

บทที่ 4

ผลการศึกษาเส้นทางพันธมิตรทางธุรกิจ สื่อวิทยุ-โทรทัศน์

การนำเสนอเส้นเวลาของพันธมิตรทางธุรกิจวิทยุ-โทรทัศน์ในบทนี้ ผู้วิจัยได้เริ่มทำการสำรวจเอกสารต่างๆ ดังที่ได้กล่าวไว้ในขอบเขตของการศึกษา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 - 2548 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 9 ปี เหตุที่ผู้วิจัยเลือกเริ่มต้นในปี พ.ศ. 2540 นั้น เนื่องจากเป็นช่วงรอยต่อของวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อองค์กรธุรกิจต่างๆ รวมทั้งองค์กรสื่อสารมวลชน อีกทั้งยังเป็นช่วงของการเกิดรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 โดยเฉพาะมาตรา 40 ที่ถือเป็นจุดเปลี่ยนของกิจการวิทยุ-โทรทัศน์

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ทำการค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม ในช่วงก่อนปี พ.ศ. 2540 โดยเน้นเหตุการณ์ที่มีความสำคัญเป็นหลัก เพื่อเป็นการศึกษาพัฒนาการในช่วงเริ่มแรกของสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ดังได้แสดงไว้ในภาคผนวก ข ซึ่งใช้รูปแบบการนำเสนอของเส้นเวลาเช่นกัน แต่ได้ทำการแยกตารางระหว่างสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์

ส่วนตารางการนำเสนอเส้นเวลาในบทนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งกรณีต่างๆ ที่เกิดขึ้น ออกเป็น 2 ส่วน คือ ด้านซ้ายเป็นพันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ ส่วนด้านขวาของตารางเป็นพันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์ ซึ่งได้นำมาแยกประเภท เพื่อศึกษาแนวโน้มที่เกิดขึ้นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยแบ่งเป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. พันธมิตรทางธุรกิจประเภทที่เกิดจากความร่วมมือกันทางด้านการตลาดอย่างหลวมๆ (Loose Market Relationship) ซึ่งหมายรวมถึงพันธมิตรเฉพาะกิจ (Ad hoc Pool Alliance) ด้วย

2. พันธมิตรแบบเซ็นสัญญา (Contractual Agreement / Relationship) ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

2.1 กลุ่มที่ผูกพันกันด้วยสัญญา แต่ไม่มีการร่วมรับความเสี่ยงและผลตอบแทน (Contractual without Shared risk / reward)

2.2 กลุ่มที่ผูกพันกันด้วยสัญญา แต่มีส่วนร่วมรับความเสี่ยงและผลตอบแทน (Contractual with Shared risk / reward)

3. พันธมิตรทางธุรกิจที่มีการจัดการด้านความเป็นเจ้าของกิจการและความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ (Formalised Ownership/Relationship) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

- 3.1 พันธมิตรตามข้อตกลงการถือหุ้นส่วนน้อย (Minority Equity Agreement)
- 3.2 การร่วมทุน (Joint Venture)
- 4. พันธมิตรทางธุรกิจที่มีการรวมตัวกันอย่างเป็นทางการ (Formal Integration)
 - 4.1 การควบรวมกิจการ (Merger)
 - 4.2 การซื้อกิจการ (Acquisition)

ผลจากการศึกษาพัฒนาการของพันธมิตรทางธุรกิจวิทยพบว่า มีความสัมพันธ์แบบ
เซ็นสัญญา (Contractual Relation) มากที่สุด แบ่งเป็นพันธมิตรแบบเซ็นสัญญาที่ไม่ร่วมรับ
ความเสี่ยงและผลตอบแทน (Contractual without Shared risk / reward) 36 กรณี และ
พันธมิตรแบบเซ็นสัญญาที่ร่วมรับความเสี่ยงและผลตอบแทน (Contractual with Shared risk /
reward) 22 กรณี รองลงมา คือ พันธมิตรเฉพาะกิจ (Loose Market / Ad hoc Pool) 23 กรณี
และการร่วมทุน (Joint Venture) 9 กรณี ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 4.1
แสดงจำนวนของพันธมิตรทางธุรกิจวิทย (ปี 2540 – 2548)

ประเภทของพันธมิตร ในธุรกิจวิทย	จำนวนกรณีศึกษาแบ่งตามช่วงเวลา (ปี 25...)									
	40	41	42	43	44	45	46	47	48	รวม
1. พันธมิตรเฉพาะกิจ	8	4	2	2	0	0	2	2	3	23
2. พันธมิตรแบบเซ็นสัญญา										
- ไม่ร่วมรับความเสี่ยงและผลตอบแทน	2	9	1	0	2	3	3	11	5	36
- ร่วมรับความเสี่ยงและผลตอบแทน	5	4	1	0	3	1	0	1	7	22
3. พันธมิตรที่มีการจัดการด้านความเป็น เจ้าของและความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ										
- ตามข้อตกลงการถือหุ้นส่วนน้อย	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
- การร่วมทุน	2	1	0	0	3	0	1	1	1	9
4. พันธมิตรทางธุรกิจที่มีการรวมตัวกัน อย่างเป็นทางการ										
- การควบรวมกิจการ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- การซื้อกิจการ	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2
รวม	17	18	4	2	8	5	6	19	16	94

ส่วนการสำรวจสื่อโทรทัศน์นั้น พบว่า มีความสัมพันธ์แบบเซ็นสัญญา (Contractual Relation) มากที่สุด แบ่งเป็นพันธมิตรแบบเซ็นสัญญาที่ไม่ร่วมรับความเสี่ยงและผลตอบแทน (Contractual without Shared risk / reward) 72 กรณี และพันธมิตรแบบเซ็นสัญญาที่ร่วมรับความเสี่ยงและผลตอบแทน (Contractual with Shared risk / reward) 137 กรณี รองลงมา คือ พันมิตรเฉพาะกิจ (Loose Market / Ad hoc Pool) 74 กรณี การร่วมทุน (Joint Venture) 23 กรณี และการซื้อกิจการ (Acquisition) 15 กรณี ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.2

นอกจากนี้ ยังพบว่า ปริมาณความสัมพันธ์ของพันธมิตรทางธุรกิจในสื่อโทรทัศน์มีจำนวนมากกว่าสื่อวิทยุ และไม่พบการเป็นพันธมิตรแบบการควบรวมกิจการ (Merger) ดังจะได้แสดงรายละเอียดของการร่วมมือเป็นพันธมิตรทางธุรกิจวิทยุ-โทรทัศน์ ในตารางที่ 4.3 ต่อไป

ตารางที่ 4.2
แสดงจำนวนของพันธมิตรทางธุรกิจโทรทัศน์ (ปี 2540 – 2548)

ประเภทของพันธมิตร ในธุรกิจโทรทัศน์	จำนวนกรณีศึกษาแบ่งตามช่วงเวลา (ปี 25...)									
	40	41	42	43	44	45	46	47	48	รวม
1. พันมิตรเฉพาะกิจ	17	5	8	9	3	1	11	7	13	74
2. พันมิตรแบบเซ็นสัญญา										
- ไม่ร่วมรับความเสี่ยงและผลตอบแทน	10	7	9	9	0	5	8	14	10	72
- ร่วมรับความเสี่ยงและผลตอบแทน	14	6	4	9	5	11	19	30	39	137
3. พันมิตรที่มีการจัดการด้านความเป็น เจ้าของและความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ										
- ตามข้อตกลงการถือหุ้นส่วนน้อย	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2
- การร่วมทุน	3	4	1	3	0	0	3	3	6	23
4. พันมิตรทางธุรกิจที่มีการรวมตัวกัน อย่างเป็นทางการ										
- การควบรวมกิจการ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- การซื้อกิจการ	1	1	1	2	1	0	2	4	3	15
รวม	47	23	23	32	9	17	43	58	71	323

ตารางที่ 4.3

แสดงเส้นเวลาของพันธมิตรทางธุรกิจวิทยุ-โทรทัศน์ (ปี 2540 –2548)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
กุมภาพันธ์ 2540	
• บ.เวิลด์ เคเบิล เน็ทเวิร์ค จก. หรือ WCN ในกลุ่มยูคอม เข้าร่วมทุน 55% ของ บ.ไอ.เอ็น.เอ็น.เรดิโอ นิวส์ จก. เพื่อเข้าบริหารคลื่น AM ที่ยูคอมได้รับสัมปทานจากกรมประชาสัมพันธ์ เป็นเวลา 20 ปี โดยมีการประกาศว่าจะร่วมกันเข้าไปในสื่อต่างๆ ที่ยูคอมมีอยู่ ซึ่ง ไอ.เอ็น.เอ็น. มีหน้าที่ผลิตซอฟต์แวร์บ่อนให้ นอกจากนี้ ยังให้ทำข่าวท้องถิ่นลงเคเบิลทีวีด้วย เป็นกลยุทธ์แบบโลเคไลเซชัน (Localization) ► รูปแบบ – Joint Venture	• บ.เวิลด์ เคเบิล เน็ทเวิร์ค จก. หรือ WCN ในกลุ่มยูคอม ร่วมเป็นพันธมิตรกับสมาคมเคเบิลทีวี (ประเทศไทย) โดยกลุ่มยูคอมอาศัยโครงข่ายความเร็วสูงและใช้จุดแข็งของสมาคมเคเบิลฯ ที่มีสมาชิกจำนวน 40 รายทั่วประเทศ ซึ่งได้รับอนุญาตอย่างถูกต้องในการประกอบกิจการมาเป็นส่วนประกอบในกลยุทธ์ “ปาล้อมเมือง” เริ่มต้นด้วยการร่วมทุนของ บ. เชียงใหม่ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ เคเบิลทีวี เน็ทเวอร์ค จก. กับ บ.เวิลด์ เคเบิล เน็ทเวิร์ค จก. ในกลุ่มยูคอม โดยเข้ามาร่วมทุนจำนวน 30% ของทุนจดทะเบียนซึ่งเป็นรายแรกที่จะเปิดดำเนินการ แล้วจึงขยายไปยังจังหวัดอื่นๆ อย่างเช่น นครราชสีมา ชลบุรี จันทบุรี เป็นต้น โดยเงื่อนไขร่วมทุนของยูคอมที่เสนอต่อเคเบิลทีวีในต่างจังหวัด มี 4 ข้อหลัก คือ 1. การร่วมทุนจะให้ยูคอมถือหุ้นในสัดส่วนเท่าใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของตลาดในจังหวัด และจำนวนสมาชิกที่เคเบิลต่างจังหวัดมีอยู่เดิม 2. ยูคอมจะเสริมศักยภาพทางเทคโนโลยี โดยจะนำระบบ LMDS หรือคลื่นความถี่สูงมาเสริมระบบสายเคเบิลที่มีอยู่ เพื่อเพิ่มจำนวนช่องมากขึ้น ซึ่งทางยูคอมเป็นผู้ลงทุนเอง 3. ความช่วยเหลือทางด้านโปรแกรมรายการ 4. คลื่นวิทยุ เอ.เอ็ม. ที่ทางยูคอมได้มาจากกรมประชาสัมพันธ์ 40 สถานีทั่วประเทศ จะให้เคเบิลทีวีแต่ละจังหวัดเข้าไปบริหาร ► รูปแบบ – Joint Venture

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	หมายเหตุ ในเดือนพฤศจิกายน 2540 บ.เวิลด์ เคเบิล เน็ตเวิร์ค จก. (WCN) ได้ตัดสินใจถอนหุ้น 30% จาก บ. เชียงใหม่ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ เคเบิลทีวี เน็ตเวิร์ค จก. • บ.มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จก. (มหาชน) ร่วมมือกับ ธ.ไทยพาณิชย์, บ.ไทยพาณิชย์ธนพันธ์ จก. บ.วีซ่า อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล (เอเชีย-แปซิฟิก) ลิมิเต็ด, บ.เจซีบี อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จก., บ. มาสเตอร์การ์ด เอเชียแปซิฟิก (ประเทศไทย) จก., ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน, บ.เอ็ม บี เอฟ ซิทก้า แฟคเตอร์ส จก., GASA ASSISTANCE, บ.ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต จก. (มหาชน) ออกบัตรเครดิต "มีเดียไทยพาณิชย์" ซึ่งมี 3 แบบ คือ วีซ่า, มาสเตอร์การ์ด และ JCB พร้อมได้รับสิทธิพิเศษส่วนลดของห้างสรรพสินค้าโรบินสัน จำนวน 5% และสามารถใช้ส่วนลดในร้านที่มีป้าย MEDIAS ในประเทศไทย และร้านที่มีป้าย COUNTDOWN ในต่างประเทศทั่วโลก นอกจากนี้ ยังได้รับความช่วยเหลือส่งแพทย์ทั่วโลกและเงินสำรองค่ารักษาพยาบาล 125,000 บาทโดยไม่คิดดอกเบี้ยในต่างประเทศ และในกรณีที่ป่วยเกิน 7 วัน ญาติสนิทจะได้รับตัวเครื่องบินพร้อมที่พักในการมาเยี่ยมฟรีเพียงโทรศัพท์ไปยังศูนย์ GASA การออกบัตรเครดิตในครั้งนี้ บ.มีเดียฯ จะไม่ได้รับผลตอบแทนด้านวงเงิน แต่มีวัตถุประสงค์ในการขยายฐานลูกค้าต่อการทำตลาดค้าปลีก และช่องทางการจำหน่ายในอนาคต ซึ่งเน้นฐานข้อมูลด้านการชมรายการที่บริษัทผลิต โดยจะนำมาใช้ในการวิจัยและพัฒนารูปแบบรายการและสินค้าต่างๆ ต่อไป ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc pool

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	• บ.อินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จก. (มหาชน) ร่วมกับ CNN จัดโครงการ "Young Journalist Award" เพื่อเปิดโอกาสให้นิสิตนักศึกษาในสาขานิเทศศาสตร์ที่สนใจอาชีพนักข่าวเข้าฝึกปฏิบัติในองค์กรข่าวนานาชาติ ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc pool
มีนาคม 2540	
• คลื่น FM 95.5 MHz. ของ บ.ยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จก. ผลิตรายการร่วมกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว และเพื่อกระจายคลื่น FM 95.5 MHz. ไปยังสถานีเครือข่ายในต่างจังหวัด 17 แห่ง ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม ช่วงเวลา 23.00 ถึง 02.00 น. ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc pool	• ไทยสกายเคเบิลทีวี เจรจากับบริษัทเคเบิลทีวีต่างจังหวัด โดยแบ่งลักษณะพันธมิตรเป็น 3 รูปแบบ คือ ร่วมลงทุนในบริษัท, ข่ายรายการของไทยสกายให้ และแต่งตั้งให้เป็นดีลเลอร์ แต่ในปัจจุบัน ได้ดำเนินการใน 2 รูปแบบเท่านั้น คือ การขายรายการซึ่งมีเคเบิลทีวีที่แม่สอดซื้อรายการไปแพร่ภาพ ส่วนในรูปแบบแต่งตั้งเป็นดีลเลอร์ ขณะนี้มี 120 ราย โดยไทยสกายจะสนับสนุนทางด้านการตลาด ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward & Contractual with Shared risk / reward • ยูทีวี ซื้อลิขสิทธิ์ถ่ายทอดรายการฟุตบอลดิวิชั่น 1 สเปนและบุนเดสลีก้าของเยอรมัน, การแข่งขันเทนนิสยูเอสโอเพ่น, การแข่งขันเทนนิสคอมแพ็ค แกรนด์สแลม 1997, กอล์ฟ พีจีเอ ทัวร์ 1997 ซึ่งจะแพร่ภาพผ่านทางช่องยู-ซูเปอร์แซนด์ ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • ยูทีวี และ บ.แอมเวย์ (ประเทศไทย) ได้ร่วมมือกันอย่างต่อเนื่อง ด้วยข้อสัญญาในการให้พนักงานของแอมเวย์ขายบริการในการสมัครสมาชิกของช่อง UBC ด้วย

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	จากเดิมที่ขายแอมเวย์จะได้รับที่ 2% พนักงานจะได้รับเพิ่มขึ้นจากยอดขายของ UBC ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward • ยูทีวีเพิ่มช่องกีฬา และดึงค่ายหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน เข้ามาเสริมทีมงาน โดยเซ็นสัญญาร่วมมือทางด้านการบรรยายภาคภาษาไทยในการถ่ายทอดแต่ละแมต แต่ละประเภท ซึ่งยูทีวีเห็นว่าสยามกีฬาเป็นสื่อที่มีศักยภาพด้านกีฬา และยังดึงแฟนฟุตบอลของสยามกีฬาที่สนใจสมัครสมาชิกยูทีวี ► รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward
เมษายน 2540	
• บ.ทรินิตี้ เรดิโอ จก. ผู้บริหารคลื่น FM 97 MHz. เซ็นสัญญากับสำนักข่าวบีบีซี-ลอนดอน เพื่อถ่ายทอดรายการวิทยุภาคภาษาไทยผ่านดาวเทียมจากกรุงลอนดอนมาออกอากาศระหว่างเวลา 06.30-07.00 น. และ 19.30-20.00 น. ► รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • บ.มีเดียพลัส จก. (มหาชน) ได้ร่วมมือกับ บ. สแมช อินเตอร์เนชั่นแนล จก. ในการดำเนินงานวิทยุออกับสมาชิก หรือ แซทเทลไลท์ เรดิโอ โดย บ.สแมชฯ รับหน้าที่ผลิตรายการ และวางโปรแกรมทั้งหมด ส่วน บ.มีเดียพลัสฯ รับผิดชอบด้านการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งหมด รวมไปถึงการขายหรือการออกับสมาชิกด้วย ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward	

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
พฤษภาคม 2540	
	• บ.เจเอสแอล จก. เข้าร่วมงานแสดงผลงานรายการโทรทัศน์ มิป ทวี ที่เมืองคานส์ โดยสามารถขายรายการทัวริสต์ ทริป ให้กับ Hunter Television Network Co.,Ltd (HTN) ซึ่งซื้อไปเผยแพร่บนสายการบินที่เดินทางมาประเทศไทย ส่วนรายการของบริษัทอื่นที่ บ.เจเอสแอลฯ เป็นตัวแทนจำหน่าย เช่น สารคดีของ บ.พาโนรามา จก. เรื่อง "พระพุทธรูป" และ "จิตรกรรมฝาผนัง" ได้รับการติดต่อซื้อจากทาง บ. เดเจ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จก. ของประเทศเกาหลี เพื่อนำไปออกอากาศในเคเบิลทีวี ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward • ชอง 3 เข้าเป็นผู้สนับสนุนทีมนักฟุตบอลชาติไทย ส่งผลให้ถ้ามีทีมต่างประเทศเข้ามาเตะกับทีมไทยในประเทศไทย ลิขสิทธิ์ถ่ายทอดจะเป็นของชอง 3 เสมอ ซึ่งเป็นข้อตกลงระหว่างสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยและชอง 3 แต่ถ้าทีมไทยออกไปเตะนอกบ้าน การถ่ายทอดก็แล้วแต่ประเทศเจ้าภาพว่าจะขายลิขสิทธิ์ให้ใคร ด้านการตลาดโดยทั่วไปสำหรับรายการกีฬา ในกรณีที่บริษัทอื่นนำทีมต่างประเทศเข้ามาเตะกับทีมชาติไทย จะแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผู้นำเข้าจะทำงานร่วมกับชอง 3 ในเรื่องของลิขสิทธิ์การถ่ายทอดและจะแบ่งหน้าที่ในการขายโฆษณาอีกลักษณะหนึ่ง คือ คิดค่าเช่าเวลาในช่วงนั้นให้ผู้นำเข้าไปบริหารเองทั้งหมด รวมทั้งการขายด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัน เวลา และความยาวการออกอากาศ ► รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	• บ.สยามสปอร์ต ซินดิเคท จก. ร่วมกับช่อง 7 สี จัดการแข่งขันฟุตบอลนัดพิเศษ และถ่ายทอดสดผ่านทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นจำนวน 3 รายการใหญ่ โดยมีการนำทีมไอร์แลนด์เหนือ, เซลซี และแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด มาเตะกับทีมชาติไทย ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc pool • บ. อินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จก. (มหาชน) หรือไอบีซี ได้มีการขายหุ้นเพิ่มทุนให้กับกลุ่มเน็คโซ ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ บ.มัลติช้อยส์ อินเตอร์เนชั่นแนล โฮลดิ้ง จก. (มหาชน) หรือ MIH โดยมีสัดส่วนการถือหุ้น 15% สาเหตุที่ไอบีซี ได้มีการเพิ่มทุนนั้น เนื่องจากต้องรับภาระต้นทุนการดำเนินงานที่สูงขึ้นในส่วนของ การพัฒนาระบบการส่งสัญญาณให้แก่สมาชิก และทาง MIH ถือเป็นผู้มีประสบการณ์ด้านธุรกิจโทรทัศน์ บอกรับสมาชิก ▶ รูปแบบ – Minority Equity Agreement • บ.ทราฟฟิกคอร์ปอเรชั่น จก., ไทยทีวีสีช่อง 3, บ.ซี.ซี.วิชั่น จก. และ บ.ไรท์ พิคเจอร์ จก. ร่วมกันนำสารคดีชุดพิเศษ “ชีวประวัติเด็ก เสี้ยวผิง” มาแพร่ภาพในประเทศไทย โดยออกอากาศทางช่อง 3 เวลา 23.00-24.00 น. และ บ.ไรท์ พิคเจอร์ฯ ยังได้ลิขสิทธิ์นำไปทำเป็นวิดีโอ ส่วน บ.ซี.ซี.วิชั่นฯ นั้น เป็นตัวแทนการจัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่าง บ.อี.ซี.ไอ. กรุ๊ป จก. ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ และ บ.ไชน่า ทีวี โปรแกรมเอเยนซี จก. ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc pool

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
มิถุนายน 2540	
	• ททบ. 5 และบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CP) ร่วมกับสถานีโทรทัศน์ซีซีทีวีจากประเทศจีน ทำหน้าที่ถ่ายทอดสดพิธีการรับมอบเกาะฮ่องกงคืนสู่มาตุภูมิ ในรายการ “คืนแดนมังกร” ออกอากาศทาง ช่อง 5 โดย ททบ. 5 ได้ส่งทีมงานทั้งผู้สื่อข่าวและผู้ดำเนินรายการไปประจำเกาะฮ่องกงและประเทศจีน ส่วนด้านการตลาดนั้น ทาง ททบ. 5, บริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ และ บ.ซีซีวีชั่น จก. ซึ่งเป็นบริษัทที่ร่วมทุนกับซีซีทีวี ไม่ได้มุ่งหากำไร เนื่องจากเป็นการจัดขึ้นเพื่อสร้างภาพพจน์ ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc pool • บ.พาโนรามา ดอคคิวเม้นทารี จก. ร่วมมือกับกลุ่มผู้ผลิตสารคดีจากประเทศญี่ปุ่น โดยการสนับสนุนของรัฐบาลญี่ปุ่นเพื่อสร้างสารคดีเกี่ยวกับพระพุทธศาสนา เป็นการถ่ายทำสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนาทุกแห่งทั่วโลก ส่วนแผนงานทางด้านการตลาดจะจำหน่ายสารคดีชุดนี้สู่ตลาดทั่วโลก ซึ่งรัฐบาลญี่ปุ่นและบริษัทของญี่ปุ่นจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการถ่ายทำทั้งหมด ส่วน บ.พาโนรามาฯ สนับสนุนเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน สำหรับสัดส่วนการถือหุ้นในการผลิตสารคดีพระพุทธศาสนานั้น ทางด้าน บ.พาโนรามาฯ 60% รัฐบาลและเอกชนญี่ปุ่น 40% ระยะเวลาในการถ่ายทำจะใช้เวลาทั้งสิ้น 3 ปีหรือมากกว่า - นอกจากนี้ ยังจะร่วมมือกับรัฐบาลจีนและ บ.ซีอาร์ทีวี ของจีนสร้างสารคดีเกี่ยวกับความยิ่งใหญ่และนำพิศวงของกำแพงเมืองจีน โดยจะเริ่มงานในปี 2541 และใช้เวลาประมาณ 5 ปี

