

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ และ พันธกิจ

คณะกรรมการบริษัท ได้กำหนดวิสัยทัศน์ และ พันธกิจ เพื่อเป็นเป้าหมายระยะยาวของบริษัทฯ ดังนี้

วิสัยทัศน์

ในปี 2015 เราจะเป็นผู้นำในธุรกิจ Multichannel Direct Marketing ในภูมิภาคอินโดไชนา

พันธกิจ

1. เป็นบริษัทการตลาดแบบตรงที่พัฒนาผลการตลาด ครบวงจรมีสินค้าโดนใจ บริการที่ดี วัตถุประสงค์ มีช่องทาง การจัดจำหน่ายที่หลากหลาย โดยบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ
2. เป็นผู้นำการตลาดแบบตรงในไทย อินโดจีน ที่มั่นคง และสร้างมาตรฐานที่เป็นสากลสู่วงการ
3. ส่งเสริมพนักงานให้ทำงานเป็นทีมด้วยความสุขสนุกสนาน สร้างมาตรฐานการทำงาน เน้นประสิทธิภาพพร้อม และ พัฒนาองค์ความรู้อย่างมีระบบ
4. เป็นองค์กรที่มีเอกลักษณ์ในการนำเสนอข้อมูลด้วย ความบันเทิง มีความทันสมัย ไม่หยุดนิ่ง
5. ให้ความสำคัญกับลูกค้า สร้างความไว้วางใจและพึงพอใจ ให้ลูกค้า ร่วมดูแลชุมชนและสังคมไทย

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) ("บริษัท") จัดทะเบียนจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 21 เมษายน 2542 ด้วยทุนจดทะเบียน เริ่มแรกจำนวน 1.2 ล้านบาท ผู้เริ่มก่อตั้งบริษัทรายสำคัญประกอบด้วย นายทรงพล ชัยมาตรกิจ น.ส. ละออศรี มัทธุนนท์ น.ส. ณัฐจิรา ไตรรัตนวุฒิ น.ส. ประทุม จิวหนองโพธิ์ และ น.ส. พิมลมาศ จินดาลัทธ โดยมีนายทรงพล ชัยมาตรกิจ ซึ่งมีประสบการณ์ ในธุรกิจการตลาดแบบตรงเป็นกรรมการผู้จัดการ บริษัทได้มีการเพิ่มทุนอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันบริษัทมีทุนจดทะเบียน 341 ล้านบาท และทุนเรียกชำระแล้ว 324 ล้านบาท

ช่วงเริ่มต้นบริษัทประกอบธุรกิจการตลาดแบบตรงโดยการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อ ผู้บริโภคผ่านโทรทัศน์ (Direct Response Television: DRTV) ในระบบโทรทัศน์ภาคปกติ (Free TV) ซึ่งผู้บริโภคสามารถสั่งซื้อ สินค้าหรือบริการผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรเข้า (Inbound Call Center) ต่อมาบริษัทได้ขยายการประกอบธุรกิจไปสู่การ จำหน่ายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (Multichannel Marketing) โดยการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอ ขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคผ่านโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โทรศัพท์ประเภทบอกรับสมาชิกเคเบิลทีวี สื่อสิ่งพิมพ์ประเภท ไดเรคเมลล์ เมลล์ออเดอร์ ระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center) ระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (E-Commerce) และการให้บริการศูนย์บริการทางโทรศัพท์และลูกค้าสัมพันธ์ทางโทรศัพท์ (Call Center) นอกจากนี้ บริษัทได้มีการจำหน่ายสินค้า แบบขายปลีกผ่านร้านค้า TV Direct Showcase รวมทั้งจำหน่ายสินค้าแบบขายส่งแก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึง ให้บริการรับจ้างผลิตสื่อโฆษณาและจัดหาเวลาโฆษณาให้แก่ลูกค้าซึ่งเป็นบริการเสริมให้แก่ลูกค้าของบริษัทรวมทั้งบริษัทได้ประกอบ ธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต ต่อมาในช่วงครึ่งหลังของปี 2554 บริษัทได้เริ่มประกอบธุรกิจเสนอขายสินค้าในลักษณะขายตรง (Direct Sale) แบบชั้นเดียว

ในช่วงต้นปี 2554 บริษัทขยายการประกอบธุรกิจการตลาดแบบตรงไปในประเทศในกลุ่มอินโดไชนา โดยบริษัท เข้าถือหุ้นในบริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชนา จำกัด ซึ่งปัจจุบัน บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.99 บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชนา จำกัด จัดตั้งขึ้นในประเทศไทย เพื่อประกอบธุรกิจลงทุนในบริษัทอื่น (Holding Company) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชนา จำกัด มีเงินลงทุนในบริษัทย่อยจำนวน 4 บริษัท ประกอบด้วย (1) Direct Response Television Co., Ltd. ซึ่งตั้งอยู่ในประเทศกัมพูชา ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 (2) TV Direct Lao Co., Ltd. ซึ่งตั้งอยู่ในประเทศลาว ถือหุ้นใน สัดส่วนร้อยละ 97.72 (3) TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. ซึ่งตั้งอยู่ในประเทศมาเลเซีย ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 95.30 และ (4) TVDI Vietnam Co., Ltd. ซึ่งตั้งอยู่ในประเทศเวียดนาม ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 บริษัทย่อยทั้งสี่แห่งดังกล่าวประกอบ ธุรกิจการตลาดแบบตรง

ปี 2555 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้อนุมัติให้ บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) เริ่มซื้อขายหุ้นสามัญ จำนวน 376,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ได้ตั้งแต่วันที่ 23 สิงหาคม 2555 เป็นต้นไป ชื่อย่อหลักทรัพย์ ได้แก่ “TVD” อยู่ในหมวดธุรกิจ “ธุรกิจขนาดกลาง” โดยหุ้นสามัญจำนวน 376,000,000 หุ้น แบ่งเป็น

- หุ้นสามัญเดิมก่อนการเสนอขายหุ้นใหม่แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก จำนวน 318,080,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท
- หุ้นสามัญเพิ่มทุนเพื่อการเสนอขายหุ้นใหม่แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก จำนวน 57,920,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท โดยแบ่งเป็น

- (1) เสนอขายต่อประชาชนจำนวน 54,920,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 2.10 บาท
- (2) เสนอขายต่อกรรมการและพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อยจำนวน 3,300,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 1.68 บาท โดยมีระยะเวลาห้ามขาย เป็นเวลาหนึ่งปี นับจากวันที่เริ่มซื้อขายวันแรก

ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2555 หุ้นของบริษัทฯ ได้เข้าทำการซื้อขายหลักทรัพย์วันแรก ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และ ได้รับการต้อนรับอย่างอบอุ่นจากนักลงทุน จากการที่หุ้น TVD ปิดการซื้อขายในวันแรกเหนือกว่าราคาจอง ถึง 114.28%

บริษัทมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่สำคัญ ดังนี้

เดือนพฤษภาคม 2546 บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้วจากเดิม 40 ล้านบาท เป็น 50 ล้านบาท ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ประกอบด้วยกลุ่มชัยมาตริก ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 45.70 และ น.ส. อิศรา วิทยานุกรณ์ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 30

เดือนกันยายน 2550 บริษัทมีทุนชำระแล้ว 119.04 ล้านบาท ผู้ถือหุ้นที่สำคัญประกอบด้วย

- (1) น.ส. อิศรา วิทยานุกรณ์ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 22.98
- (2) กลุ่มชัยมาตริก ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 14.60
- (3) กลุ่มเวชสุภาพร ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 10.08
- (4) บริษัท ดราก้อน หลุยส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 8.79
- (5) บริษัท ยูส อีเลคโทรนิคส์ (ไต้หวัน) จำกัด และบริษัท ยูสอีเลคโทรนิคส์ (ประเทศไทย) จำกัด ถือหุ้นรวมกันในสัดส่วนร้อยละ 8.39
- (6) กลุ่มเดชปัญญานันท์ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 8.17
- (7) กลุ่มมัทธูรนนท์ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 5.83

ในระหว่างปี 2551 - เม.ย. 2554 บริษัทมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่สำคัญ โดยแสดงถึงร้อยละของสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัท ดังนี้

ผู้ถือหุ้น	9 มิ.ย. 2551	21 เม.ย. 2552	20 พ.ค. 2552	4 พ.ย. 2552	18 ส.ค. 2553	10 พ.ย. 2553	1 ธ.ค. 2553	19 เม.ย. 2554
	(ก)	(ข)	(ค)	(ง)	(จ)	(ฉ)	(ช)	(ซ)
	ทุนชำระ แล้ว 167.50 ล้านบาท	ทุนชำระ แล้ว 119.04 ล้านบาท	ทุนชำระ แล้ว 159.04 ล้านบาท	ทุนชำระ แล้ว 159.04 ล้านบาท	ทุนชำระ แล้ว 159.04 ล้านบาท	ทุนชำระ แล้ว 159.04 ล้านบาท	ทุนชำระ แล้ว 159.04 ล้านบาท	ทุนชำระ แล้ว 159.04 ล้านบาท
(1) น.ส. อิศรา วิทยฐานกรณ์	22.98%	22.98%	17.20%	17.20%	17.20%	17.20%	17.20%	17.20%
(2) กลุ่มชัยมาตริกิจ								
นายทรงพล ชัยมาตริกิจ	11.80%	20.92%	15.74%	15.77%	8.36%	8.86%	8.86%	8.17%
น.ส. ละอองศรี มัทธุนนท์ (ภรรยา นายทรงพล ชัยมาตริกิจ)	2.01%	2.01%	14.33%	1.75%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%
นายพงษ์ชัย ชัยมาตริกิจ	0.78%	0.78%	0.59%	0.59%	0.59%	0.59%	0.59%	0.59%
รวมกลุ่มชัยมาตริกิจ	14.60%	23.71%	30.66%	18.11%	8.97%	9.47%	9.47%	8.78%
(3) กลุ่มมัทธุนนท์								
นายไพบูลย์ มัทธุนนท์	-	-	-	12.58%	21.72%	21.72%	21.72%	21.72%
นายธนบูล มัทธุนนท์	0.15%	0.15%	0.12%	0.12%	0.12%	0.12%	0.12%	0.12%
น.ส. วารุณี บุษราคัมวงษ์ (ภรรยา นายธนบูล มัทธุนนท์)	5.67%	5.67%	4.25%	4.25%	4.25%	4.25%	4.25%	-
รวมกลุ่มมัทธุนนท์	5.83%	5.83%	4.36%	16.94%	26.09%	26.09%	26.09%	21.84%
(4) บจ. ดราโก้ หลุยส์ อินเตอร์เนชั่นแนล	8.79%	8.79%	13.91%	13.91%	15.40%	14.41%	-	-
(5) กลุ่มยูส อีเลคโทรนิคส์								
บจ. ยูส อีเลคโทรนิคส์ (ไต้หวัน)	7.99%	7.99%	9.50%	9.50%	9.50%	9.50%	9.50%	9.50%
บจ. ยูส อีเลคโทรนิคส์ (ประเทศ ไทย)	0.40%	0.40%	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%
รวมกลุ่มยูส อีเลคโทรนิคส์	8.39%	8.39%	9.80%	9.80%	9.80%	9.80%	9.80%	9.80%
(6) กลุ่มเวชสุภาพร								
นายนคร เวชสุภาพร	0.52%	0.52%	0.62%	0.62%	0.62%	0.62%	0.62%	0.62%
นายปฐม เวชสุภาพร	1.13%	1.13%	0.85%	0.85%	0.85%	0.85%	0.85%	0.85%
น.ส. มาดาพร เวชสุภาพร	6.87%	6.87%	5.28%	5.28%	5.28%	5.28%	5.28%	5.28%
นายศรัณย์ เวชสุภาพร	1.33%	1.33%	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	1.19%
นายสฤณี เวชสุภาพร	0.23%	0.23%	0.18%	0.18%	0.18%	0.18%	0.18%	-
รวมกลุ่มเวชสุภาพร	10.08%	10.08%	7.93%	7.93%	7.93%	7.93%	7.93%	7.94%
(7) กลุ่มเดชปัญญาพันธ์								
นายสมบุญเดชเดชปัญญาพันธ์	6.53%	6.53%	4.89%	4.89%	4.89%	4.89%	4.89%	4.89%
น.ส. สมพร เดชปัญญาพันธ์	1.63%	1.63%	1.22%	1.22%	-	-	-	-
น.ส. สุภากร เดชปัญญาพันธ์	-	-	-	-	1.22%	1.22%	1.22%	1.22%
รวมกลุ่มเดชปัญญาพันธ์	8.17%	8.17%	6.11%	6.11%	6.11%	6.11%	6.11%	6.11%
(8) นายไพล เฉียนแก้ว	-	-	-	-	-	-	14.41%	14.41%

หมายเหตุ:

- (ก) ทุนชำระแล้วจำนวน 167.50 ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 119.04 ล้านบาท (จำนวน 23,808,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท) และหุ้นบริมสิทธิจำนวน 48.46 ล้านบาท (จำนวน 9,692,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท) โดยเป็นหุ้นบริมสิทธิชนิดสะสมเงินปันผล อัตราเงินปันผลร้อยละ 5.5 ต่อปี และไม่มีสิทธิออกเสียง
- (ข) ทุนชำระแล้วลดลงเหลือจำนวน 119.04 ล้านบาท (ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 23,808,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท) เนื่องจากบริษัทได้ลดทุนจากจำนวนเงิน 167.50 ล้านบาท เป็น 119.04 ล้านบาท โดยการลดหุ้นบริมสิทธิ จำนวน 48.46 ล้านบาท (จำนวน 9,692,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท) ซึ่งเป็นไปตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2552

- (ค) ทุนชำระแล้วเพิ่มขึ้นเป็น 159.04 ล้านบาท (ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 31,808,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท) เนื่องจากบริษัทได้เพิ่มทุนจากจำนวน 119.04 ล้านบาท เป็น 159.04 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 8,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมในราคาเท่ากับมูลค่าที่ตราไว้ ซึ่งเป็นไปตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นเมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2552
- (ง) สัดส่วนการถือหุ้นของกลุ่มชัฎฎาตรกัถ ลดลงจากร้อยละ 30.66 เหลือร้อยละ 18.11 เนื่องจาก (ก) น.ส. ละออศรี มัทธุนนท์ ได้ออนหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 12.58 ให้แก่นายไพบูลย์ มัทธุนนท์ (ข) นายทรงพล ชัฎฎาตรกัถ ได้รับโอนหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 0.03 จากผู้ถือหุ้นรายหนึ่ง
- สัดส่วนการถือหุ้นของกลุ่มมัทธุนนท์ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 16.94 เนื่องจากนายไพบูลย์ มัทธุนนท์ ได้รับโอนหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 12.58 จาก น.ส. ละออศรี มัทธุนนท์
- (จ) สัดส่วนการถือหุ้นของกลุ่มมัทธุนนท์ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 16.94 เป็นร้อยละ 26.09 เนื่องจากนายไพบูลย์ มัทธุนนท์ รับโอนหุ้นจากนายทรงพล ชัฎฎาตรกัถ ในสัดส่วนร้อยละ 7.41 และรับโอนหุ้นจาก น.ส. ละออศรี มัทธุนนท์ ในสัดส่วนร้อยละ 1.73
- สัดส่วนการถือหุ้นของ บจ. ตรากอน หลุยส์ อินเตอร์เนชันแนล เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 13.91 เป็นร้อยละ 15.40 เนื่องจากรับซื้อหุ้นจากบริษัท แอดสโก ตรัคส จำกัด
- (ฉ) สัดส่วนการถือหุ้นของ บจ. ตรากอน หลุยส์ อินเตอร์เนชันแนล ลดลงจากร้อยละ 15.40 เป็นร้อยละ 14.41 เนื่องจากขายหุ้นให้นายทรงพล ชัฎฎาตรกัถ ร้อยละ 0.50 และขายหุ้นให้นายวีรศักดิ์ วิโรจน์วัฒนกุล ในสัดส่วนร้อยละ 0.50
- (ช) บจ. ตรากอน หลุยส์ อินเตอร์เนชันแนล ได้ขายหุ้นทั้งหมดในสัดส่วนร้อยละ 14.41 ให้นายไพล เจียนแก้ว ซึ่งเป็นบุคคลที่ไม่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบริษัท
- (ซ) สัดส่วนการถือหุ้นของกลุ่มชัฎฎาตรกัถ ลดลงจากร้อยละ 9.47 เหลือร้อยละ 8.78 เนื่องจากนายทรงพล ชัฎฎาตรกัถ ขายหุ้นบางส่วนให้แก่ภานายลวันชาย ว่องวานิช
- สัดส่วนการถือหุ้นของกลุ่มมัทธุนนท์ ลดลงจากร้อยละ 26.09 เป็นร้อยละ 21.84 เนื่องจาก น.ส. วารุณี บุษราคัมวงษ์ ขายหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 4.25 ให้ น.ส. สุวรรณี บุษราคัมวงษ์
- นายสฤทธ์ เวชสุภาพร ได้ขายหุ้นให้แก่ภานายศรีณย์ เวชสุภาพร

ต่อมาเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2555 ได้มีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการถือหุ้นในกลุ่มมัทธุนนท์ โดยนายไพบูลย์ มัทธุนนท์ ได้ออนหุ้นบริษัทในส่วนที่ตนเองถืออยู่สัดส่วนร้อยละ 3.72 ให้แก่ นายธนะบุล มัทธุนนท์ ส่งผลให้นายไพบูลย์ มัทธุนนท์ ถือหุ้นบริษัทลดลงเหลือร้อยละ 18.00 (จากเดิมที่ถืออยู่ร้อยละ 21.72) และนายธนะบุล มัทธุนนท์ ถือหุ้นบริษัทเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 3.84 (จากเดิมที่ถืออยู่ร้อยละ 0.12) โดยกลุ่มมัทธุนนท์ยังถือหุ้นบริษัทรวมกันเท่าเดิมในสัดส่วนร้อยละ 21.84

เมื่อวันที่ 27 เมษายน 2555 นายทรงพล ชัฎฎาตรกัถ ได้ซื้อหุ้นคืนจาก น.ส. วัชรารัตน์ สุนทรพนาเวศ จำนวน 172,320 หุ้น และ ต่อมาเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2555 นายทรงพล ชัฎฎาตรกัถ ได้ออนหุ้นจำนวนดังกล่าวให้ น.ส. ละออศรี มัทธุนนท์ ทำให้การถือหุ้นของ น.ส. ละออศรี มัทธุนนท์ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.02 เป็นร้อยละ 0.12 นอกจากนี้ เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2555 น.ส. มาดาพร เวชสุภาพร ได้ออนหุ้นจำนวน 426,690 หุ้น ให้แก่ น.ส. พิมลมาศ จินดาลัทธ ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของน.ส. มาดาพร เวชสุภาพร ลดลงจากร้อยละ 5.28 เป็นร้อยละ 5.01 และ สัดส่วนการถือหุ้นของ น.ส. พิมลมาศ จินดาลัทธ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.01 เป็นร้อยละ 0.28

ทั้งนี้ รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 10 รายแรก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีดังนี้

รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1. นายทรงพล ชัยมาตรกิจ	55,735,472	8.575
2. USE Electronics Co., Ltd.	52,246,317	8.038
3. Mr. CHIEN-KUO LAI	47,765,412	7.349
4. นายไพบุลย์ มัทธุนนท์	40,891,021	6.291
5. นายธนะบุล มัทธุนนท์	32,158,435	4.948
6. น.ส. อิศรา วิทยฐานกรณ์	29,604,930	4.555
7. นายเลิศพงศ์ ยงธนารัตน์	25,164,805	3.872
8. FUJI MEDIA HOLDINGS, INC.	15,794,997	2.430
9. ITOCHU CORPORATION	15,794,997	2.430
10. นายวรพจน์ ธีญาสุวรรณกุล	12,455,407	1.916

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทสรุปได้ดังนี้

ปี 2542	
เม.ย. 2542	จัดตั้งบริษัทด้วยทุนชำระแล้ว 1.2 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 12,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท) เพื่อประกอบธุรกิจการตลาดแบบตรง โดยบริษัทสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคผ่านโทรทัศน์ภาคปกติหรือฟรีทีวี
ปี 2543	
ม.ค. 2543	บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้ว จากเดิม 1.2 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 12,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท) เป็น 5 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 50,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)
ปี 2544	
ม.ค. 2544	บริษัทขยายการประกอบธุรกิจสู่การขายปลีกภายใต้ร้านค้าปลีก Direct2U
พ.ย. 2544	บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้ว จากเดิม 5 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 50,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท) เป็น 10 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)
ปี 2545	
มิ.ย. 2545	บริษัทขยายการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคผ่านโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมและเคเบิลทีวีท้องถิ่น
ต.ค. 2545	บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้ว จากเดิม 10 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท) เป็น 20 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 200,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)
2545	ในระหว่างปี 2545 บริษัทมีการพัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อจัดเก็บข้อมูลลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถบริหารจัดการฐานข้อมูลที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
ปี 2546	
มิ.ย. 2546	บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้ว จากเดิม 20 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 200,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท) เป็น 50 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 500,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)
2546	บริษัทพัฒนาระบบการจัดส่งสินค้าไปยังร้านค้าปลีกและการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า
ปี 2547	
ม.ค. 2547	บริษัทเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคผ่านไดเรคเมลล์ และเมลล์ออเดอร์ในรูปแบบแผ่นพับแค็ตตาล็อก
ม.ค. 2547	บริษัทให้บริการเสนอขายสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center)
ก.พ. 2547	บริษัทเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิมหุ้นละ 100 บาท เป็นหุ้นละ 10 บาท ทุนชำระแล้วของบริษัท

	จำนวน 50 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 5,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
ธ.ค. 2547	ณ สิ้นปี 2547 บริษัทได้ลงทุนในบริษัทย่อย 8 แห่ง บริษัทรวม 1 แห่ง และบริษัทอื่น 1 แห่ง มูลค่าเงินลงทุนรวม 32.97 ล้านบาท
ปี 2548	
มิ.ย. 2548	บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้ว จากเดิม 50 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 5,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท) เป็น 64.40 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 6,440,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
ธ.ค. 2548	บริษัทย้ายสำนักงานใหญ่ จากการเช่าพื้นที่ ชั้น 12 เอ อาคารว่องวานิช ถนนพระราม 9 เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร มาอยู่ที่เลขที่ 126/222 ซอยวัชรพล ถนนรามอินทรา แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นอาคารสำนักงานใหญ่ที่บริษัทเป็นเจ้าของอาคารและที่ดิน
ม.ค. - ธ.ค. 2548	บริษัทได้มีการลงทุนเพิ่มในบริษัทต่างๆ เพิ่มขึ้นจำนวน 14.31 ล้านบาท รวมเป็น 15 บริษัท และบริษัทมีการปรับโครงสร้างเงินลงทุนในบริษัทต่างๆ โดยจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทต่างๆ จำนวน 14 บริษัท เป็นจำนวนเงิน 47.30 ล้านบาท โดยมีข้อตกลงที่บริษัทจะได้รับเงินจากการขายเงินลงทุนดังกล่าวภายในวันที่ 31 ธ.ค. 2549 เงินลงทุนของบริษัท ณ สิ้นปี 2548 คงเหลือเงินลงทุนในบริษัทย่อยจำนวน 1 บริษัท คือ บริษัท มีเดีย เรส ฟอนซ์ จำกัด มูลค่าเงินลงทุนตามราคาทุน 999,400 บาท
2548	บริษัทมีนโยบายในการรุกรการเสนอขายสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center)
ปี 2549	
มิ.ย. 2549	บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้วจากเดิม 64.40 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 6,440,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท) เป็น 93.40 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 9,340,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
ธ.ค. 2549	บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้วจากเดิม 93.40 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 9,340,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท) เป็น 106.33 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 10,633,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
ธ.ค. 2549	ตามที่บริษัทได้จำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทต่างๆ ไปในปี 2548 และมีข้อตกลงที่บริษัทจะได้รับชำระเงินภายในวันที่ 31 ธ.ค. 2549 นั้น ได้มีการเจรจาและกำหนดแผนที่บริษัทจะได้รับชำระเงินให้เสร็จสิ้นภายในวันที่ 31 ธ.ค. 2550
2549	ในระหว่างปี บริษัทได้เริ่มให้บริการบริหารจัดการกิจกรรมการตลาดและบริหารจัดการคอนเสิร์ตให้แก่ลูกค้า เพื่อเสริมรายได้จากการขายสินค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายต่างๆ โดยบริษัทได้จัดคอนเสิร์ต Piano & I ของศิลปินโต คักดีลท์ เวช สุภาพร
ปี 2550	
มิ.ย. 2550	บริษัทได้ทำสัญญาปรับโครงสร้างหนี้กับสถาบันการเงินเพื่อขยายระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้ มูลค่าหนี้คงเหลือ ณ วันทำสัญญา จำนวนเงิน 46.05 ล้านบาท ระยะเวลาผ่อนชำระตั้งแต่เดือนตุลาคม 2550 ถึงเดือนมิถุนายน 2553
ก.ค. 2550	บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้วจากเดิม 106.33 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 10,633,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท) เป็น 164.60 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 16,460,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
ต.ค. 2550	บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้วจากเดิม 164.60 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 16,460,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท) เป็น 198.40 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 19,840,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
พ.ย. 2550	เช่าคลังสินค้าขึ้นที่อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม (จากเดิมที่คลังสินค้าอยู่ที่อาคารคลังสินค้า เลขที่ 110/13 หมู่ 6 ถนนวัชรพล แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร) โดยบริษัทเช่าอาคารคลังสินค้าจากบริษัท เค โลจิสติกส์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด และให้บริษัทดังกล่าวบริหารจัดการสินค้าในอาคารคลังสินค้า
ธ.ค. 2550	บริษัทลงทุนในบริษัทย่อย คือ บริษัท ทีวีดี อินเตอร์เทรด จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจขายส่งเครื่องมือเครื่องใช้ในครัวเรือน โดยบริษัทย่อยดังกล่าวมีทุนชำระแล้ว 5 ล้านบาท บริษัทลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 99.99 คิดเป็นเงินลงทุนตามราคาทุนจำนวน 15.42 ล้านบาท โดยเป็นผลสืบเนื่องจากที่บริษัทได้ขายเงินลงทุนในบริษัทต่างๆ ไป

