

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

(1.1.) วิสัยทัศน์และปณิธานในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์ : มุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำด้านการผลิตข่าว
และรายการที่ทรงคุณค่าเพื่อเป็นสถาบันสื่อแห่งอนาคต

ปณิธาน :

"สร้างแรงบันดาลใจ" เป็นสถาบันผลิตนักข่าว ผู้ประกาศข่าว และผู้ผลิตรายการ

"สร้างสรรค์" สถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมง ให้ยืนยงอย่างมั่นคงในใจ"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 เพื่อประกอบธุรกิจผลิตรายการข่าวในรูปแบบต่าง ๆ แพร่ภาพทางสถานี โทรทัศน์ฟรีทีวี และเคเบิลทีวี และร่วมผลิตรายการวิทยุทางคลื่น F.M. 90.5MHz และข่าวต้นชั่วโมง ออกอากาศทางสถานีวิทยุคลื่นต่างๆ โดยดำเนินการผ่านบริษัท เนชั่น เรดิโอ เน็ตเวิร์ค จำกัด ("NRN") ซึ่ง NBC เป็นผู้ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.98

ในปี 2539 NBC เปลี่ยนชื่อบริษัท เป็น "บริษัท เนชั่น เทเลวิชั่น จำกัด และเข้าร่วมเป็นผู้ผลิตรายการข่าวของ สถานีโทรทัศน์ไอทีวี (ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็นสถานี โทรทัศน์ไทยพีบีเอส) ในปี 2540 บริษัทได้เปลี่ยนชื่อเป็น "บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด" หรือ NBC จากนั้นในปี 2543 ได้จัดตั้ง สถานีข่าว 24 ชั่วโมงแห่งแรกของประเทศไทย ภายใต้ชื่อสถานีโทรทัศน์ "Nation Channel" แพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก UBC ช่อง 8 และนับแต่ปี 2546 เป็นต้นมา NBC ได้ขยายช่องทางการแพร่ภาพสถานีโทรทัศน์ Nation Channel ให้กว้างขวางมากขึ้น เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียม โดยส่งสัญญาณภาพและเสียงของ Nation Channel จากดาวเทียม ST-1 ระบบ C-Band เป็นดาวเทียมไทยคม 5 ระบบ C-Band

ปี 2557 บริษัทย่อยของบริษัทชนะการประมูลใบอนุญาตทีวีดิจิตอล ประเภทข่าวสารและสาระ โดยใช้ชื่อช่อง Nation TV 22 ซึ่งมีระยะเวลาอายุใบอนุญาต 15 ปี ตั้งแต่ ปี 2557 ถึง ปี 2572

NBC ได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องในการขยายธุรกิจสู่กลุ่มธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่ (New Media) ด้วยการนำข้อมูลข่าวสารที่ผลิตขึ้นมาพัฒนาเป็นบริการด้านข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่างๆ เผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ พัฒนา Application ในการรับชมรายการของ Nation TV

ผ่านแพลตฟอร์มในหลายหลายรูปแบบ ทั้ง Smart Phone แท็บเล็ต นอกจากนั้น NBC ยังได้พัฒนารูปแบบการหารายได้โดยการนำเสนอเนื้อหาสาระ (Content) และข้อโต้แย้งต่าง ๆ จากการประกอบธุรกิจสื่อโทรทัศน์มาต่อยอดขยายไปสู่ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษ การจัดอบรมสัมมนา การจัดทำเที่ยว การผลิตและจำหน่ายหนังสือ และ DVD

ในปี 2552 NBC ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนเข้าจดทะเบียนเป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ

(1.3) การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ

สำหรับปี 2559 – 2563 NBC มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ ดังนี้

- ปี 2559 : บริษัทฯได้ร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทรายการข่าวและสาระความรู้กับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีช่องต่าง ๆ ได้แก่ รายการ เรื่องเด่นเย็นนี้ เป็นรายงานข่าวเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในรอบวันหรือประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจของสังคมโดยมีรายได้จากส่วนแบ่งการขายเวลาโฆษณาและการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการในรายการ
- ปี 2560 : บริษัทฯได้พัฒนาในการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ผ่านสื่อรูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่อง และเป็นตัวแทนจำหน่ายพื้นที่โฆษณาในเว็บไซต์ต่าง ๆ ได้แก่ www.pantip.com , www.exteen.com โดยมีรายได้จากส่วนแบ่งค่าโฆษณาในสัดส่วนที่แตกต่างกันตามข้อตกลงรวมถึงใน Facebook, Youtube, Instagram ด้วย
- ปี 2561 : บริษัทฯโดยคณะกรรมการและผู้บริหารชุดใหม่ ได้ประกาศความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล โดยการพ่วงองค์กรก้าวเข้าสู่เทคโนโลยีในทุกช่องทางทางการสื่อสารใหม่ ๆ และเสริมกำลังด้วย "คนข่าวตัวจริง" ที่มีชื่อเสียง ผสมกับ "คนข่าวหลัก" ของสถานี โดยรายงานข่าว พร้อมบทวิเคราะห์เจาะลึกด้วยสไตล์เฉพาะตัว ที่ช่อง Nation TV 22 ออกอากาศวันละไม่น้อยกว่า 18 ชั่วโมงข่าว โดยรายงานข่าวและเหตุการณ์สดจากทุกพื้นที่เหตุการณ์สำคัญ และเป็นช่องข่าว (ช่องเดียว) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ชมรายการเข้าร่วมกิจกรรมในหลายวาระโอกาส เช่น งาน Nation Fan Day, การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพื่อหารายได้มอบให้องค์กรการกุศล และต่อยอดโดยร่วมมือกับพันธมิตร เปิดเส้นทางท่องเที่ยวทั่วโลก ร่วมกับผู้ชมและผู้ประกาศข่าวที่ชื่นชอบ ทำให้ Nation TV ก้าวไปสู่ความเป็น "สถาบันสื่อของคนไทย" ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ที่จะนำพาทุกข่าวสาร สาระ และบทวิเคราะห์อันแม่นยำไปปรากฏอยู่บนทุกแพลตฟอร์ม เพื่อให้ทุกครัวเรือนเข้าถึงได้ทุกช่องทาง
- ปี 2562 : บริษัทฯ เพิ่มศักยภาพในการหารายได้ ผ่านกลยุทธ์การสื่อสารกับแฟนรายการ ในรูปแบบการนำเที่ยวหรือจัดทัวร์ที่เป็นเฉพาะ ร่วมกับผู้ดำเนินรายการ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งการดำเนินธุรกิจทัวร์เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ขององค์กร ในการสร้างการจดจำ Brand Loyalty
- : คณะกรรมการขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์ของบริษัทฯประสบความสำเร็จในการเพิ่มเรตติ้งของช่อง Nation TV22 โดยเดือนธันวาคม 2562 มีอันดับเรตติ้งเป็นอันดับที่ 9 จากเดิมที่เท่ากับอันดับที่ 12 ในเดือนกันยายน 2562 และยังคงเป็นอันดับที่ 1 ของกลุ่มช่องข่าวในสื่อทีวีดิจิทัล

ปี 2563 : มกราคม 2563

- บริษัท เนชั่น เน็กซ์ วิชั่น จำกัด ("NNV") บริษัทย่อยของบริษัทฯ เข้าลงทุนในบริษัท แอปบี โปรดัคส์ แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ("HAPPY") ซึ่งประกอบธุรกิจ การขายสินค้าและบริการผ่านทางโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ (TV Home Shopping) ในสัดส่วนร้อยละ 50 เป็นเงิน 15 ล้านบาท ซึ่งเป็นการขยายธุรกิจที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง

: กุมภาพันธ์ 2563

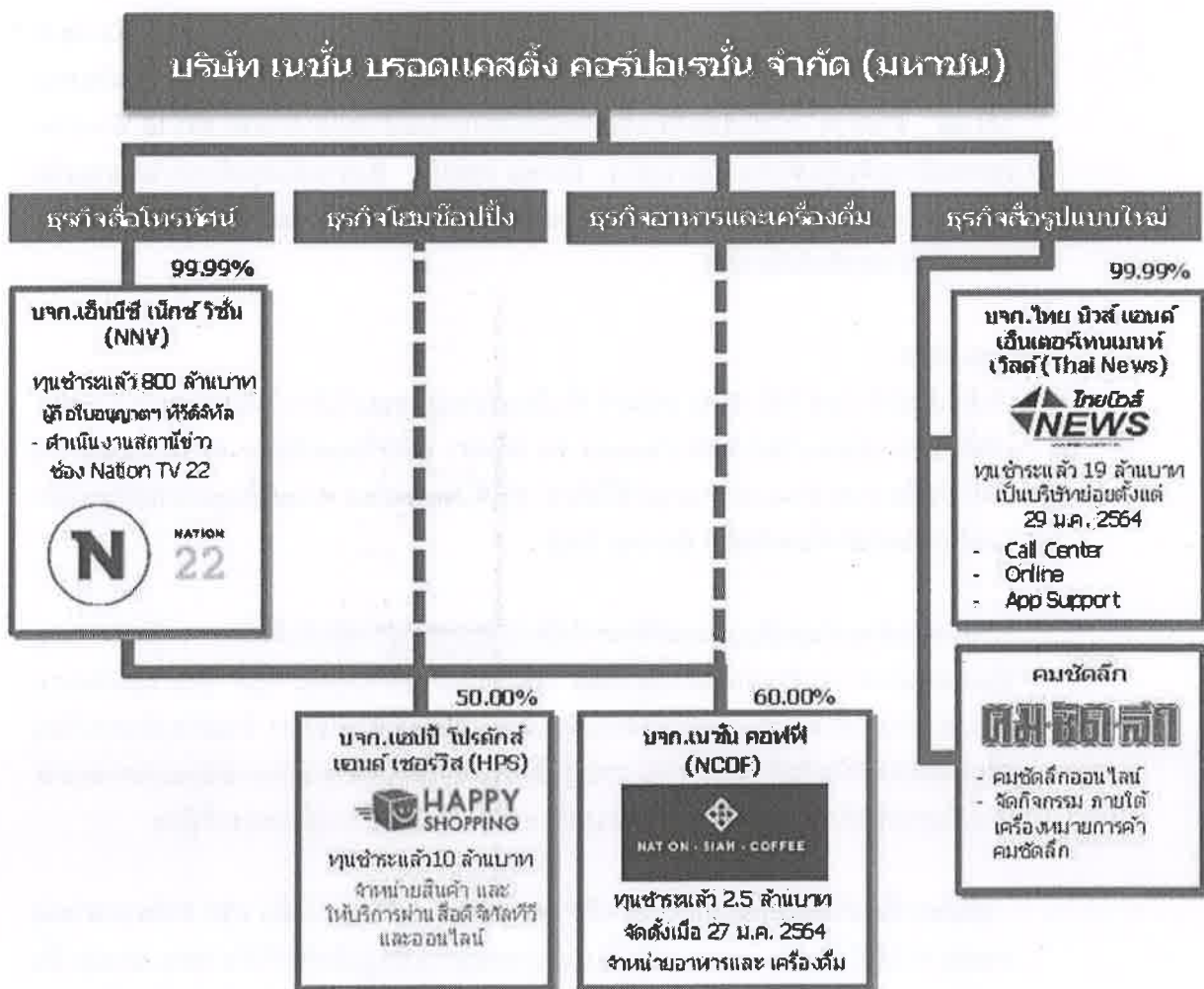
- บริษัท เนชั่น เน็กซ์ วิชั่น จำกัด ("NNV") บริษัทย่อยของบริษัทฯ เข้าลงทุนในบริษัท อะราวด์ เดอะเวิลด์ จำกัด ("Around the World") ซึ่งประกอบธุรกิจนำเที่ยว ในสัดส่วนร้อยละ 49 เป็นเงิน 2.45 ล้านบาท เป็นการสร้างโอกาสในการเพิ่มช่องทางการหารายได้ และเกิดความร่วมมือในการใช้สื่อของบริษัท (บริษัทฯ ตัดสินใจก่อนมีสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19)
- บริษัทฯ รับชำระหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่จัดสรรให้สิทธิเพิ่มทุนแก่ผู้ถือหุ้นเดิมในอัตรา 2 หุ้นเดิม ต่อ 1 หุ้นเพิ่มทุนใหม่ รวมจำนวน 267,718,405 หุ้น ราคาเสนอขายหุ้นละ 0.53 บาท เป็นเงินรวม 141.89 ล้านบาท ทำให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนเพิ่มทุนและชำระแล้วจำนวน 803.15 ล้านบาท (จดทะเบียนเพิ่มทุนชำระแล้วในวันที่ 4 มีนาคม 2563) ซึ่งการเพิ่มทุนดังกล่าวเพื่อรองรับแผนการดำเนินธุรกิจ การปรับปรุงอุปกรณ์และขยายสตูดิโอเพื่อเพิ่มศักยภาพของช่อง รวมทั้งต่อยอดและขยายธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

: ธันวาคม 2563

- บริษัท เนชั่น เน็กซ์ วิชั่น จำกัด ("NNV") ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้จำหน่ายเงินลงทุนในบริษัท อะราวด์ เดอะเวิลด์ จำกัด ("Around the World") ที่ถือทั้งหมดร้อยละ 49 ให้กลุ่มผู้ถือหุ้นเดิม เป็นเงิน 2.45 ล้านบาท (ราคาเท่าที่ได้มา) ทำให้ Around the World สิ้นสุดความเป็นบริษัทย่อยในกลุ่มบริษัทตั้งแต่วันที่ 9 ธันวาคม 2563
- บริษัทฯ รับชำระหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่จัดสรรให้สิทธิเพิ่มทุนแก่ผู้ถือหุ้นเดิมในอัตรา 5 หุ้นเดิม ต่อ 2 หุ้นเพิ่มทุนใหม่ รวมจำนวน 321,262,086 หุ้น ราคาเสนอขายหุ้นละ 0.53 บาท เป็นเงินรวม 170.26 ล้านบาท ทำให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 1,124.41 ล้านบาท (จดทะเบียนเพิ่มทุนชำระแล้วในวันที่ 24 ธันวาคม 2563) ซึ่งการเพิ่มทุนดังกล่าวเพื่อขยายส่วนแบ่งทางตลาดและเพิ่มช่องทางในการขยายฐานลูกค้าในธุรกิจหลักและธุรกิจที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ
- บริษัทฯ ซื้อเครื่องหมายการค้า "คมชัดลึก" จากบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (NMG) ทำให้บริษัทฯ สามารถขยายส่วนแบ่งตลาดของการเป็นผู้ผลิตสื่อดิจิทัล (New Media) ขึ้นมา ซึ่ง คมชัดลึก มีแพลตฟอร์มข่าวดิจิทัล และโซเชียลมีเดียประกอบด้วยเว็บไซต์ข่าวโซเชียลมีเดียด้านข่าว เฟสบุ๊คแฟนเพจและเว็บไซต์ จะส่งผลให้บริษัทฯ สามารถก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำอย่างเต็มรูปแบบ ที่จะช่วยขยายฐานลูกค้าและเพิ่มอำนาจต่อรองทางการค้าได้มากขึ้น โดยบริษัทฯ สามารถเพิ่มฐานลูกค้าและเครือข่ายผู้ติดตามข่าวสารมากขึ้น เป็นผลให้บริษัทฯ มีโอกาสที่จะประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการที่บริษัทฯ มีอยู่ ให้แก่ฐานลูกค้าและเครือข่ายผู้ติดตามข่าวสารได้มากขึ้นอีกด้วย ถือเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้แก่ธุรกิจปัจจุบันของบริษัท

1.4 โครงสร้างการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

**โครงสร้างการประกอบธุรกิจ
ประจำปี 2564**



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ ตั้งแต่ 2561-2563

(หน่วย : ล้านบาท)

รายได้จากกลุ่มธุรกิจ	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
	จำนวนเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ
รายได้จากธุรกิจสื่อโทรทัศน์	395.12	43.35	423.93	86.02	355.86	84.02
รายได้จากธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่	29.72	3.26	18.48	3.75	24.08	5.69
รายได้จากธุรกิจอื่นๆ	40.63	4.46	14.65	2.97	0.06	0.01
รายได้จากธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์	392.14	43.02	-	-	-	-
รายได้อื่น	53.92	5.91	35.76	7.26	43.53	10.28
รวมรายได้	911.53	100.00	492.82	100.00	423.53	100.00

