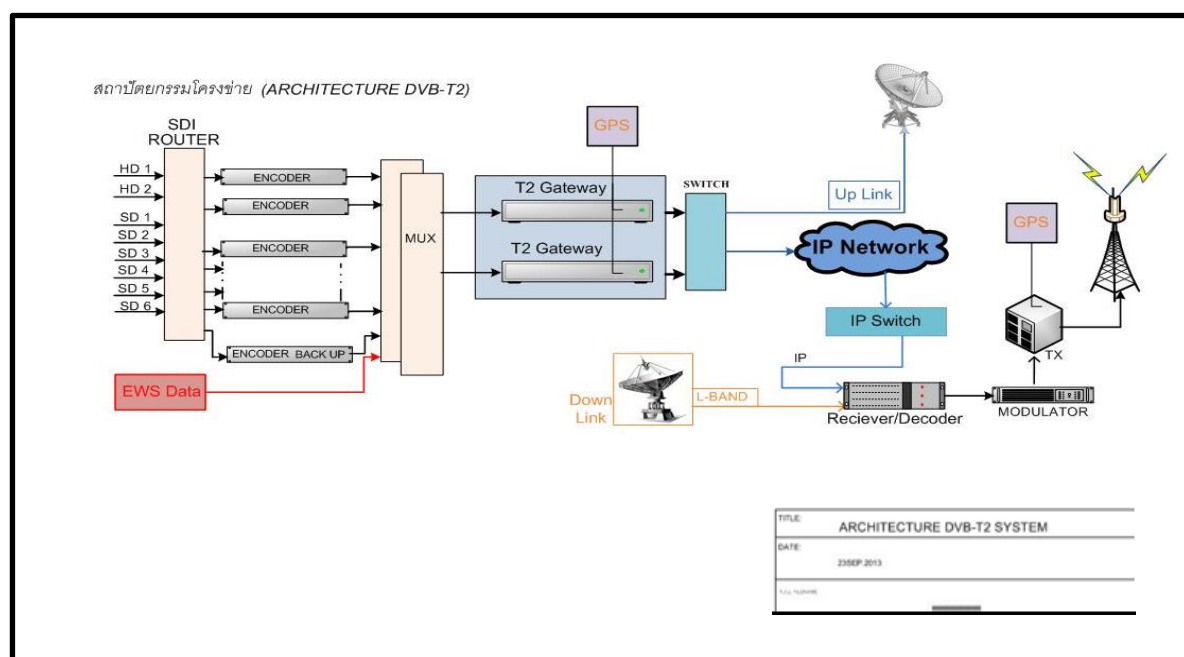
##### - การให้บริการด้านโครงข่ายกระจายเสียงและโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล

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

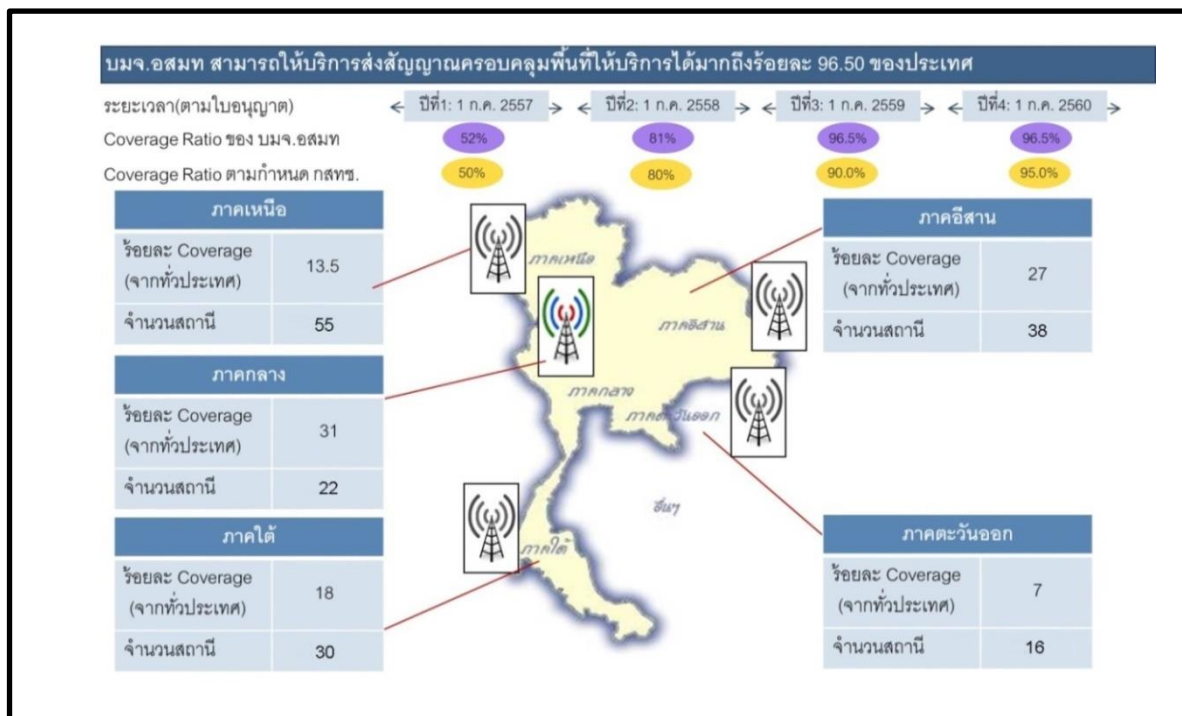
การวางแผนการลงทุนซึ่งประกอบด้วยการลงทุนในระบบ Head End, Transmitter, Receiving Equipment, Tools & Instrument และระบบ Control & Monitoring system ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการโครงข่ายทั้งของสถานีแม่ข่าย สถานีหลัก และสถานีเสริม สามารถแบ่งตามรายการอุปกรณ์ได้ ดังนี้

#### รายละเอียดของสถาปัตยกรรมโครงข่ายและรายละเอียดทางด้านเทคนิค





## 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 หรือ มีความละเอียด 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 เพื่อให้บริการในระบบดิจิทัล ซึ่งการให้บริการโครงข่ายฯ ของ บมจ. อสมท มีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากทั้งของตนเอง และจากการเช่าใช้จากผู้ให้บริการฯ รายอื่น จึงได้วางแผนเพื่อให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากสถานีของตนเองแก่ผู้ให้บริการรายอื่นด้วยเช่นกัน 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 11.04 – 11.30 น.
รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน ไนท์ไลฟ์	ออกอากาศวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 21.30 – 21.50 น. วันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 21.50 – 22.00 น.
รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน วิดีโอเอ็น	ออกอากาศวันเสาร์ - อาทิตย์ เวลา 11.00 - 11.30 น.
รายการตลกมันส์บันเทิง	ออกอากาศวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 16.00 – 16.45 น.
รายการตลกมันส์บันเทิง สุดสัปดาห์	ออกอากาศวันอาทิตย์ เวลา 16.04 – 17.00 น.



## 1.2 ธุรกิจกิจกรรมบันเทิง

ฝ่ายธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทน ได้ต่อยอดผลิตภัณฑ์รายการโทรทัศน์ด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมรายการขึ้น ส่วนหนึ่งเพื่อให้ผู้ชมมีส่วนร่วมกับศิลปินที่ชื่นชอบอย่างใกล้ชิดมากขึ้น ในขณะเดียวกันยังเป็นการสร้างชุมชนชาวไนน์เอ็นเตอร์เทนขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2550 กับกิจกรรม “ไนน์เอ็นเตอร์เทน มีทแอนด์กรีด” และต่อมาด้วยกิจกรรม ไนน์เอ็นเตอร์เทน เซอร์ไพรส์ ทริป” และ “ตะลอนออนแอร์” ตามลำดับจนถึงปัจจุบันในปี 2563 ทั้งนี้การจัดกิจกรรมพิเศษแยกเป็นประเภท ดังนี้

(1) กิจกรรมไนน์เอ็นเตอร์เทน อวอร์ด 2020 เป็นกิจกรรมที่สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ให้กับ บมจ. อสมท และรายการข่าวบันเทิงไนน์เอ็นเตอร์เทน มีกำหนดจัดกิจกรรมฯ ในวันพฤหัสบดีที่ 11 มิถุนายน 2563 แต่เนื่องจากการระบาดของไวรัส Covid-19 ประกอบกับสถานที่จัดงานเป็นสถานที่ปิด จึงทำให้เสี่ยงต่อการแพร่กระจายหากมีผู้ติดเชื้ออยู่ภายในงาน ผู้บริหารฝ่ายธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทนจึงมีมติยกเลิกการจัดกิจกรรมดังกล่าวเพื่อความปลอดภัยด้านสุขภาพและเพื่อป้องกันภาพลักษณ์ขององค์กรเสียหาย

(2) กิจกรรมที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับรายการและองค์กร

(2.1) กิจกรรม NINE STAGE NON - STOP เป็นการแสดงมินิคอนเสิร์ตจาก 25 ศิลปิน โดยถ่ายทอดสด (FACEBOOK LIVE) การแสดงผ่านแฟนเพจ 9ENTERTAIN และเว็บไซต์ [www.nineentertain.tv](http://www.nineentertain.tv) โดยถ่ายทอดอย่างต่อเนื่องตลอด 7 ชั่วโมง (12.00-19.00 น.) เพื่อเป็นสื่อกลางประสานงานระหว่างประชาชนหรือหน่วยงานที่เดือดร้อน โดยให้ข้อมูลการช่วยเหลือ และแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป อีกทั้งเป็นการสร้าง Engagement ในแฟนเพจ 9ENTERTAIN และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับรายการไนน์เอ็นเตอร์เทน และ บมจ. อสมท

(2.2) กิจกรรมคอนเสิร์ตออนไลน์ “ NINE ENTERTAIN 18th BIRTHDAY PARTY ” เพื่อเฉลิมฉลองการครบรอบ 18 ปีของรายการ พร้อมจำหน่ายหน้ากากผ้าปกลายภาพวาดฝีพระหัตถ์สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และนำรายได้หลังหักค่าใช้จ่ายมอบให้มูลนิธิสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา เพื่อสนับสนุนเป็นทุนการศึกษาให้เยาวชนด้อยโอกาส โดยได้จำหน่ายหน้ากากผ้าลายปกภาพวาดฝีพระหัตถ์ฯ จำนวน 50,000 แพ็ค และมีรายได้จากการจำหน่ายหลังหักค่าใช้จ่ายเป็นเงินทั้งสิ้น 5,841,000.- บาท (ห้าล้านแปดแสนสี่หมื่นหนึ่งพันบาทถ้วน) เพื่อส่งมอบเงินให้กับมูลนิธิสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรม CSR เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับรายการไนน์เอ็นเตอร์เทน และ บมจ. อสมท

(3) กิจกรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า (TAILOR MADE) ให้ได้ประโยชน์สูงสุด ดังนี้

(3.1) กิจกรรม “พลังเล็กเปลี่ยนโลก ปี 8” โดย บริษัท ปตท จำกัด (มหาชน)

(3.2) กิจกรรม “ปตท. พาไทยเชียร์กีฬาอาเซียนพาราเกมส์ 2020” มีการยกเลิกการเดินทางร่วมกิจกรรมฯ เนื่องจากผู้จัดงาน กีฬาอาเซียนพาราเกมส์ 2020 ที่ประเทศฟิลิปปินส์ มีการประกาศยกเลิกการจัดงานจากการระบาดของไวรัส Covid-19 มีการแพร่ระบาดหนักไปทั่วโลกซึ่งประเทศฟิลิปปินส์เป็นหนึ่งในประเทศที่มีการแพร่ระบาดเชื้อไวรัส Covid-19 อย่างรุนแรง



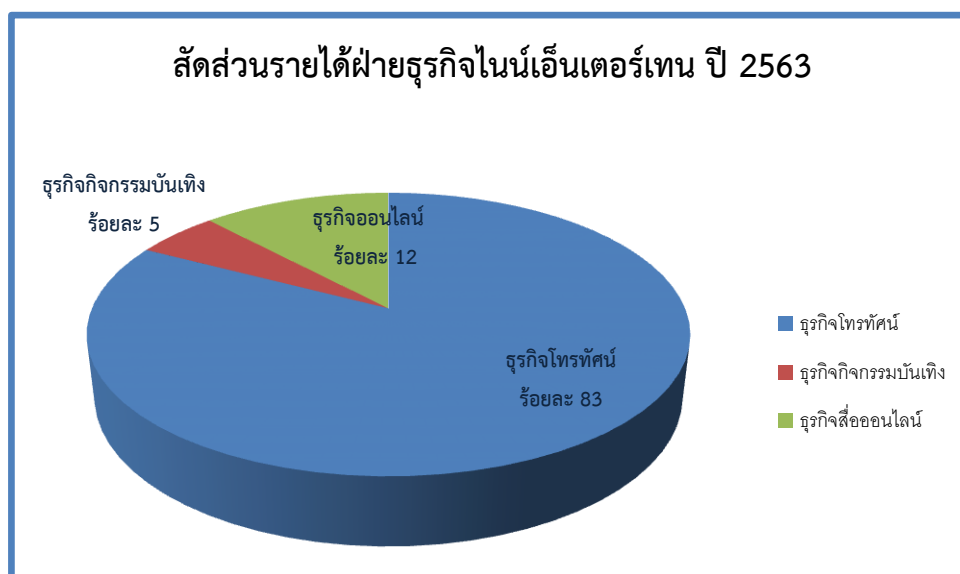
### 1.3 ธุรกิจสื่อออนไลน์

ภายใต้สภาวะการณ์ของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลง เทคโนโลยีง่ายต่อการเข้าถึงมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันผู้บริโภคยังมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ฝ่ายธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทน จึงต้องผลิตผลิตภัณฑ์ข่าวบันเทิง โดยการนำข่าวบันเทิง และเนื้อหารายการบางส่วนจากโทรทัศน์ ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆในปัจจุบัน สื่อออนไลน์ภายใต้การดำเนินการของฝ่ายธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทน ดังนี้