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสีเขียว	พันธมิตรทางธุรกิจสีเทา
	▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward <u>หมายเหตุ</u> บ.พาโนรามา ดอควิเมนต์ารี จก. ได้ประกาศระงับโครงการข้างต้นในเดือนสิงหาคม 2540 เนื่องจากผู้ร่วมทุนทั้งญี่ปุ่น จีน และ บ.พาโนรามาฯ ยังไม่พร้อมในด้านงบประมาณ ซึ่งเป็นผลจากการประกาศค่าเงินบาทลอยตัวของรัฐบาล ทำให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูงขึ้นตามไปด้วย • ช่อง 11 ได้ปรับปรุงผังรายการ ช่วงเวลา 17.30 – 18.30 น. ที่เคยเป็นรายการข่าวค่ำและสารคดี เปลี่ยนเป็นรายการสารคดีที่น่าสนใจจากทั่วโลก โดยได้ดึง บ.มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จก. (มหาชน) เข้ามาดำเนินงาน ในฐานะผู้ร่วมทุนของสถานีตามข้อสัญญาที่ทำร่วมกัน คือ บ.มีเดีย ออฟ มีเดียส์ฯ ไม่ต้องเสียค่าเช่าเวลา แต่รายได้ที่หามาได้จากผู้สนับสนุนต้องแบ่งให้สถานี 30% และต้องเป็นรายได้ที่ไม่ต่ำกว่า 35,000 บาท/ชั่วโมง และจะนำรายการที่มีคุณภาพและน่าสนใจมาออกอากาศ นอกจากนี้ ช่อง 11 ยังให้เวลาช่วงบ่ายของวันเสาร์ และวันอาทิตย์ วันละครึ่งชั่วโมง ในการนำภาพยนตร์จีนเรื่องสามก๊กมาแพร่ภาพอีกด้วย ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward • กรมประชาสัมพันธ์ได้อนุญาตให้ไอทีวีเข้ามาใช้สถานีเครือข่ายเขตในต่างจังหวัดชั่วคราว เนื่องจาก ไอทีวีจะต้องส่งสัญญาณแพร่ภาพได้ทั่วประเทศภายในปีนี้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	ส่วนข้อตกลง คือ ไอทีวีจะเข้ามาช่วยปรับปรุงอาคารสถานที่และเสาส่งอากาศให้กับกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 18 แห่ง ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward • ไอทีวีร่วมมือกับสถานีโทรทัศน์ในแถบเอเชีย 6 สถานี ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ NTV ของญี่ปุ่น, TVB ของฮ่องกง, CTV ไต้หวัน, CTS สิงคโปร์, CCTV จีน และ SBS เกาหลี ในการร่วมกันผลิตรายการ (Join Production) คือ รายการ Super Asean เป็นการเสนอเรื่องราวชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มคนรุ่นใหม่ในแต่ละประเทศให้มีความสอดคล้องกัน สำหรับช่วงท้ายของรายการ คือ ช่วง Number One in Asia จะเป็นความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิงของแต่ละประเทศทั้งภาพยนตร์ เพลง และอื่นๆ โดยจะนำรายการของประเทศต่างๆ ที่ร่วมมือกันมาเสนอทางโทรทัศน์ของแต่ละประเทศในเวลาประมาณครึ่งชั่วโมงต่อสัปดาห์ ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • ยูทีวีร่วมกับสตาร์สปอร์ต ดิงแฟนกีฬาเทนนิสร่วมลงคะแนนให้กับนักเทนนิสวิมเบิลดันประจำปี 1997 เพื่อชิงรางวัลตั๋วเครื่องบินไป-กลับ กรุงเทพฯ-สิงคโปร์ 2 ที่นั่ง ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • ยูทีวีได้รับลิขสิทธิ์แพร่ภาพรายการบันเทิงของประเทศญี่ปุ่นทางเคเบิลทีวีเพียงรายเดียว คือ รายการ "JET TV"

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	ซึ่งเป็นรายการที่เกิดจากความร่วมมือของ 3 บริษัทชั้นนำ คือ ซูมิโตโม คอร์ปอเรชั่น, โตเกียว บรอดคาสติ้ง ซิสเต็ม, และ เทเลคอมมูนิเคชั่น ซึ่งเป็นผู้ให้บริการเคเบิลทีวีรายใหญ่ของสหรัฐฯ โดยรูปแบบรายการมีทั้งละครร่วมสมัย การ์ตูน สารคดี กีฬา และดนตรี ซึ่งจะแพร่ภาพทั้งภาษาไทยและญี่ปุ่น ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward
กรกฎาคม 2540	
• บ.ยูแอนดีโอ คอร์ปอเรชั่น จก. จัดกิจกรรมฉลองครบรอบ 5 ปี ให้ผู้ฟังและสมาชิกชิงรางวัลรถยนต์มาสด้า, ตัวเครื่องบินไป-กลับ กรุงเทพฯ-นิวยอร์กและอื่นๆ โดยมีสปอนเซอร์หลัก คือ มาสด้า รองลงมา คือ สายการบินนอร์ธเวสต์ น้ำดื่มสปริงเคิล เครื่องดื่มไอซ์ทีและโรงแรมฮิลตัน และร่วมกับโรงพยาบาลนครโอจี ให้ผู้ฟังลุ้นรับบัตรชมภาพยนตร์ฟรี 48 รอบ ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • บ.ยูแอนดีโอ คอร์ปอเรชั่น จก. ร่วมกับ บ.สามารต คอร์ปอเรชั่น จก. (มหาชน) จัดทำโฆษณาของบ.ยูแอนดีโอฯ เพื่อใช้ในการสร้างความสัมพันธ์ให้กับลูกค้าที่ต้องการทราบรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท และสามารถสมัครสมาชิก แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ รวมทั้งขอเพลง ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward	• ไอบีซี เข้าถือหุ้น 70% ของ บ.แซทเทลไลท์ เซอร์วิส จก. หรือเอสเอสวี บริษัทในเครือ บ.ชินวัตร แซทเทลไลท์ จก. (มหาชน) ผู้ให้บริการเช่าอุปกรณ์เครือข่ายดิจิทัลดีทีเอช ซึ่งส่งผลให้บริการธุรกิจเคเบิลของไอบีซีมีศักยภาพมากขึ้น เพราะจะได้สิทธิในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของ IREDETO แต่เพียงผู้เดียวในประเทศ และสามารถส่งข้อมูลไปยังรายสมาชิกได้โดยตรง ▶ รูปแบบ – Acquisition (Takeover) • บ.บีอีซี เวิลด์ จก. (มหาชน) ร่วมเป็นพันธมิตรกับ บ.ซีวดี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จก. (มหาชน) โดย บ.บีอีซี ได้ถือหุ้นเพิ่มทุนของ บ.ซีวดี ในสัดส่วน 20% ของทุนจดทะเบียนทั้งหมด หรือ 7.2 ล้านบาท ในราคาหุ้นละ 45 บาท รวมเป็น 324 ล้านบาท สำหรับประโยชน์ที่เกิดขึ้น คือ ทาง บ.บีอีซี จะนำละครที่ออกอากาศไปแล้วมาผลิตเป็นวิดีโอเทปออกจำหน่ายและให้เช่า โดยความรับผิดชอบของ บ.ซีวดี

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
• บ.โพเรท เรดิโอ จก. ร่วมมือกับ บ.ฟรานซิสโก บิสซิเนส กรุ๊ป จก. สร้างสตูดิโอผลิตรายการวิทยุขนาดใหญ่ที่สุดในเมืองไทยที่ชั้น 7 มาบุญครอง ซึ่งการย้ายบริษัทครั้งนี้ บ.โพเรทฯ ไม่ต้องลงทุนเพิ่มเติม เนื่องจากอุปกรณ์เก่าทั้งหมดยังใช้ได้อยู่ ส่วนค่าเช่าสถานที่จะเป็นการบาร์เตอร์ระหว่าง บ.โพเรทฯ กับ บ.ฟรานซิสโกฯ ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • บ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป ผู้บริหารคลื่นวิทยุ FM 97.0 MHz. นิวส์ แอนด์ มิวสิคสเตชัน ร่วมกับ บ.ทรินิตี้ เรดิโอ จก. ในเครือบริษัท เอ.วี.แอดส์ จก. ได้มีการปรับเปลี่ยนผังรายการ โดยทาง บ.เนชั่นฯ ได้ลดการผลิตรายการลงและคืนเวลาให้กับ บ.ทรินิตี้ฯ ซึ่ง บ.เนชั่นฯ ยังคงผลิตรายการ “สายตรงห้องข่าว” และ “Nation News Talk” เช่นเดิม ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward <u>หมายเหตุ</u> กันยายน 2540 ทาง บ.เนชั่นฯ ได้แจ้งยกเลิกสัญญาว่าจ้างผลิตข่าวและรายการทั้งหมด • หลังจากที บ.ทราฟฟิกคอรันเนอร์ เรดิโอ จก. ได้บริหารคลื่น FM 95.0 MHz. มาเป็นเวลา 4-5 เดือน แต่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากรูปแบบรายการไม่ชัดเจน ขณะที่กลุ่มผู้ฟังเดิมยังชอบฟังเพลงคลาสสิก บริษัทจึงได้ติดต่อ บ.รถไฟดนตรีให้เข้ามาดำเนินการแทนในช่วงของเพลงไทยสากล แต่ยังคงช่วงเพลงคลาสสิกไว้ ดำเนินการโดย อ.ส.ม.ท. วันละ 8 ชั่วโมงตามสัญญา โดยทาง บ.ทราฟฟิกฯ จะดูแลด้านการตลาดให้ บ.รถไฟดนตรีฯ	นอกจากนี้ จะร่วมกันซื้อซอฟต์แวร์ต่างประเทศผ่านทาง บ.ซีวิตีฯ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับผู้ผลิตต่างประเทศ ซึ่งจะได้ราคาถูกลง เนื่องจาก บ.ซีวิตีฯ จะซื้อเป็นแพ็คเกจทั้งลิขสิทธิ์วีดีโอและฟรีทีวี โดย บ.ซีวิตีฯ ยังได้ประโยชน์ทางด้านสื่อในการโปรโมตสินค้าอีกด้วย ► รูปแบบ – Minority Equity Agreement • บ.ซีวิตี อินเตอร์เนชั่นแนล จก. เข้าร่วมทุนกับ บ.เคพีเอส จก. (ฮ่องกง) และกลุ่มผู้ดำเนินธุรกิจโทรทัศน์ทีวีบี จัดตั้ง บ.ซีวิตี เร็นท์ คอม จก. ในสัดส่วน 40 / 40 / 20 ตามลำดับ มีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 20 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจในลักษณะ “โปรฟิต แชร้ง” ซึ่งเป็นการทำธุรกิจแบบผลประโยชน์ต่างตอบแทนระหว่างบริษัทกับศูนย์เช่าวีดีโอในสัดส่วน 50 / 50 ทั้งนี้ทางบริษัทจะลงทุนซอฟต์แวร์ให้ก่อน และให้ทางร้านผ่อนชำระภายหลัง โดยจะช่วยลดปัญหาเรื่องต้นทุนลิขสิทธิ์ และการถูกก๊อปปี้สินค้า ► รูปแบบ – Joint Venture

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward • นายวิทยา ศุภพรโสภาส ร่วมกับ บ.ทราฟฟิก คอร์ปเนชั่น เรดิโอ จก. เปิดคลื่น FM 90 MHz. ภายใต้ชื่อ “ลูกทุ่งเอฟ.เอ็ม.” เดิมเป็นคลื่นบูมเรดิโอของ บ.มีเดีย ออฟ มีเดียส์ โดยนายวิทยาจะดูแลด้านการผลิต ส่วน บ.ทราฟฟิก เรดิโอฯ ดูแลด้านการตลาดและการขายโฆษณา ซึ่งนายสุรพงษ์ เจริญชาญชัย ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการบริษัท และนายไพวงศ์ เตชะภัยวงศ์ ผู้ร่วมหุ้นอีกคนหนึ่งดูแลด้านการบริหาร ในตำแหน่งประธานกรรมการบริหาร ซึ่งได้ตั้ง บ.ลูกทุ่ง เอฟ.เอ็ม. 90 จก. ขึ้นมาดำเนินงาน ในช่วงเดือนสิงหาคม 2540 ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward	
สิงหาคม 2540	
• คลื่นไฟเรท ร็อค 89.0 ร่วมกับคลื่น เลิฟ เอฟ.เอ็ม. 103.5 จัดคอนเสิร์ต “เลิฟ-ร็อค” ขึ้น นำนักร้องสองแนว ทั้งเพลงร็อคและเพลงรักขึ้นเวทีการแสดง ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • บ.มีเดียพลัส จก. (มหาชน) ผู้บริหารคลื่น FM 107 MHz. Soft FM ได้ร่วมกับ บ.รีคเรคคอร์ด จก. และ บ.บีเอ็มจี ประเทศไทย จก. จัดโปรโมชันผลิตเทปและซีดี 3 ชุด ออกจำหน่าย แบ่งเป็นค่ายรีคเรคคอร์ด 2 ชุด คือ The Best of Time Life นำทำนองเพลง POP ทั้งหมดมาทำเป็นเพลงบรรเลงและ อัลบั้ม Romantic Moods รวมเพลงฮิตทั่วโลกที่ออกอากาศในคลื่น FM 107 MHz.	• ททบ. 5 ร่วมกับ บ.ล็อกซ์เลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จก. นำระบบดิจิตอลมาปรับปรุงห้องส่ง และผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อแพร่ภาพรายการต่างๆ ของทางสถานี เป็นการรองรับในอนาคตซึ่งใช้แทนคอมแพค ดิสก์ เหตุผลที่ทาง ททบ. 5 ได้ทำการเลือก บ.ล็อกซ์เลย์ฯ เนื่องจากได้ยื่นเรื่องผ่านการประมูล ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
ส่วนค่ายบีเอ็มจีฯ เป็นการรวมเพลงในค่ายที่เปิดออกอากาศทางคลื่น FM 107 MHz. เช่นกัน ชื่อชุด Sweet Soft and Trendy สำหรับรายได้จากการขายเทปจะเป็นของค่ายเทป โดยมี บ.เดียพลัสฯ จะเป็นผู้โปรโมทให้ทางคลื่นวิทยุ ซึ่งเป็นการร่วมกิจกรรมกับผู้ฟังผ่านคลื่น FM 107 MHz. และมีรายได้จากการขายเทป 5% รวมทั้งได้รอยัลตี้ นอกจากนี้ ยังร่วมมือกับ VMP Records และนิตยสาร Trendy Man เพื่อรวบรวมเพลงที่เคยเป็นที่นิยมและรู้จักกันดี ในอัลบั้ม "107 Trendy Remarks" ก่อนหน้านั้น บ.มีเดียพลัสฯ เคยร่วมกับ บ.ยูนิเวอร์แซล มิวสิค (ประเทศไทย) จก. ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยสถานีวิทยุจุฬา และ บ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จก. ได้ลงนามความร่วมมือในโครงการเตรียมความรู้สู่มหาวิทยาลัย หรือ "จุดประกายเอนทรานซ์" โดยออกอากาศทางสถานีวิทยุจุฬา FM 101.5 MHz. และถ่ายทอดสัญญาณครอบคลุมทั่วประเทศ ผ่านคลื่น AM 1107 MHz. สถานีวิทยุมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ ด้วยระบบสเตอริโอ เน็ตเวิร์ค ทุกวัน และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการฟังรายการวิทยุทาง บ.เนชั่นฯ จึงผลิตนิตยสารรายสัปดาห์ "จุดประกาย Ent" เพื่อใช้เป็นคู่มือประกอบการฟัง โดยปกหน้าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับเนื้อหาการเรียน ส่วนปกหลังเป็นเรื่องเกี่ยวกับสาระและความบันเทิงควบคู่กันไป นอกจากนี้ ยังใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อเสริมความรู้อีกทางหนึ่ง ทำให้สามารถมีการโต้ตอบกันได้ระหว่างนักเรียนกับอาจารย์ผู้สอน	• ช่อง 9 ร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) จัดทำเรตติ้งทางวัฒนธรรมขึ้น โดยได้ทำการเชิญนักวิชาการจากสถาบันอุดมศึกษา และสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ เข้าร่วม เพื่อช่วยเหลือนายการสารประโยชน์อยู่ได้ ในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ซึ่งรายการที่ได้เรตติ้งทางวัฒนธรรมดี จะมีรางวัลพร้อมทั้งหาทางช่วยเหลือด้วยการทำประชาสัมพันธ์หรือลดค่าเช่าเวลา ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • บ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จก. และ บ.สตาร์วิชั่น จก. ได้ร่วมมือกันผลิตรายการเกมโชว์ชื่อ "กาลีเลโอ ชุด A E I for You" ออกอากาศทางช่อง 9 โดยความต้องการดังกล่าวมีจุดเริ่มต้นจาก บ.สตาร์วิชั่นฯ ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายการกาลีเลโอเกม และเห็นว่าควรมีการปรับรูปแบบรายการใหม่ บวกกับลิขสิทธิ์เกมจากประเทศญี่ปุ่นที่ใช้เป็นวีทีอาร์ได้หมดสัญญาลง การร่วมมือกันครั้งนี้ ทาง บ.เนชั่นฯ จะเป็นผู้รับผิดชอบด้านค่าใช้จ่ายในการผลิตทั้งหมด ในการเปลี่ยนแปลงโฉมใหม่ของรายการ ส่วนการหาผู้สนับสนุนรายการนั้นจะเป็นการร่วมมือกัน ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
กันยายน 2540	
มีการจัดกิจกรรมเพิ่มเติม เช่น การจัดสอบฟรี เอนทรานซ์ทั่วประเทศ โดยคณาจารย์จากจุฬาฯ เป็นผู้ออกข้อสอบและตรวจข้อสอบ และยังดำเนินการกิจกรรมแนะแนวสัณจร “จุดประกายเอนทรานซ์” ซึ่งเป็นการจัดนิทรรศการและอภิปรายตามภูมิภาคหลักๆ ของประเทศ ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • บ.บรรดาศาสตัง เน็ทเวอร์ค (ไทยแลนด์) จก. หรือบีเอ็นที ของนายอิทธิวัฒน์ เพียรเลิศ ผู้บริหารคลื่น FM 94.5 MHz. และ FM 103.5 MHz. บ.สตาร์ เรดิโอ จก. ของค่ายเจเอสแอล ผู้บริหารคลื่น FM 102.5 MHz. และ บ.โฟเรท เรดิโอ จก. ของนาย วิจิตร เลิศรัตนชัย ได้ร่วมกันเจรจาความร่วมมือทางด้านการดำเนินงานธุรกิจวิทยุของทั้ง 3 บริษัท ผลการเจรจาเหลือเพียง บ.บีเอ็นทีกับ บ.สตาร์ เรดิโอ เท่านั้น โดยจะเป็นการร่วมกันบริหารด้านการผลิตและการตลาด ที่จะนำเวลาของทั้งสองสถานี คือ FM 102.5 MHz. สตาร์ เรดิโอ ขายเป็นแพ็คเกจเดียวกับ FM 94.5 MHz. และ FM 103.5 MHz. ของ บีเอ็นที ทางด้านการผลิตและการตลาดทั้งหมดบีเอ็นทีเป็นผู้บริหารงาน รวมทั้งสำนักงานและห้องส่งออกอากาศบางส่วนก็จะย้ายไปอยู่ที่อาคารบีเอ็นที สุขุมวิท 49 ทั้งนี้ทางผู้บริหารสตาร์ เรดิโอ กล่าวว่า ไม่ได้เป็นการถูกเทคโอเวอร์ เพียงแต่เป็นการนำคลื่นเข้าไปรวมอยู่กับคลื่นอื่นๆ ของบีเอ็นที เพื่อลดต้นทุนในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการบริหาร การผลิต การตลาด ซึ่งเป็นหนทางเดียวในการเพิ่มกำไร จากภาวะเศรษฐกิจ	• ไอบีซี ได้ลงนามในสัญญากับเอชบีโอ เอเชีย เพื่อแพร่ภาพสถานีภาพยนตร์ “ซีนีแม็กซ์” ให้แก่สมาชิกเพิ่มขึ้นจากช่องเอชบีโอ ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • บ.มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จก. (มหาชน), บ.เจเอสแอล จก., บ.กันตนา กรุ๊ป จก., บ.เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จก., บ.แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จก. (มหาชน), และ บ.ทีวีสันเตอร์ จก. ฯลฯ ได้นัดประชุมเพื่อยื่นข้อเสนอต่อ ผอ. ช่อง 5 ให้พิจารณาลดค่าเช่าลงมาอีก เพื่อความอยู่รอดของบริษัทต่างๆ หากข้อเสนอไม่ได้รับการตอบสนองก็อาจจะมีการขอคืนเวลาแก่สถานี ต่อมาทาง ททบ. 5 ได้ประกาศลดค่าเช่าเวลาทุกรายการตลอดทั้งวันเฉลี่ยลงอีก 24% โดยช่วงรายการเด็กและเยาวชนลด 30% ช่วงไพรม์ไทม์ลด 25% จากที่เคยลดลงมาแล้ว 5-10% เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2540 ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • บ.มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จก. (มหาชน) ได้ร่วมกับ บ.เบอร์ลี ซุกเกอร์ จก. (มหาชน) บ.ไทยอัลติเมทคาร์ จก. และ ททบ. จัดรายการ “ท้าเทียวไทยไปกับเทสโต” ในการดำเนินงานครั้งนี้ต่างหวังเป็นส่วนหนึ่งที่จะกระตุ้นให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้น และเพื่อร่วมสนองโครงการอะเมซิงไทยแลนด์ 1998-1999