	ในปี 2548 เป็นจำนวนเงินรวม 47.30 ล้านบาท และได้มีการเจรจาและกำหนดแผนที่บริษัทจะได้รับชำระหนี้ให้เสร็จสิ้นภายในวันที่ 31 ธ.ค. 2550 โดยส่วนหนึ่งจำนวน 15.42 ล้านบาท บริษัทได้ชำระคืนเป็นเงินลงทุนในบริษัท ทีวี ดี อินเทอร์เน็ต จำกัด ที่บริษัทได้เคยจำหน่ายไปในปี 2548
2550	บริษัทได้เริ่มต้นธุรกิจ DR Marketing Agency เพื่อให้บริการผลิตภาพยนตร์โฆษณา และจัดหาสื่อต่างๆ ให้แก่ลูกค้าที่เป็นบริษัทประกันชีวิต
ปี 2551	
ม.ค. 2551	บริษัทนำโปรแกรมบัญชี Oracle มาใช้แทนโปรแกรมบัญชี Express
ม.ค. 2551	บริษัทลดทุนชำระแล้วจำนวน 79.36 ล้านบาท เพื่อชดเชยผลขาดทุนสะสม จากทุนชำระแล้วเดิม 198.40 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 19,840,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท) เหลือ 119.04 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 19,840,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 6 บาท) โดยการลดมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ จากเดิมหุ้นละ 10 บาท เป็นหุ้นละ 6 บาท
มี.ค. 2551	บริษัทเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ จากเดิมมูลค่าหุ้นละ 6 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 5 บาท ดังนั้น ทุนชำระแล้วของบริษัทเปลี่ยนเป็นหุ้นสามัญจำนวน 23,808,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท รวมเป็นจำนวนเงิน 119.04 ล้านบาท
มิ.ย. 2551	บริษัทเพิ่มทุนชำระแล้ว จากเดิม 119.04 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 23,808,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท) เป็นจำนวนเงิน 167.50 ล้านบาท โดยการออกหุ้นบริมสิทธิ จำนวน 9,692,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 5 บาท เป็นหุ้นบริมสิทธิชนิดสะสมเงินปันผล อัตราเงินปันผลร้อยละ 5.5 ต่อปี และไม่มีสิทธิออกเสียง
ก.ย. 2551	บริษัทซื้อที่ดินโฉนดเลขที่ 1391 เนื้อที่ 2 งาน 50 ตารางวา ตั้งอยู่ที่ แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร พร้อมสิ่งปลูกสร้างบนอาคารดังกล่าว และปรับปรุงอาคารเพื่อใช้เป็นสตูดิโอของบริษัทในการผลิตรายการโฆษณาสินค้าทางทีวี
2551	ในระหว่างปี 2551 บริษัทได้จ่ายชำระหนี้ตามสัญญาปรับโครงสร้างหนี้ จำนวนเงิน 46.05 ล้านบาท ครบถ้วน ซึ่งเป็นการชำระครบถ้วนก่อนระยะที่กำหนดไว้ในสัญญาปรับโครงสร้างหนี้
ปี 2552	
เม.ย. 2552	บริษัทลดทุนชำระแล้ว จากจำนวนเงิน 167.50 ล้านบาท (ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 119.04 ล้านบาท (จำนวน 23,808,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท) และหุ้นบริมสิทธิจำนวน 48.46 ล้านบาท (จำนวน 9,692,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท)) ลงเหลือทุนชำระแล้ว 119.04 ล้านบาท (ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 23,808,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท) โดยการลดหุ้นบริมสิทธิจำนวน 9,692,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท
พ.ค. 2552	บริษัทเพิ่มทุนชำระแล้ว จากจำนวนเงิน 119.04 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 23,808,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท) เป็นจำนวนเงิน 159.04 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 31,808,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท) โดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 8,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมในราคาเท่ากับมูลค่าที่ตราไว้
ก.ค. 2552	บริษัทให้บริการ Home Shopping โดยการเสนอสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคผ่านโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก True Visions ช่อง 10 โดยใช้รายการ Shopping Network ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน
ส.ค. 2552	ย้ายอาคารคลังสินค้าไปที่ เลขที่ 222 หมู่ 17 ถนนสามวา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยเช่าอาคารคลังสินค้าจากบริษัท เจดับเบิลยูดี อินโฟ ลอจิสติกส์ จำกัด และให้บริษัทดังกล่าวบริหารจัดการสินค้าในอาคารคลังสินค้า
ปี 2553	
ม.ค. 2553	บริษัทให้บริการ Home Shopping โดยการเสนอสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคทางโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ออกอากาศสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม NSS6 ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน บริษัทให้บริการจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของบริษัท www.tvdirect.tv

มี.ค. 2553	บริษัทให้บริการ Home Shopping โดยการเสนอขายสินค้าและบริการผ่านโทรทัศน์ประเภทบอกรับสมาชิกเคเบิลทีวี ผ่านช่องสัญญาณดาวเทียมของบริษัท เคเบิล ไทย โฮลดิ้ง จำกัด รายการ TV Shops ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน
มิ.ย. 2553	บริษัทปรับเปลี่ยนรูปแบบร้านค้าปลีก จาก Direct2U เป็น TV Direct Showcase
ก.ย. 2553	บริษัทจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทร่วม คือ บริษัท ไทยแวน เซอร์วิส จำกัด ที่บริษัทถืออยู่ในสัดส่วนร้อยละ 15 ทั้งจำนวน
ธ.ค. 2553	บริษัทร่วมดำเนินการช่องรายการโทรทัศน์กับบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) โดยใช้ชื่อช่องรายการ Shop Thailand ผ่านทางช่องสัญญาณดาวเทียมทั้งระบบ KU Band และช่องสัญญาณดาวเทียมไทยคม 5 ระบบ C Band ที่ Bandwidth ขนาดไม่เกิน 2.5 MB ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน
ธ.ค. 2553	บริษัทซื้อที่ดินจำนวน 3 แปลง เนื้อที่รวม 281 ตารางวา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ก่อสร้างอาคารสำนักงานแห่งใหม่เพิ่มเติม
ปี 2554	
ม.ค. 2554	บริษัทซื้อที่ดินจำนวน 2 แปลง เนื้อที่รวม 88 ตารางวา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ก่อสร้างอาคารสำนักงานแห่งใหม่เพิ่มเติม
ก.พ. 2554	บริษัทเข้าลงทุนในบริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.98 เพื่อขยายการประกอบธุรกิจไปในอินโดไชน่าและประเทศใกล้เคียง โดยบริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด ประกอบธุรกิจลงทุน (Holding Company) โดยลงทุนในบริษัทต่างๆ ตั้งอยู่ในกัมพูชา ลาว และมาเลเซีย บริษัทดังกล่าวประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าและบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคผ่านโทรทัศน์ภาคปกติ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โทรทัศน์ประเภทบอกรับสมาชิกเคเบิล
มี.ค. 2554	บริษัท ทีวีดี อินเตอร์เทรด จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ได้จดทะเบียนเลิกบริษัทเมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2554 โดยได้จดทะเบียนเสร็จการชำระบัญชีเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2554
มี.ค. 2554	บริษัทดำเนินธุรกิจร่วมผลิตรายการสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ช่องรายการ Health and Family ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน
พ.ค. 2554	บริษัทแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2554
ก.ค. 2554	บริษัทเริ่มประกอบธุรกิจขายตรงแบบชั้นเดียว
ส.ค. 2554	บริษัทได้เพิ่มทุนในบริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด จาก 1 ล้านบาท เป็น 40 ล้านบาท ส่งผลให้บริษัทมีสัดส่วนในการถือหุ้นในบริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด ร้อยละ 99.99
ก.ย. 2554	บริษัททำการซื้อที่ดินพร้อมอาคารสำนักงานเพื่อใช้เป็นอาคารสำนักงานเพื่อรองรับการขยายธุรกิจการตลาดแบบตรง (Direct Sale) และรองรับการเพิ่มพนักงาน Call Center โดยที่ดินและอาคารดังกล่าวตั้งอยู่ที่ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ
ก.ย. 2554	บริษัทย่อยของบริษัท (TV Direct Lao Co., Ltd.) ทำสัญญาร่วมผลิตรายการกับ Lao Star Channel Co.,Ltd. เพื่อเผยแพร่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมในประเทศลาว โดยใช้ชื่อโปรแกรมว่า "Lao Shopping" ออกอากาศทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง
ปี 2555	
ม.ค. 2555	บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด ซื้อหุ้น TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. จากผู้ถือหุ้นเดิมอีกจำนวน 175,000 หุ้น ส่งผลทำให้บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด ถือหุ้นใน TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. ในสัดส่วนร้อยละ 65
มี.ค. 2555	บริษัทเปิดใช้อาคารสตูดิโอแห่งที่ 2 เพื่อใช้เป็นอาคารบันทึกเทปโทรทัศน์
เม.ย. 2555	บริษัทได้ดำเนินการจัดคอนเสิร์ต Korean Music Wave in Bangkok 2012 ที่สนามราชมณฑลกีฬาสาธิต โดยรวบรวมนักร้องจากเกาหลีจำนวนประมาณ 20 วง
พ.ค. 2555	บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จากเดิมหุ้นละ 1 บาท เป็นหุ้นละ 0.50 บาท ส่งผลทำให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนจำนวน 188 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 376 ล้านหุ้น และมีหุ้นที่ออก

	และเรียกชำระแล้วจำนวน 159.04 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 318.08 ล้านหุ้น โดยบริษัทจะเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 57.92 ล้านหุ้น ดังนี้ (1) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 52 ล้านหุ้น เสนอขายให้แก่ประชาชน (2) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 5.92 ล้านหุ้น เสนอขายให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย
ส.ค. 2555	ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้อนุมัติให้ บริษัท ทีวี ไคเร็ค จำกัด (มหาชน) เริ่มซื้อขายหุ้นสามัญจำนวน 376,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ได้ตั้งแต่วันที่ 23 สิงหาคม 2555 เป็นต้นไป ชื่อย่อหลักทรัพย์ ได้แก่ “TVD” อยู่ในหมวดธุรกิจ “ธุรกิจขนาดกลาง”
ต.ค. 2555	บริษัท ทีวีไคเร็ค อินโดไชน่า จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่ บริษัท ทีวี ไคเร็ค จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 เข้าไปซื้อหุ้นใน TIVI Truc Tiep Co., Ltd. ประเทศเวียดนาม ในสัดส่วนร้อยละ 100 TIVI Truc Tiep Co., Ltd. ซึ่งปัจจุบันได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงชื่อบริษัท เป็น “บริษัท ทีวีดีไอ เวียดนาม จำกัด” เรียบร้อยแล้ว ประกอบธุรกิจ จำหน่ายสินค้า หรือ บริการในเวียดนาม ผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (Multichannel Marketing)
ปี 2556	
มี.ค. 2556	ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2556 เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2556 ได้มีมติอนุมัติการจัดตั้งบริษัทร่วมทุนแห่งใหม่ “บริษัท เจเอ็มแอล ไคเร็ค (ประเทศไทย) จำกัด” ซึ่งเป็นการร่วมลงทุนระหว่าง บริษัทฯ และ JML ผู้ประกอบธุรกิจ TV Home Shopping จากประเทศอังกฤษ เพื่อรองรับการขยายธุรกิจค้าปลีก (Retail) ของ บริษัทฯ และ เป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า ตลอดจนเพิ่มความหลากหลายของสินค้าในการนำเสนอต่อผู้บริโภค โดยบริษัทฯ และ JML ถือหุ้นในบริษัทร่วมทุนในสัดส่วน 51% และ 49% ตามลำดับ
พ.ค. 2556	ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นบริษัท ทีวี ไคเร็ค จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 1/2556 เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2556 ได้มีมติอนุมัติการออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนใหม่จากการเพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 94,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้น ในอัตราส่วน 4 หุ้นสามัญเดิม ต่อ 1 หุ้นสามัญเพิ่มทุนใหม่ ในราคาเสนอขายหุ้นละ 4.50 บาท (ในกรณีที่มีเศษของหุ้น ให้ปัดเศษของหุ้นนั้นทิ้ง) โดยผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนและได้รับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่ออกและเสนอขายในครั้งนี้จะได้รับการจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งที่ 1 ในอัตราส่วน 4 หุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ โดยไม่คิดมูลค่า โดยกำหนดระยะเวลาการจองซื้อและชำระเงินค่าจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนเพื่อเสนอขายแก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้นในวันที่ 28 มิถุนายน และ 2-5 กรกฎาคม 2556 โดยบริษัทฯ เสนอขายหุ้นได้จำนวนทั้งสิ้น 93,999,992 หุ้น และ จำนวนเงินที่ได้รับจากการเสนอขายหุ้นคิดเป็นจำนวนเงินรวม 422,999,964 บาท
พ.ค. 2556	ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 12/2556 เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2556 ได้มีมติอนุมัติการจัดตั้งบริษัทย่อยแห่งใหม่ “บริษัท ซ็อบ แอท โฮม จำกัด” (ภายหลังเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น “บริษัท ทีวีดี ซ็อบปิ้ง จำกัด”) โดยบริษัทฯ ถือหุ้น 100% เพื่อแยกธุรกิจ Home Shopping ออกจาก บริษัท ทีวี ไคเร็ค จำกัด (มหาชน) โดยให้บริษัท ซ็อบ แอท โฮม จำกัด บริหารธุรกิจ Home Shopping อย่างเต็มรูปแบบ และ เต็มประสิทธิภาพ เพื่อรองรับการแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจ Home Shopping
ก.ค. 2556	เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2556 บริษัทได้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ ครั้งที่ 1 (TVD-W1) เพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัท โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเภทใบสำคัญแสดงสิทธิ : ระบุชื่อผู้ถือและเปลี่ยนมือได้ อายุของใบสำคัญแสดงสิทธิ : 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ออก จำนวนใบสำคัญแสดงสิทธิที่เสนอขาย : 23,500,000 หน่วย จำนวนใบสำคัญแสดงสิทธิที่ออกจริง : 23,499,780 หน่วย ราคาเสนอขาย : หน่วยละ 0 บาท อัตราการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญ : ใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วยมีสิทธิซื้อหุ้นสามัญได้ 1 หุ้น

	<p>ราคาใช้สิทธิ : 3.50 บาท ต่อหุ้น</p> <p>วันกำหนดการใช้สิทธิ : วันทำการสุดท้ายของเดือน มิถุนายน และ ธันวาคมของ แต่ละปี ตลอดอายุของใบสำคัญแสดงสิทธิ โดยสามารถใช้ สิทธิครั้งแรกในวันทำการสุดท้ายของเดือนธันวาคม 2556</p> <p>วันสุดท้ายของการใช้สิทธิ : วันที่ 14 กรกฎาคม 2559</p>
ปี 2557	
มี.ค. 2557	<p>ในการประชุมคณะกรรมการของบริษัท ครั้งที่ 3/2557 เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2557 ได้มีมติให้บริษัทลดส่วน การลงทุนในบริษัทย่อยของบริษัท คือ บริษัท ซ็อป แอท โฮม จำกัด (ภายหลังเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น “บริษัท ทีวีดี ซ็อปปิ้ง จำกัด”) โดยการสละสิทธิในการซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทย่อยดังกล่าวในสัดส่วนร้อยละ 35 ของทุนจดทะเบียนของบริษัทย่อยจำนวน 445,000,000 บาท หรือคิดเป็นมูลค่ารวม 155,750,000 บาท โดย กลุ่มผู้ร่วมทุนภายนอก คือ บริษัท โมโมโตคอม จำกัด (เดิมชื่อ “บริษัท ฟูบอน มัลติมีเดีย เทคโนโลยี จำกัด”) (“MOMO”) ซึ่งเป็นบริษัทจัดตั้งตามกฎหมายของประเทศไต้หวัน และเป็นผู้ประกอบธุรกิจการตลาดแบบตรงชั้น นำในประเทศไต้หวันและประเทศอื่นๆ เป็นผู้ลงทุนถือหุ้นในบริษัท ซ็อป แอท โฮม จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 35 ดังกล่าว และ บริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 65 ที่เหลือ</p> <p>นอกจากนั้น คณะกรรมการของบริษัท ยังมีมติให้บริษัท โอนสิทธิการประกอบกิจการ ทีวี โฮม ซ็อปปิ้ง (TV HOME SHOPPING BUSINESS) ของบริษัทฯ ทั้งหมดให้แก่บริษัทย่อยดังกล่าวในราคารวม 125,000,000 บาท</p>
ก.ย. 2557	<p>1. บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียน จากเดิม จำนวน 246,749,886 บาท เป็นทุนจดทะเบียนจำนวน 341,250,035 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 189,000,298 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท</p> <p>2. บริษัทฯ จ่ายปันผลจากกำไรสุทธิตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2557 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2557 รวมจำนวน 100,000,000 บาท และ สรรองตามกฎหมายจำนวน 7,306,789.25 บาท โดยจ่ายเงินปันผลในรูปของหุ้นปัน ผลและเงินสด ดังนี้</p> <p>1) จ่ายปันผลเป็นหุ้นสามัญจำนวน 180,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท ให้แก่ ผู้ถือหุ้น ของบริษัทฯ ในอัตรา 1 หุ้นเดิมต่อ 0.382978475690 หุ้นปันผล รวมมูลค่าทั้งสิ้น 90,000,000 บาท หรือ คิดเป็นอัตราการจ่ายปันผลในอัตรา 0.191489237845 บาทต่อหุ้น ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ถือหุ้นราย ใดมีเศษหุ้นเดิมหลังจากการจัดสรรหุ้นปันผลแล้ว ให้จ่ายปันผลเป็นเงินสดแทนการจ่ายหุ้นปันผลใน อัตราหุ้นละ 0.191489237845 บาท</p> <p>2) จ่ายปันผลเป็นเงินสดในอัตราหุ้นละ 0.021276581983 บาท เพื่อบริการหักภาษี ณ ที่จ่ายตาม อัตราที่กฎหมายกำหนด</p> <p>ทั้งนี้ ผู้ถือหุ้นจะได้รับปันผลในรูปของหุ้นปันผลและเงินสด รวมกันเป็นเงิน 0.212765819828 บาทต่อหุ้น โดยกำหนดจ่ายหุ้นปันผลและเงินปันผลดังกล่าวในวันที่ 20 ตุลาคม 2557</p>
ต.ค. 2557	<p>เนื่องจาก การจ่ายหุ้นปันผล เข้าเงื่อนไขที่กำหนดให้บริษัทต้องดำเนินการปรับราคาการใช้สิทธิและอัตราการใช้ สิทธิของ ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ทีวี ไดเร็ก จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 1 (TVD-W1) ตาม ข้อกำหนดสิทธิของ TVD-W1 จึงได้มีการปรับราคาการใช้สิทธิและอัตราการใช้สิทธิของ TVD-W1 โดยมีผล ตั้งแต่วันที่ 2 ตุลาคม 2557 ดังนี้</p>

	เดิมก่อนการปรับสิทธิ		หลังการปรับสิทธิ
	ราคาการใช้สิทธิ	3.50 บาทต่อหุ้น	2.531 บาท ต่อ หุ้น
	อัตราการใช้สิทธิ	1 หน่วยต่อ 1 หุ้น	1 หน่วย ต่อ 1.383 หุ้น
ธ.ค. 2557	<p>บริษัทฯ ร่วมกับ 5 บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจ ทีวี ซ้อปปีง ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) 2. บริษัท ทีวีดี ซ้อปปีง จำกัด 3. บริษัท ทู จีเอส จำกัด 4. บริษัท จีเอ็มเอ็ม ซีเจโอ ซ้อปปีง จำกัด 5. บริษัท ซ้อป โกลบอล (ประเทศไทย) จำกัด <p>ร่วมกันก่อตั้งสมาคมทีวี โฮมซ้อปปีง (ประเทศไทย) (TV Home Shopping Association (Thailand)) หรือ THA ด้วยวัตถุประสงค์ เพื่อดูแลผู้บริโภคให้ได้รับสิทธิอันชอบธรรมจากการใช้บริการโฮมซ้อปปีง พร้อมยกระดับการประกอบธุรกิจให้มีมาตรฐานสากลระดับโลก</p> <p>โดยมี นายทรงพล ชัยมาตรกิจ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) เป็นนายกสมาคม</p>		

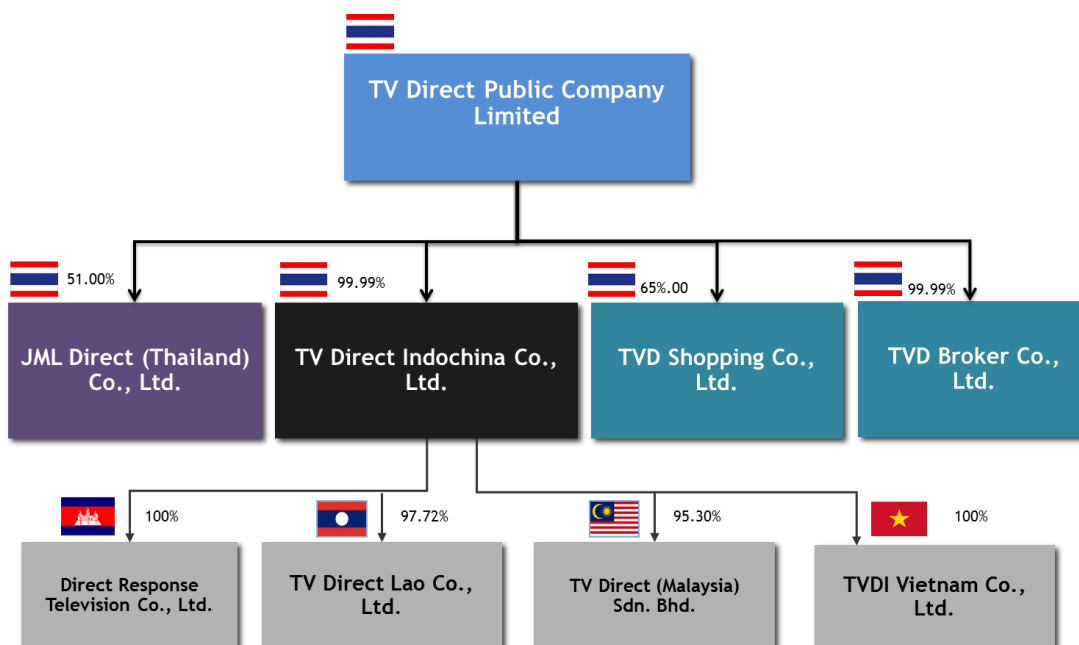
1.3 โครงสร้างกลุ่มบริษัท

1.3.1 นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

บริษัทมีการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม ตามลักษณะการประกอบธุรกิจ และ ประเทศที่ตั้งของบริษัท ย่อยนั้น ๆ

1.3.2 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557



หมายเหตุ : * บริษัท ทีวีดี โบรกเกอร์ จำกัด ยังไม่ได้เริ่มดำเนินงานธุรกิจ เนื่องจาก อยู่ระหว่างขอใบอนุญาตการทำธุรกิจประกัน จาก สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.)

2.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทย่อย

1. บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด (“TVDI”)

TVDI ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 26 เมษายน 2553 โดยบริษัทฯ ได้เข้าถือหุ้นของ TVDI ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ทั้งนี้ TVDI ประกอบธุรกิจ ถือเงินลงทุนในบริษัทย่อย โดยปัจจุบัน TVDI มีเงินลงทุนในบริษัทย่อยรวมทั้งสิ้น 4 บริษัท โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1) Direct Response Television Co., Ltd. (“DRTV”)

Direct Response Television Co., Ltd. จัดทะเบียนจัดตั้งขึ้นในประเทศกัมพูชา ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการในประเทศกัมพูชา ผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (Multichannel Marketing) โดย TVDI ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีทุนจดทะเบียน และ ทุนชำระแล้ว จำนวน 627,000 เหรียญสหรัฐ

1.2) TV Direct Lao Co., Ltd. (“TVDL”)

TV Direct Lao Co., Ltd. จัดทะเบียนจัดตั้งขึ้นในประเทศลาว ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการในประเทศลาว ผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (Multichannel Marketing) โดย TVDI ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 97.72 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีทุนจดทะเบียน และ ทุนชำระแล้ว จำนวน 1,094,000 เหรียญสหรัฐ

1.3) TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. (“TVDM”)

TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. จัดทะเบียนจัดตั้งขึ้นในประเทศมาเลเซีย ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการในประเทศมาเลเซียผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (Multichannel Marketing) โดย TVDI ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 95.30 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีทุนจดทะเบียน และ ทุนชำระแล้ว จำนวน 5,000,000 ริงกิตมาเลเซีย

1.4) TVDI Vietnam Co., Ltd.

TVDI Vietnam Co., Ltd. จัดทะเบียนจัดตั้งขึ้นในประเทศเวียดนาม ประกอบธุรกิจ จำหน่ายสินค้า หรือบริการในเวียดนาม ผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (Multichannel Marketing) โดย TVDI ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีทุนจดทะเบียน และ ทุนชำระแล้ว จำนวน 771,000 เหรียญสหรัฐ

2. บริษัท เจเอ็มแอล ไดเรค (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท เจเอ็มแอล ไดเรค (ประเทศไทย) จำกัด จัดทะเบียนจัดตั้งขึ้นในประเทศไทย ประกอบธุรกิจค้าปลีก (Retail) โดยเป็นบริษัทร่วมลงทุนระหว่าง บริษัทฯ และ JML ผู้ประกอบธุรกิจ TV Home Shopping จากประเทศอังกฤษ เพื่อรองรับการขยายธุรกิจค้าปลีก (Retail) ของบริษัทฯ และ เป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า ตลอดจนเพิ่มความหลากหลายของสินค้าในการนำเสนอต่อผู้บริโภค โดยบริษัทฯ และ JML ถือหุ้นในบริษัทร่วมทุนในสัดส่วนร้อยละ 51 และ ร้อยละ 49 ตามลำดับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีทุนจดทะเบียน และ ทุนชำระแล้ว จำนวน 30,000,000 บาท

3. บริษัท ทีวีดี ช้อปปิง จำกัด (เดิมชื่อ “บริษัท ช้อปป แอท โฮม จำกัด”)

บริษัท ทีวีดี ช้อปปิง จำกัด จัดทะเบียนจัดตั้งขึ้นในประเทศไทย ประกอบธุรกิจ TV Home Shopping โดยเป็นบริษัทร่วมลงทุนระหว่าง บริษัทฯ และ บริษัท โมโมตอคอม จำกัด (เดิมชื่อ “บริษัท ฟูบอน มัลติมีเดีย เทคโนโลยี จำกัด”) (“MOMO”) ซึ่งเป็นบริษัทจัดตั้งตามกฎหมายของประเทศไทย และ เป็นผู้ประกอบธุรกิจการตลาดแบบตรงชั้นนำในประเทศไต้หวันและประเทศอื่นๆ โดยบริษัทฯ และ MOMO ถือหุ้นในบริษัทร่วมทุนในสัดส่วนร้อยละ 65 และ ร้อยละ 35 ตามลำดับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีทุนจดทะเบียน และ ทุนชำระแล้ว จำนวน 445,000,000 บาท

4. บริษัท ทีวีดี โบรกเกอร์ จำกัด

บริษัท ทีวีดี โบรกเกอร์ จำกัด จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นในประเทศไทย ประกอบธุรกิจ นายหน้าติดบุคคล ประกันชีวิต และ ประกันวินาศภัย โดยบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีทุนจดทะเบียน และ ทุนชำระแล้ว จำนวน 4,000,000 บาท ทั้งนี้ ณ ปัจจุบัน บริษัท ทีวีดี โบรกเกอร์ จำกัด ยังไม่ได้เริ่มดำเนินธุรกิจ เนื่องจาก อยู่ระหว่างขอใบอนุญาตการทำธุรกิจประกันจาก สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.)

