

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ และ พันธกิจ

คณะกรรมการบริษัท ได้กำหนดวิสัยทัศน์ และ พันธกิจ เพื่อเป็นเป้าหมายระยะยาวของบริษัทฯ ดังนี้

วิสัยทัศน์

Second to none (ไม่เป็นสองรองใคร)

พันธกิจ

1. Brand
 - LINE Official Account
 - TV Direct Mobile Application
 - The TVD Card
2. Performance
3. Growth
 - Organic Growth
 - Direct Shopping
 - Online Shopping
 - Retail Shopping
 - Inorganic Growth
 - Fulfillment
 - Call Center
 - DM (Direct Marketing) Service
4. Customer
 - Customer Intelligent
 - Life Time Value
 - Engagement
 - Satisfaction
5. Fulfillment
 - Trace & Track Technology
 - Special Handling Home Delivery
6. Product
 - Problem Solving Product
 - Communication
 - Innovation
 - Accessibility
 - Responsibility
7. People
 - Workforce Planning
 - Selection
 - Performance Management
 - Compensation
 - Succession Planning

- Leadership Development
- Training
- Career Development

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) จัดทะเบียนจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 21 เมษายน 2542 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 1.2 ล้านบาท ผู้เริ่มก่อตั้งบริษัทรายสำคัญประกอบด้วย นายทรงพล ชัยภูมาตริก น.ส. ละอองศรี มัทธุนนท์ น.ส. ณัฐจิรา ไตรรัตนวุฒิ น.ส. ประทุม จิ๋วทองโพธิ์ และ น.ส. พิมลมาศ จินดาลัทธ โดยมีนายทรงพล ชัยภูมาตริก ซึ่งมีประสบการณ์ในธุรกิจการตลาดแบบตรงเป็นกรรมการผู้จัดการ บริษัทได้มีการเพิ่มทุนอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันบริษัทมีทุนจดทะเบียน 341 ล้านบาท และทุนเรียกชำระแล้ว 324 ล้านบาท

ช่วงเริ่มต้นบริษัทประกอบธุรกิจการตลาดแบบตรงโดยการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคผ่านโทรทัศน์ (Direct Response Television: DRTV) ในระบบโทรทัศน์ภาคปกติ (Free TV) ซึ่งผู้บริโภคสามารถสั่งซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรเข้า (Inbound Call Center) ต่อมาบริษัทได้ขยายการประกอบธุรกิจไปสู่การจำหน่ายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (Multichannel Marketing) โดยการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคผ่านโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โทรทัศน์ประเภทบอกรับสมาชิกเคเบิลทีวี สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทไดเรคเมลล์ เมลล์ออเดอร์ ระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center) ระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (E-Commerce) และการให้บริการศูนย์บริการทางโทรศัพท์และลูกค้าสัมพันธ์ทางโทรศัพท์ (Call Center) นอกจากนี้ บริษัทได้มีการจำหน่ายสินค้าแบบขายปลีกผ่านร้านค้า TV Direct Showcase รวมทั้งจำหน่ายสินค้าแบบขายส่งแก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงให้บริการรับจ้างผลิตสื่อโฆษณาและจัดหาเวลาโฆษณาให้แก่ลูกค้าซึ่งเป็นบริการเสริมให้แก่ลูกค้าของบริษัทรวมทั้งบริษัทได้ประกอบธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต ต่อมาในช่วงครึ่งหลังของปี 2554 บริษัทได้เริ่มประกอบธุรกิจเสนอขายสินค้าในลักษณะขายตรง (Direct Sale) แบบชั้นเดียว

ในช่วงต้นปี 2554 บริษัทขยายการประกอบธุรกิจการตลาดแบบตรงไปในประเทศในกลุ่มอินโดไชน่า โดยบริษัทเข้าถือหุ้นในบริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด ซึ่งปัจจุบัน บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.99 บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด จัดตั้งขึ้นในประเทศไทย เพื่อประกอบธุรกิจลงทุนในบริษัทอื่น (Holding Company) โดย บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด มีเงินลงทุนในบริษัทย่อยจำนวน 4 บริษัท ประกอบด้วย (1) Direct Response Television Co., Ltd. ซึ่งตั้งอยู่ในประเทศกัมพูชา ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 (2) TV Direct Lao Co., Ltd. ซึ่งตั้งอยู่ในประเทศลาว ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 97.72 (3) TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. ซึ่งตั้งอยู่ในประเทศมาเลเซีย ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 95.30 และ (4) TVDI Vietnam Co., Ltd. ซึ่งตั้งอยู่ในประเทศเวียดนาม ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 บริษัทย่อยทั้งสี่แห่งดังกล่าวประกอบธุรกิจการตลาดแบบตรง

ปี 2555 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้อนุมัติให้ บริษัท ทีวี ไดเรค 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” 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 วิทยฐานกรณ์ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 30

เดือนกันยายน 2550 บริษัทมีทุนชำระแล้ว 119.04 ล้านบาท ผู้ถือหุ้นที่สำคัญประกอบด้วย

