



## บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน)

# คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ประจำไตรมาสที่ 3/2562

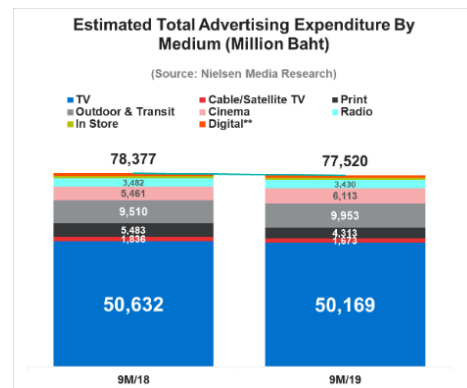
8 พฤศจิกายน 2562

### บทสรุปผู้บริหาร

#### ภาพรวมเศรษฐกิจและภาวะตลาด

ภาวะเศรษฐกิจไทยในช่วงไตรมาสที่ 3/2562 ได้รับแรงกดดันต่อเนื่องจากสงครามทางการค้าสหรัฐฯ-จีน ที่ยังคงยืดเยื้อ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการผลิตภาคอุตสาหกรรม การค้าระหว่างประเทศ การลงทุน และการบริการ รวมไปถึงการแข็งค่าของเงินบาท ทำให้ภาคการส่งออกและการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบ แม้รัฐบาลจะมีการออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในเดือนสิงหาคม แต่ก็ยังไม่สามารถช่วยให้เศรษฐกิจขับเคลื่อนได้อย่างราบรื่น แต่คาดว่าจะช่วยพยุงการใช้จ่ายสินค้าไม่คงทนในช่วงที่เหลือของปีได้บ้าง

ทั้งนี้ เนลสัน มีเดีย รีเสิร์ช ("Nielsen") รายงานตัวเลขเม็ดเงินโฆษณา ("AdEx") ภาพรวมเม็ดเงินโฆษณา 9 เดือนแรกในปี 2562 ได้มีการปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับ 9 เดือนแรกในปี 2561 โดยใน 9 เดือนแรกในปี 2562 เม็ดเงินโฆษณาอยู่ที่ 77,520 ล้านบาท ลดลง 1.1% เมื่อเทียบกับ 9 เดือนแรกในปี 2561 อยู่ที่ 78,377 ล้านบาท โดยสื่อที่ลดลงมากที่สุดคือ สื่อสิ่งพิมพ์ ลดลงมากถึง 21.3% และ ช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดาวเทียมและสายเคเบิล (TV-Cable/Satellite) ลดลง 8.9% ทั้งนี้มูลค่าการใช้จ่ายของกลุ่มโทรทัศน์ ("TV") รวม (TV + Cable/Satellite

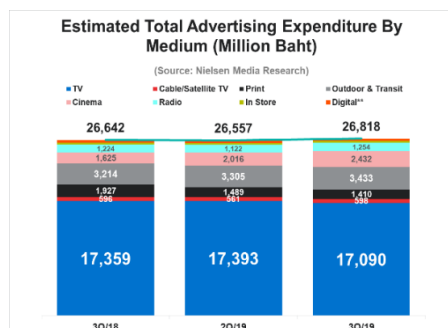


\*\* สื่อดิจิทัล (Digital + Internet) ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2562 จำนวนเว็บไซต์ที่เก็บข้อมูลเพิ่มจาก 60 เป็น 200 เว็บไซต์

TV) ได้มีการลดลง 1.2% จาก 52,468 ล้านบาทในช่วง 9 เดือนแรกในปี 2561 มาอยู่ที่ 51,842 ล้านบาทในช่วง 9 เดือนแรกในปี 2562 โดยที่เม็ดเงินโฆษณาในโทรทัศน์ ("TV") ได้มีการลดลง 0.9% จาก 50,632 ล้านบาท มาอยู่ที่ 50,169 ล้านบาท และกลุ่มโทรทัศน์รวมยังคงเป็นสื่อโฆษณาหลักและมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดถึงประมาณ 66.9%