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ลักษณะการประกอบธุรกิจของแต่ละส่วนงาน

บริษัทประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (MultiChannel Marketing) ทั้งนี้ โครงสร้างการประกอบธุรกิจของบริษัทสามารถจำแนกออกเป็น 5 ส่วนงานหลัก ดังนี้

1. การตลาดทางทีวี (TV Marketing) การเสนอขายสินค้าและบริการผ่านสื่อโทรทัศน์ภาคปกติ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โทรทัศน์ประเภทบอกรับสมาชิกเคเบิลทีวี
2. การตลาดแบบตรง (Direct Marketing) การเสนอขายสินค้าและบริการผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center) สื่อสิ่งพิมพ์ และระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (E-Commerce) รวมถึงการให้บริการศูนย์บริการทางโทรศัพท์และลูกค้าสัมพันธ์ทางโทรศัพท์ (Call Center)
3. การตลาดทั่วไป (Conventional Marketing) การเสนอขายสินค้าและบริการแบบขายปลีกผ่านร้านค้า TV Direct Showcase รวมทั้งจำหน่ายสินค้าแบบขายส่งแก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ
4. บริการ การให้บริการรับจ้างผลิตสื่อโฆษณาและจัดหาเวลาโฆษณาให้แก่ลูกค้า บริการจัดกิจกรรมการตลาด และบริหารจัดการคอนเสิร์ต
5. ธุรกิจขายตรง (Direct Sale) แบบชั้นเดียว

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยในปี 2555-2557 มีดังนี้

ประเภทรายได้	ดำเนินการโดย	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
		ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รายได้จากการขายและให้บริการ							
1.1 การตลาดทางทีวี	บริษัท	943.30	41.94	874.09	39.17	925.76	36.11
1.2 การตลาดแบบตรง							
- ผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center)	บริษัทและบริษัทย่อย	487.75	21.68	478.41	21.44	511.15	19.94
- ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์	บริษัท	121.06	5.38	139.61	6.26	152.44	5.95
- ผ่านระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์	บริษัท	46.93	2.09	54.71	2.45	49.68	1.94
- ศูนย์บริการทางโทรศัพท์และลูกค้าสัมพันธ์ทางโทรศัพท์ (Call Center)	บริษัท	35.79	1.59	23.92	1.07	110.65	4.32
- ขายตรง (Direct Sale)	บริษัท	8.35	0.37	12.15	0.54	23.39	0.91
รวมรายได้จากการตลาดแบบตรง	บริษัทและบริษัทย่อย	699.88	31.12	708.80	31.77	847.32	33.05
1.3 การตลาดทั่วไป							
- ขายปลีกผ่านร้านค้า Direct2U และ TV Direct Showcase	บริษัท	304.21	13.52	306.20	13.72	421.37	16.44
- ขายส่งแก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ	บริษัท	61.38	2.73	69.74	3.13	99.09	3.87
รวมรายได้จากการตลาดทั่วไป	บริษัท	365.59	16.25	375.94	16.85	520.46	20.30
1.4 การบริการ ¹⁾	บริษัทและบริษัทย่อย	188.92	8.40	193.12	8.66	216.94	8.46
1.5 งานอื่นๆ ²⁾	บริษัท	39.39	1.75	51.28	2.30	40.74	1.59
รวมรายได้จากการขายและให้บริการ		2,237.08	99.46	2,203.23	98.74	2,551.20	99.52
2. รายได้อื่น ³⁾	บริษัทและบริษัทย่อย	12.24	0.54	28.02	1.26	12.19	0.48
รายได้รวม		2,249.32	100.00	2,231.25	100.00	2,563.39	100.00

หมายเหตุ :

- 1) การบริการ หมายถึง การให้บริการรับจ้างผลิตสื่อโฆษณาและจัดหาเวลาโฆษณาให้แก่ลูกค้า การรับจ้างจัดคอนเสิร์ตหรือกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ
- 2) งานอื่นๆ หมายถึง รายได้จากการขายสินค้าที่ไม่ได้ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก
- 3) รายได้อื่น ประกอบด้วย ค่าเช่า ดอกเบี้ยรับ กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน

รายได้จากการขายและให้บริการในประเทศและต่างประเทศในปี 2555-2557

รายได้จากการขาย และให้บริการ	ดำเนินการโดย	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
		ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ในประเทศ	บริษัท	2,222.23	99.34	2,176.04	98.77	2,505.64	98.21
ต่างประเทศ	บริษัทและบริษัท ย่อย	14.85	0.66	27.19	1.23	45.56	1.79
รวมรายได้จากการขายและให้บริการ		2,237.08	100.00	2,203.23	100.00	2,551.20	100

โดยรายละเอียดการประกอบธุรกิจของแต่ละส่วนงานดังกล่าว มีดังนี้

1. การตลาดทางทีวี (TV Marketing)

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์ และ บริการ

การนำเสนอรายการขายสินค้าผ่านโทรทัศน์ ถือเป็นช่องทางหลัก ในการสร้างรายได้ให้กับ บริษัท ทีวีไดเรค จำกัด(มหาชน) ปัจจุบันบริษัทฯ ใช้ในการทำการตลาดทางทีวี มีลำดับหัวข้อในการวางแผน และการดำเนินงาน 5 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1. หมวดสินค้า (Product)
2. ช่องทางออกอากาศ (Media)
3. การผลิตรายการแนะนำสินค้า (Production)
4. ทีมขาย (Tele Marketing)
5. ระบบการจัดการ (Data System)

หลังจากที่มีการออกอากาศของกลุ่มทีวีดิจิตอล วงการอุตสาหกรรมโทรทัศน์ ได้มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โทรทัศน์ในแต่ละบ้านก็จะสามารถรับชมช่องรายการได้มากขึ้น หลากหลายขึ้น ผู้ชมสามารถเลือก รายการได้ตามความต้องการของแต่ละบุคคล ดังนั้นสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง จึงทำการแข่งขัน เพื่อนำเสนอรายการ และการตลาดของแต่ละสถานี จัดหารายการเด่นๆ ดังๆ เพื่อแย่งส่วนแบ่งของกลุ่มผู้ชม ที่มีเท่าเดิม การสร้างกระแส และเรตติ้งที่ดี ก็จะสร้างการขายโฆษณาให้แก่แต่ละสถานี แนวทางของแต่ละสถานีนี้ เป็นตัวกระตุ้นให้ บริษัท ทีวีไดเรคฯ จะต้องผลิตรูปแบบ รายการแนะนำสินค้า และสร้างกระบวนการนำเสนอสินค้า ที่จะช่วยทำให้เกิดความสนใจ สร้างยอดการรับชมรายการ บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญนี้ และเคร่งครัดที่จะดำเนินการนำเสนอรายการให้ถูกต้องตามกติกาของแต่ละสถานี จึงทำให้บริษัทฯ ได้รับการตอบรับ ในการเช่าเวลาเพื่อจัดทำรายการร่วมกับหลายๆสถานี จึงอาจจะถือได้ว่า บริษัทฯ มีจำนวนมีเดียมากที่สุดในตอนนี้

1. แผนการตลาดสินค้า

ปัจจัยหลักที่จะทำให้คนซื้อ คือ สินค้าที่ดี มีคุณภาพ ตอบรับความต้องการของชีวิต บริษัทฯ ใช้นโยบายนี้ ในการคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ และ ในประเทศ โดยเน้นสินค้าที่ลูกค้าไม่สามารถหาซื้อได้ ตามร้านจำหน่ายสินค้าทั่วไป ถือเป็นกลยุทธ์หลักของบริษัทฯ

หมวดหมู่สินค้า มีดังนี้

- Health

สินค้าสำหรับสุขภาพ
และอาหารเสริม



- Beauty

กลุ่มสินค้าบำรุงผิว
และผลิตภัณฑ์ความงาม



- Home & Kitchen

เครื่องใช้ภายในบ้าน



- Fitness

ฟิตเนส และเครื่องออกกำลังกาย



- Fashion

สินค้าแฟชั่นต่างๆ



- อุปกรณ์ดูแลรถยนต์

และการเดินทาง



- สินค้าของมงคล
และอื่นๆ



บริษัทฯ มีสินค้าที่หลากหลายและมีจำนวนรายการสินค้า มากถึง 2,000 รายการ

2. แผนการวางสื่อ (Media)

ในการซื้อสื่อเพื่อออกอากาศรายการแนะนำสินค้าทางโทรทัศน์ จะเป็นการขอเช่าเวลา ความยาวประมาณ 30 นาที ต่อครั้ง โดยทางบริษัทฯ มีเวลาออกอากาศทาง Free TV CH.7 , CH 5 , CH 9 , ช่องทางโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ที่เป็นช่องยอดนิยม , เคเบิลทีวี เช่น True Vision , CTH และ เคเบิลท้องถิ่น ซึ่งเวลาออกอากาศทางช่องทีวีหลัก (Free TV เดิม) บริษัทฯ จะได้เวลาออกอากาศ ในช่วงดึกๆ ประมาณ 02.00-04.00 น.ฯลฯ ซึ่งเป็นเวลาที่มีฐานผู้ชมน้อยที่สุด แต่ในปีนี้ หลังจากมีการเปิดสถานีทีวีดิจิตอล เพิ่มขึ้นอีก 24 ช่อง ถือเป็นโอกาสให้บริษัทฯ มีช่องทางในการออกอากาศทางโทรทัศน์มากขึ้น และมีเวลาออกอากาศรายการแนะนำสินค้าในช่วงกลางวัน ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่กลุ่มผู้ชมตรงกับสินค้า ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นการมีเวลาออกอากาศที่มากขึ้นเช่นนี้ ย่อมส่งผลทำให้ บริษัทฯ มียอดขายที่มากขึ้นตามมา

สถานีทีวีดิจิตอล หลายๆสถานี มีฐานมาจากการเป็น สถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมเดิม ตัวอย่างเช่น เนชั่น , เวิร์คพอยท์ , อาร์เอส และ วอยซ์ทีวี ฯลฯ ซึ่ง ทีวีใต้เร็ด มีเส้นเวลา สำหรับรายการแนะนำสินค้าของบริษัทฯ อยู่แล้ว จึงเป็นโอกาสที่จะต่อสัญญา และทำการออกอากาศร่วมกับผังรายการใหม่ของสถานีต่อไป

ส่วนสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ที่ทางบริษัทฯ ยังมีการเช่าเวลาออกอากาศอยู่ ก็ประสบภาวะของการเมือง เศรษฐกิจ การตลาด และกฎกติกาใหม่ของ กสทช. ทำให้ในช่วงปลายปี บางช่องต้องมีการปิดตัวไป ปัญหาใหญ่มาจากช่องทางการรับชมรายการทางโทรทัศน์ ที่มีความสับสนมาก จากหมายเลขช่องที่ไม่เหมือนกัน และ การกำหนด กฎ Must Carry ทำให้ทีวีดิจิตอล 36 ช่อง และ สถานีโทรทัศน์ทุกช่อง ต้องมีการจัดเรียงหมายเลขช่องกันใหม่ ส่งผลให้มีการรับชมรายการ และ เรตติ้ง ของหลายๆสถานีฯ เปลี่ยนไป การใช้โฆษณาทางโทรทัศน์ ก็ต้องจัดการวางแผนการตลาดกันใหม่ สถานีที่ยังอยู่ได้ จะต้องหากลยุทธ์ในการจัดผังรายการ เพื่อเรียกกระแสการรับชมให้เร็วที่สุด การตลาดในช่วงปลายปี ก็ส่งผลกระทบกับ ยอดขายของสื่อโทรทัศน์บ้างพอสมควร ทำให้เป้าหมายที่กำหนดไว้ตกไปเล็กน้อย แต่บริษัทฯ ก็มีการเตรียมแผนทางการตลาด สำหรับสื่อทีวีดิจิตอลไว้แล้ว สื่อใหม่นี้ถือเป็นแผนการวางสื่อ ที่จะทำให้เกิดตลาดการขายสินค้าผ่านทางโทรทัศน์ มีเป้าหมายเป็นไปตามที่ทางบริษัทฯ ต้องการต่อไป

TV DIGITAL 24 ช่อง และ ลำดับการจัดเรียงช่อง

ช่อง SD						ช่อง HD					
1		ททบ.5	16		ทีเอ็นเอ็น	23		เวิร์ลสปอร์ต ครีเอทีฟ ทีวี	30		อสมท HD
2		สทท.11	17		ทีเอชวี (ทีวีพูล)	24		ทรู4ยู	31		จีเอ็มเอ็ม วัน HD (แกรมมี่)
3		ไทยพีบีเอส	18		นิว ทีวี (เดลินิวส์)	25		จีเอ็มเอ็ม 25 (แกรมมี่)	32		ไทยรัฐ ทีวี HD
4		ไทยพีบีเอส เด็ก	19		สปริงนิวส์	26		นาว ทีวี (เนชั่น)	33		ช่อง3 HD
13		ช่อง3 แฟมิลี เด็ก	20		ไบรท์ ทีวี	27		ช่อง8 (ชาร์เตอร์)	34		อมรินทร์ ทีวี HD
14		อสมท เด็ก	21		วอยซ์ ทีวี	28		ช่อง3 SD	35		ช่อง7 HD
15		โลกา (ทีวีพูล) เด็ก	22		เนชั่น	29		โมโน ทีวี	36		พีพี ทีวี HD

3. แผนการผลิตรายการ (Production)

บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของหน้าตาตัวนี้ ว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่าในการลงทุนทั้งหมด ดังนั้นบริษัทฯ จึงวางแผนในการผลิตโชว์ หรือ การผลิตรายการแนะนำสินค้า ให้ได้ภาพ เสียง และ เนื้อหาที่จะสร้างความน่าเชื่อถือ ความน่าสนใจ ให้กับสินค้า โดยการลำดับขั้นตอนของการนำเสนอ ที่จะต้องเร้าใจผู้ชมให้ติดตามรับชมได้ครบทั้ง 25 นาที ซึ่งผู้นำเสนอ ผู้สาธิตสินค้า จะต้องมีความเก่ง มีหน้าตาและบุคลิกที่จะสร้างการรับชม ทางบริษัทฯ ได้จัดหา ดารา นักแสดง , คนที่มีชื่อเสียง คนที่มีหน้าตา และ บุคลิกดี มาร่วมในโชว์ให้ได้มากที่สุด ไม่ว่าจะให้เข้ามาเสริมโดยการเป็น พิธีกร เป็นผู้ใช้สินค้า หรือ ผู้สาธิตสินค้า ซึ่งจะเห็นได้ว่าการนำเสนอรายการในปีนี้มีหลากหลาย องค์การ และ น่าชมมาก ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้าง ภาพ เสียง ฉาก ของรายการ ที่ประทับใจ โดยนำแนวคิดหลักของธุรกิจ เป็นบทหลักในการนำเสนอ คือ “ Entertaining People with Information ”

อีกปัจจัยคือ เรื่องของเทคโนโลยีในปัจจุบันระบบการออกอากาศที่มีความคมชัดสูง Full HD บริษัท ทีวี ไดเรค ก็ได้เตรียมพร้อมใน การจัดหาเครื่องมือ การตัดต่อแปลงไฟล์ และการส่งสัญญาณภาพออกอากาศ ที่จะรองรับ HD ได้ครบทุกขั้นตอน ส่งผลให้รายการแนะนำสินค้าในปัจจุบัน มีภาพคมชัด มีความน่าสนใจ สามารถเรียกการรับชม การสร้างเรตติ้ง และการสร้างยอดขายได้เป็นอย่างดี



4. แผนการขายทางโทรศัพท์ (Tele Marketing)

ปลายทางสุดท้ายที่จะสร้างยอดขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือ การมีพนักงานขายที่เข้าใจสินค้า และมีทักษะในการแนะนำการขายให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ดังนั้นหากลูกค้ามีความประสงค์ที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ เมื่อได้ติดต่อโทรศัพท์เข้ามาตามหมายเลขโทรศัพท์ที่แสดงไว้ในโฆษณาต่างๆ บริษัทฯ ได้จัดพนักงานขายแบบโทรเข้า (Inbound Call Center) เพื่อรองรับคำสั่งซื้อ ซึ่งมีพนักงานเตรียมไว้ที่จะรับสาย ได้มากถึง 1,000 รายต่อชั่วโมง และ ยังมีระบบ Voice Response Unit ที่จะทำให้ลูกค้า ที่โทรศัพท์เข้ามาสามารถฝากข้อความ ให้เจ้าหน้าที่ติดต่อกลับโดยไม่ต้องรอ อีกทั้งยังมี ระบบ Automatic Distribution Calling , ระบบ Call Abundance และ ระบบ Call Overflow ที่มีความพร้อมรองรับสายได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด



พนักงานได้รับการฝึกอบรม จนมีความเข้าใจในตัวสินค้าและบริการ และฝึกซ้อมให้มีทักษะสามารถให้รายละเอียดและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการแก่ลูกค้า อีกทั้งมี หัวหน้าทีม ที่มีประสบการณ์การขายสินค้าของบริษัทฯเป็นอย่างดี

มีศักยภาพที่จะเข้าช่วยในการแก้ปัญหา ตอบคำถาม ตีรอนการขาย เพราะบางกรณีจะมีลูกค้า ที่มีข้อสงสัยต้องการ ติดต่อกับเจ้าหน้าที่ที่มีอำนาจ เราก็อพร้อมในทันที ในการรับโทรศัพท์ขายสินค้าทุกครั้ง บริษัทฯ ได้ฝึกให้พนักงานทำการแนะนำสินค้า และ โปรโมชันของสินค้าอื่นๆเพิ่มเติม (Up Sell) ซึ่งถือเป็นการเพิ่มยอดขายอีกด้านหนึ่ง

การขายสินค้า และ การแนะนำโปรโมชั่นต่างๆ ซึ่งได้มีการจัดขึ้นทุกวัน เป็นการเพิ่มการขาย และการสร้างการตลาดให้กับทีมขาย ส่งผลงานที่ดี ให้กับพนักงานขาย ซึ่งผลตอบแทนที่พนักงานได้รับ นอกจากมีค่าคอมมิชชั่นที่ดีแล้ว ยังมีการส่งเสริมให้พนักงานได้ของขวัญ ของรางวัล หรือ การไปเที่ยวต่างประเทศได้อีก

5. ระบบข้อมูลและการจัดการที่มีประสิทธิภาพ

ข้อมูลสินค้า ราคา และการขาย ตลอดจนการจัดเก็บข้อมูลต่างๆ การบันทึกการขาย ถือเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะเป็นส่วนสนับสนุน ส่งเสริมประสิทธิภาพ ในการทำงานการขาย ระบบต่างๆ ที่ทางบริษัทฯ จัดเตรียมไว้ มีความสามารถใช้งานได้ online และ สื่อข้อมูลได้ทุกสาขา และ สายส่ง ทั่วประเทศ ทั้งนี้ พนักงานทุกๆส่วนงาน ตั้งแต่ พนักงานขาย บัญชี การตลาด ตลอดจนฝ่ายผลิต สามารถนำข้อมูลที่มีในระบบ ไปใช้วิเคราะห์ วางแผน และ จัดการ ได้เป็นอย่างดี การจัดการ การขายหรือ การบริการ ที่รวดเร็ว หรือ การเข้าถึงสถานะของลูกค้า และ การขาย ที่มีประสิทธิภาพนี้ ยังส่งผลในการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และ ผู้ใช้บริการได้ดี ระบบการบริการ Call Center และ ฐานข้อมูล นี้ ยังถือเป็นการตลาด ในการสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ อีกช่องทางหนึ่งเช่นกัน ความสำคัญของปัจจัยสุดท้ายนี้ จึงสร้างความสมบูรณ์ ให้กับงานฝ่ายการตลาดที่วิ ที่จะจัดระบบงาน การขาย การจัดการ และ การทำรายงาน ที่ถูกต้องชัดเจน สามารถนำมาวิเคราะห์ และ ติดตามงานได้เป็นอย่างดีต่อไป

(2) การตลาดและการแข่งขัน

(2.1) กลยุทธ์การตลาด และ สถานการณ์คู่แข่ง

กลยุทธ์หลักทางการตลาด

1. **Product** คัดเลือกสินค้าหลัก สินค้าที่จะสร้างยอดขาย เพื่อเป็นตัวหลักในการสร้างการตลาดในแต่ละปีให้กับบริษัทฯ ซึ่งสินค้ากลุ่มนี้จะต้องมีจุดขาย มีความเด่น มีคุณภาพ เป็นที่ต้องการ และสามารถสร้างกระแสการขายได้
2. **Place** การใช้ช่องทางการตลาดทางทีวี โดยเน้นไปที่ สถานีโทรทัศน์ที่มีเรตติ้ง มีจำนวนผู้ชม และสามารถออกอากาศ ในเวลาภาคปกติ ทำให้บริษัทฯ สามารถนำเสนอข้อมูลสินค้าและการบริการ ได้ตรงเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เป็นจำนวนมาก
3. **Price** การกำหนดราคา , ส่วนลด และ Promotion โดยการนำเสนอ ราคาของสินค้าหรือบริการ ที่มี ส่วนลด ของแถม หรือ การแถมสินค้าชนิดอื่นให้แก่ลูกค้า ซึ่งโปรโมชั่นของสินค้าจะมีความน่าสนใจ และจูงใจมากขึ้นมากกว่าคู่แข่งในประเภทเดียวกัน
4. **Program** การผลิตรายการแนะนำสินค้า ที่น่าสนใจ น่าติดตาม ด้วยการจัดรายการ การสาธิต วิธีการใช้ และกระบวนการนำเสนอ ด้วยทีมนักแสดง ดารา คนที่มีชื่อเสียง ที่จะสร้างการจดจำรายการได้เป็นอย่างดี ความยาวรายการ ที่สามารถสร้างการตอบรับ โทรสั่งซื้อได้ในทันที และมีการตอกย้ำด้วยการตัดต่อรายการให้ เป็นสโปตโฆษณาสั้นๆ ที่จะสร้างการรับรู้ได้มากขึ้น Awareness

ส่วนสนับสนุนอื่นๆ อาทิเช่น

การบริการ ได้แก่ การส่งมอบสินค้าที่รวดเร็ว บริษัทมีระบบจัดส่งสินค้าโดยตรงต่อลูกค้าภายในเวลา 3-7 วัน สำหรับลูกค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และภายใน 4-14 วัน สำหรับลูกค้าในต่างจังหวัด โดยบริษัทมีระบบสายส่งสินค้าจากจุดกระจายสินค้าเพื่อนำสินค้าไปส่งให้แก่ลูกค้าครอบคลุมพื้นที่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศไทย ระบบการจัดส่งสินค้า มีดังนี้

(1) บริษัทขนส่งสินค้าจากคลังสินค้าไปที่ศูนย์กระจายสินค้าหลัก หรือสาขาร้านค้าปลีกต่างๆ โดยใช้รถขนส่งสินค้า ปัจจุบันมีจำนวนกว่า 24 คัน

(2) บริษัทใช้บริการสายส่งในการจัดส่งสินค้า โดยบริษัทฯ มีระบบจัดส่งสินค้าโดยตรง จัดส่งลูกค้าต่างจังหวัด และหากเป็นสินค้าที่มีขนาดเล็ก บริษัทอาจใช้การจัดส่งสินค้าผ่าน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยลูกค้าจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าจัดส่ง

การรับประกันความพึงพอใจในสินค้า บริษัทรับประกันความพอใจในสินค้า ซึ่งลูกค้ามีสิทธิยกเลิกการซื้อสินค้าภายในเวลา 30 วันนับแต่ได้รับสินค้า โดยบริษัทยินยอมรับสินค้าดังกล่าวคืน พร้อมคืนเงินให้ลูกค้า

การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าต่อเนื่อง และการบริการหลังการขาย บริษัทจัดให้มีพนักงานติดต่อสอบถามข้อมูลจากลูกค้า ภายหลังจากได้รับมอบสินค้าและบริการ เพื่อสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทำให้เกิดความประทับใจ และสร้างการซื้อซ้ำ หรือการซื้ออย่างต่อเนื่อง และ การมีศูนย์บริการลูกค้า เพื่อตอบข้อสงสัยต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

(2.2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย




ฐานลูกค้า ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มครอบครัว ที่มีฐานะปานกลางขึ้นไป มีสไตล์การใช้ชีวิตที่ทันสมัย มีอำนาจซื้อ และอยู่ในเมือง ในปัจจุบัน ทางบริษัทมีฐานลูกค้าประมาณ 3 ล้านกว่าราย และ ทุกไตรมาส จะมีฐานลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น ประมาณ 100,000 ราย

(2.3) การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

สถานีโทรทัศน์ ของบริษัท ทีวีไอดีเร็ก เพื่อตอบรับการขายสินค้าของบริษัท

บริษัทฯ ได้จัดทำสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมเป็นของตนเอง ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดปัญหา ในกรณีที่ บริษัทฯ ไม่ได้เป็นเจ้าของสื่อเอง และเพื่อการทดลอง Test สินค้า โดยจัดสร้างเป็น สถานีวไรตี้ มีจำนวน 3 ช่อง แยกประเภท และกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

- | | | |
|----|----------------------------|--|
| 1. | Health & Family | สถานีสุขภาพและครอบครัว
Target : Family and Healthy People |
| 2. | Beauty TV | สถานีแฟชั่นและความงาม
Target : Woman |
| 3. | 55 Channel | สถานีการตลาด และ SME
Target : All People |

ลำดับ	ช่องสถานี	ช่องทางรับชม	ฐานผู้ชม SAT TV
1	 Health and Family	กล้อง PSI ช่องที่ 91 , กล้อง Big4 ช่องที่ 54 , กล้อง GMMZ ช่องที่ 55 ระบบ C-BAND	12 ล้านครัวเรือน
2	 Beauty TV	กล้อง PSI ช่องที่ 56 , กล้อง Big4 ช่องที่ 56 , กล้อง GMMZ ช่องที่ 60 ระบบ C-BAND	12 ล้านครัวเรือน
3	 55 Channel	กล้อง PSI ช่องที่ 55 , กล้อง Big4 ช่องที่ 55 , กล้อง GMMZ ช่องที่ 5 ระบบ C-BAND / KU BAND	15 ล้านครัวเรือน

(2.4) ภาพรวมอุตสาหกรรม และการแข่งขัน

ตั้งแต่ปี 2556 จนถึงปัจจุบัน ได้มีบริษัทฯ ที่ทำธุรกิจ ในรูปแบบโฮมช้อปปิ้ง จากต่างชาติ เข้ามาเปิดธุรกิจร่วมกับคนไทย ซึ่งในปัจจุบันมีรายใหญ่ในตลาดทีวี ได้แก่

- True Select บริษัท ทรู จีเอส จำกัด ร่วมทุนกับโฮมช้อปปิ้งจากประเทศเกาหลีใต้ จีเอสช็อป (GS Shop) และ บริษัท ทรูวิชั่นส์ , บริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด, บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
- O Shopping บริษัท จีเอ็มเอ็ม ซีโอ ช้อปปิง จำกัด จากประเทศเกาหลีใต้ บริษัท ซีเจ โอ ช้อปปิง จำกัด ร่วมกับ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)
- Shop Channel บริษัท ช้อปป โกลบอล (ประเทศไทย) จำกัด โฮมช้อปปิง จากประเทศญี่ปุ่น บริษัท ซูมิโตโม คอร์ปอเรชั่น กรุ๊ป, บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) และบริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด
- 1577 บริษัท 1577 Home Shopping จำกัด โดย บริษัท พรอพเพอร์ตี้ เทคโนโลยี จำกัด สำหรับบริษัทนี้ ดำเนินธุรกิจโดยคนไทย

ผู้ประกอบการโฮมช้อปปิงจาก ประเทศจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ที่ได้เข้ามาทำตลาดในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องมาจาก แต่ละรายเล็งเห็นโอกาสในการขยายธุรกิจนี้ หลังจากที่แต่ละบริษัทฯ ได้ประสบความสำเร็จในประเทศตนเองมาแล้ว แต่แนวทางการทำตลาดในประเทศไทย อาจจะได้ผลไม่รวดเร็วนัก ขณะที่ผลิตภัณฑ์บางชนิด ก็อาจ

ไม่ได้รับการตอบรับเท่าที่ควร เนื่องจากข้อจำกัดของชนบทกรรมนิยมประเพณี และ ข้อกฎหมาย ความแตกต่างกันด้านวัฒนธรรม หรือการสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคได้ไม่เต็มที่เท่าที่ควร

แม้ตลาดโฮมช้อปปิ้งไทยจากอดีตถึงปัจจุบัน จะมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องมาตลอด แต่ก็ยังมีข้อจำกัดที่ค่อนข้างเข้มงวด ในด้านการนำเสนอ การขายหรือการให้ข้อมูลข่าวสาร ที่เกี่ยวข้องกับ หน่วยงานราชการที่บางหน่วยงาน เช่น สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สำนักงานเลขาธิการอาหารและยา (อย.) และอื่นๆ จึงทำให้ตลาดโฮมช้อปปิ้งไทย ยังไม่ได้โอกาสในการขยายตัวได้สูง เทียบระดับเดียวกับประเทศผู้นำด้านโฮมช้อปปิ้งอื่นๆ ในเอเชีย เช่น จีน ไต้หวัน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้

บริษัทฯ ได้พิจารณาถึง ภาพการณ์การแข่งขันของกลุ่มผู้ประกอบการโฮมช้อปปิ้ง ซึ่งแต่ละรายต่างจัดหาจุดเด่น จุดขายของสินค้า เพื่อสร้างความแตกต่าง และสร้างความน่าสนใจ ทีวีใต้เร็ดฯ เชื่อมั่นในความพร้อม และ ความเป็นผู้มีประสบการณ์ ทางด้านการตลาดขายตรงในประเทศไทย และได้มีการวางแผนกำหนดนโยบายการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ ได้มีการกำหนดให้ช่องทางการขายผ่านโทรทัศน์เป็นสื่อหลักในการสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ การจัดการลงทุนและการพัฒนารูปแบบรายการแนะนำสินค้า ให้มีความสนุก ความน่าสนใจ การสร้างการรับชมให้มากขึ้น การจัดสินค้า ที่จะตอบรับ ความต้องการ และการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่มากขึ้น มุ่งเน้นการทำการตลาดเชิงรุก ที่จะเห็นผล และตอบสนองตลาด ได้อย่างรวดเร็ว บริษัท ทีวีใต้เร็ด จำกัด (มหาชน) มั่นใจในการรักษาฐานลูกค้า และ การขายให้เป็นไปตามเป้าหมายได้อย่างแน่นอน