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
สาเหตุที่รวมกับบีเอ็นทีนั้น นายชยเดช คำนวน ให้เหตุผลว่า เนื่องจากรู้จักกันเป็นการส่วนตัวมานาน ทำให้มีความเชื่อมั่นในการทำธุรกิจร่วมกัน ทางด้านเจเอสแอล ก็ยังสนับสนุนการขายโฆษณาคลื่น FM 102.5 MHz. พ่วงกับรายการโทรทัศน์ให้กับลูกค้าที่มีความสนใจ ขณะเดียวกันก็อยู่ระหว่างการวางแผนนำนิตยสารเปรียวเข้าไปร่วมเป็นแพ็คเกจด้วย ทำให้มีสื่อโฆษณาที่จัดทำขึ้นครบวงจร ทั้งนิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์ ซึ่ง บ.สตาร์ เรดิโอ จก. นั้นถือหุ้นโดยเจเอสแอล 50% และนายชยเดช คำนวน เจ้าของนิตยสารเปรียวอีก 50% ทางด้านรูปแบบรายการของคลื่น FM 102.5 MHz. นั้น ต้องทำการปรับเปลี่ยนให้เป็นแนวเพลงที่จับกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น เนื่องจากรูปแบบเดิมจะเจาะกลุ่มวัยทำงานเช่นเดียวกับคลื่น FM 94.5 MHz. เพื่อไม่ให้เกิดการแข่งขันกันเอง ส่วนช่วงข่าวสตาร์ นิวส์ ยังคงไว้เช่นเดิม เพราะเป็นข้อตกลงกับหน่วยงานเจ้าของคลื่น สำหรับ บ.ไพเรท เรดิโอ จก. ไม่สามารถบรรลุข้อตกลงได้ โดยมีการวิเคราะห์ว่า สิ่งที่ทำให้บีเอ็นทีและ บ.ไพเรทฯ เจรจากันหลายรอบ คือ เรื่องตัวเลขรายได้ของแต่ละฝ่าย และโครงสร้างการทำงาน เนื่องจาก บ.ไพเรทฯ ต้องการยกทีมเกือบ 40 คนไปรวมอยู่กับทีมของบีเอ็นทีด้วย แต่ทางบีเอ็นทีปฏิเสธ เพราะจะทำให้โครงสร้างบริษัทใหญ่เกินความจำเป็น และสวนทางกับเหตุผลการรวมตัว ที่ต้องการลดต้นทุนของทั้ง 2 ฝ่ายลง และทาง บ.ไพเรทฯ ได้จึงได้หาทางออกใหม่ โดยดึงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจบันเทิงกว่า 10 คน เข้ามาช่วยปรับปรุงและเซตระบบบริหารใหม่ทั้งหมดแล้ว	โดยเปิดโอกาสให้ผู้ชมรายการของ บ.มีเดีย ออฟมีเดียส์ฯ ส่งชิ้นส่วนมันฝรั่งเทศโต และสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยมายังรายการ เพื่อชิงรางวัลคือ แพ็คเกจท่องเที่ยวในประเทศจากหนุ่มสาวทัวร์ และรถยนต์แลนดิโรเวอร์ ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • ภายหลังจากที่ บ.เวิลด์เคเบิลเน็ตเวิร์ค จก. หรือ WCN ได้ชะลอการลงทุนร่วมกับสมาชิกสมาคมเคเบิลธุรกิจ ทางสมาคมฯ จึงได้ร่วมมือกันพัฒนาคุณภาพของรายการและเทคโนโลยีที่ใช้ โดยได้จัดตั้งคณะกรรมการขึ้น 1 ชุด เพื่อดำเนินการประสานงานและเจรจาเรื่องจัดซื้อรายการกับผู้ค้าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์รายการจากต่างประเทศ เพื่อนำรายการที่มีคุณภาพมาแพร่ภาพ เนื่องจากการสร้างอำนาจต่อรองในด้านราคาค่าบริการ เพราะเจ้าของลิขสิทธิ์จะคิดค่าบริการต่อหัวสมาชิก ดังนั้น หากผู้ให้บริการเคเบิลในท้องถิ่นแต่ละรายที่มีสมาชิกในสังกัดเพียง 5,000-6,000 ราย จะไม่มีกำลังซื้อรายการ ในขณะที่ผู้ขายก็ไม่ต้องการจำหน่ายลิขสิทธิ์ให้กับผู้ที่มีสมาชิกในปริมาณต่ำ การรวมตัวกันซื้อลิขสิทธิ์ในนามสมาคมจึงมีความเป็นไปได้ที่จะซื้อในราคาต่ำ ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
ประกอบด้วย วนิดา ทักษิณากินันท์ ผู้บริหารเก่าของ มีเดียพลัส, ยวดี บุญครอง จากมีเดีย ออฟ มีเดียส์, วิทยา ศุภพรโอบาส และจากฤก กัลย์จาฤก จากทาง กันตนา เป็นต้น ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward หมายเหตุ ทั้ง 3 บริษัทได้เริ่มเจรจาในเดือนกันยายน 2540 และสรุปผลได้ในช่วงต้นเดือนตุลาคม 2540 หลังจากที่บีเอ็นทีและนายชเยนทร์ คำนวณ ร่วมงานกัน จนสามารถบริหารคลื่นวิทยุได้ถึง 4 สถานี คือ FM 94.5, FM 102.5, FM 103.5 และ FM 104.5 MHz. นั้น ต่อมาในเดือนกันยายน 2542 จึงได้ ทำการแยกการบริหารคลื่นวิทยุออกเป็น 2 บริษัท คือ บ.บรอดคาสติ้ง เน็ตเวิร์ค (ไทยแลนด์) จก. หรือบี เอ็นที ทำการบริหารคลื่น FM 94.5 MHz. โดย ม.ร.ว. รุจยาภา อาภากร เป็นกรรมการผู้จัดการ ส่วนอีก 3 คลื่น ที่นายชเยนทร์ คำนวณ เป็นเจ้าของสัมปทาน นั้น บริหารโดยบริษัทใหม่ คือ บ.คลิก เรดิโอ จก. ซึ่งมี นางวนิดา วรรณศิริกุล เป็นกรรมการผู้จัดการ นาย วาสนพงษ์ วิชัยยะ ดำรงตำแหน่งผู้จัดการฝ่าย การตลาด และนายยุทธนา บุญอ้อม เป็นผู้จัดการ ฝ่ายรายการ โดยสาเหตุของการแยกบริษัทครั้งนี้ มา จากการไม่ประสบความสำเร็จจากการขายแพ็คเกจ ร่วมกัน อีกทั้งทางบีเอ็นทีต้องการตัดภาระหนี้และ ยอดขาดทุน และมีแนวคิดทางการบริหารงานไม่ ตรงกัน	• ช่อง 3 ช่วยเหลือ ผู้ผลิตรายการที่ถือว่าเป็นพาร์ต เนอร์ของสถานี ด้วยการจัดแพ็คเกจโฆษณาที่ไม่ สามารถขายได้หมดในแต่ละรายการมาให้บริการกับ ลูกค้า และให้ใช้สตูดิโอในการจัดรายการฟรี นอกจากนี้ ยังเป็นตัวกลางในการติดต่อระหว่างผู้ผลิต รายการที่มีรูปแบบคล้ายกันมารวมเป็นรายการเดียว ซึ่งจะทำให้การขายรายการง่ายขึ้น ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • ช่อง 11 ร่วมมือกับ บ.ทราฟฟิเคอร์ร่นเนอร์ จก. ดำเนินรายการกีฬา ในการถ่ายทอดสดฟุตบอลยูโร “ยูฟ่า แชมป์เปียนลีก” ประจำปี 2540-2543 เป็น เวลาต่อเนื่อง 3 ปี โดยช่อง 11 ต้องจ่ายค่าลิขสิทธิ์ให้ ยูฟ่าปีละ 6-7 ล้านบาท และเชื่อมโยงสัญญาณ ดาวเทียม สำหรับการเข้ามาของ บ.ทราฟฟิฯ ในครั้ง นี้ ถือเป็นการช่วยเหลือเพื่อเสริมรายการดีๆ ให้กับ ช่อง 11 ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward • ช่อง 11 เปลี่ยนรูปแบบการเช่าเวลา เนื่องจากทำให้ผู้ผลิตรายการบางรายขาดทุนและไม่สามารถ ดำเนินรายการต่อไปได้ จึงหันมาใช้วิธีการแบ่ง สัดส่วนรายได้จากผู้สนับสนุนรายการ สำหรับผู้ผลิต รายการที่มีคุณภาพและทำรายการยาวอย่างต่ำ 1 ชั่วโมง โดยให้ผู้ผลิตรายการ 70% ในฐานะผู้ลงทุน ด้านค่าผลิตรายการ และสถานีได้ส่วนแบ่ง 30% ใน ในฐานะผู้ลงทุนด้านเวลา เช่น รายการกรองสถานการณ์

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	ซึ่งเป็นรายการของสถานี แต่มีผู้ผลิตให้และแบ่งสัดส่วนรายได้จากผู้สนับสนุนรายการ ส่วนรายการของ บ.มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จก. (มหาชน) ทั้งหมด สถานีเป็นผู้ลงทุนด้านเวลา แต่ บ.มีเดีย ออฟ มีเดียส์ฯ จะลงทุนด้านผลิตรายการ นอกจากนี้ ยังมีรูปแบบในลักษณะที่สถานีซื้อลิขสิทธิ์รายการจากต่างประเทศมาแล้วให้ บ.เอกชนเข้ามาช่วยทำการตลาด และหาผู้สนับสนุน และแบ่งสัดส่วนรายได้กัน ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward • บ.เจเอสแอล จก. บ.กันตนา กรุ๊ป จก. และ บ.เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จก. ได้ร่วมกันยื่นข้อเสนอให้ทางช่อง 7 ลดค่าเช่าเวลาลงอีกระดับหนึ่ง ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool
ตุลาคม 2540	
	• ยูทิว นำรายการที่ซื้อลิขสิทธิ์แบบควบ คือ สามารถออกอากาศได้ทั้งเคเบิลทีวีและฟรีทีวี มาแบ่งให้กับผู้ให้บริการฟรีทีวีออกอากาศ อย่างเช่น รายการฟุตบอลนุเดสลีกาลีกที่นำรายการบางส่วนไปแพร่ภาพทางช่อง 3 เนื่องจากช่วยแบ่งเบาภาระต้นทุนบางส่วน เพราะมีรายได้จากการขายโฆษณา และยังมีส่วนในแง่ที่ยูทิวจะได้รับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านหน้าจอโทรทัศน์ เพราะการออกอากาศในฟรีทีวีมีเวลาจก. หากผู้บริหารประสงค์จะชมรายการขนาดยาวก็จะหันมาสมัครเป็นสมาชิกของยูทิว ซึ่งค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการยูทิวเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด และรายได้จากค่าโฆษณาจะแบ่งในสัดส่วน 60 : 40 โดยยูทิวได้รับ 60%

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	นอกจากนี้ ยูทีวีและไอบีซียังร่วมมือกันในการใช้ซับไตเติล หรือการแปลภาษาไทยร่วมกัน ในการพากย์รายการ HBO และ Discovery ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 (ททบ.5) ตั้งบริษัทร่วมทุนอย่างเป็นทางการ คือ บ.ททบ.5 มาร์เก็ตติ้ง จก. ซึ่งร่วมทุนกับ บ.ซีไฟฟ์ แอดเวอร์ไทซิ่ง จก. (เดิมเป็นบริษัททางด้านการตลาดในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ แต่เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจซบเซา จึงเปลี่ยนมาดำเนินงานทางธุรกิจโฆษณา) ในสัดส่วน 80:20 มีทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท นอกจากนี้ ยังได้ตั้ง บ. ททบ.5 จก. โดยถือหุ้นทั้งหมด 100% เมื่อกลางปี 2540 มีทุนจดทะเบียน 250 ล้านบาท เพื่อทำหน้าที่เป็นโฮลดิ้ง คอมปานี เข้าถือหุ้นในบริษัทร่วมทุนกับเอกชนที่จะจัดตั้งขึ้นในอนาคตอีก 9 บริษัท ซึ่งเริ่มด้วย บ.ททบ.5 มาร์เก็ตติ้ง จก. และมีแผนจะจัดตั้งอีก 4 บริษัทภายในปี 2540 คือ - บ. ททบ.5 พับลิชชิง จก. ดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ มีผู้ร่วมทุน คือ บ.เอสที คอมพิวเตอร์ จก. ซึ่งผลิตนิตยสารที่เวียนถึงให้กับ ททบ.5 ในปัจจุบัน - บ. ททบ.5 อินเทอร์เน็ต เซอร์วิส จก. มีผู้ร่วมทุนเป็นบริษัททางด้านอินเทอร์เน็ตแห่งหนึ่ง - บ. ททบ.5 อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จก. ร่วมทุนกับ บ.เทเลเท็กซ์ อินฟอร์เมชั่น จก. ให้บริการส่งข้อมูลผ่านสัญญาณโทรทัศน์ - บ. ทีวี 5 โกบอล เน็ตเวิร์ค จก. ดำเนินธุรกิจโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โดยร่วมทุนกับ บ.มีเดีย 22 จก. ซึ่งเป็นบริษัทของคนไทยที่ตั้งอยู่ในเยอรมัน ► รูปแบบ – Joint Venture

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	• บ.อินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จก. (มหาชน) และ บ.ยูทีวี เคเบิลเน็ตเวิร์ค จก. (มหาชน) ได้ลงนามในบันทึกความเข้าใจ เพื่อการศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ PAY-TV เนื่องจาก PAY-TV ต้องพึ่งการซื้อรายการและบริการต่างๆ จากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก การลดค่าเงินบาทจึงมีผลกระทบโดยตรงต่อต้นทุนและผลประโยชน์ของบริษัท - ความแตกต่างของทั้ง 2 บริษัทที่เห็นชัด คือ เทคโนโลยีที่นำมาใช้ เนื่องจากไอบีซีให้บริการผ่านดาวเทียมโดเร็กซ์ทูโฮมที่มีจุดอ่อนตรงที่ภาพไม่ชัดเท่ากับการให้บริการผ่านสายเคเบิล และดินฟ้าอากาศมีผลต่อสัญญาณ ส่วนยูทีวีให้บริการผ่านสายเคเบิลออฟติก จึงมีจุดเด่นที่ภาพคมชัด แต่มีข้อด้อยที่ต้องใช้การลงทุนสูง และการให้บริการไม่ครอบคลุมกับดาวเทียม - นอกจากนี้ จุดเด่นที่ไอบีซีจะได้รับจากระบบไฟเบอร์ออฟติกของยูทีวี คือ สามารถทำการอินเตอร์แอคทีฟ (Interactive) ระหว่างผู้ให้บริการกับสถานีส่ง โดยสามารถเลือกรายการได้เองตามความต้องการ ซึ่งสามารถแบ่งรูปแบบของการให้บริการ ได้ดังนี้ - เบสิก แชนแนล เป็นช่องสัญญาณพื้นฐานที่สมาชิกทุกคนมีสิทธิได้รับบริการ - พรีเมียม แชนแนล เป็นช่องสัญญาณที่ส่งรายการเพิ่มเติมจากช่องเบสิก แชนแนล เพื่อให้ผู้ชมสามารถเลือกประเภทของรายการได้ตรงตามความต้องการมากขึ้น - เปย์เปอร์วิว คือ ช่องสัญญาณสำหรับส่งรายการเฉพาะ โดยจะคิดค่าบริการจากผู้ชมตามจำนวนรายการที่เลือกชม

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	- เบียร์วีดีโอ ออนติมานด์ คือ จะเป็นกลุ่มของสัญญาณที่ส่งรายการใดรายการหนึ่ง โดยจะส่งช่องสัญญาณรายการเดียวกันเรียงลำดับจากช่องแรกจนถึงช่องสุดท้าย ซึ่งเริ่มต้นส่งต่างกัน 15 นาทีตามลำดับของสัญญาณ - วีดีโอออนติมานด์ คือ ช่องสัญญาณสำหรับสมาชิกสามารถเลือกรายการต่างๆ ได้ตามใจชอบ โดยเลือกผ่านเมนูที่ปรากฏบนจอโทรทัศน์และสามารถรับชมรายการตามความต้องการทันที - อินเตอร์แอคทีฟ แชนแนล ของสัญญาณสำหรับให้สมาชิกได้ตอบกลับสถานีส่งได้ เช่น การเรียนการสอน มุมกล้อง หรือข้อป้ัง ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward • บ.เจเอสแอล จก. ร่วมกับ บ.กันตนา กรุ๊ป จก. และ บ.เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จก. ที่มีรายการทางช่อง 7 ในลักษณะขายแพ็คเกจโฆษณาร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool
พฤศจิกายน 2540	
• บ.ไพเรท เรดิโอ จก. ร่วมกับ เบียร์คาร์ลเบอร์ก จัดคอนเสิร์ตต้อนรับลมหนาว ในโครงการ Pirate Acoustic Ringside ซึ่งเป็นคอนเสิร์ตที่รวมศิลปินจากทุกค่ายเพลง ร่วมแสดงทุกคืนวันศุกร์ ที่ลานหน้าเวสต์เทรด เซ็นเตอร์ ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool	• สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 (ททบ.5) ได้ลงนามบันทึกความเข้าใจกับ บ.ชินวัตร แชนแนลไลฟ์ จก. (มหาชน) เพื่อบริการส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมในระบบดิจิตอล โดย ททบ.5 จะเริ่มทดลองออกอากาศรายการโทรทัศน์ดังกล่าว ครั้งแรกในวันที่ 10 พฤศจิกายน 2540 สำหรับระบบดาวเทียมได้เข้าช่องสัญญาณดาวเทียมไทยคม 3 และให้ บ.ชินวัตร แชนแนลไลฟ์ฯ ดำเนินการ Uplink สัญญาณและบีบอัดสัญญาณดิจิตอล ณ สถานีภาคพื้นดินไทยคม

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	ลาดหลุมแก้ว ปทุมธานี ซึ่งในช่วง 2 เดือนแรกชินวัตรจะไม่คิดค่าเช่าช่องสัญญาณ นอกจากนี้ ยังได้ร่วมมือกับสถานีภาคพื้นดิน ประเทศอิสราเอล ได้หวัน และอเมริกาด้วย โดยความร่วมมือดังกล่าว เป็นลักษณะ Turnaround Service ที่เชื่อมต่อพื้นที่สัญญาณของดาวเทียมไทยคม 3 ที่ครอบคลุมพื้นที่ 4 ทวีป ให้สามารถครอบคลุมได้ 5 ทวีปหรือทั่วโลก ซึ่งผู้ชมสามารถรับชมได้ด้วยการติดตั้งชุดอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัล ประกอบด้วย จานรับและเครื่องรับสัญญาณ (IRD) ► รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • บ.มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จก. (มหาชน) ขายลิขสิทธิ์รายการสุนัขข้ามโลก และคิดดี แคท ให้กับผู้ผลิตรายกรโทรทัศน์ของประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซีย โดยทางมีเดียฯ ขอรับเป็นเงินดอลลาร์เนื่องจากค่าเงินบาทมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ► รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • บ.มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จก. (มหาชน) ร่วมมือกับ บ.มาสเตอร์การ์ด อินเตอร์เนชั่นแนล จก. ทำการโปรโมทการท่องเที่ยวปีอะเมซิ่งไทยแลนด์ ผ่านสมาชิกบัตรมาสเตอร์การ์ดที่มีจำนวนสมาชิกจำนวน 400 ล้านใบทั่วโลก โดยผ่านธนาคารและสถาบันการเงินกว่า 25,000 แห่ง ซึ่งจะจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ และให้สิทธิประโยชน์ส่วนลด 10% แก่ผู้ที่ซื้อทัวร์บ้านเลขที่ 5 เพื่อมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
ธันวาคม 2540	
• บ.บรอดคาสต์ติ้ง เน็ทเวอร์ค (ไทยแลนด์) จก. หรือบีเอ็นที พร้อมด้วยพันธมิตรอย่างนิตยสารเปรียวของนายชเจนทร์ คำนวน ในสัดส่วนการถือหุ้น 50:50 เข้าบริหารคลื่น FM 104.5 MHz. ของสถานี พล.ปตอ. โดยวางรูปแบบเป็นคลื่น V-FM 104.5 Digital Radio ที่เสนอเพลงไทยสากลเจาะกลุ่มคนฟังที่เป็นวัยรุ่น ซึ่งคลื่นดังกล่าวเดิมเป็นของเอ-โทมี้ มีเดีย ดำเนินรายการกรีนเวฟ แต่เนื่องจากต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายจึงได้ยกเลิกการเช่าเวลาและย้ายไปออกอากาศทาง FM 106.5 MHz. แทนรายการมิวสิก บ็อกซ์ ▶ รูปแบบ – Joint Venture • บ.ลูกทุ่ง เอฟ.เอ็ม. 90 จก. ได้ร่วมกับ ศูนย์การค้าฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต จัดประกวดร้องเพลงลูกทุ่ง และพรีคอนเสิร์ต “ดาวรุ่งลูกทุ่งเอฟ.เอ็ม.” ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool	• บ.บรอดคาสต์ติ้ง เน็ทเวอร์ค (ไทยแลนด์) จก. หรือบีเอ็นที ผนึกกำลังกับยูทิวเคเบิลทีวี โดยทางบีเอ็นทีจะผลิตข่าวทางด้านบันเทิงให้กับยูทิว ด้วยการให้ศักยภาพของทีมงานแชนแนลวีไทยแลนด์ ของบีเอ็นทีเข้ามารับผิดชอบ ส่วนทีมข่าวของยูทิวยังคงทำงานตามปกติ แต่ในส่วนของข่าวบันเทิงบีเอ็นทีจะเข้ามาเสริม ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • บ.เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จก. ได้ประกาศถอนรายการจากช่อง 7 ทั้งหมด 4 รายการคือ ชิงร้อยชิงล้าน, เวทีทอง, กามเทพผดคิว และ 7-7-49 เนื่องจากมีปัญหาเรื่องการขอลดค่าเวลา และจะนำรายการชิงร้อยชิงล้าน เวทีทอง และกามเทพผดคิวไปออกอากาศทางช่อง 3 ซึ่งจะมีการแบ่งเปอร์เซ็นต์ในการขายโฆษณา โดยทาง บ.เวิร์คพอยท์ฯ รับไป 70% ช่อง 3 รับไป 30% จากการย้ายรายการข้างต้น ส่งผลให้ละคร “บ้านไร่ชายทุ่ง” ถูกปลดออกจากผัง และได้เปลี่ยนไปออกอากาศทางช่อง 9 แทน ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward • สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 (ททบ.5) ได้ลงนามในสัญญา “บริการส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมในระบบดิจิตอล โครงการ Thai TV 5 Global Network กับ บ.ชินวัตร แชนแนลโลโก้ จก. (มหาชน) ในวันที่ 12 ธันวาคม 2540 ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากการร่วมลงนามในบันทึกความเข้าใจ