ทั้งนี้ 7 ช่องทีวีดิจิทัลได้แก่ช่อง 3 Family (หมายเลข 13), ช่อง MCOT Family (หมายเลข 14), ช่อง Spring News (หมายเลข 19), ช่อง Bright TV (หมายเลข 20), ช่อง Voice TV (หมายเลข 21), ช่อง NOW (หมายเลข

26), และช่อง 3SD (หมายเลข 28) ได้คืนใบอนุญาต และหยุดออกอากาศในช่วงเดือนสิงหาคม-กันยายนที่ผ่านมา ซึ่งสัดส่วนของเม็ดเงินโฆษณาจาก 7 ช่องที่ปิดตัวลงอยู่ที่ประมาณ 3-4% เฉลี่ยเป็นเม็ดเงินโฆษณา



\*\* สื่อดิจิทัล (Digital + Internet) ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2562 จำนวนเว็บไซต์ที่เก็บข้อมูลเพิ่มจาก 60 เป็น 200 เว็บไซต์

ทางสื่อทีวีมูลค่า 1,436 ล้านบาท

ในขณะที่ภาพรวม AdEx ในช่วงไตรมาสที่ 3/2562 อยู่ที่ 26,818 ล้านบาท โดยมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น 1.0% จากในไตรมาสที่ 2/2562 ที่ 26,557 ล้านบาท และปรับตัวเพิ่มขึ้น 0.7% จากไตรมาสที่ 3/2561 ที่ 26,642 ล้านบาท โดยสื่อที่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นสูงสุดคือ สื่อในโรงภาพยนตร์ (Cinema) อยู่ที่ 2,432 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 20.6% จากไตรมาสที่ 2/2562 ที่ 2,016 ล้านบาท และปรับตัวเพิ่มขึ้น 49.7% จากไตรมาสที่ 3/2561 ที่ 1,625 ล้านบาท ในขณะที่ กลุ่มโทรทัศน์ ("TV") รวม (TV + Cable/Satellite TV) อยู่ที่ 17,688 ล้านบาท

### การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในไตรมาสที่ 3/2562

บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด – บริษัทย่อยของ บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด(มหาชน) (บริษัทฯ) ได้ทำการหยุดออกอากาศ ช่อง 13Family และ ช่อง 28SD ในวันที่ 30 กันยายน 2562 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ จากการหยุดออกอากาศ บริษัทฯ ได้มีการปรับผังรายการออกอากาศในช่อง 33HD เพื่อให้สามารถแข่งขันได้มากขึ้น โดยได้มีการดึงรายการที่ได้รับความนิยมจากช่อง 13Family และ ช่อง 28SD มาออกอากาศบนช่อง 33HD ทั้งนี้ ในวันที่ 1 ตุลาคม 2562 ที่ผ่านมา ได้มีการเปิดตัวการปรับโฉมรายการข่าว โดยมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำฉากให้มีความทันสมัย สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเข้มข้นของเนื้อหาข่าว ซึ่งในเฟสแรกจะมีการปรับ 3 รายการก่อน ได้แก่ เทียงวันทันเหตุการณ์, เรืองเด่นเย็นนี้, ข่าว 3 มิติ และจะทยอยปรับให้แล้วเสร็จ

ลดลง 1.5% จากไตรมาสที่ 2/2562 ที่ 17,954 ล้านบาท และลดลง 1.5% จากไตรมาสที่ 3/2561 ที่ 17,955 ล้านบาท หากมองแค่เม็ดเงินโฆษณาในโทรทัศน์ ("TV") จะอยู่ที่ 17,090 ล้านบาทลดลง 1.7% จากไตรมาสที่ 2/2562 และลดลง 1.5% จากไตรมาสที่ 3/2561 ซึ่งยังไม่ได้หักผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของรายการ Home Shopping ที่มีมูลค่าสูงเกินจริงในการรายงานการใช้เม็ดเงินโฆษณาในโทรทัศน์ ("TV") ทั้งนี้ ถ้าหักมูลค่า Home Shopping ออกจากเม็ดเงินโฆษณาในโทรทัศน์ ("TV") ก็จะเห็นว่าเม็ดเงินโฆษณาในโทรทัศน์ ("TV") ลดลงมากกว่านี้