- (1) น.ส. อิศรา วิทยฐานกรณ์ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 22.98
- (2) กลุ่มชัยมาตริก ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 14.60
- (3) กลุ่มเวชสุภาพร ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 10.08
- (4) บริษัท ดราگون หลุยส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 8.79
- (5) บริษัท ยูส อีเลคโทรนิคส์ (ไต้หวัน) จำกัด และบริษัท ยูสอีเลคโทรนิคส์ (ประเทศไทย) จำกัด ถือหุ้นรวมกัน ในสัดส่วนร้อยละ 8.39
- (6) กลุ่มเดชปัญญานันท์ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 8.17
- (7) กลุ่มมัทธุนนท์ 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) กลุ่มชัยมาตริก								
นายทรงพล ชัยมาตริก	11.80%	20.92%	15.74%	15.77%	8.36%	8.86%	8.86%	8.17%
น.ส. ละออศรี มัทธุนนท์ (ภรรยา นายทรงพล ชัยมาตริก)	2.01%	2.01%	14.33%	1.75%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%
นายพงษ์ชัย ชัยมาตริก	0.78%	0.78%	0.59%	0.59%	0.59%	0.59%	0.59%	0.59%
รวมกลุ่มชัยมาตริก	14.60%	23.71%	30.66%	18.11%	8.97%	9.47%	9.47%	8.78%
(3) กลุ่มมัทธุนนท์								
นายไพบุลย์ มัทธุนนท์	-	-	-	12.58%	21.72%	21.72%	21.72%	21.72%
นายธนะบุล มัทธุนนท์	0.15%	0.15%	0.12%	0.12%	0.12%	0.12%	0.12%	0.12%
น.ส. วารุณี บุษราคัมวงศ์ (ภรณานายธนะบุล 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%

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
(4) บจ. ดรากอน หลุยส์ อินเตอร์เนชั่นแนล	8.79%	8.79%	13.91%	13.91%	15.40%	14.41%	-	-
(5) กลุ่มยูส อีเลคโทรนิคส์ บจ. ยูส อีเลคโทรนิคส์ (ไต้หวัน) บจ. ยูส อีเลคโทรนิคส์ (ประเทศไทย)	7.99% 0.40%	7.99% 0.40%	9.50% 0.30%	9.50% 0.30%	9.50% 0.30%	9.50% 0.30%	9.50% 0.30%	9.50% 0.30%
รวมกลุ่มยูส อีเลคโทรนิคส์	8.39%	8.39%	9.80%	9.80%	9.80%	9.80%	9.80%	9.80%
(6) กลุ่มเวชสุภาพ นายนคร เวชสุภาพ นายปฐม เวชสุภาพ น.ส. มาตภาพ เวชสุภาพ นายศรีนัย เวชสุภาพ นายสฤณี เวชสุภาพ	0.52% 1.13% 6.87% 1.33% 0.23%	0.52% 1.13% 6.87% 1.33% 0.23%	0.62% 0.85% 5.28% 1.00% 0.18%	0.62% 0.85% 5.28% 1.00% 0.18%	0.62% 0.85% 5.28% 1.00% 0.18%	0.62% 0.85% 5.28% 1.00% 0.18%	0.62% 0.85% 5.28% 1.00% 0.18%	0.62% 0.85% 5.28% 1.19% -
รวมกลุ่มเวชสุภาพ	10.08%	10.08%	7.93%	7.93%	7.93%	7.93%	7.93%	7.94%
(7) กลุ่มเคชปัญญาภัณฑ์ นายสมบุญ เคชปัญญาภัณฑ์ น.ส. สมพร เคชปัญญาภัณฑ์ น.ส. สุภา เคชปัญญาภัณฑ์	6.53% 1.63% -	6.53% 1.63% -	4.89% 1.22% -	4.89% 1.22% -	4.89% - 1.22%	4.89% - 1.22%	4.89% - 1.22%	4.89% - 1.22%
รวมกลุ่มเคชปัญญาภัณฑ์	8.17%	8.17%	6.11%	6.11%	6.11%	6.11%	6.11%	6.11%
(8) นายไพล เฉียนกัว	-	-	-	-	-	-	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) สัดส่วนการถือหุ้นของกลุ่มชัยมาตริก ลดลงจากร้อยละ 30.66 เหลือร้อยละ 18.11 เนื่องจาก (ก) น.ส. ละออศรี มัทธุนนท์ ได้ออนหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 12.58 ให้แก่นายไพบูลย์ มัทธุนนท์ (ข) นายทรงพล ชัยมาตริก 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 ชัยมาตริก ในสัดส่วนร้อยละ 7.41 และรับโอนหุ้นจาก น.ส. ละออศรี มัทธุนนท์ ในสัดส่วนร้อยละ 1.73
- สัดส่วนการถือหุ้นของ บจ. ดรากอน หลุยส์ อินเตอร์เนชั่นแนล เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 13.91 เป็นร้อยละ 15.40 เนื่องจากรับซื้อหุ้นจากบริษัท แอดสโก ดิเรค จำกัด