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2540 ซึ่งเป็นการทดลองบริการส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมในระบบดิจิทัล และได้ผลเป็นที่น่าพอใจ ด้านการแพร่ภาพของโครงการเป็นระบบฟรีทูแอร์ (Free to Air) ทำให้สามารถรับชมรายการได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • บ.กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จก. (ช่อง 7) ได้ตกลงใช้ระบบแบ่งผลประโยชน์ร่วมกัน (โทรม์แชร์) กับ บ.เจเอสแอล จก. ในละครเรื่อง “มุกมังกร” ซึ่งจะออกอากาศในวันพุธและพฤหัสบดี แทนรายการชิงร้อยชิงล้าน และ 7-7-49 ของทาง บ.เวิร์คพอยท์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จก. ที่ถอดตัวออกไป ส่วนช่วงเวลาเดิมของรายการเวทีทองนั้น ได้ร่วมกับ บ.แมส มอนิเตอร์ จก. ในเครือแกรมมี นำรายการ “เกมพิศวง” มาออกอากาศแทน ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward • ททบ.5 จะทำการปรับปรุงผังรายการใหม่ช่วงหลังข่าวภาคค่ำ ตั้งแต่วันจันทร์-ศุกร์ ภายใต้ชื่อรายการว่า “หนึ่งดั่งหลังข่าว” หรือ “ฟิล์ม เฟสดีวัล” โดยร่วมมือกับ บ.กันตนา กรุ๊ป จก. และ บ.รัชฟิล์มทีวี จก. ในระบบโทรม์แชร์ ซึ่งในส่วนของภาพยนตร์ฝรั่ง ทาง บ.กันตนาฯ จะเป็นผู้ดำเนินงานและออกอากาศในคืนวันจันทร์-วันอังคาร ทาง บ.รัชฟิล์มทีวีฯ ดำเนินงานด้านภาพยนตร์จีน ออกอากาศทุกคืนวันพุธ-ศุกร์ ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	• บ.กันตนา กรุ๊ป จก. ย้ายรายการ "ฮิวโก้เกม" จากช่อง 7 ไปออกอากาศทางช่อง 5 แทน เนื่องจากทางช่อง 5 ให้เวลาเพิ่ม และทางช่อง 7 จะเปลี่ยนให้รายการไปแพร่ภาพในวันเสาร์-อาทิตย์ จากเดิมที่อยู่ในวันจันทร์-ศุกร์ ทำให้ต้องจ่ายค่าเช่าเวลาเพิ่มขึ้นถึง 2 เท่า ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward
มกราคม 2541	
• บ.มัลติมีเดีย โปรดักชั่น กรุ๊ป จก. ได้รับสัมปทานสถานีวิทยุ FM 97.5 MHz. ของ อ.ส.ม.ท. โดยร่วมทุนกับ บ.พีเพิล 2000 จก. ซึ่งบริหารงานโดยนายธนศ แสงโชติกุล อดีตผู้จัดการฝ่ายรายการของมีเดียพลัส เพื่อผลิตรายการพีเพิล 2000 ซึ่งได้ตกลงจ่ายค่าสัมปทานให้ อ.ส.ม.ท. รวม 2.8 ล้านบาทต่อเดือน สำหรับคลื่น FM 97.5 MHz. นั้น เดิมเป็นสัมปทานของ บ.ไอเอ็นเอ็น เรดิโอ นิวส์ จก. ดำเนินรายการร่วมด้วยช่วยกัน แต่ได้ถอนรายการออกไปอยู่ที่คลื่น FM 96 MHz. ทำให้ อ.ส.ม.ท. ต้องเปิดประมูลใหม่ ด้านชื่อรายการพีเพิล 2000 เป็นชื่อรายการวิทยุเดิมของมีเดียพลัสทาง FM 99.5 MHz. ดังนั้น ทางมีเดียพลัสจึงเปลี่ยนชื่อรายการใหม่เป็น "พีเพิล เอฟ.เอ็ม." ทำให้ทาง บ.มัลติมีเดีย โปรดักชั่นฯ ตัดสินใจเปลี่ยนผู้ร่วมทุนใหม่เป็น บ.เอ็มโบลัน อินเตอร์เนชั่นแนล จก. ในสัดส่วนฝ่ายละ 50% เพราะ อ.ส.ม.ท. ต้องการให้จัดการในเรื่องของชื่อรายการให้ชัดเจน ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward & Joint Venture	• ไอทีวีปรับเปลี่ยนผังรายการใหม่ ช่วง 21.00 – 22.00 น. ตั้งแต่วันจันทร์-ศุกร์ โดยดึงทีมงานเข้ามาเสริม ประกอบด้วย เจเอสแอล ได้เวลา 2 วัน ผลิตรายการเสนาสาระแน นำทีมโดยเสนาได้กั อีกรายการชื่อ เฮฮาน้านนัง ส่วนทางกันตนาได้ผลิตรายการรู้แล้วทิ้ง และเครือ บ.เนชั่น มัลติมีเดียกรุ๊ป จก. (มหาชน) ได้ผลิตรายการกฤษณะสอนน้อง ส่วนที่เหลืออีก 1 วันทางไอทีวีจะทำรายการข่าววิกฤติ ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward • บ.บรอดคาสต์ติ้ง เน็ทเวอร์ค (ไทยแลนด์) จก. หรือบีเอ็นที ผลิตรายการให้ยูทิวเพิ่มขึ้น จากเดิมที่มีแต่แซนแนลวี ไทยแลนด์ ได้ทำการเพิ่มช่องแพชั่นทีวีกับเอ็มซีเอ็ม และเพิ่มการผลิตของข่าวทั้งหมดมาอยู่ในความดูแลของบีเอ็นที เนื่องจากมีความคล่องตัวในการปฏิบัติงานสูงกว่า ส่วนการบริหารงานบีเอ็นทีร่วมมือกับยูทิว และแบ่งรายได้ในสัดส่วน 50:50 ในขณะที่กิจกรรมทางการตลาดก็ร่วมกันทำ ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
• อ.ส.ม.ท. ร่วมกับ บ.มัลติมีเดีย โปรดักชั่น กรุป จก. จัดลิขสิทธิ์รายการคลื่น 97.5 KOLL FM ซึ่งเป็นรูปแบบรายการใหม่ ที่ทาง อ.ส.ม.ท. ต้องการสร้างชื่อของสถานีวิทยุให้มีรูปแบบเฉพาะตัวและเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ส่วนการถือลิขสิทธิ์ร่วมกันนั้น หากทางผู้จัดเล็กประกอบกิจการกับทางสถานีแล้วจะไม่สามารถนำชื่อรายการไปจัดที่อื่นได้ นอกจากนี้ ชื่อรายการดังกล่าว ทาง อ.ส.ม.ท. ได้ร่วมมือกับสถาบันราชภัฏสวนดุสิต สำนวจความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย และได้ข้อสรุปว่า เป็นสถานีเพื่อครอบครัว ภายใต้ชื่อว่า "KOLL FM" คลื่นเพื่อครอบครัวยุคใหม่ ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward	
กฎหมาย 2541	
• บ.โพเรท เรดิโอ จก. คีนคลื่น FM 89 MHz. และเลิกการทำธุรกิจวิทยุโดยตรง แต่ใช้วิธีไปรวมกับ "เจเอส. 91" ซึ่งเป็นบริษัทโบรกเกอร์ที่มีเวลาและสถานีทั่วประเทศ และ บ.มาโคนี จก. ทำคลื่น FM 89.5 MHz. โดยแบ่งเป็น 2 ฝ่าย คือ บ.เจเอส โบรกเกอร์ จก. เจ้าของเวลา ฝ่ายที่ 2 คือ บ.โพเรท เรดิโอฯ และ บ.มาโคนีฯ ซึ่งทั้งสองบริษัทจะมี ดี.เจ. อยู่คนละส่วนเข้าไปจัดรายการด้วย ฝ่ายไหนที่มีลูกค้าก็ใช้การพ่วงกันเข้ามา เมื่อขายโฆษณาได้ก็นำมาแบ่งกัน ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward • บ.ยูแอนดีโอ คอร์ปอเรชั่น จก. ได้สัมปทานคลื่นใหม่ FM 89 MHz. ของสถานีวิทยุยานเกราะแทน บ.โพเรท เรดิโอ จก. โดยทำสัญญา 3 ปี ภายใต้ชื่อรายการว่า "แพชั่นเรดิโอ"	• ยูทีวีลิขสิทธิ์ซีรีส์ดังจากสหรัฐอเมริกา 5 เรื่อง คือ Millennium, Buffy the Vampire Slayer, Early Edition, Sirens และ Dark Skies โดยจะออกอากาศทางช่องยู-เอ็นเตอร์เทนเมนท์ (ยูทีวี 14) ในระบบ 2 ภาษา ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • นายศราวุธ ไกรกรรติ ได้ร่วมกับนายวิจิต บัณขวงค์ กรรมการผู้จัดการ บ. อาร์วายบี สปอร์ต เน็ตเวิร์ค จก. และนายเดมชัย มั่นมาก กรรมการผู้จัดการ บ.วรวิทย์ แอดเวอร์ไทซิง จก. จัดตั้งบริษัทใหม่ชื่อ บ.อะเมซิง สปอร์ตส จก. เพื่อผลิตรายการประเภทกีฬา

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
เนื่องจากได้รับข้อเสนอด้านราคาที่ถูกลง 30% ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward	โดยจะเริ่มจากรายการกอล์ฟออกอากาศทางไอทีวี ในลักษณะของการเช่าเวลา และให้ศราวุธ ไกรภรรดิ ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ▶ รูปแบบ – Joint Venture • บ.อินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จก. (มหาชน) หรือไอบีซี ได้เซ็นสัญญาเพื่อ รวมธุรกิจเคเบิลทีวี กับ บ.ยูทีวี เคเบิล เน็ตเวิร์ค จก. (มหาชน) เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2541 โดย ได้รับความเห็นชอบในหลักการจาก อ.ส.ม.ท. ซึ่งใช้ ลักษณะการปรับโครงสร้างผู้ถือหุ้น ในไอบีซีใหม่ ด้วย การให้ไอบีซีเพิ่มทุนจำนวน 231 ล้านบาท ในอัตราหุ้น ละ 15 บาท คิดเป็นจำนวนเงิน 3,555 ล้านบาท จากนั้น ขายให้กับ บ.เทเลคอม โยล์ดิง จก. (ที่เอช) ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ยูทีวี คิดเป็นสัดส่วน 48% ด้านสัดส่วนของผู้ถือหุ้นเดิม ทางไอบีซีทำการลด สัดส่วนในการถือหุ้นลง คือ บ.เอ็มไอเอช จก. และ บ.ชินวัตรคอมพิวเตอร์ แอนด์ คอมมิวนิเคชั่นส์ จก. จากรายละ 36% ลดเหลือ 18% บ.แกรมมี เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จก. (มหาชน) และ บ.กรุงเทพ โทรทัศน์และวิทยุ จก. (ช่อง 7) จากเดิมถือหุ้นรายละ 5-7% ลดเหลือ 3-4% นอกนั้นคือสัดส่วนของผู้ถือหุ้น รายย่อยในตลาดหลักทรัพย์ฯ การเพิ่มทุนของไอบีซีให้กับทีเอในครั้งนี้อย่างไรก็ตาม ไม่มีการ จ่ายเงินและจะดำเนินการในลักษณะแลกเปลี่ยนหุ้น (Swap) ซึ่ง บ.ยูทีวี เคเบิล เน็ตเวิร์ค จก. (มหาชน) จะต้องปรับเปลี่ยนโครงสร้างใหม่เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	โดยจากที่มีผู้ถือหุ้นใหญ่ คือ บ.เทเลคอม โฮลดิ้ง จก. 99.99% ปรับใหม่เป็นไอบีซี (โครงสร้างใหม่) ถือหุ้นยู่ที่ 86% ที่เหลือจะถือหุ้นโดยองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (ทศท.) อ.ส.ม.ท. และผู้ถือหุ้นรายย่อย หลังจากรวมกิจการทั้งสองบริษัทยังดำเนินธุรกิจของตนเองต่อไป โดยการแลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้น จะเป็นการรวมโครงสร้างในส่วนของผู้บริหารเป็นทีมเดียว และซอฟต์แวร์ที่เข้าจะคัดเลือกไว้เพียงรายการเดียว คือ ซอฟต์แวร์เอ็นเอ็น, เอชบีไอ, ซีเนแม็กซ์, อีเอสพีเอ็น, ทีเอ็นที และดิสคัฟเวอร์รี สำหรับการบริหารงาน ทางไอบีซี จะเป็นตัวหลักในการขยายโครงข่ายต่างจังหวัด ด้วยระบบแซทเทลไลต์ ส่วนยูทิววีจะขยายโครงข่ายในระบบเคเบิลใยแก้วเน้นพื้นที่ในกรุงเทพฯ ▶ รูปแบบ – Acquisition • บ.ทราฟฟิกคอร์ปอเรชั่น จก. ได้ร่วมมือกับ บ.ซัน-มาสเตอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จก. เจ้าของลิขสิทธิ์ศูนย์วีดิโอบลูกบาสเตอร์ ในประเทศไทย จัดงานประกาศรางวัลเกียรติยศนักร้องและนักแสดง “ไทยแลนด์ บลูกบาสเตอร์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ อวอร์ด” ขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย พร้อมทั้งถ่ายทอดสดให้ชมทางช่อง 9 ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool
มีนาคม 2541	
• บ.ยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จก. ได้ร่วมมือกับ บ.เชิร์ช เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จก. ผู้ผลิตรายการ 168 ชั่วโมง จัดรายการคลื่น FM 89 MHz. แฟชั่นเรดิโอ ทุกวันอาทิตย์	• ไอบีซี / บ.อินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จก. (มหาชน) ร่วมกับผู้ผลิตรายการต่างประเทศ ส่งจดหมายเตือนไปยังผู้ให้บริการเคเบิลทีวีในต่างจังหวัด

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
โดยยกพิธีกรทั้ง 5 คนมาร่วมจัดรายการสด คือ จอห์นนี่, วิบูลย์, สมเกียรติ (เสนาสิง), สุพจน์ และ วุฒินันท์ ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool	เนื่องจากนำสัญญาณของไอบีซีและรายการจากต่างประเทศไปแพร่ภาพให้บริการ ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์และผิดกฎหมาย พร้อมกับส่งหนังสือถึงสมาคมเคเบิลทีวี (ประเทศไทย) เพื่อขอความร่วมมือดังกล่าวด้วย ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • บ.เวิลด์ มีเดีย ซัพพลายส์ จก. ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บ.บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จก. และเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นเป็นการร่วมทุนระหว่าง บ.บีอีซีเวิลด์ จก. (มหาชน) และ นายโบราณ ลิ้นดีเชมาร์การ โดยเริ่มดำเนินธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อแพร่ภาพทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จัดหารายการแสดง และจัดกิจกรรมต่างๆ ผลิตภาพยนตร์ บริการทางสื่อต่างๆ และร่วมทุนกับบริษัทอื่นๆ ในการประกอบกิจการเพลง และสื่อวิทยุ ▶ รูปแบบ – Joint Venture
เมษายน 2541	
• รายการวิทยุ “ลูกทุ่งเอฟ.เอ็ม.” ย้ายจากคลื่น FM 90 MHz. ของกองพลที่ 1 รักษาพระองค์ ไปอยู่คลื่น FM 95 MHz. ของ อ.ส.ม.ท. ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2541 เนื่องจากกองพลที่ 1 ทำสัญญาปีต่อไป ส่วน อ.ส.ม.ท. มีอายุสัญญา 3 ปี อีกปัจจัยหนึ่งเป็นเพราะลูกทุ่งเอฟ.เอ็ม. ได้ไปทำรายการลูกทุ่งเอฟ.เอ็ม. ทีวี 9 ทุกคืนวันจันทร์ทางช่อง 9 ผู้บริหาร (อรสา คุณวัฒน์) จึงชวนให้ลูกทุ่งเอฟ.เอ็ม. ไปอยู่ อ.ส.ม.ท. โดยมีการพูดจากันประมาณ 2 เดือน	• บ.คิดส์ เวิร์ด จก. ซื้อลิขสิทธิ์การ์ตูน “เทเลทัปปี้ส์” ซึ่งเป็นรายการเด็กของบีบีซี ประเทศอังกฤษ โดยจะนำมาออกอากาศทางช่อง 7 ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • หม่อมหลวงพันธุ์เทวนพ เทวกุล หรือ หม่อมน้อย ร่วมมือกับ นิโอดราม่า ดัดแปลงเนื้อหาบทประพันธ์จากยุโรป เรื่อง “รถไฟสายปรารถนา” สร้างเป็นละครเรื่อง “ขอยปรารถนา 2500” ให้กับช่อง 7

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
ส่วนสัญญาของกองพลที่ 1 ที่มีอยู่จนถึงสิ้นปีนั้น ได้ให้นีโอมิวสิก เน็ทเวิร์ค และรถไฟดนตรีมา บริหารเวลาคนละครึ่ง โดยใช้ชื่อว่า "ซิค เอฟ.เอ็ม." ► รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • บ.บรอดคาสต์ เน็ทเวิร์ค (ไทยแลนด์) จก. หรือบีเอ็นที ผู้บริหารคลื่น FM 102.5 Mhz. สตาร์ เอฟ.เอ็ม. ได้ปรับปรุงข่าวต้นชั่วโมง โดยร่วมกับไอทีวี เพื่อเพิ่มศักยภาพของคลื่น ซึ่งเป็นแม่ข่ายในการ ออกอากาศไปยังวิทยุของทหารอากาศอีก 44 จังหวัด ให้น่าสนใจมากขึ้น ส่วนไอทีวีจะได้ขยายช่องทางการ เผยแพร่ข่าวสารอีกทางหนึ่ง ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool	โดยทำการดัดแปลงเกือบ 80% ให้สอดคล้องกับ วิถีชีวิตและค่านิยมของคนไทยยุค พ.ศ. 2500 หรือ เมื่อ 40 ปีที่ผ่านมา ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward
พฤษภาคม 2541	
• เครือเนชั่นมัลติมีเดีย ผู้บริหารรายการต่างๆ ใน สถานีวิทยุกรมการพลังงานทหาร FM 90.5 MHz. ร่วมมือกับดิเอเชียนวอลล์สตรีทเจอร์นัล ส่ง ประเด็นข่าวธุรกิจที่สำคัญจากกองบรรณาธิการที่ ดำเนินงานใหญ่ของกองมายังคลื่นข่าวธุรกิจ FM 90.5 MHz. ทุกเช้าในเวลาประมาณ 06.15 น. ซึ่งเป็น ช่วงเวลาหลังจากที่บรรณาธิการฝ่ายข่าวปิดหน้าข่าว ในแต่ละวัน แล้วส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมไปตีพิมพ์ พร้อมกันใน 8 เมืองใหญ่ รวมทั้งกรุงเทพฯ ส่วน โปรแกรมข่าวผ่านทางวิทยุที่ร่วมกันนี้มีชื่อว่า "What's News in Business According to The Asian Wall Street Journal" ซึ่งจะเป็นการคัดเลือกประเด็นข่าว ธุรกิจที่สำคัญที่เกิดขึ้นในภูมิภาคเอเชียจาก หนังสือพิมพ์ดิเอเชียนวอลล์สตรีทเจอร์นัล	• ห้างหุ้นส่วนจก. หัวช้างวิศวกรรม ร่วมทุนดำเนิน ธุรกิจเคเบิลทีวีกับ บ.ไทยเคเบิลทีวี จก. ในจังหวัด ราชบุรี โดยหัวช้างวิศวกรรม ถือหุ้นในสัดส่วน 70% และมีสิทธิ์ในการบริหารงานทั้งหมด ► รูปแบบ – Joint Venture • ไอบีซี-ยูทีวี ได้ลงนามในสัญญากับกลุ่มโรงแรม สยามซีดี และโรงแรมในเครือพัทยาก็ 2 แห่ง คือ โรงแรมสยามเบย์วิว และโรงแรมสยามเบย์ชอร์ ซึ่ง เป็นกลุ่มโรงแรมแรกที่ใช้บริการของไอบีซี-ยูทีวี หลังจากรวมกิจการ นอกจากนี้ ไอบีซี-ยูทีวี ยังเตรียม ให้บริการแก่โรงแรมชั้นนำอีกหลายแห่ง ► รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
เพื่อแปลเป็นภาษาไทยออกอากาศทุกเช้าวันจันทร์-ศุกร์ ในเวลา 08.30 น. โดยจะเริ่มต้นพร้อมกันกับอีก 2 ประเทศ คือ ใต้หวัน FM 100 และฟิลิปปินส์ "ซีดีไลฟ์" FM 88.3 ในวันที่ 18 พฤษภาคม 2541 ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • บ.มีเดียพลัส จก. (มหาชน) ผู้บริหารคลื่น FM 107 Soft FM จัดโครงการ "107 Recommended" ซึ่งเป็นความร่วมมือระยะยาวจนถึงสิ้นปีระหว่างสถานีวิทยุกับค่ายเพลง โดยพฤษภาคม 2541 ร่วมกับ บ.ยูนิเวอร์แซล มิวสิค จก. จัดทำอัลบั้ม นิวยอร์ก อันเดอร์ คัพเวอร์ และร่วมกับค่ายรีคเรคคอร์ดส ที่เป็นศิลปินหน้าใหม่ชื่อ Vincent ตัดซิงเกิ้ลในเพลง IS IT YOU ทั้งสองอัลบั้ม 107 Soft FM จะทำหน้าที่โปรโมทให้ในรายการวิทยุ และค่ายเทปรับผิดชอบการวางจำหน่าย ซึ่งเทปและซีดีทุกตลับจะมีสติ๊กเกอร์ 107 Recommended ส่วนทาง 107 Soft FM จะได้รับส่วนแบ่งในการจำหน่าย 3% ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • บ.โบแอด จก. ได้รับสัมปทานคลื่น 97.5 MHz. หลังจากที่ บ.มัลติมีเดีย โปรดักชั่น กรุ๊ป จก. ได้ถอดตัวในการดำเนินการ ทาง อ.ส.ม.ท. จึงได้คัดเลือกบริษัทที่จะเข้ามาดำเนินการใหม่ สำหรับ บ.โบแอดฯ เคยรับดำเนินการสถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท. ในกรุงเทพฯ และสิงห์บุรีมากกว่า 6 ปี และจะเริ่มต้นรายการในคลื่น 97.5 ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน – ธันวาคม 2541 ในอัตราค่าเช่าสถานีเดือนละ 2.3 ล้านบาท	