Nielsen รายงานว่ากลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้งบโฆษณาสูงสุดคือกลุ่ม อาหารและเครื่องดื่ม (Food&Beverage) รองลงมาคือกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลและเครื่องสำอาง (Personal Care & Cosmetic) และลำดับที่ 3 คือกลุ่ม Media & Marketing ที่เติบโตถึง 36% จาก Direct sales

จาก AdEx ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น รายได้รวมของกลุ่ม BEC ในไตรมาสที่ 3/2562 อยู่ที่ 2,169.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.7% จากไตรมาสที่ 2/2562 ที่ 2,092.3 ล้านบาท แต่ลดลง 16.7% จากไตรมาสที่ 3/2561 ที่ 2,606.1 ล้านบาทและมีผลกำไรสุทธิในส่วนของ BEC อยู่ที่ 93.6 ล้านบาท มีกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานจำนวน 1,862.1 ล้านบาท ณ สิ้น ไตรมาสที่ 3/2562

ภายใน ไตรมาสที่ 4/2562 ส่วนการปรับเปลี่ยนรายการวาไรตี้และละครจะเริ่มในช่วงต้นปี 2563

ภายหลังจากวันหยุดออกอากาศช่อง 3Family และ ช่อง 28SD ในวันที่ 30 กันยายน 2562 นั้น บริษัทฯ ได้ทำหนังสือแจ้งต่อตลาดหลักทรัพย์เพื่อรายงานความคืบหน้าในการเข้ารับเงินชดเชยจากสำนักงานกสทช. โดยมีเงินชดเชยจำนวน 1,129.5 ล้านบาท จำนวนเงินดังกล่าว ได้ถูกหักค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการใช้คลื่นความถี่ที่ 4 และอื่นๆ ซึ่งได้บันทึกเป็นลูกหนี้จากการคืนใบอนุญาต จำนวน 856.06 ล้านบาท

สำหรับธุรกิจการขายลิขสิทธิ์ไปต่างประเทศ (Global Content Licensing) ในไตรมาสที่ 3/2562 บริษัทฯ ได้มีการขายลิขสิทธิ์ละครให้กับสถานีโทรทัศน์เคเบิลทีวี 2 รายจากประเทศเกาหลีใต้เป็นครั้งแรกผ่านบริษัทคู่ค้า

อย่าง JKN โดยเกาหลีใต้ถือเป็นประเทศที่มีการผลิตรายการคอนเทนต์บันเทิงที่มีคุณภาพจำนวนมาก จึงไม่มีความจำเป็นต้องซื้อรายการโทรทัศน์ของต่างประเทศ ทำให้ที่ผ่านมามีเพียงประเทศจีนที่มีโอกาสฉายซีรีส์จำนวนไม่กี่เรื่องในประเทศเกาหลีใต้ ดังนั้น การขายลิขสิทธิ์ละครของช่อง 3 ในครั้งนี้ จึงถือเป็นประเทศที่ 2 ของเอเชียที่ได้เข้าไปทำการตลาดในประเทศเกาหลีใต้ ทั้งนี้ในไตรมาสที่ 3/2562 บริษัทได้มีการออกอากาศคู่ขนาน (Simulcast) ละครเรื่อง "ลิขิตรักข้ามดวงดาว"