สื่อออนไลน์ ( ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2563 )	FOLLOWER/ SUBSCRIBERS	LIKE	PAGEVIEW
<a href="http://www.nineentertain.tv">www.nineentertain.tv</a>			64,176,041
<a href="https://www.facebook.com/9entertain">www.facebook.com/9entertain</a>	5,060,454	4,481,388	317,964,470
<a href="https://www.youtube.com/nineentertain9">www.youtube.com/nineentertain9</a>	2,030,000		295,200,000
INSTAGRAM	461,000		
TIKTOK	108,200	1,300,000	
TWITTER	86,300		

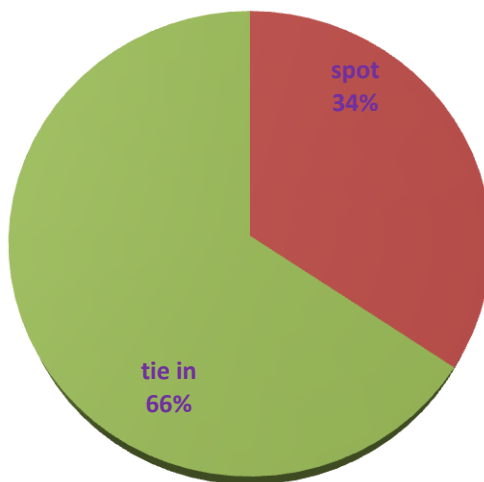
### 2) ภาวะการแข่งขันของธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทน

จากการเกิดขึ้นของช่องรายการโทรทัศน์ดิจิทัล ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ส่งผลให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์มีการแข่งขันกันอย่างดุเดือด ผู้ชมโทรทัศน์และผู้ซื้อสื่อโฆษณามีทางเลือกเพิ่มขึ้น ฝ่ายธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทน จึงจำเป็นต้องพัฒนารายการให้ตอบสนองต่อผู้ชมรายการ และรักษฐานผู้ชมในขณะเดียวกันยังต้องเพิ่มฐานผู้ชมกลุ่มใหม่ ทั้งนี้ ฝ่ายธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทน มีสัดส่วนรายได้ ปี พ.ศ. 2563 ดังนี้



จากภาพข้างต้น ปี พ.ศ.2563 ฝ่ายธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทนมีรายได้หลักจาก ธุรกิจโทรทัศน์ ร้อยละ 83 และอันดับสอง ธุรกิจสื่อออนไลน์ ร้อยละ 12 อันดับสาม ธุรกิจกิจกรรมบันเทิง ร้อยละ 5

### ประเภทรายได้จากธุรกิจโทรทัศน์ ปี พ.ศ.2563



จากภาพข้างต้น เมื่อจำแนกรายได้จากธุรกิจโทรทัศน์ ปี พ.ศ. 2563 รายได้หลักมาจาก LOOSE SPOT ร้อยละ 34 และรายได้จากการ Tie In ในเนื้อรายการ ร้อยละ 66 ซึ่งรายได้จากธุรกิจโทรทัศน์ยังคงมีรายได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะมีสถานีโทรทัศน์ปิดตัวลง คืบช่องโทรทัศน์กับ กสทช. แต่หลายช่องรายการก็ยังคงใช้กลยุทธ์สงครามราคา และกลยุทธ์ส่งเสริมการขายต่างๆ เพื่อช่วงชิงรายได้ ในขณะที่ความถี่การเจริญเติบโตของสื่อออนไลน์ก็เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว พฤติกรรมผู้ชมเปลี่ยนแปลงการรับชมเนื้อหารายการ จากการชมสดทางโทรทัศน์เป็นชมย้อนหลังผ่านสื่อออนไลน์

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

### 3) กลยุทธ์ทางการตลาด

ปี 2563 ฝ่ายธุรกิจไนน์เอ็นเตอร์เทน ยังคงต่อยอดแผนงานเดิมเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์องค์กร และการเติบโตของธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัล ที่ทำให้ผู้ชมมีทางเลือกมากยิ่งขึ้น ดังนั้น แต่ละสถานีและรายการต่างๆ จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์และจุดเด่นที่ชัดเจนเพื่อจะได้เป็นที่จดจำ สำหรับกลุ่มผู้ชมรายการไนน์เอ็นเตอร์เทนจะมีสัดส่วนที่แบ่งเป็น เพศหญิง ร้อยละ 60.60 และเพศชาย ร้อยละ 39.40 โดยมีช่วงมากที่สุด มีอายุระหว่าง 25-39 ปี โดยมีผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานครสูงสุดเรตติ้งเฉลี่ย 0.448 รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน ตอกย้ำการเป็นผู้นำด้วย 5 ยุทธศาสตร์สำคัญ

- In-Trend การมุ่งเน้นนำเสนอภาพลักษณ์รายการที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อตอกย้ำการเป็นผู้นำในการนำเสนอและเกาะติดข่าวบันเทิง ตามสโลแกน ดูก่อน รู้ก่อน ที่นี้ที่เดียว
- Insider นำเสนอข่าวบันเทิงเชิงลึกกว่ารายการอื่นๆ จากการสัมภาษณ์ดารา หรือบุคคลที่ใกล้ชิดเพื่อสร้างความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือของข่าว
- Interest ยังคงเน้นนำเสนอข่าวบันเทิงในประเทศที่ผู้ชมอยากรู้ เรื่องฉาว ข่าวกอสซิป ความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิง ในขณะเดียวกันก็ไม่ทิ้งข่าวสาร เช่น อุตุสภกรมภาพยนตร์ โพลสำรวจความคิดเห็น



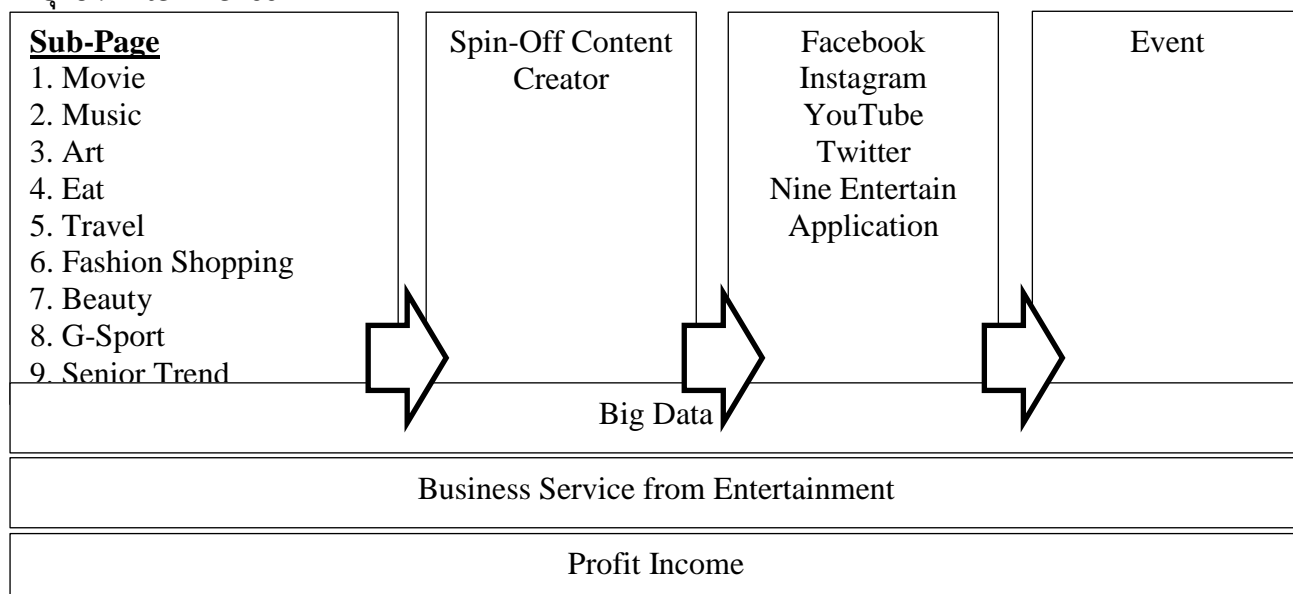
ของประชาชนที่ทางอินเทอร์เน็ตได้ร่วมมือกับนิดาโพลจัดทำขึ้น ซึ่งเนื้อหารายการ (contents) เหล่านี้สามารถสร้างความแตกต่างให้กับทางรายการ

- In-Touch สร้างความสัมพันธ์กับผู้ชมผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อสร้างฐานผู้ชมให้เหนียวแน่น และจงรักภักดีต่อรายการ ด้วยการเดินหน้าจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ ให้กับผู้ชมทุกกลุ่ม

- Integration การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) อย่างมีประสิทธิภาพ นำเสนอเรื่องราวที่แตกต่างจากการนำเสนอในรายการโทรทัศน์ และอัปเดตข้อมูลใหม่ๆ ทันสมัยเสมอ เนื่องจากแนวโน้มอินเทอร์เน็ตยังคงเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่ขาดไม่ได้ โดยเฉพาะกลุ่มอายุน้อยและกลุ่มคนรุ่นใหม่ๆ ที่ต้องการเข้าถึงข้อมูลอย่างรวดเร็วและทันสถานการณ์มากที่สุด นั่นคือ จากการเข้าเช็คข่าวในโซเชียลเน็ตเวิร์คในทุกช่วงเวลา ทำให้จะต้องมีการอัปเดตข่าวบันเทิงเสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของกระแสสังคม

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะพบได้ว่าการดำเนินการของฝ่ายธุรกิจอินเทอร์เน็ตนั้น มุ่งเน้นในเรื่องราวข้อมูลที่น่าเชื่อถือจากแหล่งข้อมูลที่เกิดขึ้นจริงซึ่งในปัจจุบันนี้เข้าสู่การแข่งขันในสื่อสมัยใหม่ทำให้มีการปรับตัวสู่โลกออนไลน์มากยิ่งขึ้นโดยทิศทางยุทธศาสตร์ปัจจุบันเป็น 9 Enter-Trends คือ การแยกกลุ่มเป้าหมายออกมาเป็น 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 คือการให้บริการข่าวสารทั้งรูปแบบข่าวและรูปแบบเนื้อหาที่มีการสร้างสรรค์และกลั่นกรองเพื่อให้ตอบสนองผู้ใช้บริการในทุกช่วงวัย 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 โทรศัพท์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และ โปรแกรมประยุกต์ (Application) เพื่อให้เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง และเข้าถึงข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ตอบสนองผู้ชมได้ทุกที่ ทุกเวลา เป็นไปตามกลยุทธ์ที่วางไว้ โดยไนน์เอ็นเตอร์เทนดำเนินการผลิตรายการภายใต้ศักยภาพและเทคโนโลยีสูงสุด ของ บมจ. อสมท เพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้ข่าวสารอย่างรวดเร็วจนั้ไว้ ที่สำคัญเป็นผู้นำประเด็นข่าวบันเทิงต่างๆ อย่างแท้จริง นอกจากนั้นยังเป็นผู้จัดประเด็นร้อนต่างๆ อีกมากมาย รวมถึงการนำรถ่ายทอดสดดาวเทียมมาใช้ในการรายงานข่าว บันเทิง เพื่อความรวดเร็วในการรับรู้ข่าวสารของผู้ชม

รายการไนน์เอ็นเตอร์เทน ยังนำเสนอข่าวบันเทิงเชิงสร้างสรรค์สอดแทรกสาระมาโดยตลอด เพื่อให้เกิดความแตกต่างกับรายการข่าวบันเทิงอื่นๆ ดังนั้น ตลอดระยะเวลาที่ออกอากาศจึงพยายามเจาะลึกประเด็น ข่าวต่างๆ และลงทุนด้านต่างๆ เพื่อนำข่าวสารที่น่าสนใจรายงานสู่ผู้ชม เช่น การส่งทีมข่าวไปเกาะติดตามความเคลื่อนไหว ในงานประกาศผลรางวัลระดับโลก ออสการ์ ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งถือเป็นรายการข่าวบันเทิงจากประเทศไทยเพียง รายการเดียวที่ไปเกาะติดตามงานสดงานประกาศผลที่ยิ่งใหญ่เช่นนี้ ที่สำคัญรายการไนน์เอ็นเตอร์เทนยังร่วม ประชาสัมพันธ์กิจกรรมเพื่อสังคมของภาครัฐและหน่วยงาน องค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง นำเสนอข่าวศิลปะในทุกรูปแบบ ทั้งด้านจิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ และสื่อผสมเพื่อให้ผู้ชมได้รับบรรยากาศจากการแสดงงานศิลปะผ่าน โทรศัพท์ โดยไม่ต้องเดินทางไปชมด้วยตัวเอง รวมถึงยังเป็นการสร้างจุดต่างให้กับรายการ เนื่องจากปัจจุบันรายการ ข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ให้สัดส่วนการนำเสนอข่าวกอสซิป และข่าวบันเทิงธุรกิจ เกือบทั้งหมดจนละเลยข่าวศิลปะและ วัฒนธรรม

ซึ่งการดำเนินการให้บริการในปัจจุบันได้กำหนดกลยุทธ์ให้ตอบสนองความต้องการลูกค้ามาก ยิ่งขึ้นโดย

##### Concept Biz Plan

1. การปรับปรุงแบบการดำเนินการให้ทันสมัยรวดเร็วทันต่อการแข่งขันสมัยใหม่
2. ศูนย์รวมแผนเริ่มจากการตลาดสมัยใหม่ต่อยอดจากทีมข่าว วัตถุประสงค์เป็น OKR

##### Product and Service Development

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

##### Integrated Asset

1. ความร่วมมือหน่วยงานภายใน ปลดล็อกกระบวนการและใช้ทรัพยากรเพื่อให้เกิดการให้บริการ แก่ลูกค้าด้วยศักยภาพสูงสุด