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward	
มิถุนายน 2541	
• ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ร่วมกับ บ. มีเดียพลัส จก. (มหาชน) เปิดรายงานการซื้อขายหลักทรัพย์ทางคลื่นวิทยุไทย AM 1521 เพื่อให้ ความรู้กับนักลงทุนและประชาชนทั่วไป ส่วนการ เลือกคลื่น AM เนื่องจากมีศักยภาพสูงครอบคลุมรัศมี ได้ไกล และต้นทุนต่ำกว่า FM ถึง 10% ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward	• โครงการทีวี 5 โกลบอล เน็ตเวิร์ค ได้ผู้ร่วมผลิต รายการในประเทศไทยที่สนใจเข้ามาเช่าเวลาเพื่อ ผลิตรายการเผยแพร่ในต่างประเทศ 2 ราย ได้แก่ บ.บีอ็อป กรุป จก. ซึ่งได้ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย ในการผลิตรายการอาหารไทย ส่วนอีก รายหนึ่งก็ทำการผลิตรายการอาหารไทยเช่นกัน คือ รายการชาลี ไทย คุณกิ้ง นอกจากนี้ ทาง ททบ. 5 ได้ ทำหนังสือเชิญชวนให้ผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์ ช่องอื่นๆ ส่งรายการที่น่าสนใจมาออกอากาศทางทีวี 5 โกลบอล เน็ตเวิร์ค ซึ่งผู้ประกอบการต่างๆ กำลังอยู่ ระหว่างตัดสินใจ ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward • โทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย ได้รับลิขสิทธิ์ในการถ่ายทอดสดการแข่งขัน ฟุตบอลโลกครั้งที่ 16 ประเทศฝรั่งเศส และได้ ขายลิขสิทธิ์ด้านเคเบิลให้กับไอบีซี-ยูทีวี เพื่อแพร่ภาพ เทปการแข่งขัน นอกจากนี้ ยังขายให้ไอทีวีเพิ่มอีกราย หนึ่ง โดยเป็นลิขสิทธิ์เฉพาะภาพข่าววันละ 3-5 นาที ไฮไลต์การแข่งขันไม่เกินวันละ 30 นาที เนื่องจากว่า ไอทีวีไม่ได้เป็นสมาชิกของทีวีพูล ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
กรกฎาคม 2541	
• บ.มีเดียพลัส จก. (มหาชน) จัดโครงการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ ด้วยการสนับสนุนการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยเริ่มจากโครงการมีเดียพลัสท่องเที่ยวเกี่ยวกับโกลเด้นทัวร์และการบินไทย ในราคาพิเศษ ซึ่งเน้นทัวร์เที่ยวไทย และทริปนักธุรกิจที่ต้องเดินทางไปทำธุรกิจในต่างประเทศ ส่วนคลื่น 101 นิวส์ แอนด์ ทอล์ก จะเน้นเรื่องการจัดสัมมนาให้ความรู้ด้านเศรษฐกิจกับผู้ฟัง รวมทั้งการให้ความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ด้วยการร่วมมือกับบริษัททัวร์ชั้นนำ เพื่อจัดทัวร์ศิลปวัฒนธรรม คือ ทัวร์เมืองทวารวดี-ปราจีนบุรี ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • บ.เรดิโอ แอคทีฟ จก. ได้แยกตัวออกมาจาก บ.มีเดียพลัส จก. (มหาชน) โดยมีทีมผู้บริหารบางส่วนออกมาดำเนินธุรกิจเอง และได้เช่าประมูลคลื่น FM 107 MHz. จาก อ.ส.ม.ท. หลังจากทั้งหมดสัญญา กับ บ.ไนต์ โปรโมชัน จก. ในเดือนเมษายน ส่วนทางด้านการตลาดของคลื่น FM 107 MHz. นั้นใช้การขายพ่วงกับโฆษณาของรายการในเครือมีเดียพลัสฯ คือ FM 99.5 และ FM 101 MHz. โดยเรดิโอ แอคทีฟจะเป็นโบรกเกอร์ที่ขายโฆษณาให้ บ.มีเดียพลัสฯ และแบ่งรายได้จากการขาย 30% ด้าน บ.มีเดียพลัสฯ ก็จะเป็น โบรกเกอร์ในการขายโฆษณาให้กับเรดิโอ แอคทีฟเช่นเดียวกัน ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward & Contractual with Shared risk / reward	• บ.กันตนา กรุ๊ป จก. ร่วมมือกับกระทรวงศึกษาธิการ จัดรายการเกมส์โชว์ทางโทรทัศน์ โดยใช้ชื่อว่า “โครงการอัจฉริยะเกมส์” ซึ่งจะคัดเลือกเด็กระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจากสถานศึกษาทั้งของรัฐและเอกชนทั่วประเทศ ซึ่งทางสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์ (สสวท.) เป็นผู้ออกข้อสอบวิชาคณิตศาสตร์, วิทยาศาสตร์ และคอมพิวเตอร์ ส่วนวิชาภาษาอังกฤษและสิ่งแวดล้อมให้ทางคณะครูศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยช่วยดูแล ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • ไอบีซีและยูทิว ได้ยื่นความจำนงเข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมเคเบิลทีวี (ประเทศไทย) โดยแยกเป็น 2 บริษัท ไม่ได้ทำการยื่นในนามของ UBC ซึ่งทางสมาคมฯ ได้ยื่นได้รับผู้ประกอบการทั้ง 2 รายเป็นสมาชิก ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
สิงหาคม 2541	
	• ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ได้รับลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีก และได้ติดต่อให้ บ.ทีวีฟอรัม จก. ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ บ.ทราฟฟิคคอร์ปอเรชั่น จก. เข้ามาทำหน้าที่รับผิดชอบด้านการตลาด ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward & Contractual with Shared risk / reward
กันยายน 2541	
• บ.ยูแอลไอ คอร์ปอเรชั่น จก. ได้สัมปทานคลื่น FM 99.5 MHz. สถานีวิทยุ 919 กรป.กลาง หน่วยบัญชาการทหารพัฒนา โดยจะทำการเป็นคลื่นสมัครใจ เอฟ.เอ็ม. เพลงไทยให้สอดคล้องกับ FM 105.5สมัครใจ เอฟ.เอ็ม. สากล ซึ่งเดิมคลื่น FM 99.5 MHz. นี้เป็นรายการพีเพิล เอฟ.เอ็ม. ของมีเดียพลัส และได้ย้ายไปอยู่ที่ FM 90 MHz. แทน ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward	• บ.โตเร็ค มีเดีย กรุ๊ป (ประเทศไทย) จก. หรือ ดีเอ็มจี ได้เซ็นสัญญาความร่วมมือกับทาง ททบ. 5 มาร์เก็ตติ้ง จก. ภายใต้โครงการ “ดีเอ็มจี ช็อปปิ้งไทยแลนด์” ซึ่งเป็นรายการโฆษณาช้อปปิ้งรายการแรกของไทยในภาคภาษาอังกฤษที่จะออกอากาศทุกต้นชั่วโมงผ่านเครือข่ายรายการโกลบอล เน็ทเวิร์คของช่อง 5 ทางดาวเทียมไทยคม 3 ในระบบดิจิตอล โดยทาง ททบ. 5 จะได้ส่วนแบ่ง 50% จากยอดขายสินค้าของดีเอ็มจี ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward • บ.บรอดคาสท์ ไทยเทเลวิชั่น จก. ได้ร่วมมือกับ บ.แกรมมี่ฯ ในการทำละครเรื่องขลุ่ย ซึ่ง บ.บรอดคาสท์ฯ เป็นผู้ดูแลเรื่องละคร ขณะที่ บ.แกรมมี่ฯ ได้เข้ามาดูแลเรื่องเพลง เนื่องจากลิขสิทธิ์เพลงประกอบละครเป็นของ บ.แกรมมี่ฯ นอกจากนี้ ยังมีการแลกเปลี่ยนดารานักกร้องในสังกัดของกันและกันอีกด้วย คือ ทิน-สราวุฒิ และอัน-สราวุฒิ ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
ตุลาคม 2541	
• ห้างหุ้นส่วนจำกัด 207 สตูดิโอ ได้ลงนามในข้อตกลงกับสำนักข่าวสารแห่งสหรัฐฯ หรือ USIA ในการรายงานสดจากสถานีวิทยุเสียงแห่งอเมริกา โดยผ่านดาวเทียม AsiaSat-2 โดยฝ่าย USIA จะทำการติดตั้งจานรับสัญญาณดาวเทียมขนาด 10 ฟุต พร้อมกับจัดชุดเครื่องสัญญาณให้กับสถานีวิทยุ "เรดิโอภูเก็ต" ในเครือข่ายของกรมไปรษณีย์โทรเลข ความถี่ 89 MHz. ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward	• ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งประกอบด้วย - บ.กันตนา วิดีโอ โปรดักชั่น จก. - บ.เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทน เม้นท์ จก. โดยนายปัญญา นินทรกุล - บ. ทริปปี้เลท จก. โดยนายเกียรติ กิจเจริญ - บ.สปอर्ट ทิป จก. โดยนายพิษณุ นิลกลัด - บ.โซฟ โอเปอร์เรชั่น จก. โดยนายเอนก วัชรสุขศิลป์ - บ.เนเจอร์ไลฟ์ จก. โดยนายพนม ปิเจริญ ร่วมกันจัดตั้ง บ.เทเลไฟฟ์ จก. เพื่อเข้ามาผลิตรายการและมีส่วนร่วมในการบริหารเวลาทางช่อง 5 ในช่วง 17.00-24.00 น. ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2541 – 30 กันยายน 2542 โดยตกลงจ่ายค่าเช่าเมื่อครบกำหนด 1 ปี เป็นเงินจำนวนทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 372 ล้านบาท โดยให้นายเอนก วัชรสุขศิลป์ รับหน้าที่กรรมการผู้จัดการ และนายประภาส ชลศรานนท์ ทำหน้าที่บริหารผังรายการ ส่วนด้านการขายโฆษณา จะทำร่วมกันระหว่างทีมขายโฆษณาของทางกลุ่มกับ บ.ททบ. 5 มาร์เก็ตติ้ง จก. ของสถานี ▶ รูปแบบ – Joint Venture & Contractual with Shared risk / reward <u>หมายเหตุ</u> เดือนมีนาคม 2542 ทาง บ.กันตนา กรุ๊ป จก. ได้ถอนตัวออกมาจากเทเลไฟฟ์ด้วยการแยกขายโฆษณา แต่ยังคงผลิตรายการละครเหมือนเดิม ในปีเดียวกัน บ.เวิร์คพอยท์ฯ ได้ถอนตัวเช่นกัน และใช้วิธีการติดต่อประสานงานโดยตรงกับทางช่อง 5

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	• บ.กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จก. ผู้ที่ได้รับสัมปทานสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 จากกองทัพบก ได้ทำการยกเลิกสัญญาเดิมที่จะหมดอายุในปี 2549 และทำการต่ออายุสัญญาฉบับใหม่ โดยได้รับสัมปทานต่อไปอีก 25 ปี จนถึงปี 2566 ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward
ธันวาคม 2541	
• บ.ยูเออนดีโอ คอร์ปอเรชั่น จก. ได้ปรับรูปแบบคลื่น FM 99.5 MHz. จากแนวสมุด เอฟ.เอ็ม. เพลงไทยมาสู่คลื่นวิทยุข่าวสารเพื่อผู้หญิง โดยใช้ชื่อสถานีว่า “Women's Wave คลื่นหญิง พลังหญิง เคียงคู่กันสร้างสรรค์โลก” ซึ่งเป็นความร่วมมือกับ บ.ทีไอเอ็นเรดิโอ จก. ของนายสนธิญาณ หนูแก้ว ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward	• กองทัพบก ร่วมมือกับ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และ บ.เทเลไฟว์ จก. ได้ตกลงกันจัดทำโครงการละครเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เรื่อง “พ่อ” เนื่องในมหามงคลวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมพรรษา 6 รอบ ในปี 2542 ซึ่งเนื้อเรื่องจะสะท้อนถึงพระปรีชาสามารถ พระอัจฉริยภาพตลอดจนพระมหากรุณาธิคุณ ซึ่งได้รับความร่วมมืออย่างดีจากดารานักแสดง โดยเฉพาะ 6 พระเอกชื่อดัง และ 6 ผู้กำกับ ที่ทุ่มเทกับละครทั้ง 6 เรื่อง ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool
มกราคม 2542	
• บ.มีเดียพลัส จก. (มหาชน) ร่วมกับ สำนักงาน กพ. เปิดรายการ “5 นาฬิกาเพื่อคนดีและคนเก่ง” เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารด้านการสอบแก่ประชาชนทางสถานีวิทยุ 101 นิวส์แอนด์ทอล์ค เอฟ.เอ็ม. ซึ่งนอกจากการให้ข่าวเกี่ยวกับการสอบบรรจุเพื่อสรรหาบุคคลเข้ารับราชการแล้ว ยังให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเตรียมการสรรหาคนดีและคนเก่งไว้ในราชการด้วย โดยให้ข่าวการรับสมัครสอบเพื่อรับทุนรัฐบาลหรือทุนต่างๆ ไปศึกษาต่อต่างประเทศด้วย ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool	

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
กุมภาพันธ์ 2542	
	• บ.ชินวัตรคอมพิวเตอร์แอนด์คอมมูนิเคชั่นส์ จก. (มหาชน) ได้ขายหุ้นใน บ.ยูไนเต็ด บรอดคาสต์ติ้ง คอร์ปอเรชั่น จก. ที่ถืออยู่ 13.95% ให้กับ บ.เทเลคอม โฮลดิ้ง จก. (ทีเอช) ในสัดส่วน 4.99% และให้กับ บ.เอ็มไอเอช จก. 1.69% ส่วนที่เหลือ 7.26% จะขายให้กับนักลงทุนหรือสถาบันการเงิน ทำให้โครงสร้างการถือหุ้นเปลี่ยนไป คือ ทีเอชถือหุ้น 40.95% และเอ็มไอเอชถือหุ้น 27.80% ▶ รูปแบบ – Acquisition • บ.แกรมมี่ เทเลวิชั่น จก. และ บ.เลมอนกราฟส โปรดักชั่น จก. ได้ร่วมมือกับ บ.ไทยน้ำทิพย์ จก. บ.หาดทิพย์ จก. และ บ.โคคา-โคลา (ประเทศไทย) จก. จัดโครงการ “โคคา-โคลา เยาวชนคนเก่ง” ซึ่งเป็นกิจกรรมฝึกทักษะการแสดงเพื่อพัฒนาเยาวชนไทยด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความเชื่อมั่นในตนเอง และความเป็นผู้นำ โดยเปิดโอกาสให้เยาวชนหลายระดับตั้งแต่ประถมศึกษาจนถึงอุดมศึกษา เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ คือ โครงการด้านแอ็คติ้ง แคมป์ โครงการค่ายเยาวชนสมองแก้ว และ Coca-Cola Young Marketing Workshop ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • ช่อง 3 ให้การสนับสนุนสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ปีละ 20 ล้านบาทนับตั้งแต่ 2541-2545 รวมวงเงินสนับสนุน 100 ล้านบาท โดยคาดว่าจะเป็นหนึ่งในหนทางที่จะช่วยให้สถานีสามารถขยายฐานคนดูรายการกีฬาได้เร็วขึ้น

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	เนื่องจากการให้การสนับสนุนดังกล่าว ทางสถานีได้ลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดทุกแมตช์ที่มีการแข่งขันภายในประเทศ นอกจากนี้ ทางสถานียังได้รับประโยชน์อื่นๆ อีกด้วย อาทิ โลกใบสีเขียวที่ติดกับเสื้อของนักฟุตบอล ป้ายโฆษณาข้างสนาม เป็นต้น ► รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward
มีนาคม 2542	
	• บ.บรอดคาสต์ิง เน็ทเวอร์ค (ไทยแลนด์) จก. หรือบีเอ็นที และ บ.เอเซีย มัลติมีเดีย จก. ตกลงเป็นพันธมิตรทางธุรกิจในโครงการร่วมทุนให้บริการเคเบิลทีวีในระบบอินเตอร์แอคทีฟ แบบครบวงจรในประเทศไทย โดยใช้ชื่อ บ.ไทยอินเตอร์แอคทีฟ เทเลวิชั่น จก. ซึ่งเอส เทเลวิชั่น จะเป็นผู้สนับสนุนทางด้านเทคนิค การนำเข้ารายการจากต่างประเทศ และการสนับสนุนด้านเงินทุน เพื่อดำเนินโครงการร่วมทุน โดยมีการลงทุนในการซื้อรายการจากทั่วโลกเป็นจำนวนเงิน 70 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนบีเอ็นทีจะเป็นผู้ดูแลด้านการตลาดในประเทศ และผู้จัดหารายการภาคภาษาไทย ซึ่งรายการเหล่านี้จะถูกส่งไปออกอากาศที่ประเทศอังกฤษด้วย สำหรับประเภทรายการของเอส เทเลวิชั่นจะเน้นที่รายการภาพยนตร์และมิวสิควิดีโอเป็นหลัก นอกจากนี้ ยังได้เข้าร่วมกับ บ.เอเซียมัลติมีเดีย (เอเอ็ม) ซึ่งเป็นผู้ให้บริการด้านโครงข่ายมัลติมีเดียความเร็วสูงของประเทศไทย ► รูปแบบ – Joint Venture

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
เมษายน 2542	
	• คณะอนุกรรมการ อ.ส.ม.ท. เสนอให้ UBC นำรายการกีฬา ชูเปอร์สปอร์ต มาร่วมกับทางช่อง 9 ด้วยการนำรายการดังกล่าวมาขายโฆษณาเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับทั้ง 2 ฝ่าย ส่วนรูปแบบการดำเนินการจะหารือกันอีกครั้ง เนื่องจากรายการชูเปอร์สปอร์ตเป็นลิขสิทธิ์ของ UBC แต่ไม่สามารถหาโฆษณาได้ เพราะในสัญญาสัมปทานไม่อนุญาต ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool
พฤษภาคม 2542	
	• บ. บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จก. (มหาชน) หรือ UBC ได้ทำสัญญาว่าจ้างให้ บ.เอ็มไอเอช จก. เป็นที่ปรึกษาเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก ซึ่งสัญญาดังกล่าวมีมูลค่า 120 ล้านบาท และทางเอ็มไอเอชก็เป็นผู้ถือหุ้นใน UBC อีกด้วย ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • บ.ทีวี่บี ทรี เน็ตเวิร์ค จก. ขายลิขสิทธิ์ภาพยนตร์จีน จำนวน 100 เรื่องให้ UBC ซึ่งเป็นหนังใหม่ 70% หนังเก่า 30% ในราคาเรื่องละ 500-1,000 เหรียญต่อชั่วโมง ส่วนสาเหตุที่ขายนั้น เนื่องจากเป็นการเพิ่มรายได้ให้บริษัท และทางช่อง 3 เองมีเวลาออกอากาศไม่เพียงพอ ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	• ทีวี่พูล ร่วมกันถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาที่สำคัญ 2 รายการ คือ การแข่งขันกีฬาซีเกมส์ ครั้งที่ 20 ที่ประเทศบรูไน ระหว่างวันที่ 7-15 สิงหาคม 2542 นอกจากนี้ ทางทีวี่พูลยังได้รับการติดต่อจากบรูไนให้ยกทีมไปช่วยเหลือนด้านการถ่ายทอดสดอีกด้วย - รายการที่ 2 คือ การแข่งขันกีฬาโอลิมปิกเกมส์ฤดูร้อน ครั้งที่ 27 ที่เมืองซิดนีย์ ออสเตรเลีย ในเดือนกรกฎาคม 2542 ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool
มิถุนายน 2542	
	• ช่อง 3 ได้จัดให้มีการเซ็นสัญญาระหว่างสถานีและผู้จัดรายการ โดยผู้จัดรายการเก่าที่มีประสบการณ์จะเซ็นสัญญาเป็นระยะเวลา 1 ปี ส่วนรายใหม่ให้เวลา 3 เดือน ซึ่งระบบใหม่นี้จะทำให้ทุกรายมีโอกาสเท่าเทียมกัน ถ้าผลงานเป็นที่พอใจจะต่อสัญญาเมื่อครบกำหนด ถ้าไม่ดีก็จะขอเวลาคืนให้ผู้จัดรายการอื่นเข้ามาดำเนินการแทน ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • สทท. 11 ได้ร่วมมือกับ บ.อินไซต์อินโฟ จก. ในเครือทราฟฟิกคอร์ปอเรชั่น ผลิตรายการนิวส์ไลน์ ซึ่งเป็นรายการข่าวภาคภาษาอังกฤษขึ้นเป็นรายการแรกทางสถานีโทรทัศน์ระบบฟรีทีวี ซึ่งแบ่งเนื้อหารายการออกเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงแรก เป็นรายงานสถานการณ์ข่าวประจำวัน ทั้งในและต่างประเทศ ช่วงที่ 2 เป็นสื่อบทสัมภาษณ์พิเศษบุคคลสำคัญ และช่วงที่ 3 คือ ดิสคัฟเวอรี ไทยแลนด์ เป็นสารคดีเรื่องราวที่น่าสนใจ ทั้งการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม และการดำเนินชีวิต

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	โดยช่อง 11 จะให้รายการนิวส์ไลน์เป็นโครงการนำร่องในการเสนอโครงการต่างๆ ของประเทศไทย ทั้งเศรษฐกิจ การเมือง สังคม ตลอดจนศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยว เผยแพร่ไปยังต่างประเทศ โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชีย ตามแนวทางของโครงการช่องสัญญาณอาเซียน หรือ Asean Satellite Channel ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างประเทศที่มีการตกลงกันจากการประชุมคณะกรรมการอาเซียนด้านวัฒนธรรมและสารสนเทศครั้งที่ 4 ซึ่งในช่วงแรกประเทศที่เข้าร่วมมี 6 ประเทศ ยกเว้นลาว เขมร และพม่า ที่ยังไม่มีความพร้อมด้านเงินทุน ส่วนประเทศที่เข้าร่วมโครงการนี้ ต้องจ่ายค่าสมาชิกปีละ 50,000 ดอลลาร์สหรัฐ ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward • บ.ก๊อบสัน แอนด์ กัน จก. ผู้ผลิตรายการคอนเสิร์ต เลข 9, รายการครอบครัววาล KIT CHEN ฯลฯ ร่วมกับ บ.ไทยนครพัฒนา จก. ผู้ผลิตและจำหน่ายยาทิฟฟี่ นำศิลปินไทยไปเปิดคอนเสิร์ตการแสดงที่ประเทศเขมร เนื่องจากไทยนครพัฒนาดำเนินธุรกิจ ในเขมรอยู่แล้ว เช่น โรงแรม และสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool
กรกฎาคม 2542	
	• สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ขอยุติการทำธุรกิจในรูปแบบใหม่ร่วมกับกลุ่มเทเลไฟฟ์ โดยรูปแบบเดิมจะใช้ถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2542 และตั้งแต่เดือนสิงหาคมจนถึงสิ้นปี จะนำรูปแบบการเช่าเวลากลับมาใช้ใหม่

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	เนื่องจากที่ผ่านมารูปแบบโทรม์แตรังไม่ว่าประสพความสำเร็จและส่งผลกระทบต่อรายได้ของสถานีที่ลดลงอย่างมาก ส่วนผังรายการในช่วงไพรม์ไทม์ จะเริ่มจากละครเหมือนเดิม คือ วันจันทร์-อังคาร ละครของกันตนา วันพุธ-พฤหัสบดี เป็นของเทเลไฟฟ้ วันศุกร์-อาทิตย์ เป็นของเอ็กแซ็กทีในเครือแกรมมี และต่อด้วยรายการวาไรตี้ช่วง 22.00 น. คือ วันจันทร์ เป็นรายการซูปเปอร์ซี-ย่า-ปึก ของแพลนเน็ตทราเรียม (เทเลไฟฟ้) วันอังคารเป็นรายการแฟนตาซีมีหาง และวันพุธเป็นรายการชิงร้อยชิงล้าน ของเวิร์คพ้อยท์ (เทเลไฟฟ้) วันพฤหัสบดี เป็นรายการเจาะใจของค่ายเจเอสแอล และวันศุกร์เป็นรายการคืนนี้เ็นของคุณ ของแพลนเน็ตทราเรียม (เทเลไฟฟ้) นอกจากนี้ ยังมีรายการในช่วงเย็นของวันเสาร์-อาทิตย์ของกลุ่มเทเลไฟฟ้ที่ทางสถานียังใช้รูปแบบโทรม์แตรัง เช่น รายการพยากรณ์พยาเกม และเกมแก้จน เป็นต้น เนื่องจากเป็นรายการที่ผู้ผลิตยังอยู่ระหว่างการพัฒนารูปแบบ ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward • ชมรมส่งเสริมโทรทัศน์ (โทรทัศน์ทองคำ), สภาสถาบันนักวิชาการสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (สสมท.), กรมประชาสัมพันธ์ และ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7, 9, 11, ไอทีวี และ UBC ร่วมกันจัดงาน "วันโทรทัศน์ไทย" โดยทำการถ่ายทอดสดผ่านทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ทั่วประเทศ และผ่านทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 Global Network ไป 144 ประเทศทั่วโลก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2542 ซึ่งช้ากว่ากำหนดวันกำเนิดโทรทัศน์ไทย 1 เดือน ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool
กันยายน 2542	
	• ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ได้ลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีก เป็นปีที่ 2 โดยตกลงซื้อลิขสิทธิ์ฟรีทีวีกับ UBC และทาง UBC ยังให้ลิขสิทธิ์ฟุตบอลบุนเดสลีกา เยอรมนี มาทำการถ่ายทอดสดสลับกับพรีเมียร์ลีกอีกด้วย ซึ่งแล้วแต่ว่าสัปดาห์ไหนทาง UBC จะให้ถ่ายทอดสดอะไร แต่ได้แบ่งสัดส่วนให้กับพรีเมียร์ลีก 18 คู่ และบุนเดสลีกา 12 คู่ ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • ไอทีวี ร่วมกับ กระทั่งแดง และเบียร์ช้าง จัดคอนเสิร์ตลูกทุ่ง ครั้งที่ 3 เดินสายตามต่างจังหวัด เพื่อให้คนรู้จักและหันมาชมรายการทางไอทีวีมากขึ้น นอกจากนี้ ไอทีวี ร่วมกับ บรันสวิก สยาม และสำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติด (ป.ป.ส.) จัดการแข่งขันโบว์ลิ่งด้านยาเสพติด ประเภทสมัครเล่นทั่วไป เพื่อเป็นการสร้างฐานผู้ชมในกลุ่มเยาวชนทางอ้อม ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool
ตุลาคม 2542	
	• ทางสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด (ป.ป.ส.) ร่วมมือกับช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ผลิตรายการวาระดี ทอล์คโชว์ ออกอากาศสด เพื่อร่วมแก้ไขปัญหายาเสพติด โดยมอบหมายให้ บ.บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จก. เป็นผู้ผลิตรายการ “เกลียวสัมพันธ์”