(My Love from The Star) ในช่องทาง OTT Platform ของประเทศไต้หวัน ซึ่งถือเป็นละครเรื่องที่ 2 ที่มีการขายแบบออกอากาศคู่ขนานกับต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังมีการขายลิขสิทธิ์ละครเรื่อง "ทองเอก หมอยาทำโจหลง" และ "บุพเพสันนิวาส" ให้กับ OTT Platform อย่าง Netflix เป็นครั้งแรก ถือเป็นการตลาดทั่วไชนเอเชีย และเป็นสัญญาณที่ดีในการขยายตลาดร่วมกับ OTT Platform ระดับโลกอีกด้วย

## สรุปผลการดำเนินงานรวม

งบกำไรขาดทุน	ไตรมาส 3/2561 *		ไตรมาส 2/2562		ไตรมาส 3/2562		YoY		QoQ	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	(+/-)	%	(+/-)	%
<b>รายได้รวม</b>	<b>2,606.1</b>	100.0%	<b>2,092.3</b>	100.0%	<b>2,169.8</b>	100.0%	(436.3)	-16.7%	77.4	3.7%
รายได้จากการขายเวลาโฆษณา	2,196.5	84.3%	1,814.8	86.7%	1,685.0	77.7%	(511.4)	-23.3%	(129.8)	-7.2%
รายได้จากการให้ใช้สิทธิและบริการอื่น	208.7	8.0%	246.2	11.8%	216.7	10.0%	8.0	3.8%	(29.5)	-12.0%
รายได้จากการจัดคอนเสิร์ตและแสดงโชว์	184.8	7.1%	19.3	0.9%	261.0	12.0%	76.3	41.3%	241.8	125.3%
รายได้จากการขายสินค้า	16.1	0.6%	12.0	0.6%	7.0	0.3%	(9.2)	-56.8%	(5.0)	-42.0%
<b>ค่าใช้จ่ายรวม</b>	<b>(2,160.2)</b>	-82.9%	<b>(1,867.4)</b>	-89.3%	<b>(2,006.8)</b>	-92.5%	(153.3)	-7.1%	139.4	7.5%
ต้นทุนขายและต้นทุนการให้บริการ	(1,994.8)	-76.5%	(1,855.1)	-88.7%	(1,752.9)	-80.8%	(242.0)	-12.1%	(102.3)	-5.5%
ต้นทุนการจัดคอนเสิร์ตและแสดงโชว์	(165.3)	-6.3%	(12.3)	-0.6%	(254.0)	-11.7%	88.6	53.6%	241.7	196.4%
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>445.9</b>	17.1%	<b>224.9</b>	10.7%	<b>162.9</b>	7.5%	(283.0)	-63.5%	(62.0)	-27.6%
ค่าใช้จ่ายในการขายและการให้บริการ	(349.1)	-13.4%	(366.7)	-17.5%	(391.1)	-18.0%	42.0	12.0%	24.4	6.6%
รวมรายได้อื่น	26.2	1.0%	30.3	1.4%	20.1	0.9%	(6.2)	-23.5%	(10.2)	-33.6%
รายได้สุทธิจากการดำเนินงานก่อนหักค่าเสื่อมมูลค่า	-	0.0%	-	0.0%	344.3	15.9%	(344.3)	100.0%	(344.3)	100.0%
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)จากเงินลงทุนในบริษัทรวมที่ถืออยู่โดยวิธีหอย	18.0	0.7%	13.3	0.6%	3.5	0.2%	(14.5)	-80.4%	(9.8)	-73.4%
ต้นทุนทางการเงิน	(38.3)	-1.5%	(31.2)	-1.5%	(29.2)	-1.3%	(9.1)	-23.8%	(2.0)	-6.4%
<b>กำไรก่อนภาษีเงินได้</b>	<b>102.8</b>	3.9%	<b>(129.5)</b>	-6.2%	<b>110.5</b>	5.1%	7.7	7.5%	240.0	185.3%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(17.3)	-0.7%	29.5	1.4%	(22.4)	-1.0%	5.0	29.1%	51.8	175.9%
กำไรสุทธิ	85.4	3.3%	(100.0)	-4.8%	88.1	4.1%	2.7	3.1%	188.1	188.1%
<b>กำไรส่วนที่เป็นของ BEC World</b>	<b>78.3</b>	3.0%	<b>(103.6)</b>	-5.0%	<b>93.6</b>	4.3%	15.3	19.5%	197.2	190.3%
กำไรส่วนที่เป็นของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	7.1	0.3%	3.6	0.2%	(5.5)	-0.3%	(12.6)	-176.4%	(9.1)	-251.4%