- (จ) สัดส่วนการถือหุ้นของ บจ. ดรากอน หลุยส์ อินเตอร์เนชั่นแนล ลดลงจากร้อยละ 15.40 เป็นร้อยละ 14.41 เนื่องจากขายหุ้นให้นายทรงพล ชัยมาตรกิจ ร้อยละ 0.50 และขายหุ้นให้นายวีรศักดิ์ วิโรจน์วัฒนกุล ในสัดส่วนร้อยละ 0.50
- (ข) บจ. ดรากอน หลุยส์ อินเตอร์เนชั่นแนล ได้ขายหุ้นทั้งหมดในสัดส่วนร้อยละ 14.41 ให้นายไอล เฉียนกัว ซึ่งเป็นบุคคลที่ไม่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบริษัท
- (ค) สัดส่วนการถือหุ้นของกลุ่มชัยมาตรกิจ ลดลงจากร้อยละ 9.47 เหลือร้อยละ 8.78 เนื่องจากนายทรงพล ชัยมาตรกิจ ขายหุ้นบางส่วนให้แก่นายล้นชาย ว่องวานิช
- สัดส่วนการถือหุ้นของกลุ่มมัทธุนนท์ ลดลงจากร้อยละ 26.09 เป็นร้อยละ 21.84 เนื่องจาก น.ส. วารุณี บุษราคัมวงศ์ ขายหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 4.25 ให้ น.ส. สุวรรณี บุษราคัมวงศ์
- นายสฤต เวชสุภาพร ได้ขายหุ้นให้แก่นายศรัณย์ เวชสุภาพร

ต่อมาเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2555 ได้มีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการถือหุ้นในกลุ่มมัทธุนนท์ โดยนายไพบูลย์ มัทธุนนท์ ได้โอนหุ้นบริษัทในส่วนของตนเองถืออยู่สัดส่วนร้อยละ 3.72 ให้แก่ นายชนะบุล มัทธุนนท์ ส่งผลให้นายไพบูลย์ มัทธุนนท์ ถือหุ้นบริษัทลดลงเหลือร้อยละ 18.00 (จากเดิมที่ถืออยู่ร้อยละ 21.72) และนายชนะบุล มัทธุนนท์ ถือหุ้นบริษัทเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 3.84 (จากเดิมที่ถืออยู่ร้อยละ 0.12) โดยกลุ่มมัทธุนนท์ยังถือหุ้นบริษัทรวมกันเท่าเดิมในสัดส่วนร้อยละ 21.84

เมื่อวันที่ 27 เมษายน 2555 นายทรงพล ชัยมาตรกิจ ได้ซื้อหุ้นคืนจาก น.ส. วัชรารัตน์ สุนทรพนาเวศ จำนวน 172,320 หุ้น และ ต่อมาเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2555 นายทรงพล ชัยมาตรกิจ ได้โอนหุ้นจำนวนดังกล่าวให้ น.ส. ละออศรี มัทธุนนท์ ทำให้การถือหุ้นของ น.ส. ละออศรี มัทธุนนท์ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.02 เป็นร้อยละ 0.12 นอกจากนี้ เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2555 น.ส. มาดาพร เวชสุภาพร ได้โอนหุ้นจำนวน 426,690 หุ้น ให้แก่ น.ส. พิมลมาศ จินดาลัทธ ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของ น.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 ปัจจุบัน มีดังนี้

รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1. USE Electronics Co., Ltd.	52,246,317	8.038
2. นายทรงพล ชัยมาตรกิจ	46,735,472	7.190
3. นายชนะบุล มัทธุนนท์	42,158,435	6.486
4. Mr. CHIEN-KUO LAI	35,897,898	5.523
5. นายไพบูลย์ มัทธุนนท์	26,627,021	4.097
6. นายเลิศพงศ์ ยงธนาวัฒน์	25,164,805	3.872
7. นายอาทิตย์ น้อยเจริญ	21,754,270	3.347
8. น.ส.อิศรา วิทธานกรณ์	19,884,930	3.059
9. นายบุญชู วิโรจน์วัฒนกุล	17,660,203	2.717
10. FUJI MEDIA HOLDINGS, INC. ITOCHU CORPORATION	15,794,997 15,794,997	2.430 2.430