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	นอกจากนี้ ยังจัดกิจกรรมวางแผนตามโครงการ ราษฎร์-รัฐ ร่วมใจด้านภัยยาเสพติด ของสำนักงาน กฤษฎีกาฯ กรมสรรพากร และกรมสรรพสามิต ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • UBC ร่วมมือกับสำนักข่าวบลูมเบิร์ก ซึ่งเป็น สำนักข่าวการเงินระดับโลก เพื่อนำเสนอรายการข่าว ธุรกิจการเงิน ผ่านทาง UBC นิวส์ ถึง 2 รายการ คือ - รายการเอเชียแปซิฟิกอัพเดท เสนอความ เคลื่อนไหวในตลาดหลักทรัพย์ อัตราแลกเปลี่ยน เงินตรา และข่าวสารจากตลาดเศรษฐกิจหลักใน ภูมิภาค - รายการบลูมเบิร์ก อเมริกา เสนอข่าวสารด้าน การเงินของสหรัฐอเมริกาและตลาดหลักทรัพย์ นิวยอร์ก โดยออกอากาศรายการละ 30 นาที ผู้ชมจะได้รับ สัญญาณครบวงจร ทั้งข่าวสาร ระบบฐานข้อมูล คล้ายกับมีระบบอินเทอร์เน็ตผ่านหน้าจอโทรทัศน์ ภายในบ้าน สำหรับใช้เป็นข้อมูลประกอบการ ตัดสินใจในการลงทุน ► รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • ไทยทีวี โกลบอลเน็ตเวิร์ค หรือ TGN ได้ทดลอง เปิดรับรายการจากช่องอื่นๆ เข้ามาในผังรายการ เพื่อ เสนอขายให้ลูกค้าในต่างประเทศ อาทิ รายการ ฮอตไลน์บันเทิง (ไอทีวี), รายการ 7 กระรัต (ช่อง 7), รายการเคาะกระทะ (ช่อง 9), รายการลุ้น รหส์ลับ (ช่อง 3) และรายการอมตะเพลงไทย (ช่อง 11) เป็นต้น

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	โดยกำหนดอัตราการแบ่งค่าโฆษณาให้ทีจีเอ็น 60% ผู้ผลิต 40% ซึ่งเป็นการขายโฆษณาร่วมกัน และไม่คิดค่าเช่าเวลา ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward
พฤศจิกายน 2542	
• บ.ยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จก. ร่วมมือกับ สาลินี ปัญหารุณ บริหารงานคลื่น FM 89 แฟชั่นเรดิโอ ในตำแหน่ง Program Director ดูแลการผลิตรายการและการตลาด ส่วนยูแอนดีไอรับผิดชอบค่าเวลา ส่วนค่าใช้จ่ายในการผลิตเป็นของแฮ็ส ออฟฟััน ให้การแบ่งผลประโยชน์ในระบบโทรม์แชร้ง คือ สาลินี 30% ยูแอนดีไอ 70% ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward	• บ.โทเทิล เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ มาร์เก็ตติ้ง ซึ่งเป็นตัวแทนดูแลเรื่องลิขสิทธิ์ของบีบีซีในประเทศไทย ได้ตกลงมอบลิขสิทธิ์สารคดีให้กับเอสทีวียีไอในการเผยแพร่ในรูปแบบวีดีโอ โดยให้ทาง บ.ยูไนเต็ด โฮมเอ็นเตอร์เทนเม้นท์ เป็นผู้จัดการจำหน่ายตามศูนย์วีดีโอทั่วประเทศ ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward
ธันวาคม 2542	
• ผู้ประกอบวิชาชีพวิทยุได้รวมตัวกันตั้งสมาคมเพื่อรองรับกฎหมายรัฐธรรมนูญมาตรา 40 โดยแบ่งออกเป็น 2 สมาคม คือ สมาคมผู้ประกอบการวิทยุ ซึ่งให้นายสมสุข กิตติสาร บ.ยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จก. เป็นนายกสมาคม และสมาคมนักจัดรายการ ซึ่งได้เลือกให้สายทิพย์ มนตรีกุล ณ ออยุธยา เป็นนายกสมาคม ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • บ.สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ค จก. ร่วมกับรายการตีสิบในช่วง Make A Wish เปิดห้องส่ง 98 ชาร์จ เอฟ.เอ็ม. สถานีผ่นน้องพุ่ม สุตรรัตน์ ศรีประเทศ เด็กจากบ้านเด็กพิการปากเกร็ด ให้เป็นดีเจตามความตั้งใจ ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool	• จากกฎหมายรัฐธรรมนูญมาตรา 40 ที่ให้มีการจัดสรรคลื่นความถี่ ส่งผลให้ผู้ประกอบวิชาชีพโทรทัศน์รวมตัวกันจัดตั้งสมาคมเหมือนกับผู้ประกอบวิชาชีพวิทยุ เพื่อจะได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับงานของตน โดยในส่วนโทรทัศน์ทางกันตนา เจเอสแอล แกรมมี่ และเวิร์คพอยท์ ได้รวมกันเป็น 1 สมาคม และตกลงเลือกจำนรรค์ ศิริตัน ประธานบริษัทเจเอสแอล เป็นนายกสมาคม อีกสมาคมหนึ่ง คือ สมาคมนักแสดง ซึ่งมีนายรฐาปรณ์ ดิษยะนันท์ เป็นนายกสมาคม ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	• UBCได้ลิขสิทธิ์ถ่ายทอดรายการมิลเลนเนียมไลฟ์ อีเวนนิ่งดี บอร์ดคาส แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย เพื่อชมงานฉลองการเข้าสู่สหัสวรรษใหม่จากทั่วทุกมุมโลก ซึ่งคนไทยจะได้รับชมการถ่ายทอดครั้งประวัติศาสตร์ที่จะเชื่อมโยงโลกให้เป็นหนึ่งเดียวจากความร่วมมือของ 150 สถานีโทรทัศน์ทั่วโลก ออกอากาศในช่อง UBC เอ็กซ์ไทร์ โดย บ.เอ็มทีเอ็นจะเป็นผู้ประสานงานการถ่ายทอดสัญญาณดาวเทียมจากทั่วทุกมุมโลก ซึ่งมีศูนย์กลางในประเทศสหรัฐอเมริกา - นอกจากนี้ UBC ยังร่วมมือกับ กทม. และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการเป็นตัวแทนนำศิลปวัฒนธรรมไทย ออกสู่สายตาผู้ชมทั่วโลก ด้วยการถ่ายทอดสดการเฉลิมฉลองของไทยที่จัดขึ้นตามจุดสำคัญในกรุงเทพฯ โดยเฉพาะท้องสนามหลวง ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • บ.แอนิเมชัน อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จก. หรือ เอไอ ไทยแลนด์ ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนของเจเอสแอลกับญี่ปุ่น 51:49 ได้ลิขสิทธิ์การ์ตูน “เจ้าหนูโรโบคอน” โดยออกอากาศทางไอทีวีในระบบโทมแซริง ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward & Contractual with Shared risk / reward
มกราคม 2543	
• วิบิจ เลิครัตนชัย ผู้บริหารคลื่น FM 94.0 MHz. ร่วมมือกับมาโนช พุฒตาล ผลิตรายการวิทยุ “คลื่นคนดนตรี พรีเมียม” ซึ่งเป็นการจัดรายการอิสระ ไม่มีรูปแบบ คือ มาโนช พุฒตาล ทำหน้าที่ดำเนินรายการ	• บ.ยูนิเวอร์แซล มิวสิค (ประเทศไทย) จก. ผลิตรายการมิวสิคเวเนยูโน ซึ่งเป็นรายการเพลงที่จะเสนอเรื่องราวต่างๆ ถึง 3 ช่วง คือ ช่วงแรกเป็นมิวสิควีดีโอใหม่ ช่วงที่ 2 เป็นการสัมภาษณ์และให้คำแนะนำด้านดนตรี

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
ร่วมด้วย ไปง วันชัย อุมัยเฉลิม ที่มีความรู้เรื่องเพลง และดอน อโณทัย ผู้เชี่ยวชาญเรื่องดนตรี ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool	ช่วงที่ 3 เป็นไลฟ์คอนเสิร์ตใหม่เอี่ยมจากทุกมุมโลก โดยออกอากาศทางไอทีวี ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward • บ.โปรสปอร์ตนิวส์ จก. ผู้บริหารคลื่นข่าวสาร บิสิเนสเรดิโอ ทาง FM 96.5 MHz. ได้ผลิตรายการให้กับ UBC นิวส์ 07 ถึง 2 รายการ คือ รายการคลินิกรถยนต์ ที่ได้รับความนิยมทางบิสิเนสเรดิโอ มาออกอากาศ อีกรายการหนึ่ง คือ เจาะข่าว Hot News เป็นรายการนิวส์ทอล์ครูปแบบใหม่ที่จับข่าวสดๆ มาพูดคุยกันสดๆ ด้วยการจับกระแสเจาะสถานการณ์วันต่อวัน ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward • บ.เน็กซ์สเตป จก. ร่วมมือกับเนชั่นแนล จีโอกราฟฟิก แชนแนล ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายการสารคดีระดับโลก ชื่อลิขสิทธิ์รายการมาออกอากาศทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ภายใต้ชื่อรายการ “สำรวจโลกกับ National Geographic” เป็นสารคดีจบในตอน ความยาวประมาณ 30 นาที และรายการดังกล่าวยังได้รับการสนับสนุนจากช่อง 9 ทางด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุในเครือของ อ.ส.ม.ท. อีกด้วย ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward & Contractual with Shared risk / reward

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	• หลังจากหมดสัญญากับทาง ททบ.5 แล้ว กลุ่มผู้ผลิตรายการเทเลไฟฟ์ ก็รวมตัวกันเพื่อเสนอรายการให้กับทางช่อง 5 ภายใต้ชื่อว่า บ.มายด์ทีวี จก. โดยมีนักลงทุนเดิมที่มาจากเทเลไฟฟ์ ยกเว้น กันตนาและ บ.เวิร์คพอยท์ฯ เช่น นายพนม ปิเจริญ และมีการรวมการผู้จัดการ คือ นายนันท์ วิทย์ดำรง แทนนายอเนก วัชรสุขศิลป์ ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward & Joint Venture
กุมภาพันธ์ 2543	
	• บ.เทอร์เนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จก. และ บ. บางกอก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จก. ร่วมลงนามในสัญญา นำรายงานข่าวสั้นทันเหตุการณ์และข่าวทั่วไปของ CNN มาแพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยสัญญามีระยะเวลา 2 ปี และส่งผลให้ซีเอ็นเอ็นเป็นเครือข่ายข่าวสารที่มีผลงานแพร่ภาพออกอากาศทางโทรทัศน์ในประเทศไทยครบทุกช่อง ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • สทท.11 ร่วมกับ บ.นารีนโฟ จก. ผลิตรายการกรองสถานการณ์ 2000 แทนผู้ประกอบการรายเดิมที่หมดสัญญาเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2542 โดยให้ทดลองเป็นเวลา 3 เดือน และยังไม่มีการเซ็นสัญญา เมื่อครบกำหนดทางกรมจะมีการประเมินความนิยมรายการ ถ้าได้รับความนิยมดีขึ้นก็จะมีการเซ็นสัญญาอย่างเป็นทางการ ส่วนการร่วมมือกับเอกชนในการผลิตรายการนั้น เนื่องจากทางกรมฯ มีข้อจก. ในด้านงบประมาณ

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	ทั้งนี้ บ.นารีนโฟ จก. ก่อตั้งโดย อติศักดิ์ ศรีสม, ณรงค์ ชื่นชม และสุรพงษ์ เจริญชาชัย ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • ไอทีวี ทุ่มเงินกว่า 50 ล้านบาท ซื้อลิขสิทธิ์ฟุตบอล ยูฟ่าแชมเปียนลีกฤดูกาล 2000-2003 รวม 33 นัด นอกจากนี้ ยังซื้อลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดโค้งสุดท้าย ฟุตบอลยูฟ่าคัพ (ถ้วยสโมสรใบที่ 2 ของยุโรป) ใน ฤดูกาล 1999-2000 ทั้งหมด 9 นัด ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • ช่อง 3 ได้ลิขสิทธิ์ในการถ่ายทอดสด “บอลยูโร 2000” จำนวน 31 นัด โดยให้ บ.บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จก. ในเครือบีอีซี-เทโร เป็น ผู้ดำเนินการโฆษณาและได้มีการวางแผนให้โฆษณา ในสื่อวิทยุของเครือช่อง 3 คือ FM 89, FM 99.5, FM 105 และ FM 105.5 โดยมีผู้สนับสนุนอย่างเป็นทางการ คือ คาร์ลสเบิร์ก, บลูอิเกิล, อาติตาส, โค้ก ซึ่งส่วนมากจะเป็นสินค้าที่ทางบริษัทแม่ใน ต่างประเทศเข้ามาเป็นสปอนเซอร์ ดังนั้น บริษัทลูกใน เมืองไทยจึงต้องเข้าร่วมเป็นสปอนเซอร์ด้วย ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward & Loose Market / Ad hoc Pool
มีนาคม 2543	
	• บ.มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จก. (มหาชน) ได้เวลา ทางช่อง 7 เพื่อนำเสนอรายการภาพยนตร์จีน “จิ้ง” ความยาว 240 ตอน ซึ่งถือเป็นครั้งแรกที่ทางบริษัทฯ ได้มีโอกาสบิอนรายการให้กับทางช่อง 7 ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	• ช่อง 7 ร่วมมือกับหนังสือพิมพ์มติชน ข่าวสด ประชาชาติธุรกิจ ธนาการกรุงศรีอยุธยา สำนักงานประถมศึกษาแห่งชาติ (สปช.) เคเอสซี อินเทอร์เน็ต และองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย รายงานผลการเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภา ในวันที่ 4 มีนาคม โดยให้ทีมงานของธนาการ และครูจาก สปช. แจกผลคะแนนจากทุกหน่วยเลือกตั้งมายัง ระบบของธนาการและออนไลน์ไปยังสถานี ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • บ.เวิลด์ทีวี คอมมิวนิเคชั่น จก. ได้รับสัมปทาน เคเบิลทีวีจากกรมประชาสัมพันธ์ เป็นเวลา 22 ปี โดยส่งผลตอบแทนขั้นต่ำให้กรมประชาสัมพันธ์ปีละ ประมาณ 5-10 ล้านบาท ซึ่งจุดเริ่มต้นนั้น ทางบริษัท ได้เข้าเจรจาร่วมกับ บ.ไทยสตาร์ ทีวี จก. ที่ได้รับ สัมปทานเคเบิลอายุสัญญาเวลา 25 ปี จากกรม ประชาสัมพันธ์ เมื่อปี 2539 จากภาวะเศรษฐกิจทำให้ บ.ไทยสตาร์ฯ ไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ต่อไป ทาง บ.เวิลด์ทีวี คอมมิวนิเคชั่น จก. จึงได้เข้าเจรจาเพื่อ ดำเนินโครงการนี้ต่อไปในรูปแบบการร่วมทุน ภายใต้ชื่อ สถานีโทรทัศน์ WSTV - นอกจากนี้ บ.เวิลด์ทีวีฯ ได้ร่วมกับ บ.เวิลด์ไวด์ ไรร์เลส คอมมิวนิเคชั่น จก. ของสหรัฐฯ ผู้ให้บริการ อินเทอร์เน็ต จัดตั้ง บ.เวิลด์ ไวด์ไรร์เลส ขึ้นในไทย ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward & Joint Venture
เมษายน 2543	
	• ด้านโครงการโทรทัศน์ดาวเทียม THAI TV GLOBAL NETWORK หรือ TGN ได้ร่วมมือกับ พันมิตรหลายราย เริ่มจาก บ.ชิน แซทเทลไลท์ จก. (มหาชน)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	ซึ่ง TGN ได้เช่าสัญญาณดาวเทียมไทยคม 3 เพื่อแพร่ภาพไปยังต่างประเทศครอบคลุมทั่วเอเชีย ในระบบเคเบิลแบบ ส่งผลให้ผู้รับสัญญาณจากจานดาวเทียม สามารถรับชมรายการของ TGN ได้ด้วย ดังนั้น ทางฝ่ายโทรทัศน์ดาวเทียมจึงได้เจรจากับ บ.ยูไนเต็ท บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จก. ให้เข้ามาร่วมเป็นพันธมิตร เพื่อนำสัญญาณรายการของ TGN มาออกอากาศทาง UBC ช่อง 19 เพื่อให้ผู้ชมภายในประเทศที่เป็นสมาชิกของ UBC ประเภทจาน และผู้ติดตั้งจานรับสัญญาณไทยคม 2 สามารถรับชมรายการต่างๆ ได้เช่นเดียวกับคนไทยในต่างประเทศ พันธมิตรอีกรายหนึ่ง คือ บ.คลิก เติโอ จก. โดยมีการตกลงสร้างสรรค์รายการในรูปแบบใหม่ร่วมกัน กล่าวคือ TGN จะส่งทีมงานเข้าร่วมถ่ายทอดรายการร่วมกับคลิก เติโอ ซึ่งสิ่งที่ TGN ได้รับคือ การอาศัยสื่อวิทยุร่วมประชาสัมพันธ์โครงการ และยังได้ถ่ายทอดรายการที่น่าสนใจและมีความแปลกใหม่ให้กับคนไทยในต่างประเทศได้รับชม ถือเป็นการประชาสัมพันธ์คลิก เติโอ ให้คนไทยในต่างประเทศได้รู้จัก ส่วนการเป็นพันธมิตรกับ แชนแนล-วี ไทยแลนด์นั้น เกิดขึ้นจากนโยบายของ TGN ที่ต้องการผลิตรายการในรูปแบบอินเตอร์แอคทีฟกับผู้ชมในต่างประเทศ เนื่องจากแชนแนล-วี เป็นรายการที่ผลิตเพลงไทยในรูปแบบอินเตอร์แอคทีฟที่มีผู้ชมเข้ามาร่วมสนุกในรายการเป็นจำนวนมาก TGN จึงเข้าไปร่วมถ่ายทอดรายการ I am Siam พร้อมแชนแนล-วี ซึ่งสมาชิกของ TGN สามารถร่วมสนุกได้โดยตรง

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	สำหรับลูกค้าหลักของ TGN คือ บ.เทพผดุงพรมะพร้าว จก. ผู้ผลิตกะทิชาวเกาะ ที่เข้ามาสนับสนุนโครงการฯ ตั้งแต่ปี 2542 และในปี 2543 ก็ทำสัญญาซื้อโฆษณาในวงเงิน 10 ล้านบาท ความร่วมมือที่เกิดขึ้นกับทุกฝ่ายนั้น ไม่มีใครต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มขึ้น เนื่องจากทุกคนได้รับประโยชน์จากความร่วมมือที่เกิดขึ้น ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool
พฤษภาคม 2543	
	• สมาคมเคเบิลทีวี (ประเทศไทย) จัดตั้งบริษัทในนามสมาคมขึ้น คือ บ.ไฮเทค โกลเบิล เทเลวิชั่น จก. (ภายหลังใช้ชื่อว่า บ.ไฮเทค คอมมิวนิเคชั่น จก.) โดยมีสมาชิกเป็นผู้ถือหุ้น และจะนำเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ในรูปของโฮลดิ้ง คอมปานี ซึ่งมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ ประการแรกเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนให้กับสมาชิกที่ประสบปัญหาเรื่องการกู้เงินในการพัฒนาธุรกิจ ประการที่สอง คือ จัดจำหน่ายอุปกรณ์เทคนิคในราคาถูก และประการสุดท้าย คือ ใช้บริษัทแห่งนี้เป็นตัวแทนในการเจรจาปัญหาสิทธิต่างๆ เนื่องจากระเบียบการจัดตั้งสมาคมมีข้อห้ามไม่ให้ดำเนินการทางธุรกิจ ► รูปแบบ -- Contractual with Shared risk / reward <u>หมายเหตุ</u> ในเดือนสิงหาคม 2543 การดำเนินงานซื้อลิขสิทธิ์ของ บ.ไฮเทคฯ ยังไม่มีความคืบหน้าทาง บ.โสภณเคเบิลทีวีและการสื่อสารพัทธยา จก. จึงเป็นแกนนำในการรวมตัวกันครั้งใหม่กว่า 20 บริษัท ตั้งตัวแทน 5 คน ในนาม บ.โสภณ ซีเอทีวี กรุ๊ป (ประเทศไทย) จก.