2. การตลาดแบบตรง (Direct Marketing)

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทจำหน่ายสินค้าและบริการโดยใช้การตลาดแบบตรงในการเสนอขายสินค้าและบริการผ่านระบบโทรศัพท์แบบรับสายเข้าและโทรออก (Inbound/ Outbound Call Center) สื่อสิ่งพิมพ์ (Direct Printing) และระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (E-Commerce)

สินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายมีจำนวนมากกว่า 2,000 รายการ โดยมีรายละเอียดประเภทสินค้าตามที่แสดงไว้ในส่วนงานการตลาดทางทีวี

(2) การตลาดและการแข่งขัน

(2.1) กลยุทธ์ด้านการตลาด

เพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ บริษัทดำเนินกลยุทธ์ด้านการตลาดดังนี้

1. การคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพและมีสินค้าหลากหลายประเภท บริษัทมีนโยบายคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ และเป็นสินค้าที่ลูกค้าไม่สามารถหาซื้อได้ตามร้านจำหน่ายสินค้าโดยทั่วไป รวมทั้งบริษัทมีสินค้าหลากหลายประเภทนำเสนอต่อลูกค้า

2. การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ บริษัทจะให้ความสำคัญในการนำเสนอข้อมูลของสินค้าและบริการต่อลูกค้าที่ชัดเจน เพื่อให้สินค้าและบริการของบริษัทสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจแก่ลูกค้าภายใต้แนวคิด "Entertaining People with Information"

3. การทำแบบจำลองข้อมูล (Data Model) ศึกษาข้อมูลความต้องการของลูกค้ากลุ่มต่างๆ และนำเสนอขายสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิต (Life Style) ของลูกค้า และบริษัทมีการวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลฐานข้อมูลลูกค้าดังกล่าว เพื่อใช้ประกอบในการเสนอขายสินค้าและบริการให้เหมาะสมและตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย

4. การส่งมอบสินค้าที่รวดเร็ว บริษัทมีระบบจัดส่งสินค้าโดยตรงต่อลูกค้าภายในเวลา 3-7 วันสำหรับลูกค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และภายใน 4-14 วัน สำหรับลูกค้าในต่างจังหวัด โดยบริษัทมีระบบสายส่งสินค้าจากจุดกระจายสินค้าเพื่อนำสินค้าไปส่งให้แก่ลูกค้าครอบคลุมพื้นที่ทุกภูมิภาคของประเทศ

5. การรับประกันความพึงพอใจในสินค้า บริษัทรับประกันความพอใจในสินค้าที่ลูกค้าซื้อ ลูกค้ามีสิทธิยกเลิกการซื้อสินค้าภายในเวลา 30 วันนับแต่ได้รับสินค้า โดยบริษัทยินยอมรับสินค้าดังกล่าวคืน พร้อมคืนเงินให้ลูกค้า

6. การบริการหลังการขายและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าต่อเนื่อง บริษัทจัดให้มีพนักงานติดต่อสอบถามข้อมูลจากลูกค้าภายหลังจากได้รับมอบสินค้าและบริการ เพื่อสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดการซื้อสินค้ากับบริษัทอย่างต่อเนื่อง

(2.2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าทั่วไปที่มีการใช้ชีวิตทันสมัย มีอำนาจซื้อ ทุกเพศ ทุกวัย

(2.3) การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทได้ใช้ช่องทางการจำหน่ายหลายหลายช่องทาง (Multi Channel Marketing) เพื่อเสนอขายสินค้าและบริการ ดังนี้

1. ระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center)

บริษัทเสนอขายสินค้าและบริการผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออก โดยบริษัทจัดให้มีพนักงานดูแลและแนะนำผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์จำนวน กว่า 600 ราย ปฏิบัติงานที่ศูนย์บริการทางโทรศัพท์และลูกค้าสัมพันธ์ทางโทรศัพท์ (Call Center) ทุกวันในช่วงเวลา 9.00-18.00 น. เพื่อโทรศัพท์ติดต่อลูกค้าจากฐานข้อมูลรายชื่อที่ทางบริษัทจัดเตรียมให้ ซึ่งพนักงานจะนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการต่อลูกค้าควบคู่ไปด้วย โดยพนักงานดังกล่าวได้รับการฝึกอบรมให้มีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้ดูแลลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง หากลูกค้ามีความประสงค์ที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ สามารถแจ้งความประสงค์ในการซื้อสินค้าและบริการกับพนักงานดังกล่าวได้

2. สื่อสิ่งพิมพ์ (Direct Response Printing)

บริษัทเสนอขายสินค้าและบริการผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ดังนี้

(ก) แค็ตตาล็อก (Catalogue) บริษัทมีการจัดทำแค็ตตาล็อกแบบ 4 สีทั้งเล่ม ซึ่งมีการจัดพิมพ์เป็นประจำทุกๆ 2 เดือน ครั้งละประมาณ 80,000-100,000 เล่ม เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการของบริษัทที่หลากหลายกว่า 280 รายการ ภายใต้ตราสินค้าต่างๆ จัดส่งให้แก่ลูกค้าของบริษัทตามฐานข้อมูลลูกค้าที่บริษัทคัดเลือก เพื่อให้ลูกค้ารับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

(ข) แผ่นพับ โบรชัวร์ ใต้เร็คเมลล์ เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการและโปรโมชั่นต่างๆ เป็นประจำในทุกๆ เดือน โดยจัดส่งให้ฐานรายชื่อลูกค้าของบริษัท และบริษัทต่างๆ ที่ร่วมเป็นพันธมิตรในการทำธุรกิจ อาทิเช่น บัตรเครดิต ประกันภัย อสังหาริมทรัพย์ ฯลฯ ซึ่งเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขาย สร้างฐานลูกค้าใหม่ และรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิม

ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าที่บริษัทเสนอขายผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ โดยการโทรศัพท์เข้ามาสั่งซื้อสินค้าและบริการได้ที่ระบบโทรศัพท์แบบโทรเข้า (Inbound Call Center) ตามหมายเลขโทรศัพท์ที่บริษัทกำหนด โดยบริษัทจัดให้มีพนักงานรับโทรศัพท์เพื่อรองรับคำสั่งซื้อกว่า 20 คน ตลอด 365 วัน โดยพนักงานดังกล่าวได้รับการฝึกอบรมให้มีความเข้าใจและเชี่ยวชาญในสินค้าและบริการ และสามารถให้รายละเอียดและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการแก่ลูกค้า โดยบริษัทได้จัดให้มีระบบ Voice Response Unit เพื่อให้ลูกค้าที่โทรศัพท์เข้ามาสอบถามหรือฝากข้อความติดต่อกลับ นอกจากนี้ บริษัทยังจัดให้มีระบบโทรสารรองรับคำสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบโทรสาร เพื่อรองรับลูกค้าที่มีความประสงค์สั่งซื้อสินค้าและบริการทางโทรสาร

3. ระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (E-Commerce)

บริษัทเสนอขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ดังนี้

เว็บไซต์ของบริษัท www.tvdirect.tv โดยเริ่มให้บริการในเดือนมกราคม 2553 เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้ากลุ่มลูกค้าปลีก คือ กลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไป ลูกค้าสามารถลงทะเบียนและสั่งซื้อสินค้าตามหมวดหมู่ต่างๆ ที่แสดงรายละเอียดไว้ในเว็บไซต์ นอกจากนี้ บริษัทมีการสื่อสารข้อมูลกับลูกค้าสมาชิกด้วย Email Marketing เพื่อนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ รายการโปรโมชั่นต่างๆ

และเชื่อมความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งมีการสื่อสารข้อมูลกับลูกค้าผ่านสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า และกลุ่มเป้าหมาย

นอกจากนี้ ในปี 2557 บริษัท ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของจำนวนผู้ใช้ Smart Phone ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และได้พัฒนาระบบเว็บไซต์ให้รองรับการใช้งานบน Smart Phone หรือ Mobile Site ซึ่งได้เริ่มใช้ในปี 2558

นอกจากนั้น บริษัทยังนำเสนอสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์อื่นๆ เช่น www.tarad.com www.ensogo.com www.lazada.co.th www.cddiscount.co.th LINE HOT DEAL เป็นต้น

การขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ จะขึ้นตอนการสั่งซื้อที่มีความสะดวก และ สามารถเลือกชำระเงินค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิต โอนเงินผ่านธนาคาร (Internet Banking, ATM และ Mobile Banking) ผ่านระบบรับชำระ Counter Service และชุดรับชำระต่างๆ รวมไปถึงการชำระเงินปลายทาง (Cash on Delivery) ด้วยพนักงานจัดส่งของบริษัท

(2.4) ภาพรวมอุตสาหกรรม

จากการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลโดยบริษัท ทีวี ไดเร็ก จำกัด (มหาชน) มูลค่าตลาดรวมของธุรกิจตลาดแบบตรง (Direct Marketing) ในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

1. การเสนอขายสินค้า บริการ และประกัน ผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center) ในปี 2557 มีมูลค่ารวมประมาณ 11,000 ล้านบาท ปัจจัยที่มีส่วนช่วยสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจการเสนอขายสินค้าและบริการผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออก ได้แก่ การขยายตัวของระบบโทรศัพท์พื้นฐาน และโทรศัพท์มือถือ ทั้งนี้การนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการต่อผู้บริโภคผ่าน ระบบโทรศัพท์แบบโทรออก สามารถนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเสนอขายสินค้าและบริการผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออกในประเทศไทยจำนวนประมาณ 150 ราย และมีผู้ประกอบการที่มีศักยภาพที่เข้ามามีส่วนร่วมในธุรกิจดังกล่าวเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการที่สำคัญ ได้แก่ บริษัทประกันชีวิตและประกันภัยต่างๆ, บริษัท ทีวี ไดเร็ก จำกัด (มหาชน), Property Technology Co., Ltd. ส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจเสนอขายสินค้าและบริการผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

2. การเสนอขายสินค้าและบริการผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ในปี 2557 มีมูลค่ารวมประมาณ 5,700 ล้านบาท ปัจจัยที่มีส่วนช่วยสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจการเสนอขายสินค้าและบริการผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ วิถีชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปจากที่ต้องเห็นและทดลองการใช้สินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ ไปเป็นการต้องการความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้า และรูปแบบการชำระเงินที่มีให้เลือกมากขึ้น โดยการนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการต่อผู้บริโภคผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สามารถนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเสนอขายสินค้าและบริการผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยจำนวนประมาณ 30 ราย และมีผู้ประกอบการที่มีศักยภาพที่เข้ามามีส่วนร่วมในธุรกิจดังกล่าวเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการที่สำคัญ ได้แก่ 7-Catalog, HIS & HER, Trendy Day, บริษัท ทีวี ไดเร็ก จำกัด (มหาชน) ส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจการเสนอขายสินค้าและบริการผ่านสื่อสิ่งพิมพ์มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

3. การเสนอขายสินค้าและบริการผ่านระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (E-Commerce แบบ B2C) ในปี 2557 มีมูลค่ากว่า 121,340 ล้านบาท ปัจจัยที่มีส่วนช่วยสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจการเสนอขายสินค้าและบริการผ่านระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ ได้แก่ การขยายตัวของอินเทอร์เน็ต และโซเชียลเน็ตเวิร์ก (Social Network) รวมไปถึงระบบรับชำระเงินออนไลน์ (Online Payment) และการจัดส่ง (Fulfillment) โดยการนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการต่อผู้บริโภคผ่านระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์สามารถนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเสนอขายสินค้าและบริการผ่านระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ในประเทศไทยจำนวนกว่า 500,000 ราย และมีผู้ประกอบการที่มีศักยภาพที่เข้ามามีส่วนร่วมในธุรกิจดังกล่าวเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการที่สำคัญ ได้แก่ Lazada โดย Rocket Internet, weloveshopping.com และ iTrueMart.com โดย True Corporation, tarad.com, centralonline.com โดยกลุ่ม Central, pantipmarket.com, tohome.com, officemate.co.th,

ensogo.com, mods.co.th (The Mall Group) และ central.co.th (Central Group), CDiscount.co.th ในเครือ Big C, ส่งผลการแข่งขันในธุรกิจการเสนอขายสินค้าและบริการผ่านระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

(2.5) ภาวะการแข่งขัน

ธุรกิจตลาดแบบตรงเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงในด้านการใช้ช่องทางในการเสนอขายสินค้าและบริการ และการแข่งขันในการสรรหาสินค้าและบริการมาเสนอขาย ทั้งนี้ สามารถแบ่งกลุ่มคู่แข่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมออกเป็นกลุ่มต่างๆ ได้ดังนี้

1. กลุ่มผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจหลักด้านธุรกิจตลาดแบบตรง โดยจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ได้แก่ ไทเรคเมลล์ เมลล์โอเตอร์ ระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center) และระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ ผู้ประกอบการที่สำคัญในกลุ่มนี้ ได้แก่ Property Technology Co., Ltd., บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งให้บริการ 7-Catalog

2. กลุ่มผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจหลักด้านการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านร้านค้าปลีก หรือศูนย์การค้า หรือดีพาร์ทเมนต์สโตร์ และต่อมาได้ขยายส่วนธุรกิจไปประกอบธุรกิจการตลาดแบบตรงร่วมด้วย โดยจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทางจัดจำหน่ายที่สำคัญ ได้แก่ ผ่านไทเรคเมลล์ เมลล์โอเตอร์ แค็ตตาล็อก ระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ ผู้ประกอบการที่สำคัญในกลุ่มนี้ ได้แก่ Central, The Mall

3. กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของสินค้าและบริการ และร่วมกับผู้ประกอบการบัตรเครดิต เพื่อนำเสนอขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านไทเรคเมลล์ เมลล์โอเตอร์ แค็ตตาล็อก ซึ่งผู้ประกอบการในกลุ่มนี้มีจำนวนหลากหลายราย

บริษัทได้พิจารณาถึงภาวะการแข่งขันของกลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการแต่ละรายต่างมีจุดเด่นที่แตกต่างกัน ซึ่งถือเป็นการกำหนดตำแหน่งทางด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (Positioning) ที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม บริษัทมีนโยบายรองรับการแข่งขันที่สูงขึ้นในธุรกิจตลาดแบบตรงโดยการมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง การลงทุนในระบบเทคโนโลยีที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจของบริษัท เช่น ระบบโทรศัพท์ ระบบไฟฟ้า ระบบคอมพิวเตอร์ เป็นต้น การจัดหาโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลของลูกค้าซึ่งบริษัทมีฐานลูกค้าจำนวนประมาณ 3 ล้านกว่าราย เพื่อใช้ติดต่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและนำเสนอขายสินค้าและบริการต่างๆ ให้เหมาะสม รวมทั้งบริษัทได้ให้ความสำคัญกับการผลิตสื่อโฆษณาเพื่อแนะนำสินค้าและบริการโดยบริษัทมีสตูดิโอเป็นของตนเองเพื่อใช้ผลิตรายการ นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ และบริษัทได้พัฒนาการส่งมอบสินค้าต่อผู้บริโภคภายในระยะเวลารวดเร็ว บริษัทจึงเชื่อมั่นว่ามีความพร้อมและความสามารถเพียงพอที่จะรองรับการแข่งขันในการประกอบธุรกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต

(3) การจัดส่งสินค้า

บริษัทมีระบบจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า ดังนี้

(1) บริษัทขนส่งสินค้าจากคลังสินค้าไปที่ศูนย์กระจายสินค้าหลัก หรือสาขาร้านค้าปลีกต่างๆ โดยใช้รถขนส่งสินค้า ซึ่งปัจจุบันมีจำนวน 24 คัน

(2) บริษัทใช้บริการว่าจ้างสายส่งในการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้า โดยบริษัทมีระบบจัดส่งสินค้าโดยตรงแก่ลูกค้าภายใน 3-7 วันสำหรับลูกค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และภายใน 4-14 วัน สำหรับลูกค้าในต่างจังหวัด และหากเป็นสินค้าที่มีขนาดเล็ก บริษัทอาจใช้การจัดส่งสินค้าผ่านบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยลูกค้าจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าจัดส่ง

3. การตลาดทั่วไป (Conventional Marketing)

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทเสนอขายสินค้าและบริการแบบขายปลีกผ่านร้านค้า TV Direct Showcase รวมทั้งจำหน่ายสินค้าแบบขายส่งแก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายมีจำนวนรายการรวมกว่า 2,000 รายการ โดยมีรายละเอียดประเภทสินค้าตามที่แสดงไว้ในส่วนงานการตลาดทางทีวี

(2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(2.1) กลยุทธ์ด้านการตลาด

เพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ บริษัทดำเนินกลยุทธ์ด้านการตลาดดังนี้

1. การคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพและมีสินค้าหลากหลายประเภท บริษัทมีนโยบายคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ และเป็นสินค้าที่ลูกค้าไม่สามารถหาซื้อได้ตามร้านจำหน่ายสินค้าโดยทั่วไป รวมทั้งบริษัทมีสินค้าหลากหลายประเภทนำเสนอต่อลูกค้า
2. การคัดเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมในการเปิดร้านค้าปลีก โดยบริษัทจะเน้นการเปิดร้านค้าปลีกในแหล่งชุมชนที่มีกำลังซื้อ และมีความสะดวกสบายในการไปใช้บริการ
3. การคัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานขาย ด้วยระบบสารสนเทศ ที่ทันสมัย เพื่อให้การคัดเลือก สรรหา เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ บุคลากรมี ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ
4. การจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่อลูกค้า บริษัทมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ลูกค้าได้รับทราบข้อมูลสินค้าของบริษัท

(2.2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจการตลาดทั่วไป สามารถจำแนกได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าปลีก คือ กลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไปที่ซื้อสินค้าและบริการจากบริษัท ทั้งจากช่องทางต่างๆ ของบริษัท และ ลูกค้า รายย่อยทั่วไป
2. กลุ่มลูกค้าประเภทบริษัท นิติบุคคล ทั่วไป
3. กลุ่มลูกค้าขายส่งในประเทศ คือ กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากบริษัทเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ อาทิ ร้านขายยา ร้านขายสินค้าทั่วไป ผู้ประกอบการประเภทห้างสรรพสินค้าและดีพาร์ทเมนต์สโตร์ เป็นต้น
4. กลุ่มลูกค้าขายส่งต่างประเทศ คือ กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากบริษัทเพื่อนำไปจำหน่ายต่อในต่างประเทศ อาทิ ลูกค้าในอินโดนีเซีย

(2.3) การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทได้ใช้ช่องทางการจำหน่ายเพื่อเสนอขายสินค้าและบริการ ดังนี้

1. การเสนอขายสินค้าผ่านร้านค้าปลีกของบริษัท

บริษัทเสนอขายสินค้าแบบขายปลีกผ่านร้านค้าปลีกของบริษัท คือ ร้าน TV Direct Showcase ซึ่งตั้งอยู่ในทุกภูมิภาคของประเทศ ร้านค้าปลีกของบริษัทจะแบ่งรูปแบบของพื้นที่โดยการวางสินค้าไว้เป็นหมวดหมู่หลากหลายประเภทสินค้า และมีตัวอย่างสินค้าให้ลูกค้าทดลองใช้ เช่น เครื่องออกกำลังกายประเภทต่างๆ เป็นต้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีร้านค้าปลีก TV Direct Showcase จำนวน 84 แห่ง ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) โดยมีรายละเอียดดังนี้

จังหวัด	จำนวน (แห่ง)	ที่ตั้ง
กรุงเทพมหานคร	20	(1) สำนักงานใหญ่ (2) ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซา พระราม 2 (3) ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซา พระราม 3 (4) 4026,4028,4030 ซอย โรงหนังจักรวาล ถนน อโศก-ดินแดง เขตดินแดง (5) ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซา ปิ่นเกล้า (6) 296 ถนนพณิชยการธนบุรี แขวงวัดท่าพระ เขตบางกอกใหญ่ กทม (7) ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซา งามอินทรา (8) ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ บางกะปิ (9) ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ งามวงศ์วาน (10) ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ งามคำแหง (11) อาคารว่องวานิช ถนนพระราม 9 (12) อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ถนนสีลม (13) ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต (14) ศูนย์การค้าซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ (15) ศูนย์การค้าแฟชั่น ไอส์แลนด์ (16) ศูนย์การค้าสุพรีม คอมเพล็กซ์ สามเสน (17) ศูนย์การค้า พาราไดซ์ พาร์ค (18) ศูนย์การค้า ซีคอน สแควร์บางแค (19) ศูนย์การค้า บิ๊กซี วงศ์สว่าง (20) ศูนย์การค้า เฟลิกซ์โมลล์ วัชรพล
นนทบุรี	4	(1) 26/11 ถ.ประชาราษฎร์ ต.ตลาดขวัญ อ.เมือง จ.นนทบุรี (2) ศูนย์การค้า โฮมเวิร์ค ราชพฤกษ์ (3) ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซา รัตนาธิเบศร์ (4) ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซา แจ้งวัฒนะ
ปทุมธานี	1	323 ต.ประชาธิปไตย อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี
นครปฐม	2	88 ถ.ราชวิถี ต.พระปฐมเจดีย์ อ.เมือง จ.นครปฐม (2) เซ็นทรัลพลาซา ศาลายา
สมุทรปราการ	2	(1) 2014/2 หมู่ที่ 9 ถ.เทพารักษ์ ต.สำโรงเหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ (2) ศูนย์การค้า เมกาบางนา
สมุทรสาคร	1	1300/93 ถ.เอกชัย ต.มหาชัย อ.เมือง จ.สมุทรสาคร
เพชรบุรี	1	2/1 ทรัพย์สิน ซ.4 ถ.ราชวิถี ต.คลองกระแซง อ.เมือง จ.เพชรบุรี
ราชบุรี	2	(1) 178/5-6 ถ.เพชรเกษม ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ราชบุรี (2) ศูนย์การค้าโรบินสัน ราชบุรี
อยุธยา	1	161/37 ม.3 ต.คลองสวนพลู อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา
สุพรรณบุรี	1	249/289 ม. 5 ต.ท่าระหัด อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี
กาญจนบุรี	1	35/8 ถ.แสงชูโต อ.เมือง จ. กาญจนบุรี
นครสวรรค์	1	152/4 ถ.สวรรควิถึ ต.ปากน้ำโพ อ.เมือง จ.นครสวรรค์

จังหวัด	จำนวน (แห่ง)	ที่ตั้ง
ชลบุรี	5	(1) 112/177 หมู่ 1 ต.เสม็ด อ. เมือง จ. ชลบุรี (2) 212/14-15 หมู่ 5 ต.นาเกลือ อ.บางละมุง จ.ชลบุรี (3) ศูนย์การค้าเทสโก้ โลตัส สาขาอมตะนคร (4) ศูนย์การค้าแปซิฟิค พาร์ค ศรีราชา (5) ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ชลบุรี
จันทบุรี	1	30/255 หมู่ที่ 7 ต. จันทน์มิต อ.เมือง จันทบุรี
ระยอง	1	65/19 ถ.จันทอุดม ต.ท่าประดู่ อ.เมือง จ.ระยอง
ฉะเชิงเทรา	2	205 ถนน สุขประยูร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จ.ฉะเชิงเทรา (2) ศูนย์การค้าโรบินสันฉะเชิงเทรา
สระบุรี	1	184 ถ.พหลโยธิน ต.ปากเพรียว อ.เมือง จ.สระบุรี
ลพบุรี	1	136 ถนนนารายณ์มหาราช ต.ทะเลชุบศร อ.เมือง จ.ลพบุรี
กำแพงเพชร	1	722, 724 ถ.ราชดำเนิน 1 ต.ในเมือง อ.เมือง จ.กำแพงเพชร
เชียงใหม่	2	(1) 36/3 ถ.ห้วยแก้ว อ.เมือง จ.เชียงใหม่ (2) ศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่
เชียงราย	2	(1) 149/4 เทศบาลบ้านดู่ ถ.พหลโยธิน อ.เมือง จ.เชียงราย (2) ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า เชียงราย
ลำปาง	1	138/65-66 ถ.ดวงรัตน์ ต.สวนดอก อ.เมือง จ.ลำปาง
พิษณุโลก	2	(1) 298/14 ถ.บรมไตรโลกนาถ 2 ต.ในเมือง อ.เมือง จ.พิษณุโลก (2) ศูนย์การค้า เซ็นทรัล พลาซ่า พิษณุโลก
นครราชสีมา	2	(1) 223, 225 ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา (2) ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ โคราช
ขอนแก่น	2	(1) 182/133 ถ.ศรีจันทร์ อ.เมือง จ.ขอนแก่น (2) ศูนย์การค้า เซ็นทรัล พลาซ่า ขอนแก่น
อุดรธานี	2	26 ห้อง 1-2 ม.7 ถ.ทหาร ต.หมากแข้ง อ.เมือง จ.อุดรธานี (2) ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าอุดรธานี
อุบลราชธานี	1	188,190 ถ.อุปราชา ต.ในเมือง อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
สระแก้ว	1	(1) 97/238 ถนนสุวรรณศร ต.สระแก้ว อ.เมือง จ.สระแก้ว
ร้อยเอ็ด	2	41/1 ถ.ปัทมานนท์ ซ.1 ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ร้อยเอ็ด (2) ศูนย์การค้า โรบินสันร้อยเอ็ด
บุรีรัมย์	1	40/7 ถ.ธานี ต.ในเมือง อ.เมือง จ.บุรีรัมย์
ประจวบคีรีขันธ์	1	(2) ศูนย์การค้าหัวหิน มาร์เก็ต วิลเลจ
สุราษฎร์ธานี	2	(1) 263/4-5 ถ.ชนเกษม ต.ตลาด อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี (2) ศูนย์การค้า เซ็นทรัล พลาซ่า สุราษฎร์ธานี
นครศรีธรรมราช	1	8/16 ถ.พัฒนาการคูขวาง ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช
ภูเก็ต	2	(1) 110/1 ถนนวิชิตสงคราม ต.ตลาดเหนือ อ.เมือง จ.ภูเก็ต (2) ศูนย์การค้า เซ็นทรัล เฟสติวัล ภูเก็ต
สงขลา	2	488/5 ถ.เพชรเกษม อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา (2) ศูนย์การค้าไดอาน่าหาดใหญ่
ปัตตานี	1	300/67-68 ถ.หนองจิก ต.รูสะมิแล อ.เมือง จ.ปัตตานี
กระบี่	1	90/43 ถ.มหาราช ต.ปากน้ำ อ.เมือง จ.กระบี่
ตรัง	1	(2) ศูนย์การค้า โรบินสัน ตรัง

จังหวัด	จำนวน (แห่ง)	ที่ตั้ง
ชุมพร	1	116/7 ถ.กรมหลวงชุมพร ต.ท่าตะเภา อ.เมืองชุมพร จ.ชุมพร
เพชรบูรณ์	1	52/45 ถนนเทพาพัฒนา ต.ในเมือง อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์
นครพนม	1	357/7 ถนนเฟื่องนคร ต.หนองญาติ อ.เมือง จ.นครพนม
หนองคาย	1	ศูนย์การค้าบิกี้เจียง หนองคาย
มุกดาหาร	2	(1) ศูนย์การค้า บิกี้ มุกดาหาร (2) ศูนย์การค้า โรบินสันมุกดาหาร
รวม	84	

2. การเสนอขายสินค้าผ่านการขายส่ง

2.1 การขายส่งในประเทศ

บริษัทเสนอขายสินค้าแบบขายส่งในประเทศให้แก่ลูกค้าประเภทต่างๆ ดังนี้

(ก) ห้างสรรพสินค้า และห้างค้าปลีกแบบโมเดิร์นเทรด อาทิ เดอะมอลล์ดีพาร์ตเมนต์สตรี, บิ๊กซี, แม็คโคร, เทสโก้โลตัส, ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน

(ข) ร้านจำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่าง (Category Killer) เช่น โฮมเวิร์ค โฮมโปร ซูเปอร์สปอร์ต สपोर्टมอลล์

(ค) ผู้ประกอบการประเภทร้านขายยา และบริษัทต่างๆ

สำหรับการขายส่งในประเทศนั้น จะมีทั้งลักษณะที่เป็น (1) การขายขาด โดยลูกค้าจะสั่งซื้อสินค้ามายังบริษัท และบริษัทจะจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าตามรายการที่สั่งซื้อ โดยจะเก็บเงินค่าสินค้าทั้งหมดจากลูกค้าเมื่อส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า ซึ่งบริษัทจะให้เครดิตเทอมแก่ลูกค้าประมาณ 90 วัน และ (2) การฝากขาย โดยบริษัทจะเป็นผู้จัดหาสินค้าและนำสินค้าดังกล่าวไปฝากขายกับลูกค้า โดยลูกค้าจะชำระเงินค่าสินค้าให้แก่บริษัท เมื่อสามารถจำหน่ายสินค้าที่บริษัทนำไปฝากขายได้แล้วเท่านั้น ทั้งนี้ ลูกค้าที่เป็นลูกค้าฝากขายของบริษัท ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน, เดอะมอลล์ดีพาร์ตเมนต์สตรี, ซูเปอร์สปอร์ต เป็นต้น

2.2 การขายส่งต่างประเทศ

บริษัทเสนอขายสินค้าแบบขายส่งไปยังประเทศในกลุ่มอินโดจีน ได้แก่ ลาว กัมพูชา มาเลเซียและเวียดนาม สำหรับประเทศที่บริษัทย่อยของบริษัทมีการลงทุนในธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านการตลาดหลากหลายช่องทางนั้น บริษัทจะจำหน่ายสินค้าให้แก่บริษัทย่อยดังกล่าวทั้งหมด ประกอบด้วย Direct Response Television Co., Ltd. TV Direct Lao Co., Ltd. และ TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd.

(2.4) ภาพรวมอุตสาหกรรม

จากการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลโดยบริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) มูลค่าตลาดรวมของธุรกิจการตลาดทั่วไป (Conventional Marketing) ในหมวดค้าปลีกสินค้าวันต่อวันมีมูลค่ารวมประมาณ 4,100 ล้านบาท ในปี 2557 ปัจจุบันที่มีส่วนช่วยสนับสนุนการขายตัวของธุรกิจตลาดแบบตรง ได้แก่ ความสามารถในการซื้อของผู้บริโภค การขยายตัวของศูนย์การค้า ปัจจุบันมีผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจการตลาดทั่วไป (Conventional Marketing) ในประเทศไทยจำนวนมาก และมีผู้ประกอบการที่มีศักยภาพที่เข้ามามีส่วนร่วมในธุรกิจตลาดแบบตรงเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการที่สำคัญ ได้แก่ Boots, Watson, Loft ซึ่งจะสะท้อนถึงการแข่งขันในธุรกิจตลาดแบบตรงที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

(2.5) ภาวะการแข่งขัน

ธุรกิจตลาดทั่วไปมีการแข่งขันสูงในด้านการใช้ช่องทางในการเสนอขายสินค้าและบริการ และการแข่งขันในการสรรหาสินค้าและบริการมาเสนอขาย ทั้งนี้ สามารถแบ่งกลุ่มคู่แข่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมออกเป็นกลุ่มต่างๆ ได้ดังนี้

1. กลุ่มผู้จำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องออกกำลังกาย
2. กลุ่มผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ความงามและอาหารเสริม
3. กลุ่มผู้จำหน่ายเครื่องใช้ในครัวเรือน
4. กลุ่มผู้จำหน่ายสินค้าหลากหลายประเภท

บริษัทได้พิจารณาถึงภาวะการแข่งขันของกลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการแต่ละรายต่างมีจุดเด่นที่แตกต่างกัน ซึ่งถือเป็นการกำหนดตำแหน่งทางด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (Positioning) ที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม บริษัทมีนโยบายรองรับการแข่งขันที่สูงขึ้นในธุรกิจตลาดทั่วไปโดยการมีเพิ่มจำนวนร้านค้าปลีก TV Direct Showcase เพื่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) และการจำหน่ายสินค้าให้ผู้ประกอบการค้าส่งและค้าปลีกให้มีจำนวนรายเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ และบริษัทได้พัฒนาการส่งมอบสินค้าต่อผู้บริโภคภายในระยะเวลารวดเร็ว บริษัทจึงเชื่อมั่นว่ามีความพร้อมและความสามารถเพียงพอที่จะรองรับการแข่งขันในการประกอบธุรกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต

(3) การจัดส่งสินค้า

บริษัทมีระบบจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า ดังนี้

1. การขนส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าในประเทศ บริษัทจะดำเนินการจัดส่งโดยตรง ดังนี้

(ก) บริษัทขนส่งสินค้าจากคลังสินค้าไปที่ศูนย์กระจายสินค้าหลัก หรือสาขาร้านค้าปลีกต่างๆ โดยใช้รถขนส่งสินค้าซึ่งปัจจุบันมีจำนวน 24 คัน

(ข) สำหรับลูกค้าขายส่งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล บริษัทจะใช้รถขนส่งของบริษัทในการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าภายใน 3-7 วัน และสำหรับลูกค้าในต่างจังหวัด บริษัทใช้บริการว่าจ้างสายส่งในการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าภายใน 4-14 วัน

2. การจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าต่างประเทศที่สั่งซื้อสินค้า แบ่งได้ดังนี้

(ก) การขายสินค้าให้แก่ลูกค้าในมาเลเซีย และเวียดนาม บริษัทจะใช้การส่งออกโดยทางเรือ และ/หรือทางรถยนต์

(ข) การขายสินค้าให้แก่ลูกค้าในลาว และกัมพูชา จะเป็นการขนส่งสินค้าทางรถยนต์โดยบริษัทขนส่ง โดยเงื่อนไขการขายจะเป็นแบบ Ex Works กล่าวคือ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระการส่งมอบสินค้าตามสัญญาเมื่อผู้ขายได้จัดให้สินค้าพร้อมสำหรับการส่งมอบ ณ สถานที่ของผู้ขายเอง โดยผู้ขายมีต้องรับผิดชอบในการขนส่งสินค้าขึ้นยานพาหนะ ไม่ต้องทำพิธีการส่งออก ค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการขนส่งสินค้าจากสถานที่ของผู้ขายไปยังจุดหมายปลายทาง และความเสี่ยงภัยต่างๆ เป็นของผู้ซื้อ ดังนั้น การขายสินค้าในกรณีนี้ความเสี่ยงและผลประโยชน์ได้ส่งต่อไปยังผู้ซื้อเมื่อบริษัทขนส่งได้มารับสินค้าที่คลังสินค้าของบริษัท ทั้งนี้ กระบวนการจัดส่งสินค้าไปยังทั้งสองประเทศ สามารถสรุปได้ดังนี้

- การขายไปยังประเทศลาว บริษัทขนส่งเป็นผู้มารับสินค้าแล้วนำไปส่งที่จังหวัดหนองคาย หลังจากนั้น เจ้าหน้าที่ของบริษัทลูกค้าจะเป็นผู้มารับสินค้าเพื่อผ่านกระบวนการนำสินค้าออกไปยังประเทศลาว และเมื่อบริษัทลูกค้าได้รับสินค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ก็จะส่งอีเมลยืนยันการรับสินค้ากลับมาให้บริษัทเพื่อเก็บไว้เป็นหลักฐานเพื่อพิสูจน์ว่าเป็นการส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศ

- การขายไปยังประเทศกัมพูชา บริษัทขนส่งมารับสินค้าที่คลังสินค้าของบริษัท เมื่อสินค้าถึงมือของบริษัทลูกค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ลูกค้าก็จะส่งอีเมลยืนยันการรับสินค้ากลับมาให้บริษัทเพื่อเก็บไว้เป็นหลักฐานเพื่อพิสูจน์ว่าเป็นการส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ช่วงปลายปีที่ผ่านมา บริษัทได้ดำเนินการเพื่อจัดให้มีเอกสารการส่งสินค้า (Bill of Lading) เพื่อเป็นหลักฐานการส่งออกสินค้าไปขายยังต่างประเทศเพิ่มเติม

4. การบริการ

บริษัทมีการให้บริการรับจ้างผลิตสื่อโฆษณาและจัดหาเวลาโฆษณาให้แก่ลูกค้า โดยบริการดังกล่าวเป็นบริการเสริมให้แก่ลูกค้าของบริษัทบางรายซึ่งเป็นเจ้าของสินค้าหรือบริการ ว่าจ้างให้บริษัทเสนอขายสินค้าหรือบริการให้ โดยมอบหมายให้บริษัทผลิตสื่อโฆษณาและจัดหาเวลาโฆษณาเพื่อเสนอขายสินค้าและบริการ ลักษณะธุรกิจการบริการรับจ้างผลิตสื่อโฆษณาและจัดหาเวลาโฆษณาให้แก่ลูกค้า เนื่องจากบริษัทได้ซื้อสื่อโฆษณา เช่น รายการโฆษณาในโทรทัศน์ ช่องรายการทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวี บริษัทจึงได้นำเสนอต่อลูกค้า เช่น บริษัทประกันชีวิต ผู้ประกอบการต่างๆ ในการให้บริการผลิตสื่อโฆษณาและจัดหาเวลาโฆษณาให้แก่ลูกค้าดังกล่าว บริการดังกล่าวเป็นการใช้ประโยชน์จากสื่อโฆษณาที่มีบริษัทมีอยู่ และจากทีมงานผลิตสื่อโฆษณาและสตูดิโอในการถ่ายทำรายการที่บริษัทมีอยู่

นอกจากนี้ บริษัทมีบริการรับจัดกิจกรรมการตลาด และรับจัดคอนเสิร์ต เนื่องจากบริษัทมีทีมงานจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อนำเสนอสินค้าต่างๆ ของบริษัทในโอกาสต่างๆ บริษัทจึงนำเสนอบริการจัดกิจกรรมการตลาดแก่ลูกค้าบริษัท เพื่อเป็นการใช้ประโยชน์จากทีมงานจัดกิจกรรมการตลาดซึ่งบริษัทมีอยู่ รวมทั้งให้ทีมงานจัดกิจกรรมการตลาดได้รับประสบการณ์ที่หลากหลายจากการให้บริการแก่ลูกค้ารายต่างๆ นอกเหนือไปจากการทำงานให้แก่บริษัท นอกจากนี้ บริษัทได้จัดคอนเสิร์ตให้แก่ศิลปินไทยและต่างประเทศ ดังนี้ ในปี 2549 ปี 2550 ปี 2552 บริษัทได้จัดคอนเสิร์ตโต สตาร์ไลท์ เวชสุภาพร ในปี 2551 บริษัทได้จัดคอนเสิร์ต Michael Learn to Rock ในปี 2553 บริษัทได้จัดคอนเสิร์ตคีรีบุณ และในเดือนเมษายน 2555 บริษัทรับจัดคอนเสิร์ต Korean Music Wave in Bangkok, 2012 โดยรวบรวมนักร้องจากเกาหลีจำนวน 20 วงและในปี 2556 บริษัทรับบริหารงานคอนเสิร์ต Super Joint Concert In Thailand 2013

5. ธุรกิจขายตรง (Direct Sale)

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทจำหน่ายสินค้าในลักษณะขายตรงแบบชั้นเดียวผ่านตัวแทนจำหน่ายภายใต้ชื่อตัวแทนจำหน่าย (Sarah Lady) โดยบริษัทเริ่มประกอบธุรกิจดังกล่าวในเดือนกรกฎาคม 2554 สินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายผ่านการขายตรงสามารถจำแนกออกเป็นหมวดต่างๆ ดังนี้

หมวดสินค้า	รายการสินค้า
ผลิตภัณฑ์ด้านความงาม (Beauty)	ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ผลิตภัณฑ์ลบล้างรอยริ้วรอย ผลิตภัณฑ์ดูแลป้องกันผิว โลชั่น เครื่องสำอาง แป้ง ลิปสติก อายแชโดว์ น้ำหอม ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย แชมพู ครีมนวดผม น้ำยาเปลี่ยนสีผม เครื่องโกนหนวด เครื่องบริหารร่างกายระบบสั่นสะเทือน เครื่องบริหารร่างกายเพื่อลดไขมันส่วนเกิน เครื่องมือลดกระชับสัดส่วน อุปกรณ์นวดหน้า อุปกรณ์กระชับกล้ามเนื้อคอ คาง และใบหน้า อุปกรณ์ดูแลเส้นเท้า เป็นต้น
ผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ (Health)	วิตามินและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น
ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน (Household)	เครื่องทำความสะอาดด้วยไอน้ำแบบพกพา ไม้ถูพื้น เครื่องดูดฝุ่น เครื่องทำความสะอาดพื้นและพรม ไม้ทำความสะอาดและเช็ดกระจก ไม้ขัดฝุ่น เครื่องผลิตน้ำไอโซน ชุดเครื่องมืออเนกประสงค์ อุปกรณ์ซักผ้า น้ำยาทำความสะอาดเครื่องซักผ้า ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผ้า รวดตากผ้า ไม้แขวนเสื้อ อุปกรณ์กันลื่น เครื่องอบแห้งเศษอาหาร เครื่องมือทำความสะอาดท่อน้ำ เครื่องดูดความชื้นในอากาศ เครื่องฟอกอากาศ เครื่องชาร์จแบตเตอรี่ จักรเย็บผ้า กล้องรองเท้า ชั้นวางรองเท้า ผักบวบอบน้ำ อุปกรณ์ในห้องน้ำ ฤงบรรจุ แผ่นรองดูดซับน้ำ เป็นต้น
ผลิตภัณฑ์เครื่องครัว (Kitchen)	เตาไฟฟ้า เครื่องถนอมอาหารระบบสุญญากาศ ภาชนะบรรจุอาหาร เครื่องสกัดน้ำผลไม้ แยกกาก เครื่องปั่นอาหาร เครื่องบดอาหาร เครื่องนึ่งอาหาร เครื่องปิ้งอาหาร กระทิกน้ำ กัดม้นน้ำ มีดทำครัว กระทะ ถาดไฟฟ้า เตาไมโครเวฟ เครื่องปรุงอาหาร เตาอบ หม้อหุงต้ม

	ตู้อาหาร เครื่องล้างผักและผลไม้ เครื่องกรองน้ำ แก้ว เป็นต้น
ผลิตภัณฑ์เครื่องออกกำลังกาย (Fitness)	เครื่องออกกำลังกายหลากหลายประเภท อุปกรณ์บริหารร่างกายส่วนต่างๆ อุปกรณ์บริหารกล้ามเนื้อแผ่นหลัง อุปกรณ์บริหารกล้ามเนื้อหน้าท้อง ดรัมเบล เครื่องบริหารช่วงขา ชุดจักรยานออกกำลังกาย เป็นต้น
ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเครื่องแต่งกาย (Apparel)	กระเป๋าสport กระเป๋าถือ สายรัดข้อมือ ผ้าพันคอ แว่นตา เป็นต้น

(2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(2.1) กลยุทธ์ด้านการตลาด

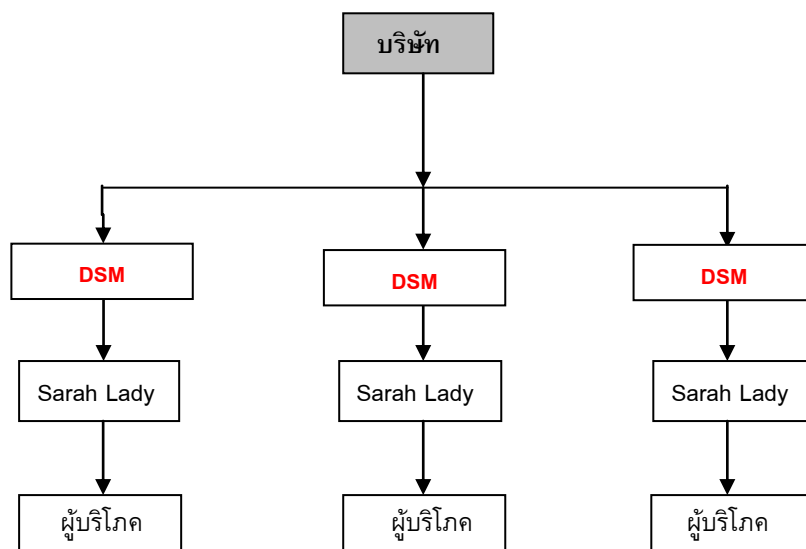
1. การคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพและมีสินค้าหลากหลายประเภท บริษัทมีนโยบายคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ และเป็นสินค้าที่ลูกค้าไม่สามารถหาซื้อได้ตามร้านจำหน่ายสินค้าโดยทั่วไป รวมทั้งบริษัทมีสินค้าหลากหลายประเภทนำเสนอต่อลูกค้า
2. การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าผ่านแค็ตตาล็อก โดยบริษัทผลิตแค็ตตาล็อกสำหรับธุรกิจขายตรง ทุกๆ 30 วัน เพื่อนำเสนอสินค้าต่อผู้บริโภค
3. การสร้างเครือข่ายตัวแทนจำหน่าย (Sarah Lady) ให้ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ เพื่อให้สามารถนำเสนอข้อมูลสินค้าเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้หลากหลาย

(2.2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจการตลาดแบบตรงจากฐานลูกค้าปัจจุบันประมาณ 3 ล้านกว่าราย และ ลูกค้าทั่วไป

(2.3) การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

การขายตรงของบริษัทเป็นระบบการขายตรงแบบชั้นเดียว (Single Level Marketing) ซึ่งเป็นการทำตลาดของบริษัทโดยพนักงานบริษัท ตำแหน่งผู้จัดการเขต (DSM) ซึ่งอยู่ประจำพื้นที่ในแต่ละจังหวัด ทำหน้าที่สรรหาผู้ขายตรงที่เป็นตัวแทนจำหน่ายอิสระ ซึ่งบริษัทเรียกว่า “Sarah Lady” จะทำหน้าที่นำเสนอสินค้าและบริการของบริษัทให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง โดยบริษัทจะเป็นผู้จัดพิมพ์แค็ตตาล็อกสินค้าให้แก่ตัวแทนจำหน่าย (Sarah Lady) เพื่อใช้ในการนำเสนอสินค้าให้แก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ ตัวแทนจำหน่าย (Sarah Lady) จะมีรายได้จากเปอร์เซ็นต์ส่วนต่างระหว่างราคาขายปลีกให้ผู้บริโภค และราคาจัดจำหน่ายที่กำหนดโดยบริษัท



ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีตัวแทนจำหน่าย (Sarah Lady) จำนวนประมาณ 29,172 ราย ครอบคลุมทุกภูมิภาคของประเทศ

(2.4) ภาพรวมอุตสาหกรรม

แนวโน้มธุรกิจขายตรงไทยมีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่อง สำหรับ ระยะเวลาที่บริษัทขายตรงอยู่ในธุรกิจขายตรง พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 2 ช่วง คือ ไม่เกิน 5 ปี และระหว่าง 5 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.4 และร้อยละ 32.3 ตามลำดับ โดยสัดส่วนยอดขายผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และผลิตภัณฑ์ของใช้ประจำวันสำหรับเรือนร่าง ตามลำดับ และมีนักธุรกิจขายตรงหรือสมาชิกที่สมัครเพื่อทำธุรกิจและสมาชิกที่สมัครเพื่อซื้อสินค้ารวม 15.32 ล้านคน

(2.5) ภาวะการแข่งขัน

ธุรกิจขายตรงเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงในด้านการจัดให้มีตัวแทนจำหน่ายเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคเพื่อเสนอขายสินค้าและบริการ การแข่งขันในการสรรหาสินค้าและบริการมาเสนอขาย และงบประมาณในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ ปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงจำนวนมาก ทั้งผู้ประกอบการในประเทศและผู้ประกอบการจากต่างประเทศ ผู้ประกอบการที่สำคัญ ได้แก่ บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิดี จำกัด บริษัท เบตเตอร์เวย์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เอวอน คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท คังเซน-เคนโก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจขายตรงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

บริษัทได้พิจารณาถึงภาวะการแข่งขันของกลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการแต่ละรายต่างมีจุดเด่นที่แตกต่างกัน ซึ่งถือเป็นการกำหนดตำแหน่งทางด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (Positioning) ที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม บริษัทมีนโยบายรองรับการแข่งขันที่สูงในธุรกิจขายตรงโดยการสร้างเครือข่ายตัวแทนจำหน่าย (Sarah Lady) ให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค การใช้ประโยชน์จากฐานลูกค้าของบริษัทในปัจจุบันซึ่งมีจำนวนประมาณ 3 ล้านกว่าราย การคัดเลือกสินค้าที่นำมาจำหน่าย บริษัทจึงเชื่อมั่นว่ามีความพร้อมและความสามารถเพียงพอที่จะรองรับการแข่งขันในการประกอบธุรกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต

(3) การจัดส่งสินค้า

บริษัทใช้บริการว่าจ้างไปรษณีย์ไทย/หน่วยงานภายในของบริษัทในการจัดส่งสินค้าให้แก่ตัวแทนจำหน่าย (Sarah Lady) โดยหากตัวแทนจำหน่าย (Sarah Lady) อยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จะได้รับสินค้าภายในภายใน 3-5 วัน และสำหรับตัวแทนจำหน่าย (Sarah Lady) ในต่างจังหวัด จะได้รับสินค้าภายใน 4-7 วัน

ข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจของบริษัท

การประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงของบริษัทเป็นการเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงให้แก่ผู้บริโภค โดยบริษัทได้จดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงไว้กับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และกฎระเบียบต่างๆ ของหน่วยงานที่กำกับดูแล ได้แก่ สินค้าของบริษัทที่จะจำหน่ายต่อผู้บริโภคโดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหาร เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน จะต้องได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการอาหารและยา และข้อความหรือโฆษณาในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าและบริการของบริษัท บริษัทมีนโยบายที่จะส่งตัวอย่างการโฆษณาสินค้าดังกล่าวให้คณะกรรมการอาหารและยาตรวจสอบก่อน

ในการจำหน่ายสินค้าของบริษัท บริษัทกำหนดให้ลูกค้ามีสิทธิยกเลิกการซื้อสินค้าได้ โดยบริษัทรับประกันความพอใจในสินค้าที่ลูกค้าซื้อ ทั้งนี้ ภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ลูกค้าได้รับสินค้า หากลูกค้าไม่พอใจในสภาพสินค้า บริษัทยินยอมรับสินค้าดังกล่าวคืนหรือเปลี่ยนสินค้าชุดใหม่หรือสินค้าอื่นให้แก่ลูกค้าภายใน 15-30 วัน นับแต่วันที่ได้รับแจ้งจากลูกค้า และบริษัทจะดำเนินการคืนเงินให้แก่ลูกค้าภายใน 15-30 วัน ตามวิธีการที่ลูกค้าชำระเงินค่าสินค้าให้แก่บริษัท กล่าวคือ

(ก) ในกรณีที่ลูกค้าชำระเป็นเงินสดหรือการโอนเงินเข้าบัญชี บริษัทจะดำเนินการคืนเงินภายใน 15 วัน นับจากวันที่ได้รับสินค้าคืนครบถ้วนและอยู่ในสภาพดี

(ข) ในกรณีที่ลูกค้าชำระเป็นบัตรเครดิต บริษัทจะดำเนินการคืนเงินให้ผ่านบัตรเครดิต ซึ่งบริษัทบัตรเครดิตจะดำเนินการเดบิตเงินคืนให้ลูกค้าในรอบบัญชีถัดไป

ตารางแสดงมูลค่าการรับคืนสินค้าตั้งแต่ปี 2555-2557

(หน่วย: ล้านบาท)

	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557
มูลค่าการรับคืนสินค้า	19.77	16.46	14.94

การพึงพิงลูกค้า

ในปี 2557 บริษัทไม่มีการพึงพิงลูกค้ารายใหญ่หรือลูกค้ารายใดรายหนึ่งที่มีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวม

การจัดหาผลิตภัณฑ์

ในการประกอบธุรกิจของบริษัทนั้น บริษัทจะต้องมีการจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อนำเสนอต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ โดย ฝ่ายสินค้าและการตลาดจะเป็นผู้สรรหาผลิตภัณฑ์และติดต่อไปยังผู้จัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ โดยจะมีการขอตัวอย่างสินค้ามาเพื่อพิจารณาก่อนตัดสินใจเลือกสินค้านำเสนอต่อลูกค้า หรือบุคลากรฝ่ายสินค้าและการตลาดจะเดินทางไปสรรหาและคัดเลือกผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ เช่น เกาหลีใต้ ฮองกง ไต้หวัน ญี่ปุ่น เป็นต้น นอกเหนือจากการที่บริษัทเป็นผู้ติดต่อไปยังผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายแล้ว ยังมีกรณีที่ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายทำการติดต่อบริษัทเพื่อขอแนะนำสินค้าให้แก่ บริษัทเพื่อพิจารณาอีกด้วย โดยหลักสำคัญในการเลือกสรรสินค้าของบริษัทนั้น จะเน้นที่คุณภาพของสินค้ามากกว่าราคา

รายละเอียดการซื้อสินค้าจากในประเทศและต่างประเทศในปี 2555-2557

ยอดสั่งซื้อ	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ซื้อสินค้าภายในประเทศ	314.06	37.75	311.51	38.68	315.39	33.79
ซื้อสินค้าจากต่างประเทศ	517.80	62.25	493.83	61.32	617.99	66.21
รวมยอดซื้อสินค้าสำเร็จรูป	831.85	100.00	805.34	100.00	933.38	100.00

ลักษณะของสินค้าที่บริษัทจำหน่าย สามารถแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. สินค้า House Brand เป็นสินค้าที่บริษัทเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้า ซึ่งปัจจุบัน มีเครื่องหมายการค้าที่บริษัทเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์จำนวน 3 เครื่องหมายการค้า ประกอบด้วย

- (ก) เครื่องหมายการค้า Fatis ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริม
- (ข) เครื่องหมายการค้า Wellness ประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องออกกำลังกาย
- (ค) เครื่องหมายการค้า Nuvite ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริม

สำหรับสินค้าประเภทนี้ บริษัทจะว่าจ้างผู้ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศในการผลิตสินค้าให้แก่บริษัท

2. สินค้าที่บริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย สินค้าประเภทนี้ บริษัทได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้เป็นตัวแทนจำหน่ายในพื้นที่ที่กำหนด โดยปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์หลักที่บริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่าย ประกอบด้วย

(ก) ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม Velform Hair Grow และ Velform Hair Grow Plus โดยบริษัทได้รับการแต่งตั้งจากบริษัท อินดัสเท็กซ์ จำกัด (Industex, S.L.) ประเทศสเปน ให้เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวแต่เพียงผู้เดียว

(Exclusive Right) ในประเทศไทย ลาว และกัมพูชา ผ่านช่องทางการตลาดทางทีวี โฮมช้อปปิ้ง เมล์ออนไลน์และสื่อสิ่งพิมพ์ และระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (E-Commerce) สัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายมีกำหนดระยะเวลา 12 เดือน นับจากลงนามในสัญญาในวันที่ 30 ธันวาคม 2553 และสัญญาดังกล่าวสามารถต่ออายุโดยอัตโนมัติโดยความเห็นชอบร่วมกันระหว่างคู่สัญญา

(ข) ผลิตภัณฑ์แชมพู Bawang โดยบริษัทได้รับการแต่งตั้งจาก Hong Kong Bawang International Trading Limited ให้เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Right) ในประเทศไทย โดยบริษัทมีข้อตกลงกับ Hong Kong Bawang International Trading Limited ที่จะไม่จำหน่ายผลิตภัณฑ์แชมพู Bawang ให้แก่ลูกค้านอกประเทศไทยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเข้าแชมพู Bawang มาจำหน่ายในประเทศไทยอีกด้วย

(ค) ผลิตภัณฑ์แว่นตา Eagle Eyes โดยบริษัทได้รับการแต่งตั้งจาก Sun Tiger Inc. dba Eagle Eyes Optics ให้เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Right) ในประเทศไทย เวียดนาม กัมพูชา และลาว มีกำหนดระยะเวลา 12 เดือน นับแต่เดือนธันวาคม 2552 ถึงเดือนธันวาคม 2553 และสัญญาดังกล่าวสามารถต่ออายุได้เมื่อครบกำหนด 12 เดือน ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดเกี่ยวกับจำนวนผลิตภัณฑ์ที่บริษัทสั่งซื้อในระยเวลาดังกล่าว ซึ่งปัจจุบัน บริษัทอยู่ระหว่างต่ออายุสัญญา

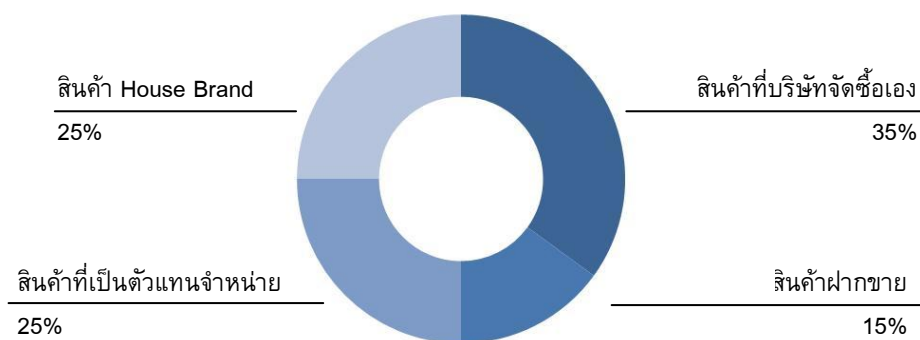
(ง) ผลิตภัณฑ์ไล่หนูและแมลงสาบ Pest Free โดยบริษัทได้รับการแต่งตั้งจาก Pest Free Australia Pty Limited ให้เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Right) ในประเทศไทย

(จ) ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ Misaki โดยบริษัทได้รับการแต่งตั้งจาก Misaki Sam ให้เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Right) ในประเทศไทย มีกำหนดระยะเวลา 3 ปี นับแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2553 ถึงวันที่ 31 ตุลาคม 2556

3. สินค้าที่บริษัทซื้อจากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายทั่วไป

4. สินค้าฝากขาย เป็นสินค้าที่บริษัทรับมาจากเจ้าของสินค้ารายต่างๆ โดยบริษัทจะชำระค่าสินค้าให้แก่ผู้ขายก็ต่อเมื่อบริษัทสามารถขายสินค้าให้แก่ลูกค้าได้เท่านั้น สินค้าประเภทนี้ ได้แก่ สินค้าประเภทผลิตภัณฑ์เสริมความงาม เครื่องใช้ในครัว เครื่องใช้ในบ้าน หรือสินค้าที่เป็นสินค้าเทคโนโลยี ทั้งนี้ ในปัจจุบัน สินค้าที่จำหน่ายผ่านช่องทางการขายตรงโดย Sarah Direct จะเป็นสินค้าฝากขาย ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงในการรับภาระเรื่องต้นทุนในการเก็บสต็อกสินค้าให้แก่บริษัทได้อย่างมาก

ทั้งนี้ สัดส่วนการจัดหาสินค้าตามลักษณะที่กล่าวข้างต้นที่ประมาณการโดยบริษัทสามารถสรุปได้ดังนี้



การพึ่งพิงผู้จัดจำหน่าย

ในปี 2557 บริษัทไม่มีการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่งที่มีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวม

การบริหารสินค้าคงคลัง

บริษัทมีการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือโดยได้จัดตั้งฝ่ายบริหารซัพพลายเชน เพื่อทำหน้าที่ติดตามดูแลการเคลื่อนไหวของสินค้าที่บริษัทจำหน่าย และบริษัทได้เช่าอาคารคลังสินค้าเพื่อใช้ในการจัดเก็บสินค้าของบริษัท ตั้งอยู่ที่เลขที่ 222 หมู่ 17 ถนนสามวา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีพื้นที่จัดเก็บสินค้ารวม 4,780 ตารางเมตร โดยแบ่งเป็นคลังสินค้าธรรมดา 4,450 ตารางเมตร และคลังสินค้าปรับอากาศ 330 ตารางเมตร โดยบริษัททำสัญญากับบริษัท เจดับเบิลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด เพื่อเช่าอาคารคลังสินค้าจากบริษัท เจดับเบิลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด และให้บริษัทดังกล่าวบริหารจัดการสินค้าคงคลังมาตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2552 และต่ออายุสัญญาเป็นครั้งที่ 2 สัญญาฉบับปัจจุบันอายุสัญญา 2 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2556 ถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2558 โดยบริษัท เจดับเบิลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด จะให้บริการตรวจรับสินค้าคงคลัง บริหารจัดการสินค้าคงคลัง นำสินค้าคงคลังออกจากคลังสินค้าตามคำสั่งของบริษัทเพื่อจัดเตรียมส่งให้รถรับส่งสินค้าของบริษัทที่มารับสินค้าที่อาคารคลังสินค้า และรถรับส่งสินค้าของบริษัทจะนำสินค้าดังกล่าวส่งให้จุดกระจายสินค้าตามคำสั่งของบริษัท โดยการปฏิบัติหน้าที่ของบริษัท เจดับเบิลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด ได้มีการประสานงานกับบริษัท และบริษัทจัดส่งเจ้าหน้าที่ไปปฏิบัติงานประจำที่อาคารคลังสินค้าดังกล่าวด้วย นอกจากนี้ บริษัทมีคลังสินค้าน้อยตั้งอยู่ที่เลขที่ 110/3 หมู่ 6 แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพฯ

บริษัทยังมีศูนย์กระจายสินค้าหลัก 2 แห่ง เพื่อทำหน้าที่กระจายสินค้าไปยังร้านค้าปลีกต่างๆ ของบริษัท และไปยังลูกค้าของบริษัท ได้แก่ (1) ศูนย์กระจายสินค้าดินแดง ตั้งอยู่ที่เลขที่ 4026, 4028 และ 4030 ซอยโรงหนังจักรวาล ถนนอโศก-ดินแดง แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ (2) ศูนย์กระจายสินค้าท่าพระ ตั้งอยู่ที่เลขที่ 296 ถนนพาดิษการธนบุรี แขวงวัดท่าพระ เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพฯ โดยนอกเหนือจากศูนย์กระจายสินค้าทั้งสองแห่งดังกล่าว ร้านค้าปลีก TV Direct Showcase จำนวน 41 แห่ง ที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กระจายสินค้าร่วมด้วย

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญของบริษัทและ/หรือบริษัทย่อย รวมทั้งการบริหารและแนวทางการป้องกันความเสี่ยง มีดังนี้

1. ความมีเสถียรภาพของระบบคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

การประกอบธุรกิจของบริษัทต้องอาศัยระบบคอมพิวเตอร์ในการจัดเก็บข้อมูลและประมวลผลข้อมูลที่สำคัญ ได้แก่ ข้อมูลคำสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า ข้อมูลการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า ข้อมูลสินค้าคงเหลือ ฐานข้อมูลลูกค้าจำนวนประมาณ 3 ล้านกว่าราย การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างสำนักงานใหญ่กับคลังสินค้า การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างสำนักงานใหญ่กับศูนย์กระจายสินค้าและสาขาต่างๆ ระบบการขายสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ เป็นต้น หากระบบคอมพิวเตอร์มีความขัดข้องจากสาเหตุต่างๆ เช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์ขัดข้อง ระบบไฟฟ้าขัดข้อง และหากบริษัทไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันเวลาที่ ย่อมส่งผลกระทบต่อกระบวนการประกอบธุรกิจของบริษัท

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้มีมาตรการเพื่อรองรับระบบคอมพิวเตอร์ขัดข้องดังนี้

(1) พัฒนาประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Server) และระบบเครือข่าย (Networking) ในการสำรองข้อมูล (Backup) และการกู้คืนข้อมูล (Recovery) รวมถึงจัดตั้ง และบริหารระบบ Data Center หากเกิดกรณีฉุกเฉิน

(2) จัดให้มีระบบไฟฟ้าสำรอง (UPS) ซึ่งหากกระแสไฟฟ้าขัดข้อง ระบบไฟฟ้าสำรองจะสามารถให้บริการต่อเนื่องได้ประมาณ 1 ชั่วโมง

(3) จัดให้มีตาราง การบำรุงรักษาหม้อแปลงไฟฟ้า และตู้สวิตช์บอร์ดซึ่งเป็นแผงจ่ายไฟฟ้าขนาดใหญ่ Main Distribution Board (MDB) และตู้ Load Center (LC)

2. ความมีเสถียรภาพของระบบโทรศัพท์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

การประกอบธุรกิจของบริษัทต้องอาศัยระบบโทรศัพท์ที่ใช้ในการติดต่อระหว่างลูกค้ากับบริษัททั้งระบบ โทรศัพท์แบบโทรเข้า (Inbound Call Center) และระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center) ดังนั้น หากระบบโทรศัพท์ที่มีความขัดข้องจากสาเหตุต่างๆ เช่น ระบบควบคุมโทรศัพท์ขัดข้อง คู่สายโทรศัพท์ไม่สามารถรองรับปริมาณการโทรศัพท์ได้เพียงพอ ก็จะส่งผลกระทบต่อกระบวนการประกอบธุรกิจของบริษัท

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของระบบโทรศัพท์ และได้มีมาตรการป้องกันระบบโทรศัพท์ขัดข้อง ดังนี้

(1) จัดให้มีคู่สายโทรศัพท์ที่พอเพียงรองรับปริมาณการใช้งานสายเรียกเข้าสูงสุด 1,500 สายต่อ ชั่วโมง

(2) เข้าใช้บริการระบบ Call Center Solution สำหรับหน่วยงานโทรศัพท์แบบโทรเข้า (Inbound Call Center) กับบริษัท ทู มูฟ จำกัด โดยบริการที่บริษัทจะได้รับที่สำคัญ คือการจัดการสายเรียกเข้าของลูกค้าและกระจายสายเรียกเข้าไปยังพนักงานรับโทรศัพท์ โดยระบบจะเลือกเส้นทางจัดส่งสายเรียกเข้าที่เหมาะสม ระบบบริการข้อมูลอัตโนมัติด้วยเสียง การแสดงข้อมูลของลูกค้าที่กำหนดไว้บนคอมพิวเตอร์ การให้บริการบำรุงรักษาผ่านระบบบำรุงรักษาระยะไกล (Remote Maintenance) การให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหา เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทยังใช้ระบบโทรศัพท์ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) และระบบโทรศัพท์มือถือ ซึ่งหากโครงข่ายโทรศัพท์ของผู้ประกอบการรายใดขัดข้อง บริษัทสามารถใช้โครงข่ายโทรศัพท์ของผู้ประกอบการรายอื่นทดแทนได้ทันที

(3) จัดให้มีระบบบริหารจัดการระบบโทรศัพท์เพื่อใช้รองรับปริมาณสายโทรเข้าที่มีจำนวนมาก

(4) จัดให้มีระบบสำรองพลังงาน (Battery Backup) ซึ่งสามารถใช้งานได้ 8 ชั่วโมงในกรณีที่ไฟฟ้าดับ

3. การถูกละเมิดลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้า/เครื่องหมายบริการ



บริษัทจำหน่ายสินค้าภายใต้เครื่องหมายบริการ “TV Direct” และจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าปลีก ภายใต้เครื่องหมายบริการ “TV Direct Showcase” บริษัทจึงมีความเสี่ยงในการถูกละเมิดลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการ

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการต่างๆ แล้ว ดังนี้

(1) บริษัทได้จดทะเบียนเครื่องหมายบริการ “TV Direct” สำหรับบริการนำสินค้าหลายชนิดมารวมกัน เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อโดยบริษัทได้จดทะเบียนเครื่องหมายบริการดังกล่าวไว้กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา การจดทะเบียนเครื่องหมายบริการนี้มีอายุ 10 ปี นับแต่วันที่ 28 ตุลาคม 2551 ถึงวันที่ 27 ตุลาคม 2561 และสามารถต่ออายุได้ทุก ๆ 10 ปี

(2) บริษัทได้จดทะเบียนเครื่องหมายบริการในการประกอบธุรกิจร้านค้าปลีกไว้กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา คือ เครื่องหมายบริการ “TV Direct Showcase” สำหรับบริการนำสินค้าหลายชนิดมารวมกันเพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อหรือบริการ การจดทะเบียนเครื่องหมายบริการนี้มีอายุ 10 ปี นับแต่วันที่ 21 กันยายน 2553 ถึงวันที่ 20 กันยายน 2563 และสามารถต่ออายุได้ทุก ๆ 10 ปี

(3) บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “TV Direct” ในลาว เป็นระยะเวลา 10 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2552 และจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “TV Direct” ในกัมพูชา เป็นระยะเวลา 10 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 12 พฤษภาคม 2553 รวมทั้งจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “TV Direct” ในพม่า เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2554 ปัจจุบันบริษัทกำลังดำเนินการขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “TV Direct” ในมาเลเซีย และเวียดนาม

นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายที่จะติดตามดูแลไม่ให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์การใช้เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการของบริษัท โดยหากมีกรณีดังกล่าวเกิดขึ้น บริษัทจะดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

4. การรักษาส่วนแบ่งตลาด

บริษัทประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (Multichannel Marketing) โดย โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยในสัดส่วนประมาณร้อยละ 70 ของรายได้จากการขายและบริการเป็นรายได้จากการขายและบริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายทางทีวีและการตลาดแบบตรง (Direct Marketing) ซึ่งภาพรวมสถานะการแข่งขันในธุรกิจตลาดแบบตรง (Direct Marketing) มีแนวโน้มสูงขึ้นทั้งจากผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศ จึงมีความเสี่ยงในด้านการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในธุรกิจเดียวกัน

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทและผู้บริหารมีประสบการณ์ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงมานานกว่า 14 ปี ส่งผลทำให้มีความเข้าใจภาพรวมของตลาด สามารถประเมินความต้องการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง จึงสามารถจัดหาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ ที่มีความต้องการแตกต่างกัน โดยปัจจุบันบริษัทมีสินค้าที่จำหน่ายมากกว่า 2,000 รายการ รวมทั้งบริษัทได้ใช้ช่องทางการจำหน่ายหลากหลายช่องทางเพื่อเสนอขายสินค้าและบริการ ไม่ว่าจะเป็นการเสนอขายสินค้าและบริการผ่านโทรทัศน์ภาคปกติ ผ่านโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ผ่านเคเบิลทีวี ผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center) ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบแคตตาล็อก ไดเรคเมลล์ แผ่นพับ ผ่านระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (E-Commerce) ประกอบกับการขายปลีกผ่านร้านค้าของบริษัท ได้แก่ ร้าน TV Direct Showcase และการขายส่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงทำให้แหล่งที่มาของรายได้ของบริษัทมาจากหลากหลายช่องทางไม่ได้พึ่งพิงเฉพาะการตลาดแบบตรงเท่านั้น

นอกจากนี้ บริษัทได้ลงทุนในระบบเทคโนโลยีที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจของบริษัท เช่น ระบบโทรศัพท์ระบบไฟฟ้า และระบบคอมพิวเตอร์ เป็นต้น โดยบริษัทจัดหาโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลของลูกค้าซึ่งบริษัทมีฐานลูกค้าจำนวนประมาณ 3 ล้านกว่าราย เพื่อใช้ติดต่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและนำเสนอขายสินค้าและ

บริการต่างๆ ให้เหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้งบริษัทได้ให้ความสำคัญกับการผลิตสื่อโฆษณาเพื่อแนะนำสินค้าและบริการโดยบริษัทมีสตูดิโอเป็นของตนเองเพื่อใช้ผลิตรายการ บริษัทมีนโยบายให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ และบริษัทได้พัฒนาการส่งมอบสินค้าให้แก่ผู้บริโภคภายในเวลาที่รวดเร็ว บริษัทจึงเชื่อมั่นว่ามีความพร้อมประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ และความสามารถเพียงพอที่จะรองรับการแข่งขันในการประกอบธุรกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต

5. การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่สำคัญของหน่วยงานที่กำกับดูแล

การประกอบธุรกิจของบริษัทต้องปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่สำคัญของหน่วยงานที่กำกับดูแล เช่น พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น โดยหน่วยงานที่กำกับดูแลการประกอบธุรกิจที่สำคัญของบริษัท ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เป็นต้น โดยบริษัทมีความเสี่ยงที่สำคัญจากการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่สำคัญของหน่วยงานที่กำกับดูแล ดังนี้

5.1 การโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของหน่วยงานที่กำกับดูแล

ในการประกอบธุรกิจของบริษัทนั้น บริษัทได้นำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มาใช้ในการนำเสนอสินค้าและบริการ บริษัทจึงมีความเสี่ยงที่จะถูกฟ้องร้องจากผู้บริโภคหรือหน่วยงานที่กำกับดูแล หากข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของบริษัทไม่เป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา เช่น มีการโฆษณาสินค้าและบริการโดยใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง การใช้ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ การใช้ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำความผิดกฎหมายหรือศีลธรรมหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ การใช้ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน เป็นต้น ซึ่งหากบริษัทมีการโฆษณาที่ฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามที่กำหนดของหน่วยงานที่กำกับดูแล อาจส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจของบริษัท โดยบริษัทอาจถูกเปรียบเทียบปรับ หรือกรรมการของบริษัทอาจต้องระวางโทษจำคุก หรือทั้งจำทั้งปรับ ตามแต่กรณี ซึ่งย่อมจะส่งผลกระทบต่อประกอบการประกอบธุรกิจของบริษัท

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว และบริษัทมีนโยบายที่จะปฏิบัติตามข้อกำหนดของหน่วยงานที่กำกับดูแลเกี่ยวกับการโฆษณาอย่างเคร่งครัด โดยมีการนำส่งตัวอย่างโฆษณาให้หน่วยงานที่กำกับดูแลตรวจสอบก่อนที่จะเผยแพร่โฆษณานั้นๆ และมอบหมายให้ฝ่ายผลิตสื่อโฆษณาซึ่งอยู่ในฝ่ายสินค้าและการตลาด เพื่อประสานงานกับกองโฆษณาของหน่วยงานต่างๆ

5.2 การเปลี่ยนแปลงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทได้มีนโยบายการเก็บข้อมูลส่วนบุคคล โดยมีการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าและมีการนำเสนอขายสินค้าและบริการผ่านฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัท และจากการที่ปัจจุบันมีการลงคะแนนข้อมูลส่วนบุคคล โดยเฉพาะการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปแสวงหาประโยชน์หรือเปิดเผยโดยไม่ได้รับความยินยอมจากบุคคลซึ่งเป็นเจ้าของข้อมูลจนสร้างความเดือดร้อนรำคาญหรือความเสียหายให้แก่บุคคลดังกล่าว ภาครัฐจึงได้มีนโยบายที่จะให้มีกฎหมายกำกับดูแลคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ดังจะเห็นได้จากร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอยู่ในขั้นตอนนิติบัญญัติ โดยร่างพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวจะควบคุมการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลเชิงธุรกิจหรือเชิงพาณิชย์จะต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลก่อน ดังนั้น หากพระราชบัญญัติ ดังกล่าวมีผลใช้บังคับอาจส่งผลกระทบต่อประกอบการประกอบธุรกิจของบริษัท

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้ติดตามความคืบหน้าของร่างพระราชบัญญัติดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง และบริษัทมีนโยบายที่จะประกอบธุรกิจให้เป็นตามกฎหมาย ข้อกำหนด และกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัท รวมทั้งบริษัทมีนโยบายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Protection) ดังนี้

- (1) บริษัทได้แจ้งให้ลูกค้าทราบเพื่อขออนุญาตนำข้อมูลของลูกค้าเพื่อที่จะทำการติดต่อลูกค้าในอนาคต
- (2) บริษัทกำหนดนโยบายจำนวนครั้งในการติดต่อลูกค้าแต่ละรายในแต่ละเดือน
- (3) หากลูกค้ารายใดแจ้งความประสงค์ไม่ให้อีกบริษัทติดต่อกลับ บริษัทจะปฏิบัติตามความประสงค์ของลูกค้าอย่างเคร่งครัด

5.3 ความเสี่ยงจาก พ.ร.บ.ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

จากการปฏิรูปสื่อของรัฐบาล มีผลทำให้คลื่นความถี่ และการจัดเรียงลำดับช่องสถานีถูกจัดสรรใหม่ และต้อง

ขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ และต้องเสียค่าธรรมเนียมใบอนุญาต และต้องส่งเงินรายปีเข้ากองทุน ของรายได้จาก

การโฆษณาทั้งทางตรงและทางอ้อม

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัท ได้เตรียมการรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยตั้งคณะทำงานเพื่อติดตาม และเตรียมงานในเรื่องต่างๆ เพื่อ

วางแผนงานทางธุรกิจ ให้เป็นไปตามกฎระเบียบ และมีประสิทธิภาพสูงสุด

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทและบริษัทย่อยมีทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

4.1.1 ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน

ประเภททรัพย์สิน	ขนาดพื้นที่	การใช้งาน	มูลค่าทางบัญชี ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2557 (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 1829 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (จรเข้บัว) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	1 ไร่ 38 ตารางวา	ที่ตั้งอาคารสำนักงาน 3 ชั้น จำนวน 1 หลัง อาคารเอนกประสงค์ และลานจอดรถ	11.63	บริษัทเป็น เจ้าของ	จำนองเป็น หลักประกันเงินกู้ยืม กับธนาคารพาณิชย์
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 209763 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (จรเข้บัว) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	2 งาน 87 ตารางวา				
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 24156 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	1 งาน 9 ตารางวา	ลานจอดรถ	2.36	บริษัทเป็น เจ้าของ	จำนองเป็น หลักประกันเงินกู้ยืม กับธนาคารพาณิชย์
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 55643 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	2 งาน 8 ตารางวา	ลานจอดรถ	5.82	บริษัทเป็น เจ้าของ	จำนองเป็น หลักประกันเงินกู้ยืม กับธนาคารพาณิชย์
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 1391 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	2 งาน 50 ตารางวา	ที่ตั้งอาคารสำนักงาน 2 ชั้น จำนวน 1 หลัง สตูดิโอชั้นเดียว จำนวน 1 หลัง และ อาคารโกดังชั้นเดียว จำนวน 1 หลัง	5.00	บริษัทเป็น เจ้าของ	-
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 135253 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	87.8 ตารางวา	ที่ตั้งอาคาร สตูดิโอ 2	1.23	บริษัทเป็น เจ้าของ	จำนองเป็น หลักประกันเงินกู้ยืม กับธนาคารพาณิชย์
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 125216 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	1 งาน 41 ตารางวา	ที่ตั้งอาคารสำนักงาน 4 ชั้น	2.53	บริษัทเป็น เจ้าของ	จำนองเป็น หลักประกันเงินกู้ยืม กับธนาคารพาณิชย์
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 153397 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	51 ตารางวา	ที่ตั้งอาคารสำนักงาน 4 ชั้น	0.92	บริษัทเป็น เจ้าของ	จำนองเป็น หลักประกันเงินกู้ยืม กับธนาคารพาณิชย์
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 125215 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	89 ตารางวา	ที่ตั้งอาคารสำนักงาน 4 ชั้น	6.50	บริษัทเป็น เจ้าของ	จำนองเป็น หลักประกันเงินกู้ยืม กับธนาคารพาณิชย์
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 153396 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	30 ตารางวา	ที่ตั้งอาคารสำนักงาน 4 ชั้น	2.26	บริษัทเป็น เจ้าของ	จำนองเป็น หลักประกันเงินกู้ยืม กับธนาคารพาณิชย์
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 125214 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	58 ตารางวา	ที่ตั้งอาคารสำนักงาน 4 ชั้น	4.34	บริษัทเป็น เจ้าของ	จำนองเป็น หลักประกันเงินกู้ยืม กับธนาคารพาณิชย์
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 24168 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่)	120 ตารางวา	ลานจอดรถ	2.20	บริษัทเป็น เจ้าของ	จำนองเป็น หลักประกันเงินกู้ยืม

ประเภททรัพย์สิน	ขนาดพื้นที่	การใช้งาน	มูลค่าทางบัญชี ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2557 (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ					กับธนาคารพาณิชย์
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 24153 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	95 ตารางวา	ลานจอดรถ	1.84	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
ที่ดินโฉนดเลขที่ 24154 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	100 ตารางวา	ที่ดินพร้อมอาคารพาณิชย์	4.19	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
ที่ดินโฉนดเลขที่ 21163 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	183 ตารางวา	อาคารสำนักงาน 4 ชั้น	9.74	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
ส่วนปรับปรุงที่ดิน			5.09	บริษัทเป็นเจ้าของ	
รวม			65.65		
ค่าเผื่อการด้อยค่า *			(0.50)		
ส่วนเกินจากการตีราคาที่ดิน *			31.64		
รวม			96.79		

หมายเหตุ :

- * เมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2550 บริษัทได้จัดให้มีการประเมินที่ดินประเมินเลขที่ 1829, 209763, 24156 และ 55643 ซึ่งมีราคาประเมินรวม 48,930,000 บาท ผู้ประเมินคือ บริษัท เอ็น แอนด์ เอ แอฟไพร์ซ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สินและผู้ประเมินหลักที่ได้รับความเห็นชอบจากสมาคมนักประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์ไทย และสมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย ราคาประเมินที่ดินดังกล่าวมีส่วนเกินจากการตีราคาที่ดินจำนวน 29,114,690 บาท
- ต่อมาเมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2553 บริษัทได้จัดให้มีการประเมินที่ดินโฉนดเลขที่ 1829, 209763, 24156 , 55643, 1391 และ 135253 ซึ่งมีราคาประเมินรวม 57,190,000 บาท ผู้ประเมินคือ บริษัท เอ็น แอนด์ เอ แอฟไพร์ซ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สินและผู้ประเมินหลักที่ได้รับความเห็นชอบจากสมาคมนักประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์ไทย และสมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย ราคาประเมินที่ดินดังกล่าวมีส่วนเกินจากการตีราคาที่ดินจำนวน 31,645,490 บาท และมีค่าเผื่อการด้อยค่า 500,000 บาท ซึ่งเป็นการด้อยค่าที่ดินโฉนดเลขที่ 1391

4.1.2 อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร

ประเภททรัพย์สิน	ขนาดพื้นที่	การใช้งาน	มูลค่าทางบัญชี ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2557 (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
อาคารสำนักงานใหญ่ 3 ชั้น เลขที่ 25 ถนนวัชรพล ตำบลท่าแร่ อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 1829 และ 209763)	2,432 ตารางเมตร	อาคารสำนักงาน	3.25	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
อาคารสำนักงาน 2 ชั้น เลขที่ 45 ซอยวัดศิริพงษ์ธรรมนิมิต ถนนวัชรพล ตำบลท่าแร่ อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 1391)	332 ตารางเมตร	อาคารสำนักงาน	2.47	บริษัทเป็นเจ้าของ	-
อาคารสตูดิโอชั้นเดียว ถนนวัชรพล ตำบลท่าแร่ อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 1391)	193 ตารางเมตร	สตูดิโอ	1.29	บริษัทเป็นเจ้าของ	-
อาคารโกดังชั้นเดียว ถนนวัชรพล ตำบลท่าแร่ อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 1391)	32 ตารางเมตร	โกดัง	-	บริษัทเป็นเจ้าของ	-
อาคารคลังสินค้า เลขที่ 110/3 หมู่ 6 แขวงท่าแร่ เขตบางเขน กรุงเทพฯ	996 ตารางเมตร	คลังสินค้า	-	บริษัทเป็นเจ้าของ	-
อาคารสำนักงาน ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 3/394 ถนนวัชรพล แขวงท่าแร่ เขตบางเขน กรุงเทพฯ	1,920 ตารางเมตร	อาคารสำนักงาน โทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center)	-	บริษัทเป็นเจ้าของ	-
อาคารสำนักงาน ตั้งอยู่ที่ 62/24 ถนนวัชรพล แขวงท่าแร่ เขตบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 21163)	1,440 ตารางเมตร	อาคารสำนักงาน 4 ชั้น	24.74	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
อาคารสำนักงาน สตูดิโอ 2 ตั้งอยู่ที่ 59/6 ถนนวัชรพล แขวงท่าแร่ เขตบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 135253)	498 ตารางเมตร	อาคารสำนักงาน 3 ชั้น	9.86	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
อาคารสำนักงาน 4 ชั้น ตั้งอยู่ที่ 25/1 ถนนวัชรพล แขวงท่าแร่ เขตบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 125214,125215,125216,153396,153397)	2,040 ตารางเมตร	อาคารสำนักงาน โทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center)	16.85	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์

ประเภททรัพย์สิน	ขนาดพื้นที่	การใช้งาน	มูลค่าทางบัญชี ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2557 (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
อาคารสำนักงาน 4 ชั้น ตั้งอยู่ที่ 25/2 ถนนวิชรพล แขวง ทำแหร่ง เขตบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 125214,125215,125216,153396,153397)	2,040 ตารางเมตร	อาคารสำนักงาน 4 ชั้น	16.41	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
อาคารสำนักงาน 4 ชั้น ตั้งอยู่ที่ 25/3 ถนนวิชรพล แขวง ทำแหร่ง เขตบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 125214,125215,125216,153396,153397)	2,040 ตารางเมตร	อาคารสำนักงาน 4 ชั้น	17.57	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
อาคารสำนักงาน เอนกประสงค์ ตั้งอยู่ที่ ถนนวิชรพล แขวงทำแหร่ง เขตบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 209763)	400 ตารางเมตร	อาคารเอนกประสงค์ 2 ชั้น	6.05	บริษัทเป็นเจ้าของ	
ส่วนปรับปรุงอาคารและคลังสินค้า	n.a.	อาคารต่างๆ ศูนย์กระจายสินค้า ร้านค้าปลีก อาคารสำนักงานและอาคารคลังสินค้า	39.97	บริษัทเป็นเจ้าของ	
รวม			138.46		

4.1.3 งานระหว่างก่อสร้าง

มูลค่าทางบัญชีของงานระหว่างก่อสร้าง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีจำนวน 1,117,891 บาท ประกอบด้วย

- (1) ติดตั้ง/ตกแต่ง Show room TV Direct สาขา โรบินสันมุกดาหาร จำนวน 1,058,611 บาท
- (2) ตกแต่ง Show room TV Direct สาขา เดอะมอลล์บางกะปิ จำนวน 59,280 บาท

4.1.4 เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน

มูลค่าทางบัญชีของเครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีจำนวน 91,959,104 บาท

4.1.5 อุปกรณ์คอมพิวเตอร์

มูลค่าทางบัญชีของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีจำนวน 33,503,108 บาท

4.1.6 ยานพาหนะ

มูลค่าทางบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีจำนวน 23,793 บาท

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิ

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งแสดงในราคาทุนหักค่าตัดจำหน่ายสะสม และหักขาดทุนจากการด้อยค่า (ถ้ามี) โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทและบริษัทย่อยมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิจำนวน 60,746,517 บาท

4.3 เครื่องหมายการค้า

บริษัทได้มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า/เครื่องหมายบริการ โดยมีรายการเครื่องหมายการค้า/เครื่องหมายบริการ ดังนี้

เครื่องหมายการค้า/ เครื่องหมายบริการ	ประเภทของสินค้า/บริการ	ประเทศที่จดทะเบียน
<div>ทีวี ไดเรค</div> 	บริการนำสินค้าหลายชนิดมารวมกันเพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อ	ไทย
TV Direct Showcase	บริการนำสินค้าหลายชนิดมารวมกันเพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อหรือบริการ	ไทย
Direct2U	บริการจัดการธุรกิจด้านจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องครัว เครื่องใช้ภายในครัวเรือน เครื่องออกกำลังกาย สื่อภาพและเสียงเพื่อบันเทิง สื่อภาพและเสียงเพื่อการศึกษา เครื่องใช้ไฟฟ้า (ในครัวเรือน) อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลรักษารถยนต์	ไทย
ทีวี ไดเรค	เครื่องหมายการค้าและบริการ	ลาว
ทีวี ไดเรค	เครื่องหมายการค้าและบริการ	กัมพูชา
ทีวี ไดเรค	เครื่องหมายการค้า	พม่า
<div>เครื่องหมายการค้าสินค้า</div> <div>House Brand: Fatis</div>	สินค้าประเภทอาหารเสริมบำรุงร่างกายทำจากวิตามินและแร่ธาตุใช้ในทางการแพทย์ อาหารเสริมบำรุงร่างกายทำจากพืช ผัก ผลไม้ และเนื้อสัตว์ ไม่ใช้ทางการแพทย์	ไทย
<div>เครื่องหมายการค้าสินค้า</div> <div>House Brand: Wellness</div>	เครื่องหมายการค้าสำหรับสินค้าเครื่องฟอกอากาศ เครื่องนวดน่องและเท้าใช้ไฟฟ้า เตียงนวดร่างกายใช้ไฟฟ้า แก้อิบนวดตัว เข็มขัดกระชับสัดส่วนใช้ไฟฟ้า เครื่องนวดหน้าใช้ไฟฟ้า	ไทย
<div>เครื่องหมายการค้าสินค้า</div> <div>House Brand: Nuvite</div>	อาหารเสริมสกัดจากพืช ผัก ผลไม้	ไทย

4.4 สิทธิการเช่า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีสิทธิการเช่าสุทธิ จำนวน 128,219 บาท และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ไม่มียอดคงเหลือแล้ว ซึ่งเป็นสิทธิการเช่าอาคารพาณิชย์อายุ 5 ปี เพื่อใช้เป็นสถานประกอบการร้านค้าปลีก “TV Direct Showcase” สาขาพัทยาเหนือ และใช้เป็นศูนย์กระจายสินค้าร่วมด้วย

4.5 สัญญาที่สำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ

4.5.1 สรุปสัญญาเช่าที่ดินเพื่อเป็นที่ตั้งอาคารสำนักงานโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center) และลานจอดรถ

บริษัทเช่าที่ดินเพื่อใช้ก่อสร้างอาคารสำนักงานโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center) และลานจอดรถ โดยรายละเอียดของสัญญาสามารถสรุปได้ดังนี้

เลขที่โฉนด/ที่ตั้ง	เนื้อที่	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลา	การต่อสัญญา
โฉนดเลขที่ 45932, 171907, 171908 ช.บ้านท่าแร่ ต.ท่าแร่ อ.บางเขน กรุงเทพฯ	1 ไร่ 11 ตารางวา	นายบุญเลิศ นาคอุไร	อายุ 15 ปี 1 มิ.ย. 46 - 31 พ.ค. 61	ก่อนวันสิ้นสุดสัญญาไม่น้อยกว่า 30 วัน หากผู้เช่ามีความประสงค์จะเช่าที่ดินต่อไป ผู้เช่าจะต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ให้เช่าทราบเพื่อตกลงรายละเอียดเกี่ยวกับการเช่าและทำสัญญากันใหม่ต่อไป
โฉนดเลขที่ 45934 ต.ท่าแร่ (หลุมไผ่) อ.บางเขน กรุงเทพฯ	86 ตารางวา	นาวาตรีประเสริฐ นาคอุไร	อายุ 15 ปี 1 พ.ย. 46 - 31 ต.ค. 61	ก่อนวันสิ้นสุดสัญญาไม่น้อยกว่า 30 วัน หากผู้เช่ามีความประสงค์จะเช่าที่ดินต่อไป ผู้เช่าจะต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ให้เช่าทราบเพื่อตกลงรายละเอียดเกี่ยวกับการเช่าและทำสัญญากันใหม่ต่อไป
โฉนดเลขที่ 45935 ต.ท่าแร่ (หลุมไผ่) อ.บางเขน กรุงเทพฯ	1 ไร่ 17 ตารางวา	นาวาตรีหญิงชุลีรัตน์ บัรรอด	อายุ 15 ปี 1 พ.ย. 46 - 31 ต.ค. 61	ก่อนวันสิ้นสุดสัญญาไม่น้อยกว่า 30 วัน หากผู้เช่ามีความประสงค์จะเช่าที่ดินต่อไป ผู้เช่าจะต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ให้เช่าทราบเพื่อตกลงรายละเอียดเกี่ยวกับการเช่าและทำสัญญากันใหม่ต่อไป
โฉนดเลขที่ 159261 ต.ท่าแร่ (หลุมไผ่) อ.บางเขน กรุงเทพฯ	371 ตารางวา	นายพวงพันธ์ โรจนทรัพย์	อายุ 14 ปี 1 ธ.ค. 48 - 30 พ.ย. 62	ก่อนวันสิ้นสุดสัญญาไม่น้อยกว่า 30 วัน หากผู้เช่ามีความประสงค์จะเช่าที่ดินต่อไป ผู้เช่าจะต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ให้เช่าทราบเพื่อตกลงรายละเอียดเกี่ยวกับการเช่าและทำสัญญากันใหม่ต่อไป
โฉนดเลขที่ 45931 ช.บ้านท่าแร่ ต.ท่าแร่ อ.บางเขน กรุงเทพฯ	3 งาน 82 ตารางวา	นางอัญชลี ยิมดี	อายุ 14 ปี 1 เม.ย. 49 - 31 มี.ค. 63	ก่อนวันสิ้นสุดสัญญาไม่น้อยกว่า 30 วัน หากผู้เช่ามีความประสงค์จะเช่าที่ดินต่อไป ผู้เช่าจะต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ให้เช่าทราบเพื่อตกลงรายละเอียดเกี่ยวกับการเช่าและทำสัญญากันใหม่ต่อไป
โฉนดเลขที่ 24175 ต.ท่าแร่ อ.บางเขน กรุงเทพฯ	1 งาน 36 ตารางวา	นางสาวอุษณีย์ ปานขาว	อายุ 3 ปี 1 พ.ย.56 – 31 ต.ค.59	ก่อนวันสิ้นสุดสัญญาไม่น้อยกว่า 30 วัน หากผู้เช่ามีความประสงค์จะเช่าที่ดินต่อไป ผู้เช่าจะต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ให้เช่าทราบเพื่อตกลงรายละเอียดเกี่ยวกับการเช่าและทำสัญญากันใหม่ต่อไป
โฉนดเลขที่ 135251 แขวงท่าแร่ เขตบางเขน กรุงเทพฯ	170.2 ตารางวา	นายประชิด วิเศษแก้ว	อายุ 3 ปี 1 พ.ย.56 – 31 ต.ค.59	ก่อนวันสิ้นสุดสัญญาไม่น้อยกว่า 30 วัน หากผู้เช่ามีความประสงค์จะเช่าที่ดินต่อไป ผู้เช่าจะต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ให้เช่าทราบเพื่อตกลงรายละเอียดเกี่ยวกับการเช่าและทำสัญญากันใหม่ต่อไป
โฉนดเลขที่ 45933 ต.ท่าแร่ (หลุมไผ่) อ.บางเขน กรุงเทพฯ	100 ตารางวา	นายบุญเลิศ นาคอุไรและ นาวาตรีหญิงชุลีรัตน์ บัรรอด	7 ปี 3 เดือน 1 ส.ค.54 – 31 ต.ค.61	ก่อนวันสิ้นสุดสัญญาไม่น้อยกว่า 30 วัน หากผู้เช่ามีความประสงค์จะเช่าที่ดินต่อไป ผู้เช่าจะต้องแจ้งเป็นลาย

เลขที่โฉนดที่ดิน	เนื้อที่	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลา	การต่อสัญญา
				ลักษณะอักษรให้ผู้ให้เช่าทราบเพื่อตกลงรายละเอียดเกี่ยวกับการเช่าและทำสัญญากันใหม่ต่อไป
โฉนดเลขที่ 205079 ต.ท่าแร่ (หลุมไผ่) อ.บางเขน กรุงเทพฯ	350 ตาราง วา	นายประเทือง เพ็ชรอินทร์	อายุ 10 ปี 15 ต.ค.54 – 14 ต.ค.64	ก่อนวันสิ้นสุดสัญญาไม่น้อยกว่า 30 วัน หากผู้เช่ามีความประสงค์จะเช่า ที่ดินต่อไป ผู้เช่าจะต้องแจ้งเป็นลาย ลักษณ์อักษรให้ผู้ให้เช่าทราบเพื่อ ตกลงรายละเอียดเกี่ยวกับการเช่า และทำสัญญากันใหม่ต่อไป
โฉนดเลขที่ 24173 ต.ท่าแร่ อ.บางเขน กรุงเทพฯ	1 งาน 36 ตารางวา	คุณเบญจวรรณ แสนทวีสุข	อายุ 3 ปี 1 ม.ค.57 – 31 ธ.ค.59	หากผู้เช่ามีความประสงค์ไม่ ต้องการให้ผู้เช่าใช้ที่ดินดังกล่าว หลังจากครบกำหนดระยะเวลาเช่า 3 ปีแล้วหรือสัญญาเช่าสิ้นสุดลง ผู้ เช่ายินยอมออกจากที่ดินดังกล่าว ภายใน 15 วันนับแต่วันที่ผู้เช่ามี ความประสงค์ดังกล่าว

4.5.2 สรุปสัญญาเช่าอาคารเพื่อใช้เป็นศูนย์กระจายสินค้า ร้านค้าปลีก “TV Direct Showcase”

สาขา/ที่ตั้ง	ลักษณะ/พื้นที่	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลา	การต่อสัญญา
<u>ศูนย์กระจายสินค้า</u> 1 ดินแดง 4026, 4028, 4030 เลขที่ 715 ถ. อโศก-ดินแดง แขวงดินแดง เขตดิน แดง กรุงเทพฯ 10400	ตึกแถว 2 ชั้น 1 คูหา 4x12 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 26 ก.ค.56 – 25 ก.ค.59	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
2 ท่าพระ 296 ถ.พณิชยการธนบุรี แขวงวัดท่า พระ เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพฯ 10600	อาคาร 1 ชั้น 1 ห้อง 6.7x14 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ก.พ.56 – 31 ม.ค.59	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
<u>TV Direct Showcase และศูนย์กระจาย สินค้า</u> 1 ภูเก็ต 110/1 ถ.วิจิตรสงคราม ต.ตลาดเหนือ อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000	อาคาร 3 ชั้น 38 ตารางวา	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ก.ค. 57 - 30 มิ.ย. 60	เช่าต่อได้อีก 3 ปี โดย แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
2 ชลบุรี 112/177 หมู่ 1 ต.เสม็ด อ.เมือง จ. ชลบุรี 20000	อาคาร 3 ชั้น 4x12 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 15 ต.ค. 56 – 14 ต.ค. 59	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
3 หาดใหญ่ 488/5 ถ.เพชรเกษม ต.หาดใหญ่ อ. หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น 8x15 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 เม.ย. 56 - 31 มี.ค. 59	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
4 พัทยาเหนือ 212/14-15 ถ.พญาเหนือ ต.นาเกลือ อ.บางละมุง จ.ชลบุรี 20150	อาคาร 2 คูหา	บริษัท โรนีส เอ็น เตอร์ไพรส์ จำกัด	อายุ 2 ปี 1 เม.ย. 57 - 31 มี.ค. 59	ไม่ได้ระบุ
5 ลพบุรี 136 ถ.นารายณ์มหาราช ต.ทะเลชุบ	อาคาร 3.5 ชั้น 8x12 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 พ.ย. 56 – 31 ต.ค.	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า

สาขา/ที่ตั้ง	ลักษณะ/พื้นที่	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลา	การต่อสัญญา
ศร อ.เมือง จ.ลพบุรี 15000			59	ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
6 จันทบุรี 30/255 หมู่ที่ 7 ต.จันทน์มิตร อ.เมือง จ.จันทบุรี	อาคาร 4 ชั้น 4x18 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 15 มี.ค. 56 - 14 มี.ค. 59	สามารถต่อสัญญาเช่าเพิ่ม ได้อีก 1 ปี
7 เพชรบุรี 2/1 ซ.ทรัพย์สิน 4 ถ.ราชวิถี ต.คลอง กระแซง อ.เมือง จ.เพชรบุรี 76000	อาคาร 3 ชั้น 4x12 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ก.ค. 55 - 30 มิ.ย. 58	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
8 สุราษฎร์ธานี 263/4-5 ถ.ชนเกษม ต.ตลาด อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000	อาคาร 2 ชั้น ขนาด 4 x 10 เมตร จำนวน 2 ห้อง	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ส.ค. 57 - 31 ก.ค. 60	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
9 นครศรีธรรมราช 8/16 ถ.พัฒนาการคูขวาง ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000	อาคาร 3 ชั้น 4x10 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ส.ค. 56 - 31 ก.ค. 59	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
10 บัตตานี 300/67-68 หมู่ 4 ถ.หนองจิก ต.รูสะมิ แล อ.เมืองปัตตานี จ.ปัตตานี	อาคาร 3 ชั้น 10x20 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ม.ค. 58 - 31 ธ.ค. 60	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
11 เชียงใหม่ 36/3 ถ.ห้วยแก้ว อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000	อาคาร 3.5 ชั้น 4x8 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ส.ค. 56 - 31 ก.ค. 59	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
12 นครสวรรค์ 152/4 ถ.สวรรค์วิถี ต.ปากน้ำโพ อ.เมือง จ.นครสวรรค์ 60000	อาคาร 3.5 ชั้น 4x8 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ส.ค. 56 - 31 ก.ค. 59	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
13 อูรุธยา 161/37 ม.3 ต.คลองสวนพลู อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา 13000	อาคาร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ส.ค. 55 - 31 ก.ค. 58	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
14 เชียงราย 149/4 เทศบาลบ้านดู่ ถ.พหลโยธิน อ.เมือง จ.เชียงราย 57000	อาคาร 3 ชั้น 4x12 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 15 ส.ค. 55 - 14 ส.ค. 58	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
15 พิษณุโลก 298/14 ถ.บรมไตรโลกนาถ 2 ต.ในเมือง อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000	อาคาร 3 ชั้น 4x16 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ส.ค. 57 - 31 ก.ค. 60	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
16 นครราชสีมา 223, 225 ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000	อาคาร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ส.ค. 55 - 31 ก.ค. 58	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
17 ขอนแก่น 182/133 ถ.ศรีจันทร์ อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000	อาคาร 3 ชั้น 4x12 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ส.ค. 55 - 31 ก.ค. 58	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา

สาขา/ที่ตั้ง	ลักษณะ/พื้นที่	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลา	การต่อสัญญา
18 อุดรธานี 26 ห้อง 1-2 หมู่ 7 ถ.ทหาร ต.หมากแข้ง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000	อาคาร 2 ชั้น 8x12 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ก.ย. 57 - 31 ส.ค. 60	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
19 สระบุรี 184 ถ.พหลโยธิน ต.ปากเพรียว อ.เมือง จ.สระบุรี 18000	อาคาร 4x8 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ม.ค. 58 - 31 ธ.ค. 61	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
20 อุบลราชธานี 188-190 ถ.อุปราชา ต.ในเมือง อ.เมือง จ.อุบลราชธานี 34000	อาคาร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ส.ค. 55 - 31 ก.ค. 58	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
21 นครปฐม 88 ถ.ราชวิถี ต.พระปฐมเจดีย์ อ.เมือง จ.นครปฐม 73000	อาคาร 3 ชั้น 4x14 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 มี.ค. 56 - 28 ก.พ. 59	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
22 สระแก้ว 97/238 ถ.สุวรรณศร อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000	อาคาร 3 ชั้น 8x12 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 16 ก.พ. 57-15 ก.พ.60	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
23 สมุทรปราการ 2014/2 หมู่ที่ 9 ถ.เทพารักษ์ ต.สำโรง เหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270	อาคาร 4 ชั้น 4x15 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 2 ปี 15 ก.พ. 58 - 14 ก.พ. 60	เช่าต่อได้อีก 3 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
24 สมุทรสาคร 1300/93 ถ.เอกชัย ต.มหาชัย อ.เมือง จ.สมุทรสาคร 74000	อาคาร 4 ชั้น 4x13 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 พ.ค. 57 - 30 เม.ย. 60	เช่าต่อได้อีก 3 ปี ภายใต้ เงื่อนไข ข้อกำหนด และ อัตราค่าเช่าเดิม
25 ปทุมธานี 323 ต.ปะราชธิปัตย์ อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12110	อาคาร 4 ชั้น 16x4 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 พ.ค. 56 - 30 เม.ย. 59	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน
26 นนทบุรี 26/11 ถ.ประชาราษฎร์ ต.ตลาดขวัญ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000	อาคาร 4.5 ชั้น 4x12 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ก.ย. 56 - 31 ส.ค. 59	เช่าต่อได้อีก 3 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
27 ระยอง 65/19 ถ.จันทอุดม ต.ท่าประตู่ อ.เมือง จ.ระยอง 21000	อาคาร 4 ชั้น 16 ตารางวา	บุคคลธรรมดา	อายุ 1 ปี 16 พ.ย.57-15 พ.ย. 58	เช่าต่อได้อีก 3 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า 60 วันก่อนหมดอายุสัญญา
28 กำแพงเพชร 722, 724 ถ.ราชดำเนิน 1 ต.ในเมือง อ.เมือง จ.กำแพงเพชร 62000	อาคาร 1 ชั้น 2 ห้อง 96 ตารางเมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 8 ธ.ค.56 - 7 ธ.ค.59	เช่าต่อได้อีก 3 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า 60 วันก่อนหมดอายุสัญญา
29 ราชบุรี 178/5-6 ถ.เพชรเกษม ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ราชบุรี 70000	อาคาร 2 ชั้น 2 คูหา 44.3 ตารางวา	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ม.ค. 57 - 31 ธ.ค. 59	เช่าต่อได้อีก 3 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ก่อนหมดอายุสัญญา
30 บุรีรัมย์ 40/7 ถ.ธานี ต.ในเมือง อ.เมือง จ.บุรีรัมย์ 31000	อาคาร 2 ชั้น 16x4 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 เม.ย. 56 - 31 มี.ค. 59	เช่าต่อได้อีก 1 ปี
31 ลำปาง 341/7 ถ.จักราช ต.สวนดอก อ.เมือง จ.ลำปาง	อาคาร 4 ชั้น 2 คูหา	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 พ.ย. 56 - 31 ต.ค. 59	เช่าต่อได้อีก 3 ปี

สาขา/ที่ตั้ง	ลักษณะ/พื้นที่	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลา	การต่อสัญญา
32 สุพรรณบุรี 249/289 ม.5 ต.ท่าระหัด อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี	อาคาร 4 ชั้น 5.2x12 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 15 พ.ย.56 – 14พ.ย. 59	เช่าต่อได้อีก 3 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
33 กาญจนบุรี 35/8 ถ.แสงชูโต อ.เมือง จ.กาญจนบุรี	อาคาร 3 ชั้น 38.8 ตารางวา	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 17 ธ.ค. 56 – 16 ธ.ค. 59	เช่าต่อได้อีก 3 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
34 กระบี่ 90/43 ถ.มหาราช ต.ปากน้ำ อ.เมือง จ.กระบี่	อาคาร 4 ชั้น 4.5x14 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ก.ย. 57 – 31 ส.ค. 60	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
35 ชุมพร 116/7 ถนนกรมหลวงชุมพร ต.ท่าตะเภา อ.เมือง จ.ชุมพร	อาคาร 2 ชั้น 4.3 x16 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 1 ปี 1 พ.ย. 57 – 31 ต.ค. 58	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
36 นครพนม 357/7 ถ.เฟื่องนคร ต.หนองญาติ อ.เมืองนครพนม จ.นครพนม	อาคาร 2 ชั้น 4 x16 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ก.ค.55 – 30 มิ.ย.58	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
37 เพชรบูรณ์ 52/45 ถ.เทพาพัฒนา ต.ในเมือง อ.เมืองเพชรบูรณ์ จ.เพชรบูรณ์	อาคาร 3 ชั้น 4 x14 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ส.ค.55 – 31 ก.ค.58	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
38 ฉะเชิงเทรา 205 ถนนสุขประยูร ต.หน้าเมือง อ.เมืองฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา 24000	อาคาร 3 ชั้น 4 x 16 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 16 ธ.ค.55 – 15 ธ.ค.58	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
TV Direct Showcase				
1 ร้อยเอ็ด 41/1 ซอย 1 ถ.ปัทมานนท์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ร้อยเอ็ด 45000	อาคาร 2 ชั้น 8x10 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 มี.ค. 56 – 28 ก.พ. 59	เช่าต่อได้อีก 1 ปี
2 เชียงใหม่ พลาซ่า พระราม 2 128 ถนนพระรามที่ 2 แขวงสามตำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150	105.30 ตาราง เมตร	กองทุนรวมสิทธิ การเช่า อสังหาริมทรัพย์ CPN รีเทล โกรท	อายุ 3 ปี 1 ก.ย. 56 - 31 ส.ค. 59	ไม่ได้รับบุ
3 เชียงใหม่ พลาซ่า พระราม 3 79/143 ถ.สาทรประดิษฐ์ แขวงช่อง นนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120	78.83 ตารางเมตร	กองทุนรวม อสังหาริมทรัพย์ CPN รีเทล โกรท	อายุ 3 ปี 1 ก.ย. 56 - 31 ส.ค. 59	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนหมดอายุสัญญา
4 พระราม 9 อาคารว่องวานิช พลาซ่า บี เลขที่ 100/123 ชั้นที่ 1 แบบ L ถ.พระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10320	180 ตารางเมตร	บจก.ปิยะสมบัติ พร็อพเพอร์ตี้	อายุ 3 ปี 1 ม.ค. 57 - 31 ธ.ค. 59	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
5 เชียงใหม่ พลาซ่า รัตนวิเบศร์ 68/100,68/919 หมู่ 8 ห้องเลขที่	165.36 ตาราง เมตร	บริษัท เชียงใหม่ พัฒนา รัตนวิ	อายุ 3 เดือน 1 ก.ย.55 – 31 ส.ค.58	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6

สาขา/ที่ตั้ง	ลักษณะ/พื้นที่	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลา	การต่อสัญญา
213/2 ถ.รัตนวิเศษ ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000		เบศรี จำกัด		เดือน ก่อนหมดอายุสัญญา
6 ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต 94 ถ.พหลโยธิน ต.ประชาธิปัตย์ อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12130	113.24 ตาราง เมตร	บริษัท ซ้อปิ้ง เซ็นเตอร์เซอร์วิส เชส จำกัด	อายุ 3 ปี 1 มี.ค. 58 – 28 ก.พ. 61	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
7 ซีคอนสแควร์ 904 หมู่ 6 ถนนศรีนครินทร์ แขวง หนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพฯ 10260	58.50 ตารางเมตร	บริษัท ซีคอน ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	อายุ 3 ปี 16 ก.ค. 57 - 15 ก.ค. 60	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
8 แฟชั่น ไอส์แลนด์ 5/5-6 หมู่ที่ 7 ห้องเลขที่ B032B ถ.รามอินทรา แขวงคันนายาว เขตคันนายาว กรุงเทพฯ 10230	60.51 ตารางเมตร	บริษัท สยาม รีเทล ดีเวลลอป เม้นท์ จำกัด	อายุ 1 ปี 10 ธ.ค. 57 - 9 ธ.ค. 58	ไม่ได้รับ
9 สีส้มคอมเพล็กซ์ 191 อาคารสีส้มคอมเพล็กซ์ ถ.สีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500	67 ตารางเมตร	บริษัท สีส้มอาคาร และบริการ จำกัด	อายุ 3 ปี 5 พ.ย.55 – 4 พ.ย.58	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 150 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
10 หัวหิน ศูนย์การค้าหัวหิน มาร์เก็ต วิลเลจ เลขที่ 234/1 ถ.เพชรเกษม ต.หัวหิน อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ 77110	56 ตารางเมตร	บริษัท มาร์เก็ต วิลเลจ จำกัด	อายุ 3 ปี 25 พ.ค.55 - 24 พ.ค. 58	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 180 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
11 เซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ เลขที่ 252-252/1 ถนนมหิดล, ถ.วัวลาย ต.หายยา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50100	80.56 ตารางเมตร	บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา เชียงใหม่ จำกัด	อายุ 3 ปี 1 ต.ค. 56 - 30 ก.ย. 59	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนหมดอายุสัญญา
12 เดอะมอลล์ บางกะปิ 3522 ถ.ลาดพร้าว แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240	70 ตารางเมตร	บริษัท เณริ จำกัด	อยู่ในระหว่างต่อสัญญา	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
13 เดอะมอลล์ งามวงศ์วาน 30/39-50, 639 หมู่ที่ 2 ถ.งามวงศ์ วาน ต.บางเขน อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี 11000	14.85 ตารางเมตร	บริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด	อายุ 9 ปี 1 ต.ค. 57 – 30 ก.ย. 58	ไม่ได้รับ
14 เซ็นทรัล พลาซ่า ปิ่นเกล้า 7/476 ถ.บรมราชชนนี แขวงอรุณ อมรินทร์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10700	83.86 ตารางเมตร	บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)	อายุ 5 เดือน 29 วัน 1 ต.ค. 57 - 30 มี.ค. 58	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนหมดอายุสัญญา
15 โรบินสัน ราชบุรี 265 ถ.ศรีสุริยวงศ์ ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ราชบุรี 70000	71.25 ตารางเมตร	บริษัท ซีอาร์ ราชบุรี (ประเทศไทย) จำกัด	อยู่ในระหว่างต่อสัญญา	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
16 เดอะมอลล์ โคราช 1242/2 ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000	82.50 ตารางเมตร	บริษัท เค. อาร์. ซ้อปิ้งเซ็นเตอร์ จำกัด	อยู่ในระหว่างต่อสัญญา	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
17 เดอะมอลล์ รามคำแหง 49 ถ.รามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240	48 ตารางเมตร	บริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด	อายุ 1 ปี 10 เดือน 1 ม.ค. 57 – 28 พ.ย. 58	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
18 อมตะนคร (ชลบุรี)	63.50 ตารางเมตร	บริษัท เอก-ชัย	อายุ 3 ปี	ต่อสัญญาได้อีก 1 ปี

สาขา/ที่ตั้ง	ลักษณะ/พื้นที่	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลา	การต่อสัญญา
เทสโก้ โลตัส สาขาอมตะนคร เลขที่ 700/75 หมู่ที่ 5 ต.คลองตำหรุ อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000		ดีสทรีบิวชั่น ซิสเทม จำกัด	25 ธ.ค.55 - 24 ธ.ค. 58	
19 แปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา 90 ถ.สุขุมวิท กม.118 ต.ศรีราชา อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20110	80 ตารางเมตร	บริษัท แปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา จำกัด	อายุ 3 ปี 15 ต.ค.56 – 14 ต.ค. 59	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
20 ศูนย์การค้า สุปรีม คอมเพล็กซ์ 1024 ถ.สามเสน แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300	55 ตารางเมตร	บริษัท สุปรีม สามเสน จำกัด	อายุ 2 ปี 11 เดือน 23 ก.ย.56 – 31 ส.ค. 59	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
21 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า แจ้งวัฒนะ 99,99/9 หมู่ 2 ถ.แจ้งวัฒนะ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี	76.43 ตารางเมตร	บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)	อายุ 3 ปี 1 ก.ค. 57 – 30 มิ.ย. 60	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
22 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า รามอินทรา 109/10 ถ.รามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ	81.96 ตารางเมตร	บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)	อยู่ในระหว่างต่อสัญญา	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
23 ศูนย์การค้าโรบินสัน ตรัง 138 ถ.พัทลุง ต.ทับเที่ยง อ.เมืองตรัง จ.ตรัง	103.39 ตารางเมตร	บริษัท ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน จำกัด (มหาชน)	อายุ 3 ปี 1 ธ.ค. 57 – 30 พ.ย. 60	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90 วัน ก่อนครบอายุสัญญา
24 ศูนย์การค้าเมกาบางนา ห้องเลขที่ 2140 ชั้น 2 39/6 ต.บางแก้ว อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540	46 ตารางเมตร	บริษัท เอสเอฟ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด	อยู่ในระหว่างต่อสัญญา	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนหมดอายุสัญญา
25 พาราไดซ์ พาร์ค F03C008 ชั้น 3 61 ถ.ศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพฯ 10250	99 ตารางเมตร	บริษัท พาราไดซ์ พาร์ค จำกัด	อายุ 3 ปี 15 ก.ย. 57 – 14 ก.ย.60	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
26 ซิคอน บางแค 607 ถนนเพชรเกษม แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ กรุงเทพฯ 10160	84.40 ตารางเมตร	บริษัท ซิคอนบางแค จำกัด	อายุ 3 ปี 1 ก.ย. 55 – 31 ส.ค. 58	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
27 อัครวรรณ ซุปเปอร์ คอมเพล็กซ์ 1 308 หมู่ 10 ถ.มิตรภาพ ต.โพธิ์ชัย อ.เมืองหนองคาย .หนองคาย 43000	52 ตารางเมตร	ห้างสรรพสินค้าเจียง-ฟิวเจอร์พลาซ่า	อายุ 3 ปี 21 ก.ค.55-20 ก.ค.58	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
28 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า พิษณุโลก 9/99 ม.5 ต.พลาชัยพล อ.เมืองพิษณุโลก จ.พิษณุโลก 65000	78 ตารางเมตร	บริษัท เซ็นทรัลเวิลด์ จำกัด	อายุ 3 ปี 20 ต.ค. 57 – 19 ต.ค. 60	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
29 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า สุราษฎร์ธานี 88 ม.10 ต.วัดประตู่ อ.เมืองสุราษฎร์ธานี จ.สุราษฎร์ธานี 84000	91.44 ตารางเมตร	บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด	อายุ 3 ปี 11 ต.ค. 55 – 10 ต.ค. 58	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
30 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงราย 99/9 ม.13 ต.รอบเวียง อ.เมืองเชียงราย จ.เชียงราย 57000	34.01 ตารางเมตร	บริษัท ซีพีเอ็น เชียงราย จำกัด	อายุ 3 ปี 1 ต.ค. 57 – 30 ก.ย. 60	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
31 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า อุตรดิตถ์	90.71 ตารางเมตร	บริษัท เซ็นทรัล	อายุ 3 ปี	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ

สาขา/ที่ตั้ง	ลักษณะ/พื้นที่	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลา	การต่อสัญญา
277/3 ถ.ประจักษ์ศิลปาคม ต.หมากแข้ง อ.เมืองอุดรธานี จ.อุดรธานี		เวลดี้ จำกัด สาขาอุดรธานี	27 มี.ค. 55 – 26 มี.ค. 58	ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
32 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า วงศ์สว่าง 888 ถ.พิบูลย์สงคราม แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800	55 ตารางเมตร	บริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด	อายุ 3 ปี 1 ก.ย.55 – 31 ส.ค.58	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วันก่อนครบอายุสัญญา
33 ศูนย์การค้าบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ มุกดาหาร 77/11 ถ.ขยางกูร ต.มุกดาหาร อ.เมืองมุกดาหาร จ.มุกดาหาร 49000	43.00 ตารางเมตร	บมจ. บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์	อายุ 3 ปี 1 ก.ย.55 – 31 ส.ค.58	ไม่ระบุ
34 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ขอนแก่น 99 ถ.ศรีจันทร์ ต.ในเมือง อ.เมืองขอนแก่น จ.ขอนแก่น 40000	74.80 ตารางเมตร	บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา ขอนแก่น จำกัด	อายุ 3 ปี 1 ส.ค.57 – 31 ก.ค.60	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
35 ศูนย์การค้า โฮมเวิร์ค ราชพฤกษ์ 111 ม.5 ต.มหาสวัสดิ์ อ.บางกรวย จ.นนทบุรี 11130	67.90 ตารางเมตร	บริษัท ซีอาร์ซี เพาเวอร์ รีเทล จำกัด	อยู่ในระหว่างต่อสัญญา	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
36 ศูนย์การค้า โฮมเวิร์ค ภูเก็ต 79 หมู่ 5 ต.วิชิต อ.เมืองภูเก็ต จ.ภูเก็ต	67.90 ตารางเมตร	บริษัท ซีอาร์ซี เพาเวอร์ รีเทล จำกัด	อายุ 3 ปี 1 พ.ย.55 – 31 ต.ค.58	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
37 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ชลบุรี 55/88-89,55/91 หมู่ที่ 1 ต.เสม็ด อ.เมืองชลบุรี จ.ชลบุรี 20000	41.22 ตารางเมตร	บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	อายุ 3 ปี 5 ก.ค.56 - 4 ก.ค.59	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
38 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ศาลายา 99/19,99/20 หมู่ที่ 2 ต.บางเตย อ.สามพราน จ.นครปฐม 73210	95.03 ตารางเมตร	บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)	อายุ 3 ปี 15 ก.ค.57 – 14 ก.ค.60 (Draft)	ไม่ระบุ
39 ศูนย์การค้าไดอานาคอมเพล็กซ์ (Show Case : Genie Bra) 55/3 ถ.ศรีภูวนารถ ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	52 ตารางเมตร	บริษัท ศูนย์การค้าไดอานาคอมเพล็กซ์ จำกัด	อายุ 3 ปี 15 ก.ค.57 – 14 ก.ค.60	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
40 ศูนย์การค้าไดอานาคอมเพล็กซ์ (Show Case : RMR) 55/3 ถ.ศรีภูวนารถ ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	52 ตารางเมตร	บริษัท ศูนย์การค้าไดอานาคอมเพล็กซ์ จำกัด	อายุ 3 ปี 15 ก.ค.57 – 14 ก.ค.60	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
41 ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ฉะเชิงเทรา 910 ถ.ฉะเชิงเทรา-บางปะกง ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา 24000	90 ตารางเมตร	บริษัท ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน จำกัด (มหาชน)	อายุ 3 ปี 12 ก.ย.57 – 11 ก.ย.60 (Draft)	ไม่ระบุ
42 ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ร้อยเอ็ด 137 หมู่ที่ 3 ต.ดงลาน อ.เมืองร้อยเอ็ด จ.ร้อยเอ็ด 45000	136 ตารางเมตร	บริษัท ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน จำกัด (มหาชน)	อายุ 3 ปี 1 ต.ค.57 – 30 ก.ย.60 (Draft)	ไม่ระบุ

4.5.3 สรุปสัญญาเช่าอาคารคลังสินค้าและบริหารจัดการคลังสินค้า (Agreement for Contract Logistics Services)

คู่สัญญา	: ผู้เช่า - บริษัท ทีวี ไตเร็ค จำกัด (มหาชน) ผู้ให้เช่า - บริษัท เจดับเบิลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด ("JWD")
วันที่ลงนามในสัญญา	: 1 สิงหาคม 2556
อายุสัญญา	: อายุสัญญา 2 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2556 ถึง วันที่ 31 กรกฎาคม 2558
ขอบเขตการให้บริการ	: JWD ให้บริษัทเช่าอาคารคลังสินค้าเพื่อใช้ในการจัดเก็บสินค้าของบริษัท ตั้งอยู่ที่เลขที่ 222 หมู่ 17 ถนนสามวา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยให้บริการที่สำคัญดังนี้ (1) JWD ให้บริษัทเช่าใช้อาคารคลังสินค้าหมายเลข 2,6 เนื้อที่ 1,920 ตารางเมตร/คลังสินค้า และห้องปรับอากาศเนื้อที่ 330 ตารางเมตร จำนวน 3 ห้อง (110 ตารางเมตร/ห้อง) เพื่อใช้ในการจัดเก็บสินค้า รวมทั้งให้บริการเช่าใช้อาคารคลังสินค้าหมายเลข 1 เนื้อที่ 640 ตารางเมตร เพื่อใช้ในการบรรจุหีบห่อสินค้า (2) JWD จะจัดให้มีสาธารณูปโภคพื้นฐานที่สำคัญ ได้แก่ ระบบไฟฟ้า ระบบปรับอากาศ ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ต (3) JWD ให้บริการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง จัดเก็บสินค้า และจัดให้มีเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการจัดเก็บสินค้า อาทิ รถยกและเครื่องมือที่ใช้ขนถ่ายสินค้า รวมทั้งจัดทำรายงานการเคลื่อนไหวของสินค้า (4) JWD ให้บริการตรวจรับสินค้าคงคลัง บริหารจัดการสินค้าคงคลัง นำสินค้าออกจากคลังสินค้าเพื่อจัดเตรียมส่งให้ลูกค้าตามคำสั่งของบริษัท โดยการปฏิบัติหน้าที่ของ JWD อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของบริษัท และบริษัทจัดส่งเจ้าหน้าที่ไปปฏิบัติงานประจำที่อาคารคลังสินค้านี้ด้วย (5) JWD ให้บริการพิเศษเพิ่มเติมตามคำสั่งของบริษัท อาทิ การบรรจุหีบห่อ การเปลี่ยนหีบห่อ การติดสติ๊กเกอร์ต่างๆ บนสินค้า เป็นต้น
เงื่อนไขที่สำคัญ	: บริษัทจะจัดทำประกันภัยคุ้มครองสินค้าหากมีความเสียหายเกิดขึ้นจากการขนส่งสินค้า JWD จะจัดทำประกันภัยคุ้มครองความเสียหายของสินค้าในกรณีที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสินค้า : บริษัทจ่ายค่าบริการบริหารจัดการสินค้าคงคลังรายเดือนตามที่กำหนดในสัญญา และค่าบริการพิเศษต่างๆ ตามที่กำหนดในสัญญา
ค่าบริการ	

4.5.4 สรุปสัญญาร่วมดำเนินการชั่งรายการ Shop Thailand (MCOT)

คู่สัญญา	: บริษัท ทีวี ไตเร็ค จำกัด (มหาชน) ("บริษัท") และ บริษัท ทีวีไตเร็ค อินโดไชน่า จำกัด
อายุสัญญา	: 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 16 มกราคม 2557 ถึง วันที่ 15 มกราคม 2558
รายละเอียดที่สำคัญ	: บจก.ทีวีไตเร็ค อินโดไชน่าตกลงร่วมดำเนินการชั่งรายการโทรทัศน์กับ บมจ.อสมท. โดยใช้ชื่อชั่งรายการ Shop Thailand และให้ บมจ.ทีวี ไตเร็ค เป็นผู้เช่าช่วงบริการต่อ โดย

ให้บริการแพร่ภาพออกอากาศตามสัญญาฯ ผ่านช่องสัญญาณดาวเทียมระบบ C Band ที่ Bandwidth ตามมาตรฐานการแพร่ภาพออกอากาศรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ทั้งนี้ การร่วมดำเนินรายการตามสัญญาฯ บริษัทต้องดำเนินการด้วยตนเอง และอยู่ภายใต้การควบคุมกำกับดูแล และตรวจสอบของ บมจ. อสมท

- คำตอบแทน : (1) บริษัทตกลงชำระค่าตอบแทนการแพร่ภาพออกอากาศรายการผ่านช่องรายการโทรทัศน์ทางช่องสัญญาณดาวเทียมให้แก่ บจก.ทีวีใต้เร็ด อินโดไชน่า ตามที่กำหนดในสัญญา
- (2) บริษัทตกลงชำระค่าตอบแทนการแพร่ภาพออกอากาศรายการผ่านช่องรายการทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ให้แก่ บจก.ทีวีใต้เร็ด อินโดไชน่า ตามที่กำหนดในสัญญา โดยจ่ายค่าตอบแทนรายเดือนในอัตราคงที่

4.5.5 สรุปบันทึกข้อตกลงการร่วมผลิตรายการ Health and Family

- คู่สัญญา : ผู้ร่วมผลิตรายการ - บริษัท ทีวี ใต้เร็ด จำกัด (มหาชน)
ผู้อนุญาต - บริษัท ทีวีใต้เร็ด อินโดไชน่า
- อายุสัญญา : 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2557 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2558
- รายละเอียดที่สำคัญ : ผู้อนุญาตตกลงให้บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์รายการ Health and Family โดยมีรูปแบบรายการประเภทบันเทิง ท่องเที่ยว วาไรตี้ ศิลปวัฒนธรรม รายการเพื่อสุขภาพ และจัดให้มีโฆษณาในรายการดังกล่าวเสนอขายสินค้าและบริการ เพื่อเผยแพร่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม MVTV ในระบบ C Band โดยใช้ชื่อช่องรายการ "Health and Family"
- คำตอบแทน : (1) ชำระค่าตอบแทนรายเดือนตามอัตราที่กำหนดในสัญญา

4.5.6 สรุปบันทึกข้อตกลงการร่วมผลิตรายการ Beauty TV

- คู่สัญญา : ผู้ร่วมผลิตรายการ - บริษัท ทีวี ใต้เร็ด จำกัด (มหาชน)
ผู้อนุญาต - บริษัท ทีวีใต้เร็ด อินโดไชน่า
- อายุสัญญา : 2 ปี ตั้งแต่วันที่ 16 มกราคม 2557 ถึงวันที่ 15 มกราคม 2559
- รายละเอียดที่สำคัญ : ผู้ให้บริการ ตกลงให้บริการรับส่งช่องสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมให้กับผู้รับบริการ เผยแพร่ภาพออกอากาศรายการโทรทัศน์ผ่านช่องสัญญาณดาวเทียมครบวงจร "Turnkey Solution" ในระบบ C Band และ KU-band โดยใช้ชื่อช่องรายการโทรทัศน์ "Beauty TV"
- คำตอบแทน : (1) ชำระค่าตอบแทนรายเดือนตามอัตราที่กำหนดในสัญญา

4.5.7 สรุปบันทึกข้อตกลงการร่วมผลิตรายการ Shop at Home

- คู่สัญญา : ผู้ร่วมผลิตรายการ - บริษัท ทีวี ใต้เร็ด จำกัด (มหาชน)
ผู้อนุญาต - บริษัท ทีวีใต้เร็ด อินโดไชน่า
- อายุสัญญา : 2 ปี ตั้งแต่วันที่ 16 มกราคม 2557 ถึงวันที่ 15 มกราคม 2559
- รายละเอียดที่สำคัญ : ผู้ให้บริการ ตกลงให้บริการรับส่งช่องสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมให้กับผู้รับบริการ เผยแพร่ภาพออกอากาศรายการโทรทัศน์ผ่านช่องสัญญาณดาวเทียมครบวงจร "Turnkey Solution" ในระบบ C Band, KU-band และระบบ HD โดยใช้ชื่อช่องรายการโทรทัศน์ "Shop at Home"

คำตอบแทน : (1) ชำระคำตอบแทนรายเดือนตามอัตราที่กำหนดในสัญญา

4.5.8 สรุปสัญญาเช่าใช้บริการระบบ Cisco Contact Center Solution สำหรับหน่วยงานโทรศัพท์ (Call Center)

คู่สัญญา	: ระหว่างบริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทรู มูฟ จำกัด
วันที่ลงนามในสัญญา	: 3 กรกฎาคม 2555
อายุสัญญา	: อายุสัญญา 39 เดือน
ขอบเขตการให้บริการ	: 1. การให้บริการเช่าใช้ระบบการจัดการสายเรียกเข้า-โทรออก โทรศัพท์สำหรับหน่วยงาน In-Bound และ Out-Bound 2. การเชื่อมต่อสัญญาณของ Cisco Contact Center Solution ระบบเดิม 70 Agents 3. การเชื่อมต่อสัญญาณของ Cisco Contact Center Solution ระบบใหม่ 100 Agents 4. การเชื่อมต่อสัญญาณของตู้สาขาอัตโนมัติ Siemens PABX จำนวน 3 ตู้5. 5. การเชื่อมต่อสัญญาณของระบบ Cisco Contact Center Solution และตู้สาขาอัตโนมัติ เป็นการทำงานผ่านสื่อสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทรูมูฟ จำนวน 210 วงจร 6. การบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ซิมการ์ด) ตามจำนวนที่ตกลงกัน จำนวน 244 หมายเลข

4.6 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายในการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมที่มีลักษณะการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับบริษัท ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้ถือหุ้นและสร้างความมั่นคงของบริษัทอย่างยั่งยืน โดยบริษัทจะส่งกรรมการที่เป็นตัวแทนของบริษัทเข้าร่วมบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมตามสัดส่วนที่บริษัทถือหุ้นอยู่ เพื่อกำหนดนโยบายที่สำคัญและควบคุมการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งบริษัทมีนโยบายในการจัดตราสินค้า TV Direct ในประเทศที่มีการขยายธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าในช่วงเวลาที่ผ่านมามีบริษัทที่ยังไม่ได้ดำเนินการส่งตัวแทนเข้าไปเป็นกรรมการในบริษัทย่อย คือ Direct Response Television Co., Ltd., TV Direct Lao Co., Ltd., TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. และ TVDI Vietnam Co., Ltd. บริษัทก็มีนโยบายในการติดตามการดูแลบริษัทย่อยอย่างใกล้ชิด โดยบริษัทได้ส่งผู้บริหารฝ่ายงานต่างๆ ไปติดตามดูแลบริษัทย่อยเป็นประจำ โดยแต่งตั้งตัวแทนของบริษัทเข้าไปดำรงตำแหน่งกรรมการของบริษัทย่อย ดังนี้

- (1) ส่งตัวแทน นายพงษ์ชัย ชัยมาตรกิจ เข้าเป็นกรรมการใน TV Direct Lao Co., Ltd.
- (2) ส่งตัวแทน นายทรงพล ชัยมาตรกิจ เข้าเป็นกรรมการใน TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd.
- (3) ส่งตัวแทน นายธนบุล มัทธุนนท์ และนายวิเชียร มานะพงศ์พันธ์ เข้าเป็นกรรมการใน Direct Response Television Co., Ltd.
- (4) ส่งตัวแทน นายทรงพล ชัยมาตรกิจ เข้าเป็นกรรมการใน TVDI Vietnam Co., Ltd.

โดยปัจจุบัน บริษัทย่อยดังกล่าวดำเนินการตามกฎหมายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละประเทศ และได้จดทะเบียนกรรมการที่เป็นตัวแทนของบริษัทเรียบร้อยแล้ว รวมทั้งบริษัทยังมีนโยบายที่จะกำหนดให้กรรมการผู้มีอำนาจลงนามของบริษัทย่อยแต่ละบริษัทต้องประกอบด้วยกรรมการที่เป็นตัวแทนของบริษัทด้วย เพื่อเป็นการคานอำนาจและตรวจสอบการดำเนินธุรกรรมของบริษัทย่อยสามารถเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯ และ บริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญและที่มีผลกระทบด้านลบอันอาจจะมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของกลุ่มที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ตลอดจนข้อพิพาททางกฎหมายที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจปกติของกลุ่ม

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)
เลขทะเบียนบริษัท	0107554000101
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	<p>บริษัทประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (Multi Channel Marketing) โดยมีโครงสร้างการประกอบธุรกิจ แบ่งออกเป็น 5 ส่วนงานหลัก ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none">1. การตลาดทางทีวี (TV Marketing) การเสนอขายสินค้าและบริการผ่านสื่อโทรทัศน์ ภาคปกติ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โทรทัศน์ประเภทบอกรับสมาชิกและโทรทัศน์ดิจิทัล2. การตลาดแบบตรง (Direct Marketing) การเสนอขายสินค้าและบริการผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center) สืบสิ่งพิมพ์ (Mail Order) และระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (E-Commerce) รวมถึงการให้บริการศูนย์บริการทางโทรศัพท์และลูกค้าสัมพันธ์ทางโทรศัพท์ (Call Center)3. การตลาดทั่วไป (Conventional Marketing) การเสนอขายสินค้าและบริการแบบขายปลีกผ่านร้านค้า TV Direct Showcase รวมทั้งจำหน่ายสินค้าแบบค้าส่งแก่ผู้ประกอบการค้าปลีก ทั้งในประเทศและต่างประเทศ4. ธุรกิจขายตรง (Direct Sale) แบบชั้นเดียว5. ธุรกิจงานบริการ รับจ้างผลิตสื่อโฆษณาและจัดหาเวลาโฆษณาให้แก่ลูกค้า บริการจัดกิจกรรมการตลาด
ทุนจดทะเบียน	341,250,035 บาท
แบ่งออกเป็น	682,500,070 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 0.50 บาท
ทุนชำระแล้ว	324,994,221.50 บาท
แบ่งออกเป็น	649,988,443 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 0.50 บาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 25 ถนนวิรัชพล แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10230
Home page	www.tvdirect.tv
โทรศัพท์	02-666-0999
โทรสาร	02-666-0488

ข้อมูลอ้างอิง**นายทะเบียนหลักทรัพย์ :**

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์ : 02-229-2888
โทรสาร : 02-654-5427

ผู้สอบบัญชี :

บริษัท ไพร์ชวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอส จำกัด
เลขที่ 179/74-80 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์ : 02-344-1000
โทรสาร : 02-286-5050

นิติบุคคลที่บริษัทฯถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557

	บริษัทย่อย	ประเภทกิจการ	จดทะเบียนใน	โทรศัพท์	โทรสาร	ทุนชำระแล้ว	
						ชนิด	จำนวน
1	บริษัท ทีวี ไดเรค อินโดไชน่า จำกัด	ถือเงินลงทุน	ประเทศไทย	02-666-0999	02-347-0192	หุ้นสามัญ	144,400,000 บาท
2	Direct Response Television Co., Ltd.	ค้าขายส่งเครื่องมือเครื่องใช้ในครัวเรือนและอื่นๆ	ประเทศกัมพูชา	+023 951 999 +023 952 999	-	หุ้นสามัญ	627,000 เหรียญสหรัฐ
3	TV Direct Lao Co., Ltd.	ค้าขายส่งเครื่องมือเครื่องใช้ในครัวเรือนและอื่นๆ	ประเทศลาว	856-20 54433551, 5455629	856-21 264684	หุ้นสามัญ	1,094,000 เหรียญสหรัฐ
4	TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd.	ค้าขายส่งเครื่องมือเครื่องใช้ในครัวเรือนและอื่นๆ	ประเทศมาเลเซีย	1-800-18-9229 012-615 0999	03-2727 5288	หุ้นสามัญ	5,000,000 ริงกิตมาเลเซีย
5	TVDI Vietnam Co., Ltd.	ค้าขายส่งเครื่องมือเครื่องใช้ในครัวเรือนและอื่นๆ	ประเทศเวียดนาม	+84 8 38103366 +84 1257077 888	-	หุ้นสามัญ	771,000 เหรียญสหรัฐ
6	บริษัท เจเอ็มแอล ไดเรค (ประเทศไทย) จำกัด	ค้าขายส่งเครื่องมือเครื่องใช้ในครัวเรือนและอื่นๆ	ประเทศไทย	02-347-0033	02-347-0098	หุ้นสามัญ	30,000,000 บาท
7	บริษัท ทีวีดี ซ้อปปี้ง จำกัด	จำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทางการตลาดที่หลากหลายช่องทาง	ประเทศไทย	02-948-7641	02-948-7673	หุ้นสามัญ	445,000,000 บาท
8	บริษัท ทีวีดี โมรกเกอร์ จำกัด	นายหน้าประกันชีวิตโดยตรงและให้บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับประกันภัย	ประเทศไทย	กำลังดำเนินการขอเบอร์เนื่องจากเพิ่งจัดตั้งบริษัท	กำลังดำเนินการขอเบอร์เนื่องจากเพิ่งจัดตั้งบริษัท	หุ้นสามัญ	4,000,000 บาท

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

ไม่มี