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 ทุนชำระแล้วของบริษัทจำนวน 50 ล้านบาท (หุ้นสามัญจำนวน 5,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
ธ.ค. 2547	ณ สิ้นปี 2547 บริษัทได้ลงทุนในบริษัทย่อย 8 แห่ง บริษัทร่วม 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 ฟอเนชั่น จำกัด มูลค่าเงินลงทุนตามราคาทุน 999,400 บาท
2548	บริษัทมีนโยบายในการรุกรการเสนอขายสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center)
ปี 2549	
ม.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 บริษัทได้เริ่มให้บริการบริหารจัดการการตลาดและรับจัดคอนเสิร์ตให้แก่ลูกค้า เพื่อเสริมรายได้จากการขายสินค้าผ่านช่องทางจำหน่ายต่างๆ โดยบริษัทได้จัดคอนเสิร์ต Piano & I ของศิลปินได้ ศักดิ์สิทธิ์ เวชสุภาพร
ปี 2550	
ม.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	เช่าคลังสินค้าชั้นที่อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม (จากเดิมที่คลังสินค้าอยู่ที่อาคารคลังสินค้า เลขที่ 110/13 หมู่ 6 ถนนวิชัยพล 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 ไปในปี 2548 เป็นจำนวนเงินรวม 47.30 ล้านบาท และได้มีการเจรจาและกำหนดแผนที่บริษัทจะได้รับชำระเงินให้เสร็จสิ้นภายในวันที่ 31 ธ.ค. 2550 โดยส่วนหนึ่งจำนวน 15.42 ล้านบาท บริษัทได้ชำระคืนเป็นเงินลงทุนในบริษัท ทีวีดี อินเตอร์เทรด จำกัด ที่บริษัทได้เคยจำหน่ายไปในปี 2548
2550	บริษัทได้เริ่มตั้งธุรกิจ 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 ทุนชำระแล้ว

	ของบริษัทเปลี่ยนเป็นหุ้นสามัญจำนวน 23,808,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท รวมเป็นจำนวนเงิน 119.04 ล้านบาท
ม.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 และปรับปรุงอาคารเพื่อใช้เป็นสตูดิโอของบริษัทในการผลิตรายการ โฆษณาสินค้าทางทีวี
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 เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมในราคา เท่ากับมูลค่าที่ตราไว้
ก.ค. 2552	บริษัทให้บริการ Home Shopping โดยการเสนอสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคผ่านโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก True Visions ช่อง 10 โดยใช้ชื่อรายการ Shopping Network ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน
ส.ค. 2552	ย้ายอาคารคลังสินค้าไปที่ เลขที่ 222 หมู่ 17 ถนนสามวา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยเช่า อาคารคลังสินค้าจากบริษัท เจดับเบิลยูดี อินโฟ โลจิสติกส์ จำกัด และให้บริษัทดังกล่าวบริหารจัดการสินค้าใน อาคารคลังสินค้า
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 โดยการเสนอขายสินค้าและบริการผ่านโทรทัศน์ประเภทบอกรับสมาชิก เคเบิลทีวี 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	บริษัทดำเนินธุรกิจรวมผลิตรายการสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ช่องรายการ Health and Family ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน
พ.ค. 2554	บริษัทแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2554
ก.ค. 2554	บริษัทเริ่มประกอบธุรกิจขายตรงแบบขั้นเดียว
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 ที่สนามราชมิ่งคลาสิคพาสถาน โดยรวบรวมนักร้องจากเกาหลีจำนวนประมาณ 20 วง
พ.ค. 2555	บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จากเดิมหุ้นละ 1 บาท เป็นหุ้นละ 0.50 บาท ส่งผลทำให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนจำนวน 188 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 376 ล้านหุ้น และมีหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วจำนวน 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 ไดเรค จำกัด (มหาชน) เริ่มซื้อขายหุ้นสามัญจำนวน 376,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ได้ตั้งแต่วันที่ 23 สิงหาคม 2555 เป็นต้นไป ชื่อย่อหลักทรัพย์ได้แก่ "TVD" อยู่ในหมวดธุรกิจ "ธุรกิจขนาดกลาง"
ต.ค. 2555	บริษัท ทีวีไดเรค อินโดไชน่า จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่ บริษัท ทีวี ไดเรค 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 ไดเร็ค (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 ไดเร็ค 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 (ในกรณีที่มิใช่เศษของหุ้น ให้ปัดเศษของหุ้นนั้นทิ้ง) โดยผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนและได้รับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่ออกและเสนอขายในครั้งนี้จะได้รับการจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งที่ 1 ในอัตราส่วน 4 หุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ โดยไม่คิดมูลค่า โดยกำหนดระยะเวลาการจองซื้อและชำระเงินค่าจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนเพื่อเสนอขายแก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้นในวันที่ 28 มิถุนายน และ 2-5 กรกฎาคม 2556 โดยบริษัทฯเสนอขายหุ้นได้จำนวนทั้งสิ้น 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”) โดยบริษัทฯถือหุ้น 100% เพื่อแยกธุรกิจ Home Shopping ออกจาก บริษัท ทีวี ไดเร็ค จำกัด (มหาชน) โดยให้บริษัท ซ็อบ แอท โฮม จำกัด บริหารธุรกิจ Home Shopping อย่างเต็มรูปแบบ และ เพิ่มประสิทธิภาพ เพื่อรองรับการแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจ Home Shopping																											
ก.ค. 2556	<p>เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2556 บริษัทได้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ ครั้งที่ 1 (TVD-W1) เพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัท โดยมีรายละเอียดดังนี้</p> <table><tr><td>ประเภทใบสำคัญแสดงสิทธิ</td><td>:</td><td>ระบุชื่อผู้ถือและเปลี่ยนมือได้</td></tr><tr><td>อายุของใบสำคัญแสดงสิทธิ</td><td>:</td><td>3 ปี นับตั้งแต่วันที่ออก</td></tr><tr><td>จำนวนใบสำคัญแสดงสิทธิที่เสนอขาย</td><td>:</td><td>23,500,000 หน่วย</td></tr><tr><td>จำนวนใบสำคัญแสดงสิทธิที่ออกจริง</td><td>:</td><td>23,499,780 หน่วย</td></tr><tr><td>ราคาเสนอขาย</td><td>:</td><td>หน่วยละ 0 บาท</td></tr><tr><td>อัตราการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญ</td><td>:</td><td>ใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วยมีสิทธิซื้อหุ้นสามัญได้ 1 หุ้น</td></tr><tr><td>ราคาใช้สิทธิ</td><td>:</td><td>3.50 บาท ต่อหุ้น</td></tr><tr><td>วันกำหนดการใช้สิทธิ</td><td>:</td><td>วันทำการสุดท้ายของเดือน มิถุนายน และ ธันวาคมของแต่ละปี ตลอดอายุของใบสำคัญแสดงสิทธิ โดยสามารถใช้สิทธิครั้งแรกในวันทำการสุดท้ายของเดือนธันวาคม 2556</td></tr><tr><td>วันสุดท้ายของการใช้สิทธิ</td><td>:</td><td>วันที่ 14 กรกฎาคม 2559</td></tr></table>	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	ราคาใช้สิทธิ	:	3.50 บาท ต่อหุ้น	วันกำหนดการใช้สิทธิ	:	วันทำการสุดท้ายของเดือน มิถุนายน และ ธันวาคมของแต่ละปี ตลอดอายุของใบสำคัญแสดงสิทธิ โดยสามารถใช้สิทธิครั้งแรกในวันทำการสุดท้ายของเดือนธันวาคม 2556	วันสุดท้ายของการใช้สิทธิ	:	วันที่ 14 กรกฎาคม 2559
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																										
ราคาใช้สิทธิ	:	3.50 บาท ต่อหุ้น																										
วันกำหนดการใช้สิทธิ	:	วันทำการสุดท้ายของเดือน มิถุนายน และ ธันวาคมของแต่ละปี ตลอดอายุของใบสำคัญแสดงสิทธิ โดยสามารถใช้สิทธิครั้งแรกในวันทำการสุดท้ายของเดือนธันวาคม 2556																										
วันสุดท้ายของการใช้สิทธิ	:	วันที่ 14 กรกฎาคม 2559																										
ปี 2557																												
มี.ค. 2557	ในการประชุมคณะกรรมการของบริษัท ครั้งที่ 3/2557 เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2557 ได้มีมติให้บริษัทลดสัดส่วนการลงทุนในบริษัทย่อยของบริษัท คือ บริษัท ซ็อบ แอท โฮม จำกัด (ภายหลังเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น “บริษัท ทีวีดี ซ็อบปิ้ง จำกัด”) โดยการสละสิทธิในการซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทย่อยดังกล่าวในสัดส่วนร้อยละ 35 ของทุนจดทะเบียนของบริษัทย่อยจำนวน 445,000,000 บาท หรือคิดเป็นมูลค่ารวม 155,750,000 บาท โดยกลุ่มผู้ร่วมทุนภายนอก คือ บริษัท โมโมดอทคอม จำกัด (เดิมชื่อ “บริษัท ฟูบอน มัลติมีเดีย เทคโนโลยี จำกัด”) (“MOMO”) ซึ่งเป็นบริษัทจัดตั้งตามกฎหมายของประเทศไต้หวัน และเป็นผู้ประกอบธุรกิจการตลาดแบบตรงชั้น																											

