

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 เนชั่นก่อนมีเดีย จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1.00 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจผลิตรายการข่าวในรูปแบบต่างๆ แพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี 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 และเข้าร่วมเป็นผู้ผลิตรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (ในปัจจุบัน ได้เปลี่ยนชื่อเป็นสถานี โทรทัศน์ทีพีบีเอส) จากนั้นในปี 2540ได้เปลี่ยนชื่อบริษัท เป็น "บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด" หรือ NBC จากนั้นในปี 2543 ได้จัดตั้ง สถานีข่าว 24 ชั่วโมงแห่งแรกของประเทศไทย 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 อุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์

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



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

นอกจากนี้ NBC ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเข้าจดทะเบียนเป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ต่อมาในปี 2553 NBC เปิดตัวสถานีข่าวบันเทิง Mango TV ออกอากาศทางเคเบิลทีวีท้องถิ่น ทีวีดาวเทียม เว็บไซต์ จอโทรทัศน์ภายในสถานี และขบวนรถไฟฟ้าบีทีเอส 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

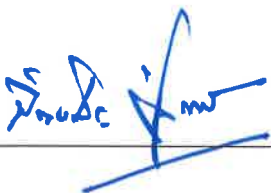
(1.3) การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ

สำหรับปี 2554 – 2561 NBC มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ ดังนี้

- ปี 2554 : NBC มีมติให้ซื้อหุ้นคืนเพื่อบริหารทางการเงิน (Treasury Stock) จำนวนไม่เกินร้อยละ 5.80 ของหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมดแล้ว หรือไม่เกิน 10 ล้านหุ้น โดยกำหนดซื้อคืนผ่านตลาดหลักทรัพย์ ระหว่างวันที่ 10 พฤศจิกายน 2554 ถึง 9 พฤษภาคม 2555
- : NBC เปิดตัวสถานีข่าวระงับภัย โดยออกอากาศทางเคเบิลทีวีท้องถิ่น ทีวีดาวเทียม เว็บไซต์ โทรศัพท์เคลื่อนที่
- : NBC ร่วมบริหารและผลิตรายการในช่อง ASEAN TV ร่วมกับบริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) ออกอากาศทางทรูวิชั่นส์ช่อง 99 และผ่านดาวเทียมไทยคม ระบบ C-Band
- : NBC รับจ้างมูลนิธิรามาริบัติผลิตและบริหารสถานี 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 เน็กซ์ สกรีน จำกัด และบริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจผลิตรายการในรูปแบบต่างๆ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ และสื่อรูปแบบใหม่ โดย NBC ถือหุ้นแต่ละบริษัทในสัดส่วนร้อยละ 99.99
- : NBC นำ "โซเชี่ยลทีวี" มาใช้กับ Nation Channel เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในรายการผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์แบบ "เรียลไทม์"
- ปี 2556 : NBC มีมติเพิ่มทุนโดยการออกและเสนอขายหุ้น RO, Warrant และ ESOP ครั้งที่ 2 เป็นจำนวนเงินประมาณ 1,618.23 ล้านบาท เพื่อเป็นการระดมทุนสำหรับใช้เป็นเงินลงทุนในธุรกิจทีวีดิจิตอล
- : บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์วิชั่น จำกัด ("NNV") ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนประมาณร้อยละ 99.99 ได้เข้าร่วมและเป็นผู้ชนะในการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ในหมวดหมู่ข่าวสารและสาระ (SD News) จำนวน 1 ช่องรายการ ในราคาประมูล 1,338 ล้านบาท ซึ่งจัดโดย กสทช. เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2556
- : NBC พัฒนาระบบ Social Media Monitoring เพื่อเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการทำงานของโซเชี่ยลทีวีให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น พร้อมปรับปรุงเว็บไซต์และแอปพลิเคชันเพื่อรองรับ "Second



- Screen" ทำให้ผู้ชมรายการสามารถเข้าถึงรายการของสถานีได้ทุกช่องทาง
- ปี 2557 : สถานีข่าวดาวเทียม เนชั่นแซนด์แนล (Nation Channel) ภายใต้การผลิตของบริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์วีชั่น จำกัด (NNV) ได้ปรับเปลี่ยนการออกอากาศในระบบดิจิทัล 100% ในเดือนพฤษภาคม 2557 เป็นต้นไป และเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น ช่องเนชั่นทีวี (Nation TV)
- ปี 2558 : Nation TV ได้เปิดสตูดิโอแห่งใหม่ เป็นสตูดิโอสี่มิติ ณ ใจกลางย่านบางนา " Nation TV Town @ The Coast" โดยใช้เงินลงทุนก่อสร้างสตูดิโอสี่มิติและอุปกรณ์การผลิตรายการที่ใช้เทคโนโลยีทันสมัยมากกว่า 60 ล้านบาท และเปิดการออกอากาศ ในวันที่ 9 มีนาคม 2558 เป็นต้นไป
- ปี 2559 : เป็นปีช่วงรอยต่อการเปลี่ยนผ่านของระบบการเผยแพร่และการรับชมโทรทัศน์ จากทีวีอะนาล็อกเดิม มาสู่ทีวีดิจิทัล ซึ่งปัจจุบันดำเนินการอยู่เพียง 22 ช่อง ลดลงจากเมื่อครั้งประมูลคราวแรกที่มี 24 ช่อง เนื่องจากมีผู้ประกอบการไม่สามารถดำเนินการต่อได้ 2 ช่องจึงปิดตัวไปตั้งแต่ปลายปี 2558 สำหรับบริษัทฯ ได้ร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทรายการข่าวและสาระความรู้กับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีช่องต่างๆ เช่น รายการยิ่งถก กนกชัช เป็นรายการสารบันเทิงประเภท "Situationtalk" รายการแรกของไทย ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 และ รายการ เรื่องเด่นเย็นนี้ เป็นรายงานข่าวเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในรอบวันหรือประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจของสังคม โดยมีรายได้ จากส่วนแบ่งการขายเวลาโฆษณา และการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการในรายการ
- ปี 2560 : บริษัทฯ ได้พัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการด้านข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ผ่านสื่อรูปแบบใหม่ อย่างต่อเนื่อง และเป็นตัวแทนจำหน่ายพื้นที่โฆษณาให้กับบริษัทภายนอกทั่วไป โดยมีรายได้จากส่วนแบ่งค่าโฆษณาในสัดส่วนที่แตกต่างตามข้อตกลงที่ได้ทำกันไว้ ซึ่งในปี 2560 มีเว็บไซต์ของบริษัทภายนอกที่อยู่ในการดูแลของบริษัทฯ คือ www.pantip.com , 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 ที่รายงานข่าวและเหตุการณ์สดจากทุกพื้นที่เหตุการณ์สำคัญด้วยทีมผู้สื่อข่าวมืออาชีพ ทำให้เรตติ้งสถานีติด top 4 ในเหตุการณ์ 13 หมู่ป่า วันเลือกตั้ง หรือสถานการณ์ร้อนทางการเมือง 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 เพื่อให้ทุกครัวเรือนเข้าถึงได้ทุกช่องทาง