##### 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

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

#### - การให้บริการรับส่งช่องสัญญาณโทรทัศน์ดาวเทียมไทยคม ย่านความถี่ C- band

บมจ. อสมท ได้นำช่องสัญญาณโทรทัศน์ดาวเทียมไทยคม ระบบ C- band แบบ Global Beam ที่เหลือจากการแพร่ภาพออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30 มาให้บริการรับส่งช่องสัญญาณโทรทัศน์ดาวเทียมกับผู้ประกอบการช่องรายการโทรทัศน์ดาวเทียม โดยเป็นการออกอากาศแบบ Free To Air มีรัศมีของสัญญาณดาวเทียมครอบคลุมกว่า 120 ประเทศทั่วโลก โดยมีพื้นที่ให้บริการครอบคลุม 4 ทวีป ได้แก่ ทวีปเอเชีย ทวีปยุโรป ทวีปออสเตรเลีย และทวีปแอฟริกา (ยกเว้นทวีปอเมริกา)

#### ● ธุรกิจ Digital Media

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

บมจ. อสมท มีการนำเสนอเนื้อหา Content บน Website ที่ URL: [www.mcot.net](http://www.mcot.net) ซึ่งเป็นช่องทางในการรับชมรายการต่างๆ ทั้งแบบออกอากาศสด และเลือกรับชม รับฟัง รายการย้อนหลังได้ตามความต้องการจากสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30 สำนักข่าวไทย ระบบคลังสื่อดิจิทัล และสถานีวิทยุฯ MCOT Radio Network ของ บมจ. อสมท ผ่านอินเทอร์เน็ต อีกทั้งเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจการของ บมจ. อสมท และองค์กรร่วมธุรกิจ และการทำกิจกรรมเสริมการตลาดบนสื่อออนไลน์ โดยมีการพัฒนาปรับปรุงเพื่อขยายฐานผู้ชมจากสื่อดั้งเดิมไปสู่สื่อดิจิทัล และสื่อบนสังคมออนไลน์ (Social Media) พร้อมทั้งหาพันธมิตรด้านเนื้อหาทั้งในและต่างประเทศ โดยการหาพันธมิตรที่มีลิขสิทธิ์เนื้อหาที่ถูกต้องตามกฎหมายมาใช้ในการเผยแพร่บนสื่อดิจิทัลของ บมจ. อสมท อาทิ ภาพยนตร์ชุดจากประเทศจีน และรายการต่างๆ สารคดี เป็นต้น รวมทั้งเพื่อเป็นสื่อกลางกระจายเนื้อหารายการของ บมจ. อสมท โดยการเผยแพร่ช่องทางสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตร่วมกันอีกด้วย



ทั้งนี้ ในปี 2563 บมจ. อสมท ได้ดำเนินการปรับโครงสร้างองค์กร และได้จัดตั้งสายงานธุรกิจดิจิทัลและแพลตฟอร์ม ประกอบด้วยสำนักธุรกิจดิจิทัล และสำนักดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพื่อปรับรูปแบบธุรกิจขององค์กรให้ตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาบริโภคข้อมูลข่าวสารและ Content ทางสื่อออนไลน์มากขึ้น รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายจาก Digital Disruption ที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรงและรวดเร็ว ทำให้ บมจ. อสมท วางแผนพัฒนาศักยภาพของตัวองค์กรในด้านธุรกิจ Digital อย่างรวดเร็วมากขึ้น และ บมจ. อสมท ได้เปิดตัว Website ที่ URL: [www.backboneth.com](http://www.backboneth.com) เพื่อเผยแพร่เนื้อหาสาระรายการ ในรูปแบบสื่อออนไลน์ เป็นการขยายฐานผู้ชมไปสู่สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มอีกช่องทางหนึ่ง

#### ● MCOT Academy

ฝ่าย MCOT Academy ดำเนินธุรกิจให้บริการพัฒนาหลักสูตรและจัดฝึกอบรมด้านสื่อสารมวลชน เพื่อหารายได้ ในกลุ่มธุรกิจที่มีใช้การออกอากาศ (Non-Broadcast) ภายใต้ชื่อ “MCOT Academy” ที่มีความพร้อมในด้านบุคลากรและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพสื่อสารมวลชนและวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง โดยบริหารจัดการในรูปแบบของการจัดหลักสูตรฝึกอบรมให้ความรู้ ฝึกปฏิบัติ การจัดกิจกรรม ฯลฯ ให้แก่บุคลากรในวิชาชีพสื่อสารมวลชน ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือผู้สนใจทั่วไป เพื่อเตรียมความพร้อม เพิ่มพูนความรู้และพัฒนาทักษะประสบการณ์ทางวิชาชีพในด้านการบริหาร ด้านการสื่อสาร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านธุรกิจวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หรือในด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ในปี 2563 ฝ่าย MCOT Academy ดำเนินการ ดังนี้

##### 1.1 ดำเนินการจัดฝึกอบรมเพื่อหารายได้ จำนวน 5 หลักสูตร ได้แก่

- หลักสูตร “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล”
- หลักสูตร “หลักสูตรการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง”
- หลักสูตร “การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชนสำหรับผู้บริหารระดับสูง”
- หลักสูตร “การเขียนเพื่อการสื่อสารกับชุมชน”
- หลักสูตร “ผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์”

##### 1.2 การจัดกิจกรรมทางวิชาการเพื่อการศึกษาและบริการสังคม

MCOT Academy ได้ให้บริการการจัดกิจกรรมทางวิชาการ และการบริการเพื่อเป็นประโยชน์ให้กับเยาวชน และสถาบันการศึกษา เช่น จัดการบรรยายพิเศษด้านสื่อสารมวลชนให้แก่สิตนักศึกษาจากสถาบันต่างๆ และให้ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการเป็นกรรมการตัดสินและให้คำแนะนำในการประกวดผลงานที่เกี่ยวข้องกับงานสื่อสารมวลชน รวมถึงสนับสนุนการจัดกิจกรรมต่อต้านข่าวปลอม ร่วมกับศูนย์ข่าวก่อนแชร์ เป็นต้น

ทั้งนี้มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ และรูปแบบการให้บริการ โดยการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมใหม่ๆ ให้หลากหลายขึ้นอย่างต่อเนื่องรองรับความต้องการของตลาด เช่น หลักสูตรการประชาสัมพันธ์องค์กรในยุคดิจิทัล โดยออกแบบให้เหมาะกับบุคลากรด้านงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐ ที่จะต้องปรับการดำเนินงานให้สอดคล้องกับภูมิทัศน์การบริโภคสื่อในยุคปัจจุบัน รวมถึงการตระหนักรู้ในการตรวจสอบและตอบโต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของข่าวปลอมซึ่งอาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ

- ธุรกิจ Non – Broadcast ซึ่งอยู่ระหว่างการดำเนินการพัฒนาเพื่อสร้างรายได้

### 1. ธุรกิจบนคลื่นความถี่ย่าน 2600 MHz ระบบ MMDS

คลื่นความถี่ย่าน 2600 เมกะเฮิร์ตซ์ เป็นคลื่นความถี่ที่กรมไปรษณีย์โทรเลขจัดสรรให้ บมจ. อสมท เพื่อดำเนินกิจการให้บริการโทรทัศนระบบบอกรับเป็นสมาชิก ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อปี 2533 โดย บมจ. อสมท ได้ร่วมกับเอกชนในการดำเนินการเพื่อให้บริการในธุรกิจดังกล่าว ต่อมาเมื่อเอกชนผู้ประกอบการให้บริการโทรทัศนระบบบอกรับสมาชิกได้ยุติการให้บริการ และคืนคลื่นความถี่ดังกล่าวให้ บมจ. อสมท ต่อมา บมจ. อสมท ได้นำคลื่นความถี่ดังกล่าวมาบริหารจัดการและใช้ประโยชน์ โดยได้ขออนุญาตเปลี่ยนแปลงระบบจากเทคโนโลยีการแพร่กระจายสัญญาณในระบบแอนะล็อก มาเป็นเทคโนโลยีการแพร่สัญญาณระบบดิจิทัล โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลรูปแบบ Broadband Wireless Access : BWA เพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป

ในปี 2553 บมจ. อสมท ได้ลงนามสัญญาทางธุรกิจเกี่ยวกับกิจการโทรทัศนระบบบอกรับสมาชิกบนคลื่นความถี่ 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 หรือต่อเนื่องในการให้บริการกิจการโทรทัศน ระบบบอกรับเป็นสมาชิกบนคลื่นความถี่ย่าน 2600 เมกะเฮิร์ตซ์ ระบบ MMDS และภายหลังจากสิ้นสุดสัญญา จะโอนกรรมสิทธิ์ในอุปกรณ์ระบบการให้บริการทั้งหมดที่ลงทุนโดย บริษัท เพลย์เวิร์ค จำกัด เพื่อใช้ในการให้บริการภายใต้โครงการฯ ให้กับ บมจ. อสมท

สำนักงาน กสทช. ได้มีหนังสือลงวันที่ 11 มีนาคม 2562 เรื่องการเรียกคืนคลื่นความถี่ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์หรือใช้ประโยชน์ไม่คุ้มค่า หรือนำมาใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่ายิ่งขึ้นในย่านความถี่ 2500 - 2690 เมกะเฮิร์ตซ์ จากผู้ได้รับอนุญาต จำนวน 3 ราย ได้แก่ บมจ. อสมท / กรมการทหารสื่อสาร กองทัพบก / กรมการทหารสื่อสาร กองบัญชาการกองทัพไทย โดย บมจ. อสมท แจ้งยืนยันการคืนคลื่นความถี่ทั้งหมดและนำส่งเอกสารหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาทดแทน ชดใช้ หรือจ่ายค่าตอบแทนสำหรับผู้ที่ถูกเรียกคืนคลื่นความถี่ พร้อมเข้าชี้แจงข้อมูลต่อสถาบันการศึกษาและคณะอนุกรรมการ ที่ กสทช. แต่งตั้งขึ้น

ในปี 2563 สำนักงาน กสทช. มีหนังสือลงวันที่ 16 มิถุนายน 2563 แจ้งผลการพิจารณาการกำหนดวิธีการและเงื่อนไขการทดแทน ชดใช้ สำหรับผู้ที่ถูกเรียกคืนคลื่นความถี่ย่าน 2500-2690 เมกะเฮิร์ตซ์ ตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการเรียกคืนคลื่นความถี่ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์หรือใช้ประโยชน์ไม่คุ้มค่า หรือนำมาใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่ายิ่งขึ้น มีมติให้จ่ายเงินแก่ บมจ. อสมท เป็นจำนวน 3,236 ล้านบาท โดยให้แบ่งจ่ายเป็นงวดให้สอดคล้องกับงวดการชำระค่าคลื่นความถี่จากการประมูลคลื่นความถี่ย่าน 2600 เมกะเฮิร์ตซ์

บมจ. อสมท ได้ดำเนินการอุทธรณ์มติและยื่นฟ้องต่อศาลปกครองกลาง โดยขณะนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาคดี

### 2. ธุรกิจบริหารสินทรัพย์

ปี 2563 บมจ. อสมท ได้ดำเนินการปรับโครงสร้างองค์กร โดยสำนักบริหารสินทรัพย์เป็นผู้รับผิดชอบเพื่อสร้างศักยภาพในการดำเนินธุรกิจด้านการบริหารสินทรัพย์ให้กับองค์กร โดยได้มีดำเนินธุรกิจ Non-Broadcast ได้แก่ การพัฒนาที่ดิน ซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของ บมจ. อสมท ที่ถือเป็นสินทรัพย์เพื่อการลงทุนที่สำคัญ ที่จะ



สามารถสร้างรายได้ให้กับ บมจ. อสมท ในระยะยาว โดยที่ดินที่มีศักยภาพในการลงทุนและมีมูลค่าสูง คือ ที่ดิน 50 ไร่ บริเวณถนนวัฒนธรรม ซึ่งเป็นที่ดินผืนใหญ่อยู่ในทำเล New CBD ติดกับศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย ใกล้กับเส้นทางรถไฟฟ้าใต้ดินสายสีส้ม ทำให้สามารถสร้างจุดขายได้อย่างชัดเจน รวมทั้งที่ดินของสถานีเครื่องส่งบางไผ่เนื้อที่ประมาณ 59 ไร่ บนถนนพุทธมลฑลสาย 2 และที่ดินของสถานีเครื่องส่งหนองแขมเนื้อที่ประมาณ 40 ไร่

บมจ. อสมท ได้ดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาที่ดิน 50 ไร่ ติดกับศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและได้ผลตอบแทนอย่างคุ้มค่าต่อ บมจ. อสมท ซึ่งผลการศึกษาได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาแบบมิกซ์ยูส (Mix-Use Development) แต่เนื่องสถานการณ์ในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับสถานการณ์โรคระบาด COVID-19 อันเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ ทำให้ บมจ. อสมท ต้องมีการปรับแผนและทบทวนกระบวนการดำเนินงานใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยในไตรมาส 3 ปี 2563 ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิญชวนเสนอแนวคิดการพัฒนาและรูปแบบโครงการบนที่ดินทั้ง 3 แปลง เพื่อให้ทราบถึงแนวคิดของนักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง สะท้อนถึงสภาพตลาดและความสนใจของภาคอสังหาริมทรัพย์อย่างแท้จริงอันเป็นข้อมูลปัจจุบันก่อนเข้าสู่กระบวนการหาเงินทุน

## 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 และผลิตสารคดีสั้นเพื่อการศึกษาให้กับสถานศึกษาและโรงพยาบาลต่างๆ รวมทั้ง จำหน่ายภาพถ่าย Stock Footage ให้แก่ผู้ผลิตสารคดีทั้งในและต่างประเทศ

ทั้งนี้ คณะกรรมการ บมจ. อสมท ในการประชุมครั้งที่ 2/2562 วันอังคารที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562 มีมติให้ บริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด ยุติการดำเนินธุรกิจ และจัดการพันธภาระต่าง ๆ ที่ผูกพันให้แล้วเสร็จ