หมายเหตุ:

\* ตามหมายเหตุประกอบงบการเงินระหว่างกาล วันที่ 30 กันยายน 2562 ข้อ 3 เรื่องผลสรุปจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชีตามมาตรฐานการรายงานงบการเงิน ฉบับที่ 15 (FRS 15) เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้าถือปฏิบัติในระหว่างงวดปัจจุบัน และผลกระทบต่องบกำไรขาดทุนงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2562

\*\* เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องการเงินและเข้าใจผลกระทบในคำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการประจำไตรมาสที่ 2/2562 และผลกระทบตาม FRS 15 สำหรับงบกำไรขาดทุนประจำไตรมาสที่ 2/2561 บริษัทได้มีการจัดทำและแสดงตัวเลขก่อนตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีของบริษัท ให้เป็นข้อมูลอ้างอิง

## รายได้

ในไตรมาสที่ 3/2562 รายได้จากการขายเวลาโฆษณาของกลุ่ม BEC อยู่ที่ 1,685.0 ล้านบาท ลดลง 7.2% จากไตรมาสที่ 2/2562 ที่ 1,814.8 ล้านบาท และลดลง 23.3% จากไตรมาสที่ 3/2561 ที่ 2,196.5 ล้านบาท โดยการลดลงของรายได้มาจากนาที่ขายโฆษณาที่ลดลง ในขณะที่รายได้จากการให้ใช้สิทธิและบริการอื่นในไตรมาสที่ 3/2562 อยู่ที่ 216.7 ล้านบาท ลดลง 12% จากไตรมาสที่ 2/2562 ที่ 246.2 ล้านบาท แต่เพิ่มขึ้น 3.8% จากไตรมาสที่ 3/2561 ที่ 208.7 ล้านบาท โดยในไตรมาสที่ 3/2562 มีการรับรู้รายได้จากการออกอากาศคู่ขนาน (Simulcast) เพียงบางส่วน และจะรับรู้ส่วนที่เหลือตามจำนวนตอนที่ออกอากาศในต่างประเทศในช่วงไตรมาสที่ 4/2562

รายได้จากการจัดคอนเสิร์ตและแสดงโชว์ในไตรมาสที่ 3/2562 อยู่ที่ 261.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 125.3% จากไตรมาสที่ 2/2562 ที่ 19.3 ล้านบาท และเพิ่มขึ้น 41.3% จากไตรมาสที่ 3/2561 ที่ 184.8 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นตามจำนวนและขนาดกิจกรรมที่มีมากขึ้น โดยในไตรมาสที่ 3/2562 มีการจัดกิจกรรม อาทิ Walking with Dinosaurs 2019, KCON 2019 Thailand, Tor Saksit Today Live เป็นต้น

ทั้งนี้ รายได้รวมของกลุ่ม BEC ในไตรมาสที่ 3/2562 อยู่ที่ 2,169.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.7% จากไตรมาสที่ 2/2562 ที่ 2,092.3 ล้านบาท แต่ลดลง 16.7% จากไตรมาสที่ 3/2561 ที่ 2,606.1 ล้านบาท โดยรายได้จากการขายโฆษณายังคงเป็นรายได้หลักที่ 77.7%