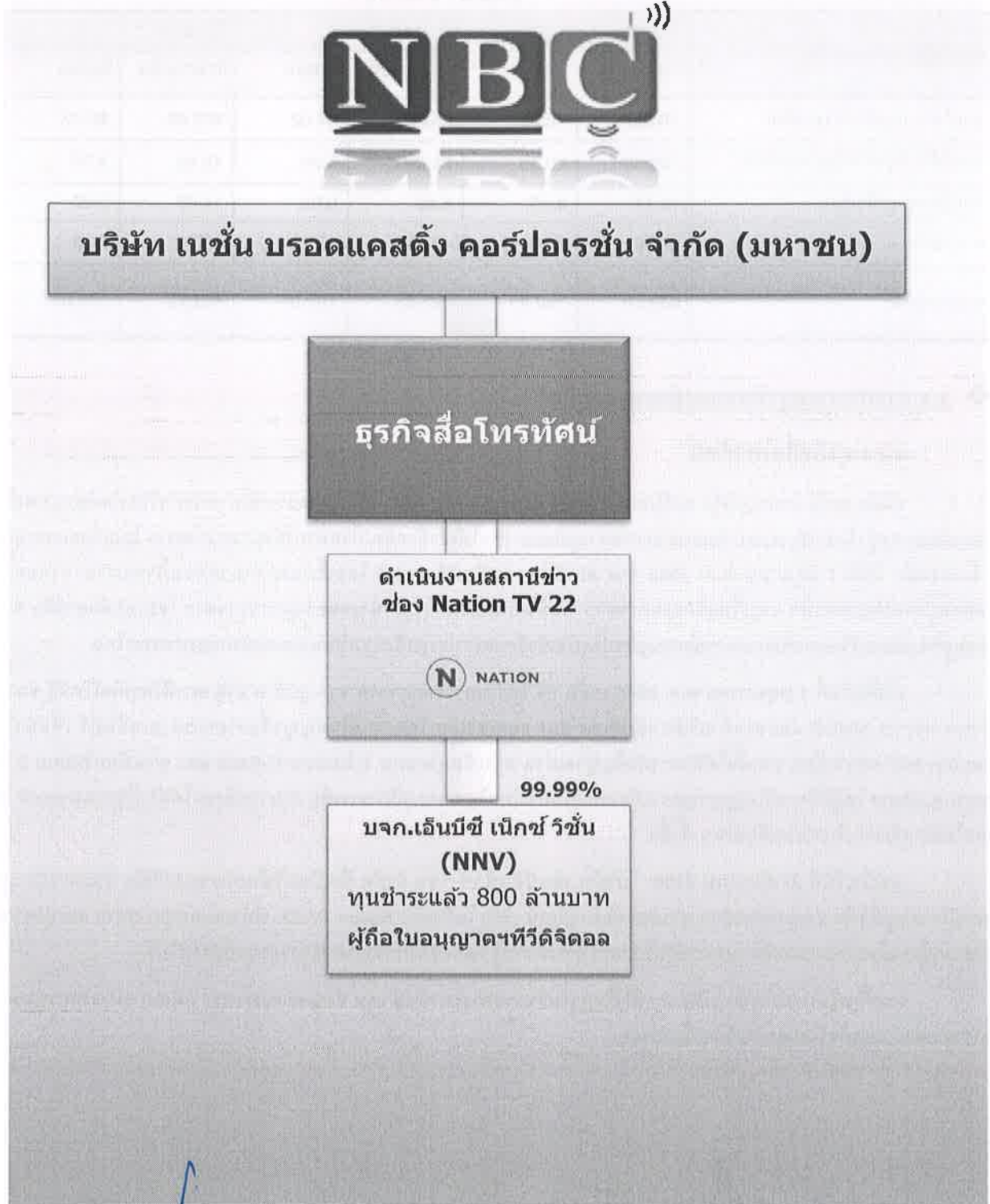
ปี 2562 : บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจทีวี เพื่อเพิ่มศักยภาพในการหารายได้ ผ่านกลยุทธ์การสื่อสารกับแฟนรายการของช่อง Nation TV 22 ในรูปแบบการนำเที่ยวหรือจัดทัวร์ที่เป็นเฉพาะ ร่วมกับผู้ดำเนินการของช่อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งการดำเนินธุรกิจทีวีเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ขององค์กรในการสร้างการจดจำ Brand Loyalty และเป็นช่องทางการเก็บข้อมูลลูกค้า

นอกจากนี้ในปี 2562 คณะกรรมการขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์มีเป้าหมายในการเพิ่มเรตติ้งของช่อง Nation TV22 ซึ่งสามารถวัดได้จากผลเดตติ้งช่องเดือนธันวาคม 2562 มาอยู่อันดับที่ 9 ขยับขึ้นจากอันดับที่ 12 ในเดือนกันยายน 2562 และยังคงเป็นอันดับที่ 1 ของกลุ่มช่องข่าวในสื่อทีวีดิจิทัล



1.4. โครงสร้างการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างการประกอบธุรกิจประจำปี 2562



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

❖ 2.1 โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ ตั้งแต่ 2560 - 2562

(หน่วย : ล้านบาท)

รายได้จากกลุ่มธุรกิจ	ปี 2560		ปี 2561		ปี 2562	
	จำนวนเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ
รายได้จากธุรกิจสื่อโทรทัศน์	398.27	73.88	355.86	84.02	423.93	86.02
รายได้จากธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่	109.32	20.28	24.08	5.69	18.48	3.75
รายได้จากธุรกิจอื่นๆ	13.74	2.55	0.06	0.01	14.65	2.97
รายได้อื่น	17.76	3.29	43.53	10.28	35.76	7.26
รวมรายได้	539.09	100.00	423.53	100.00	492.82	100.00

❖ 2.2 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายธุรกิจ

2.2.1 ธุรกิจสื่อโทรทัศน์

บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ NBC เป็นผู้ผลิตและจัดหารายการโทรทัศน์ประเภทข่าวและสาระความรู้ โดยมีช่องทางการออกอากาศหลายรูปแบบ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง โดยเริ่มออกอากาศครั้งแรกเมื่อ วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2543 ทาง สถานีโทรทัศน์ยูบีซี ช่อง 8 โดยเริ่มออกอากาศด้วยภาพบรรยากาศสดในเฮลิคอปเตอร์ของสถานีฯ และเริ่มด้วยรายการข่าว "เนชั่นทันสถานการณ์" นำเสนอรายการข่าวสาร โดยเอกลักษณ์คือ ข่าวเศรษฐกิจ และการวิเคราะห์สถานการณ์เศรษฐกิจปัจจุบันเชิงลึกและรายการเชิงข่าวเป็นหลักแห่งแรกของประเทศไทย

ทั้งนี้ในวันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2546 เนชั่น ทวี ได้ย้ายการออกอากาศ จาก ยูบีซี 8 มาสู่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวี ช่อง 1 ผ่านทางระบบ MMDS นอกจากนี้ บริษัท เอ็มดีเอส ของ ออสเตรเลีย ได้ลงนามในสัญญาซื้อรายการจากเนชั่นทีวี เพื่อนำไปออกอากาศผ่านดาวเทียม จากนั้นได้ทำการส่งสัญญาณผ่าน ดาวเทียมไทยคม 5 ในระบบ C-Band และ ดาวเทียมไทยคม 5 ในระบบ Ku-Band ให้ผู้ที่มิจากรับสัญญาณดาวเทียมที่อยู่ในประเทศไทย และภูมิภาคเอเชีย สามารถรับชมได้ฟรี ที่ช่องหมายเลข 22 โดยไม่ต้องเสียค่าบริการรายเดือนใดๆ ทั้งสิ้น


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

รวมทั้งบริษัทฯ ยังได้นำทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตรายการโทรทัศน์ เช่น ข้อมูลข่าว ภาพข่าว คุณภาพบุคลากรทีมข่าว มาต่อยอดขยายธุรกิจไปยังธุรกิจเกี่ยวเนื่องต่างๆ

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

1.) สถานีโทรทัศน์ที่บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการ

บริษัทเป็นผู้ก่อตั้งและบริหารงานสถานีโทรทัศน์อย่างครบวงจร ทั้งด้านการดำเนินการผลิต การจัดการรายการ ออกอากาศ การให้เช่าเวลาออกอากาศ และการขายเวลาโฆษณา ซึ่งบริษัทมีรายได้จากการขายเวลาโฆษณา การรับจ้างผลิต รายการสารคดีสั้น และค่าเช่าเวลา โดยได้ดำเนินการบริหารงานสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน อย่างเต็มรูปแบบภายหลังได้รับใบอนุญาตจาก กสทช.

ชื่อสถานี	แนวคิดหลักของสถานี	ช่องทางรับชม
สถานีข่าว Nation TV 22 เริ่มออกอากาศปี 2557 	สถานีข่าวและสาระความรู้ 24 ชั่วโมง ซึ่งมุ่งนำเสนอข้อมูล ข่าวสารอย่างถูกต้อง เป็นกลาง ทันเหตุการณ์ พร้อมบทวิเคราะห์และข้อมูลเชิงลึกอย่างรอบด้านจากทีมงานข่าวที่มีประสบการณ์	- อุปกรณ์ชุดรับสัญญาณดิจิทัล(Settop Box) ช่อง Nation TV 22 - เคเบิลทีวีท้องถิ่น - เว็บไซต์ www.nationtv.tv - โทรศัพท์เคลื่อนที่ - Application ผ่าน ระบบ IOS และ Android

2.) รายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี

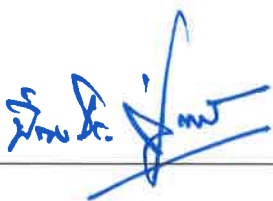
บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทรายการข่าวและสาระความรู้กับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีช่องต่าง ๆ โดยมีรายได้จากส่วนแบ่งการขายเวลาโฆษณา และการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการในรายการ โดยในปี 2562 บริษัทฯ มีรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีในช่อง ดังนี้

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

ในปี 2562 บริษัทฯ ยังคงดำเนินนโยบายการต่อยอดธุรกิจ โดยนำข้อได้เปรียบที่มีอยู่ทั้งด้านเนื้อหาข้อมูล คุณภาพบุคลากร ความพร้อมของเครื่องมืออุปกรณ์ และชื่อเสียงของบริษัทฯ ขยายธุรกิจไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทฯ

ด้วยการนำเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมหรือข่าวเหตุการณ์ที่อยู่ในความสนใจของกระแสสังคม มาสร้างสรรค์เป็นสินค้าหรือกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภค และเพิ่มศักยภาพในการหารายได้ของบริษัทฯ

นอกจากนี้ ยังได้เสริมสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์อันดีของบริษัทฯ ให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้ชมและลูกค้าเป้าหมายได้กว้างขวางมากขึ้น โดยลักษณะสินค้า บริการ หรือกิจกรรมที่บริษัทฯ ที่ได้ดำเนินการในปี 2562 ได้แก่



การตลาด

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจสื่อโทรทัศน์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่อง ด้วยการ “สร้างความเป็นผู้นำในการเป็นสถานีข่าวอันดับ 1 ในทุกกลุ่มเป้าหมาย” โดยในปี 2562 ภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลที่มีความรุนแรงอย่างมาก ฝ่ายบริหารจึงได้ปรับแผนการดำเนินการใหม่ที่จะสามารถพึ่งพาตัวเองและถึงจุดคุ้มทุนได้ด้วยยุทธศาสตร์ที่ตั้งไว้ดังนี้

- สร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์ของ Nation TV 22

- เน้นการทำข่าวแบบเจาะลึกในทุกมิติให้มากกว่าเดิมเพื่อตอกย้ำความเป็นสถานีข่าวที่น่าเชื่อถือ และได้รับการยอมรับทั้งในและต่างประเทศ

- สร้างการจดจำแบรนด์ Nation TV 22 ด้วยการสร้างการมองเห็นแบรนด์และคอนเทนต์ของเนชั่นทีวี รวมทั้งปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในทุกวัน

ด้านกิจกรรม มีการเพิ่มความถี่ในการจัดกิจกรรมให้มากขึ้นกว่าที่ผ่านมา

ด้านการหารายได้จากช่องทางสื่อใหม่ (New Media) ได้จัดทำเผยแพร่ข้อมูลผ่าน Facebook YouTube นอกจากเป็นการสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ แล้วยังเป็นระบบฐานข้อมูลที่สำคัญในการวิเคราะห์ความนิยมของแต่ละรายการจากการเข้าชมคลิปข่าว ทำให้ทราบลักษณะเฉพาะของกลุ่มผู้ชมในแต่ละช่วงเวลา รวมทั้งความคิดเห็น (Comment) ได้คลิปวิดีโอ ทำให้บริษัทฯ สามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงรายการให้ดีขึ้น

การพัฒนาคุณภาพรายการอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ มีนโยบายพัฒนาคุณภาพรายการ โดยสร้างรายการรูปแบบใหม่ๆ ในช่อง Nation TV22 ด้วยการปรับผังรายการและการวางตัวผู้ประกาศข่าวในช่วงเวลา prime time โดยปรับรูปแบบการนำเสนอของผู้ประกาศให้เน้นการแสดงออกเพิ่มขึ้นสามารถวัดได้จากผลเรตติ้งของเดือนธันวาคม 2562 พบว่าช่อง Nation TV22 มายู่อันดับที่ 9 ขยับขึ้นมาจากอันดับที่ 12 ในเดือนกันยายน 2562 และยังคงเป็นอันดับที่ 1 ของกลุ่มช่องข่าวในสื่อทีวีดิจิทัล

นอกจากนี้ ในปี 2562 คณะกรรมการขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์มีเป้าหมายในการเพิ่มเรตติ้งของช่อง Nation TV22 ตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติและตอกย้ำ “ความเป็นสถานีข่าวอันดับ 1 และติดอันดับ 1 ใน 8 ของทีวีดิจิทัล” ด้วยจำนวนยอดผู้ชมเฉลี่ย 2.5 – 2.7 แสนคนต่อวันที่ จากปัจจุบันอยู่อันดับที่ 9 มียอดผู้ชมเฉลี่ย 2 แสนคนต่อวันที่ โดยมีกลยุทธ์สำคัญด้วยกัน 4 ด้าน คือ

1. เพิ่มความรวดเร็ว ด้วยข้อมูลข่าวที่ลึก รอบด้าน คงอัตลักษณ์เป็นสถานีข่าว ด้วยการเพิ่มทีมข่าวเฉพาะกิจ “เนชั่นทีมล่าข่าว” เพื่อเกาะติดและรายงานการแข่งขันกับออนไลน์และโซเชียลมีเดีย เพิ่มช่วง Breaking News เพื่อให้น่าเสนอให้ผู้ชมไม่พลาดทุกข่าวสารสำคัญ สามารถทำให้เกาะติดสถานการณ์ที่สถานีข่าวเนชั่น 22 ตลอด 24 ชั่วโมง

2. การนำเสนอข่าวผ่านป้าย LED ทั่วประเทศ ซึ่งดำเนินแล้วปีที่ผ่านมาแต่จะเพิ่มมากขึ้นเพื่อเพิ่มฐานคนดู

3. การปรับเปลี่ยนหน้าจอลงทุนสตูดิโอใหม่รวม 120 ล้านบาท มีการนำเทคโนโลยีทั้งไฮโลแกรม 3D

เพื่อให้นำเสนอรูปแบบข่าวให้น่าสนใจ

4. การทำกิจกรรมร่วมกับผู้ชมตลอดทั้งปี เพื่อเตรียมพร้อมในโอกาสครบรอบ 20 ปี ช่อง Nation TV 22 โดยจะมีการออกแคมเปญตอบแทนผู้ชมด้วยกิจกรรมแจกรางวัลผ่านหน้าจอลงเงิน 20 ล้านบาท

แผนงานกิจกรรมในการสร้างรายได้ปี 2562 แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

1. กิจกรรมหลักประจำปี : โดยเป็นกิจกรรมที่จะจัดให้เกิดขึ้นทุกปี เบื้องต้นกำหนดไว้ 1 - 2 ครั้งต่อปี เพื่อสร้างความภักดีของแฟนรายการ ต่อบริษัทฯ โดยบริษัทฯ มีฐานแฟนคลับ ที่เข้าร่วมกิจกรรมเป็นประจำ เช่น กิจกรรม Nation Bike กิจกรรมแทนคุณแผ่นดิน กิจกรรม Nation TV Fan Day ซึ่งได้วางแผนในการประชาสัมพันธ์ด้วยการพยายามเปลี่ยนมุมมองของผู้ร่วมกิจกรรม และผู้รับทราบข่าวสารทั่วไป ให้เห็นคุณค่าและความสำคัญที่ไม่ควรพลาดในการมีส่วนร่วมในทุกๆ กิจกรรมที่บริษัทฯ จัดขึ้น สำหรับรายได้มาจากผู้สนับสนุนหลักเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการขาดทุนในแต่ละกิจกรรม

2. กิจกรรมเพื่อหารายได้: ตั้งเป้าหมายว่าจะจัดกิจกรรมตามเทศกาล โดยจะพิจารณาถึงหลักความสมเหตุสมผล ด้านรายได้ และค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น โดยจะจัดกิจกรรมที่มีกำไรเท่านั้น

3. กิจกรรมทั่วๆ : วัตถุประสงค์เพื่อจัดให้แฟนรายการ และแฟนคลับของช่อง Nation TV 22 ได้เข้าร่วมกิจกรรมทั่วๆ โดยมีผู้ประกาศข่าวที่ได้รับความนิยมเป็นผู้นำเที่ยว ซึ่งบริษัทฯ ได้รับความร่วมมือจาก บริษัท อะราวด์เดอะเวิลด์ จำกัด บริษัทนำเที่ยว ที่มีความเชี่ยวชาญทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ด้านบุคลากร

ช่อง Nation TV 22 ได้ทำการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทีมผู้ประกาศ เพื่อการเป็นผู้สื่อข่าวและผู้ประกาศข่าวมืออาชีพ รวมทั้งการจัดโครงการสานฝันผู้ประกาศ เพื่อเสาะหาคนรุ่นใหม่เข้ามาเป็นผู้สื่อข่าวและผู้ประกาศข่าวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และร่วมมือกับพันธมิตรในการรวมผู้ประกาศข่าวดัง

กำหนดอัตราค่าโฆษณาที่เหมาะสม

โดยบริษัทฯ มีนโยบายกำหนดอัตราค่าโฆษณาช่องรายการหรือรายการโทรทัศน์ต่างๆ ให้มีความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย คือ คำนึงถึงลูกค้าผู้ลงโฆษณา เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว รวมถึงเป็นอัตราที่บริษัทฯ สามารถดำรงอยู่และแข่งขันในธุรกิจได้ ซึ่งการกำหนดอัตราค่าโฆษณา บริษัทฯ จะพิจารณาจากความนิยมของรายการ ช่วงเวลาในการออกอากาศ และเทียบเคียงกับอัตราค่าโฆษณาของผู้ประกอบการอื่นในธุรกิจเดียวกัน เช่นเดียวกับการกำหนดราคาสินค้าหรือบริการของธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ขณะเดียวกันบริษัทฯ มีทีมขายโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการขายโฆษณาในรูปแบบ Branded Content หลากหลายรูปแบบ และโฆษณาที่ออกอากาศในช่วงคั่นต่อรายการ (Loose Spot)

กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์ของบริษัทฯ และรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีกลุ่มเป้าหมายแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. บริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) คือ บริษัทที่ให้บริการวางแผนการโฆษณาและจัดสรรเวลาโฆษณาให้กับลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ โดยลูกค้าในกลุ่มนี้จะซื้อเวลาโฆษณาและการประชาสัมพันธ์กับบริษัทฯ ในลักษณะเป็นชุด (Package) หลากรูปแบบในหลายรายการ และหลายช่วงเวลา ซึ่งเป็นการซื้อล่วงหน้าและมีระยะเวลาการซื้อนานตั้งแต่ 1 เดือน 3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปี

2. บริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าโดยตรง ได้แก่ บริษัททั่วไปที่กำหนดแนวทางโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้เอง โดยบริษัทเหล่านี้จะติดต่อซื้อเวลาโฆษณา หรือร่วมดำเนินกิจกรรมทางการตลาดกับบริษัทฯ โดยตรง

กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

ช่องรายการและรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ ในปี 2562 มีกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่แตกต่างกัน ดังนี้

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

การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดหน่ายของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

บริษัทฯ มีฝ่ายขายโฆษณาของตนเอง ซึ่งทำหน้าที่ติดต่อกับบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทเจ้าของสินค้าโดยตรง ในรูปแบบ Branded Content และ Tie in หลากหลายรูปแบบ การผลิตวีดิทัศน์แนะนำสินค้าและองค์กร โดยใช้เทคนิคการถ่ายภาพมุมสูง ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมแก่ลูกค้าจำนวนมาก และโฆษณาที่ออกอากาศในช่วงคั่นต่อรายการ (Loose Spot)

สำหรับธุรกิจเกี่ยวเนื่อง บริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าและบริการต่างๆ ด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ โดยใช้สื่อของ บริษัทฯ และพันธมิตรทางธุรกิจ เป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ ทางสถานีและพีธีกร เพื่อช่วยเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้างขวางมากที่สุด

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์ของบริษัทฯ และรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีหรือผู้ผลิตรายการภายนอก มีปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ได้แก่ บุคลากร ฐานข้อมูลข่าว สถานที่ และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ซึ่งบริษัทฯ แบ่งรูปแบบการผลิตและจัดหารายการออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

รายการที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิต

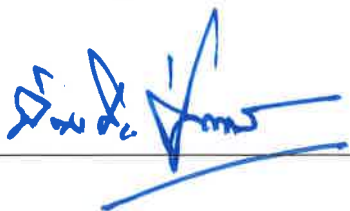
News Programme: ฝ่ายข่าวทำหน้าที่เป็นผู้จัดหาและผลิตข่าวทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ อาชญากรรม สังคม ศิลปวัฒนธรรม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม ต่างประเทศ บันเทิง ภูมิภาค เพื่อนำเสนอในรูปแบบต่างๆ เช่น รายการคุยข่าว รายการสัมภาษณ์ข่าว รายการสนทนาและวิเคราะห์ข่าว เป็นต้น ซึ่งจะมีการประชุมกองบรรณาธิการข่าวทุกสัปดาห์กำหนดทิศทางการข่าวร่วมกัน กำหนดชิ้นงานข่าวให้ผู้สื่อข่าวไปทำข่าว พิจารณาคัดเลือกข่าวที่มีคุณค่าน่าสนใจออกอากาศและตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาข่าว ก่อนออกอากาศทุกครั้ง

Non News Programme: บริษัทฯ มีฝ่ายผลิตและสร้างสรรค์รายการ ทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทอื่นๆ ที่นอกเหนือจากรายการข่าวและรายการที่เกี่ยวข้องกับข่าว ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นรายการสาระความรู้ รายการวาไรตี้ไลฟ์สไตล์ และรายการสารคดีสั้นที่เป็นประโยชน์ (Filler) ซึ่งแต่ละรายการจะมีผู้ควบคุมรายการ (Producer) ทำหน้าที่ควบคุมดูแลให้การผลิตรายการเป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้

รายการที่ร่วมผลิตกับผู้ผลิตภายนอกและพันธมิตรสื่อ

บริษัทฯ มีการตกลงร่วมผลิตรายการกับพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นผู้ผลิตอิสระมืออาชีพ ซึ่งบริษัทฯ จะคัดเลือกบริษัทผู้ผลิตภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในวงการต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นรายการประเภทสาระความรู้และวาไรตี้ไลฟ์สไตล์ โดยบริษัทฯ สามารถมีส่วนร่วมในการวางแผนเนื้อหาของรายการ เพื่อให้รายการมีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่สอดคล้องกับนโยบายสถานี รวมถึงเป็นผู้พิจารณาตรวจสอบคุณภาพรายการก่อนนำแพร่ภาพออกอากาศต่อไป

รายการที่ให้ผู้ผลิตภายนอกเช่าเวลาออกอากาศ



ในปี 2562 สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลมีการแข่งขันสูง บริษัทมีนโยบายไม่ขยายเวลาเช่าเพิ่มขึ้น บริษัทพิจารณาคัดเลือกประเภทรายการให้หลากหลาย เพื่อให้สถานีได้มีรายการครบทุกรส ทุกรูปแบบ ซึ่ง Nation TV 22 ยังคงมุ่งมั่นที่จะก้าวไปสู่การเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาการเป็นผู้นำอันดับ 1 ในสถานีโทรทัศน์กลุ่มข่าวและสาระในระบบดิจิทัล ภาคพื้นดิน รวมถึงการจัดแผนพัฒนาด้านคอนเทนต์และบุคลากรควบคู่ไปกับแผนการตลาด และการให้บริการทางการตลาดในลักษณะของสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการกับทีมขายโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ในการขายโฆษณาได้หลากหลายรูปแบบ

ธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการนำโซเซียลมีเดียรูปแบบใหม่ๆ มาใช้ในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชมผ่านทางหน้าจอโทรทัศน์และเว็บไซต์ เป็นผู้บุกเบิกและริเริ่มการใช้ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก และแอชแทก โดยกำหนดหัวข้อที่อยู่ในความสนใจของผู้ชม และเชิญชวนให้ผู้ชมแสดงความคิดเห็นผ่านโซเซียลมีเดียรูปแบบต่างๆ จนเป็นที่ยอมรับว่าพิธีกรและผู้สื่อข่าวของสถานีมีแฟนคลับในโลกโซเซียลมีเดียรวมกันสูงสุดในกลุ่มข่าว และมุ่งเน้นด้านการสร้างรายได้จากช่องทาง New Media

1.Content ส่วนกลาง: พัฒนารูปแบบการนำเสนอ การปรับหน้าข่าวในสื่อสิ่งพิมพ์ให้เป็นภาพเคลื่อนไหว การพัฒนาช่องทางในการแชร์ลิงค์ข่าว การเข้ากลุ่มเฟซบุ๊ก ต่างๆรวมถึงการหาเพจพันธมิตร

2. Content ภูมิภาค: การจัดประชุมผู้สื่อข่าวภูมิภาค การจัดการบริหาร Content ภูมิภาคให้เต็มประสิทธิภาพ และการบริหารเพจเนชั่นทั่วไทยและคมชัดลึกทั่วไทย และการหาพันธมิตรสำหรับแชร์ข่าวภูมิภาค

3.การขยายฐานภูมิภาค: ใช้กลยุทธ์สร้างเว็บไซต์สาขาที่กระจายจากเว็บไซต์หลัก โดยฝ่ายดูแลเว็บไซต์จะสร้างเว็บเริ่มจากจังหวัดน่านอง ได้แก่ Nation TV ศรีสะเกษ เพชรบูรณ์ และขอนแก่น การพัฒนาช่องทางการแชร์ การสร้างเพจของจังหวัด และมีการจัดหาเพจกลุ่มเป้าหมายสำหรับจังหวัด เพื่อสร้างเป็นฐานของภูมิภาค

4.การมีส่วนร่วมภาคประชาชน: เพื่อการเข้าถึงข้อมูลของภาคประชาชน โดยมีข้อกำหนดและเงื่อนไขระหว่างบริษัทและยูสเซอร์ ที่มีเงื่อนไขการเป็นสมาชิกที่ชัดเจนและครอบคลุม และจัดหาเพจกลุ่มเป้าหมายในจังหวัด เพื่อสร้างพันธมิตรประชาชน