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	เพื่อเข้าเจรจากับบริษัทตัวแทนของช่องรายการ เอชบีโอ, ดิสคัฟเวอรี, อีเอสพีเอ็น, เนชั่นแนล จีโอกราฟฟิก และสตาร์ทีวีซึ่งตั้งอยู่ในประเทศสิงคโปร์ • บ.ทราฟฟิกคอร์ปอเรชั่น จก. เสนอตัวเข้าบริหารโครงการโทรทัศน์ดาวเทียม THAI TV GLOBAL NETWORK (TGN) ในลักษณะสัญญาบันทึกช่วยจำ (MOU) โดยเสนอเงื่อนไขยอมรับภาระหนี้สินที่จะดำเนินโครงการฯ จำนวนกว่า 200 ล้านบาทของช่อง 5 ซึ่งในเบื้องต้น บ.ทราฟฟิกฯ จะเป็นผู้บริหารเรื่องซอฟต์แวร์ต่างๆ เพื่อหารายได้จากสปอนเซอร์มาสนับสนุนรายการ ในลักษณะไหม้แชร้ง คือ รายการสดผู้ผลิตจะได้รับส่วนแบ่ง 70% แต่ถ้าเป็นเทปผู้ผลิตจะได้รับ 40% ทั้งนี้จะเริ่มทำรายการวันละ 4 ชั่วโมง แบ่งเป็นรายการธุรกิจ Business Line, รายการไทยบันเทิง, รายการส่องโลกเศรษฐกิจ, ข่าวภาษาอังกฤษ TGN News และรายการดอทคอมเดลี ส่วนทางช่อง 5 จะเป็นผู้ดูแลเรื่องฮาร์ดแวร์ทั้งหมด ด้านสาเหตุที่ทำให้ทีจีเอ็นไม่สามารถดำเนินการเองได้ เนื่องจากไม่มีทีมงานสำหรับขายโฆษณาโดยตรง จึงต้องเปิดทางให้เอกชนหรือเอเยนซีเข้ามาดำเนินการในด้านนี้แทน ส่วน บ.ทราฟฟิกฯ จะยอมแบกรับภาระขาดทุนได้ไม่ต่ำกว่า 5 ล้านบาทต่อเดือน ในเบื้องต้น ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward <u>หมายเหตุ</u> ต่อมา บ.ทราฟฟิกคอร์ปอเรชั่น จก. ได้ถอนตัวออกจากโครงการโทรทัศน์ดาวเทียม THAI TV GLOBAL NETWORK (TGN) ในเดือนตุลาคม 2543

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	โดยเริ่มลดเวลาในการออกอากาศลงตั้งแต่เดือนกันยายน เนื่องจากมีผลประกอบการขาดทุนและไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน พันเอกชายศักดิ์ โสมกุล หัวหน้าฝ่ายโทรทัศน์ดาวเทียมฯ ได้กล่าวถึงสาเหตุว่า รายการที่เสนอเป็นข่าวภาษาอังกฤษและรายการวิเคราะห์ข่าวในช่วงไพร์ไทม์ ระหว่าง 18.00-22.00 น. ของเมืองไทยทุกวัน ส่งผลกระทบต่อผู้ชมในยุโรปที่ส่วนมากเป็นแม่บ้าน ไม่นิยมรายการประเภทดังกล่าว • คณะกรรมการ บ.ไอทีวี จก. (มหาชน) มีมติอนุมัติแผนการปรับโครงสร้างหนี้และการลงทุนของบริษัทด้วยการเพิ่มทุน 550 ล้านบาท โดย บ.ชินคอร์ปอเรชั่น จก. (มหาชน) จะซื้อหุ้นเพิ่มทุนในสัดส่วน 17% คิดเป็นเงิน 261.3 ล้านบาท และไทยพาณิชย์เพิ่มทุน 19% เป็นเงิน 288.7 ล้านบาท ซึ่งกำหนดให้มีการเพิ่มทุนในวันที่ 31 พฤษภาคม 2543 เพื่อให้ไอทีวีมีเงินจ่ายค่าสัมปทานให้รัฐจำนวน 500 ล้านบาท ในวันที่ 3 กรกฎาคม 2543 หลังจากนั้นจะทำการลดทุน และเพิ่มทุนอีก 4,110 ล้านบาท ภายใน 3 เดือนข้างหน้า จากนั้นไอทีวีจะมีหนี้เพียง 1,000 ล้านบาท ด้านสัดส่วนผู้ถือหุ้นหลังเพิ่มทุนเสร็จสิ้น ประกอบด้วย ธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ (รวมบริษัทในเครือ) 56% บ.ชินคอร์ปฯ 39% ที่เหลือ 5% เป็นของผู้ถือหุ้นรายย่อย ได้แก่ กันตนากรุ๊ป, เดลินิวส์, เนชั่น มัลติมีเดียส์, นายนพพร วงษ์เวช (ผู้อำนวยการไอทีวี) นายศิริกาญจนพาสน์ และอื่นๆ ► รูปแบบ – Acquisition

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
มิถุนายน 2543	
	• บ.โอเพ่น ทีวี จก. (OPTV) บริษัทผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สนับสนุนระบบโทรทัศน์อินเตอร์แอคทีฟจากสหรัฐฯ ได้ประกาศโครงการร่วมมือกับกลุ่มบริษัทยูบีซี - ทั้งในระบบเคเบิลและระบบดาวเทียม ในการนำซอฟต์แวร์สนับสนุนโทรทัศน์อินเตอร์แอคทีฟมาเสริมการให้บริการของ UBC ซึ่งจะทำให้UBCสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้สองทางเป็นครั้งแรกในประเทศไทย โดยสามารถรับ-ส่งอีเมล ทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ผ่านจอโทรทัศน์ และให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้วยวิธีง่ายๆ เพียงกดปุ่มรีโมทคอนโทรล ทั้งนี้ ทาง UBC กำลังเสนอโครงการดังกล่าวต่อ อ.ส.ม.ท. ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • บ.ทราฟฟิกคอร์ปอเรชั่น จก. ผลิตรายการข่าวภาคภาษาอังกฤษให้กับช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 7.00-7.30 น. ซึ่งเน้นข่าวเศรษฐกิจและการเมือง เพื่อให้ นักธุรกิจที่จะเดินทางไปทำงานในตอนเช้าได้มีโอกาสดูรายการข่าวก่อน โดยทาง บ.ทราฟฟิกฯ จะรับผิดชอบด้านการผลิตรายการ และการตลาดแล้วจ่ายเป็นค่าเช่าเวลาให้กับทางช่อง 9 ส่วนสาเหตุที่ตัดสินใจขายรายการข่าวภาคภาษาอังกฤษมาช่อง 9 นั้น เนื่องจากการขายโฆษณาทางช่อง 11 มีข้อจก. ให้โฆษณาได้เพียงภาพลักษณ์องค์กรเท่านั้น ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
กรกฎาคม 2543	
	• บ.เคเบิลทีวี จันทบุรี จก. / CTV ผู้ประกอบการเคเบิลทีวีในจังหวัดจันทบุรี เริ่มเข้าเทคโอเวอร์กิจการของค่าย CTC เมื่อประมาณ 3 ปีก่อน แล้วจึงเปลี่ยนชื่อ CTC ใหม่เป็น นิวส์ เคเบิลทีวี ส่งผลให้สามารถแยกกลุ่มลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่มอย่างชัดเจน คือ กลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อต่ำ - ซึ่งจะเสียค่าสมาชิกรายเดือนไม่ถึง 200 บาท แลกกับการดูเคเบิลทีวี 8 ช่อง และกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อปานกลาง จะเสียค่าบริการรายเดือน 270 บาท แลกกับการดูรายการทีวี 24 ช่อง นอกจากนี้ ยังลดการแข่งขันระหว่างค่าย แต่หันมาแข่งขันกันเองกับบริษัทในเครือ ▶ รูปแบบ – Acquisition • ช่อง 7 ร่วมมือกับพันธมิตรในการรายงานผลการเลือกตั้งผู้ว่าฯ กทม. วันที่ 23 กรกฎาคม 2543 ได้แก่ ธนากรกรุงศรีอยุธยา จก. (มหาชน), หนังสือพิมพ์มติชน, บ.สามารถ เทเลคอม จก. องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย และเคเอสซีอินเตอร์เน็ต ในการร่วมมือครั้งนี้ จะใช้อาคารสำนักงานใหญ่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา เป็นศูนย์อำนวยความสะดวก พร้อมทั้งส่งเจ้าหน้าที่ธนาคารสาขาต่างๆ กว่า 4,000 คน ไปประจำตามหน่วยเลือกตั้ง เพื่อรายงานผลการนับคะแนนมายังศูนย์ ทั้งทางโทรศัพท์ และออนไลน์ข้อมูลส่งผ่านคอมพิวเตอร์ สาขาที่อยู่ใกล้เคียงหน่วยเลือกตั้ง เมื่อประมวลผลเรียบร้อยแล้วจะส่งข้อมูลไปยังสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 และหนังสือพิมพ์มติชน

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	ในส่วนขององค์การโทรศัพท์ฯ ได้จัดหมายเลขโทรศัพท์ 25 หมายเลข และโทรสาร 5 เครื่อง เพื่อรับรายงานผลการเลือกตั้ง ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ร่วมมือกับ ธนาคารกรุงไทย, ม.อัสสัมชัญบริหารธุรกิจ (ABAC) และองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ในการรายงานผลการเลือกตั้งผู้ว่าฯ กทม. โดยทางธนาคารกรุงไทยจะจัดเจ้าหน้าที่กว่า 200 คน ในการประมวลผล และตั้งศูนย์บัญชาการที่สำนักงานใหญ่ นอกจากนี้ ยังได้ให้นักศึกษาจาก ม.อัสสัมชัญ ประมาณ 2,000 คน กระจายไปตามหน่วยเลือกตั้งทั่วประเทศ เพื่อรายงานผลมายังศูนย์คอมพิวเตอร์ที่จัดไว้ แล้วส่งผลไปยังช่อง 9 ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • ไอทีวี ร่วมมือกับพันธมิตรในการรายงานผลการเลือกตั้งผู้ว่าฯ กทม. คือ เอไอเอส สนับสนุนโทรศัพท์มือถือในการรายงานผลจากหน่วยเลือกตั้ง, บ.เทเลมีเดีย เอเชีย ในการนำระบบอัตโนมัติเข้ามาใช้ ซึ่งจะทำให้สามารถประเมินผลได้ทันทีที่เจ้าหน้าที่ประจำหน่วยเลือกตั้งแต่ละหน่วยโทรฯ เข้ามารายงานทางด้านสถาบันราชภัฏสวนดุสิตและสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล จะส่งนักศึกษาจำนวน 2,000 คน ประจำหน่วยเลือกตั้ง โดยจะโทรฯ เข้ามารายงานทุก 3-5 นาที และยังร่วมกันจัดทำ Exit Poll ในวันเลือกตั้ง ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	• เนชั่น แชนแนล UBC 8 สถานีข่าว 24 ชั่วโมง ร่วมกับ สื่อในเครือเนชั่น คือ - FM 90.5 MHz. กรมการพลังงานทหาร จะเกาะติดข่าวเลือกตั้งตลอดทั้งวัน ตั้งแต่ปิดหีบจนถึง 18.00 น. - เว็บไซต์กรุงเทพธุรกิจ เปิดหน้าพิเศษผู้ว่าฯ กทม. รายงานข่าวและความเคลื่อนไหวตลอดทั้งวัน และหลังจากปิดหีบ จะรายงานผลการนับคะแนนจากศูนย์รายงานผลการเลือกตั้ง - หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และนิตยสาร เนชั่นสุดสัปดาห์ จะรายงานข่าว บทวิเคราะห์และคะแนนทุกเขตเลือกตั้ง ในการรายงานผลการเลือกตั้ง ผู้ว่าฯ กทม. - นอกจากนี้ ยังร่วมกับ พิธีธี, เทเลคอมเอเชีย, องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ด้านการรายงานผลคะแนน และ ม.รามคำแหง และสำหรับผู้ชมที่ไม่ได้เป็นสมาชิก UBC สามารถรับชมผลการนับคะแนนได้ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool
สิงหาคม 2543	
	• สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เห็นสัญญาความร่วมมือกับ บ.แสมเมอร์ โค ผู้ประกอบธุรกิจโทรคมนาคมรายใหญ่ของประเทศญี่ปุ่น เพื่อนำรายการของ ททบ.5 และ TGN ไปแพร่ภาพผ่านทางอินเทอร์เน็ตในประเทศญี่ปุ่น โดยจะเริ่มทดลองแพร่ภาพในเดือนนี้ สำหรับความร่วมมือครั้งนี้เป็นสัญญาพิเศษที่ตกลงกันว่าทาง บ.แสมเมอร์ฯ จะร่วมงานกับทางช่อง 5 เท่านั้น และจะไม่ติดต่อกับสถานีโทรทัศน์ไทยช่องอื่นๆ อีก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • บ.ทราฟฟิกคอร์ปอเรชั่น จก. ร่วมลงทุนกับ นาย กิตติภัทร์ รุ่งธนเกียรติ กรรมการผู้จัดการ บ.อาร์เคมีเดีย จก. และนายวรวุฒิ สินธุคุณากร จาก บ.เอซี เวิลด์ มีเดีย จก. จัดตั้ง บ.วิชั่น พลัส บรอดคาสติ้ง จก. เพื่อซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์จากต่างประเทศเข้ามาฉายในประเทศไทย โดยมีทุนจดทะเบียนช่วงแรก 10 ล้านบาท ซึ่งทุกฝ่ายประมาณกว่า 30% เท่าๆ กัน เรื่องแรกจะนำมาออกอากาศทาง ททบ. 5 เป็นภาพยนตร์แนวซีวียต์ เรื่อง “เลือดแค้นมังกรเดือด” อีกเรื่องหนึ่ง คือ “ปฏิบัติการล่าข้ามชาติ” ซึ่งจะนำมาออกอากาศทางไอทีวี จุดประสงค์ของวิชั่น พลัส นั้นไม่ได้จก. อยู่ที่รายการโทรทัศน์เท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงธุรกิจวิดีโอ วีซีดี และเคเบิลทีวี เนื่องจากลิขสิทธิ์ที่ซื้อจะครอบคลุมทั้งหมด และในการจัดจำหน่ายวิดีโอ และวีซีดีจะมอบให้ บ.สยามริจิน่า จก. เป็นผู้ดำเนินการแทน ส่วนเคเบิลจะทำในลักษณะของผู้ให้บริการคล้ายกับ HBO ▶ รูปแบบ – Joint Venture
กันยายน 2543	
	• ททบ. 5 ปรับผังรายการใหม่ เริ่มด้วยการซื้อสัญญาณสกีปข่าวจาก CNN มาดำเนินการโดยทีมข่าว ททบ. 5 ส่วนรายการด้านการศึกษาได้มอบให้ ทีม บ.เนชั่นฯ และกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งมี ดร. วิจิตร ศรีสะอ้าน จัดรายการ และรายการกีฬาได้ร่วมมือกับ บ.สยามสปอร์ตฯ เป็นผู้จัดทำรายการ

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	และยังมีส่วนในการช่วยปรับปรุงรายการกีฬาของสถานีให้มีความโดดเด่นมากขึ้น ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward
พฤศจิกายน 2543	
	• บ.ไอทีวี จก. (มหาชน) ร่วมมือกับ เครือเนชั่น, ศูนย์ข่าวแปซิฟิก วิทยุ จ.ส. 100, ธนาคารไทยพาณิชย์ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์, สวन्दุลดีโพล, โฟนลิ่ง, ซินนี่ดอทคอม, ธนาคารออมสิน, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.), เครือข่ายประชาชนเพื่อการเลือกตั้งหรือพีเน็ต, ทีทีแอนด์ที, องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย และเอไอเอส เพื่อรายงานข่าวและผลิตรายการรองรับการเลือกตั้งในเดือนมกราคม 2544 ส่วนบทบาทของเครือเนชั่นจะดำเนินการผ่านทางเนชั่นแชนแนล ที่ออกอากาศทาง UBC 8 โดยศูนย์ผลิตข่าวและรายการของเนชั่นทีวีที่อาคารเนชั่นทาวเวอร์ จะผลิตรายการที่เกี่ยวกับการเลือกตั้ง ในส่วนที่ตกลงร่วมมือกับไอทีวี จากห้องส่งของเนชั่นทีวีแล้วเชื่อมสัญญาณออกอากาศไปยังสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เพื่อออกอากาศพร้อมกันทั่วประเทศ และทาง บ.เนชั่นฯ ได้เตรียมล่วงหน้า โดยร่วมมือกับศูนย์วิจัยของ ม.ธรรมศาสตร์, ธนาคารออมสิน, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย เพื่อสำรวจความเห็นของประชาชนในการเลือกตั้ง ซึ่งสามารถติดตามรายละเอียดได้จากสื่อในเครือเนชั่น คือ หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น ,กรุงเทพธุรกิจ, เนชั่นสุดสัปดาห์ และเนชั่นแชนแนล UBC 8

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	นายปิยะ มาลากุล ณ อยุธยา ประธานอำนวยการข่าว ได้กล่าวว่าความร่วมมือกันทำงานครั้งนี้ จะเป็นการบูรณาการและบุคลากรทั้งหมด ขณะเดียวกันรายการที่ออกมาก็จะถ่ายทอดผ่านสื่อต่างๆ ของพันธมิตรทุกราย ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • ช่อง 7 ชื่อลิขสิทธิ์ในการถ่ายทอดสดหลายรายการ เริ่มจากการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบคัดเลือกระหว่างอังกฤษ-เยอรมัน, การแข่งขันฟุตบอลไทยเกอร์คัพ, เอฟเอคัพ อังกฤษ, โคปา อิตาเลีย รอบรองชนะเลิศ-ชิงชนะเลิศ, การแข่งขันฟุตบอลเยาวชนชิงแชมป์เอเชีย (15-19), ฟุตบอลในร่ม 5 คน ชิงแชมป์โลก และรายการกอล์ฟจอห์นนี่วอล์กเกอร์คลาสสิก ► รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward
ธันวาคม 2543	
• กองบรรณาธิการนิตยสารไอทีชั้นนำ เช่น ไอทีซอพท์, ไมโครคอมพิวเตอร์, คิวพีซี และคอมพิวเตอร์ ทุติย ร่วมมือกันจัดรายการถามตอบปัญหาการใช้งานคอมพิวเตอร์ทางวิทยุให้กับผู้ใช้ทุกระดับ ตั้งแต่ผู้เริ่มต้นใช้คอมพิวเตอร์จนถึงใช้ประจำภายใต้ชื่อ “คลินิกคอมพิวเตอร์” เพื่อคอยให้คำปรึกษาและตอบปัญหาทุกเรื่อง ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 16.00-17.00 น. ทาง FM 103 MHz. ► รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool	• ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ร่วมกับ กรมประชาสัมพันธ์, ไอทีทีวี, UBC, บ.เอ็น ที แอล จก. (NTL), โรงกรมไบรณกสกาย และ SONY เปิดการทดลองส่งสัญญาณแพร่ภาพโทรทัศน์ระบบดิจิตอล ภาคพื้นดิน (DTTB) ที่ช่อง 47 เป็นเวลา 3 เดือนครอบคลุมเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ทางด้านเอ็นทีแอลนั้น คือ System Designer ที่เชี่ยวชาญด้านการออกแบบระบบดิจิตอลทีวี ให้เอ็มซอพท์แวร์ ส่วนฮาร์ทแวร์ไอทีทีวี ให้ใช้ห้องส่งที่เป็นระบบดิจิตอล ด้านเครื่องรับที่เป็นระบบดิจิตอลนั้น โซนี่ได้ส่งมาให้จากประเทศอังกฤษ และ อ.ส.ม.ท. รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการทำแผ่นพับ ► รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
มกราคม 2544	
	• ททบ. 5 ร่วมมือกับ 16 พันมิตรในการรายงานผลการเลือกตั้ง ส.ส. คือ ททบ. 5 มาร์เก็ตติ้ง, TGN, หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, ช่องข่าว UBC 7, สำนักข่าววิทยุเอ็นเอ็น, สำนักข่าวไอเอ็นเอ็น, คณะรัฐศาสตร์จุฬาฯ, สำนักพระนครโพลสถาบันราชภัฏพระนคร, หนังสือพิมพ์อาทิตย์วิเคราะห์รายวัน, ศูนย์ประสานงานประชาชนเพื่อการเลือกตั้ง, สมาคมเคเบิลทีวี (ประเทศไทย), สมาคมวิทยุสื่อสารความถี่ประชาชนชาติ CB 245 ประเทศไทย ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ร่วมมือกับพันธมิตร 10 ราย ในการรายงานผลการเลือกตั้ง ส.ส. ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย, ม.อัสสัมชัญ, การศึกษานอกโรงเรียน(กศน.), การสื่อสารแห่งประเทศไทย, องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สถาบันพระปกเกล้า, บิสซิเนส เรดิโอ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์, และ Thai Independent Network Agency ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool • สถานีโทรทัศน์ ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ ร่วมมือกับหน่วยงานรัฐและเอกชนในการรายงานผลการเลือกตั้ง คือ สถาบันพระปกเกล้า, มูลนิธิองค์การกลางเพื่อประชาธิปไตย, ม.ธรรมศาสตร์, กลุ่มเนชั่น, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร หรือ ธ.ก.ส. ▶ รูปแบบ – Loose Market / Ad hoc Pool

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
มีนาคม 2544	
• บ.จี.เอ็น.เอ็น มีเดีย จก. ผู้ผลิตรายการวิทยุ FM 97.5 MHz. พับบลิค เรดิโอ ประสบปัญหาขาดทุนเนื่องจากช่วงเวลาผลิตรายการไม่เอื้ออำนวย คือเวลา 10.00-16.00 น. ซึ่งทำให้ค้างค่าเช่าสถานี และต่อมาทาง อ.ส.ม.ท. ได้บอกเลิกสัญญาเช่า และเปิดทางให้ บ.สตูดิโอ 107 จก. ของจันทรา ชัยนาม มาผลิตรายการแทน ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward	
พฤษภาคม 2544	
• บ.ไอ.เอ็น.เอ็น จก. ซึ่งมีนายสมชาย แสงวงการ เป็นกรรมการผู้จัดการ ได้ร่วมมือกับทีมงานผู้ผลิตของ บ.อินดี้ มีเดีย จก. และทีมงานการตลาดของ บ.ทีมวันพลัส จก. ของคลื่นนิวส์ แอนด์ ทอล์ค ที่ต้องย้ายคลื่นจาก FM 101 วิทยุกองบัญชาการทหารสูงสุด มาอยู่กับสถานีวิทยุคลื่นข่าว ไอ.เอ็น.เอ็น. FM 99.5 MHz. เนื่องจากหมดสัญญาและทางต้นสังกัดได้ให้ผู้ประกอบการรายอื่นเช่าเวลาแทน ทางทีมงานนิวส์ แอนด์ ทอล์ค เอฟ.เอ็ม. จึงเข้าร่วมกับทีมงานไอ.เอ็น.เอ็น. และจะเริ่มผังรายการใหม่ในเดือนพฤษภาคม โดยเป็นการบูรรวมรายการของทั้ง 2 คลื่นมาไว้ด้วยกันก่อนในช่วงแรก ขาดเพียงรายการข่าวยามเช้า และรายการคุยเฟื่องเรื่องเงินทอง ที่ยังอยู่ที่คลื่น FM 101 MHz. ต่อไป ภายใต้บริษัทผู้ผลิตรายใหม่ คือ บ.เรดิโอ อาร์ม จก. ซึ่งผู้ชนะการประมูลเป็นผู้บริหารของ บ.คลิก เทเลวิชั่น จก. โดยใช้ชื่อสถานีว่า “นิวส์แซนแนล” ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward	• บ.แปลน พับลิชชิง จก. ผลิตรายการออกอากาศทาง UBC ช่อง 7 ชื่อรายการว่า “แฟมิลี ฮอตไลน์ สายด่วน เพื่อครอบครัว” ซึ่งเป็นรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเด็กและครอบครัวที่น่าเสนอแตกต่างจากรายการเดิมที่มีอยู่ นอกจากนี้ ยังผลิตรายการให้กับทางไอทีวี ชื่อรายการคลินิกรักลูก อีกด้วย ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
• บ.แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จก. (มหาชน) ร่วมมือเป็นพันธมิตรกับ บ.ลิสซิ่น ดอทคอม จก. (www.listen.com) ซึ่งเป็นเจ้าของเว็บไซต์ด้านเพลงระดับโลก และยังเป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงเครือข่ายมากถึง 1,200 เว็บไซต์ทั่วโลก โดยเป้าหมายขั้นต้นทาง บ.แกรมมี่ฯ คาดว่าจะเปิดสถานีวิทยุบนอินเทอร์เน็ตได้ 150 สถานี เป็นเพลงสากลจากลิสซิ่น ดอทคอม 80 สถานี และอีก 70 สถานี จะเปิดเพลงไทยจากฐานข้อมูลของ บ.แกรมมี่ฯ การเปิดสถานีวิทยุบนอินเทอร์เน็ต นอกจากสามารถสร้างรายได้เหมือนกับเว็บไซต์ทั่วไปแล้ว ยังมีรายได้อีกทางหนึ่งจากสปอตโฆษณาทางคลื่นวิทยุอีกด้วย ความร่วมมือครั้งนี้ บ.ลิสซิ่นฯ จะเป็นผู้สนับสนุนด้านเทคโนโลยีในการออนไลน์เพลงให้กับแกรมมี่ ส่วนในการดูแลด้านลิขสิทธิ์เพลงนั้น ต่างฝ่ายต่างดูแลของตนเอง และรายได้ที่เกิดขึ้นหลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้ว จะต้องแบ่งให้ บ.ลิสซิ่นฯ 50% ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward	
มิถุนายน 2544	
• หลังจากทีนิวส์ แอนด์ ทอล์ค เข้าร่วมปรับผังรายการกับทีมงานไอ.เอ็น.เอ็น. ในเดือนพฤษภาคม 2544 นั้น ต่อมาทั้งสองบริษัทได้ตกลงรวมกิจการเข้าด้วยกัน โดยตั้งบริษัทขึ้นมาใหม่ มีทุนจดทะเบียนบริษัทละ 5 ล้านบาท โดยดำเนินการจดทะเบียน 1 ล้านบาทก่อนในช่วงแรก และแบ่งสายงานรับผิดชอบออกเป็น 2 ส่วน คือ INN News & Talk Radio มีหน้าที่ผลิตรายการคลื่นข่าวป้อนให้กับทางสถานี และให้นายยงยุทธ ฟูศิริพันธ์ เป็นกรรมการผู้จัดการ	

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
ส่วนที่ 2 คือ ไอ.เอ็น.เอ็น. พลัส ทำหน้าที่ดูแลด้านการตลาดของสถานีวิทยุ FM 99.5 MHz. และให้นายสมชาย แสงวงการ เป็นกรรมการผู้จัดการ ▶ รูปแบบ – Joint Venture • บ.เอ-โทม์ มีเดีย จก. ในเครือ บ.แกรมมี่ฯ เข้าบริหารคลื่น FM 89.0 MHz. หรือ แฟชั่น แฟคตอรีของ บ.ยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จก. ที่ดำเนินงานร่วมกับสถานี ปัญญารขุน ซึ่ง บ.เอ-โทม์ฯ ได้เปลี่ยนเป็นคลื่นที่นำเสนอเรื่องราวต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของคนเมืองโดยเฉพาะ ภายใต้ชื่อว่า “Bangkok Radio” ออกอากาศ 24 ชั่วโมง ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward	
สิงหาคม 2544	
	• บ.ฐานเศรษฐกิจ จก. เข้าผลิตรายการวิเคราะห์เศรษฐกิจ โดยจะนำเสนอประเด็นที่ทันต่อเหตุการณ์หรือมองแนวโน้มในอนาคต ในรูปแบบการสนทนาการวิเคราะห์ข่าว หรือเศรษฐกิจการเมืองที่สำคัญ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ทุกวันพุธ ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward
กันยายน 2544	
	• สถานีโทรทัศน์ไทยทีวี (TTV) ร่วมกับ บ.พี.แอล. เทเลวิชั่น จก. ผู้บริหารงานสถานีโทรทัศน์ BTV ผลิตรายการที่มีเนื้อหาของการเผยแพร่ผลงานของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ หรือความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งที่ผ่านมาสำนักงานตำรวจแห่งชาติได้ร่วมมือกับสถานีโทรทัศน์ของ UBC

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	เพื่อผลิตรายการที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับแวดวงตำรวจ รวมทั้งสนับสนุนเครื่องมือต่างๆ ของสำนักงานในการทำงานเพื่อรายงานสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เช่น การจลาจล ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward หมายเหตุ ในเดือนมกราคม 2545 บ.เวิร์ลด์ ไทยสตาร์ ทีวีฯ ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ไทยทีวี ได้ยกเลิกสัญญา กับ บ.พี.แอล. เทเลวิชั่น จก. ผู้บริหารช่องรายการ BTV เนื่องจากทำผิดข้อตกลงหลายประการ อาทิ รูปแบบรายการเป็นวาไรตี้มากกว่าสื่อสาธารณะ , การแจ้งต่อสาธารณะทั่วไปว่าเป็นสถานีโทรทัศน์ทั้งที่เป็นเพียงช่องรายการหนึ่งไทยทีวี และการติดค้างหนี้ค่าเช่าอากาศเป็นจำนวนหลายล้านบาท
ตุลาคม 2544	
	• บ.ไฟกัส อินโนเวชั่น จก. บริษัทที่ปรึกษาด้านการบริหารและการตลาด ได้เข้ารับบริหารการขายและการตลาดให้กับโครงการโทรทัศน์ดาวเทียม TGN ซึ่งรูปแบบการบริหารจะใช้กลยุทธ์ทางพันธมิตรธุรกิจ ไม่มีการผูกขาด โดยทาง บ.ไฟกัสฯ ได้เข้าดำเนินการตั้งแต่การทำสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนทางการตลาด ซึ่งมุ่งเน้นการทำตลาดแบบขายแพ็คเกจเป็นหลัก ด้วยการร่วมมือกับหน่วยงานรัฐและรัฐวิสาหกิจ รวมถึงภาคเอกชนในลักษณะการส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ในส่วนรายได้จากการทำตลาดจะเข้าสถานี 75% และทาง บ.ไฟกัสฯ ได้ 25% ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
พุดศิกายน 2544	
• อ.ส.ม.ท. ได้เซ็นสัญญากับ บ.พันแฟคเทอร์รี่ จก. ให้เข้ามารับผิดชอบด้านการตลาดของคลื่นข่าว FM 100.5 MHz. ส่วนการผลิตเนื้อหาข่าวทางสำนักข่าวไทยจะรับผิดชอบ ซึ่งจะทำให้ อ.ส.ม.ท. มีรายได้เพิ่มขึ้น จากเดิมที่ได้เดือนละ 3-4 แสนบาท เป็น 1 ล้านบาท ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward	
ธันวาคม 2544	
• บ.บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จก. ได้แยกแผนกเพลงไทยออกไปจัดตั้งเป็นบริษัทใหม่ โดยร่วมทุนกับ บ.โซนี่ มิวสิก ประเทศไทย ตั้งเป็น บ.โซนี่ บีอีซี-เทโร มิวสิก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จก. และมอบหมายให้กับนายปีเตอร์ กัน กรรมการผู้จัดการ บ.โซนี่ มิวสิกฯ เป็นผู้ดูแล ตามสัดส่วนหุ้น คือ โซนี่ 60% และ บ.บีอีซี-เทโรฯ 40% ซึ่งการรวมตัวกันครั้งนี้ จะเกิดผลดีต่อทั้งสองฝ่าย คือ โซนี่เป็นค่ายเพลงจากต่างประเทศที่มีความรู้ความชำนาญในการทำเพลง ขณะที่ บ.บีอีซี-เทโรฯ เป็นบริษัทในเครือของช่อง 3 ที่มีสื่อในการโปรโมตเพลง ▶ รูปแบบ – Joint Venture • บ.บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จก. ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของช่อง 3 ได้ทำการตกลงกับบริษัท และผู้บริหารของบริษัทฯ ในการร่วมทุนกับ บ.เวอร์จิน เรดิโอ เอเชีย จก. ก่อตั้ง บ.เวอร์จิน บีอีซี-เทโร เรดิโอ เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จก. เพื่อดำเนินธุรกิจสื่อวิทยุในประเทศไทย	• บ.ชิน คอร์ปอเรชั่น จก. (มหาชน) เข้าซื้อหุ้นสามัญ บ.ไอทีวี จก. (มหาชน) จากธนาคารไทยพาณิชย์ จก. (มหาชน) จำนวน 106.25 ล้านหุ้น ทำให้เหลือหุ้นในไอทีวี 18.46% โดย บ.ชินคอร์ปฯ ได้ทำรายการซื้อหุ้นสามัญเรียบร้อยแล้วตั้งแต่วันที่ 13 พฤศจิกายน 2544 และการเข้าซื้อหุ้นดังกล่าวเป็นผลให้ บ.ชินคอร์ปฯ ถือหุ้นไอทีวีจากเดิม 39% เป็น 64% ทำให้ต้องทำคำเสนอซื้อหลักทรัพย์ทั้งหมดจากผู้ถือหุ้นไอทีวี และมีผู้เสนอขายหลักทรัพย์หุ้นสามัญทั้งสิ้นจำนวน 57,302,623 หุ้น ซึ่ง บ.ชินคอร์ปฯ ได้ชำระให้แก่ผู้ถือหุ้นเรียบร้อยแล้ว เป็นผลให้ บ.ชินคอร์ปฯ เข้าถือหุ้นในไอทีวีจากเดิม 64% เป็น 77.48% ของทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วของไอทีวี ▶ รูปแบบ – Acquisition • ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ปรับผังรายการใหม่ โดยเฉพาะช่วงไพรม์ไทม์ 21.30-22.15 น. โดยได้ร่วมกับ บ.ไลฟ์ (ไทยแลนด์) จก. เพื่อผลิตและสร้างสรรค์รายการเมืองไทยรายวัน และร่วมกับ บ.แกรมมี่ เทเลวิชั่น จก. ผลิตรายการกาน้ำ เกม

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
ด้านสัดส่วนการลงทุน บ.บีอีซี-เทโรฯ ถือหุ้น 51% บ.เวอร์จิน เรดิโอฯ ถือหุ้น 49% ที่ผ่านมากลื่นวิทย์ในเครือบีอีซี เวิลด์ ได้ให้ บ.ยูแอนดีโอ คอร์ปอเรชั่น จก. บริหารงาน ได้แก่ FM 95.5, 105 และ 105.5 MHz. ซึ่งมีผลขาดทุนราว 200 ล้านบาท หรือ ไม่ถึง 5% ของธุรกิจ全媒体ทั้งหมด ด้านการบริหารงานในบริษัททาง บ.เวอร์จิน บีอีซี-เทโรฯ ทำหน้าที่ในการขายโฆษณาให้คำปรึกษาในด้านการบริหารงาน การตลาด และพัฒนาธุรกิจ ส่วนการผลิตรายการเป็นหน้าที่ของ บ.ยูแอนดีโอฯ ▶ รูปแบบ – Joint Venture	ซึ่งเป็นเกมโชว์สำหรับวัยรุ่น เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของสถานีที่ต้องการจับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่เพิ่มขึ้น ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward

มกราคม 2545

	• ช่อง 7 เข้าเป็นผู้สนับสนุนให้กับนักฟุตบอลทีมชาติไทยผ่านทางสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในลักษณะที่เรียกว่า “Associate Partner” มากกว่าการเป็นสปอนเซอร์ทั่วไป ซึ่งถือเป็นการร่วมมือของสามฝ่ายที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบแตกต่างกันไป คือ สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยทำหน้าที่คล้ายกับผู้ผลิตสินค้าที่ต้องพัฒนาและผลิตนักกีฬาฟุตบอลฝีมือดี ส่วนช่อง 7 ทำหน้าที่เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในการสนับสนุนกิจกรรม รวมทั้งการถ่ายทอดสด โดยมีเงื่อนไขว่า การแข่งขันที่เกิดขึ้นในต่างประเทศที่ทีมชาติไทยเข้าร่วมการแข่งขัน ต้องขึ้นอยู่กับว่าสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยมีสิทธิหรือไม่เป็นกรณีไป ขณะที่การแข่งขันที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ช่อง 7 จะได้รับสิทธิการถ่ายทอดสดทันที ทางด้านหน้าที่ของ บ.ไอเอ็มจี นั้นเป็นเสมือนผู้ทำตลาดและรับผิดชอบในการดำเนินกิจกรรมให้กับนักฟุตบอลทีมชาติไทย ส่วนสัญญาความร่วมมือดังกล่าวมีระยะเวลา 5 ปี เริ่มตั้งแต่ปี 2545 เป็นปีแรก
--	---

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสีเขียว	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • บ.ทศภาค จก. ซื้อลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลโลก 2002 และ 2006 จากเคิร์ช กรุ๊ป ในราคา 7.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และได้มีการเซ็นสัญญาเช่าเวลา กับสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ไทยช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์เรียบร้อยแล้ว ส่วนโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย (ทีวี่พล) กำลังอยู่ในช่วงการเจรจากับทางทศภาคในการร่วมถ่ายทอดสดครั้งนี้ ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward & Contractual with Shared risk / reward หมายเหตุ ในเดือนกุมภาพันธ์ 2545 ผลการเจรจาระหว่างโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย (ทรท.) กับ บ.ทศภาค จก. ได้ข้อสรุปว่า การได้ลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดฟุตบอลโลกของทศภาคเป็นเรื่องของการทำธุรกิจไม่ใช่ภาระหน้าที่ของ ทรท. ในการถ่ายทอดสด จึงให้สถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ เปิดการเจรจาได้อย่างอิสระ ส่งผลให้ช่อง 9, ช่อง 11 และไอทีวีเข้าร่วมถ่ายทอดสดฟุตบอลโลก 2002 ส่วนช่อง 3, 5 และ 7 ไม่ขอเข้าร่วมถ่ายทอดสดในครั้งนี้
กุมภาพันธ์ 2545	
	• บางกอกการละคอน ซื้อลิขสิทธิ์รายการเดอะวีกเอนด์ ลิงค์ จาก บ.บีบีซี ลอนดอน ประเทศอังกฤษ มาทำเป็นรายการกำจัดจุดอ่อน ในประเทศไทย ออกอากาศทางช่อง 3 โดยเริ่มออกอากาศเมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2545 ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	• บ.ทศภาค จก. ร่วมกับ สถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในการลงนามในสัญญาว่าจ้าง เพื่อออกอากาศไฮไลต์สรุปผลการแข่งขันฟุตบอลโลก 2002 ทุกวันจนจบการแข่งขัน ระหว่างเวลา 22.30-24.00 น. การลงนามดังกล่าว ทศภาคในฐานะเจ้าของลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลโลก 2002 ในประเทศไทย เข้าเวลาออกอากาศไฮไลต์การแข่งขันซึ่งผลิตโดยฟีฟ่า ตั้งแต่ก่อนการแข่งขัน รวมทั้งการสัมภาษณ์หลังการแข่งขันของทีมที่เข้าร่วม ซึ่งเป็นครั้งแรกที่ฟีฟ่าผลิตรายการดังกล่าว โดยทศภาคได้ซื้อลิขสิทธิ์มาออกอากาศและจะเป็นผู้ดำเนินการด้านสิทธิประโยชน์ในการขายโฆษณาเองทั้งหมด ส่วนทางไอทีวีได้บรรลุข้อตกลงในการขอสิทธิการเป็นสถานีเพื่อเสนอข่าวสารการแข่งขันฟุตบอลโลก 2002 ในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ โดยได้รับอนุมัติจากทางทศภาคให้ใช้ภาพจากการถ่ายทอดสดการแข่งขันออกอากาศได้ตามช่วงเวลาต่างๆ ด้านสถานีอื่นๆ ทศภาคอนุญาตให้นำภาพไปออกอากาศเฉพาะช่วงข่าวประจำวัน 90 วินาที ภายใน 24 ชั่วโมง หลังการแข่งขันในคืนนั้นๆ จบลงและไม่สามารถนำภาพการแข่งขันไปจัดทำเป็นรายการอื่นๆ ได้ ► รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • กรมประชาสัมพันธ์ ให้ บ.พี.แอล. เทเลวิชั่น จก. (BTV) ร่วมผลิตรายการข่าวภาคค่ำใน สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 เพื่อแก้ไขการขาดแคลนบุคลากรของสำนักข่าว

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสีเขียว	พันธมิตรทางธุรกิจสีเทา
	เนื่องจากกรมประชาสัมพันธ์ไม่สามารถรับพนักงานเพิ่ม หรือทดแทนข้าราชการที่เกษียณอายุ หรือ ลาออกไป ตามระเบียบการลดจำนวนข้าราชการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพงานข่าวที่ถดถอยลง ส่วนความร่วมมือในครั้งนี้ มีเงื่อนไขว่า เอกชนจะต้องลงทุนค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการจ้างบุคลากรเพื่อร่วมงานกับกองบรรณาธิการสำนักข่าว จำนวนประมาณ 15 คน รวมทั้งทีมข่าวและผู้ประกาศ พร้อมทั้งลงทุนให้ช่อง 11 จัดซื้ออุปกรณ์ที่ขาดแคลน เช่น เครื่องตัดต่อ ด้านค่าตอบแทนทางเอกชนจะได้ผลประโยชน์ตอบแทนเป็นเวลาโฆษณาจำนวน 70% ของเวลาทั้งหมดในช่วงข่าว ด้านการปฏิบัติงานในส่วนของทีมข่าวจะมี บ.ก.ข่าวของสำนักข่าวเป็นผู้รับผิดชอบ โดยฝ่ายบีทีวียุติในฐานะผู้เสนอแนะความคิดเห็นเท่านั้น ในส่วนของทีมข่าวจะใช้ร่วมกัน ▶ รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward • UBC และ บ.เทอร์เนอร์ บรอดคาสติ้ง ซิสเต็ม เอเชียแปซิฟิก จก. ได้ร่วมลงนามต่อสัญญาแพร่ภาพของรายการซีเอ็นเอ็น และการ์ตูนเน็ตเวิร์คอย่างถูกต้องตามกฎหมายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ▶ รูปแบบ – Contractual without Shared risk / reward • สมาคมเคเบิลทีวี (ประเทศไทย) ได้เจรจาความร่วมมือกับสถานีโทรทัศน์อาร์ดีง ประเทศเกาหลี ในการนำสัญญาณการออกอากาศของสถานีอาร์ดีงมาแพร่ภาพผ่านทางเครือข่ายเคเบิลทีวีของสมาชิก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
	สมาคมฯ ในภาษาต่างประเทศ เนื่องจากตามแหล่งท่องเที่ยวของไทยมีคนเกาหลีเดินทางมาพักผ่อนค่อนข้างมาก โดยทางสมาคมฯ ไม่ต้องซื้อลิขสิทธิ์รายการ และทางเกาหลีได้ประโยชน์ในแง่ของการเผยแพร่สปอตโฆษณาที่ติดมากับรายการ ขณะที่ผู้ประกอบการเคเบิลทีวีก็มีรายการให้ประชาชนได้เลือกชมหลากหลายขึ้น ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward
มีนาคม 2545	
	• บ.อาร์.เอ็น.ที. เทเลวิชั่น จก. ผู้ดำเนินธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ได้เข้าร่วมงานกับไทยทีวี โกลบอลเน็ตเวิร์ค หรือ TGN ทำสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวผ่านดาวเทียม ออกอากาศใน 7 ประเทศ คือ ไทย พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม มาเลเซีย และสิงคโปร์ โดยทางอาร์.เอ็น.ที. จะเป็นผู้ผลิตรายการหลักป้อนให้กับช่อง ซึ่งจะมีรายการด้านท่องเที่ยวเท่านั้น และได้รับความร่วมมืออย่างดีจาก ททท. ปตท. และหน่วยงานเอกชนที่เข้ามาร่วมเป็นผู้สนับสนุนรายการ เช่น โกดัก พานาโซนิค สามารถ และฟุตบอลไทย เป็นต้น ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward
เมษายน 2545	
• บ.กราฟฟิคคอร์ปอเรชั่น จก. ปรับโครงสร้างองค์กรเป็น บ.กราฟฟิคคอร์ปอเรชั่น โฮลดิ้ง จก. (มหาชน) เพื่อยื่นจดทะเบียนต่อคณะกรรมการกำกับและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในตลาดหลักทรัพย์ใหม่ (MAI)	• ททบ. 5 ร่วมมือกับเนชั่น เทเลวิชั่น โดย บ.เนชั่น บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จก. ในเครือเนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป ในการผลิตรายการบันเทิงกึ่งสารคดีชุด "เจ้าสัวสยาม"

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พันธมิตรทางธุรกิจสื่อวิทยุ	พันธมิตรทางธุรกิจสื่อโทรทัศน์
โดยจะมีการกระจายหุ้นจำนวน 30 ล้านหุ้น อีก 70 ล้านหุ้น เป็นสัดส่วนของผู้ถือหุ้นเดิม ซึ่งประกอบด้วย นายสุพงษ์ เจริญชาญชัย และภรรยา รวมทั้งนาย วินิจ เลิศรัตนชัย กรรมการบริหารบริษัทฯ ด้าน โครงสร้างของบริษัทจะประกอบไปด้วย 6 บริษัทใน เครือ ได้แก่ 1. บ.ทีวี ฟอรัม จก. ประกอบธุรกิจสื่อบันเทิงทาง โทรทัศน์ คือ รายการถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีก และบุณเดสลีกา รวมถึงการถ่ายทอดกีฬาทั้งในและ ต่างประเทศ 2. บ.ทราฟฟิคคอร์ปอเรชั่น เรดิโอ จก. ประกอบ ธุรกิจสื่อบันเทิงทางวิทยุ คือ บริหารคลื่นลูกทุ่ง เอฟ.เอ็ม. FM 95 MHz., Soft FM 107 MHz. และคลื่นคน ดนตรี FM 94 MHz. นอกจากนี้ ยังได้ ม.ร.ว. รุจยาภา อาภากร อดีตผู้บริหารของบีเอ็นทีมาร่วมงานใน ส่วน ของกลุ่มวิทยุ 3. บ.ดรีม มีเดีย จก. ประกอบธุรกิจบริหารลิขสิทธิ์ และสร้างสรรค์งานดนตรี 4. บ.บลิส เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จก. ประกอบธุรกิจ ให้บริการเว็บไซต์ฮอตลิกคอตคอม ลูกทุ่ง เอฟ.เอ็ม. คอตคอม และซอท แมสเสจให้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ 5. บ.ไลฟ์โปรเจค จก. ประกอบธุรกิจจัดการแสดง คอนเสิร์ตทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งกิจกรรม การตลาดต่างๆ 6. บ.108 1009 ออดิโอเท็กซ์ จก. ซึ่งได้รับสิทธิ จากองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย เป็นเวลา 15 ปี ประกอบธุรกิจเป็นผู้ให้บริการข้อมูลผ่านทาง โทรศัพท์ ► รูปแบบ – Acquisition (Holding Company)	ซึ่งเป็นผลงานชิ้นที่ 2 ต่อจากปมใหม่ ใช้การผลิต 20 ล้านบาท นำเสนอ 10 เรื่อง โดยมีกำหนด ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ช่วงหลังข่าว ► รูปแบบ – Contractual with Shared risk / reward