	<p>นำในประเทศไต้หวันและประเทศอื่นๆ เป็นผู้ลงทุนถือหุ้นในบริษัท ซ็อบ แอท โฮม จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 35 ดังกล่าว และ บริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 65 ที่เหลือ</p> <p>นอกจากนั้น คณะกรรมการของบริษัทฯ ยังมีมติให้บริษัทฯ โอนสิทธิการประกอบกิจการ ทีวี โฮม ช็อปปิ้ง (TV HOME SHOPPING BUSINESS) ของบริษัทฯ ทั้งหมดให้แก่บริษัทย่อยดังกล่าวในราคารวม 125,000,000 บาท</p>									
ก.ย. 2557	<p>1. บริษัทฯเพิ่มทุนจดทะเบียน จากเดิม จำนวน 246,749,886 บาท เป็นทุนจดทะเบียนจำนวน 341,250,035 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 189,000,298 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท</p> <p>2. บริษัทฯจ่ายปันผลจากกำไรสุทธิตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2557 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2557 รวมจำนวน 100,000,000 บาท และ สํารองตามกฎหมายจำนวน 7,306,789.25 บาท โดยจ่ายเงินปันผลในรูปของหุ้นปันผลและเงินสด ดังนี้</p> <p>1) จ่ายปันผลเป็นหุ้นสามัญจำนวน 180,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท ให้แก่ ผู้ถือหุ้นของบริษัท ในอัตรา 1 หุ้นเดิมต่อ 0.382978475690 หุ้นปันผล รวมมูลค่าทั้งสิ้น 90,000,000 บาท หรือ คิดเป็นอัตราการจ่ายปันผลในอัตรา 0.191489237845 บาทต่อหุ้น ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ถือหุ้นรายใดมีเศษหุ้นเดิมหลังจากการจัดสรรหุ้นปันผลแล้ว ให้จ่ายปันผลเป็นเงินสดแทนการจ่ายหุ้นปันผลในอัตราหุ้นละ 0.191489237845 บาท</p> <p>2) จ่ายปันผลเป็นเงินสดในอัตราหุ้นละ 0.021276581983 บาท เพื่อบริการหักภาษี ณ ที่จ่ายตามอัตราที่กฎหมายกำหนด</p> <p>ทั้งนี้ ผู้ถือหุ้นจะได้รับปันผลในรูปของหุ้นปันผลและเงินสด รวมกันเป็นเงิน 0.212765819828 บาทต่อหุ้น โดยกำหนดจ่ายหุ้นปันผลและเงินปันผลดังกล่าวในวันที่ 20 ตุลาคม 2557</p>									
ต.ค. 2557	<p>เนื่องจาก การจ่ายหุ้นปันผล เข้าเงื่อนไขที่กำหนดให้บริษัทต้องดำเนินการปรับราคาการใช้สิทธิและอัตราการใช้สิทธิของ ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ทีวี ไดเร็ก จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 1 (TVD-W1) ตามข้อกำหนดสิทธิของ TVD-W1 จึงได้มีการปรับราคาการใช้สิทธิและอัตราการใช้สิทธิของ TVD-W1 โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 2 ตุลาคม 2557 ดังนี้</p> <table><tr><th colspan="2">เดิมก่อนการปรับสิทธิ</th><th>หลังการปรับสิทธิ</th></tr><tr><td>ราคาการใช้สิทธิ</td><td>3.50 บาทต่อหุ้น</td><td>2.531 บาท ต่อ หุ้น</td></tr><tr><td>อัตราการใช้สิทธิ</td><td>1 หน่วยต่อ 1 หุ้น</td><td>1 หน่วย ต่อ 1.383 หุ้น</td></tr></table>	เดิมก่อนการปรับสิทธิ		หลังการปรับสิทธิ	ราคาการใช้สิทธิ	3.50 บาทต่อหุ้น	2.531 บาท ต่อ หุ้น	อัตราการใช้สิทธิ	1 หน่วยต่อ 1 หุ้น	1 หน่วย ต่อ 1.383 หุ้น
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>บริษัทฯร่วมกับ 5 บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจ ทีวี ช็อปปิ้ง ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none">1. บริษัท ทีวี ไดเร็ก จำกัด (มหาชน)2. บริษัท ทีวีดี ช็อปปิ้ง จำกัด3. บริษัท ทู จีเอส จำกัด4. บริษัท จีเอ็มเอ็ม ซีเจไอ ช็อปปิ้ง จำกัด5. บริษัท ช็อป โกลบอล (ประเทศไทย) จำกัด <p>ร่วมกันก่อตั้ง สมาคมทีวี โฮมช็อปปิ้ง (ประเทศไทย) (TV Home Shopping Association (Thailand)) หรือ THA ด้วยวัตถุประสงค์ เพื่อดูแลผู้บริโภคให้ได้รับสิทธิอันชอบธรรมจากการใช้บริการโฮมช็อปปิ้ง พร้อมยกระดับการประกอบธุรกิจให้มีมาตรฐานสากลระดับโลก</p> <p>โดยมี นายทรงพล ชัยมาตริก ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ทีวี ไดเร็ก จำกัด (มหาชน) เป็นนายกสมาคม</p>									