### 2.2.2 บริษัท ซี๊ดเอ็มคอต จำกัด

บริษัทประกอบกิจการด้านบันเทิงทุกประเภท และให้คำปรึกษา เช่น จัดคอนเสิร์ต ละครเวที แฟชั่นโชว์ การค้ากล้องถ่ายภาพยนตร์ กล้องบันทึกเทปโทรทัศน์ (วิดีโอ) เครื่องเล่นเทป และเครื่องฉายทอตัวสดโทรทัศน์ (วิดีโอ) เครื่องฉายภาพยนตร์ เครื่องฉายสไลด์ फिल्मทุกชนิดทุกขนาด เครื่องตัดต่อฟิล์มภาพยนตร์ มีลักษณะการประกอบธุรกิจ ได้แก่ ผลิตรายการวิทยุในระบบเอฟเอ็ม SEED 97.5 MHz การจัดคอนเสิร์ต ผลิตรายการโทรทัศน์ ธุรกิจผลิตเพลงและผลิตภัณฑ์ดิจิทัลอื่น ๆ และทำธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

อย่างไรก็ตาม บริษัท ซี๊ดเอ็มคอต จำกัด (เอฟเอ็ม 97.5 เมกะเฮิร์ตซ์) ได้ประสบภาวะการขาดทุนมาตั้งแต่ปี 2557 และไม่มีแนวโน้มที่ดีขึ้น คณะกรรมการ บมจ. อสมท ในการประชุมครั้งที่ 16/2559 วันที่ 22 พฤศจิกายน 2559 มีมติเห็นชอบการเลิกกิจการ บริษัท ซี๊ดเอ็มคอต จำกัด (เอฟเอ็ม 97.5 เมกะเฮิร์ตซ์) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บมจ. อสมท



เนื่องจากประสบปัญหาสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจจากการลดลงของรายได้อย่างต่อเนื่องอันเป็นผลมาจากพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดย บมจ. อสมท ได้นำคลื่นวิทยุ เอฟเอ็ม 97.5 เมกะเฮิรตซ์ มาบริหารจัดการและปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้ฟังที่เปลี่ยนไปเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพภายใต้การบริหารงานของ บมจ. อสมท เอง ปัจจุบันได้ดำเนินการขายทรัพย์สินของบริษัทฯ แล้ว และอยู่ระหว่างการตรวจสอบเพื่อขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลของกรมสรรพากร

## 2.3 ธุรกิจตามสัญญาร่วมดำเนินการ

### 2.3.1 ธุรกิจตามสัญญาร่วมดำเนินการที่ยังดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน

#### กิจการสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อสมท

บมจ. อสมท ได้ร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สี กับ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ภายใต้ชื่อสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีมติให้ส่งสัญญาณออกอากาศ ในลักษณะคู่ขนาน (Simulcast) ไปกับระบบดิจิตอล (สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 HD) ซึ่งได้รับใบอนุญาตจาก กสทช. ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ผู้ชมสามารถชมรายการได้โดยไม่ต้องมีการชำระค่าบริการ (Free TV) สำหรับสัญญาร่วมดำเนินการระหว่าง บมจ. อสมท กับ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด มีจำนวนทั้งสิ้น 4 ฉบับ โดยเป็นสัญญาประเภทสร้างโอนกรรมสิทธิ์ และดำเนินงาน (Build-Transfer-Operate หรือ BTO) กล่าวคือ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ต้องรับผิดชอบในการจัดสร้างสถานีทวนสัญญาณโทรทัศน์สีทั้งในส่วนกลาง (กรุงเทพมหานครและปริมณฑล) และส่วนภูมิภาค 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 และเมื่อข้อเท็จจริงเป็นที่ยึดตามเงื่อนไขบังคับก่อนตามสัญญา ข้อ 7 รวม 3 ประการแล้ว สัญญาร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สีดังกล่าว จึงมีระยะเวลาบังคับใช้ออกไปอีก 10 ปี นับแต่วันที่ 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

ทั้งนี้ สัญญาร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สี กับ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ได้สิ้นสุดสัญญาเมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2563



### 3. ปัจจัยเสี่ยง

บมจ. อสมท ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงท่ามกลางสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจสื่อยุคดิจิทัล ขณะที่ภาวะเศรษฐกิจอยู่ในช่วงถดถอยต่อเนื่อง และส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเล็งเห็นว่าการบริหารความเสี่ยงเป็นกลไกและเครื่องมือสำคัญในการบริหารงานให้สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Governance) ที่สามารถช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กรได้อย่างยั่งยืน บมจ. อสมท จึงได้จัดให้มีการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อกำกับดูแลให้การบริหารความเสี่ยงในภาพรวมเกิดประสิทธิผลสูงสุด 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 โดยได้นำแนวทางการบริหารความเสี่ยงองค์กรเชิงบูรณาการ (Enterprise Risk Management - Integrated Framework) ของ The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) ซึ่งเป็นกระบวนการบริหารความเสี่ยง ตามหลักสากลมาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารและจัดการความเสี่ยงภายในองค์กร และมีการเชื่อมโยงกระบวนการบริหารความเสี่ยง และระบบการควบคุมภายใน เข้ากับยุทธศาสตร์องค์กร 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) ประกอบกับวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ทั้งที่มาจากปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก เพื่อทำการประเมินระดับความรุนแรงของความเสี่ยง





นอกจากนี้ บมจ. อสมท ยังได้ให้ความสำคัญกับการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management : BCM) โดยได้จัดให้มีการทบทวนและปรับปรุงแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับโครงสร้างองค์กรที่เปลี่ยนแปลงไป และครอบคลุมเหตุการณ์สำคัญ ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่าแผนและกระบวนการดังกล่าวสามารถรองรับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้ง มีการทดสอบการฝึกซ้อมแผนฯ และรายงานสรุปผลการทดสอบเป็นประจำทุกปี

บมจ. อสมท ได้จัดทำแผนบริหารความเสี่ยง ประจำปี 2563 เพื่อตอบสนองต่อรายการความเสี่ยงระดับองค์กร ที่มีระดับความรุนแรงสูง จำนวน 5 ความเสี่ยง โดยรายละเอียดของแต่ละความเสี่ยง และการบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว สามารถสรุปได้ดังนี้

**1. ความเสี่ยงด้านการดำเนินธุรกิจดิจิทัล** (ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ : Strategic Risk) ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญทำให้การดำเนินธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และสร้างความท้าทายให้กับผู้ประกอบการไม่น้อย โดยที่ความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดังกล่าว ได้ก่อให้เกิดธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองต่อ Digital Lifestyle ของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้มีคู่แข่งทางธุรกิจในรูปแบบที่หลากหลาย และมีจำนวนมากขึ้นตามมา และส่งผลกระทบต่อการทำงานของ บมจ. อสมท ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ที่จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทั้งนี้ นอกจากผลกระทบทางธุรกิจที่เกิดขึ้นแล้ว ในทางตรงข้ามการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยียังช่วยสร้างโอกาสในการทำธุรกิจที่มากขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งหากองค์กรไม่สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป และเข้าใจถึงสภาพความเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมได้อย่างถ่องแท้ รวมทั้งไม่สามารถกำหนดกลยุทธ์ให้ตอบสนองต่อ Digital Lifestyle ของผู้บริโภคได้อย่างทันทั่วถึง ก็อาจทำให้องค์กรสูญเสียโอกาสในการนำเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์ในการทำธุรกิจเพื่อสร้างรายได้เพิ่มขึ้น ทดแทนรายได้จาก Traditional Media ที่กำลังหดตัว และมีความนิยมที่เสื่อมถอย

บมจ. อสมท ได้บริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว ด้วยการติดตามความเคลื่อนไหวของเทคโนโลยีอย่างใกล้ชิด เพื่อเตรียมพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น อีกทั้งยังเร่งผลักดันการดำเนินธุรกิจดิจิทัลของ บมจ. อสมท ให้เติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการกำหนดผู้รับผิดชอบในการขับเคลื่อนธุรกิจที่ชัดเจน และกำหนดรูปแบบ วิธีการสรรหาบุคลากรที่เหมาะสมเพื่อให้สามารถดึงดูดผู้มีความสามารถเข้าร่วมงาน นอกจากนี้ยังได้เร่งพัฒนาหน้าเว็บไซต์ให้สามารถเอื้อต่อการขายโฆษณาได้มากยิ่งขึ้น ไปพร้อม ๆ กับการพัฒนาทักษะบุคลากรด้าน Data Analytics เพื่อให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในทางธุรกิจ และการเร่งแสวงหาพันธมิตรด้านเทคโนโลยีและการวิเคราะห์ Content Data มาร่วมธุรกิจเพิ่มเติม

**2. ความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์** (ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน : Operational Risk) บมจ. อสมท ได้ตระหนักและเล็งเห็นความสำคัญของทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักที่จะนำองค์กรไปสู่การบรรลุเป้าหมาย จึงมุ่งเน้นให้มีการบริหารและพัฒนาระบบทรัพยากรมนุษย์ (HR Management & HR Development) ให้มีความพร้อม และสามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจองค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยได้มีการดำเนินการที่สำคัญในช่วงปีที่ผ่านมา อาทิ การปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจ การสรรหาและบรรจุบุคลากรในตำแหน่งงานสำคัญให้ครบถ้วนตามโครงสร้างองค์กร การบริหารอัตรากำลังให้เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต การจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งงาน (Succession Plan) และพัฒนา Talent และ Leader รวมทั้งการนำ





ระบบเกณฑ์ชี้วัดตาม Performance Based มาใช้ ทั้งนี้ เพื่อสร้างความพร้อมและศักยภาพในการดำเนินธุรกิจให้กับองค์กรให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้ภาวะความเปลี่ยนแปลงและแข่งขันที่รุนแรงเช่นในปัจจุบัน

**3. ความเสี่ยงด้านการดำเนินธุรกิจโครงข่ายโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน** (ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน : Operational Risk) เป็นความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากปัญหาด้านเทคโนโลยี และต้นทุนที่ไม่สอดคล้องกับ Disrupts และยังอาจเกิดการฟ้องร้อง / ร้องเรียนจากลูกค้าโครงข่ายฯ และประชาชนในพื้นที่ อันมีสาเหตุสืบเนื่องมาจากความไม่เสถียรของสัญญาณ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และผลประโยชน์ของ บมจ. อสมท จึงจำเป็นที่ บมจ. อสมท จะต้องเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินธุรกิจโครงข่ายฯ ให้มากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันก็จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์และจัดทำรายงานด้าน New Technology เพื่อแสวงหาโอกาสทางธุรกิจในการสร้างรายได้ใหม่ ๆ ทดแทนรายได้ MUX ที่ขาดหายไปจากผลกระทบของการดำเนินการตามกฎหมาย มาตรา 44 ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้ บมจ. อสมท สูญเสียรายได้จากลูกค้าโครงข่ายฯ ที่คืนใบอนุญาตฯ ไปจำนวน 2 ราย ในช่วงปีที่ผ่านมา

**4. ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง** (ความเสี่ยงด้านการเงิน : Financial Risk) เป็นความเสี่ยงอันมีสาเหตุจากภาวะการดำเนินธุรกิจสื่อในยุคดิจิทัลที่มีการแข่งขันแย่งชิงเม็ดเงินโฆษณากันอย่างรุนแรง ภายใต้ภาวะซบเซาของเศรษฐกิจ และความถดถอยของอุตสาหกรรมสื่อ ซึ่งส่งผลกระทบต่อหารายได้ขององค์กร เนื่องจากแหล่งที่มาของรายได้องค์กรเกือบทั้งหมดมาจากแหล่งรายได้เดียวกัน คือ เม็ดเงินโฆษณา ทั้งธุรกิจโทรทัศน์และวิทยุ ซึ่งมีแนวโน้มการเติบโตที่ลดลง และมีการกระจายเม็ดเงินออกไปจำนวนมาก จากคู่แข่งและสื่ออื่น ๆ ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และลูกค้าของ บมจ. อสมท มีแนวโน้มกระจายเม็ดเงินโฆษณาผ่าน Platform และเครือข่ายพันธมิตรของตนเองมากขึ้น นอกจากนี้ ยังสูญเสียเม็ดเงินรายได้จากสัมปทานที่สิ้นสุดสัญญาณในปี 2563 ขณะเดียวกันองค์กรก็ยังคงมีต้นทุนธุรกิจเดิมที่สูงเกินกรอบมาตรฐาน อันเนื่องมาจากความจำเป็นต้องใช้เม็ดเงินในการลงทุนพัฒนา Content เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ ในขณะที่ยังไม่สามารถแสวงหาแหล่งรายได้ใหม่เพื่อมาทดแทนรายได้ที่ขาดหายไปได้อย่างทันทั่วถึง

ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงหรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นดังกล่าว บมจ. อสมท จึงได้เน้นย้ำและให้ความสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพด้านการขายให้มากยิ่งขึ้น ไปพร้อม ๆ กับการเร่งรัดเพิ่ม Platform ทั้งในส่วนของ Platform ที่เกี่ยวข้องกับ Content เดิมของ บมจ. อสมท และ Platform ที่เป็น New S-Curve เพื่อเป็นช่องทางสร้างแหล่งรายได้ใหม่ และเพิ่มรายได้ขึ้นด้วยการแสวงหาธุรกิจ New S-Curve หรือ Non Broadcast ใหม่ๆ ตลอดจนดำเนินความพยายามในการลดต้นทุนด้านการผลิตและบุคลากรในธุรกิจ (โทรทัศน์) ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมยิ่งขึ้น ทั้งนี้ เพื่อผลักดันผลประโยชน์ของ บมจ. อสมท ให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