ของรายได้รวม และรายได้จากการให้ใช้สิทธิและ  
บริการอื่นคิดเป็น 10% ของรายได้รวม

### ค่าใช้จ่าย

ค่าใช้จ่ายรวมของกลุ่ม BEC ในไตรมาสที่ 3/2562 อยู่ที่  
2,006.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.5% จากไตรมาสที่  
2/2562 ที่ 1,867.4 ล้านบาท แต่ละลดลง 7.1% จาก  
ไตรมาสที่ 3/2561 ที่ 2,160.2 ล้านบาท จากต้นทุนการ  
จัดคอนเสิร์ตและแสดงโชว์ที่เพิ่มขึ้น

ต้นทุนขายและต้นทุนการให้บริการในไตรมาสที่  
3/2562 อยู่ที่ 1,752.9 ล้านบาท ลดลง 5.5% จาก  
ไตรมาสที่ 2/2562 ที่ 1,855.1 ล้านบาท และลดลง  
12.1% จากไตรมาสที่ 3/2561 ที่ 1,944.8 ล้านบาท  
โดยการลดลงของต้นทุนขายและการให้บริการเกิดจาก  
การบริหารจัดการ การปรับผังรายการใหม่ และการมีการ  
ออกอากาศละครรีรัน นอกจากนี้ยังมีค่าใบอนุญาตตัด  
จ่ายที่ลดลง ตามมาตรา 44 และได้รวมค่าใช้จ่ายในการ  
ลดขนาดองค์กร

อย่างไรก็ตามต้นทุนการจัดคอนเสิร์ตและแสดงโชว์ใน  
ไตรมาสที่ 3/2562 อยู่ที่ 254.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น  
1,964.4% จากไตรมาสที่ 2/2562 ที่ 12.3 ล้านบาท  
และเพิ่มขึ้น 53.6% จากไตรมาสที่ 3/2561 ที่ 165.3  
ล้านบาท ตามจำนวนและขนาดกิจกรรมที่เพิ่มขึ้น  
ระหว่างไตรมาส

### กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้นรวมอยู่ที่ 162.9 ล้านบาท ลดลง 27.6%  
จากไตรมาสที่ 2/2562 ที่ 224.9 ล้านบาท และลดลง  
63.5% จากไตรมาสที่ 3/2561 ที่ 445.9 ล้านบาท โดย  
ในไตรมาสที่ 3/2562 มีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 7.5%

ในขณะที่ ค่าใช้จ่ายในการขายและการให้บริการรวม  
ของกลุ่ม BEC ในไตรมาสที่ 3/2562 อยู่ที่ 391.1 ล้าน  
บาท เพิ่มขึ้น 6.6% จากไตรมาสที่ 2/2562 ที่ 366.7  
ล้านบาท และเพิ่มขึ้น 12.0% จากไตรมาสที่ 3/2561  
ที่ 349.1 ล้านบาท

หลังจากยุติการออกอากาศตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562  
สำนักงาน กสทช. ได้อนุมัติการจ่ายค่าชดเชยอัน  
เนื่องมาจากคืนใบอนุญาตการใช้คลื่นความถี่ทั้งสองใบ  
ให้แก่วิทยุของบริษัทฯ เป็นจำนวนเงิน 1,129.5

ล้านบาท (ก่อนหักค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการใช้คลื่น  
ความถี่ 4 รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และค่าธรรมเนียม  
ค่าภาษีหัก ณ ที่จ่ายและอื่นๆ) วิทยุของบริษัทฯ  
ได้รับเงินค่าชดเชยแล้วในวันที่ 1 ตุลาคม 2562 และ  
รับรู้ผลต่างระหว่างมูลค่าตามบัญชีกับเงินค่าชดเชย  
ดังกล่าวเป็นรายได้สุทธิจากการคืนใบอนุญาตการใช้  
คลื่นความถี่เป็นจำนวนเงิน 344.3 ล้านบาทในงบกำไร  
ขาดทุน