5. ร่วมกับพันธมิตรเปิดตลาดขายตรงแบบกลุ่ม: เนื่องจากอัตราการเช่าเวลาออกอากาศมีราคาค่อนข้างต่ำ จึงใช้การแบ่งช่วงเวลาออกอากาศให้พันธมิตรแทน โดยมีเงื่อนไขว่าต้องให้ใช้ผู้ประกาศข่าวและพิธีกรของช่อง Nation TV ร่วมเป็นพิธีกรในรายการของพันธมิตรด้วย เพื่อสร้างให้ผู้ชมได้เห็นผู้ประกาศข่าวบ่อยๆ และสร้างภาพการจดจำและมีผลต่อการเพิ่มแฟรนไชส์ข่าวมากขึ้น

สำหรับรายการที่ออกอากาศ จะนำไปเผยแพร่ในช่องทางโซเซียลมีเดียร่วมกับพาร์ทเนอร์ ผู้เผยแพร่โฆษณาที่ผ่านการรับรอง เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูบ เป็นต้น

ด้านการให้บริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

บริษัทฯ นำข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของบริษัทฯ และพันธมิตรทางธุรกิจมาพัฒนาให้มีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่สามารถตอบรับวิถีการใช้ชีวิตที่ทันสมัยของคนยุคใหม่ ซึ่งนิยมรับข่าวสารผ่านทางสื่อรูปแบบใหม่ ในปี 2562 บริษัทฯ ได้ให้บริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ประเภทต่างๆ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ท โฟน แท็บเล็ต ด้วยการให้บริการส่งข่าวหรือรายงานเหตุการณ์ต่างๆผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบข้อความสั้น ซึ่งสามารถให้บริการส่งข่าวผ่านระบบทุกเครือข่ายของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และทุกประเภทข่าวตามความต้องการของลูกค้า เช่น ข่าวธุรกิจ ข่าวภาษาอังกฤษ และข่าวสารทั่วไป เป็นต้น ซึ่ง

บริษัทจะมีรายได้จากค่าสมาชิกรายเดือนของผู้ใช้บริการ SMS ที่เป็นบริการของบริษัท และได้รับส่วนแบ่งรายได้ค่าสมาชิก SMS ของพันธมิตรธุรกิจ

นอกจากนี้ บริษัทยังมีกลยุทธ์ในการพัฒนาคุณภาพและบริการสร้างสรรค์ใหม่ เพื่อดึงดูดใจและขยายฐานลูกค้า โดยมีการพัฒนาให้บริการด้านข้อมูลสำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่รูปแบบใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมายทุกกลุ่ม และก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี รวมถึงกระแสความนิยมของสังคมเสมอ เช่น Application ในการรับข้อมูลข่าวสารจากสถานีข่าวผ่านโทรศัพท์มือถือ โฟน และแท็บเล็ต

อย่างไรก็ตาม บริษัทยังได้มีกลยุทธ์ดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขัน เพื่อเพิ่มความนิยมเว็บไซต์ของบริษัท และรายได้จากการขายโฆษณาในเว็บไซต์ของบริษัท และเว็บไซต์ของพันธมิตรทางธุรกิจ ดังนี้

การพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของเว็บไซต์: บริษัทดำเนินการติดตามเพื่อพัฒนาเนื้อหาข้อมูลและระบบการใช้งานในเว็บไซต์ให้มีความถูกต้อง ทันสมัย สอดคล้องความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และก้าวทันเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้สอดคล้อง

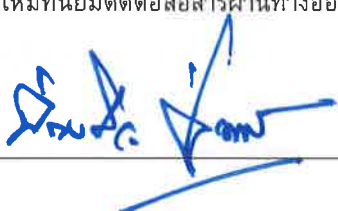
การใช้โซเชียลมีเดียประชาสัมพันธ์: บริษัทได้ใช้โซเชียลมีเดียช่วยประชาสัมพันธ์ โดย NBC และเนชั่นกรุ๊ป มีผู้ติดตามในโซเชียลมีเดียมากกว่า 7 ล้านคน

การแสวงหาความร่วมมือพันธมิตรทางธุรกิจรายใหม่: จากการทำบริษัทเป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่แลกเปลี่ยนข่าวสารสาระความรู้ที่ครอบคลุมหลายกลุ่มลูกค้า เช่น นักธุรกิจ คนทำงาน นักเรียน นักศึกษา บริษัทจึงมีการขายโฆษณาแบบผสมเพื่อให้ลูกค้าโฆษณาสามารถเลือกเงื่อนไขพิเศษในการลงโฆษณาในเว็บไซต์ต่างๆ ได้พร้อมกันในราคาส่วนลด นอกจากนี้บริษัทยังมีการขายโฆษณาข้ามสื่อทุกประเภทของบริษัททั้งโทรทัศน์และเว็บไซต์ โดยกำหนดส่วนลดที่ดึงดูดลูกค้าโฆษณา เพื่อให้สนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าโฆษณาได้มากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการกระจายการลงโฆษณาทั้งในสื่อที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าโฆษณาในระดับสูงอย่างสื่อโทรทัศน์ และสื่อที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าโฆษณาระดับปานกลางอย่างสื่อเว็บไซต์ไปพร้อมกัน

ด้านการให้บริการและจัดการประชาสัมพันธ์องค์กรผ่านเครือข่ายสังคม

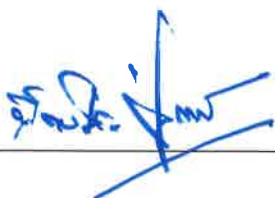
บริษัทให้บริการประชาสัมพันธ์และบริหารโซเชียลมีเดียให้กับองค์กรที่สนใจ ปัจจุบันบริษัทต่างๆ ให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดียจำนวนมาก ซึ่งเป็นโอกาสที่ก่อให้เกิดธุรกิจการให้บริการจัดการประชาสัมพันธ์ และบริหารโซเชียลมีเดียให้กับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ ที่ต้องการทำประชาสัมพันธ์ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านโซเชียลมีเดีย

ทั้งนี้ ปัจจัยหลักในการให้บริการธุรกิจบริการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย คือ การรุกเข้าสู่โซเชียลมีเดียของเนชั่นกรุ๊ปอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่องทำให้เนชั่นกรุ๊ป และNBC เป็นสื่อกลุ่มเดียวที่มีบุคลากรและรายงานข่าวผ่านทางโซเชียลมีเดียมากที่สุด ประกอบกับโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดียได้รับความนิยมอย่างสูงในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา โดยบุคลากรของบริษัทจะดำเนินการคิดแผนการตลาดออนไลน์ และวิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียลมีเดียให้กับลูกค้าที่ต้องการเข้าถึงลูกค้าในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ยึดติดต่อสื่อสารผ่านทางออนไลน์



นอกจากนี้ NBC มีความได้เปรียบในธุรกิจนี้ในฐานะที่เป็นพันธมิตรกับเว็บไซต์คอมมูนิตี้ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ได้แก่ บล็อกแก๊งค์ เอ็กซ์ทีน และยังเป็นเจ้าของบล็อกโอเคเนชั่น รวมถึงการมีผู้ติดตามและแฟนเพจในโซเชียลมีเดียมากกว่า 2 ล้านคน

บริษัทเนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ NBC ให้ความสำคัญในธุรกิจ New Media มาตลอด และจะเห็นได้ว่าในแต่ละปี บริษัทฯไม่เคยหยุดนิ่งในการพัฒนาและศึกษาค้นคว้าเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม สร้างสรรค์ มีคุณภาพ และรองรับการเปลี่ยนผ่านของเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าในทุกๆวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ



3.ปัจจัยความเสี่ยง ปี 2562

ธุรกิจทีวีดิจิทัลในประเทศไทยที่ได้เริ่มต้นมาตั้งแต่ปี 2556 ผ่านพ้นมา 7 ปี จากจำนวนทีวีดิจิทัลช่วงเริ่มต้นที่มีช่องมากถึง 24 ช่อง แต่สถานการณ์ทางธุรกิจทำให้ทีวีดิจิทัลต้องล้มลุกคลุกคลาน ด้วยผลประกอบการไม่ได้เป็นไปอย่างที่คาดหวัง ทำให้ล่าสุดปัจจุบันมีทีวีดิจิทัลเหลือเปิดดำเนินการเพียง 15 ช่องเท่านั้น


การเปลี่ยนผ่านของธุรกิจทีวีดิจิทัลครั้งใหญ่เกิดขึ้นวันที่ 11 เมษายน 2562 ที่คณะกรรมการความสงบแห่งชาติ หรือคสช. ได้ออกประกาศคำสั่งคสช. ฉบับที่ 4/2562 เปิดทางให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลสามารถคืนช่องได้ พร้อมทั้งยังสามารถได้รับเงินชดเชย ทำให้มีผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลจำนวน 7 ช่อง ตัดสินยื่นความจำนงขอคืนใบอนุญาตให้กับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ประกอบด้วย

1. กลุ่มช่องเด็กและเยาวชน จำนวน 2 ช่อง ได้แก่ ช่อง 3 Family และช่อง MCOT Family
2. กลุ่มช่องข่าว จำนวน 3 ช่อง ได้แก่ ช่องสปริงนิวส์ ช่อง Bright TV และช่อง VOICE TV
3. ช่อง SD จำนวน 2 ช่อง SPRING 26 และช่อง 3SD

ทั้งนี้ ช่อง Spring 26, Spring News และ Bright TV เป็น 3 ช่องแรกที่น่าร้องยุติการออกอากาศไปก่อนหน้านี้ตั้งแต่ 16 สิงหาคม 2562 และตามด้วย VOICE TV ช่อง 21 ที่จะยุติการออกอากาศบนดิจิทัลทีวีวันที่ 1 กันยายน 2562 แต่ย้ายไปอยู่ในแพลตฟอร์มใหม่อย่างเคเบิลทีวีและออนไลน์ ขณะที่วันที่ 16 กันยายน 2562 ช่อง MCOT Family ได้ยุติการออกอากาศ และวันที่ 30 กันยายน 2562 อีก 2 ช่อง คือช่อง 3SD และ 3Family ออกอากาศเป็นวันสุดท้าย และจะยุติการออกอากาศครบทั้ง 7 ช่องที่ขอคืนใบอนุญาตจากทาง กสทช. ในวันที่ 1 ตุลาคม 2562

ปัจจุบันทำให้เหลือจำนวนช่องทีวีดิจิทัล 15 ช่อง เนื่องจากช่อง Thai TV และ LOCA ได้ยุติการออกอากาศไปก่อนหน้านี้แล้ว โดยทั้ง 15 ช่องที่ยังดำเนินธุรกิจทีวีดิจิทัลต่อไป ได้แก่ ช่องข่าว 3 ช่อง คือ TNN , NEW18 และ Nation TV ช่อง SD จำนวน 5 ช่อง ได้แก่ เวิร์คพอยท์, True4U, GMM25 ช่อง 8 และ Mono 29 ส่วนช่อง HD ยังอยู่ครบทั้ง 7 ช่องเหมือนเดิม คือ ช่อง 9 MCOT HD, ช่อง One, ไทยรัฐทีวี, 3HD, AMARIN TV, ช่อง 7HD และช่อง PPTV

ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจทีวีดิจิทัลหลายช่องต้องเลือกที่จะคืนใบอนุญาตอนุญาตให้กับกสทช. เนื่องจากแบกรับภาระต้นทุนไม่ไหวทำให้ต้องเลิกกิจการ เพราะด้วยการแข่งขันที่รุนแรงในภาวะเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวย ส่งผลให้เม็ดเงินงบประมาณในส่วนของสื่อทีวีดิจิทัลลดลงทุกปี อีกทั้งการเปลี่ยนผ่านของเทคโนโลยีดิจิทัลขึ้นจาก 3 จี ไปสู่ 4จี และล่าสุด 5 จี ทำให้มีการแข่งขันของธุรกิจทีวีบนแพลตฟอร์มที่หลากหลาย ยิ่งทำให้ธุรกิจทีวีดิจิทัลภายใต้ใบอนุญาตของกสทช. ประสบความยากลำบากในการดำเนินธุรกิจยิ่งขึ้นไปอีก



เม็ดเงินโฆษณาที่วัดแต่เพิ่มแพลตฟอร์มออนไลน์

สำหรับเม็ดเงินโฆษณาที่มีการคาดการณ์จากบริษัทมีเดีย อินไซต์ จำกัด หรือเอ็มไอ ประเมินภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2562 กำลังเผชิญความยากลำบากที่สุดในรอบ 20 ปี เนื่องจากมีปัจจัยลบกระทบหลายชั้นทั้งสถานการณ์เศรษฐกิจกำลังซื้อที่ชะลอตัว ส่งผลให้ลูกค้าลดการใช้จ่ายลง ขณะเดียวกันการเข้ามาของสื่อใหม่อย่างออนไลน์ เกิดดิจิทัลดิสรัption ทำให้แบรนด์สินค้าโยกใช้เงินโฆษณาไปยังแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์มากขึ้น ทำให้ทั้งปี 2562 เม็ดเงินโฆษณารวมจะมีมูลค่าประมาณ 89,213 ล้านบาท เติบโตเพียง 0.13% เท่านั้น ขณะที่ช่วง 11 เดือน (ม.ค.-พ.ย.) เม็ดเงินอยู่ที่ 83,102 ล้านบาท ล้านบาท หดตัว 23% เทียบช่วงเดียวกันปีก่อน แบ่งเป็น

สื่อทีวีมีเม็ดเงินโฆษณา 43,082 ล้านบาท หดตัว 5%

อินเทอร์เน็ต 18,493 ล้านบาท เติบโต 19%

สื่อนอกบ้านและสื่อเคลื่อนที่ 10,979 ล้านบาท เติบโต 4%

หนังสือพิมพ์ 3,747 ล้านบาท ลดลง 24%

วิทยุ 3,661 ล้านบาท ลดลง 1%

สื่อในโรงภาพยนตร์ 2,324 ล้านบาท เติบโต 17%

นิตยสาร 816 ล้านบาท ลดลง 21%

ผลสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อแตกต่างช่วงวัย

เม็ดเงินโฆษณาที่ไปเพิ่มยังแพลตฟอร์มดิจิทัลผ่านสื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับผลสำรวจของ กสทช. ซึ่งได้ร่วมกับทีมวิจัยจากสถาบันอาณานิคมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อของไทยปี 2562 โดยใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่จำนวน 10,000 คนทั่วประเทศ แบ่งผู้บริโภคออกเป็น 5 เจเนอเรชัน คือ 1.เจน จี.โอ. อายุมากกว่า 75 ปี 2.เบบี้บูมเมอร์ อายุ 57-75 ปี 3.เจน เอ็กซ์ อายุ 42-56 ปี 4.เจน วาย อายุ 23-41 ปี และ 5.เจน แซต อายุต่ำกว่า 23 ปี โดยพบ 10 การเปลี่ยนแปลงสำคัญของผู้บริโภคทั้ง 5 เจเนอเรชัน

1. พฤติกรรมเสพสื่อคนไทย ปี 2562 โดยผลการสำรวจสรุปข้อมูลการบริโภคสื่อของคนไทยในสื่อ 4 ประเภท แบ่งเป็นการเสพสื่อทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ โดยมีการบริโภคสื่อที่สูงสุดที่สัดส่วน 85.9% แบ่งการรับชมเป็น 3 รูปแบบ คือ ดูสดตามผังรายการ 49.9% ดูย้อนหลังและออนดีมานด์ 15.1% และดูทั้ง 2 รูปแบบ 35% ระยะเวลาดูทีวี 1-4 ชั่วโมงต่อวัน สัดส่วน 69.5% ช่วงเวลาหลักที่ดู 18.00 – 22.00 น. สัดส่วน 70.9% สำหรับ 3 รายการยอดนิยม ข่าว 89.8% ละคร/ซีรีส์ 83.5% และวาไรตี้ 78.3%

สื่อวิทยุ สัดส่วน 55.6% เป็นการฟังทั้งระบบ FM ระบบAM มีวสิคสตรีมมิ่ง แบ่งเป็น 3 รูปแบบ ฟังจากเครื่องรับวิทยุ 32.6% ฟังเพลงออนไลน์หรือมีวสิคสตรีมมิ่ง 34.3% และฟังทั้ง 2 รูปแบบ 33.1% ระยะเวลาฟังวิทยุ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน สัดส่วน

74.4% ช่วงเวลาหลัก 6.00 - 12.00 น. สัดส่วน 54.1% โดย 3 รายการยอดนิยม บันเทิง 79.7% ข่าว 72.2% รายการสาระ 56.9%

สื่อสิ่งพิมพ์ สัดส่วน 51.5% เป็นการอ่านทั้งฉบับเล่มและออนไลน์ แบ่งเป็น อ่านหนังสือพิมพ์ 53.3% อ่านนิตยสาร 9% และอ่านทั้งหนังสือพิมพ์และนิตยสาร 37.3% พฤติกรรมอ่านหนังสือพิมพ์เฉลี่ย 5 - 20 นาทีต่อวัน สัดส่วน 69.5% เวลาหลักที่อ่าน 6.00 - 12.00 น. สัดส่วน 60.5% เนื้อหาที่นิยมอ่านมากที่สุด ข่าวประจำวัน 92% คอลัมน์การเมือง 68.3% และคอลัมน์บันเทิง/ดารา 60.2%

ขณะที่ พฤติกรรมอ่านนิตยสารเฉลี่ย 15 - 30 นาทีต่อครั้ง สัดส่วน 50% ช่วงเวลาที่อ่าน 12.00 - 21.00 น. สัดส่วน 61.1% เนื้อหาที่นิยมมากที่สุด ท่องเที่ยว 79.3% บ้านและสวน 65.5% และผู้หญิงแฟชั่น 63.4% สื่อในโรงภาพยนตร์ สัดส่วน 33.7% พฤติกรรมการรับชม เป็นโรงภาพยนตร์ในศูนย์การค้า 96.2% ความถี่นานๆครั้ง 73.1% ช่วงเวลาที่นิยมรับชมมากที่สุด 13.00 - 20.00 น. สัดส่วน 69.2% ประเภทของภาพยนตร์ที่รับชมสูงสุด คือ แอคชั่น 62.9% ผจญภัย 49.8% และตลก 48.4% ช่องทางติดตามข่าวสาร สำนักข่าว (ทุกช่องทาง) 45.2% แชรจากสังคมออนไลน์ 20.5% โซเชียลมีเดียของนักข่าว 16.6% แอปพลิเคชัน/เว็บไซต์รวมข่าว 10.8% ค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต 6.9%

2.เสพสื่อทีวีสูงสุด-สิ่งพิมพ์ต่ำสุด ผลสำรวจพบว่าคนไทยมีการบริโภคสื่อทีวีมากที่สุด 85.9% รองลงมา ได้แก่ การบริโภคสื่อกลางแจ้ง (ป้ายโฆษณาต่างๆ) 84.3% สื่อวิทยุ 55.6% สื่อภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ 51.5% สื่อสิ่งพิมพ์ มีผู้บริโภคน้อยที่สุด 33.7%

3. เหลื่อมล้ำระหว่าง "เจน" และช่องว่างระหว่างวัย พฤติกรรมการบริโภคสื่อในประเทศไทยมีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอายุ หรือ ที่เรียกว่าความเหลื่อมล้ำระหว่างเจเนอเรชัน (Generation Divide) และ ช่องว่างระหว่างวัย

(Generation Gap) โดยกลุ่มสูงวัยที่มีอายุตั้งแต่ 57 ปีขึ้นไป ทั้งเบบี้บูมเมอร์ และเจน จี.ไอ. ยังบริโภคสื่อดั้งเดิมค่อนข้างมาก ทั้งการดูทีวีสด โปรแกรมออกอากาศ อ่านหนังสือพิมพ์รูปแบบกระดาษ ขณะที่คนรุ่นใหม่ที่มีอายุ 41 ปี หรือน้อยกว่า ทั้งเจน วายและเจนแซด บริโภคสื่อหลากหลายช่องทางมากขึ้น โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ ส่วนเจนเอ็กซ์ อายุ 42 - 56 ปี เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมคาบเกี่ยวระหว่างทั้งกลุ่มสูงวัยและคนรุ่นใหม่

4.รายได้ขยับขึ้นทุก 10,000 บาทดูทีวีออนดีมานด์เพิ่ม จากการวิจัยพฤติกรรมผู้ชม พบว่าครัวเรือนที่มีรายได้เพิ่มขึ้นทุก 10,000 บาท จะเข้าถึงสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง หรือ เน็ตบ้าน เพิ่มขึ้น 4.5% โดยเขตเทศบาลหรือเขตเมืองเพิ่มขึ้น 8.2% และกลุ่มเจน แซด เข้าถึงมากกว่าทุกวัย นอกจากนี้ผู้ชมยังมีพฤติกรรมดูทีวีแบบออนดีมานด์เพิ่มขึ้น 10.3% ส่วนการเข้าถึงสื่อผ่านสมาร์ทโฟน เมื่อรายได้เพิ่มขึ้นทุก 10,000 บาท จะเพิ่มขึ้น 2.3% ถือว่าเป็นอัตราไม่สูงเพราะปัจจุบันคนไทยส่วนใหญ่มีการใช้งานสมาร์ทโฟนเป็นจำนวนมากแล้ว ขณะที่ครัวเรือนไทยที่มีรายได้เพิ่มขึ้นทุก 10,000 บาท จะใช้อุปกรณ์โทรทัศน์แบบแอนะล็อกลดลง 4.3% แต่ใช้อุปกรณ์โทรทัศน์ระบบดิจิทัลเพิ่มขึ้น 2.2% และสมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้น 1.5% จากพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์รับชมสื่อและรายได้ครัวเรือนไทย ถือว่าการรับชมโทรทัศน์ และอุปกรณ์โทรทัศน์แบบแอนะล็อกเป็นสินค้าด้อยค่าทางเศรษฐศาสตร์ คือ เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้นจะบริโภคลดลง

5. กลุ่มสูงวัยดูทีวีผ่านเคเบิล/ทีวีดาวเทียม ช่องทางการดูทีวีผ่านแพลตฟอร์มต่างๆในแต่ละเจนแตกต่างกัน โดยกลุ่มสูงวัยทั้ง เจน จี.ไอ. และเบบี้บูมเมอร์ ดูทีวีผ่านแพลตฟอร์ม เคเบิลและทีวีดาวเทียมสูงสุด เช่นเดียวกับ เจน เอ็กซ์ และเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าช่องทางทีวีดิจิทัลภาคพื้นดิน ซึ่งน่าจะมาจากสาเหตุที่ครัวเรือนไทยติดตั้งเคเบิลและจานดาวเทียมอยู่ก่อนแล้ว ขณะที่ระบบทีวีดิจิทัลภาคพื้นดิน ต้องติดตั้งอุปกรณ์กล่องและเสารับสัญญาณเพิ่มเติม และสัญญาณในบางพื้นที่ไม่ชัดเจนเคเบิลและทีวีดาวเทียม

พฤติกรรมกลุ่มสูงวัย ยังติดตามข้อมูลข่าวสารจากสำนักข่าวทั้งผ่านหนังสือพิมพ์ รายการทีวี รายการวิทยุ และเว็บไซต์ของสำนักข่าวต่างๆมากที่สุด และสัดส่วนของการติดตามข่าวสารจากสำนักข่าวดังกล่าวมีแนวโน้มลดลงตามช่วงวัยที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มที่ฟังเพลงออนไลน์ หรือมิวสิกสตรีมมิ่ง และรับชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์น้อยมาก โดยกลุ่มสูงวัยมีสัดส่วนอ่านหนังสือพิมพ์ในรูปแบบกระดาษเท่านั้นในอัตราสูง เจน จี.ไอ. อยู่ที่ 75% และเบบี้บูมเมอร์ 65.3%

6. คนรุ่นใหม่ตามข่าวโซเชียล โดยคนรุ่นใหม่นิยมติดตามข้อมูลข่าวสารจากการแชร์ของเพื่อนในสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด รองลงมา คือ ติดตามจากบัญชีผู้ใช้ของนักข่าวบนทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก หรืออินสตาแกรม โดย เจน วายและเจน แซต เสนพคอนเทนต์ทีวี ผ่านสัญญาณอินเทอร์เน็ตมากกว่าแพลตฟอร์มอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น ทีวีดิจิทัลภาคพื้นดิน หรือเคเบิล/ทีวีดาวเทียมกลุ่มนี้นิยมฟังเพลงออนไลน์ หรือ มิวสิกสตรีมมิ่ง รวมทั้งรับชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ ในสัดส่วนที่สูงมาก ในส่วนของสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่ากลุ่มคนรุ่นใหม่หันไปบริโภคหนังสือพิมพ์ในรูปแบบออนไลน์มากกว่า โดยกลุ่มเจน แซต มีสัดส่วนอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เท่านั้น (ไม่อ่านในรูปแบบกระดาษ) 43.9% และ ส่วนเจน วาย อยู่ที่ 31.5%

7. หนังสือพิมพ์ถูกติสรัปชันมากที่สุด โดยผู้บริโภคหันไปอ่านสื่อออนไลน์แทนการอ่านสื่อในรูปแบบกระดาษมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มเจนวายและแซต ที่มีการอ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์กระดาษ

8. ผู้บริโภคทุกวัยไม่มีความภักดี (Loyalty) กับทุกสื่อ ปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่มีรายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ที่บริโภคเป็นประจำ สะท้อนให้เห็นว่าความภักดีของผู้บริโภคในสื่อประเภทต่างๆลดลง โดยผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่ต้องการเส่มากกว่าแบรนด์แต่ละสื่อ และเลือกบริโภครายการประเภทที่ตนสนใจเท่านั้น

9. ครัวเรือนรายได้สูงเชื่อโฆษณาออนไลน์ เพราะมีการเข้าถึงสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (เน็ตบ้าน) มากกว่า มีแนวโน้มเชื่อถือโฆษณาจากสื่อออนไลน์มากขึ้น และเชื่อโฆษณาจากสื่อทีวีน้อยลง นอกจากนี้กลุ่มที่มีการศึกษาสูงและมีรายได้สูง มีสัดส่วนดูทีวีผ่านอินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มอื่นๆ และมีแนวโน้มดูรายการย้อนหลังแบบออนดีมานด์มากขึ้น โดยปัจจัยการดูทีวีย้อนหลังมาจากเหตุผลติดธุระ ไม่สามารถดูตามผังรายการได้ และโฆษณาไม่ได้ส่งผลให้ผู้ชมหลีกเลี่ยงการดูรายการย้อนหลัง

10. สังคมสูงวัยอีก 10 ปี คนไทย 50% ยังดูทีวี ต้องถือว่าธุรกิจทีวียังมีโอกาสไปต่อ เนื่องจากประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมสูงวัย ทำให้คนสูงอายุ ยังบริโภคสื่อผ่านช่องทางดั้งเดิมอยู่ ดังนั้นทีวีและสื่อเก่าอื่นๆยังไม่ลดลงอย่างรวดเร็วนัก คาดการณ์ว่าอีก 10 ปีข้างหน้า ประชากรไทย 50% ซึ่งก็คือกลุ่มสูงวัย ยังมีแนวโน้มดูทีวีติดตามผังรายการอยู่

ธุรกิจทีวีดิจิทัลปรับตัวรับเทคโนโลยีดิสรรัปชัน

จากภาพรวมสถานการณ์แข่งขันของทีวีดิจิทัลที่ยังแข่งขันกันอย่างรุนแรง และไม่เฉพาะการแข่งขันกับช่องทีวีดิจิทัลด้วยกัน แต่ยังต้องแข่งขันกับสื่อออนไลน์ที่เข้ามาแทนที่ในทุกๆช่องทาง ทำให้หนึ่งในสถานีข่าวทีวีดิจิทัลยอดนิยม "Nation TV" ช่อง 22 ได้เตรียมพร้อมต่อการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงของกระแสเทคโนโลยีดิสรรัปชัน ไม่เฉพาะการนำเสนอเนื้อหาที่ยังคง

คุณภาพในด้านรายการข่าวอย่างเข้มข้น เจาะลึก และเที่ยงตรง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมแล้ว ยังได้เชื่อมโยงธุรกิจเข้ากับสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงเนื้อหาสาระจากทีมงานคุณภาพของช่องข่าวยอดนิยม Nation TV ได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการรับชมสด หรือรับชมย้อนหลังผ่าน Nation TV ช่อง 22 และบนแพลตฟอร์มออนไลน์ทั้ง Facebook ที่มียอดกดไลค์ (Like) หน้าเพจ Facebook แล้ว 2,920,482 คน รวมทั้งยังสามารถรับชมรายการสด (LIVE) บนทีวีออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟน รวมทั้งรับชมย้อนหลังผ่านช่องทาง YouTube และเว็บไซต์ของ Nation TV ที่ www.nationtv.tv

นอกจากนี้ Nation TV ช่อง 22 ยังได้เพิ่มช่องทางเพื่อให้ผู้บริโภคไม่พลาดข่าวสำคัญผ่านช่องทางนำเสนอข่าวทาง Line รวมทั้งนำเสนอข่าวสำคัญบนสื่อป้ายโฆษณาดิจิทัลที่ติดตั้งตามจุดสำคัญในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นการปรับตัวให้เข้าถึงสื่อโฆษณาใหม่ๆ ในทุกช่องทางบนแพลตฟอร์มในรูปแบบที่หลากหลายตามพฤติกรรมของผู้บริโภคในทุกกลุ่มและทุกช่วงวัย



4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 กลุ่มบริษัท มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจทั้งสิ้น 97.27 ล้านบาท โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
อุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน	เป็นเจ้าของ	37.26	ไม่มี
ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	11.96	ไม่มี
เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้ สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	0.43	ไม่มี
ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เช่า	เป็นเจ้าของ	0.10	ไม่มี
สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	เป็นเจ้าของ	47.52	ไม่มี

4.2 สัญญาเช่าทรัพย์สินระยะยาว

กลุ่มบริษัท ได้ทำสัญญาเช่าและบริการเพื่อเช่าสำนักงานรวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อประกอบธุรกิจ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีรายละเอียดของสัญญาดังนี้

รายละเอียด	ระยะเวลาสัญญา			ภาระผูกพัน	ระยะเวลา คงเหลือ
	เริ่มต้น	สิ้นสุด	รวมเวลา		
ห้องชุดเลขที่ 1858/57-62 ชั้นที่ 12A ในอาคารอินเตอร์ลิงค์ ทาวเวอร์ เลขที่ 1858 ถนนเทพรัตน กรุงเทพฯ รวมเนื้อ ที่ประมาณ 2,391.18 ตารางเมตร	1 ธันวาคม 2560	31 มีนาคม 2563	3 ปี	ไม่มี	
อาคาร 11 ชั้น เลขที่ 1854 ถนนเทพ รัตน กรุงเทพฯ รวมเนื้อที่ประมาณ 4,807.30 ตารางเมตร	1 กันยายน 2562	30 พฤศจิกายน 2569	7 ปี 3 เดือน	ไม่มี	สามารถต่อ สัญญาเช่าได้เมื่อ ครบสัญญา

4.3 นโยบายในการบริหารลูกหนี้การค้า

ในการให้บริการและการขายสินค้า โดยปกติกลุ่มบริษัทฯ มีการให้สินเชื่อมีระยะเวลาดังแต่ 7 วันถึง 90 วัน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 กลุ่มบริษัทฯ มีลูกหนี้การค้าสุทธิจำนวน 93.35 ล้านบาท โดยมีลูกหนี้การค้าก่อนหักค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญจำนวน 161.72 ล้านบาท เป็นลูกหนี้การค้ากิจการที่เกี่ยวข้องกันจำนวน 78.38 ล้านบาท โดยมีค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ 66.65 ล้านบาท และเป็นลูกหนี้การค้ากิจการอื่นๆ จำนวน 83.34 ล้านบาท โดยมีค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ 1.72 ล้านบาท ซึ่งในการพิจารณาค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญจะประเมินโดยการวิเคราะห์ประวัติการชำระหนี้ และการคาดการณ์เกี่ยวกับการชำระหนี้ในอนาคตของลูกค้า และลูกหนี้จะถูกตัดจำหน่ายเป็นหนี้สูญเมื่อเกิดขึ้น

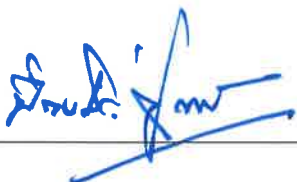
4.4 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

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 2562 รวมทั้งไม่มีคดีที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ และไม่มีคดีความในธุรกิจอื่นที่ไม่ได้เป็นธุรกิจโดยปกติของบริษัทและบริษัทย่อย



6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1. ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท : บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ("บริษัท")
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 : 803,155,214.00 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 803,155,214 หุ้น หุ้นละ 1.00 บาท
ทุนชำระแล้ว : ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ธันวาคม ทุนชำระแล้วของบริษัทเท่ากับ 535,436,809 บาท
ประกอบด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 535,436,809 หุ้น หุ้นละ 1 บาท

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563)

ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วน การถือหุ้น (%)	ทุน จดทะเบียน (บาท)	ทุนชำระแล้ว (บาท)
บริษัทย่อย				
บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด 1858/57-62 ชั้น 12A ถ.เทพรัตน แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ	ผลิตรายการโทรทัศน์ และให้บริการโฆษณา ผ่านสื่อโทรทัศน์	99.99	800,000,000	800,000,000.00

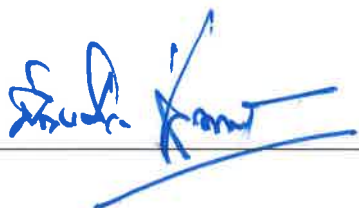
6.2. บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ที่ตั้ง : 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ : (66) 2009-9999

โทรสาร : (66) 2009-9991



ผู้สอบบัญชี : บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย 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 10120

โทรศัพท์ : (66) 2677-2000

โทรสาร : (66) 2677-2222

ที่ปรึกษากฎหมาย : บริษัท เภา แอนด์ แอสโซซิเอทส์ ลอว์ ออฟฟิศ จำกัด

ที่ตั้ง : 140/40 A อาคารไอทีเอฟ ชั้น 19 ถนนสีลม แขวงสุริยวงค์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

โทรศัพท์ : (66) 2634-4995-7

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