**5. ความเสี่ยงด้านการอาจถูกเรียกคืนคลื่นวิทยุจาก กสทช.** (ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมาย : Compliance Risk) เป็นความเสี่ยงอันเกิดจากหลักเกณฑ์ในการเรียกคืนคลื่นวิทยุของ กสทช. ซึ่งจะส่งผลให้ บมจ. อสมท อาจถูกเรียกคืนคลื่นความถี่วิทยุ และทำให้เกิดผลกระทบต่อหารายได้ของ บมจ. อสมท ดังนั้น บมจ. อสมท จึงจำเป็นต้องเตรียมการเพื่อรองรับการอาจถูกเรียกคืนคลื่นความถี่วิทยุดังกล่าว ด้วยการเตรียมทำวิทยุออนไลน์ หรือขยายตัวเข้าสู่ธุรกิจ Podcast Platform ใหม่ ให้มากขึ้น ขณะเดียวกันต้องดำเนินการจัดทำแผนดำเนินงานเพื่อเตรียมการรองรับการอาจถูกเรียกคืนคลื่นฯ ทั้งในส่วนของการบริหารจัดการและควบคุมค่าใช้จ่าย แผนการสร้างธุรกิจใหม่ และแผนด้านการเงิน เพื่อให้มีความพร้อมในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังจำเป็นต้องดำเนินการเพื่อรักษานักจัดรายการ / Talent ที่สำคัญไว้ให้พร้อมสำหรับการดำเนินธุรกิจที่จะเกิดขึ้นในอนาคต



นอกจากความเสี่ยงระดับองค์กรที่มีระดับความรุนแรงสูง จำนวน 5 ความเสี่ยงแล้ว บมจ. อสมท โดยสถานะที่เป็นรัฐวิสาหกิจที่เป็นบริษัทจำกัดมหาชน ซึ่งมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่เป็นหน่วยงานภาครัฐ คือ กระทรวงการคลังและธนาคารออมสิน ซึ่งถือหุ้นในบริษัทรวมกันจำนวน 531,000,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 77.28 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท จึงทำให้กระทรวงการคลังและธนาคารออมสิน สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องกฎหมาย หรือข้อบังคับบริษัท กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่จำนวนผู้ถือหุ้นที่มาประชุม และมีหุ้นรวมกันไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนหุ้นที่ถือโดยผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายย่อย ซึ่งถือหุ้นรวมกันเพียง 156,099,210 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 22.72 จึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องของผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอ นอกจากนี้ ยังทำให้จำนวนหุ้นของบริษัทที่ซื้อขายหมุนเวียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Free Float) มีค่อนข้างน้อยจึงมีผลให้การซื้อขายเปลี่ยนมือของหุ้นในตลาดรองอาจมีไม่มาก



#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 รายการและมูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่าของทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัท มีรายละเอียด ดังนี้

รายการทรัพย์สินถาวรหลัก	มูลค่า (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน (บาท)
<b>ทรัพย์สินหลัก:</b>			
- 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
<b>รวม</b>	<b>1,305.51</b>	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
<b>ทรัพย์สินรับโอนภายใต้สัญญาว่าร่วมดำเนินการ:</b>			
- ที่ดิน	31.65	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- อาคารและสิ่งก่อสร้าง	13.44	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- อุปกรณ์การผลิตรายการและถ่ายทอดสัญญาณ	28.25	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- เครื่องมือเครื่องใช้ และอุปกรณ์สำนักงาน	0.37	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
- ยานพาหนะ	-	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
<b>รวม</b>	<b>73.71</b>	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
<b>รวมมูลค่าทรัพย์สินถาวรหลักสุทธิ</b>	<b>1,379.22</b>		

##### รายละเอียดการเอาประกันภัยทรัพย์สิน

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองการเสี่ยงภัยในทรัพย์สินของบริษัทนั้น บริษัทได้ทำกรมธรรม์ประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สินและความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกไว้กับ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยทรัพย์สินที่เอาประกันภัย เป็นทรัพย์สินสำคัญที่ใช้ในการประกอบกิจการของบริษัท ตัวอย่างเช่น อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำข่าว ทรัพย์สินที่ติดตั้งในรถถ่ายทอดโทรทัศน์ รถถ่ายทอดวิทยุและรถถ่ายทอดข่าว อุปกรณ์เครื่องส่งโทรทัศน์ อาคารสิ่งปลูกสร้างและสิ่งของภายใน เครื่องจักรอุปกรณ์สถานีโทรทัศน์ และสถานีวิทยุกระจายเสียง เป็นต้น โดยระยะเวลาการเอาประกันภัยทรัพย์สินตามกรมธรรม์มีกำหนด 1 ปี เริ่มวันที่ 31 ธันวาคม 2562 เวลา 00.01 น. สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 เวลา 00.01 น. ทุกกรมธรรม์และเมื่อระยะเวลาเอาประกันสิ้นสุดลงบริษัทก็จะดำเนินการต่อระยะเวลาเอาประกันในปีถัดไปของทุกปี



โดยกรมธรรม์ประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สินดังกล่าว กำหนดชดเชยวงเงินความรับผิดของ บมจ. ทิพยประกันภัย ไว้หลายประการด้วยกัน ตัวอย่างเช่น ความเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัย อันเกิดจากความผิดพลาดหรือความบกพร่องจากการออกแบบ การใช้วัสดุ หรือฝีมือแรงงาน การกระทำอันมีลักษณะฉ้อโกงหรือไม่ซื่อสัตย์ต่อผู้เอาประกันภัย หรือทรัพย์สินที่เอาประกันภัย หรือความเสียหายอันมีสาเหตุมาจากการกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่ออย่างร้ายแรงของผู้เอาประกันภัย หรือเป็นความเสียหายอันเป็นผลมาจากสงคราม หรือการทำลายทรัพย์สิน โดยคำสั่งเจ้าพนักงานที่มีอำนาจตามกฎหมาย เป็นต้น ทั้งนี้สาระสำคัญของกรมธรรม์ประกันภัยที่บริษัททำไว้กับ บมจ. ทิพยประกันภัย เป็นดังนี้

เลขที่กรมธรรม์	: เป็นส่วนหนึ่งของกรมธรรม์เลขที่ 14016-299-200000123
ทรัพย์สินที่เอาประกัน	: สิ่งปลูกสร้าง เครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน เสาอากาศ
จำนวนเงินเอาประกัน	: 1,138,762,593.27 บาท
สาระสำคัญของการคุ้มครอง	: ความสูญเสียหรือเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัยอันเนื่องมาจากไฟไหม้ ฟ้าผ่า การระเบิด ลมพายุ ลูกเห็บ ภัยจาก อากาศยาน ยวดยานพาหนะ ควั่น แผ่นดินไหว น้ำท่วม ภัยเนื่องจากน้ำ ความเสียหายต่อเครื่องใช้ไฟฟ้า การจลาจลและการนัดหยุดงาน การกระทำอย่างป่าเถื่อนหรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย การลักทรัพย์ที่ปรากฏร่องรอยชัดเจน ชิงทรัพย์หรือ ปล้นทรัพย์และ ภัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุยกเว้นไว้ในกรมธรรม์ <p>ทั้งนี้ มีวงเงินจำกัดความรับผิดชดเชยสำหรับความเสียหาย  อันเกิดจากภัยที่ระบุไว้ ด้านล่าง ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ภัยน้ำท่วม ในวงเงิน 50,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย</li> <li>- ภัยลมพายุ ในวงเงิน 100,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย</li> <li>- ภัยแผ่นดินไหว ในวงเงิน 100,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย</li> <li>- ภัยลูกเห็บ ในวงเงิน 100,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย</li> <li>- ภัยจลาจลและการนัดหยุดงาน การกระทำอย่างป่าเถื่อนหรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย ในวงเงิน 100,000,000.- บาท ต่อครั้ง และตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย</li> <li>- ความเสียหายต่อเครื่องใช้ไฟฟ้าในวงเงินไม่เกิน 10,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย</li> </ul>
ระยะเวลาเอาประกัน	: 31 ธันวาคม 2562 – 31 ธันวาคม 2563



เลขที่กรมธรรม์	: กรมธรรม์เลขที่ 14016-299-200000090
ทรัพย์สินที่เอาประกัน	: อาคารสิ่งปลูกสร้าง เครื่องจักร-อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน และ เสาอากาศ <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ศูนย์ข่าวภูมิภาค</li> <li>2. ศูนย์วิศวกรรมภูมิภาค แผนกซ่อมบำรุง</li> <li>3. สถานีโทรทัศน์ภูมิภาค</li> <li>4. ศูนย์วิทยุกระจายเสียงภูมิภาค</li> <li>5. สถานีวิทยุฯ เอฟเอ็ม ภูมิภาค</li> <li>6. ศูนย์ภูมิภาคประจำภาคใต้ จังหวัดสงขลา</li> </ol>
จำนวนเงินเอาประกัน	: 454,078,409.35 บาท
สาระสำคัญของการคุ้มครอง	: ความสูญเสียหรือเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัยอันเนื่องมาจากไฟไหม้ ฟ้าผ่า การระเบิด ลมพายุ ลูกเห็บ ภัยจากอากาศยาน ยวดยานพาหนะ ควั่น แผ่นดินไหว น้ำท่วม ภัยเนื่องจากน้ำ ความเสียหายต่อเครื่องใช้ไฟฟ้า การจลาจลและการนัดหยุดงาน การกระทำอย่างป่าเถื่อนหรือการกระทำ อันมีเจตนาร้าย การลักทรัพย์ที่ปรากฏร่องรอยชัดเจน ซึ่งทรัพย์สินหรือ ปล้นทรัพย์และภัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุยกเว้นไว้ในกรมธรรม์ ทั้งนี้ มีวงเงินจำกัดความรับผิดชอบสำหรับความเสียหายอันเกิดจาก ภัยที่ระบุไว้ ด้านล่าง ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ภัยน้ำท่วม ในวงเงิน 5,000,000.- บาท ต่อครั้งและไม่เกิน 50,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย</li> <li>- ภัยลมพายุ ในวงเงิน 5,000,000.- บาท ต่อครั้งและไม่เกิน 100,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย</li> <li>- ภัยแผ่นดินไหว ในวงเงิน 5,000,000.- บาท ต่อครั้งและ ไม่เกิน 100,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย</li> <li>- ภัยลูกเห็บ ในวงเงิน 5,000,000.- บาท ต่อครั้งและไม่เกิน 100,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย</li> <li>- ภัยจลาจลและการนัดหยุดงาน การกระทำอย่างป่าเถื่อน หรือ การกระทำอันมีเจตนาร้าย ในวงเงิน 100,000,000.- บาท ต่อครั้งและ ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย</li> <li>- ความเสียหายต่อเครื่องใช้ไฟฟ้าในวงเงินไม่เกิน 10,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย</li> </ul>
ระยะเวลาเอาประกัน	: 31 ธันวาคม 2562 – 31 ธันวาคม 2563



เลขที่กรมธรรม์	: เป็นส่วนหนึ่งของกรมธรรม์เลขที่ 14026-299-200000010
ทรัพย์สินที่เอาประกัน	: เครื่องจักร-อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานที่ต้องนำออกนอกสถานที่ เช่น <ul style="list-style-type: none"> <li>- ทรัพย์สินที่ติดตั้งในรถยนต์โทรศัพท์ รถยนต์วิทยุ</li> <li>- วิทยุรับ-ส่ง เทปเสียงและโทรศัพท์มือถือ</li> </ul>
จำนวนเงินเอาประกัน	: 121,000,000.00- บาท
สาระสำคัญของการคุ้มครอง	: ความสูญเสียหรือเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัยอันเนื่องมาจาก อันเนื่องมาจาก การชน การคว่ำ ไฟไหม้ ฟ้าผ่า การระเบิด ลมพายุ ลูกเห็บ ภัยจากอากาศยาน ยานพาหนะ ควีน แผ่นดินไหว น้ำท่วม ภัยเนื่องจากน้ำ ความเสียหายต่อเครื่องใช้ไฟฟ้า การจลาจลและการนัดหยุดงาน การกระทำอย่างป่าเถื่อน หรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย การลักทรัพย์ ที่ปรากฏร่องรอยชัดเจน ชิงทรัพย์หรือปล้นทรัพย์และภัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุยกเว้นไว้ในกรมธรรม์ <p>ทั้งนี้ มีวงเงินจำกัดความรับผิดชอบสำหรับความเสียหายอันเกิดจากภัยที่ระบุไว้ ด้านล่าง ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ภัยน้ำท่วม ในวงเงิน 10,000,000.- บาท ต่อครั้ง และไม่เกิน 50,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย</li> <li>- ภัยลมพายุ ในวงเงิน 10,000,000.- บาท ต่อครั้ง และไม่เกิน 100,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย</li> <li>- ภัยแผ่นดินไหว ในวงเงิน 10,000,000.- บาท ต่อครั้ง และไม่เกิน 100,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย</li> <li>- ภัยลูกเห็บ ในวงเงิน 10,000,000.- บาท ต่อครั้ง และไม่เกิน 100,000,000.- บาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย</li> <li>- ภัยจลาจลและการนัดหยุดงาน การกระทำอย่างป่าเถื่อนหรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย ในวงเงิน 100,000,000.- บาท ต่อครั้งและตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย</li> <li>- ความเสียหายต่อเครื่องใช้ไฟฟ้า ในวงเงินไม่เกิน 10,000,000.- บาท ต่อครั้ง ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย</li> </ul>
ระยะเวลาเอาประกัน	: 31 ธันวาคม 2562-31 ธันวาคม 2563
เลขที่กรมธรรม์	: กรมธรรม์เลขที่ 14026-299-200000021
ทรัพย์สินที่เอาประกัน	: อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำข่าวนำออกนอกสถานที่เป็นครั้งคราว
จำนวนเงินเอาประกัน	: ไม่เกิน 10,000,000.- บาท ต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง
สาระสำคัญของการคุ้มครอง	: ความสูญเสียหรือเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัยอันเนื่องมาจากการชนหรือคว่ำ ไฟไหม้ ฟ้าผ่า การระเบิด ลมพายุ ลูกเห็บ ภัยจากอากาศยาน ยวดยานพาหนะ ควีน แผ่นดินไหว น้ำท่วม ภัยเนื่องจากน้ำ