ปี 2558	
มี.ค. 2558	<ul style="list-style-type: none"> • บริษัทฯ เปิดตัววิสัยทัศน์ใหม่ของบริษัทฯ คือ Second to None (ไม่เป็นสองรองใคร) ต่อสาธารณชน • บริษัทฯ ปรับกลยุทธ์ สร้าง Model ธุรกิจใหม่ multiscreen ด้วย 3 ธุรกิจ ดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1. Direct Shopping การขายสินค้าผ่านช่องทางทีวีดิจิตอล ทีวีดาวเทียม เคเบิลทีวี ระบบโทรศัพท์แบบโทรออก แค็ตตาล็อก และ ไดเรคเมลล์ เป็นต้น 2. Online Shopping เป็นการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน และเว็บไซต์ รวมถึงการขายผ่านโซเชียลมีเดียทุกช่องทาง 3. Retail Shopping การจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าปลีก ทีวี ไดเรค โชว์เคส • บริษัทฯ เปิดตัว 3 โปรเจกต์ยักษ์ ซึ่งประกอบไปด้วย <ol style="list-style-type: none"> 1. TV Direct Line Official Accounts 2. TV Direct Mobile Application 3. The TVD Card บัตร 3 in 1 ที่เป็นทั้ง Cash Card, Pre-paid card และ Loyalty Cards บัตรสมาชิกอัจฉริยะที่มอบสิทธิพิเศษให้กับลูกค้า โดยเมื่อซื้อสินค้าของ TVD ลูกค้าก็จะได้สะสมแต้มเพื่อแลกกับของรางวัลต่างๆ มากมาย นอกจากนี้ ยังเพิ่มความสะดวกสบายในการชำระสินค้า พร้อมทั้งสิทธิประโยชน์ที่คุ้มค่ามากมายที่ให้เฉพาะสมาชิกเท่านั้น <p>โดยการดำเนินการทั้ง 3 โปรเจกต์ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่เปลี่ยนไปเป็นแบบ Multitasking รับสื่อได้หลากหลายรูปแบบในเวลาเดียวกันไม่ว่าจะเป็น โทรศัพท์ วิทยุ Line เฟสบุ๊ค ทวิตเตอร์ และ อื่นๆ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มีระบบรองรับธุรกิจนี้แล้วพอสมควร อีกทั้งยังมีความพร้อมทั้งเรื่องเงินทุน การพัฒนาซอฟต์แวร์ บริษัทฯ ยังได้เพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบริการ อาทิ ประกันภัย ตู้เครื่องบิน และ ห้องพักโรงแรม</p> • บริษัทฯ ทีวี ไดเรค อินโดไชน่า จำกัด บริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้น 100% ได้ตกลงทำการขายหุ้นบริษัทย่อยจำนวน 3 บริษัท ได้แก่ TV Direct Lao Co., Ltd. / Direct Response Television Co., Ltd. และ TVDI Vietnam Co., Ltd. ในมูลค่ารวม 22.4 ล้านบาท ให้แก่ บุคคลภายนอกที่ไม่เข้าข่ายเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน
มี.ย. 2558	<p>บริษัทฯ เปิดตัว บริษัท ทีวีดี โบรกเกอร์ จำกัด บริษัทย่อยแห่งใหม่ที่บริษัทฯ ถือหุ้น 100% เพื่อดำเนินธุรกิจนายหน้าติดบุคคลประกันชีวิต และ ประกันวินาศภัย เพื่อขยายธุรกิจของกลุ่มบริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) ให้ครอบคลุมมายังธุรกิจ นายหน้าติดบุคคลประกันภัย ทั้งในส่วนของการประกันชีวิต และ ประกันวินาศภัย อย่างเต็มรูปแบบ</p>
ก.ค. 2558	<p>บริษัทฯ ได้รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ จากกระทรวงแรงงาน</p>
ก.ย. 2558	<ul style="list-style-type: none"> • บริษัทฯ ได้รับรางวัลสถานประกอบการปลอดภัย จากกระทรวงแรงงาน • บริษัทฯ โฮ โฮปบิ่ง จำกัด ผู้ดำเนินธุรกิจ ช่อง โฮ โฮปบิ่ง ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก สมาคมทีวี โฮมช้อปปิ้ง (ประเทศไทย) (TV Home Shopping Association (Thailand)) หรือ THA อีก 1 บริษัท ซึ่งส่งผลให้ สมาคมแห่งนี้ เป็นแหล่ง รวมผู้ประกอบการ ทีวี โฮม ช้อปปิง รายใหญ่ของประเทศไทย ไว้เกือบครบทุกราย โดยมี นายทรงพล ชัยมาตรกิจ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) เป็นนายกสมาคม
ต.ค. 2558	<p>บริษัทฯ ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2558 ในระดับดีมาก (Very Good) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) และ คะแนน CG ของบริษัทฯ ยังอยู่ใน TOP Quartile 25% แรกอีกด้วย</p>
พ.ย. 2558	<p>บริษัทฯ ได้รับรางวัลดีเด่นประเภท “บริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้านนักลงทุนสัมพันธ์” ประจำปี 2558 ของตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) ในงาน “SET Awards 2015” ซึ่งจัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ร่วมกับวารสารการเงินการธนาคาร</p>

<p>ธ.ค. 2558</p>	<ul style="list-style-type: none"> • บริษัท ทีวี ไดเร็ก อินโดไชน่า จำกัด บริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้น 100% ได้ตกลงทำการขายหุ้นบริษัทย่อยจำนวน 1 บริษัท ได้แก่ TV Direct (Malaysia) Sdn. Bhd. ในมูลค่า 3 ล้านบาท ให้แก่ บุคคลภายนอกที่ไม่เข้าข่ายเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน • บริษัท ทีวี ไดเร็ก อินโดไชน่า จำกัด ได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัท เป็น “บริษัท ทีวีดี เซอร์วิสเชส จำกัด” และ เปลี่ยนประเภทธุรกิจ จาก “ถือเงินลงทุนในบริษัทย่อย” เป็น “ธุรกิจให้บริการด้านสนับสนุนธุรกิจ (Business Support)” ให้แก่ บริษัท ทีวี ไดเร็ก จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ • บริษัทฯ ได้ทำการโอนหน่วยงาน Group Supporting Business (สายงานสนับสนุนธุรกิจ) จาก บริษัท ทีวี ไดเร็ก จำกัด (มหาชน) (TVD) ไปที่ บริษัท ทีวีดี เซอร์วิสเชส จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ทีวี ไดเร็ก อินโดไชน่า จำกัด) บริษัทย่อยที่ TVD ถือหุ้นในสัดส่วน 100% เพื่อให้บริการด้านสนับสนุนธุรกิจ (Business Support) ให้แก่ บริษัท ทีวี ไดเร็ก จำกัด (มหาชน) และ บริษัทในเครือ โดยจะมีผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2559 เป็นต้นไป • บริษัทฯ เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นใน บริษัท เจเอ็มแอล ไดเร็ก (ประเทศไทย) จำกัด จากเดิมถือหุ้นร้อยละ 51 เป็น ร้อยละ 60 โดยการซื้อหุ้น บริษัท เจเอ็มแอล ไดเร็ก (ประเทศไทย) จำกัด เพิ่มเติมจาก บริษัท จอห์น มิลล์ ลิมิเต็ด ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นปัจจุบัน
------------------	---