นอกจากนี้ ผลกระทบต้องบแสดงฐานะการเงินจากคืน  
ใบอนุญาตการใช้คลื่นความถี่ดังกล่าว และการลดค่า  
ใบอนุญาตงวด 5 และ 6 ของทั้ง 3 ช่องตามมาตรา 44  
ในไตรมาสที่ 2/2562 นั้น สิทธิการใช้คลื่นความถี่รอดัด  
จำหน่ายได้ลดลงจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ที่  
3,967.8 ล้านบาท มาอยู่ที่ 1,316.5 ล้านบาท ณ วันที่  
30 กันยายน 2562 และเงินค่าชดเชยจากสำนักงาน  
กสทช. ได้มีการลงบัญชีใน ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น  
ในขณะที่หนี้สินไม่หมุนเวียนลดลงจากการที่สิทธิการใช้  
คลื่นความถี่ค้างจ่ายลดลงจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม  
2561 ที่ 2,193.6 ล้านบาท มาอยู่ที่ ศูนย์ ณ วันที่ 30  
กันยายน 2562

### ต้นทุนทางการเงิน

ต้นทุนทางการเงินในไตรมาสที่ 3/2562 อยู่ที่ 29.2  
ล้านบาท ลดลง 6.4% จากไตรมาสที่ 2/2562 ที่ 31.2  
ล้านบาท และลดลง 23.8% จากไตรมาสที่ 3/2561 ที่  
38.3 ล้านบาท

### สรุป

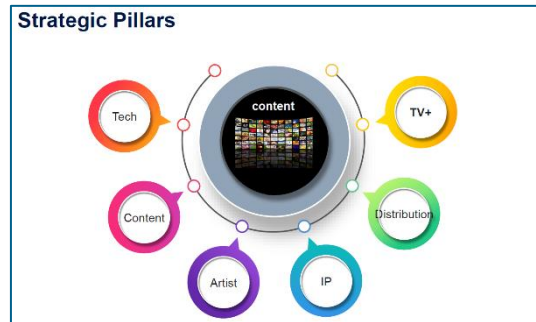
โดยสรุป กลุ่ม BEC มีผลกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของ BEC  
อยู่ที่ 93.6 ล้านบาท สำหรับผลการดำเนินงานใน  
ไตรมาสที่ 3/2562 โดยมีกระแสเงินสดสุทธิจากการ  
ดำเนินงานจำนวน 1,862.1 ล้านบาท และมีเงินสดและ  
เงินลงทุนระยะสั้นในงบดุลรวมจำนวน 1,585.9 ล้าน  
บาท ณ สิ้นไตรมาสที่ 3/2562

## มุมมองของผู้บริหารและกลยุทธ์ การดำเนินงานในอนาคต

การเปลี่ยนแปลงของบริษัทเกิดขึ้นคือ การคืนใบอนุญาตทีวีดิจิทัล 2 ช่อง คือ ช่อง 13Family และ ช่อง 28SD ทำให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายทีวีดิจิทัลลดลง

ทั้งนี้ในช่วงไตรมาส 3 ที่ผ่านมา ได้มีการประกาศปรับคอนเทนต์ช่อง 3 ในวันที่ 30 กันยายนที่ผ่านมา โดยเริ่มที่ “ข่าว 3 โฉมใหม่” กับคอนเซ็ปต์ “ข่าวจริง หันเหตุการณ์ ฟังพาได้” โดยวางเป้าหมายผลักดันรายการข่าวทุกรายการของช่อง 3 ขึ้นสู่เรตติ้งอันดับ 1 ทั้งหน้าจอกทีวีและออนไลน์ ภายใน 2 ไตรมาส