ความเสียหายต่อเครื่องใช้ไฟฟ้า การจลาจล และการนัดหยุดงาน การกระทำอย่างป่าเถื่อน หรือการกระทำอันมีเจตนาร้ายการลักทรัพย์ ที่ปรากฏร่องรอยชัดเจน ชิงทรัพย์หรือปล้นทรัพย์และภัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุยกเว้นไว้ในกรมธรรม์ และให้ความคุ้มครองรวมถึงขณะที่ผู้เอาประกันภัยหรือพนักงานหรือลูกจ้างของผู้เอาประกันภัย นำติดตัวไปเพื่อใช้งานนอกสถานที่ และขณะอยู่ในระหว่างการเดินทาง

ระยะเวลาเอาประกัน : 31 ธันวาคม 2562-31 ธันวาคม 2563

ในส่วนของการคุ้มครองความเสี่ยงภัยในส่วนทรัพย์สินที่บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ใช้ในการดำเนินการ และทรัพย์สินที่ บมจ. อสมท ใช้ร่วมกับบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด นั้น ทางบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ได้ทำกรมธรรม์ประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สินทุกชนิด(All risks) ไว้กับบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด(มหาชน) โดยให้ บมจ. อสมท เป็นผู้รับประกันภัยตามกรมธรรม์นี้ โดยกำหนดให้กรมธรรม์ครอบคลุมถึงความเสี่ยงภัยทุกประเภท ซึ่งรวมถึงที่ทำให้เกิดความสูญเสียหรือความเสียหายอันเกิดจากภายนอก หรือภัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุไว้ในข้อยกเว้นของกรมธรรม์ประกันภัย มีระยะเวลาการเอาประกันภัยทรัพย์สินตามกรมธรรม์กำหนด 365 วันทุกกรมธรรม์ และเมื่อระยะเวลาเอาประกันภัยสิ้นสุดลง บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด จะดำเนินการต่อระยะเวลาเอาประกันในปีถัดไปของทุกปี จนกว่าสัญญาจะสิ้นสุดลง โดยเป็นการกำหนดการคุ้มครองทรัพย์สิน ในสถานีโอทิสไทยทีวีสี ช่อง 3 อสมท รวมทั้งทรัพย์สินตามสัญญาเช่าเวลาจัดรายการและโฆษณาสถานีวิทยุ อสมท ความถี่ เอฟ เอ็ม 105.5 เมกะเฮิรตซ์

เลขที่กรมธรรม์ : กรมธรรม์เลขที่ 819-01551-416

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

1.1 อาคารสถานี (ไม่รวมฐานราก)

1.2 เฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่งติดตั้งถาวร เครื่องใช้สำนักงาน ฉาก อุปกรณ์สร้างฉากและเครื่องปรับอากาศ รวมถึงทรัพย์สิน ไมโครเวฟและอุปกรณ์

1.3 อุปกรณ์โทรทัศน์

1.4 อาคารไฟฟ้ากำลัง(ไม่รวมฐานราก)รวมถึง เครื่องแปลงกระแส เครื่องปรับกระแสอัตโนมัติ มาตรการวัด 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 พัสดุต่างๆ ที่เก็บอยู่ในอาคาร





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

2.1 เฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่งติดตั้งติดตั้งเครื่องใช้ เครื่องทำน้ำเย็น ระบบไฟฟ้า เครื่องอุปกรณ์ในการบันทึกการอุปกรณ์ถ่ายโทรทัศน์ เครื่องส่งสัญญาณโทรทัศน์ งานไมโครเวฟ พร้อมระบบควบคุมไมโครเวฟและทรัพย์สินอื่นๆ รวมถึงอุปกรณ์ระบบ MAM

2.2 ห้องส่ง เอฟ เอ็ม 105.5 MHZ ประกอบด้วยอุปกรณ์เครื่องส่ง เอฟ เอ็ม ส่วนควบคุมเครื่องส่ง เอฟ เอ็ม ห้องส่งวิทยุกระจายเสียงและอะไหล่เครื่องส่ง เอฟ เอ็ม

จำนวนเงินเอาประกัน

: 403,000,000.- บาท

สาระสำคัญของการคุ้มครอง

: กรมธรรม์ครอบคลุมถึงความเสี่ยงภัยทุกประเภท ซึ่งรวมถึงที่ทำให้เกิดความสูญเสียหรือความเสียหายอันเกิดจากภายนอก หรือภัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุไว้ในข้อยกเว้นของกรมธรรม์ประกันภัย ทั้งนี้ มีวงเงินจำกัดความรับผิด กรณีเกิดความสูญเสียหรือเสียหายสำหรับภัย ดังนี้

1. ภัยน้ำท่วม 25,000,000.- บาทต่อครั้ง ทุกสถานที่ที่เอาประกันภัยรวมกันและเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย

2. ภัยแผ่นดินไหวหรือภูเขาไฟระเบิดหรือคลื่นใต้น้ำ 25,000,000.- บาท ต่อครั้ง ทุกสถานที่ที่เอาประกันภัยรวมกัน และเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย

นอกจากนี้ กรมธรรม์ได้ขยายความคุ้มครองถึงความสูญเสียหรือเสียหาย ดังนี้

1) การแตกหักโดยอุบัติเหตุของกระจกที่ติดตั้งติดตั้ง 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 สถานีที่ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ใช้ในการดำเนินการ และทรัพย์สินที่ บมจ. อสมท ใช้ร่วมกับบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด นั้น บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ได้ทำกรมธรรม์ประกันความเสี่ยงภัย



ทุกชนิด (All risks) ไว้กับบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด(มหาชน) โดยให้ บมจ. อสมท เป็นผู้รับประกันตามกรมธรรม์นี้ โดยกำหนดให้กรมธรรม์ครอบคลุมถึงความเสี่ยงภัยทุกประเภท ซึ่งรวมถึงที่ทำให้เกิดความสูญเสียหรือความเสียหาย อันเกิดจากภายนอก หรือภัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุไว้ในข้อยกเว้นของกรมธรรม์ประกันภัย มีระยะเวลาการเอาประกันภัย ทรัพย์สินตามกรมธรรม์กำหนด 365 วันทุกกรมธรรม์ และเมื่อระยะเวลาเอาประกันภัยสิ้นสุดลง บริษัท บางกอก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด จะดำเนินการต่อระยะเวลาเอาประกันภัยในปีถัดไปของทุกปี จนกว่าสัญญาจะสิ้นสุดลง โดยทรัพย์สินที่เอาประกันภัย คือ ทรัพย์สินที่ใช้ในการดำเนินการตามสัญญา 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 ทุกสถานที่ที่เอาประกันภัย รวมกันและเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย
2. ภัยลมพายุ 20,000,000.- บาทต่อครั้ง ทุกสถานที่ที่เอาประกันภัยรวมกันและเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย
3. ภัยแผ่นดินไหวหรือภูเขาไฟระเบิดหรือคลื่นใต้น้ำหรือสึนามิ 20,000,000.- บาทต่อครั้ง ทุกสถานที่ที่เอาประกันภัยรวมกัน และเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย
4. ภัยลูกเห็บ 20,000,000.- บาทต่อครั้ง ทุกสถานที่ที่เอาประกันภัยรวมกันและเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย
5. ภัยการนัดหยุดงาน การจลาจลหรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย (ยกเว้นการกระทำเพื่อผลทางการเมือง ศาสนา หรือลัทธินิยม) 50,000,000.- บาทต่อครั้งทุกสถานที่ที่เอาประกันภัยรวมกัน และเป็นวงเงินจำกัด 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 820-01551-72

จำนวนเงินเอาประกัน : 382,225,400.- บาท

สาระสำคัญของการคุ้มครอง : กรมธรรม์ครอบคลุมถึงความเสี่ยงภัยทุกประเภท ซึ่งรวมถึงที่ทำให้เกิดความสูญเสียหรือความเสียหายอันเกิดจากภายนอก หรือภัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุไว้ในข้อยกเว้นของกรมธรรม์ประกันภัย

ทั้งนี้ มีวงเงินจำกัดความรับผิด กรณีเกิดความสูญเสียหรือเสียหายสำหรับภัย ดังนี้

1. ภัยน้ำท่วม ไม่เกิน 30,000,000.- บาทต่อครั้ง และเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย
2. ภัยแผ่นดินไหวหรือภูเขาไฟระเบิดหรือคลื่นใต้น้ำหรือสึนามิ ไม่เกิน 30,000,000.- บาทต่อครั้ง และเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย

กรณีภัยอันมีสาเหตุมาจากไฟไหม้ ไฟผ่า ภัยลมพายุ ภัยจากยวดยานพาหนะ ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยจากคว้น ภัยทางอากาศยาน ภัยน้ำท่วม ภัยแผ่นดินไหวหรือภูเขาไฟระเบิดหรือคลื่นใต้น้ำหรือสึนามิ ภัยระเบิด ภัยลูกเห็บ ภัยจากการประท้วง การนัดหยุดงาน การจลาจล หรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย และอุบัติเหตุอื่นๆ ที่เกิดจากปัจจัยภายนอกซึ่งไม่ได้ระบุไว้ในข้อยกเว้นของกรมธรรม์ กรมธรรม์คุ้มครองเต็มทุน แต่ไม่เกินความเสียหายแท้จริง นอกจากนี้ กรมธรรม์ได้ขยายความคุ้มครองถึงความสูญเสียหรือเสียหาย ดังนี้

- 1) ภัยโจรกรรมซึ่งปรากฏร่องรอยชัดเจน ชิงทรัพย์ ปล้นทรัพย์ (จร.2) ไม่เกิน 10,000,000.- บาทต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง และเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย
- 2) ภัยต่ออุปกรณ์ไฟฟ้า (Electrical Installation) ไม่เกิน 105,000,000.- บาทต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง และเป็นวงเงินจำกัด ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย

ระยะเวลาเอาประกัน : 10 มกราคม 2563 ถึง 10 มกราคม 2564



## 4.2 สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 รายการสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนและสิทธิอื่นๆ ที่สำคัญของบริษัท มีรายละเอียดซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

### 4.2.1 สิทธิตามสัญญาเช่าและเอกสารการให้ใช้ประโยชน์ในอสังหาริมทรัพย์

ตามที่ คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2547 เห็นชอบตามมติที่ประชุมคณะกรรมการนโยบายทุนรัฐวิสาหกิจ (“กนท.”) ครั้งที่ 2/2547 เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2547 เพื่อพิจารณาหลักการแปลงทุนขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยเป็นทุนเรือนหุ้น และจัดตั้ง บมจ. อสมท ขึ้น พร้อมทั้งเห็นชอบให้กรมธนารักษ์และส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐและรัฐวิสาหกิจต่างๆ ให้ความอนุเคราะห์ยินยอมให้บริษัทฯ เช่าหรือใช้ประโยชน์ในที่ดิน ราชพัสดุ ที่ดิน เสาอากาศ และ/หรือสิ่งปลูกสร้างได้ต่อไปไม่ว่าด้วยวิธีการใดๆ โดยคงแนวทางตามที่ได้เคยปฏิบัติมากับองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ดังนั้น สิทธิตามสัญญาเช่าและใช้ประโยชน์ในอสังหาริมทรัพย์ของบริษัท จึงสามารถแยกพิจารณาได้ดังต่อไปนี้

#### 1) ที่ดิน โดยแบ่งตามหน่วยงานต่างๆ ที่เป็นเจ้าของหรือผู้ดูแล ได้ดังนี้

##### (1) ที่ราชพัสดุของกรมธนารักษ์

บริษัทฯ ในฐานะองค์กรของรัฐได้รับอนุญาตให้ใช้ประโยชน์ในที่ดินราชพัสดุของกรมธนารักษ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบธุรกิจเป็นสถานีวิทยุฯ และสถานีทวนสัญญาณโทรทัศน์ของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ประสงค์ที่จะขอเช่าระยะยาวโดยมีกำหนดระยะเวลา 30 ปี พร้อมทั้งขอให้บริษัทสามารถเช่าที่ดินนั้นต่อไปได้อีก 30 ปี นับแต่วันสิ้นสุดระยะเวลาเช่า 30 ปีแรก โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการประสานงานไปยังกรมธนารักษ์เพื่อขอเช่าใช้ที่ดินดังกล่าวในระยะยาว ซึ่งปัจจุบันกรมธนารักษ์กำลังอยู่ระหว่างการพิจารณาการจัดทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรทั้งระบบ

##### (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 จะได้ดำเนินการประสานงานกับกรมป่าไม้เพื่อจัดทำเป็นข้อตกลงการใช้ประโยชน์ในระยะยาวต่อไป

##### (4) พื้นที่ในเขตอุทยานแห่งชาติของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช

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



## (5) ที่ดินของหน่วยงานของรัฐอื่นๆ

บริษัทได้รับอนุญาตให้ใช้ที่ดินจากหน่วยงานของรัฐต่างๆ อาทิ ที่ดินในเขตนิคมสร้างตนเอง ที่ดินหลวง ที่ดินในเขตสนามฝึกรบในป่า โดยบริษัทมีวัตถุประสงค์ในการใช้ที่ดินดังกล่าวเพื่อประกอบธุรกิจ คือ เป็นที่ตั้งสถานีวิจัยและสถานีทวนสัญญาณโทรทัศน์ของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการดำเนินการประสานงานกับหน่วยงานของรัฐต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำเป็นข้อตกลงการใช้ประโยชน์ในระยะยาวต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับสิทธิการใช้ประโยชน์ที่ดินในที่ดินของการรถไฟแห่งประเทศไทย ตามสัญญาการจะยอมให้ใช้ที่ดินเพื่อทำทางเข้า - ออก บริเวณแนวทางรถไฟสายบางซื่อ - คลองตัน ที่บริษัทได้ทำกับการรถไฟแห่งประเทศไทย เป็นระยะเวลา 30 ปี ซึ่งสัญญาจะสิ้นสุดวันที่ 14 มิถุนายน 2568 โดยบริษัทได้ชำระค่าสิทธิดังกล่าวแล้วเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 33,950,000.- บาท

## 2) อาคารสถานที่

บริษัทฯ ได้รับสิทธิในการเช่าอาคารและสถานที่จากหน่วยงานของรัฐและเอกชนอื่นๆ ที่เป็นเจ้าของหรือผู้มียกรรมสิทธิ์ในอาคารสถานที่เช่าเหล่านั้นตามสัญญาเช่า หนังสืออนุญาต หรือหนังสือบันทึกเกี่ยวกับการเช่าหรือการใช้ประโยชน์อาคารและสถานที่ต่างๆ โดยวัตถุประสงค์ของการเช่าอาคารและสถานที่ทั้งหมดเป็นไปเพื่อประโยชน์ในการประกอบกิจการของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่จะใช้เป็นสถานที่ตั้งสถานีวิจัย สถานีโทรทัศน์ หรือศูนย์ข่าวภูมิภาคของบริษัทฯ โดยระยะเวลาการเช่าตามสัญญาเช่าส่วนใหญ่โดยเฉลี่ยมีอายุประมาณไม่เกิน 3 ปี

## 4.2.2 ลิขสิทธิ์ในรายการที่ใช้ออกอากาศ

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

## 4.2.3 เครื่องหมายการค้า

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



เครื่องหมายการค้า	ลักษณะการนำไปใช้	วันที่จดทะเบียน/ต่ออายุ
<b>สัญลักษณ์โมเดิร์นไนน์</b>  	<p>สำหรับสินค้า สถานีโทรทัศน์ สำนักข่าวสาร กระจายเสียงและภาพ โทรทัศน์ กระจายคลื่นโทรทัศน์เฉพาะสมาชิก กระจายคลื่นโทรทัศน์ ทางสาย กระจายเสียงและภาพ ทางเคเบิลทีวี ควบคุมการใช้ เครือข่ายสายเคเบิลโทรทัศน์ จัดส่งข้อมูลภาพและเสียงในระบบ ดิจิตอล จัดหาข้อมูลเกี่ยวกับการแพร่ภาพกระจายเสียง ตัวแทน สำนักข่าวถ่ายทอดทางเคเบิลทีวี ถ่ายทอดทางโทรทัศน์ ถ่ายทอด โปรแกรมโทรทัศน์ผ่านทางเคเบิล ถ่ายทอดภาพและเสียงทาง ดาวเทียม ถ่ายทอดรายการโทรทัศน์โดยผ่านดาวเทียมถ่ายทอดหรือ ส่งสัญญาณรายการวิทยุและโทรทัศน์ บริการกระจายเสียงทางวิทยุ และโทรทัศน์ เป็นตัวแทนในด้านข่าวแพร่ภาพ กระจายเสียงและ ภาพทางเคเบิลทีวี แพร่ภาพกระจายเสียงผ่านดาวเทียม แพร่ภาพกระจายเสียงผ่านโปรแกรมอินเทอร์เน็ต แพร่ภาพกระจาย เสียงรายการโทรทัศน์ แพร่ภาพเคเบิลทีวี แพร่ภาพทางโทรทัศน์ แพร่ภาพโทรทัศน์ทางสายเคเบิล รับสัญญาณรายการโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก (เคเบิลทีวี) สำนักข่าว</p>	<p>- จดทะเบียน 22 พฤษภาคม 2546</p> <p>- ต่ออายุ 22 พฤษภาคม 2556</p>
<b>สัญลักษณ์ SEED FM</b>  	<p>สำหรับบริการกระจายเสียงทางวิทยุฯ กระจายเสียงรายการสดทาง วิทยุฯ ถ่ายทอดทางวิทยุฯ ถ่ายทอดหรือส่งรายการทางวิทยุฯ สถานี วิทยุฯ โดยการนำเสนอรายการวิทยุฯ จัดรายการคอนเสิร์ต จัดรายการทางวิทยุฯ ธุรกิจบันเทิงทางวิทยุฯ บริการผลิตรายการ ทางวิทยุฯ ผลิตรายการทางวิทยุฯ รายการวิทยุฯ ให้ความบันเทิงทาง วิทยุฯ รวมทั้งบริการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการโฆษณา โฆษณาทาง วิทยุฯ จัดการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก</p>	<p>- จดทะเบียน 10 มิถุนายน 2548</p> <p>- ต่ออายุ 28 สิงหาคม 2558</p>
<b>สัญลักษณ์ MET 107</b>  	<p>สำหรับบริการข้อมูลข่าวสารด้านการโฆษณา โฆษณาทางวิทยุ กระจายเสียงทางวิทยุ กระจายเสียงรายการสดทางวิทยุ ถ่ายทอด ทางวิทยุ สถานีวิทยุ</p>	<p>- จดทะเบียน 29 สิงหาคม 2549</p> <p>- ต่ออายุ 29 สิงหาคม 2559</p>



## สัญลักษณ์ อ.ส.ม.ท. MCOT



MCOT



1. สำหรับ ภาพยนตร์การ์ตูน วีดีโอเทป
2. สำหรับ กระดาษเขียนจดหมาย ตราประทับที่อยู่

- จัดทะเบียน  
15 ตุลาคม 2533
- ต่ออายุ  
15 ตุลาคม 2563

## สัญลักษณ์สำนักข่าวไทย



1. สำนักข่าวสาร
2. เผยแพร่ข่าวสารโฆษณา
3. พิมพ์หนังสือ

- จัดทะเบียน  
5 กุมภาพันธ์ 2536
- ต่ออายุ  
5 กุมภาพันธ์ 2556

## สัญลักษณ์วิทยุ ท.ท.ท.

อ.ส.ม.ท.



1. สถานีวิทยุฯ
2. จัดรายการวิทยุฯ บ้านเชิงทางวิทยุฯ
3. จัดเวลาทางวิทยุฯ โฆษณาทางวิทยุฯ เผยแพร่ข่าวสาร

- จัดทะเบียน  
5 กุมภาพันธ์ 2536
- ต่ออายุ  
5 กุมภาพันธ์ 2556

## สัญลักษณ์สถานีโทรทัศน์

ช่อง 9 เดิม



1. สถานีโทรทัศน์
2. บ้านเชิงทางโทรทัศน์ จัดรายการโทรทัศน์
3. เผยแพร่ข่าวสารโฆษณา

- จัดทะเบียน  
5 กุมภาพันธ์ 2536
- ต่ออายุ  
5 กุมภาพันธ์ 2556





## สัญลักษณ์ น้องไนน์



1. สำหรับบริการการนำเสนอรายการทางวิทยุ จัดรายการคอนเสิร์ต จัดรายการทางวิทยุ ธุรกิฉบับเชิงทางวิทยุ 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 จัดส่งข้อมูลภาพและเสียงโดยระบบดิจิทัล ถ่ายทอดทางวิทยุ ถ่ายทอดทางโทรทัศน์ ถ่ายทอดหรือส่งรายการทางวิทยุ บริการกระจายเสียงทางวิทยุและโทรทัศน์ สถานีวิทยุ
4. สำหรับสินค้าถ้วยเซรามิค พวงกุญแจทำด้วยพลาสติก พัดชนิดใช้มือ พัดชนิดพับได้ หมอนเป่าลม หมอน
5. สำหรับสินค้า การ์ดแม่เหล็ก คอมแพคดิสก์ บัตรข้อมูลแม่เหล็ก บัตรโทรศัพท์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับรักษาจอภาพ ของโทรศัพท์ ซีดีที่บันทึกแล้ว ซีดีบันทึกภาพ แผ่นรองเมาส์คอมพิวเตอร์ ภาพยนตร์ ภาพยนตร์(ดีวีดี) วีดีโอซีดี ออดิโอดีสค์

- จดทะเบียน  
10 มกราคม 2556

## 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

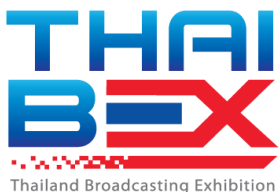


## สัญลักษณ์ THAIBEX



สำหรับสินค้า สื่อบันทึกข้อมูลดิจิทัลที่สามารถดาวน์โหลดได้ - จัดทะเบียน  
สิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ สิ่งพิมพ์เผยแพร่ทาง 26 พฤษภาคม 2557  
เว็บไซต์

## สัญลักษณ์ THAIBEX



สำหรับสินค้า สื่อบันทึกข้อมูลดิจิทัลที่สามารถดาวน์โหลดได้ - จัดทะเบียน  
สิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ สิ่งพิมพ์เผยแพร่ทาง 26 พฤษภาคม 2557  
เว็บไซต์

## สัญลักษณ์ MCOT HD



สำหรับสินค้า สถานีโทรทัศน์ แพร่ภาพกระจายเสียงรายการ - จัดทะเบียน  
โทรทัศน์ ถ่ายทอดหรือส่งรายการโทรทัศน์ ถ่ายทอดโปรแกรม 7 มิถุนายน 2559  
โทรทัศน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต

## สัญลักษณ์ MCOT Family



สำหรับสินค้า สถานีโทรทัศน์ แพร่ภาพกระจายเสียงรายการ - จัดทะเบียน  
โทรทัศน์ ถ่ายทอดหรือส่งรายการโทรทัศน์ ถ่ายทอดโปรแกรม 7 มิถุนายน 2559  
โทรทัศน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต

#### 4.2.4 ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ

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

- (1) หมวดยุทธศาสตร์ 1 แบบความคมชัดสูง ในราคาประมูลเป็นเงินทั้งสิ้น 3,340.- ล้านบาท
- (2) หมวดยุทธศาสตร์ 2 เอวชน และครอครว แบบความคมชัดปกติ ในราคาประมูลเป็นเงินทั้งสิ้น 660.- ล้านบาท



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

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

#### 4.2.5 ใบอนุญาตเป็นผู้ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) 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 และบริษัทร่วมดำเนินกิจการที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับ กิจการสื่อสารมวลชนทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร รวมถึงบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอันเกี่ยวกับกิจการ สื่อสารมวลชนและธุรกิจอื่นที่ต่อเนื่องหรือใกล้เคียงกัน หรือซึ่งเป็นประโยชน์แก่กิจการสื่อสารมวลชน โดยมี วัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ความรู้ และสร้างความเข้าใจเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากร และส่งเสริมคุณภาพ และจริยธรรมของคนในชาติและรักษาความมั่นคงของรัฐ ทั้งนี้ การลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัท ร่วมดังกล่าวถือเป็นการสนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจของ บมจ. อสมท อีกทางหนึ่งด้วย และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 (ตาม งบการเงินเฉพาะ) บมจ. อสมท มีเงินลงทุนในบริษัทย่อยสุทธิ คือ บริษัท พาโนรามา เวลต์ไวด์ จำกัด และบริษัท ซีเอ็มคอต จำกัด รวม 4.90 ล้านบาท และเงินลงทุนในบริษัทร่วมดำเนินกิจการ รวมทั้งสิ้นประมาณ 14.41 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนเงิน ลงทุนทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 0.19 ของสินทรัพย์รวมทั้งหมดของบริษัท

ในส่วนของการนโยบายการบริหารงานในบริษัทร่วมดำเนินกิจการนั้น เนื่องจากบริษัทร่วมดำเนินกิจการ ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับกิจการสื่อสารมวลชนและธุรกิจอื่นที่ต่อเนื่องกับธุรกิจของบริษัท และบริษัทถือหุ้นใน บริษัทร่วมดำเนินกิจการเหล่านี้ในอัตราน้อยกว่าร้อยละ 50 ดังนั้น โดยทั่วไปบริษัทฯ จึงไม่มีส่วนใดๆ ในการควบคุม การบริหารงานและกำหนดแนวทางในการดำเนินงานที่สำคัญในบริษัทร่วมดำเนินกิจการเหล่านี้ได้ เว้นแต่ในกรณีที่ สัญญาร่วมดำเนินกิจการที่ บมจ. อสมท ทำกับบริษัทร่วมดำเนินกิจการนั้นๆ จะกำหนดให้การดำเนินการบาง ประการของบริษัทร่วมดำเนินกิจการจำเป็นต้องได้รับความยินยอมจากบริษัท



สำหรับการลงทุนในบริษัทย่อย ซึ่งได้แก่

1. **บริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด** โดย บมจ. อสมท มีสัดส่วนการถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 49.0 และพนักงานของ บมจ. อสมท มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 41 อย่างไรก็ดี ไม่มีพนักงานและผู้บริหารของ บมจ. อสมท รายใดที่มีสัดส่วนการถือหุ้นใน บจ. พาโนรามา เวิลด์ไวด์ เกินกว่าร้อยละ 5 สำหรับจำนวนหุ้นส่วนที่เหลืออีกประมาณ ร้อยละ 10 เป็นการถือหุ้นโดยกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้บริหารของ 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 จึงมีมติให้ บริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด ยุติการดำเนินธุรกิจ และจัดการพันธะภาระต่าง ๆ ที่ผูกพันให้แล้วเสร็จ

2. **บริษัท ซีตเอ็มคอต จำกัด** โดย บมจ. อสมท มีสัดส่วนการถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 49 และกองทุนสำรองเลี้ยงชีพพนักงานของ บมจ. อสมท มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 2 โดยไม่มีพนักงานและผู้บริหารของ บมจ. อสมท รายใดที่มีสัดส่วนการถือหุ้นใน 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 จึงมีอำนาจควบคุมในเรื่องการกำหนดนโยบายทางการเงินและการดำเนินงานของ บจ. ซีตเอ็มคอต และคณะกรรมการ บมจ. อสมท ในคราวประชุมครั้งที่ 16/2559 วันที่ 22 พฤศจิกายน 2559 มีมติเห็นชอบการเลิกกิจการบริษัท ซีตเอ็มคอต จำกัด เนื่องจากประสบปัญหาสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจจากการลดลงของรายได้อย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดย บมจ. อสมท จะนำคลื่นวิทยุ เอฟเอ็ม 97.5 เมกะเฮิร์ตซ์ มาบริหารจัดการและปรับปรุงแบบให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้ฟังที่เปลี่ยนไปเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพภายใต้การบริหารงานของ บมจ. อสมท เอง ปัจจุบันได้ดำเนินการขายทรัพย์สินของบริษัทฯ ทั้งหมดแล้ว และอยู่ระหว่างการตรวจสอบเพื่อขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคลของกรมสรรพากร



## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บมจ. อสมท มีข้อพิพาททางกฎหมายถึงเดือนธันวาคม 2563 ที่อาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัท ดังนี้

### 1. บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นเนลเอนจิเนียริง จำกัด (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 พร้อมดอกเบี้ยอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี นับถัดจากวันฟ้องเป็นต้นไป จนกว่าชำระเสร็จ ให้คืนหนังสือค้ำประกันของธนาคารกรุงไทย ค่าธรรมเนียมการออกหนังสือค้ำประกัน ค่าเช่าโกดังในประเทศสิงคโปร์ อัตราทุก 6 เดือน ราคา 5,136 เหรียญสิงคโปร์ นับแต่วันที่ 13 กันยายน 2559 เป็นต้นไป พร้อมดอกเบี้ยอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี และค่าทนายความอย่างสูง

ซึ่ง บมจ. อสมท ได้ขอให้ศาลวินิจฉัยชี้ขาดอำนาจหน้าที่ระหว่างศาล และเมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2559 ศาลปกครองและศาลแพ่งมีความเห็นว่าคดีอยู่ในอำนาจพิจารณาพิพากษาของศาลปกครอง จึงให้โอนคดีไปศาลปกครองพิจารณาต่อไป ขณะนี้คดีอยู่ระหว่างพิจารณาของศาลปกครองกลาง

### 2. บริษัท แบรินด์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด

วันที่ 8 ธันวาคม 2559 บจ. แบรินด์ คอมมิวนิเคชั่น ยื่นฟ้อง บมจ. อสมท เป็นคดีแพ่ง ความผิดฐาน ผิดสัญญาจ้างทำของ (กรณีจัดจ้างประชาสัมพันธ์การเชียร์การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก “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 จากต้นเงินดังกล่าวนับจากวันฟ้องเป็นต้นไปจนกว่าจะชำระเสร็จ

เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2562 ศาลอุทธรณ์มีคำพิพากษาแก้เป็นว่า ให้ บมจ. อสมท ชำระเงิน 1,761,630.02 บาท พร้อมดอกเบี้ยอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี นับถัดจากวันฟ้อง (ฟ้องวันที่ 8 ธันวาคม 2559) เป็นต้นไปจนกว่าจะชำระเสร็จแก่โจทก์ คืนค่าชั้นศาลชั้นอุทธรณ์ที่เกินมา 14,100 บาท แก่ บมจ. อสมท ค่าฤชาธรรมเนียมชั้นอุทธรณ์ให้เป็นพับ

ต่อมา บมจ. อสมท ยื่นคำร้องขออนุญาตยื่นฎีกา โดยศาลนัดฟังคำสั่งศาลฎีกาและศาลแพ่ง วันที่ 7 พฤศจิกายน 2562 และศาลมีคำสั่งอนุญาตให้โจทก์แก้ฎีกาถึงวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2563 คดีอยู่ระหว่างพิจารณาของศาลฎีกา

### 3. นายปัญญา รวดเงิน

วันที่ 30 มีนาคม 2561 นายปัญญา รวดเงิน ได้ยื่นฟ้อง นายกำภู ภูริภูวดล นางรัชนิยา ศรีบุรินทร์ หรือสุทธิธรรม, บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) และนายเชมทัตต์ พลเดช ต่อศาลจังหวัดบุรีรัมย์ ฐานหมิ่นประมาท หมิ่นประมาทด้วยการโฆษณา ให้จำเลยทั้งสี่ร่วมกันหรือแทนกันโฆษณาในช่องรายการข่าวของจำเลยทั้งสี่เป็นเวลา 7 วันว่าโจทก์มีไข้คนร้าย กับให้ประกาศลงในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและเดลินิวส์เป็นเวลา 7 วัน และให้ชำระค่าเสียหายเป็นเงินจำนวน 2,000,000 บาท พร้อมดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี ของต้นเงินจำนวนดังกล่าว นับจากวันฟ้อง จนกว่าจะชำระเสร็จแก่โจทก์



เมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2562 ศาลจังหวัดบุรีรัมย์ พิพากษายกฟ้อง โจทก์ยื่นอุทธรณ์ ศาลอุทธรณ์พิพากษายืนตามศาลชั้นต้น

ต่อมา นายปัญญา ยืนคำร้องขออนุญาตฎีกาคำพิพากษา ศาลฎีกาไม่อนุญาตให้นายปัญญา ฎีกาและคำพิพากษา คดีถึงที่สุด

#### **4. บริษัท สตรองบราเดอร์ส 1961 จำกัด**

วันที่ 20 สิงหาคม 2561 บริษัท สตรองบราเดอร์ส 1961 จำกัด ได้ยื่นฟ้อง บมจ. อสมท ต่อศาลแพ่ง เป็นคดีหมายเลขดำที่ 4698/2561 ระหว่าง บริษัท สตรองบราเดอร์ส 1961 จำกัด โดย นางสาวเสาวลักษณ์ สุนทร ผู้รับมอบอำนาจ โจทก์ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จำเลย ขอให้พิทักษ์สัญญา เรียกเงินคืน จำนวนทุนทรัพย์ 26,695,279.58 บาท

เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2563 ศาลพิพากษาให้จำเลยชำระเงินจำนวน 11,126,411.47 บาท พร้อมดอกเบี้ย 7.5 ต่อปี ของต้นเงิน 9,468,999.04 บาท นับจากวันที่ 11 พฤศจิกายน 2560 เป็นต้นไป จนกว่าจะชำระเสร็จแก่โจทก์ กับให้จำเลยชำระค่าฤชาธรรมเนียมแทนโจทก์ โดยกำหนดค่าทนายความ 15,000 บาท และค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีจำนวน 5,000 บาท

เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2563 บจ. สตรองบราเดอร์สฯ อุทธรณ์คำพิพากษา

เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2563 บมจ. อสมท ขอความอนุเคราะห์ สำนักอัยการสูงสุด แก้อุทธรณ์

เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2563 บมจ. อสมท ขอความอนุเคราะห์ สำนักอัยการสูงสุด อุทธรณ์คำพิพากษา

#### **5. บริษัท เสี่ยงสยามแผ่นเสียง-เทป จำกัด**

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

ศาลทรัพย์สินทางปัญญา นัดสืบพยานโจทก์ วันที่ 6 ตุลาคม 2563 นัดสืบพยานจำเลยวันที่ 7 ตุลาคม 2563

ต่อมา โจทก์ถอนฟ้อง ศาลมีคำสั่งจำหน่ายคดีออกจากสารบบความคดีเป็นอันเสร็จสิ้น

#### **6. บริษัท เพลย์เวิร์ค จำกัด**

วันที่ 11 กันยายน 2563 บริษัท เพลย์เวิร์ค จำกัด ยื่นฟ้อง บมจ. อสมท เป็นผู้ถูกฟ้องคดีที่ 3 ต่อศาลปกครองกลาง เป็นคดีหมายเลขดำที่ 2229/2563 ระหว่าง บริษัท เพลย์เวิร์ค จำกัด ผู้ฟ้องคดี กับ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ผู้ถูกฟ้องคดีที่ 1 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ผู้ถูกฟ้องคดีที่ 2 บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ผู้ถูกฟ้องคดีที่ 3 ขอให้เพิกถอนคำสั่งและเรียกค่าเสียหาย โดยขอให้ผู้ถูกฟ้องคดีทั้งสาม ร่วมกันหรือแทนกันชำระเงินจำนวน 17,543,955,927.52 บาท

ขณะนี้ บมจ. อสมท อยู่ระหว่างดำเนินการแก้คำให้การต่อสู้คดี

**7. นายศักดิ์ ลีนทุกซ์ (อดีตลูกจ้าง)**

วันที่ 5 ตุลาคม 2558 นายศักดิ์ ลีนทุกซ์ ยื่นฟ้อง บมจ. อสมท เป็นคดีแพ่ง (แรงงาน) ความผิดฐาน เลิกจ้างไม่เป็นธรรม เรียกค่าเสียหาย จำนวน 19,160,000.00 บาท

วันที่ 2 พฤศจิกายน 2559 ศาลแรงงานกลางพิพากษายกฟ้อง ต่อมา นายศักดิ์ฯ ยื่นคำร้องขอเพิกถอนกระบวนการพิจารณา ขณะนี้คดีอยู่ระหว่างพิจารณาของศาลฎีกา

**8. นายอนุสรณ์ ศิริชาติ (อดีตลูกจ้าง)**

วันที่ 7 กันยายน 2559 นายอนุสรณ์ ศิริชาติ ยื่นฟ้อง บมจ. อสมท และนายศิวะพร ชมสุวรรณ เป็นคดีแพ่ง (แรงงาน) ความผิดฐาน ผิดสัญญาจ้างแรงงาน เลิกจ้างไม่เป็นธรรม เรียกค่าเสียหาย (ค่าสินจ้างแทนการบอกกล่าวล่วงหน้า ค่าชดเชย (ในส่วนของที่เหลือโดยโจทก์ได้คำนวณโดยใช้ฐานเงินเดือนรวมกับค่าพาหนะประจำตำแหน่ง) และค่าเสียหายกรณีเลิกจ้างไม่เป็นธรรม) จำนวน 1,745,570.00 บาท

วันที่ 12 กรกฎาคม 2560 ศาลแรงงานกลางพิพากษาให้ บมจ. อสมท ชำระค่าเสียหายเนื่องจากการเลิกจ้างไม่เป็นธรรม ตั้งแต่เดือนกันยายน 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

**9. นางสาวรัชดา ทองใหญ่ ณ อยุธยา หรือ สัทธาพงษ์ (อดีตลูกจ้าง)**

วันที่ 11 พฤษภาคม 2561 นางสาวรัชดา ทองใหญ่ ณ อยุธยา หรือ สัทธาพงษ์ ยื่นฟ้อง บมจ. อสมท เป็นคดีแพ่ง (แรงงาน) ความผิดฐานผิดสัญญาจ้างแรงงาน, ค้างจ่ายค่าจ้าง, เลิกจ้างไม่เป็นธรรม และตามกฎหมายคุ้มครองแรงงาน เรียกค่าเสียหาย (ค่าสินจ้างแทนการบอกกล่าวล่วงหน้า, ค่าคอมมิชชั่นที่ค้างจ่าย, ค่าชดเชย (โดยโจทก์คำนวณโดยใช้ฐานเงินเดือนรวมกับค่าพาหนะประจำตำแหน่ง และค่าช่วยเหลือบุตร) 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 19 กันยายน 2562 ศาลอุทธรณ์คดีชั้นอุทธรณ์ ได้พิพากษากลับให้ยกฟ้องโจทก์

เมื่อวันที่ 4 มกราคม 2563 โจทก์ยื่นคำร้องขออนุญาตฎีกาคำพิพากษา

เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2563 บมจ. อสมท ขอความอนุเคราะห์สำนักงานอัยการสูงสุด คัดค้านคำร้องขออนุญาตฎีกาคำพิพากษา และแก้ฎีกา ขณะนี้คดีอยู่ระหว่างพิจารณาของศาลฎีกา





## 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 2563 รวมทั้งสิ้น 1,350 คน แบ่งเป็น - ผู้บริหาร ระดับผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ขึ้นไป 15 คน - พนักงาน 1,335 คน
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 63/1 ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
เลขทะเบียนบริษัท	: ทะเบียนเลขที่ 0107547000745 (เลขที่เดิม 0107574700743)
Home Page	: <a href="http://www.mcot.net">www.mcot.net</a>
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

หมายเหตุ : \* อยู่ระหว่างการยุติการดำเนินธุรกิจตามมติคณะกรรมการบริษัท

**บริษัทย่อย**

<b>ชื่อบริษัท</b>	: บริษัท ซีดีเอ็มคอต จำกัด *
<b>ประเภทธุรกิจ</b>	: ประกอบธุรกิจหลักในการผลิตรายการวิทยุทางสถานีวิทยุฯ บมจ. อสมท การจัดคอนเสิร์ต ผลิตรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และเพลง รวมถึงธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
<b>บุคลากร</b>	: 0 คน
<b>ที่ตั้งสำนักงาน</b>	: อาคารเอนกประสงค์ (บมจ. อสมท) 63/1 ชั้น 11 ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
<b>โทรศัพท์</b>	: 0-2201-6009
<b>โทรสาร</b>	: 0-2245-1832
<b>ทุนจดทะเบียน</b>	: 100,000,000 บาท ประกอบด้วย หุ้นสามัญ จำนวน 1,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เป็นทุนที่ออกและชำระแล้ว จำนวน 88,805,000 บาท
<b>สัดส่วนการถือหุ้น</b>	: ร้อยละ 49.0 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว

หมายเหตุ : \* อยู่ระหว่างการเลิกกิจการตามมติคณะกรรมการบริษัท

**ข้อมูลบุคคลอ้างอิง**

<b>นายทะเบียน</b>	: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่ตั้ง ชั้น 1 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อาคารบี เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 0-2009-9000 โทรสาร 0-2009-9991
<b>ผู้สอบบัญชี</b>	: บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด ที่ตั้ง อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ 1 ชั้น 50 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 0-2677-2000 โทรสาร 0-2677-4414

**6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น**

- ไม่มี -