2.2 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายธุรกิจ

2.2.1 ธุรกิจสื่อโทรทัศน์


บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ NBC เป็นผู้ผลิตและจัดทำรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวและสาระความรู้ ผ่านช่องทางการออกอากาศหลายรูปแบบ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง โดยเริ่มออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2543 ทาง สถานีโทรทัศน์ยูบีซี ช่อง 8 ด้วยรายการข่าว "เนชั่นทันสถานการณ์" เป็นรายการเชิงข่าวเป็นหลักแห่งแรกของประเทศไทย


ในวันที่ 1 พฤษภาคม 2546 เนชั่นทีวี ได้ออกอากาศส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวี ช่อง 1 ผ่านทางระบบ MMDS และส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมไทยคม 5 ในระบบ C-Band และ ระบบ Ku-Band ให้ผู้ที่มิจากรับสัญญาณดาวเทียมที่อยู่ในประเทศไทย และภูมิภาคเอเชีย สามารถรับชมได้ฟรีที่ช่องหมายเลข 22 โดยไม่ต้องเสียค่าบริการใดๆ

ในวันที่ 27 ธันวาคม 2556 บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ชะนะการประมุข โบนุญดาให้ใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการโทรทัศน์ดิจิทัล ประเภทช่องข่าว ความคมชัดมาตรฐาน (SD) ในชื่อช่อง Nation TV 22 ที่นำเสนอรายการข่าว และมุ่งความเป็นเอกลักษณ์ของช่องและผลิตรายการด้านข่าวสาร สาระความรู้ ต่อยอดจากการร่วมผลิตรายการที่ช่องฟรีทีวี และได้นำทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตรายการโทรทัศน์ เช่น ข้อมูลข่าว ภาพข่าว คุณภาพบุคลากรทีมข่าว มาต่อยอดขยายธุรกิจไปยังธุรกิจเกี่ยวเนื่องการจัดกิจกรรมต่างๆ

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

บริษัทฯ เป็นผู้ก่อตั้งและบริหารงานสถานีโทรทัศน์อย่างครบวงจร ทั้งการผลิต การจัดทำรายการออกอากาศ การให้เวลาออกอากาศ และการขายเวลาโฆษณา ซึ่งบริษัทมีรายได้จากการขายเวลาโฆษณา การรับจ้างผลิตรายการสารคดีสั้น และค่าเช่าเวลา โดยได้บริหารสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ช่อง Nation TV 22 อย่างเต็มรูปแบบ



ชื่อสถานี	แนวคิดหลักของสถานี	ช่องทางรับชม
สถานีข่าว Nation TV 22 เริ่มออกอากาศปี 2557 	สถานีข่าวและสาระความรู้ 24 ชั่วโมง ซึ่งมุ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่าง ถูกต้อง เป็นกลาง ทันเหตุการณ์ พร้อมบทวิเคราะห์และข้อมูลเชิงลึก อย่างรอบด้านจากทีมงานข่าวที่มี ประสบการณ์	<ul style="list-style-type: none"> - อุปกรณ์ชุดรับสัญญาณดิจิทัล(Settop Box) ช่อง Nation TV 22 - เคเบิลทีวีท้องถิ่น - เว็บไซต์ www.nationtv.tv - โทรศัพท์เคลื่อนที่ - Application ผ่าน ระบบ IOS และ Android

และมีรายการโทรทัศน์ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีออกอากาศผ่านจอแอลซีดีบนสถานีและในขบวนรถไฟฟ้ามหานคร และบริษัท ดำเนินธุรกิจร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทรายการข่าวและสาระความรู้กับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีโดยมีรายได้จากส่วนแบ่งการขายเวลาและการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการในรายการ

ในปี 2563 บริษัท ยังคงดำเนินนโยบายการต่อยอดธุรกิจ โดยนำข้อได้เปรียบที่มีอยู่ทั้งด้านเนื้อหา ข้อมูล คุณภาพ บุคลากร ความพร้อมของเครื่องมืออุปกรณ์ และชื่อเสียงของบริษัท ขยายธุรกิจไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัท ด้วยการนำเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมหรือข่าวเหตุการณ์ที่อยู่ในความสนใจของกระแสสังคม มาสร้างสรรค์เป็นสินค้าหรือกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภค และเพิ่มศักยภาพในการหารายได้ของบริษัท

ด้านการตลาด

บริษัท มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจสื่อโทรทัศน์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ด้วยการ “สร้างความเป็นผู้นำในการเป็นสถานีข่าวอันดับ 1 ในทุกกลุ่มเป้าหมาย” ในภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลที่มีความรุนแรงอย่างมาก ฝ่ายบริหารจึงได้ปรับแผนการดำเนินการใหม่ที่จะสามารถพึ่งพาตัวเองและถึงจุดคุ้มทุนได้ด้วยยุทธศาสตร์ที่ตั้งไว้ดังนี้

- สร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์ของ Nation TV 22
- เน้นการทำข่าวแบบเจาะลึกในทุกมิติให้มากกว่าเดิมเพื่อตอกย้ำความเป็นสถานีข่าวที่น่าเชื่อถือ และได้รับการยอมรับทั้งในและต่างประเทศ
- สร้างการจดจำแบรนด์ Nation TV 22 ด้วยการสร้างการมองเห็นแบรนด์และคอนเทนต์ของเนชั่นทีวี รวมทั้งปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในทุกวัน

การพัฒนาคุณภาพรายการอย่างต่อเนื่อง

บริษัท มีนโยบายพัฒนาคุณภาพรายการ โดยสร้างรายการรูปแบบใหม่ๆ ในช่อง Nation TV 22 ด้วยการปรับเนื้อหารายการ ผังรายการ ผู้ดำเนินการใหม่ รวมถึงการบริหารจัดการข่าวอย่างเป็นระบบ ให้มีการกลั่นกรองในทุกๆ คอนเทนต์ เพื่อมั่นใจว่ามีคุณภาพและความน่าเชื่อถือสูงสุด ก่อนนำเสนอออกอากาศไปในทุกช่องทาง ซึ่งเป็นการสร้างความแข็งแกร่งด้วยเนื้อหามากกว่าการยึดติดตัวบุคคล

บริษัท ยังคงมุ่งมั่นเป็นสถานีข่าวและสาระความรู้ 24 ชั่วโมง นำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง เป็นกลาง ทันเหตุการณ์ พร้อมบทวิเคราะห์และข้อมูลเชิงลึกอย่างรอบด้านจากทีมข่าวที่มีประสบการณ์ รวมถึงเป้าหมายการเข้าถึงกลุ่มคนดูที่หลากหลายและทุกกลุ่มอายุ ด้วยกลยุทธ์ที่สำคัญดังนี้

1. เพิ่มความรวดเร็ว ด้วยข้อมูลข่าวที่ลึก รอบด้าน คงอัตลักษณ์เป็นสถานีข่าว ด้วยการเพิ่มทีมข่าวเฉพาะกิจ “เนชั่นทีมล่าข่าว” เพื่อเกาะติดและรายงานเพิ่มช่วง Breaking News เพื่อนำเสนอให้ผู้ชมไม่พลาดทุกข่าวสารสำคัญ สามารถทำให้เกาะติดสถานการณ์ที่สถานีข่าวเนชั่น 22 ตลอด 24 ชั่วโมง
2. การนำเสนอข่าวผ่านป้าย LED ทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มฐานคนดูให้มากขึ้น

3. การปรับเปลี่ยนหน้าจอด้วยการลงทุนสตูดิโอใหม่ และมีการนำเทคโนโลยีทั้งโฮโลแกรม 3D เพื่อให้นำเสนอรูปแบบข่าวให้น่าสนใจ
4. การทำกิจกรรมร่วมกับผู้ชมในโอกาสที่ช่อง Nation TV ก้าวสู่ปีที่ 21 โดยจะมีการออกแคมเปญตอบแทนผู้ชมด้วยกิจกรรมแจกรางวัล

แผนงานกิจกรรมในการสร้างรายได้ปี 2563 แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

1. กิจกรรมหลักประจำปี : เป็นกิจกรรมที่จะจัดให้เกิดขึ้นทุกปี กำหนดไว้ 1 - 2 ครั้งต่อปี เพื่อสร้างความภักดีของแฟนรายการ โดยบริษัทฯ มีฐานแฟนคลับที่เข้าร่วมกิจกรรมเป็นประจำ เช่น กิจกรรม Nation Bike งานกิจกรรมครบรอบ 20th Nation TV and Golf Charity ซึ่งได้วางแผนในการประชาสัมพันธ์ด้วยการพยายามเปลี่ยนมุมมองของ ผู้ร่วมกิจกรรม และผู้รับทราบข่าวสารทั่วไป ให้เห็นคุณค่าและความสำคัญที่ไม่ควรพลาดในการมีส่วนร่วมในทุกๆ กิจกรรมที่บริษัทฯ จัดขึ้น สำหรับรายได้มาจากผู้สนับสนุนหลักเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการขาดทุนในแต่ละกิจกรรม

2. กิจกรรมเพื่อหารายได้ : เป็นกิจกรรมที่จัดตามเทศกาล พิจารณาตามความเหมาะสมผล ด้านรายได้ และค่าใช้จ่าย โดยจะจัดกิจกรรมที่มีกำไรเท่านั้น เช่น กิจกรรม Nation Exclusive Talk , สหพัฒน์ แอดมิทชั่น ครั้งที่ 23 , งานเลือกตั้ง อบจ. คืบทองถิ่น 4 ภาค , BTS Sky Train Rally เป็นต้น

3. กิจกรรมทัวร์ : เพื่อจัดให้แฟนรายการ และแฟนคลับของช่อง Nation TV 22 ได้เข้าร่วมกิจกรรมทัวร์ โดยมีผู้ประกาศข่าวที่ได้รับความนิยมเป็นผู้นำเที่ยว เช่น ทริบท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ตามรอยพระเนตร , ทริบสิงหาพาแม่เที่ยว ปี 2 เป็นต้น

ด้านบุคลากร

ช่อง Nation TV 22 ได้พัฒนาศักยภาพบุคลากรทีมผู้ประกาศ ในการเป็นผู้สื่อข่าวและผู้ประกาศข่าวมืออาชีพ รวมทั้งการจัดโครงการสานฝันผู้ประกาศ เพื่อเสาะหาคนรุ่นใหม่เข้ามาเป็นผู้สื่อข่าวและผู้ประกาศข่าวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

กำหนดอัตราค่าโฆษณาที่เหมาะสม

บริษัทฯ มีนโยบายกำหนดอัตราค่าโฆษณาของช่องรายการ ให้มีความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย คือ คำนึงต่อลูกค้าผู้ลงโฆษณา เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว รวมถึงเป็นอัตราที่บริษัทฯ สามารถดำรงอยู่และแข่งขันในธุรกิจได้ ซึ่งการกำหนดอัตราค่าโฆษณา จะพิจารณาจากค่านิยมของรายการ ช่วงเวลาในการออกอากาศ และเทียบเคียงกับอัตราค่าโฆษณาของผู้ประกอบการอื่นในธุรกิจเดียวกัน เช่นเดียวกับการกำหนดราคาสินค้าหรือบริการของธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ขณะเดียวกันบริษัทฯ มีทีมขายโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการขายโฆษณาในรูปแบบ Branded Content หลากหลายรูปแบบ และโฆษณาที่ออกอากาศในช่วงสั้นต่อรายการ (Loose Spot)

กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

มี 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) คือ บริษัทที่ให้บริการวางแผนการโฆษณาและจัดสรรเวลาโฆษณาให้กับลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ โดยตัวแทนโฆษณาจะซื้อเวลาโฆษณาและการประชาสัมพันธ์กับบริษัทฯ ในลักษณะเป็นชุด (Package) หลากรูปแบบในหลายรายการ และหลายช่วงเวลา ส่วนใหญ่เป็นการซื้อล่วงหน้าและมีระยะเวลาตั้งแต่ 1 เดือน ถึง 1 ปี

2. กลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ ได้แก่ บริษัททั่วไปที่กำหนดแนวทางโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้เอง โดยจะติดต่อซื้อเวลาโฆษณา หรือร่วมดำเนินกิจกรรมทางการตลาดกับบริษัทฯ โดยตรง

การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

บริษัทฯ มีฝ่ายขายโฆษณาของตนเอง ซึ่งทำหน้าที่ติดต่อกับบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยตรงในรูปแบบ Branded Content และ Tie in หลากหลายรูปแบบ การผลิตวิทัศน์และนำเสนอสินค้าและองค์กร โดยใช้เทคนิคการถ่ายภาพมุมสูง ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมแก่ลูกค้าตรงจำนวนมาก และโฆษณาที่ออกอากาศในช่วงคั่นต่อรายการ (Loose Spot)

สำหรับธุรกิจเกี่ยวเนื่อง บริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าและบริการต่างๆ ด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ โดยใช้สื่อของบริษัทฯ และพันธมิตรทางธุรกิจ เป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทางสถานีและพีซีกร เพื่อช่วยเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้างขวางมากที่สุด

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์ของบริษัทฯ 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 รายการข่าวด่วน รายการสัมภาษณ์ข่าว รายการสนทนาและวิเคราะห์ข่าว เป็นต้น ซึ่งจะมีการประชุมกองบรรณาธิการทุกสัปดาห์กำหนดทิศทางข่าวร่วมกัน กำหนดชิ้นงานข่าวให้ผู้สื่อข่าวไปทำข่าว พิจารณาคัดเลือกข่าวที่มีคุณค่าน่าสนใจออกอากาศและตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาข่าว ก่อนออกอากาศทุกครั้ง

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

รายการที่ร่วมผลิตกับผู้ผลิตภายนอกและพันธมิตรสื่อ

บริษัทฯ มีการตกลงร่วมผลิตรายการกับพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นผู้ผลิตอิสระมืออาชีพ ซึ่งบริษัทฯ จะคัดเลือกบริษัทผู้ผลิตภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในวงการต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นรายการประเภทสาระความรู้และวาไรตี้ ไลฟ์สไตล์ โดยบริษัทฯ มีส่วนร่วมในการวางแผนเนื้อหาของรายการ เพื่อให้รายการมีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่สอดคล้องกับนโยบายสถานี รวมถึงเป็นผู้พิจารณาตรวจสอบคุณภาพรายการก่อนนำแพร่ภาพออกอากาศต่อไป

รายการที่ให้ผู้ผลิตภายนอกเช่าเวลาออกอากาศ

บริษัทฯ พิจารณาคัดเลือกประเภทรายการให้หลากหลาย เพื่อให้สถานีมีรายการครบทุกสัปดาห์ ทุกรูปแบบ ซึ่ง Nation TV 22 ได้จัดแผนพัฒนาคอนเทนต์และบุคลากรควบคู่ไปกับแผนการตลาด เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าในลักษณะของสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการกับทีมขายโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ในการขายโฆษณาได้หลากหลายรูปแบบ

2.2.2 ธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการนำเสนอเนื้อหาเดียวในหลากหลายรูปแบบ มาใช้ในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชมผ่านทางหน้าจอโทรทัศน์และเว็บไซต์ เป็นผู้บุกเบิกและริเริ่มการใช้ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก และแฮชแท็ก โดยกำหนดหัวข้อที่อยู่ใน

ความสนใจของผู้ชมและเชิญชวนให้ผู้ชมแสดงความคิดเห็นผ่านโซเชียลมีเดียรูปแบบต่างๆ และมุ่งเน้นด้านการสร้างรายได้จากช่องทาง New Media ซึ่งประกอบด้วย

1. Content ส่วนกลาง : พัฒนารูปแบบการนำเสนอ การปรับหน้าข่าวในสื่อสิ่งพิมพ์ให้เป็นภาพเคลื่อนไหว การพัฒนาช่องทางในการแชร์ลิงค์ข่าว การเข้ากลุ่มเฟซบุ๊ก ต่างๆ รวมถึงการหาแฟนคลับ
2. Content ภูมิภาค : การจัดประชุมผู้สื่อข่าวภูมิภาค การจัดการบริหาร Content ภูมิภาคให้เต็มประสิทธิภาพ และการบริหารเพจขึ้นทั่วไทยและคมชัดลึกทั่วไทย และการหาพันธมิตรสำหรับแชร์ข่าวภูมิภาค
3. การขยายฐานภูมิภาค : ใช้กลยุทธ์สร้างเว็บไซต์สาขาที่กระจายจากเว็บไซต์หลัก โดยฝ่ายดูแลเว็บไซต์จะสร้างเว็บเริ่มจากจังหวัดน่านรอง ได้แก่ Nation TV ศรีสะเกษ เพชรบูรณ์ และขอนแก่น การพัฒนาช่องทางการแชร์ การสร้างเพจของจังหวัด และมีการจัดหาเพจกลุ่มเป้าหมายสำหรับจังหวัด เพื่อสร้างเป็นฐานของภูมิภาค
4. การมีส่วนร่วมภาคประชาชน : เพื่อการเข้าถึงข้อมูลของภาคประชาชน โดยมีข้อกำหนดและเงื่อนไขระหว่างบริษัทและยูสเซอร์ ที่มีเงื่อนไขการเป็นสมาชิกที่ชัดเจนและครอบคลุม และจัดหาเพจกลุ่มเป้าหมายในจังหวัด เพื่อสร้างพันธมิตรประชาชน
5. ร่วมกับพันธมิตรเปิดตลาดขายตรงแบบกลุ่ม : เพื่อสร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้นจากอัตราการเข้าเวลาออกอากาศ โดยแบ่งช่วงเวลาออกอากาศให้พันธมิตร ในเงื่อนไขว่าต้องให้ใช้ผู้ประกาศข่าวและพิธีกรของช่อง Nation TV ร่วมเป็นพิธีกรในรายการของพันธมิตรด้วย เพื่อสร้างให้ผู้ชมเกิดการจดจำและมีผลต่อการเพิ่มแฟรนไชส์ข่าวมากขึ้น

สำหรับรายการที่ออกอากาศ จะนำไปเผยแพร่ในช่องทางโซเชียลมีเดียร่วมกับพาร์ทเนอร์ ผู้เผยแพร่โฆษณาที่ผ่านการรับรอง เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูบ เป็นต้น

ด้านการหารายได้จากช่องทางสื่อใหม่ (New Media) ได้เผยแพร่ข้อมูลผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น Facebook YouTube Twitter และ Line เป็นต้น นอกจากเป็นการสร้างรายได้ให้กับบริษัทแล้วยังเป็นระบบฐานข้อมูลที่สำคัญในการวิเคราะห์ความนิยมของแต่ละรายการจากการเข้าชมคลิปข่าว ทำให้ทราบลักษณะเฉพาะของกลุ่มผู้ชมในแต่ละช่วงเวลา รวมทั้งความคิดเห็น (Comment) ได้คลิปปวีดีโอ ทำให้บริษัทฯ สามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงพัฒนารายการให้ดีขึ้น

ด้านการให้บริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

บริษัทฯ นำข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของบริษัทฯ และพันธมิตรทางธุรกิจมาพัฒนาให้มีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่สามารถตอบรับวิถีการใช้ชีวิตที่ทันสมัยของคนยุคใหม่ ซึ่งนิยมรับข่าวสารผ่านสื่อรูปแบบใหม่ โดยให้บริการข้อมูลผ่าน สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ด้วยการให้บริการส่งข่าวหรือรายงานเหตุการณ์ต่างๆ ในรูปแบบข้อความสั้น ซึ่งสามารถให้บริการส่งข่าวผ่านระบบทุกเครือข่าย และทุกประเภทข่าวตามความต้องการของลูกค้า เช่น ข่าวธุรกิจ ข่าวภาษาอังกฤษ และข่าวสารทั่วไป เป็นต้น ซึ่งบริษัทฯ มีรายได้จากค่าสมาชิกรายเดือนของผู้ใช้บริการ SMS และได้รับส่วนแบ่งรายได้ค่าสมาชิก SMS ของพันธมิตรธุรกิจ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาให้บริการด้านข้อมูล ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมายทุกกลุ่ม และก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี รวมถึงกระแสความนิยมของสังคม เช่น มี Application ในการรับข้อมูลข่าวสารจากผ่านสมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต

และมีกลยุทธ์การแข่งขัน เพื่อเพิ่มความนิยมเว็บไซต์ของกลุ่มบริษัทฯ และมีรายได้จากการขายโฆษณาในเว็บไซต์ของบริษัทฯ และเว็บไซต์ของพันธมิตรทางธุรกิจ โดยพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของเว็บไซต์ ให้มีเนื้อหาข้อมูลสาระที่ถูกต้องเชื่อถือได้

การใช้โซเชียลมีเดียประชาสัมพันธ์ โดยกลุ่มบริษัทและเนชั่นกรุ๊ป มีผู้ติดตามในโซเชียลมีเดียรวมมากกว่า 7 ล้านราย

การแสวงหาความร่วมมือพันธมิตรทางธุรกิจรายใหม่ เนื่องจากบริษัทฯ เป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่แลกเปลี่ยนข่าวสารสาระความรู้ที่ครอบคลุมหลายกลุ่มลูกค้า เช่น นักธุรกิจ คนทำงาน นักเรียน นักศึกษา บริษัทฯ จึงมีการขายโฆษณา

แบบผสม เพื่อให้ลูกค้าโฆษณาสามารถเลือกเงื่อนไขพิเศษในการลงโฆษณาในเว็บไซต์ต่างๆได้ พร้อมกันในราคาส่วนลด นอกจากนี้บริษัทฯ ยังขายโฆษณาในหลากหลายสื่อของบริษัทฯ ทั้งโทรทัศน์และเว็บไซต์ โดยกำหนดส่วนลดที่ดึงดูดลูกค้าโฆษณา และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าโฆษณาได้มากขึ้น ซึ่งเป็นการกระจายการลงโฆษณาทั้งในสื่อที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าโฆษณาในระดับสูงอย่างสื่อโทรทัศน์ และสื่อที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าโฆษณาระดับปานกลางอย่างสื่อเว็บไซต์ไปพร้อมกัน

ด้านการให้บริการและจัดการประชาสัมพันธ์องค์กรผ่านเครือข่ายสังคม

บริษัทฯ ให้บริการประชาสัมพันธ์และบริหารโซเชียลมีเดียให้กับองค์กรที่สนใจและให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย พร้อมจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านโซเชียลมีเดียควบคู่ไปด้วย โดยอาศัยปัจจัยหลักที่ในชั้นกรู๊ป และ NBC เป็นสื่อที่มีบุคลากรและรายงานข่าวผ่านทางโซเชียลมีเดียจำนวนมาก ประกอบกับโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา โดยบริษัทฯ เสนอแผนการตลาดออนไลน์ และวิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียลมีเดียให้กับลูกค้าที่ต้องการเข้าถึงลูกค้าในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ยึดติดต่อสื่อสารผ่านทางออนไลน์

นอกจากนี้ NBC มีความได้เปรียบในธุรกิจนี้ ในฐานะที่เป็นพันธมิตรกับเว็บไซต์คอมมูนิตี้ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ได้แก่ บล็อกแก๊งค์ เอ็กซ์ทีเอ็น และเป็นเจ้าของบล็อกโอเคเนชั่น รวมถึงการมีผู้ติดตามและแฟนเพจในโซเชียลมีเดียมากกว่า 2 ล้านคน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในธุรกิจ New Media มาตลอด และจะไม่เคยหยุดนิ่งในการพัฒนาและศึกษาค้นคว้าเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อตอบโจทยความต้องการของผู้บริโภคและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม สร้างสรรค์ มีคุณภาพ และรองรับการเปลี่ยนผ่านของเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าในทุกๆวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.3 ธุรกิจ Home Shopping

ดำเนินงานโดยบริษัท แอปปี โปรดัคส์ แอนด์ เซอร์วิส จำกัด หรือ Happy บริษัทย่อยทางอ้อมของบริษัทฯ โดยบริษัทเอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด (NNV) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ได้เข้าร่วมทุนในสัดส่วนร้อยละ 50 เมื่อวันที่ 7 มกราคม 2563 โดยบริษัทแอปปี โปรดัคส์ฯ ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงในการขายสินค้าและบริการ ผ่านช่องทางรายการโทรทัศน์และสื่อดิจิทัลมีเดีย นำเสนอต่อผู้ชมรายการทั่วประเทศ หรือที่เรียกว่าธุรกิจ “โฮมช้อปปิ้ง” (Home Shopping) โดยชื่อว่า “Happy Shopping”

Happy shopping มีสินค้าที่คัดสรรคุณภาพและหลากหลายประเภทเพื่อตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า ทั้งสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ, สินค้าความงามและของใช้ส่วนตัว, แฟชั่นและเครื่องประดับ, สินค้าเครื่องครัว, สินค้าไอที, ทริปทัวร์ท่องเที่ยว, สินค้าอุปโภคบริโภค รวมถึงมีโครงการด้านบริการในด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการในโลกยุคปัจจุบันและอนาคต มีการพัฒนาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า

ด้านการตลาด

Happy shopping มีโอกาสในการเติบโตและขยายธุรกิจเพิ่มขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในไทยที่เปลี่ยนแปลงจากเดิมที่เดินซื้อสินค้าตามห้างร้านต่างๆ มาสั่งซื้อสินค้าผ่านทางโทรทัศน์และดิจิทัลมีเดียมากขึ้น แม้ภายใต้ภาวะการแข่งขันในธุรกิจโฮมช้อปปิ้งที่มีการแข่งขันสูงจากผู้ขายหลายรายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

อย่างไรก็ตามเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า พร้อมสร้างความประทับใจหรือสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับลูกค้า เพื่อให้ตอบโจทยความต้องการของลูกค้าและการกลับมาซื้อซ้ำมากขึ้น ได้มีการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขันในธุรกิจ เพื่อสร้างรายได้และขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มขึ้นด้วยยุทธศาสตร์ที่สำคัญดังนี้

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย : มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุหรือกลุ่มลูกค้า Baby Boomer (อายุ 55 ปีขึ้นไป) และกลุ่มลูกค้าคนวัยทำงาน (Gen-X) เป็นหลัก

การขยายประเภทสินค้า : นอกจากสินค้าที่เป็น House Brand ของ Happy Shopping ที่มีมากกว่า 200 รายการแล้ว ยังนำสินค้าจากพันธมิตรมาจำหน่ายอีกหลายแบรนด์ รวมถึงกลุ่มสินค้าภูมิปัญญาไทยและโอท็อป เพื่อให้มีความหลากหลายขึ้น

ช่องทางจำหน่าย : มีช่องทางการจำหน่ายทั้งออฟไลน์(Offline) และออนไลน์(Online) โดยดำเนินการภายใต้รูปแบบ Omni Channel ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงสื่อสารในแต่ละช่องทางให้สอดคล้องในทิศทางเดียวกัน

การบริหารจัดการสินค้า : มีการวางแผนบริหารจัดการสินค้าอย่างเป็นระบบ ตลอดจนการปรับแผนบริหารจัดการเพื่อให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า อีกทั้งยังมุ่งเน้นการบริหารจัดการด้านต้นทุน(Cost Management) โดยเฉพาะการขนส่ง เพื่อให้สามารถควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายได้

นอกจากนี้ยังมีการเร่งพัฒนาระบบ E-Commerce เพื่อสร้างแพลตฟอร์มในรูปแบบดอทคอม(.com) และ Mobile application รวมถึงการพัฒนาบุคลากรโดยสร้างทีมงานให้มีความแข็งแกร่ง เพื่อผลักดันสินค้าเข้าสู่แบรนด์ "Happy life+" ให้เป็นที่รู้จักทั่วไป



3. ปัจจัยความเสี่ยง ปี 2563

การเปลี่ยนผ่านธุรกิจทีวีดิจิทัลในประเทศไทยที่เริ่มต้นมาตั้งแต่ปี 2556 มากกว่า 8 ปี จุดหันเหสำคัญของธุรกิจทีวีดิจิทัล ซึ่งเริ่มด้วยจำนวนช่องมากถึง 24 ช่อง แต่ด้วยสถานการณ์ทางธุรกิจทำให้ผลประกอบการทีวีดิจิทัลไม่เป็นไปตามคาดหวัง ปัจจุบันมีทีวีดิจิทัลเหลือเปิดดำเนินการเพียง 15 ช่องเท่านั้น หรือมีผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลตัดสินใจคืนช่องตามคำสั่งของคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ หรือคสช. ฉบับที่ 4/2562/2562 ที่เปิดทางให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลสามารถเรียกคืนช่องได้ พร้อมทั้งได้รับเงินชดเชย จึงเกิดการคืนช่อง หรือคืนใบอนุญาตให้กับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) รวมทั้งหมด 7 ช่อง 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 ยังมีอีก 2 ช่อง คือ Thai TV และ LOCA ที่ได้ยุติการออกอากาศไปก่อนหน้าการออกประกาศให้คืนช่องทีวีดิจิทัลของคสช.

สำหรับผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลที่ยังดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบันจำนวน 15 ช่อง ได้แก่ ช่องข่าว 3 ช่อง คือ TNN , NEW 18 และ Nation TV 22 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

ธุรกิจทีวีดิจิทัลในปี 2563 ยังต้องเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงสำคัญ คือการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่สร้างความเสียหายไปทุกภาคส่วนไปทั่วโลก ไม่เว้นแม้แต่ประเทศไทย และธุรกิจทีวีดิจิทัลก็ได้รับผลกระทบด้วยเช่นกัน จากเม็ดเงินโฆษณาที่ลดลงเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้ประกอบการสินค้าต่างลดการใช้งบประมาณโฆษณาเพื่อระดมทุนให้ยู่รอดท่ามกลางสถานการณ์โควิดที่ยังระบาดอยู่ในปัจจุบัน

จากข้อมูลของนิลเสน หรือบริษัทที่ให้ข้อมูลการประเมินผลชั้นนำของโลก และให้บริการการวิจัยการตลาด โดยได้ประมาณการมูลค่าตลาดโฆษณาของทุกช่องทีวีดิจิทัลปี 2563 อยู่ที่ 61,662 ล้านบาท ลดลง 9.32% เมื่อเทียบกับปี 2562 ที่มีมูลค่ารวม 68,030 ล้านบาท จะเห็นได้ว่ามูลค่าโฆษณาในทีวีดิจิทัลไม่ได้เติบโตเหมือนในอดีต และยังได้รับผลกระทบโควิด-19 รวมทั้งผลกระทบจากการแข่งขันของธุรกิจให้บริการคอนเทนต์ที่มีความหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ตามกระแสเทคโนโลยีดิจิทัลขั้น เมื่อประเทศไทยกำลังก้าวสู่เทคโนโลยี 5 G จากการเปิดให้มีการประมูลคลื่นไปแล้ว ทำให้เม็ดเงินโฆษณาของทีวีดิจิทัลยังถูกกลืนไปกับกระแสเทคโนโลยี 5 G ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญ

โควิด-19 จุดเม็ดเงินโฆษณาลดลงไม่เว้นแม้ออนไลน์

เม็ดเงินโฆษณาที่มีการคาดการณ์จากข้อมูลของนิลเสน พบว่า โควิด-19 ส่งผลกระท่อภาพรวมเม็ดเงินโฆษณาอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน และสร้างความเสียหายให้กับเศรษฐกิจเป็นวงกว้าง ทำให้มูลค่าเม็ดเงินโฆษณารวมทั้งปี 2563 มีมูลค่าประมาณ 106,255 ล้านบาท ลดลง 14% แบ่งเป็น

- สื่อทีวีมีเม็ดเงินโฆษณา 63,177 ล้านบาท หดตัว 10%
- อินเทอร์เน็ต 19,610 ล้านบาท เติบโต 0%
- สื่อออนไลน์และสื่อเคลื่อนที่ 11,041 ล้านบาท หดตัว 18%
- หนังสือพิมพ์ 3,833 ล้านบาท หดตัว 32%
- วิทยุ 3,602 ล้านบาท หดตัว 24%
- สื่อในโรงภาพยนตร์ 4,317 ล้านบาท หดตัว 51%
- นิตยสาร 674 ล้านบาท หดตัว 35%

นอกจากนี้ เนลสัน ยังได้ทำการสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายและบริโภคสื่อของคนไทยภายใต้ชื่อ 'WHAT'S NEXT IN THE NEW NORMAL' หรือ ภูมิทัศน์สื่อในประเทศไทย และสิ่งที่เกิดขึ้นในยุคความปกติใหม่ ที่แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงกับอุตสาหกรรมสื่อตั้งแต่ช่วงก่อน ระหว่าง ไปจนถึงหลังช่วงที่โควิด -19 ระบาดสูงสุดในไทย

การสำรวจของ เนลสัน พบว่าช่วงเกิดการระบาด คนไทยมีความต้องการติดตามข่าวสารข้อมูล ทำให้การบริโภคสื่อหลักอย่างสื่อทีวี สื่อดิจิทัล และสื่อวิทยุ มีการเติบโตสูงขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงก่อนเกิดการระบาดหนัก และแม้สถานการณ์เริ่มเข้าสู่ New normal สื่อทีวีมีอัตราผู้ชมโดยเฉลี่ยกลับไปเทียบกับช่วงก่อนโควิด แต่สื่อวิทยุยังคงระดับผู้ชมที่เพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับสื่อดิจิทัลที่คนยังใช้ระยะเวลาในการเสพเพิ่มขึ้น แยกเป็น

สื่อทีวี ช่วงที่เกิดการระบาดหนักของโควิด-19 ผู้ชมทีวีในทุกกลุ่มอายุใช้เวลาในการดูทีวีนานขึ้น ที่น่าสนใจคือผู้ชมในกลุ่มอายุ 4-14 ปี มีการเข้ามาดูทีวีเพิ่มขึ้น และใช้ระยะเวลาในการดูทีวีเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 40 นาทีต่อวัน อยู่ที่ 3 ชั่วโมง 57 นาที เทียบกับเมื่อช่วงก่อนการระบาด ส่วนเนื้อหาหรือคอนเทนต์ในการรับชมทีวีที่คนนิยม ได้แก่ ข่าว ละคร เอนเตอร์เทนเมนต์ และซีรีส์ต่างประเทศ เมื่อเข้าสู่ยุคความปกติใหม่ผู้ชมในกลุ่มอายุนี้อย่างคงใช้ระยะเวลาในการดูทีวีมากกว่าช่วงก่อนการระบาดอยู่ 10 นาที ที่ 3 ชั่วโมง 26 นาที ขณะที่ผู้ชมกลุ่มอื่น ๆ ใช้เวลารับชมทีวีกลับสู่ระดับปกติ โดยข่าว เป็นเนื้อหาประเภทเดียวที่ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากในหลายเดือนที่ผ่านมาไทยมีข่าวใหญ่หลายข่าว รวมถึงคนให้ความสนใจและติดตามข่าวสารอย่างใกล้ชิด แต่ประเภทข่าวที่คนนิยมเพิ่มขึ้น จะเป็นข่าวดราม่า

ด้านสื่อดิจิทัล ในช่วงที่เกิดการระบาด คนไทยใช้เวลาบนสื่อดิจิทัลเพิ่มสูงขึ้นในทุกกลุ่มอายุ โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 13-34 ปี ซึ่งใช้เวลาเฉลี่ยอยู่ที่ 2 ชั่วโมง 16 นาทีต่อวัน และยังคงใช้เวลาบนสื่อดิจิทัลมากขึ้นกว่าช่วงก่อนเกิดการระบาด แม้ว่าสถานการณ์ในช่วงเดือนมิถุนายนจะดีขึ้นแล้วก็ตาม

ส่วนสื่อวิทยุ นั้น มีคนฟังมากขึ้นในช่วงการระบาด โดยประเภทที่มีผู้ฟังเพิ่มขึ้นตั้งแต่เมษายน 2563 จนถึงปัจจุบัน ได้แก่ คือ เพลงลูกทุ่ง-เพลงไทย ข่าว-กีฬา และเพลงสากล สิ่งที่น่าสนใจคือ พฤติกรรมของคนฟังวิทยุเพื่อเป็นเพื่อน และผ่านอุปกรณ์อย่างโทรศัพท์มือถือ รวมไปถึงแท็บเล็ต และช่วงเวลาที่ฟังวิทยุมากขึ้นเป็นช่วงเวลา 8.00 – 14.00 น. ทั้งวันธรรมดาและเสาร์อาทิตย์

ขณะที่การเปลี่ยนแปลงทางด้านเม็ดเงินโฆษณาเมื่อก้าวเข้าสู่ยุค New Normal จากผลกระทบของโควิด-19 พบว่าตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 ที่มีการใช้เงินโฆษณา 9,861 ล้านบาท ลดลง 8% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เดือนเมษายน 2563 มีการใช้เม็ดเงินโฆษณา 7,233 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน 28% เดือนพฤษภาคม 2563 มีการใช้เม็ดเงินโฆษณา 6,940 ล้านบาท ลดลง 32% เดือนมิถุนายน 2563 มีการใช้เม็ดเงินโฆษณา 7,597 ล้านบาท

ลดลง 27% เดือนกรกฎาคม 2563 มีการใช้เม็ดเงินโฆษณา 8,658 ล้านบาท ลดลง 20% เดือนสิงหาคม 2563 มีการใช้เม็ดเงินโฆษณา 9,085 ล้านบาท ลดลง 13%

ศาลปกครองสูงสุดเคาะยุติยกเลิกประกาศเรียงช่อง

ถือเป็นข่าวดีของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลทั้ง 15 ช่อง ที่ศาลปกครองสูงสุดได้มีคำพิพากษาลบคำพิพากษาของศาลปกครองกลางเป็นยกฟ้องคดีหมายเลขดำที่ อร. 45/562 หมายเลขแดงที่ อร. 66/2563 ที่บริษัท ทู วิชั่นส์ กรุ๊ป จำกัด ฟ้องคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กับพวก ขอให้เพิกถอนประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดลำดับบริการโทรทัศน์ ลงวันที่ 23 กันยายน 2558 ซึ่งศาลปกครองกลางได้มีคำพิพากษาเพิกถอนประกาศดังกล่าว

ทั้งนี้ ศาลปกครองสูงสุดวินิจฉัยว่าการออกประกาศจัดลำดับช่องที่กำหนดให้นำช่องรายการโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (Free TV) มากำหนดเป็นช่องต้นๆ แล้วนำรายการโทรทัศน์ที่ไม่ใช่คลื่นความถี่มาจัดเรียงถัดจากช่องรายการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป เป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมาย เป็นการดำเนินการเพื่อให้ประชาชนสามารถรับชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป (Free TV) ได้จากหมายเลขช่องเดียวกันทั้งหมดไม่ว่าประชาชนจะใช้บริการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่ต้องใช้เสาอากาศ ระบบจานดาวเทียม หรือเคเบิลทีวี อันเป็นการแก้ปัญหาความสับสนในการหาช่องรายการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป (Free TV) ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงไปตามที่ผู้รับใบอนุญาตกำหนด โดยไม่ได้ทำให้จำนวนช่องรายการของผู้ฟ้องคดีลดลง หรือเป็นการสร้างภาระเกินสมควรแต่อย่างใด ประกาศดังกล่าวจึงไม่ขัดต่อรัฐธรรมนูญหรือกระทบต่อสิทธิในทรัพย์สินของผู้ฟ้องคดีโดยตรง

ผลการตัดสินของศาลปกครองสูงสุดเท่ากับเป็นการยุติปัญหาการเรียงช่องระหว่างผู้ประกอบการเคเบิลทีวี และทีวีดิจิทัล ที่จะต้องกำหนดให้ใช้เลขช่องเดียวกันตามประกาศของ กสทช. ซึ่งจะให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลวางแผนในการส่งเสริมให้ผู้ชมหันมาดูทีวีดิจิทัลตามหมายเลขช่องที่ได้รับจากกสทช. และเพื่อสร้างการรับรู้และจดจำของผู้ชมต่อไป

ธุรกิจทีวีดิจิทัลปรับตัวเข้าสู่ยุค New Normal

จากภาพรวมของสถานการณ์ทีวีดิจิทัล ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อเข้าสู่ยุค New Normal และผลกระทบจากกระแสเทคโนโลยีดิจิทัลที่ขึ้น ทั้งทั้งการแข่งขันกับสื่อต่างๆ เพื่อแย่งชิงเม็ดเงินโฆษณาที่หดหายไปจากภาวะเศรษฐกิจไทย ซึ่งได้รับผลกระทบโควิด-19 โดยหนึ่งในสถานีข่าวทีวีดิจิทัลยอดนิยม "Nation TV" ช่อง 22 ได้เตรียมความพร้อมต่อการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทั้งการนำเสนอเนื้อหาที่ยังคงคุณภาพในด้านรายการข่าวอย่างเข้มข้น เจาะลึก และเที่ยงตรง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมแล้ว ยังได้เชื่อมโยงธุรกิจเข้ากับสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงเนื้อหาสาระจากทีมงานคุณภาพของช่องข่าวยอดนิยม Nation TV ได้ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นการรับชมสด หรือรับชมย้อนหลังผ่าน Nation TV ช่อง 22 และบนแพลตฟอร์มออนไลน์ทั้ง Facebook ที่มียอดกดไลค์ (Like) หน้าเพจ Facebook แล้ว 2,883,090 คน รวมทั้งยังสามารถรับชมรายการสด (LIVE) บนทีวีออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน 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 2563 กลุ่มบริษัท มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจทั้งสิ้น 140.31 ล้านบาท โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เช่า	เป็นเจ้าของ	68.07	ไม่มี
อุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน	เป็นเจ้าของ	60.87	ไม่มี
เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	2.66	ไม่มี
ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	8.70	ไม่มี

4.2 สัญญาเช่าทรัพย์สินระยะยาว

กลุ่มบริษัท ได้ทำสัญญาเช่าและบริการเพื่อเช่าสำนักงานรวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อประกอบธุรกิจ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีรายละเอียดของสัญญาดังนี้

รายละเอียด	ระยะเวลาสัญญา			ภาระผูกพัน	ระยะเวลาคงเหลือ
	เริ่มต้น	สิ้นสุด	รวมเวลา		
อาคาร 11 ชั้น เลขที่ 1854 ถนนเทพรัตน กรุงเทพฯ รวมเนื้อที่ประมาณ 4,807.30 ตารางเมตร	1 ธันวาคม 2563	30 พฤศจิกายน 2566	3 ปี	ไม่มี	สามารถต่อสัญญาเช่าได้เมื่อครบสัญญา
อาคารเช่าแบ่งวัน 1 ชั้น 27 โซนเอ,ซี เลขที่ 333 ซอยเฉยพ่วง ถนนวิภาวดีรังสิต กรุงเทพฯ รวมเนื้อที่ประมาณ 703 ตารางเมตร	16 เมษายน 2563	15 เมษายน 2566	3 ปี	ไม่มี	สามารถต่อสัญญาเช่าได้เมื่อครบสัญญา

4.3 ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการโทรทัศน์

คือ ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ในหมวดหมู่ข่าวสารและสาระแบบความคมชัดปกติ

บริษัท ย่อยทางอ้อมแห่งหนึ่ง ได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการโทรทัศน์ เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ในหมวดหมู่ข่าวสารและสาระแบบความคมชัดปกติ จาก กสทช. โดยมีระยะเวลา 15 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 25 เมษายน 2557 ถึงวันที่ 24 เมษายน 2572 จากการเป็นผู้ชนะการประมูล ในราคาประมูลรวม 1,338 ล้านบาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)

ต่อมาเมื่อวันที่ 11 เมษายน 2562 คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (“คสช.”) ออกคำสั่งที่ 4/2562 เรื่อง มาตรการแก้ไขปัญหาการประกอบกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม บริษัท ย่อยทางอ้อมได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สองงวดสุดท้าย (งวดที่ห้าและงวดที่หก) ตามประกาศสำนักงาน กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการจ่ายค่าชดเชยอันเนื่องมาจากการคืนใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล จำนวน 447 ล้านบาท

4.4 นโยบายในการบริหารลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น

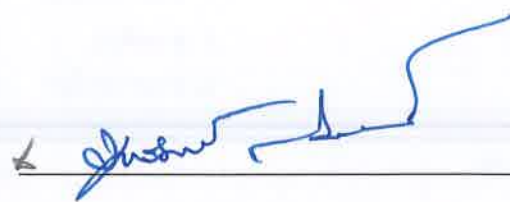
ในการให้บริการและการขายสินค้า โดยปกติกลุ่มบริษัทฯ มีการให้สินเชื่อมีระยะเวลาดังแต่ 7 วันถึง 90 วัน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นสุทธิจำนวน 90.79 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วยลูกหนี้การค้าสุทธิจำนวน 64.75 ล้านบาท โดยเป็นลูกหนี้การค้ากิจการที่เกี่ยวข้องกันสุทธิจำนวน 10.94 ล้านบาท (สุทธิจากค่าเผื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่าจำนวน 33.77 ล้านบาท) และลูกหนี้การค้ากิจการอื่นสุทธิจำนวน 53.81 ล้านบาท (สุทธิจากค่าเผื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่าจำนวน 0.04 ล้านบาท) และเป็นลูกหนี้อื่นสุทธิจำนวน 26.04 ล้านบาท โดยเป็นลูกหนี้อื่นกิจการที่เกี่ยวข้องกันสุทธิจำนวน 6.35 ล้านบาท (สุทธิจากค่าเผื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่าจำนวน 27.53 ล้านบาท) และลูกหนี้อื่นกิจการอื่นสุทธิจำนวน 19.69 ล้านบาท (สุทธิจากค่าเผื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่าจำนวน 8.16 ล้านบาท) ซึ่งในการพิจารณาผลขาดทุนจากการด้อยค่าจะประเมินโดยการวิเคราะห์ประวัติการชำระหนี้ และการคาดการณ์เกี่ยวกับการชำระหนี้ในอนาคตของลูกหนี้ และลูกหนี้จะถูกตัดจำหน่ายเป็นหนี้สูญเมื่อเกิดขึ้น

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 2563 รวมทั้งไม่มีคดีที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ และไม่มีคดีความในธุรกิจอื่นที่ไม่ได้เป็นธุรกิจโดยปกติของบริษัท และบริษัทย่อย



6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1. ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	: บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ("บริษัท")
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 1854 ถ.เทพรัตน แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: ประกอบธุรกิจจัดหาและผลิตข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่างๆ (Content Provider) เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อรูปแบบใหม่ (New Media)
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107552000103
โทรศัพท์	: (66) 2338-3333 ต่อ 3291
Home Page	: www.nbc.co.th
ทุนจดทะเบียน	: 1,124,417,300.00 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 1,124,417,300 หุ้น หุ้นละ 1.00 บาท
ทุนชำระแล้ว	: ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ทุนชำระแล้วของบริษัทเท่ากับ 1,124,417,300.00 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 1,124,417,300 หุ้น หุ้นละ 1.00 บาท

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563)

ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วน การถือหุ้น (%)	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ทุนชำระแล้ว (บาท)
บริษัทย่อย				
บจก. เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น (NNV) 1854 ชั้น 5 ถนนเทพรัตน แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260	ผลิตรายการโทรทัศน์ และให้บริการโฆษณา ผ่านสื่อโทรทัศน์ (ดิจิทัลทีวี)	99.99	800,000,000	800,000,000
บริษัทย่อยทางอ้อม				
บจก.แอปบี โปรดักส์ แอนด์ เซอร์วิส (HPS) เลขที่ 333 ชั้น 27 อาคารเล้าเป้ง จวน 1 โซนเอ ซอยเฉยพวง ถนน วิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	จำหน่ายสินค้า และ ให้บริการผ่านสื่อดิจิทัล ทีวี และออนไลน์	50.00 (ถือหุ้นโดย NNV)	10,000,000	10,000,000

6.2. บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ที่ตั้ง: 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์: (66) 2009-9999

โทรสาร: (66) 2009-9991

ผู้สอบบัญชี: บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด

- | | |
|-----------------------------|---|
| 1. นางสาวพรทิพย์ ริมดูลิต | ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 5565 หรือ |
| 2. นางศศิธร พงศ์อดิศักดิ์ | ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 8802 หรือ |
| 3. นางสาวมาริษา ธาราบรรพกุล | ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 5752 |

แบบรายงานแสดงข้อมูลประจำปี 2563

ที่ตั้ง : 1 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 50-51 ถ.สาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์ : (66) 2677-2000

โทรสาร : (66) 2677-2222

ที่ปรึกษากฎหมาย : บริษัท อันตัน แอนดรูส์ เคิร์ท (ไทยแลนด์) จำกัด

ที่ตั้ง : เลขที่ 1 ชั้น 34 อาคารคิวเฮาส์ ลุมพินี ถนนสาทรใต้
แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์ : (66) 2645-8800

[Handwritten signature]