ส่วนละครที่เป็นคอนเทนต์หลักของช่อง 3 จะปรับโฉมปีหน้า เพราะเป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลา โดยแนวทางการปรับคอนเทนต์ละครคือ การปรับคอนเทนต์ตามพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมการรับชมที่แตกต่างกัน โดยฐานผู้ชมหลักของช่อง 3 ในตอนนี้ คือ กลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไป ส่วนกลุ่มที่ดูคอนเทนต์ออนไลน์อายุต่ำกว่า 34 ปี และจะแบ่งออกเป็นอีก 2 กลุ่ม คือ คนทำงานและคนรุ่นใหม่ ซึ่งความต้องการของแต่ละกลุ่มไม่เหมือนกัน ทำให้บริษัทฯ ต้องดูว่าผู้บริโภคแต่ละกลุ่มมีความสนใจคอนเทนต์แบบไหน โดยบริษัทฯ จะมีการวางกลยุทธ์ตามพฤติกรรมผู้บริโภคตามรายการ และจะเป็นสิ่งสำคัญในการปรับโฉมละคร ซึ่งเป็นไปตามกลยุทธ์ของบริษัทฯ ที่เปลี่ยนจากธุรกิจทีวีเป็นธุรกิจ Content & Entertainment Platform



การทำให้กลยุทธ์ “6 เสาหลัก” หรือ

(6 Strategic pillars) เป็นรูปธรรมชัดเจน ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวประกอบด้วย

1. **TV Plus:** สื่อออนไลน์กับสื่อออนไลน์ต้องดำเนินการควบคู่กัน
2. **Distribution:** คือช่องทางในการนำเสนอ content & entertainment platform ที่จะต้องทำร่วมกับทุกพันธมิตร
3. **Intellectual Property (IP):** ทรัพย์สินทางปัญญาหลักของบริษัทฯ คือลิขสิทธิ์ละครเป็นหลัก
4. **Artist:** กลุ่มดารา นักแสดงที่มีกว่า 300 คน ที่สามารถต่อยอดธุรกิจใหม่ได้
5. **Content:** ปรับโฉมละคร ข่าว และวาไรตี้
6. **Technology:** พัฒนา Digital Platform ของตัวเองอย่าง CH3 Thailand และ Mello และทำงานร่วมกับพันธมิตร

โดยกลยุทธ์ “6เสาหลัก” สำหรับขับเคลื่อนกลุ่ม BEC นี้จะต้องดำเนินการควบคู่กันไป ซึ่งแต่ละกลยุทธ์ต้องใช้เวลาในการสร้างและพัฒนารูปแบบใหม่ และเชื่อว่าจะเห็นชัดเจนมากขึ้นในปีหน้า

ทั้งนี้ ธุรกิจที่กำลังไปได้ดี คือ ธุรกิจการขายลิขสิทธิ์ไปต่างประเทศ (Global Content Licensing) ที่บริษัทฯ เริ่มทำมาตั้งแต่ปี 2561 และถือว่าเริ่มจับทางได้แล้ว ซึ่งในเดือนกันยายนที่ผ่านมา สามารถปิดการขายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ละครให้กับเคเบิลทีวีรายใหญ่ในเกาหลีใต้ และ Netflix เอเชียใต้ และยังมีอีกหลายดีลที่กำลังเจรจาซื้อขาย อย่างไรก็ตาม บริษัทจะเน้นที่ตลาดเอเชียก่อน เนื่องจากมีวัฒนธรรม เนื้อหาละครใกล้เคียงกัน รวมไปถึงนักแสดงของบริษัทฯ ถือว่าถูกจริตเพื่อนบ้าน



ในยุคเทคโนโลยี ดิสรัปชั่น ทุกอุตสาหกรรมไม่มีการแบ่งเป็น “ออฟไลน์และออนไลน์” อีกต่อไป แต่จะเป็นโลกของ Omni Channel (ออฟไลน์และออนไลน์อยู่ด้วยกัน) ซึ่งบริษัทฯ จะปรับตัวให้เข้ากับแนวโน้มนี้ ซึ่ง

จะใช้ ช่อง33 CH3 Thailand Mello และ เป็นพันธมิตรกับ digital platforms หลักๆ อาทิ Youtube และ Line TV เพื่อที่จะทำรายได้ให้มากที่สุด

(นายพิริยดิศ ชูฟังอาดม)

หัวหน้าคณะผู้บริหารสายงานการเงิน

บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน)