

# ส่วนที่ 1

## การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

#### (1.1) วิสัยทัศน์และปณิธานในการดำเนินงานของบริษัท

**วิสัยทัศน์ :** มุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำด้านการผลิตข่าว  
และรายการที่ทรงคุณค่าเพื่อเป็นสถาบันสื่อแห่งอนาคต

**ปณิธาน :**

"สร้างแรงบันดาลใจ" เป็นสถาบันผลิตนักข่าว ผู้ประกาศข่าว และผู้ผลิตรายการ

"สร้างสรรค์" สถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมง ให้ยืนยงอย่างมั่นคงใน"ใจ"ของทุกคน  
และเป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่ดีที่สุด

"ก้าวไปข้างหน้า" ทุ่มเทพพัฒนาให้เข้าถึงทุกนวัตกรรม New Media (สื่อรูปแบบใหม่)  
เพื่อสร้างโอกาสใหม่อย่างไม่หยุดยั้ง

"ดำรงความน่าเชื่อถือ" ที่เป็คุณค่าสูงสุดขององค์กรและซื่อสัตย์ต่อจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพสื่อสารมวลชน

#### (1.2) ประวัติและความเป็นมาของบริษัท

บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ("NBC") ตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 8 มกราคม 2536 ภายใต้ชื่อ บริษัท เนชั่นคอมมิวนิเคชั่น จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1.00 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจผลิตรายการข่าวในรูปแบบต่างๆ แพร่ภาพทางสถานี โทรทัศน์ฟรีทีวี และเคเบิลทีวี และร่วมผลิตรายการวิทยุทางคลื่น F.M. 90.5MHz และข่าวต้นชั่วโมง ออกอากาศทางสถานีวิทยุคลื่นต่างๆ โดยดำเนินการผ่านบริษัท เนชั่น เรดิโอ เน็ทเวอร์ค จำกัด ("NRN") ซึ่ง NBC เป็นผู้ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.98

ในปี 2539 NBC เปลี่ยนชื่อบริษัท เป็น "บริษัท เนชั่น เทเลวิชั่น จำกัด และเข้าร่วมเป็นผู้ผลิตรายการข่าวของ สถานีโทรทัศน์ไอทีวี (ในปัจจุบัน ได้เปลี่ยนชื่อเป็นสถานี โทรทัศน์ทีพีบีเอส) จากนั้นในปี 2540 ได้เปลี่ยนชื่อบริษัท เป็น "บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด" หรือ NBC จากนั้นในปี 2543 ได้จัดตั้ง สถานีข่าว 24 ชั่วโมงแห่งแรกของ ประเทศไทย ภายใต้ชื่อสถานีโทรทัศน์ "Nation Channel" แพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก UBC ช่อง 8 และนับแต่ปี 2546 เป็นต้นมา NBC ได้เปลี่ยนและขยายช่องทางการแพร่ภาพสถานีโทรทัศน์ Nation Channel ให้กว้างขวางมากขึ้น เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมในอนาคต รวมทั้ง ได้ขยายธุรกิจสู่กลุ่มธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่ (New Media) ด้วยการนำข้อมูลข่าวสารของกลุ่มบริษัทฯ มาพัฒนาเป็นบริการด้านข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่างๆ เผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ โทรศัพท์ เคลื่อนที่ ไอพีทีวี และ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

นอกจากนั้น NBC ยังได้พัฒนารูปแบบการหารายได้โดยการนำเนื้อหาสาระ (Content) และข้อได้เปรียบด้านต่างๆ จากการประกอบธุรกิจสื่อโทรทัศน์มาต่อยอดขยายไปสู่ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษ การจัดอบรมสัมมนา การจัดทำเที่ยว การผลิต จำหน่ายหนังสือและ DVD

ในปี 2550 NBC รับโอนกิจการและธุรกิจรายการวิทยุของ NRN มาดำเนินการแทน โดยในปี 2552 NBC ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนเข้าจดทะเบียนเป็นบริษัท ในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ และรับเป็นตัวแทนในการดำเนินธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่แก่บริษัทในกลุ่ม NMG และเว็บไซต์ pantip.com และยังร่วมผลิตรายการวิทยุคลื่น FM 103 กับบริษัท วี.เอ. แอนด์ซันส์ จำกัด

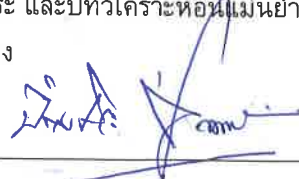
นอกจากนี้ NBC ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเข้าจดทะเบียนเป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ต่อมาในปี 2553 NBC เปิดตัวสถานีข่าวบันเทิง Mango TV ออกอากาศผ่านเคเบิลทีวีท้องถิ่น ทีวีดาวเทียม เว็บไซต์จอโทรทัศน์ภายในสถานีและขบวนรถไฟฟ้าบีทีเอส โทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมทั้ง ได้พัฒนารูปแบบการนำเสนอสินค้าและบริการต่างๆ ของ NBC ผ่านทางสังคมออนไลน์มากยิ่งขึ้น เช่น พัฒนา Application ในการรับชมสถานีโทรทัศน์ Nation Channel และ Mango TV ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone แท็บเล็ต และได้เปลี่ยนดาวเทียมในการส่งสัญญาณภาพและเสียงของ Nation Channel จากดาวเทียม ST-1 ระบบ C-Band เป็นดาวเทียมไทยคม 5 ระบบ C-Band

### (1.3) การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ

สำหรับปี 2554 - 2561 NBC มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ ดังนี้

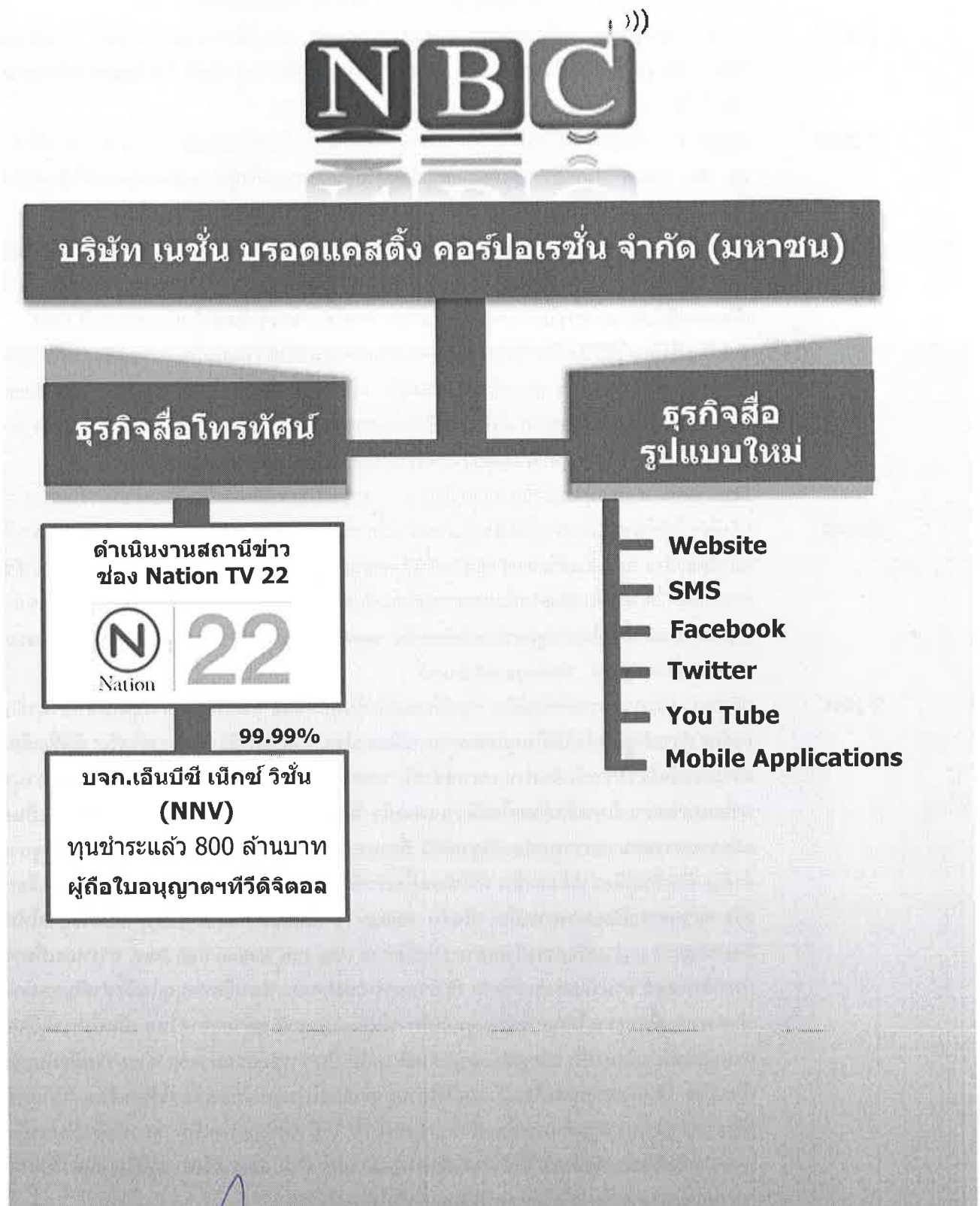
- ปี 2554 : NBC มีมติให้ซื้อหุ้นคืนเพื่อบริหารทางการเงิน (Treasury Stock) จำนวนไม่เกินร้อยละ 5.80 ของหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมดแล้ว หรือไม่เกิน 10 ล้านหุ้น โดยกำหนดซื้อคืนผ่านตลาดหลักทรัพย์ฯ ระหว่างวันที่ 10 พฤศจิกายน 2554 ถึง 9 พฤษภาคม 2555
- : NBC เปิดตัวสถานีข่าวระงับ โดยออกอากาศทางเคเบิลทีวีท้องถิ่น ทีวีดาวเทียม เว็บไซต์โทรศัพท์เคลื่อนที่
- : NBC ร่วมบริหารและผลิตรายการในช่อง ASEAN TV ร่วมกับบริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) ออกอากาศทางทรูวิชั่นส์ช่อง 99 และผ่านดาวเทียมไทยคม ระบบ C-Band
- : NBC รับจ้างมูลนิธิรามารับดีผลิตรายการสถานี Rama Channel โดยออกอากาศทางเคเบิลทีวีท้องถิ่นทรูวิชั่นส์ช่อง 80 เว็บไซต์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone
- : NBC ลงทุนระบบ Digital Publishing เพื่อผลิต E - Magazine 2 เล่ม คือ "VIEW" เพื่อนำเสนอภาพถ่ายจากช่างภาพมืออาชีพ และ "LIKE" นำเสนอเนื้อหาจาก Blogger ที่ไม่มีการตีพิมพ์ในรูปแบบสิ่งพิมพ์
- ปี 2555 : NBC จัดตั้งบริษัทย่อย 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์มีเดีย จำกัด บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์สกรีน จำกัดและบริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจผลิตรายการในรูปแบบต่างๆ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ และสื่อรูปแบบใหม่ โดย NBC ถือหุ้นแต่ละบริษัทในสัดส่วนร้อยละ 99.99
- : NBC นำ "โซเชียลทีวี" มาใช้กับ Nation Channel เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในรายการผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์แบบ "เรียลไทม์"
- ปี 2556 : NBC มีมติเพิ่มทุนโดยการออกและเสนอขายหุ้น RO, Warrant และ ESOP ครั้งที่ 2 เป็นจำนวนเงินประมาณ 1,618.23 ล้านบาท เพื่อเป็นการระดมทุนสำหรับใช้เป็นเงินลงทุนในธุรกิจทีวีดิจิทัล
- : บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์วิชั่น จำกัด ("NNV") ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนประมาณร้อยละ 99.99 ได้เข้าร่วมและเป็นผู้ชนะในการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ใน

- ระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ในหมวดหมู่ข่าวสารและสาระ (SD News) จำนวน 1 ช่องรายการ ในราคาประมูล 1,338 ล้านบาท ซึ่งจัดโดย กสทช. เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2556
- : NBC พัฒนาระบบ Social Media Monitoring เพื่อเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการทำงานของโซเชียลทีวีให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น พร้อมปรับปรุงเว็บไซต์และแอปพลิเคชันเพื่อรองรับ "Second Screen" ทำให้ผู้ชมรายการสามารถเข้าถึงรายการของสถานีได้ทุกช่องทาง
  - ปี 2557 : สถานีข่าวดาวเทียม เนชั่นแซนด์แนล (Nation Channel) ภายใต้การผลิตของบริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด (NNV) ได้ปรับเปลี่ยนการออกอากาศในระบบดิจิทัล 100% ในเดือนพฤษภาคม 2557 เป็นต้นไป และเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น ช่องเนชั่นทีวี (Nation TV)
  - ปี 2558 : Nation TV ได้เปิดสตูดิโอแห่งใหม่ เป็นสตูดิโอสีมิติ ณ ใจกลางย่านบางนา "Nation TV Town @ The Coast" โดยใช้เงินลงทุนก่อสร้างสตูดิโอสีมิติและอุปกรณ์การผลิตรายการที่ใช้เทคโนโลยีทันสมัยมากกว่า 60 ล้านบาท และเปิดการออกอากาศ ในวันที่ 9 มีนาคม 2558 เป็นต้นไป
  - ปี 2559 : เป็นปีช่วงรอยต่อการเปลี่ยนผ่านของระบบการเผยแพร่และการรับชมโทรทัศน์ จากทีวีอะนาล็อกเดิม มาสู่ทีวีดิจิทัล ซึ่งปัจจุบันดำเนินการอยู่เพียง 22 ช่อง ลดลงจากเมื่อครั้งประมูลคราวแรกที่มี 24 ช่อง เนื่องจากมีผู้ประกอบการไม่สามารถดำเนินการกิจการต่อได้ 2 ช่องจึงปิดตัวไปตั้งแต่ปลายปี 2558 สำหรับบริษัทฯ ได้ร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทรายการข่าวและสาระความรู้กับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีช่องต่างๆ เช่น รายการยิ่งถก กนกชก เป็นรายการสาระบันเทิงประเภท "Situation talk" รายการแรกของไทย ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 และ รายการ เรื่องเด่นเย็นนี้ เป็นรายงานข่าวเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในรอบวันหรือประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจของสังคม โดยมีรายได้ จากส่วนแบ่งการขายเวลาโฆษณา และการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการในรายการ
  - ปี 2560 : บริษัทฯ ได้พัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการด้านข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ผ่านสื่อรูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่อง และเป็นตัวแทนจำหน่ายพื้นที่โฆษณาให้กับบริษัทภายนอกทั่วไป โดยมีรายได้จากส่วนแบ่งค่าโฆษณาในสัดส่วนที่แตกต่างกันตามข้อตกลงที่ได้ทำกันไว้ ซึ่งในปี 2560 มีเว็บไซต์ของบริษัทภายนอกที่ดำเนินการดูแลของบริษัทฯ คือ [www.pantip.com](http://www.pantip.com) , [www.exteen.com](http://www.exteen.com) , Facebook, Youtube, Instagram , Manage Influencer
  - ปี 2561 : บริษัทฯ ประกาศความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล ทันทีที่ผู้บริหารชุดใหม่ เข้ามานำพาองค์กร ก้าวเข้าสู่เทคโนโลยีในทุกช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ เสริมกำลัง "คนข่าวตัวจริง" ที่มีชื่อเสียง มีความเจนจัดในวงการนับสิบท่าน ผสมเข้ากับ "คนข่าวตัวหลัก" ของทางสถานี ช่วยกันรายงานข่าวพร้อมบทวิเคราะห์เจาะลึกด้วยสไตล์ลีลาเฉพาะตัว วันละไม่น้อยกว่า 18 ชั่วโมงข่าว นับได้ว่าเป็นการผลิตรายการสดมากกว่าทุกช่องดิจิทัลทีวี ที่รายงานข่าวและเหตุการณ์สดจากทุกพื้นที่เหตุการณ์สำคัญ ด้วยทีมผู้สื่อข่าวมืออาชีพ ทำให้เรตติ้งสถานีติด top 4 ในเหตุการณ์ 13 หมู่ป่า วันเลือกตั้ง หรือ สถานการณ์ร้อนทางการเมือง เป็นต้น Nation TV เป็นช่องข่าว (ช่องเดียว) ที่เปิดโอกาสให้ท่านผู้ชมรายการ มาร่วมกิจกรรมในหลายวาระโอกาส เช่น งาน Nation Fan Day, การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ตามรอยพระเจ้าตาก กับรายการ LINEกนก, ล่องเรือทำบุญในวัดสำคัญของแม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อหารายได้มอบให้กับ ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย เป็นที่ประทับใจของท่านผู้ชมหลายร้อยท่าน และผู้สนับสนุนรายการ อันเป็นการต่อยอดมาจาก ความร่วมมือกับบริษัทพันธมิตร เปิดเส้นทางท่องเที่ยวทั่วโลก ให้ท่านผู้ชมเลือกโปรแกรมท่องเที่ยวได้ทุกเดือน ไปกับพิธีกรที่ชื่นชอบ บัดนี้ปรากฏเห็นเด่นชัดแล้วว่า Nation TV ได้ก้าวไปสู่ความเป็น "สถาบันสื่อของคนไทย" บนความรับผิดชอบต่อสังคม ที่เราอาสาพาทุกข่าวสาร สาระ และบทวิเคราะห์อันแม่นยำไปปรากฏอยู่บนทุกแพลตฟอร์ม เพื่อให้ทุกคนรู้เรื่องเข้าถึงได้ทุกช่องทาง



**1.4. โครงสร้างการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท**

**โครงสร้างการประกอบธุรกิจประจำปี 2561**



*Signature*



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### ❖ 2.1 โครงสร้างรายได้

#### โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ ตั้งแต่ 2559 - 2561

(หน่วย : ล้านบาท)

รายได้จากกลุ่มธุรกิจ	ปี 2561		ปี 2560		ปี 2559	
	จำนวนเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ
รายได้จากธุรกิจสื่อโทรทัศน์	355.86	84.02	398.27	73.88	411.65	76.73
รายได้จากธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่	24.08	5.69	109.32	20.28	84.23	15.70
รายได้จากธุรกิจสื่อวิทยุ	0.06	0.01	13.74	2.55	22.91	4.27
รายได้อื่นๆ	43.53	10.28	17.76	3.29	17.73	3.30
<b>รวมรายได้</b>	<b>423.53</b>	<b>100.00</b>	<b>539.09</b>	<b>100.00</b>	<b>536.52</b>	<b>100.00</b>

### ❖ 2.2 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายธุรกิจ

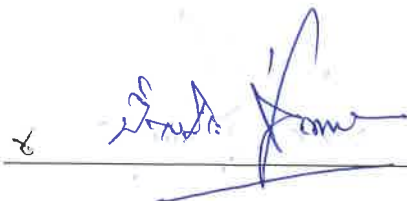
#### 2.2.1 ธุรกิจสื่อโทรทัศน์

บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ NBC เป็นผู้ผลิตและจัดหารายการโทรทัศน์ประเภทข่าวและสาระความรู้ โดยมีช่องทางการออกอากาศหลายรูปแบบ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง ออกอากาศครั้งแรกเมื่อ วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2543 ทาง สถานีโทรทัศน์ยูบีซี ช่อง 8 โดยเริ่มออกอากาศด้วยภาพบรรยากาศสดในเฮลิคอปเตอร์ของสถานีฯ และเริ่มด้วยรายการข่าว "เนชั่นทันสถานการณ์" นำเสนอรายการข่าวสาร โดยเอกลักษณ์ของคือ ข่าวเศรษฐกิจ การวิเคราะห์สถานการณ์เศรษฐกิจปัจจุบัน และรายการเชิงข่าวเป็นหลัก แห่งแรกของประเทศไทย

ต่อมาในวันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2546 เนชั่น แชนแนล ได้ย้ายการออกอากาศ จาก ยูบีซี 8 มาสู่ สถานีโทรทัศน์ ทิทีวี ช่อง 1 ผ่านทางระบบ MMDS นอกจากนี้ บริษัท เอ็มดีเอส ของ ออสเตอร์เลีย ได้ลงนามในสัญญาซื้อรายการจากเนชั่นทีวี เพื่อนำไปออกอากาศผ่านดาวเทียม จากนั้นได้ทำการส่งสัญญาณผ่าน ดาวเทียมไทยคม 5 ในระบบ C-Band และดาวเทียมไทยคม 5 ในระบบ Ku-Band ให้ผู้ที่มิจากรับสัญญาณดาวเทียมที่อยู่ในประเทศไทย และภูมิภาคเอเชีย สามารถรับชมได้ฟรี ที่ช่องหมายเลข 22 โดยไม่ต้องเสียค่าบริการรายเดือนใดๆ ทั้งสิ้น

และในวันที่ 27 ธันวาคม 2556 บริษัท เนชั่น เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ชะนะการประมูล สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ประเภทช่องข่าว ความคมชัดมาตรฐาน (SD) ในชื่อช่อง Nation TV 22 ที่นำเสนอรายการข่าว และมุ่งเน้นความเป็นเอกลักษณ์ของช่องและผลิตรายการด้านข่าวสาร สาระความรู้ ต่อยอดจากการร่วมผลิตรายการที่ช่องฟรีทีวี


นอกจากนี้ บริษัทยังได้นำทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตรายการโทรทัศน์ เช่น ข้อมูลข่าว ภาพข่าว คุณภาพบุคลากร ทีมข่าว มาต่อยอดขยายธุรกิจไปยังธุรกิจเกี่ยวเนื่องต่างๆ



## ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

### 1.) สถานีโทรทัศน์ที่บริษัท เป็นผู้ดำเนินการ

บริษัทเป็นผู้ก่อตั้งและบริหารงานสถานีโทรทัศน์อย่างครบวงจร ทั้งด้านการดำเนินการผลิต การจัดการรายการ ออกอากาศ การให้เช่าเวลาออกอากาศ และการขายเวลาโฆษณา ซึ่งบริษัทมีรายได้จากการขายเวลาโฆษณา การรับจ้างผลิตรายการและสารคดีสั้น และค่าเช่าเวลา โดยได้ดำเนินการบริหารสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอลภาคพื้นดิน อย่างเต็มรูปแบบภายหลังได้รับอนุญาตจาก กสทช.

ชื่อสถานี	แนวคิดหลักของสถานี	ช่องทางรับชม
สถานีข่าว Nation TV 22 เริ่มออกอากาศปี 2557 	สถานีข่าวและสาระความรู้ 24 ชั่วโมง ซึ่งมุ่งนำเสนอข้อมูล ข่าวสารอย่างถูกต้อง เป็นกลาง ทันเหตุการณ์ พร้อมบทวิเคราะห์และข้อมูลเชิงลึกอย่างรอบด้านจากทีมงานข่าวที่มีประสบการณ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อุปกรณ์ชุดรับสัญญาณดิจิตอล(Settop Box) ช่อง Nation TV 22</li> <li>- ทีวีดาวเทียม ช่อง 22</li> <li>- เคเบิลทีวีท้องถิ่น</li> <li>- เว็บไซต์ <a href="http://www.nationtv.tv">www.nationtv.tv</a></li> <li>- โทรศัพท์เคลื่อนที่</li> <li>- Application ผ่าน ระบบ IOS และ Android</li> </ul>

### 2.) รายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี

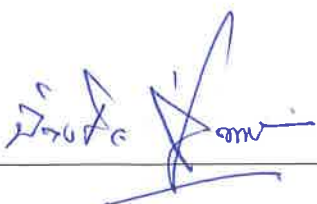
บริษัทดำเนินธุรกิจร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทรายการข่าวและสาระความรู้กับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีช่องต่างๆ โดยมีรายได้จากส่วนแบ่งการขายเวลาโฆษณา และการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการในรายการ ในปี 2561 บริษัท มีรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีในช่อง ดังนี้

สถานีโทรทัศน์	ชื่อรายการ	รูปแบบรายการ	วันและเวลาในการออกอากาศ
ช่อง 3	เรื่องเด่นเย็นนี้	รายงานข่าวเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในรอบวัน หรือประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจของสังคม	ทุกวันจันทร์-วันอาทิตย์ เวลา 15.45 – 17.00 น.

ในปี 2561 บริษัทยังคงดำเนินนโยบายการต่อยอดธุรกิจ โดยนำข้อได้เปรียบที่มีอยู่ทั้งด้านเนื้อหาข้อมูล คุณภาพบุคลากร ความพร้อมของเครื่องมืออุปกรณ์ และชื่อเสียงของบริษัท ขยายธุรกิจไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัท

โดยการนำเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมหรือข่าวเหตุการณ์ที่อยู่ในความสนใจของกระแสสังคม มาสร้างสรรค์เป็นสินค้าหรือกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภค และเพิ่มศักยภาพในการหารายได้ของบริษัท

รวมทั้ง ยังเป็นการสร้างเสริมชื่อเสียงและภาพลักษณ์อันดีของบริษัท ให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้ชมและลูกค้าเป้าหมายได้กว้างขวางมากขึ้น โดยลักษณะสินค้า บริการ หรือกิจกรรมที่บริษัท ที่ได้ดำเนินการจัดในปี 2561 ได้แก่



ลักษณะสินค้า หรือบริการ	รูปแบบ
การจัดกิจกรรมพิเศษ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดกิจกรรม Nation Bike Thailand 2018 เช่น</li> <li>- “ปั่นสงขลา นาทวี เมืองมีเสน่ห์”</li> <li>- “ปั่นลั่นทุ่งชมวิถีชุมชน มหานครจำปาศรี จ.มหาสารคาม”</li> <li>- “ชวนปั่น โคราช...บ้านเอ่ง”</li> <li>- ปั่นทั่วไทย ปี 5 เพื่อรณรงค์ประเทศไทยสู่เมืองจักรยาน เสริมสร้างสุขภาพ</li> <li>- กิจกรรมส่งเสริมคนดี “แทนคุณแผ่นดิน 2561”</li> <li>- กิจกรรมกอล์ฟแชรด์การกุศล</li> <li>- กิจกรรม “วิ่งเพื่อสัตว์ป่า สร้างคุณค่าผืนป่าสู่ชุมชน”</li> <li>- กิจกรรม ร่วมต้านทุจริตคอร์รัปชั่น</li> </ul>

#### การตลาดและการแข่งขันของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

##### 1.) ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ปี 2561 แม้ธุรกิจทีวีดิจิทัลจะดำเนินการมาแล้ว 5 ปี การเปลี่ยนผ่านจากทีวีอะนาล็อกมาสู่ทีวีดิจิทัลก็ยังไม่สมบูรณ์ 100% ทำให้การเติบโตของทีวีดิจิทัล ยังไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ผู้ประกอบการหลายรายยังคงประสบภาวะขาดทุน แม้เม็ดเงินโฆษณาจะปรับเพิ่มขึ้น และธุรกิจทีวีเป็นสื่อที่ครองสัดส่วนโฆษณามากที่สุดด้วยมูลค่า 67,935 ล้านบาท หรือ 64.42% จากมูลค่าโฆษณารวม 105,455 ล้านบาท

ข้อมูลจากบริษัท เนลสัน ประเทศไทย จำกัด รายงานการใช้เม็ดเงินโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ในปี 2561 มีมูลค่ารวมที่ 105,455 ล้านบาท เติบโต 3.91% โฟกัสไปที่อุตสาหกรรมทีวีจะพบว่ามีตัวเลขเพิ่มขึ้น 8.05%

##### โดยกลุ่มสื่อที่มียอดโฆษณาเติบโตปี 2561 ประกอบด้วย

ประเภทธุรกิจ	มูลค่า (ล้านบาท)	การเติบโต (%)
ทีวี	67,935	8.05
วิทยุ	4,802	7.28
โรงภาพยนตร์	7,312	7.28
ป้ายโฆษณา	6,833	7.03
สื่อเคลื่อนที่	6,067	3.25
โฆษณาในร้านค้า	1,054	11.42
อินเทอร์เน็ต	1,605	6.08

ที่มา : ข้อมูลจากบริษัท เนลสัน ประเทศไทย จำกัด

##### ส่วนกลุ่มสื่อที่อยู่ในภาวะ ติดลบ ประกอบด้วย

ประเภทธุรกิจ	มูลค่า (ล้านบาท)	ภาวะติดลบ (%)
เคเบิล/ทีวีดาวเทียม	2,434	16.44
หนังสือพิมพ์	6,100	20.84
นิตยสาร	1,315	33.65

ที่มา : ข้อมูลจากบริษัท เนลสัน ประเทศไทย จำกัด

การใช้จ่ายเม็ดเงินโฆษณาในปี 2561 แม้จะเพิ่มขึ้นแต่ก็ไม่มากนักเพียง 3.91% เมื่อเทียบกับเม็ดเงินโฆษณาในปี 2560 ซึ่งเป็นปีที่เม็ดเงินในสื่อโฆษณาตกต่ำที่สุดในรอบ 10 ปี โดยปรับลดจากปี 2559 ลงไปถึง 13.90% โดยมีมูลค่ารวมที่ 78,755 ล้านบาท

อย่างไรก็ตามในปี 2561 สถานการณ์สื่อโฆษณาดีกว่าปี 2560 โดยตัวเลขใช้จ่ายโฆษณาที่เพิ่มขึ้น มาจากความเชื่อมั่นของผู้ประกอบธุรกิจต่างๆ ที่กลับมาเดินหน้ากิจกรรมการตลาด และใช้จ่ายงบโฆษณาเพิ่มขึ้นเป็นส่วนใหญ่ หากดูจากบริษัทผู้ทำการใช้จ่ายเม็ดเงินโฆษณาในปี 2561 ใน 10 อันดับแรก ส่วนใหญ่ใช้เม็ดเงินในการโฆษณาเพิ่มขึ้นแทบทั้งสิ้น

**บริษัทที่ใช้งบโฆษณาสูงสุดในปี 2561 จำนวน 10 ลำดับ ประกอบด้วย**

ลำดับ	บริษัท	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)
1	ยูนิลีเวอร์ โฮลดิ้ง	3,804	เพิ่มขึ้น 2.2
2	พีแอนด์จี	2,462	เพิ่มขึ้น 25
3	ทีวีไคเร็ค	2,085	เพิ่มขึ้น 137
4	โตโยต้า มอเตอร์	2,017	เพิ่มขึ้น 1.1
5	โคลา โกลา	1,545	เพิ่มขึ้น 14
6	เอไอเอส	1,404	เพิ่มขึ้น 24
7	ตรีเพชร อีซูซุ	1,362	ลดลง 0.9
8	ลอรีอัล (ประเทศไทย)	1,327	เพิ่มขึ้น 24
9	เนสท์เล่	1,154	เพิ่มขึ้น 9
10	ดีแทค	1,154	เพิ่มขึ้น 23

ที่มา : ข้อมูลจากบริษัท เนลสัน ประเทศไทย จำกัด

นอกจากบริษัทที่ใช้งบโฆษณาเพิ่มขึ้นแล้ว ในแง่ของแบรนด์สินค้าต่างๆ ก็ใช้จ่ายโฆษณาเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน หากดูจาก 10 แบรนด์ที่ใช้งบโฆษณาสูงสุดจะพบว่า บางแบรนด์ใช้งบโฆษณาเพิ่มขึ้นถึง 753% สะท้อนความมั่นใจของแบรนด์สินค้า และทำให้ภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อในปี 2561 ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

**แบรนด์ ที่ใช้งบโฆษณาสูงสุด 10 แบรนด์ ประกอบด้วย**

ลำดับ	บริษัท	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)
1	ทีวีไคเร็ค	2,085	เพิ่มขึ้น 137
2	ธนาคารออมสิน	1,108	เพิ่มขึ้น 68
3	โค้ก	981	เพิ่มขึ้น 14
4	มือถือซัมซุง	723	เพิ่มขึ้น 15
5	ปิกอัพอีซูซุ	712	เพิ่มขึ้น 29
6	เทสโก้ โลตัส	707	เพิ่มขึ้น 3.3
7	รถเก๋งโตโยต้า	702	เพิ่มขึ้น 9.8
8	ปิกอัพโตโยต้า	652	เพิ่มขึ้น 0.6
9	ดาวนี่	626	เพิ่มขึ้น 42
10	น้ำแร่ช้าง	606	เพิ่มขึ้น 753

ที่มา : ข้อมูลจากบริษัท เนลสัน ประเทศไทย จำกัด



ทั้งนี้หากดูจากมูลค่าโฆษณาทีวีดิจิตอล เปรียบเทียบยอดโฆษณารายกลุ่มปี 2561 เทียบกับปี 2560 จะพบว่ายอดใช้จ่ายเม็ดเงินโฆษณาเพิ่มขึ้นเป็นส่วนใหญ่ โดยข้อมูลจาก TV Digital Watch ระบุว่ายอดใช้จ่ายโฆษณาดังนี้

มูลค่าโฆษณาทีวีดิจิตอล ปี 2561 เทียบกับปี 2560					
กลุ่มช่อง	ปี 2560 ลบ.	สัดส่วน	ปี 2561 (ลบ.)	สัดส่วน	เปลี่ยนแปลง
HD	42,211	67.19%	42,160	62.05%	-0.12%
SD	13,115	20.87%	18,045	26.56%	37.59%
ข่าว	2,560	4.07%	2,592	3.82%	1.25%
เด็ก	388	0.62%	624	0.92%	60.82%
สาธารณะ	4,553	7.25%	4,515	6.65%	-0.83%
รวม	62,827	100%	67,936	100%	8.13%

ที่มา : TV Digital Watch

## 2.) การตลาด

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสื่อโทรทัศน์

บริษัท มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจสื่อโทรทัศน์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

**“สร้างความเป็นผู้นำในการเป็นสถานีข่าวอันดับ 1 ในทุกกลุ่มเป้าหมาย”**

นับตั้งแต่วัน แรกของการออกอากาศในระบบดิจิตอล (No.1 From Day 1) จากการสำรวจของ AGN Nielsen Media Research เนชั่นทีวี เป็นสถานีข่าวที่ได้รับความนิยมสูงสุดเป็นอันดับ 1 ของสถานีข่าวในระบบดิจิตอลภาคพื้นดิน จุดแข็งของสถานี คือมีบุคลากรที่เชี่ยวชาญมีประสบการณ์ และได้รับการยอมรับจากกลุ่มผู้ชมทุกวัย นับแต่ปี 2556

ในปี 2561 ภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมทีวีดิจิตอล ที่มีความรุนแรงอย่างมาก ฝ่ายบริหาร จึงปรับแผนการดำเนินงานใหม่ที่จะสามารถพึ่งพาตัวเองและถึงจุดคุ้มทุนได้ ด้วยยุทธศาสตร์ที่ตั้งไว้ดังนี้

- (1) สร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์ ของ Nation TV 22
- (2) เน้นการทำข่าวแบบเจาะลึกรายละเอียดของข่าวในทุกๆ มิติ ให้มากกว่าเดิมเพื่อตอกย้ำความเป็นสถานีข่าวที่น่าเชื่อถือ และได้รับการยอมรับทั้งในและต่างประเทศ
- (3) สร้างการจดจำแบรนด์ Nation TV 22 ด้วยการสร้างการมองเห็น แบรนด์ และคอนเทนท์ของเนชั่นทีวี และปรับ Content

ในเดือน พฤษภาคม 2561 ได้ปรับรูปแบบรายการใหม่ และขยายช่วงเวลาออกอากาศสำหรับรายการสดเพิ่มขึ้น ตลอดจนการได้รับความร่วมมือรวมผู้ประกาศข่าวดัง เช่น คุณพัชระ สารพิมพา (คุณหนู) คุณอัญชลี ไพรีรัก (คุณปอง) คุณกนก รัตน์วงศ์สกุล คุณธีระ ธัญไพบูลย์ และ คุณศุภโชค โอภาสะคุณ (คุณตัน) ซึ่งส่งผลให้มีแฟนรายการ ที่รับชมช่อง Nation TV22 เพิ่มขึ้นมาก และในเดือนพฤษภาคม 2561 จะทำให้เรตติ้งเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 50 % เมื่อเทียบกับเดือนเมษายน 2561 ซึ่งผลจากการปรับผังรายการ ตั้งแต่วันที่ 1- 9 พฤษภาคม 2561 พบว่าเรตติ้งเพิ่มขึ้นแล้ว 28 % เมื่อเทียบกับเดือนเมษายน 2561

## ด้านจัดกิจกรรม

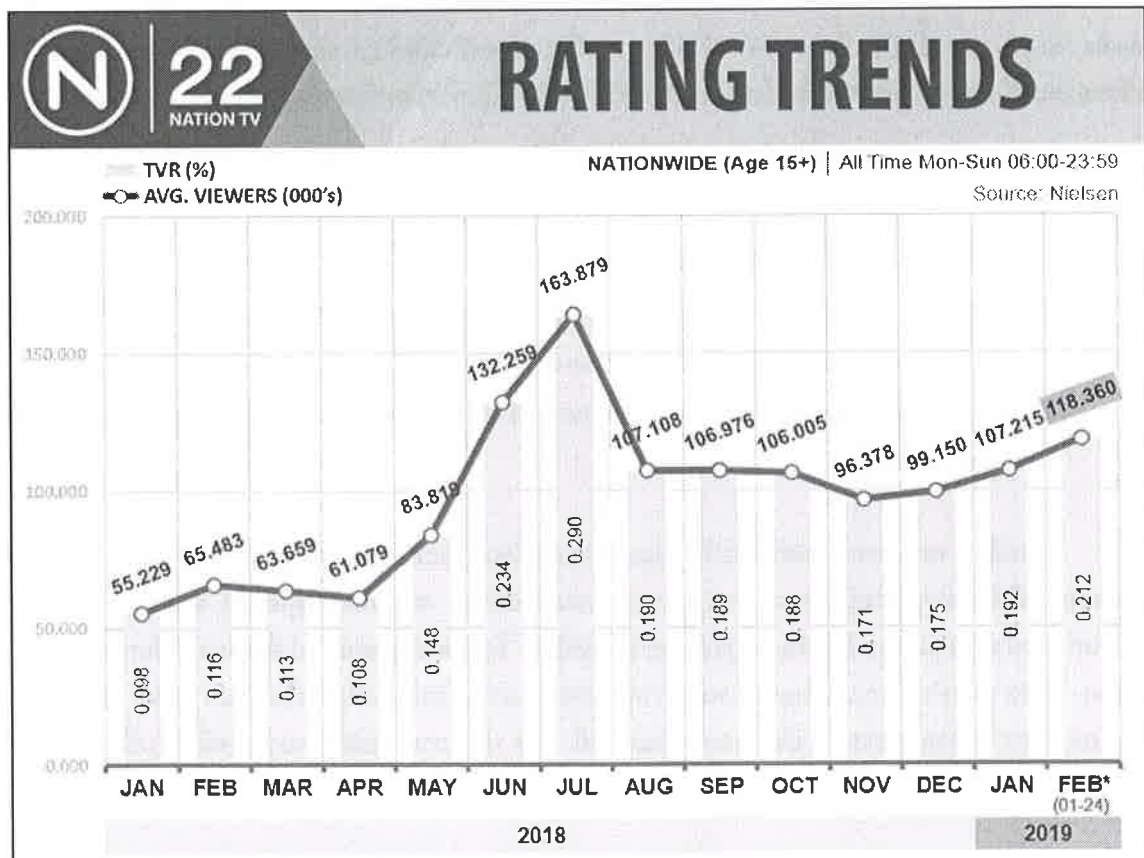
มีการเพิ่มความถี่ในการจัดกิจกรรมให้มากขึ้นกว่าที่ผ่านมา และสำหรับในปี 2561 บริษัทจะเป็นผู้จัดกิจกรรม “แทนคุณแผ่นดิน” โดยตัวแทนศูนย์ข่าวที่ประจำอยู่ในทุกจังหวัดจะคัดเลือกบุคคลที่ทำคุณประโยชน์ต่อสังคมและส่วนรวม จาก 77 จังหวัด และคัดเลือกให้เหลือเพียงจังหวัดละ 1 ท่าน และในระดับภูมิภาค 4 ภูมิภาคๆ ละ 1 ท่าน รวมจำนวนการเพิ่หาคนดีของโครงการแทนคุณแผ่นดินจำนวน 81 ท่าน ต่อปี

## ด้านการหารายได้จากช่องทางสื่อใหม่ (New Media)

ได้จัดทำกาเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน facebook YouTube นอกจากจะสร้างรายได้ให้กับบริษัทแล้วยังเป็นระบบฐานข้อมูลที่สำคัญในการวิเคราะห์ความนิยมของแต่ละรายการ จากการเข้าชมคลิปข่าว ทำให้ทราบ ลักษณะเฉพาะของกลุ่มผู้ชมในแต่ละช่วงเวลา นอกจากนี้ความคิดเห็น (Comment) ได้คลิปรีวิว ทำให้บริษัทสามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงรายการให้ดีขึ้น

## การพัฒนาคุณภาพรายการอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ มีนโยบายพัฒนาคุณภาพรายการ โดยสร้างรายการรูปแบบใหม่ๆ ในช่อง Nation TV 22 ด้วยการปรับผังรายการ และการวางตัวผู้ประกาศข่าวในช่วงเวลา prime time โดยปรับรูปแบบการนำเสนอของ ผู้ประกาศ ให้เน้นการแสดงออกเพิ่มขึ้น สามารถวัดได้จากผลเรตติ้งของช่อง Nation TV (ช่อง 22) ในระหว่าง เดือนมีนาคม ถึง เดือนมิถุนายน 2561 พบว่า เรตติ้งของช่องเพิ่มขึ้น อยู่ในลำดับที่ 11 และ เป็นลำดับที่ 1 ของกลุ่มช่องข่าวในสื่อทีวีดิจิตอล



ในปี 2561 คณะกรรมการขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์ มีเป้าหมายในการเพิ่มเรตติ้ง ของช่อง Nation TV 22 ตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติว่า

*(Signature)*

## “ ตอกย้ำ ความเป็นสถานีข่าวอันดับ 1 และติด top ten ของ ทีวี ดิจิตอล ”

จากแผนการขับเคลื่อนกลยุทธ์ การพัฒนารูปแบบรายการของช่อง ที่พิจารณาถึงความสามารถของบริษัทฯ และคู่แข่ง ในปี 2561 สรุปสาระสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

**1. สดทุกสถานการณ์สำคัญ แบบไม่จำกัด เงื่อนไข เวลา :** ได้เปิดรับสมัครบรรณาธิการข่าวพิเศษ ที่มีหน้าที่หลัก คือ บริหาร เรดดิ้ง ของช่อง Nation TV 22 ให้อยู่ในระดับที่ฝ่ายบริหารตั้งเป้าหมายไว้ โดยคุณสมบัติที่สำคัญของบรรณาธิการข่าวพิเศษดังกล่าว คือ ต้องสามารถบริหารการนำเสนอข่าวสำคัญๆ ที่เพิ่งเกิดขึ้นได้ทุกสถานการณ์ โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่อง วัน เวลา การเดินทาง และจำนวนผู้สื่อข่าวที่ต้องลงพื้นที่ เป็นต้น หากได้บุคคลดังกล่าวแล้ว แต่ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ก็จะสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติดังกล่าว มาทดแทนทันที

**2. ลีกรายละเอียด เหมือนอยู่ในสถานการณ์จริง โดยใช้คอมพิวเตอร์ กราฟฟิก :** เพื่อพัฒนาวิธีการนำเสนอข้อมูล เนื้อหา สารของข่าว ให้มีความแตกต่าง ล้ำหน้าในรูปแบบแอนิเมชัน หรือเทคนิคการสร้างภาพเคลื่อนไหว แบบ 4 มิติ มาเป็นองค์ประกอบในการนำเสนอ เช่น ภาพข่าว ฉากหลัง หรือ ภาพเคลื่อนไหวของบุคคล สิ่งมีชีวิตอื่นๆ ที่จำลองขึ้นมา เพื่อให้ผู้รับชมได้รับอรรถรสเพิ่มขึ้น ไม่เกิดอาการเบื่อจากการนำเสนอข่าวในรูปแบบเดิมๆ วิธีนี้จึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญที่จะทำให้ให้ผู้ชมของช่องเพิ่มมากขึ้น

**3. ล้ำหน้า กว่าทุกคน :** การทำให้องค์กร มีความพร้อมอยู่เสมอ จึงต้องมีการกระตุ้นพนักงานทุกระดับ ทุกส่วนงาน ให้มีความกระตือรือร้น แสวงหาความรู้ด้านสายงานที่รับผิดชอบ หรือ ที่เกี่ยวข้อง มีความกระหายในการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับสายงาน และในชีวิตประจำวัน เพื่อให้องค์กรมีความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

**ด้านแผนงาน กิจกรรมในการสร้างรายได้ สำหรับในปี 2561 แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้**

**1. กิจกรรมหลักประจำปี :** เป็นกิจกรรมที่จะจัดให้เกิดขึ้นทุกปี เบื้องต้นกำหนดไว้ 1 ถึง 2 ครั้งต่อปี เพื่อสร้างความภักดีของแฟนรายการ ต่อบริษัท (Brand Loyalty) โดยบริษัทมีฐานแฟนคลับ ที่เข้าร่วมกิจกรรมเป็นประจำ เช่น กิจกรรม Nation Bike กิจกรรมแทนคุณแผ่นดิน กิจกรรมNation TV Fan Day ทั้งนี้ได้วางแผนในการประชาสัมพันธ์ โดยพยายามเปลี่ยนมุมมอง ของ ผู้ร่วมกิจกรรม และผู้รับทราบข่าวสารทั่วไป ให้เห็นคุณค่าและความสำคัญที่ไม่ควรพลาดในการมีส่วนร่วมในทุกๆ กิจกรรมที่บริษัทจัดขึ้น สำหรับรายได้มาจากผู้สนับสนุนหลักเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการขาดทุนในแต่ละกิจกรรม

**2. กิจกรรมเพื่อหารายได้ :** เบื้องต้นตั้งเป้าหมายว่าจะจัดกิจกรรมตามเทศกาล ทั้งนี้จะพิจารณาถึงความเหมาะสมผล ด้านรายได้ และค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น โดยจะจัดกิจกรรมที่มีกำไรเท่านั้น

**3. กิจกรรมทัวร์ :** วัตถุประสงค์เพื่อจัดให้แฟนรายการ และแฟนคลับของช่อง Nation TV 22 ได้เข้าร่วมกิจกรรมทัวร์ โดยมีผู้ประกาศข่าวที่ได้รับความนิยมเป็นผู้นำเที่ยว ทั้งนี้บริษัทได้รับความร่วมมือ จาก คุณวิฑูรย์ มุตตามระ กรรมการบริหาร บริษัท อะราวด์เดอะเวิลด์ จำกัด บริษัทนำเที่ยว ที่มีความเชี่ยวชาญทั้งในประเทศและต่างประเทศ ล่าสุด บริษัทได้เปิดตัวโครงการที่ได้รับผลตอบรับค่อนข้างดีมาก ได้แก่ ทริปฮอกไกโด ประเทศญี่ปุ่น พาชมความงามของโบไมเปลี่ยนสี ในระหว่างวันที่ 2 - 8 ตุลาคม 2561 และทริปล่องเรือท่องเที่ยวประเทศแถบยุโรป ระหว่างวันที่ 29 ตุลาคม ถึงวันที่ 6 พฤศจิกายน 2561

### ด้านบุคลากร

Nation TV 22 ได้ทำการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทีมผู้ประกาศ เพื่อการเป็นผู้สื่อข่าวและผู้ประกาศข่าวมืออาชีพ รวมทั้งการจัดโครงการสานฝันผู้ประกาศ เพื่อเสาะหาผู้ประกาศรุ่นใหม่เข้ามาเป็นผู้สื่อข่าวและผู้ประกาศข่าวอย่างต่อเนื่อง

และสม่ำเสมอ และร่วมมือกับพันธมิตรในการรวมผู้ประกาศข่าวดัง เช่น คุณพัชระ สารพิมพา (คุณหนู) คุณอัญชลี ไพรีรัก (คุณโปง) คุณสันติสุข มะโรงศรี และคุณวรเทพ สุวัฒน์พิมพ์

### กำหนดอัตราค่าโฆษณาที่เหมาะสม

บริษัทฯ มีนโยบายกำหนดอัตราค่าโฆษณาช่องรายการหรือรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ ให้มีความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย คือ คำนึงค่าต่อลูกค้าผู้ลงโฆษณา เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว รวมถึงเป็นอัตราที่บริษัทฯ สามารถดำรงอยู่และแข่งขันในธุรกิจได้ ซึ่งการกำหนดอัตราค่าโฆษณา บริษัทฯ จะพิจารณาจากความนิยมของรายการ ช่วงเวลาในการออกอากาศ และเทียบเคียงกับอัตราค่าโฆษณาของผู้ประกอบการอื่นในธุรกิจเดียวกัน เช่นเดียวกันกับการกำหนดราคาสินค้าหรือบริการของธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

### การมีทีมขายที่มีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ มีทีมขายโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการขายโฆษณา ในรูปแบบ Branded Content หลากหลายรูปแบบ และโฆษณาที่ออกอากาศในช่วงคั่นต่อรายการ (Loose Spot)

### กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์ของบริษัทฯ และรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.บริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) คือ บริษัทที่ให้บริการวางแผนการโฆษณาและจัดสรรเวลาโฆษณาให้กับลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ โดยลูกค้าในกลุ่มนี้จะซื้อเวลาโฆษณาและการประชาสัมพันธ์กับบริษัทฯ ในลักษณะเป็นชุด (Package) หลากหลายรูปแบบในหลายรายการ และหลายช่วงเวลา โดยเป็นการซื้อล่วงหน้าและมีระยะเวลาการซื้อนาน ตั้งแต่ 1 เดือน 3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปี

2.บริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าโดยตรง ได้แก่ บริษัททั่วไปที่กำหนดแนวทางโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้เอง โดยบริษัทเหล่านี้จะติดต่อซื้อเวลาโฆษณา หรือร่วมดำเนินกิจกรรมทางการตลาดกับบริษัทฯ โดยตรง

### กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

ช่องรายการและรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ ในปี 2561 มีกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่แตกต่างกัน ดังนี้

สถานีโทรทัศน์/ รายการโทรทัศน์	กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย
สถานีข่าว Nation TV 22	ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับรู้ข่าวสารประจำวันหรือสนใจข้อมูลวิเคราะห์เชิงลึก เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น
รายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3	ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับรู้ข่าวสารประจำวัน เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น

สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจเกี่ยวเนื่องของบริษัทฯ คือ กลุ่มผู้ชมประจำของช่องรายการหรือรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ รวมทั้ง ประชาชนทั่วไปที่มีความต้องการใช้สินค้าหรือรับบริการของบริษัทฯ

### การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

บริษัทฯ มีฝ่ายขายโฆษณาของตนเอง ซึ่งทำหน้าที่ติดต่อกับบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทเจ้าของสินค้าโดยตรงในรูปแบบ Branded Content และ Tie in หลากหลายรูปแบบ การผลิตวิดีโอที่สนับสนุนสินค้าและองค์กร โดยใช้เทคนิคการถ่ายภาพมุมสูง ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมแก่ลูกค้าตรงจำนวนมาก และโฆษณาที่ออกอากาศในช่วงคั่นต่อรายการ (Loose Spot)



สำหรับธุรกิจเกี่ยวเนื่อง บริษัทฯ เป็นผู้จัดทำนายสินค้าและบริการต่างๆ ด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ โดยใช้สื่อของ บริษัทฯ และพันธมิตรทางธุรกิจ เป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงการใช้ สื่อ สังคมออนไลน์ของทางสถานีและพิธีกร เพื่อช่วยเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้างขวางมากที่สุด

**การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจสื่อโทรทัศน์**

### 1.) สถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี

สถานีโทรทัศน์ของบริษัทฯ และรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีหรือผู้ผลิตรายการภายนอก มี ปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ได้แก่ บุคลากร ฐานข้อมูลข่าว สถานี และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ทั้งนี้ บริษัทฯ แบ่งรูปแบบ การผลิตและจัดหารายการออก เป็น 3 ประเภท ดังนี้

#### 1.1.รายการที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตเอง

- News Programme : ฝ่ายข่าวทำหน้าที่เป็นผู้จัดหาและผลิตข่าวทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ อาชญากรรม สังคม ศิลปวัฒนธรรม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม ต่างประเทศ บันเทิง ภูมิภาค เพื่อนำเสนอในรูปแบบต่างๆ เช่น รายการคุยข่าว รายการสัมภาษณ์ข่าว รายการสนทนาและวิเคราะห์ข่าว เป็นต้น ซึ่งจะมีการประชุม บรรณาธิการข่าวทุกสัปดาห์ กำหนดทิศทางข่าวร่วมกัน กำหนดชิ้นงานข่าวให้ผู้สื่อข่าวไปทำข่าว พิจารณาคัดเลือกข่าวที่มีคุณค่าน่าสนใจออกอากาศ และตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาข่าว ก่อน ออกอากาศทุกครั้ง
- Non News Programme : บริษัทฯ มีฝ่ายผลิตและสร้างสรรค์รายการ ทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตรายการ โทรทัศน์ประเภทอื่นๆ ที่นอกเหนือจากรายการข่าวและรายการที่เกี่ยวข้องกับข่าว ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็น รายการสาระความรู้ รายการวาไรตี้ไลฟ์สไตล์ และรายการสารคดีสั้นที่เป็นประโยชน์ (Filler) ซึ่งแต่ละ รายการ จะมีผู้ควบคุมรายการ (Producer) ทำหน้าที่ควบคุมดูแลให้การผลิตรายการเป็นไปตามแผนงานที่ ได้กำหนดไว้

#### 1.2 รายการที่ร่วมผลิตกับผู้ผลิตภายนอกและพันธมิตรสื่อ

บริษัทฯ มีการตกลงร่วมผลิตรายการกับพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นผู้ผลิตอิสระมืออาชีพ ซึ่งบริษัทฯ จะคัดเลือก บริษัทผู้ผลิตภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในวงการต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นรายการ ประเภทสาระความรู้และวาไรตี้ไลฟ์สไตล์ โดยบริษัทฯ สามารถมีส่วนร่วมในการวางแผนคิดของรายการ เพื่อให้รายการมี เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่สอดคล้องกับนโยบายสถานี รวมถึงเป็นผู้พิจารณาตรวจสอบคุณภาพรายการก่อนนำแพร่ ภาพออกอากาศต่อไป

#### 1.3 รายการที่ให้ผู้ผลิตภายนอกเช่าเวลาออกอากาศ

ในปี 2561 สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลมีการแข่งขันสูงมาก บริษัทฯ มีนโยบายไม่ขยายเวลาเช่าเพิ่มขึ้น บริษัทฯ พิจารณาคัดเลือกประเภทรายการให้หลากหลาย เพื่อให้สถานีได้มีรายการครบทุกรส ทุกรูปแบบ

ซึ่ง Nation TV ยังคงมุ่งมั่นที่จะก้าวไปสู่การเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาการเป็นผู้นำอันดับ 1 ใน สถานีโทรทัศน์กลุ่มข่าวและสาระในระบบดิจิทัล ภาคพื้นดิน รวมถึงการจัดแผนพัฒนาด้านคอนเทนต์และบุคลากร ควบคู่ ไปกับแผนการตลาด และการให้บริการทางการตลาดในลักษณะการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ กับทีมขายโฆษณาที่มี ความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ในการขายโฆษณาได้หลากหลายรูปแบบ

### 2.2.2.ธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการนำโซเชียลมีเดียรูปแบบใหม่ๆ มาใช้ในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชมผ่านทางหน้าจอโทรทัศน์และในเว็บไซต์ เป็นผู้บุกเบิกและริเริ่มการใช้ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก และแอชแทก โดยกำหนดหัวข้อที่อยู่ในความสนใจของผู้ชมและเชิญชวนให้ผู้ชมแสดงความคิดเห็นผ่านทางโซเชียลมีเดียรูปแบบต่างๆ จนเป็นที่ยอมรับว่าพิธีกรและผู้สื่อข่าวของสถานีมีแฟนคลับในโลกโซเชียลมีเดียรวมกันสูงสุดในกลุ่มข่าว และมุ่งเน้นด้านการสร้างรายได้ จากช่องทาง New Media ดังนี้

1. Content ส่วนกลาง : พัฒนารูปแบบการนำเสนอ การปรับหน้าข่าวในสื่อสิ่งพิมพ์ให้เป็นภาพเคลื่อนไหว การพัฒนาช่องทางในการแชร์ลิงค์ข่าว การเข้ากลุ่ม Facebook ต่างๆ รวมถึงการหาเพจพันธมิตร

2. Content ภูมิภาค : การจัดประชุมผู้สื่อข่าวภูมิภาค การจัดการบริหาร content ภูมิภาค ให้เต็มประสิทธิภาพ และการบริหารเพจเนชั่นทั่วไทยและคมชัดลึกทั่วไทย และการหาเพจพันธมิตรสำหรับแชร์ข่าวภูมิภาค

3. การขยายฐานภูมิภาค : ใช้กลยุทธ์ สร้าง เว็บไซต์ สาขาที่ กระจายจาก เว็บไซต์ หลัก โดยฝ่ายดูแลเว็บไซต์ จะสร้างเว็บโดยเริ่มจากจังหวัด น่านอง ได้แก่ Nation TV ศรีสะเกษ , Nation TV เพชรบูรณ์ และ Nation TV ขอนแก่น การพัฒนาช่องทางในการแชร์ การสร้างเพจ ของจังหวัด และมีการจัดหาเพจกลุ่มเป้าหมายสำหรับจังหวัด เพื่อสร้างเป็นฐานของภูมิภาค

4. การมีส่วนร่วมภาคประชาชน (User generate content) : เพื่อการเข้าถึงข้อมูลของภาคประชาชน โดยมีข้อกำหนดและเงื่อนไขระหว่างบริษัท และ User ที่มีเงื่อนไขการเป็นสมาชิกที่ชัดเจน และครอบคลุม และจัดหาเพจกลุ่มเป้าหมายในจังหวัดเพื่อสร้างพันธมิตรภาคประชาชน

5. ร่วมกับพันธมิตรเปิดตลาดขายตรงแบบกลุ่ม : เนื่องจากการอัตราการให้เวลาออกอากาศ มีราคาค่อนข้างต่ำ จึงใช้การแบ่งช่วงเวลาออกอากาศให้พันธมิตรแทน โดยมีเงื่อนไขว่า ต้องให้ใช้ผู้ประกาศข่าวและพิธีกรของช่อง Nation TV ร่วมเป็นพิธีกรในรายการของ พันธมิตรด้วย เพื่อสร้างให้ผู้ชมได้เห็น ผู้ประกาศข่าวบ่อยๆ เพื่อสร้างภาพการจดจำและมีผลต่อการเพิ่มแฟนรายการข่าวมากขึ้น

สำหรับรายการที่ออกอากาศ จะนำไปเผยแพร่ในช่องทางสื่อโซเชียลมีเดีย โดย ร่วมมือกับพาร์ทเนอร์ ผู้เผยแพร่โฆษณาที่ผ่านการรับรอง ได้แก่ Facebook Youtube เป็นต้น

โดยปี 2561 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาบนเว็บไซต์ NATIONTV.TV และเมื่อกลางปี 2561 บริษัทฯ ทาง ได้รุกตลาดสื่อออนไลน์ เพิ่มมากขึ้น โดยการเพิ่มช่องทางการขาย ในหลากหลายช่องทาง เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูบ ไลน์ เป็นต้น สำหรับปี 2562 เนชั่นทีวี ได้รุกตลาดออนไลน์ แบบเต็มรูปแบบโดยมีฝ่ายงานนิเวศเดียว เพื่อพัฒนาสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะ ประกอบด้วย


1. เว็บไซต์ NATIONTV.TV โดยนำเสนอข่าวสารรวดเร็ว ทันสถานการณ์ และ หลากหลายให้คุณผู้ชมได้ติดตามได้อย่างต่อเนื่อง มีการผลิตข่าวขึ้นบนเว็บไซต์ไม่ต่ำกว่า 150 ชิ้น ต่อวัน

2. บริษัทฯ ได้เป็นพันธมิตรกับเฟสบุ๊ก เพื่อผลิตข่าวในระบบไอเอ เพื่อให้ผู้ชมที่ใช้งานเฟสบุ๊กได้ติดตามข่าวของเนชั่นทีวี ผ่านช่องทางเพจ ที่มีผู้ติดตามเพจของเนชั่นทีวี และ เพจพันธมิตร กว่า 6 ล้านคน

3. บริษัทฯ ได้พัฒนาคอนเท้นข่าวแบบคลิป์วิดีโอ และ ถ่ายทอดสด ผ่านทางด้านยูทูบ ของเนชั่นทีวี22 วันหนึ่งไม่ต่ำกว่า 40 ชิ้น โดยมีผู้ติดตามกว่า 8 แสนคน และปัจจุบันยังคงมีการพัฒนารูปแบบใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง

4. บริษัทฯ ได้พัฒนาคอนเท้นข่าวให้กับไลน์ เพื่อนำเสนอให้กับผู้ชมติดตามข่าวสารผ่านทางช่องทางไลน์ ไม่ว่าจะเป็น ไลน์ทอล์ก / ไลน์แอด / ไลน์สแควร์ หรือไลน์ไทม์ไลน์ ซึ่งปัจจุบันมีผู้ติดตามกว่า 1.5 แสนคน

5. บริษัทฯ ยังคงได้พัฒนาคอนเท้นข่าวเพื่อนำเสนอ ผ่านทางทวิตเตอร์ ในทุก ๆ วัน ปัจจุบันนี้ มีผู้ติดตามกว่า 2.5 ล้านคน

✍ 

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้พัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการด้านข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ผ่านสื่อรูปแบบใหม่ อย่างต่อเนื่อง อันได้แก่ เว็บไซต์ และอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต สมาร์ททีวี เพื่อรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการรับข้อมูลข่าวสารของคนยุคใหม่ผ่านสื่อต่างๆ และพัฒนาการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในรูปแบบใหม่ให้ทันกับเทคโนโลยีที่ก้าวไปข้างหน้าอย่างรวดเร็ว ตลอดจน สนับสนุนดิจิทัลทีวี เพื่อสร้างประสบการณ์การรับชมโทรทัศน์ที่แตกต่างจากเดิมให้กับผู้บริโภค ได้แก่ การรับชมรายการจากสถานีได้ครบทุกช่องทาง อย่างต่อเนื่อง

### ด้านการให้บริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

บริษัทฯ นำข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของบริษัทฯ และพันธมิตรทางธุรกิจมาพัฒนาให้มีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่สามารถตอบรับกับวิถีการใช้ชีวิตที่ทันสมัยของคนยุคใหม่ ซึ่งนิยมรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อรูปแบบใหม่ๆ โดยในปี 2561 บริษัทฯ ให้บริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ประเภทต่างๆ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone แท็บเล็ต ดังนี้

■ บริการส่งข่าวหรือรายงานเหตุการณ์ต่างๆ ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในรูปแบบข้อความสั้น (SMS: Short Message Service) ซึ่งสามารถให้บริการส่งข่าวผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครือข่าย และทุกประเภทข่าวตามความต้องการของลูกค้า เช่น ข่าวธุรกิจ ข่าวภาษาอังกฤษ และข่าวสารทั่วไป เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทฯ มีรายได้จากค่าสมาชิกรายเดือนของผู้ใช้บริการ SMS ที่เป็นบริการของบริษัทฯ และได้รับส่วนแบ่งรายได้ค่าสมาชิก SMS ของพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งบริษัทฯ ให้บริการเป็นตัวแทนดำเนินกิจกรรมด้านการตลาด

ในปี 2561 บริการ SMS ของบริษัทฯ และพันธมิตรทางธุรกิจ มีดังนี้

#### บริการ SMS

บริการ	รูปแบบ	อัตราค่าบริการ
เนชั่นทันข่าว	ข่าวสำคัญและประเด็นข่าวใหม่ที่เกิดขึ้นอย่างทันเหตุการณ์จากสถานีข่าว Nation TV	49 บาท/เดือน
The Nation News	ข่าวภาษาอังกฤษจากหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น	49 บาท/เดือน
ThaiVisa	ข่าวภาษาอังกฤษจาก ThaiVisa และหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น	49 บาท/เดือน
ข่าวด่วนกรุงเทพธุรกิจ	ข่าวและความเคลื่อนไหวด้านเศรษฐกิจและการเงินจากหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ	49 บาท/เดือน
ข่าวด่วนคมชัดลึก	ข่าวสำคัญและประเด็นข่าวใหม่ที่เกิดขึ้นอย่างทันเหตุการณ์จากหนังสือพิมพ์คมชัดลึก	29 บาท/เดือน
Nation Oil Alert	บริการแจ้งราคาน้ำมัน ขึ้น-ลง ทันทีที่มีการเปลี่ยนแปลง	ครั้งละ 1 บาท

### ด้านการตลาดและการแข่งขันของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

#### ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่ มีการเติบโตอย่างรวดเร็วของโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ตส่วนหนึ่งมาจากการขยายพื้นที่บริการ 4 จี ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความต้องการอุปกรณ์สื่อสารมากขึ้น รวมถึงราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ต ที่มีราคาถูกลงสืบเนื่องจากปี พ.ศ.2558 - 2559 กสทช.ได้ดำเนินการจัดประมูล 4G ที่คลื่นความถี่ 1800 เมกะเฮิรตซ์ และ 900 เมกะเฮิรตซ์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญช่วยกระตุ้นให้เกิดการใช้อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการใช้งานโซเชียลมีเดีย ประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในประเทศที่มีผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก และไลน์มากที่สุดในเอเชีย โดยมีผู้ใช้งานมากกว่า 47 ล้านคน โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางการสื่อสารที่จะช่วยกระตุ้นให้รายได้ตลาดโฆษณาออนไลน์เติบโตอย่างรวดเร็ว และ ปี 2560 - 2561 ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้นเนื่องจากผู้บริโภคสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตบนรถเบนด



และบนโทรศัพท์มือถือได้มากขึ้น มีความปลอดภัยมากขึ้น การซื้อขายสินค้าออนไลน์จึงเป็นที่ยอมรับมากขึ้น การค้าปลีกทางอินเทอร์เน็ต สำหรับสินค้าอิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในร้านค้าปลีกทางอินเทอร์เน็ตมีมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่าน Lazada ที่เสนอการผ่อนชำระเงินแบบยืดหยุ่น ส่วนลดพิเศษ

ในทิศทางเดียวกันนี้ มีงานวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคที่วีในสหรัฐอเมริกา พบว่า มีสัดส่วนผู้ชมทีวีสด หรือดูผ่านจอทีวีราว 30% ที่เหลือเป็นการรับชมผ่านสื่อออนไลน์ และดูย้อนหลัง เชื่อว่าพฤติกรรมผู้บริโภคที่วีไทยจะไปทิศทางเดียวกับต่างประเทศ จากอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น ดังนั้นช่องทางรับชมออนไลน์ ทั้งเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคแบบมัลติ สกรีน จะมีโอกาสหารายได้ จากงบโฆษณาสื่อออนไลน์ ที่ยังมีแนวโน้มเติบโต 20-30% ต่อปี

นอกจากนี้ทิศทางการใช้โฆษณาของสินค้าและแบรนด์ต่างๆ มีการวางแผนสื่อสารแบบครบวงจรทั้งสื่อออฟไลน์ และออนไลน์ ปัจจุบันสัดส่วนงบโฆษณาของสินค้า และแบรนด์ ผ่านสื่อออนไลน์อยู่ที่ 15-20% แต่รายได้จากโฆษณาออนไลน์ ที่สื่อทีวีได้รับจากส่วนแบ่งโฆษณาของดิจิทัล แพลตฟอร์มรายใหญ่ อยู่ที่ 5-10%

ดังนั้นหากเม็ดเงินโฆษณาสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการสื่อทีวี ที่เป็นเจ้าของคอนเทนต์จะไม่ได้ประโยชน์ดังกล่าวอย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย ในอนาคตผู้ประกอบการโทรทัศน์จึงต้องให้ความสำคัญกับการลงทุนสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อสร้างฐานผู้ชมเพิ่มขึ้นด้วย

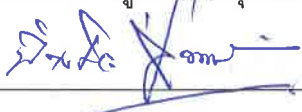
และตามที่ราชกิจจานุเบกษา เผยแพร่คำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 9/2561 เรื่อง มาตรการบรรเทาผลกระทบต่อผู้ประกอบการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มีผลให้ใช้บังคับตั้งแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป (วันที่ 23 พฤษภาคม 2561)

สำนักงานกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) จึงมีแผนเตรียมผลักดันให้เกิดการประมูลคลื่นความถี่ เพื่อให้เกิด 5G ไปพร้อมๆ กับการแก้ปัญหาทีวีดิจิทัล ในปี 2562 ด้วยการนำคลื่น 700 MHz มาประมูลล่วงหน้าคู่กับคลื่นความถี่สูง ก่อนการยุติทีวีระบบอนาล็อกในปี 2563 เพื่อนำเงินบางส่วนที่ได้จากการประมูลมาช่วยเหลือทีวีดิจิทัล รวมถึง เรื่องการสนับสนุนการดำเนินการของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลในส่วนของการชำระหนี้ที่เกิดจากการปฏิบัติตามประกาศ Must Carry ซึ่งแต่เดิมคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ออกคำสั่งตามมาตรา 44 ช่วยเหลือถึงปี 2562 ให้ขยายเวลาออกไปถึงปี 2565 และการเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการย้ายคลื่น 700 MHz ส่วนจะใช้เงินจำนวนเท่าไรนั้นต้องมีการประเมินกันอีกครั้งหนึ่ง

มาตรการเยียวยา ด้านการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการออกอากาศผ่านโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล (MUX) เพื่อสนับสนุนผู้ให้บริการโทรทัศน์ดิจิทัล 50% นั้น กสทช. จะหาทางขยายความช่วยเหลือออกไปถึงปี 2565 จากเดิม คสช. ออกคำสั่งตามมาตรา 44 สนับสนุนถึงปี 2563 โดย กสทช. จะใช้เงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) มาสนับสนุน

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขัน เพื่อเพิ่มความนิยมเว็บไซต์ของบริษัทฯ และรายได้จากการขายโฆษณาในเว็บไซต์ของบริษัทฯ และเว็บไซต์ของพันธมิตรทางธุรกิจ ดังนี้

- การพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของเว็บไซต์ : บริษัทฯ ดำเนินการติดตามเพื่อพัฒนาเนื้อหาข้อมูลและระบบการใช้งานในเว็บไซต์ให้มีความถูกต้อง ทันสมัย สอดรับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และก้าวทันเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายหลัก คือ 5 Screen นั้นหมายถึง ผู้บริโภค จะเข้าถึงเนื้อหา ข้อมูลของบริษัทฯ ได้ในทุกช่องทาง และการนำเสนอจะต้องมีความแตกต่างจากช่องทางหลัก
- การใช้โซเชียลมีเดียช่วยในการประชาสัมพันธ์ โดย NBC และเนชั่นกรุ๊ป มีผู้ติดตามในเครือข่ายโซเชียลมีเดียมากกว่า 7 ล้านคน
- การแสวงหาความร่วมมือพันธมิตรทางธุรกิจรายใหม่ : จากการที่บริษัทฯ เป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่แลกเปลี่ยนข่าวสารสาระความรู้ที่ครอบคลุมหลายกลุ่มลูกค้า เช่น นักธุรกิจ คนทำงาน นักเรียน นักศึกษา บริษัทฯ จึงมีการขาย

✕ 



โฆษณาแบบผสม เพื่อให้ลูกค้าโฆษณาสามารถเลือกเงื่อนไขพิเศษในการลงโฆษณาในเว็บไซต์ต่างๆ ได้พร้อมกัน ในราคาที่มีส่วนลด นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการเสนอขายโฆษณาข้ามสื่อทุกประเภทของบริษัทฯ ทั้งโทรทัศน์ และเว็บไซต์ โดยกำหนดส่วนลดราคาที่ตั้งดูลูกค้าโฆษณา เพื่อให้สนองตอบต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าโฆษณาได้มากขึ้น อีกทั้ง ยังเป็นการกระจายการลงโฆษณาทั้งในสื่อที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าโฆษณาในระดับสูงอย่างสื่อโทรทัศน์ และสื่อที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าโฆษณาระดับปานกลางอย่างสื่อเว็บไซต์ไปพร้อมกัน

### ด้านการให้บริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ดังนี้

- พัฒนาคุณภาพบริการเดิมและสร้างสรรค์บริการใหม่ : บริษัทฯ ดำเนินการพัฒนาคุณภาพของบริการเดิม เพื่อให้บริการของบริษัทฯ คงได้รับความนิยมจากสมาชิกรายเดิม และดึงดูดใจสำหรับการขยายฐานไปสู่กลุ่มลูกค้ารายใหม่ด้วย ขณะเดียวกันบริษัทฯ มีการพัฒนาการให้บริการด้านข้อมูลสำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ในรูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องความต้องการใช้งานของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม และก้าวทันการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี รวมถึงกระแสความนิยมของสังคมอยู่เสมอ เช่น Application ในการรับข้อมูลข่าวสารจากสถานีข่าวผ่านโทรศัพท์ Smart Phone และแท็บเล็ต
- การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย : บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เพื่อขยายฐานสมาชิกใหม่เพิ่มขึ้น และรักษาสมาชิกเดิมให้ยังคงใช้บริการของบริษัทฯ ต่อเนื่องไปในระยะยาว เช่น การให้สมัครทดลองใช้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแก่สมาชิกใหม่ การเพิ่มระยะเวลาใช้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแก่สมาชิกเดิม เป็นต้น

### ด้านการสัมมนาและกิจกรรมเกี่ยวกับธุรกิจนิวมีเดีย

บริษัทฯ มีการสัมมนาเกี่ยวกับธุรกิจนิวมีเดีย เช่น งานสัมมนา Digital Marketing Summit ถือเป็นงานใหญ่ทางด้าน Digital Marketing ที่ผู้เกี่ยวข้องให้ความสนใจ รวมไปถึงการจัดสัมมนากลุ่มย่อยให้กับองค์กรที่สนใจในเรื่องโซเชียลมีเดีย ในฐานะ "ผู้มีอิทธิพล" (Influencer) ทางความคิดที่จะช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค สินค้าและบริการต่างๆ นิยมให้บล็อกเกอร์เขียนแนะนำและรีวิวสินค้า ซึ่งเป็นพื้นฐานของผู้บริโภคที่จะเชื่อในสิ่งที่ผู้บริโภคด้วยกันมากกว่าการโฆษณา

### ด้านการให้บริการและจัดการประชาสัมพันธ์องค์กรผ่านเครือข่ายสังคม

บริษัทฯ ให้บริการประชาสัมพันธ์และบริหารโซเชียลมีเดียให้กับองค์กรที่สนใจ ปัจจุบันบริษัทต่างๆ ให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดียเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นโอกาสที่ก่อให้เกิดธุรกิจการให้บริการจัดการประชาสัมพันธ์ และบริหารโซเชียลมีเดียให้กับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ ที่ต้องการทำประชาสัมพันธ์ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านโซเชียลมีเดีย

ปัจจัยหลักในการให้บริการธุรกิจบริการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย คือ การรุกเข้าสู่โซเชียลมีเดียของเนชั่นกรุ๊ป อย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่องทำให้ เนชั่นกรุ๊ป และ NBC เป็นสื่อกลุ่มเดียวที่มีบุคลากรและการรายงานข่าวผ่านทางโซเชียลมีเดียมากที่สุดในประเทศไทย ประกอบกับโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดียได้รับความนิยมอย่างสูงในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา โดยเจ้าหน้าที่จะดำเนินการคิดแผนการตลาดออนไลน์ และวิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียลมีเดียให้กับลูกค้าที่ต้องการเข้าถึงลูกค้าในกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่นิยมติดต่อสื่อสารผ่านทางออนไลน์

นอกจากนี้ NBC มีความได้เปรียบในธุรกิจนี้ในฐานะที่เป็นพันธมิตรกับเว็บไซต์คอมพิวเตอร์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ได้แก่ บล็อกแก๊งค์, เอ็กซ์ทีเอ็น และยังเป็นเจ้าบล็อกโอเคเนชั่น รวมถึงการมีผู้ติดตามและแฟนเพจในโซเชียลมีเดียมากกว่า 2 ล้านคน

## ด้านการให้บริการ Content Marketing

Content Marketing เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่มีประโยชน์ให้กับผู้บริโภค โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ จดจำแบรนด์สินค้า เกิดความจงรักภักดีในแบรนด์สินค้า เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นในสายตาผู้บริโภค และเกิดการซื้อสินค้าและบริการในที่สุดโดยไม่จำเป็นต้องใช้โฆษณา Content Marketing กำลังได้รับความนิยมมากในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการผ่านทางโซเชียลมีเดีย เป็นเทรนด์ที่เกิดขึ้นมาต่อเนื่องในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา

บริษัทฯ ในฐานะสื่อมวลชนที่มีประสบการณ์ในการผลิตเนื้อหา ในทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็น บทความ รูปภาพหรือคลิปวิดีโอ ได้นำความรู้ความชำนาญมาสร้างสรรค์ Content Marketing เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการให้กับแบรนด์ต่างๆ และสื่อสาร ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย ของบริษัทฯ โดยกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาสร้างความรู้สึกผูกพันให้เกิดขึ้นกับแบรนด์สินค้า บริษัทจะช่วยคิดแคมเปญ เนื้อหาในรูปแบบต่าง และนำเสนอให้กับบริษัทที่สนใจจะทำการประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบดังกล่าว

### กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

- ธุรกิจเว็บไซต์ กลุ่มลูกค้าแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้  
 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ บริษัทตัวแทนโฆษณา และบริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าโดยตรง
- กลุ่มผู้เข้าชมเป้าหมาย ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละเว็บไซต์ เช่น เว็บไซต์สถานีโทรทัศน์ของบริษัทฯ อาทิ www.nationtv.tv มีกลุ่มผู้เข้าชมเป้าหมาย คือ ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสาร ขณะที่เว็บไซต์ของพันธมิตรทางธุรกิจ ที่บริษัทฯ ให้บริการเป็นตัวแทนจำหน่ายพื้นที่โฆษณา
- ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับรู้ข่าวสารอย่างทันเหตุการณ์

### การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

บริษัทฯ มีฝ่ายขายพื้นที่โฆษณาในเว็บไซต์ของตนเอง ทำหน้าที่ติดต่อกับบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทเจ้าของสินค้าโดยตรง ปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ดำเนินการปรับปรุงเว็บไซต์ เพื่อวัตถุประสงค์ในการเพิ่มรายได้ ดังต่อไปนี้

- เพิ่มทราฟฟิกให้กับเว็บไซต์ โดยการปรับปรุงเว็บไซต์ ออกแบบให้น่าสนใจและมีเนื้อหาที่หลากหลายขึ้น การอัปเดตข่าวที่รวดเร็ว และการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย
- จัดทำระบบ Social Monitoring สำหรับนักข่าวโซเชียลมีเดีย กระแสข่าวที่กำลังจะเกิดขึ้น ซึ่งส่งผลให้บริษัทฯ เป็นผู้แนะนำในการเสนอข่าวได้อย่างรวดเร็ว

บริษัทฯ ได้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการต่างๆ ของบริษัทฯ ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และเว็บไซต์ ของบริษัทฯ รวมทั้งผ่านสื่อหนังสือพิมพ์และเว็บไซต์ของพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทฯ โดยผู้บริโภคที่ประสงค์จะใช้บริการข้อมูลดังกล่าวสามารถสมัครใช้บริการด้วยตนเองผ่านทางอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น การสมัครรับ SMS MMS ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การดาวน์โหลด Application ต่างๆ นอกจากนี้ยังขยายการพัฒนาแอปพลิเคชันไปยังระบบอื่นๆ ได้แก่ วินโดวส์โฟน เพื่อรองรับผู้ใช้กลุ่มใหม่ด้วย

### การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

#### 1.) ธุรกิจเว็บไซต์

ปัจจัยหลักสำคัญในการดำเนินการธุรกิจเว็บไซต์ คือ บุคลากร ฐานข้อมูลข่าว และเครื่องมืออุปกรณ์ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจุบัน บริษัทฯ ใช้บริการ Cloud Service เพื่อความเสถียรและรองรับการขยายตัวของทราฟฟิกที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่เกิดสถานการณ์ไม่ปกติ

ฝ่ายการตลาด ทำหน้าที่วางแผนกลยุทธ์การตลาดผ่านการจัดกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ บนเว็บไซต์ เพื่อสนับสนุนให้เว็บไซต์ของบริษัทฯ เป็นที่รู้จักในวงกว้างและได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมาย เช่น ร่วมตอบแบบสอบถามเพื่อชิงรางวัล ดาวน์โหลด (Download) คู่มือส่วนลดร้านอาหาร เป็นต้น

## 2.) ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

ปัจจัยหลักสำคัญในจัดหาบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ได้แก่ บุคลากร ฐานข้อมูลหรือเนื้อหา และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต โดยเจ้าหน้าที่ส่วนงานดังกล่าวมีหน้าที่นำฐานข้อมูลหรือเนื้อหาในรูปแบบต่างๆ เช่น สัญญาณภาพและเสียงของรายการโทรทัศน์หรือข่าว MMS ข้อความ SMS มาจัดทำในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลให้พร้อมจัดส่งไปยังระบบของผู้ให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือรองรับต่อการใช้ผ่าน Application ของอุปกรณ์เคลื่อนที่ของค่ายผู้ผลิตต่างๆ รวมทั้ง เป็นผู้พัฒนา Application สำหรับใช้รองรับบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่รูปแบบต่างๆ

บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC) ให้ความสำคัญในธุรกิจนี้มีเดียมาโดยตลอด จะเห็นว่าในแต่ละปี NBC ไม่หยุดนิ่งในการพัฒนาและศึกษาค้นคว้าเทคโนโลยีสื่อสารใหม่ๆ เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค ในยุคที่มีความต้องการบริโภคข้อมูลข่าวสารผ่าน "มัลติสกรีน" เช่น การเข้าร่วมเป็นพันธมิตร กับ โอเปอร์เรเตอร์ทุกบริษัท เพื่อกระจายแอปพลิเคชัน ให้ถึงมือผู้บริโภคมากที่สุด

### 3.ปัจจัยความเสี่ยง ปี 2561

กว่า 5 ปีนับตั้งแต่ เป็นต้นมา ธุรกิจทีวีไทยได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบ 2557การออกอากาศ จากระบบอะนาล็อกซึ่งเดิม มีเพียง ช่อง 6 ปรับมาเป็น การออกอากาศด้วยระบบดิจิตอลเพิ่มจำนวนช่องเป็น ช่อง ทำ 24ให้เกิดการแข่งขันอย่างมากจาก จำนวนช่องที่เพิ่มขึ้น หมายถึงคู่แข่งที่เพิ่มเข้ามาช่วงชิงเม็ดเงินโฆษณาเดิม ที่ไม่ได้ขยายตัวไปเพิ่มขึ้นมากนัก

ในขณะที่ ผู้ประกอบการทีวีดิจิตอลทุกช่อง ต่างมีต้นทุนในการดำเนินธุรกิจที่ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะต้นทุนค่า ใบอนุญาตทีวีดิจิตอล ซึ่งหากประเมินเป็นต้นทุนรวมทั้ง 24 ช่องที่ผู้ประกอบการทีวีดิจิตอลต้องจ่ายให้กับ คณะกรรมการ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีต้นทุนรวมกันสูงถึง 50,000 ล้านบาท ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง ถือเป็นปัจจัยเสี่ยงประการแรกในการดำเนินธุรกิจทีวีดิจิตอลตลอด 5 ปีที่ผ่านมา

ส่วนการแข่งขันของธุรกิจทีวีดิจิตอลทั้ง 24 ช่อง ปัจจุบันยังเหลือผู้ประกอบการในตลาดเพียง 22 ช่อง เนื่องจาก 2 ช่องของบริษัท ไทยทีวี โดยนางพันธุ์ทิพา ศกุนต์ไชย (เจ็ดมี ทีวีพูล) ประธานกรรมการ บริษัท ไทยทีวี จำกัด ได้ยกเลิกการ ออกอากาศช่อง ไทยทีวี และโลก้า ไปตั้งแต่กลางปี 2558

ล่าสุดเมื่อเดือนมีนาคม 2561 นางพันธุ์ทิพา เป็นฝ่ายชนะคดีในการฟ้องกสทช. โดยศาลปกครองมีคำสั่งให้ การ ประมูลคืนความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลของบริษัทไทยทีวี เป็นโฆษณาทั้งหมด และให้กสทช.คืนแบ่งการรันตี ให้บริษัทไทยทีวี ในงวดที่ 3, 4, 5 และ 6 มูลค่ารวมกว่า 1,500 ล้านบาท เป็นตัวอย่างความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจทีวีดิจิตอล แต่ก็ก็เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาของผู้ประกอบการทีวีดิจิตอลด้วยเช่นกัน

ความเคลื่อนไหวกรณีไทยทีวีนี้ สะท้อนความบกพร่องของกสทช. ที่ไม่สามารถดำเนินการให้องค์ประกอบการ ดำเนินธุรกิจทีวีดิจิตอล เป็นไปตามเป้าหมายได้ กรณีไทยทีวีจึงนำมาสู่การเรียกร้องให้กสทช.พิจารณาแผนเยียวยาผู้ ประกอบธุรกิจทีวีดิจิตอล

ล่าสุดกสทช.ได้วางแผนเยียวยาผู้ประกอบการทีวีดิจิตอล ด้วยการเรียกคืนคลื่น 700 เมกะเฮิรตซ์(MHz)นำกลับมา ประมูลใหม่ เพื่อนำรายได้จากการประมูลมาชดเชยการดำเนินกิจการทีวีดิจิตอล โดยจะชดเชยอย่างสมเหตุสมผล ให้กับ ผู้ประกอบการโครงข่าย ซึ่งประกอบด้วย บมจ.อสมท., ช่อง 5, กรมประชาสัมพันธ์, และไทยพีบีเอส

แผนเยียวยาดังกล่าว จะเป็นบรรทัดฐานใหม่ที่เข้ามาช่วยให้ต้นทุนการดำเนินธุรกิจทีวีดิจิตอลลดลง โดยเป็นการ เปิดทางเยียวยาผู้ประกอบการทีวีดิจิตอล ไม่ต้องชำระค่าใบอนุญาต งวดที่ 4 และ 5 ซึ่งเป็นส่วนที่เหลืออีกประมาณ 16,000 ล้านบาท จาก 21 ช่องที่เหลือ (ยกเว้นช่อง 3 ช่อง 7) และให้คืนใบอนุญาตทีวีดิจิตอลได้ พร้อมกับคืนเงินชดเชยให้บางส่วน โดยต้องอยู่ในอำนาจของกสทช. ที่จะดำเนินการได้

แม้จะเหลือช่องทีวีดิจิตอลอยู่เพียง 22 ช่อง และมีแผนเยียวยาเป็นแนวทางชัดเจน แต่การแข่งขันภายใต้บังคับโฆษณา ทางทีวีที่ชะลอตัวลง และท่ามกลางการแข่งขัน ของทีวีดิจิตอลหลายช่อง ก็ทำให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิตอลหลายช่อง ยังคง ประสบภาวะขาดทุนเป็นส่วนใหญ่

**ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจทีวีหลายช่องต้องอยู่ในภาวะขาดทุนมาจาก 2 สาเหตุ**

1. เรื่องของเม็ดเงินโฆษณาผ่านสื่อทีวี ที่เติบโตอย่างจำกัด อยู่ที่ประมาณ หมื่นล้านบาทต่อปี ปัจจุบันนี้ เป็นเรื่อง 6.6 ของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป และคาดว่า การเข้าสู่ยุคดิจิตอล จะทำให้แนวโน้มการเติบโตผ่าน สื่อทีวีอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากธุรกิจยุคใหม่มีการใช้สื่อดิจิตอลที่หลากหลายเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค ทำให้การพึ่งพิงสื่อทางทีวีน้อยลง
2. ปัจจัยเรื่องโครงสร้างธุรกิจ ด้วยจำนวนช่องทีวีในปัจจุบันที่มีถึง ช่อง และมีต้นทุนของการให้บริการอยู่ใน 22 ระดับสูง จากการประมูลใบอนุญาต ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของปัญหา โจทย์เรื่องของต้นทุนการประมูลใบอนุญาตของ ผู้ประกอบการที่ค่อนข้างสูง ยังเป็นวาระสำคัญของผู้ประกอบการ

อย่างไรก็ตาม ในระยะสั้นการปรับตัวภายใต้การแข่งขันที่สูง จากคู่แข่งในอุตสาหกรรมและคู่แข่งจาก สื่อดิจิตอล อื่นๆ ภายใต้แนวโน้มตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งแนวโน้มสื่อธุรกิจบันเทิง และมีเดียของโลกต่างได้รับผลกระทบ



ในทิศทางเดียวกัน การจะพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปในปัจจุบัน ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึง ปัจจัยหลัก 3 ที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน

- เนื้อหา (Content) รายการที่มีเนื้อหา ที่สามารถดึงดูดผู้ชมได้ โดยการสร้างเนื้อหาที่ดี จะต้องระบุให้ชัดว่าใครคือผู้ชมเป้าหมาย และต้องสื่อความออกไปให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจ ในสารที่ส่งออกไปว่าต้องการให้ผู้ชมรับรู้อะไร ต้องกระตุ้นความรู้สึกให้ผู้ชมมีส่วนร่วมด้วยเนื้อหานั้นๆ ซึ่งเป็นกุญแจหลักที่นำไปสู่ความสำเร็จ
- ช่องทางการนำเสนอ (Distribution) ต้องยอมรับว่า หากผู้ประกอบการยังคงพึ่งพิงช่องทางหลักทางทีวีในการสร้างรายได้อย่างเดียว อาจจะไม่เพียงพออีกต่อไป เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป คนไทยใช้โทรศัพท์มือถือเกินกว่าล้านหมายเลข มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต 57 ล้านคน 53.61 และมี แชนแนลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ทั้งหมดมีผู้ใช้ Social Media (อาทิ Facebook, YouTube, Line, Instagram) เป็นประจำผ่าน Smart Device จำนวน ล้าน ค 46น ดังนั้น เนื้อหารายการทำได้ดีแล้ว ยังต้องใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดส่งผ่านเนื้อหานั้นๆ ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ให้เข้าถึงผู้บริโภค เพื่อเกิดประโยชน์อย่างทั่วถึง
- ประสบการณ์ผู้ชม (User Experiences) ข้อนี้ค่อนข้างสำคัญ เพราะผู้ชมจะรับรู้เนื้อหาผ่านช่องทางที่ผู้ประกอบการธุรกิจทีวีนำเสนอ ประสบการณ์การรับรู้ของผู้ชม สามารถส่งผ่านบอกต่อไป ยังผู้ชมรายอื่นๆ ได้ เมื่อก่อนเมื่อ ผู้ชมคนหนึ่งดูรายการแล้วรู้สึก ชอบใจ ก็จะนำไปเล่าให้เพื่อนฟัง ทำให้มีผู้ชมอยากดู เป็นการบอกเล่าปากต่อปาก ซึ่งกระบวนการนี้อาจใช้เวลามากกว่าจะรับรู้ออกไปเป็นวงกว้าง รายการหรือละครนั้นๆ ก็อาจใกล้หรือจบไปแล้ว ทำให้เจ้าของเนื้อหาไม่ได้รับประโยชน์มากนัก
- ปัจจุบันช่องทางการรับรู้ผ่าน Social Network ของผู้ชมรวดเร็วมาก สามารถถ่ายทอดสดผ่านช่องทางเหล่านั้น ผู้ชมจากทุกมุมโลกสามารถพูดคุยตอบโต้กับรายการและผู้ชมคนอื่นๆ ได้ทันทีแบบ Real Time ยิ่งเพิ่มปฏิสัมพันธ์แบบปากต่อปากได้หลายเท่าตัว ฉะนั้นช่องทางทางทีวีอย่างเดียวคงไม่เพียงพอ อาจต้องเพิ่มช่องทางการรับชมของผู้ชม ผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดที่ผู้ชมสามารถมีปฏิสัมพันธ์ตอบสนองต่อเนื้อหานั้นๆ กับกลุ่มผู้ชมทั่วทุกมุมโลก จะยิ่งช่วยเพิ่มพลังประสบการณ์ของผู้ชมราย อื่นๆ ขยายวงกว้างออกไปได้

ทั้ง ปัจจัยนี้ 3 ถือเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จของธุรกิจทีวีในด้านการตลาด สิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจทีวีดิจิทัลต้องทำให้ได้ คือ เนื้อหาต้องดี ตอบสนองความต้องการผู้ชม และช่องทางการสื่อสารต้องมากกว่าหน้าจอทีวี ต้องเชื่อมโยงสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเข้าถึงพฤติกรรมกรรมการรับชมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ตอบโจทย์ผู้บริโภคทั้งในด้านเนื้อหา ความบันเทิง สารและกลมกลืนไปกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้บริโภค

สำหรับเนชั่นทีวี ช่อง 22 นอกจากการนำเสนอรายการผ่านหน้าจอทีวีแล้ว ยังมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการเข้าถึงผู้บริโภค ผ่าน Facebook ในหน้าแฟนเพจ Nation TV22 ซึ่งมียอดผู้กดไลค์ (like) 2,918,507 คน และมียอดผู้ติดตาม (follow) 2,962,857 คน (ข้อมูลอัพเดท ณ วันที่ 19 มกราคม 2562)

อย่างไรก็ดี การประเมินผลธุรกิจทีวีดิจิทัล ก็ยังคงมองเรื่องอันดับเรตติ้งเป็นสำคัญ ในปี 2561 ช่องเนชั่นทีวี ได้รับการจัดอันดับเรตติ้งอันดับที่ 15 ถือเป็นกลุ่มที่ได้การตอบรับจากผู้ชมในระดับปานกลาง

## 25 อันดับ เรตติ้งทีวีดิจิทัล

ประจำเดือน พฤศจิกายน 2561

	ช่อง	เรตติ้ง		ช่อง	เรตติ้ง
1	7	1.720	14	true4U ๒	0.123
2	3 HD	1.127	15	N	0.123
3	NO.29	0.858	16	3 FAMILY	0.077
4	workpoint	0.770	17	THAI PEE	0.064
5	one ๒1	0.549	18	VOICE TV 21	0.046
6	8	0.494	19	NEW 18	0.045
7	ไทยรัฐ TV	0.398	20	20	0.033
8	3 SD	0.361	21	14	0.030
9	AMARIN PEDIA	0.286	22	HD 1	0.026
10	26	0.214	23	TNN ๒4	0.024
11	PPTV HD	0.173	24	๒	0.020
12	MCOT HD	0.164	25	SPRING NEWS 19	0.011
13	G-MM 25	0.134			

ที่มา : บิลลีน

### สื่อใหม่-สื่อสังคมออนไลน์ (New Media Social Media)

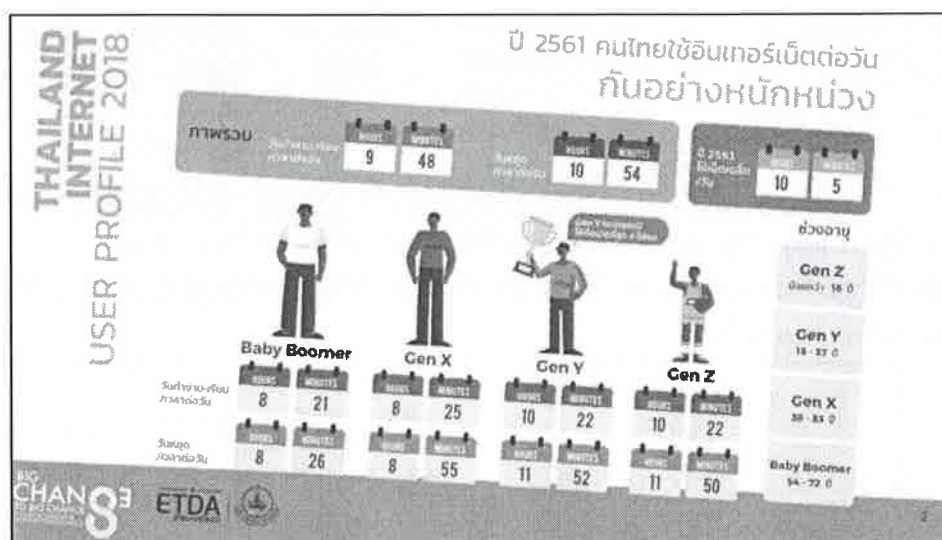
ปัจจัยความเสี่ยงอีกตัว ที่เข้ามากระทบธุรกิจทีวีดิจิทัล ในปี 2561 คือการเติบโตของสื่อใหม่ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ ที่เข้าถึงผู้บริโภคด้วยความรวดเร็วของการส่งผ่านข้อมูล และช่องทางการส่งข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ทั้งคอมพิวเตอร์พกพา แท็บเล็ต โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเฉพาะสมาร์ทโฟน ที่ปัจจุบันกลายเป็นเหมือนอวัยวะที่ 33 ติดตัวทุกคนไปทุกที่ทุกเวลา และสามารถใช้งานได้ครอบคลุม ทั้งการทำงาน และการสื่อสารข้อมูลทั้งรับและส่ง ได้อย่างสะดวกรวดเร็วทุกที่ทุกเวลา

แม้กระทั่งการรับชมรายการทีวี ก็สามารถเปิดรับชมสดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ และยังสามารถเลือกรับชมรายการย้อนหลังได้ตามต้องการ สื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงเข้ามาดึงดูดฐานผู้ชมทีวีจากจอปกติ ไปมากพอสมควร โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่นิยมเสพสื่อผ่านโทรศัพท์มือถือ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพราะนอกจากรับชมแล้ว ยังสามารถแสดงความคิดเห็น มีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับชมทั่วโลก ที่เข้ามาเสพสื่อสังคมออนไลน์เดียวกัน ทั้งในเวลาตรงกันแบบเรียลไทม์ หรือการแสดงความคิดเห็นย้อนหลังได้โดยไม่จำกัดเวลา

เทคโนโลยีที่ทำให้คนสามารถมีส่วนร่วม ในการเสพข้อมูลและแสดงความคิดเห็นได้ มีสังคมสื่อสารเกี่ยวกับเนื้อหาในสื่อที่รับชมได้ กลายเป็นพฤติกรรมใหม่ตลาดที่เปลี่ยนแปลง ด้วยจำนวนผู้เสพสื่อในลักษณะนี้ที่เพิ่มขึ้น ตามจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ

ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลทุกราย ต่างขยายแพลตฟอร์มการออกอากาศ นอกเหนือจากแพร่ภาพภาคพื้นดินผ่านเครื่องรับโทรทัศน์ ยังต้องเผยแพร่ข้อมูลเนื้อหาผ่านสื่อใหม่ในทุกช่องทาง ซึ่งนอกจากจะเข้าถึงพฤติกรรมคนยุคใหม่แล้ว ยังสามารถวัดจำนวนการเสพผ่านข้อมูลยอดรับชม จากจำนวนการเข้าชม และจำนวนเครื่องที่เข้ามารับชม ทั้งช่องทางยูทูบ หน้าเพจเฟซบุ๊ก และผ่านเว็บไซต์โดยตรง

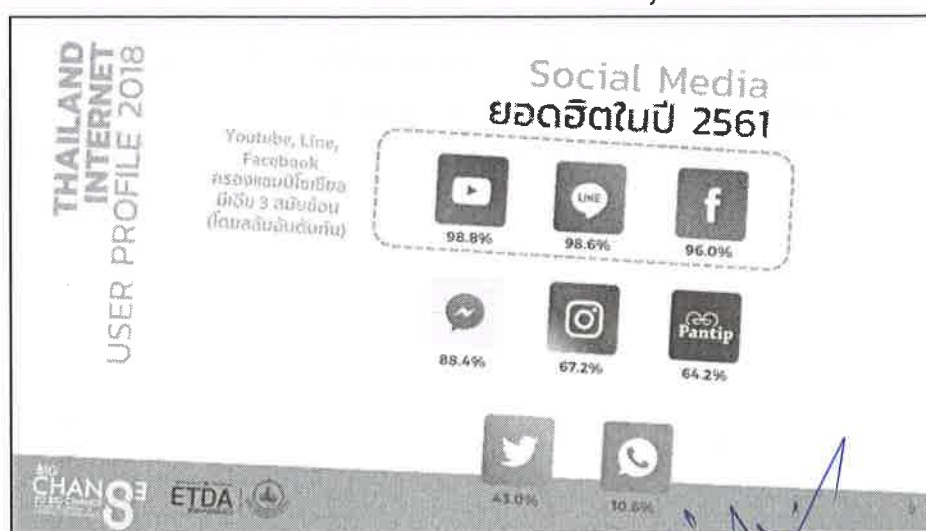
ข้อมูลจาก Thailand Internet User Profile 2018 จากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) จำแนกพฤติกรรม และช่วงวัยกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันกันอย่างหนักหน่วง ดังนี้



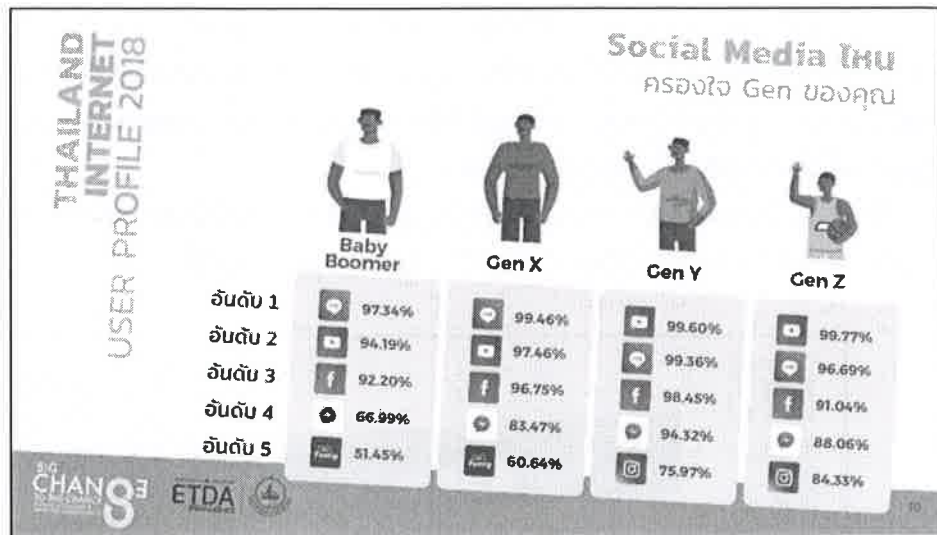
คนไทยใช้ Internet เฉลี่ยเกือบ 10 ชั่วโมงต่อวันในวันทำงาน/เรียน และ 11 ชั่วโมงในวันหยุด พุดง่าย ๆ คือ ประมาณ 1/3 ของชีวิตประจำวันนั้นอยู่กับ Internet

Gen Y ครองแชมป์ generation ที่ใช้เวลากับ Internet มากที่สุด ในขณะที่วัยปู่ย่าตายายก็ออนไลน์กันไม่น้อยที่ 8 ชั่วโมงกว่า ๆ ต่อวัน ที่สำคัญวัยนี้เป็นวัยที่มีกำลังซื้อมากที่สุด บ้านราคา 20-30 ล้านบาทขึ้นไปส่วนใหญ่คนวัยนี้เป็นเจ้าของเงินทั้งสิ้น

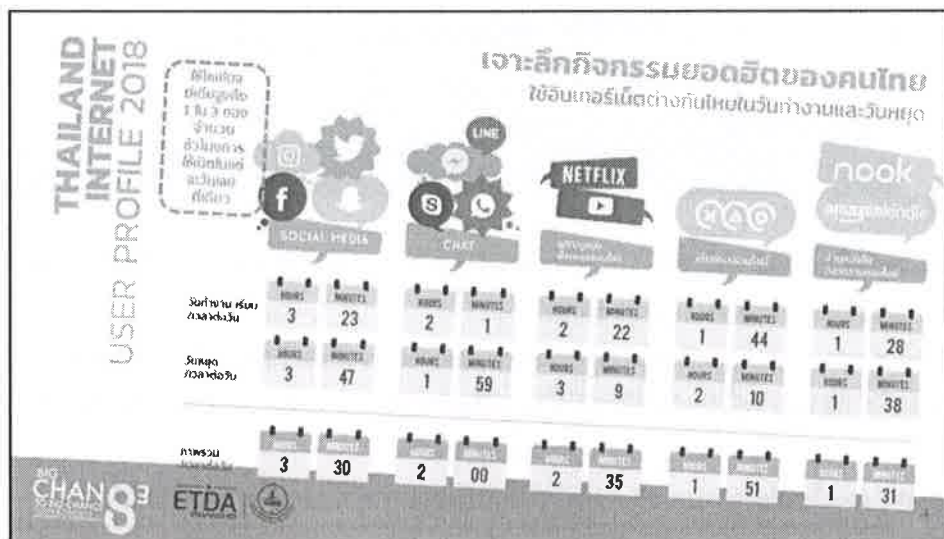
ภาพรวมคนไทยใช้เวลาบน Internet มากขึ้นประมาณ 3 ชั่วโมงกว่า ๆ เทียบกับปีที่แล้ว



โซเชียลมีเดียหลัก YouTube, Line, Facebook ยังคงเป็น Top 3 Social/Chat platform ของคนไทย ในขณะที่ pantip.com ยังคงเป็น platform ของไทยที่เดียวที่ยังยืนหยัดสู้ platform ระดับโลกได้ รองมาคือ IG และ Twitter ส่วน Messenger ก็ห้อยตาม Facebook มาด้วย



การใช้งาน LINE, YouTube, Facebook ยังไม่ห่างกันมากเท่าไรใน Gen Y และ X ในขณะที่กลุ่ม Baby Boomer และ Gen X ยังใช้ Pantip เป็นอันดับ 5 ในขณะที่ Gen Y, Z ใช้ Instagram เป็น social media รองจาก Facebook



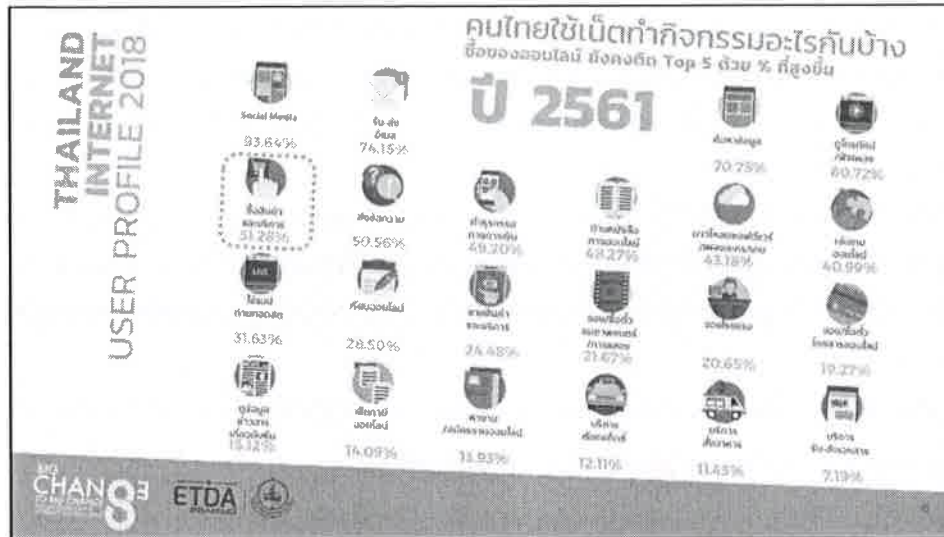
คนไทยใช้เวลาไปกับ social media มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งต่อวัน

รองลงมาคือดูหนัง/ทีวี/ฟังเพลง (streaming ต่างๆ)

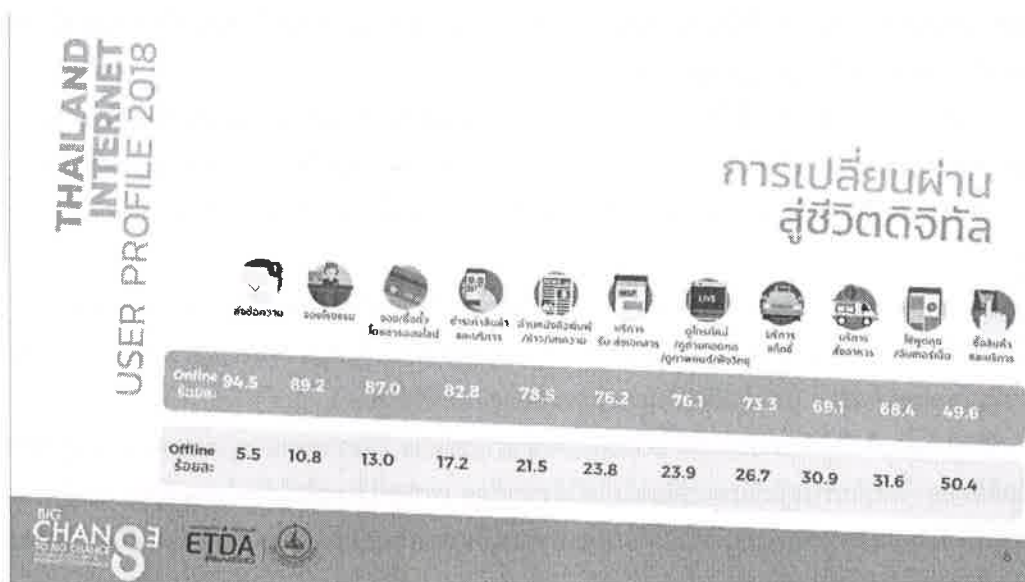
คนไทยใช้เวลาประมาณ ชั่วโมงครึ่งต่อวันไปกับการอ่านหนังสือหรือบทความออนไลน์

*[Handwritten signature]*





นอกจากใช้ social media, email, search, และดูหนังฟังเพลงแล้ว คนไทยนิยมใช้ Internet ในการช้อปปิ้งออนไลน์ และทำธุรกรรมทางการเงิน และมีหลาย ๆ กิจกรรมที่คนไทยหันมาทำทางออนไลน์มากขึ้น เช่น ซื้อตั๋วชมภาพยนตร์ บริการเรียกรถและสั่งอาหาร



เมื่อแยกดูกิจกรรมที่เมื่อก่อนทำกันทางออฟไลน์เท่านั้น ตอนนี้สัดส่วนการทำกิจกรรมดังกล่าวบนออนไลน์มากขึ้นเกือบทั้งหมด เช่น การชำระสินค้าและบริการ คิดสัดส่วนทำบนออนไลน์ 82.8% บริการรับส่งเอกสารและเรียกรถมากกว่า 70%

\* ในขณะที่ดูทีวีหรือรายการสดต่างๆ คนไทยนิยมดูบนออนไลน์มากกว่าออฟไลน์ไปแล้ว

### “You Tube” แพลตฟอร์มคู่ขนานธุรกิจทีวี

หากโป๊กสมาที่สื่อออนไลน์ สื่อไหนที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทีวีภาคพื้นดินมากที่สุด ต้องยกให้ You Tube เพราะเป็นแพลตฟอร์มทีวีออนไลน์ ที่ใคร ๆ ก็สามารถเข้ามาลงทะเบียนทำช่องทีวีของตัวเอง และเผยแพร่ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียได้ โดยไม่ต้องเสียค่าสถานี ค่าเช่าเวลา เพียงแต่มีคอนเทนต์ที่น่าสนใจ ก็สามารถทำให้ผู้ติดตามได้หลายล้านคน ทั้งในไทยและทั่วโลก

ข้อมูลล่าสุดจากผลสำรวจของบริษัทผู้ให้ข้อมูลด้านการตลาด TNS Global Market Research ระบุว่า ในปี 2560 คนใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพฯ และปริมณฑล สัดส่วนกว่า 93% เข้าชม YouTube ส่วนอีก 92% ของใช้อินเทอร์เน็ตต่างจังหวัดก็เข้าชม YouTube เช่นกัน โดยประเทศไทยมีผู้สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากกว่า 46 ล้านราย ในจำนวนนี้มีผู้เข้าใช้ YouTube มากถึง 40 ล้านราย

พฤติกรรมนี้สอดคล้องกับข้อมูลจาก นายเบน คิง ผู้บริหาร Google ประจำประเทศไทย ที่กล่าวว่า YouTube เป็นแพลตฟอร์มที่หาตัวจับยาก เป็นแพลตฟอร์ม 'for every you' หมายถึงเป็นช่องทางรับชมคอนเทนต์สำหรับกลุ่มคนทุกเพศทุกวัย มีคอนเทนต์ให้ชมทุกรูปแบบ ทุกประเภท โดยตลอดปีที่ผ่านมา YouTube พบพฤติกรรมของผู้ใช้งานทั่วโลกที่น่าสนใจดังนี้

- 1 พันล้านชั่วโมง คือการรับชมคอนเทนต์และใช้ระยะเวลาบน YouTube โดยเฉลี่ยในแต่ละวัน
- 1.5 พันล้านราย คือจำนวนผู้ล็อกอินเข้าระบบในแต่ละเดือน
- 400 ชั่วโมง คือจำนวนระยะเวลาของคอนเทนต์ที่มีการอัปโหลดในทุกๆ นาที
- 80 ภาษา คือจำนวนคอนเทนต์หลากหลายภาษาในกว่า 90 ประเทศทั่วโลก

ในขณะที่หัวหน้าฝ่ายพันธมิตรธุรกิจบันเทิงประจำ YouTube ประเทศไทย กล่าวว่า คนทำคอนเทนต์ควรคำนึงถึงการสร้างคอนเทนต์วิดีโอ ตอบโจทย์กลุ่มผู้ใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นหลัก เพราะจากสถิติพบว่า 97% ของผู้ใช้งาน YouTube นอกเขตเมือง นิยมเข้าใช้แพลตฟอร์มผ่านมือถือ โดยผู้ใช้งานนอกเขตเมืองและผู้ใช้งานที่อยู่ในช่วงวัย 35 ปีขึ้นไป กำลังเริ่มเข้ามาที่แพลตฟอร์ม YouTube มากขึ้นเรื่อยๆ


ในประเทศไทย พบว่ามีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากถึง 46 ล้านราย ในจำนวนนี้มีผู้เข้าใช้ YouTube ประมาณ 40 ล้านราย ส่วน Official Channel ของช่อง 3 ในรอบ 30 วันที่ผ่านมา (ตุลาคม 2561) มียอดวิวคอนเทนต์รวมมากกว่า 34.7 ล้านครั้ง ด้าน Workpoint มีจำนวนยอดวิวมากกว่า 22 ล้านครั้ง สาเหตุมาจากการมีคอนเทนต์คุณภาพที่สามารถดึงดูดผู้ชมได้หลากหลาย

นอกจากนี้ การรับชมคอนเทนต์บน YouTube และดิจิทัลแพลตฟอร์มอื่นๆ ผ่านการนำรายการทีวี 5 รายการมาเปรียบเทียบกัน พบว่า 89% ของการรับชมคอนเทนต์รายการทีวี ล้วนแล้วแต่มาจากช่องทางของ YouTube ทั้งสิ้น นั่นหมายความว่าแพลตฟอร์มนี้ เป็นตัวเลือกในการรับชมคอนเทนต์ทีวีอันดับ 1

ข้อมูลนี้เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลต้องนำมาประมวล และวางแผนผนวกช่องทางเผยแพร่ทีวี ผ่านสื่อใหม่ให้เข้าถึงยุคดิจิทัล ที่พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปให้ได้มากที่สุด เพราะปฏิเสธไม่ได้ว่าโลกเปลี่ยนไปแล้ว โลกของการสื่อสารยิ่งเปลี่ยนแปลงมาก สื่อทีวีที่จะคงอยู่ต่อไปได้ยาวนาน ต้องเปิดช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ที่เข้าถึงพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของคนยุคดิจิทัลได้อย่างเท่าทัน

สำหรับเนชั่นทีวี ได้มีช่องทางทีวีผ่าน You Tube เผยแพร่อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่วันที่ 2 เมษายน 2557 ที่ <https://www.youtube.com/user/nationtv22> มียอดผู้กดติดตาม จำนวน 631,721 subscribers และมียอดการรับชมกว่า 288 ล้านวิว (ข้อมูล ณ วันที่ 23 มกราคม 2562)

ส่วนการรับชมรายการย้อนหลัง ทางเนชั่นทีวีเปิดช่องทางให้ผู้ชมสามารถติดตามรายการย้อนหลังได้ที่ เว็บไซต์ของเนชั่นทีวีที่ [www.nationtv.tv](http://www.nationtv.tv)

✓ 

## 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

### 4.1 ทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัท มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจทั้งสิ้น 63.56 ล้านบาท โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
อุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน	เป็นเจ้าของ	48.52	ไม่มี
ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	11.97	ไม่มี
เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้ สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	0.93	ไม่มี
ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เช่า	เป็นเจ้าของ	2.14	ไม่มี

### 4.2 สัญญาเช่าทรัพย์สินระยะยาว

กลุ่มบริษัท ได้ทำสัญญาเช่าและบริการเพื่อเช่าสำนักงานรวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อประกอบธุรกิจ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีรายละเอียดของสัญญาดังนี้

รายละเอียด	ระยะเวลาสัญญา			ภาระผูกพัน	ระยะเวลา คงเหลือ
	เริ่มต้น	สิ้นสุด	รวมเวลา		
ห้องชุดเลขที่ 1858/57-62 ชั้นที่ 12A ในอาคารอินเตอร์ลิงค์ ทาวเวอร์ เลขที่ 1858 ถนนเพชรตัด กรุงเทพมหานคร รวมเนื้อ ที่ประมาณ 2,391.18 ตารางเมตร	1 ธันวาคม 2560	30 พฤศจิกายน 2563	3 ปี	ไม่มี	สามารถต่อ สัญญาเช่าเพิ่มได้ ไม่เกินระยะเวลา การเช่าตาม สัญญานี้
ห้องเลขที่ 1858/126 ชั้นที่ 30 ในอาคารอินเตอร์ลิงค์ ทาวเวอร์ เลขที่ 1858 ถนนเพชรตัด กรุงเทพมหานคร รวมเนื้อ ที่ประมาณ 203.01 ตารางเมตร	1 ธันวาคม 2561	30 พฤศจิกายน 2562	1 ปี	ไม่มี	สามารถต่อ สัญญาเช่าได้อีก โดยไม่มีกำหนด ระยะเวลา

#### 4.3 นโยบายในการบริหารลูกหนี้การค้า

ในการให้บริการและการขายสินค้า โดยปกติกลุ่มบริษัทฯ มีการให้สินเชื่อมีระยะเวลาตั้งแต่ 7 วันถึง 90 วัน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีลูกหนี้การค้าสุทธิจำนวน 67.46 ล้านบาท โดยมีลูกหนี้การค้าก่อนหักค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญจำนวน 114.52 ล้านบาท เป็นลูกหนี้การค้ากิจการที่เกี่ยวข้องกันจำนวน 45.27 ล้านบาท โดยมีค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ 44.17 ล้านบาท และเป็นลูกหนี้การค้ากิจการอื่นๆ จำนวน 69.25 ล้านบาท โดยมีค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ 2.88 ล้านบาท ซึ่งในการพิจารณาค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญจะประเมินโดยการวิเคราะห์ประวัติการชำระหนี้และการคาดการณ์เกี่ยวกับการชำระหนี้ในอนาคตของลูกค้า และลูกหนี้จะถูกตัดจำหน่ายบัญชีเมื่อทราบว่าเป็นหนี้สูญ

#### 4.4 นโยบายในการบริหารสินค้าคงเหลือ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีสินค้าคงเหลือสุทธิจำนวน 0.20 ล้านบาท ประกอบด้วยสินค้าสำเร็จรูป 0.55 ล้านบาท ซึ่งได้ตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยแล้วทั้งจำนวน และงานระหว่างทำ 0.20 ล้านบาท โดยในปี 2561 มีการตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัย 0.41 ล้านบาท สำหรับสินค้าที่เสื่อมคุณภาพ เสียหาย ล้าสมัยและค้างนาน

#### 4.5 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

การพิจารณาการลงทุน หากบริษัทฯ จะพิจารณาลงทุนในบริษัทใดเพิ่มเติม จะต้องเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลัก และมีแนวโน้มที่จะเติบโตได้ในระยะยาว ทั้งนี้ บริษัทฯ จะดำเนินการดังกล่าวภายใต้ข้อกำหนดหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และหากเป็นไปได้ บริษัทฯ จะพิจารณาเรื่องการจัดส่งตัวแทนของบริษัทฯ เข้าไปเป็นกรรมการเพื่อร่วมกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ และ/หรือ การจัดส่งบุคลากรเข้าร่วมบริหารจัดการดำเนินการ แล้วแต่กรณี





## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทหรือบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทหรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงเกินกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 รวมทั้งไม่มีคดีที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ และไม่มีคดีความในธุรกิจอื่นที่ไม่ได้เป็นธุรกิจโดยปกติของบริษัท และบริษัทย่อย

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### 6.1. ข้อมูลทั่วไป

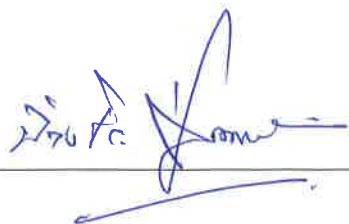
ชื่อบริษัท : บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ")  
 ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : เลขที่ 1858/57-62 ชั้น 12A ถ.เทพรัตน แขวงบางนาใต้  
 เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260  
 ลักษณะการประกอบธุรกิจ : ประกอบธุรกิจจัดหาและผลิตข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่างๆ (Content Provider)  
 เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อรูปแบบใหม่ (New Media)  
 เลขทะเบียนบริษัท : 0107552000103  
 โทรศัพท์ : (66) 2338-3645  
 โทรสาร : (66) 2338-3973  
 Home Page : www.nbc.co.th  
 ทุนจดทะเบียน : 720,343,962 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 720,343,962 หุ้น หุ้นละ 1 บาท  
 ทุนชำระแล้ว : ณ วันที่ 8 มกราคม 2562 ทุนชำระแล้วของบริษัทเท่ากับ 535,436,809 บาท  
 ประกอบด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 535,436,809 หุ้น หุ้นละ 1 บาท

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป (ข้อมูล ณ วันที่ 8 มกราคม 2562)

ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วน การถือหุ้น (%)	ทุนจด ทะเบียน (บาท)	ทุนชำระ แล้ว (บาท)
<b>บริษัทย่อย</b>				
บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด 1858/57-62 ชั้น 12A ถ.เทพรัตน แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ	ผลิตรายการโทรทัศน์ และ ให้บริการโฆษณา ผ่านสื่อ โทรทัศน์	99.99	800,000,000	800,000,000

### บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด  
 ที่ตั้ง : 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400  
 โทรศัพท์ : (66) 2009-9999  
 โทรสาร : (66) 2009-9991

✕ 

**ผู้สอบบัญชี**

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิภาคไทย สอบบัญชี จำกัด

1. นางศศิธร พงศ์อดิศักดิ์ ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 8802 หรือ
2. นางสาวมาริษา ธรรมบรรพกุล ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 5752 หรือ
3. นายธนิต โอสธาลิต ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 5155

ที่ตั้ง

1 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 50-51 ถ.สาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 0120

โทรศัพท์

(66) 2677-2000

โทรสาร

(66) 2677-2222

**ที่ปรึกษากฎหมาย**

บริษัท เกา แอนด์ แอสโซซิเอตส์ ลอว์ ออฟฟิศ จำกัด

ที่ตั้ง

140/40 A อาคารไอทีเอฟ ชั้น 19 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

โทรศัพท์

(66) 2634-4995-7

โทรสาร

(66) 2238-2574, (66) 2634-4998

## ส่วนที่ 2

### การจัดการและการกำกับดูแลกิจการ

#### 7. ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น

##### 7.1. จำนวนทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีทุนจดทะเบียน จำนวน 720,343,962 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 720,343,962 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท และมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 535,436,809 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 535,436,809 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท

สรุปยอดคงเหลือหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่ออกใหม่ที่ยังรอรับการจดทะเบียนดังกล่าว ดังนี้

ประเภท หลักทรัพย์	จำนวนที่จัดสรร (หน่วย)	ยอดสะสมที่ใช้สิทธิแล้ว (หน่วย) จนถึง วันที่ 31 ธ.ค. 2561	คงเหลือ (หน่วย)
NBC-W1	176,870,000	9,735	176,860,265
NBC-WB	8,798,905	2,219,762	6,579,143

หมายเหตุ : NBC-W1 ครบอายุเมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2561 และ

NBC-WB ครบอายุเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2561

##### 7.2 ผู้ถือหุ้น

รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่และสัดส่วนการถือหุ้น ณ วันปิดสมุดทะเบียน 8 มกราคม 2562

ลำดับ	กลุ่มผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้นที่ถือ	ร้อยละ
1.	บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	382,553,074	71.45
2.	นายสมบัติ พานิชชีวะ	16,096,300	3.01
3.	นายชัยณรงค์ แสงทองอร่าม	15,912,400	2.97
4.	บริษัท กรีนสยาม จำกัด	15,000,000	2.80
5.	นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์	5,000,000	0.93
6.	นายปราบดา หยุ่น	4,444,500	0.83
7.	บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด	3,721,998	0.70
8.	นายศิริศักดิ์ เอกพิศุทธิ์สุนทร	2,855,000	0.53
	อื่นๆ	98,336,912	18.36
รวม		535,436,809	100.00

ที่มา : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

หมายเหตุ : กลุ่มผู้ถือหุ้นที่จัดอยู่ในกลุ่มเดียวกันและออกเสียงไปในทางเดียวกันได้แก่

บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ