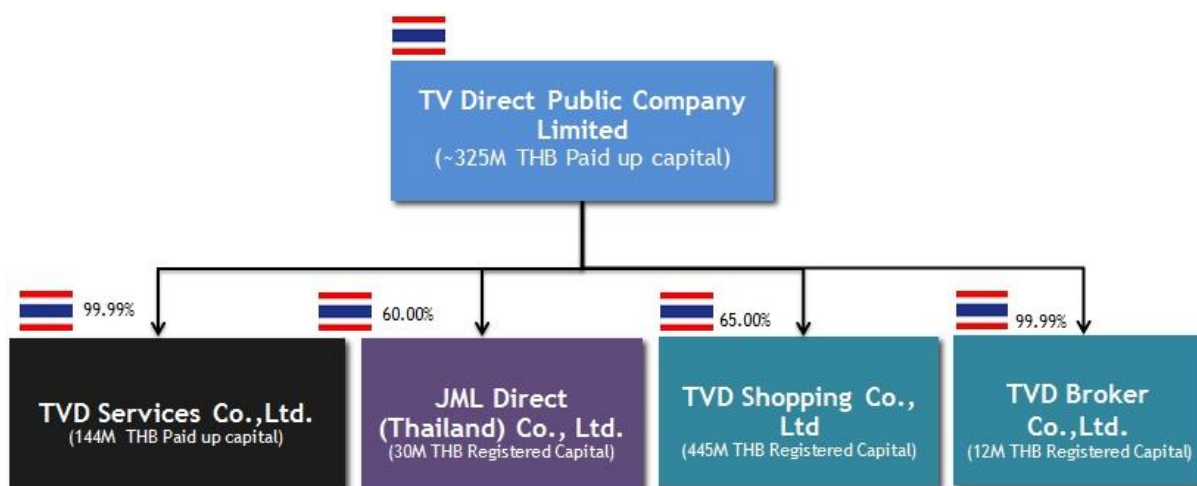
1.3 โครงสร้างกลุ่มบริษัท

1.3.1 นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

บริษัทมีการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม ตามลักษณะการประกอบธุรกิจ และ ประเทศที่ตั้งของบริษัทย่อยนั้น ๆ

1.3.2 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558



2.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทย่อย

1. บริษัท ทีวีดี เซอร์วิสเชส จำกัด (เดิมชื่อ “บริษัท ทีวี ใต้เร็ค อินโดไชน่า จำกัด”)

บริษัท ทีวีดี เซอร์วิสเชส จำกัด จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นในประเทศไทย เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2553 โดยบริษัทฯ ได้เข้าถือหุ้นของ บริษัท ทีวีดี เซอร์วิสเชส จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.99

บริษัท ทีวีดี เซอร์วิสเชส จำกัด เดิมประกอบธุรกิจ ถือเงินลงทุนในบริษัทย่อย แต่ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2559 เป็นต้นไป จะดำเนินธุรกิจให้บริการด้านสนับสนุนธุรกิจ (Business Support) ให้แก่ บริษัท ทีวี ใต้เร็ค จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีทุนจดทะเบียน 154,400,000 บาท และ ทุนชำระแล้วจำนวน 144,400,000 บาท

2. บริษัท เจเอ็มแอล ใต้เร็ค (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท เจเอ็มแอล ใต้เร็ค (ประเทศไทย) จำกัด จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นในประเทศไทย เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2556 ประกอบธุรกิจค้าปลีก (Retail) โดยเป็นบริษัทร่วมลงทุนระหว่าง บริษัทฯ และ บริษัท จอห์น มิลล์ ลิมิเตด (JML U.K.) ผู้ประกอบธุรกิจ TV Home Shopping จากประเทศอังกฤษ เพื่อรองรับการขยายธุรกิจค้าปลีก (Retail) ของบริษัทฯ และ เป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า ตลอดจนเพิ่มความหลากหลายของสินค้าในการนำเสนอต่อผู้บริโภค โดยบริษัทฯ และ JML U.K. ถือหุ้นในบริษัทร่วมทุนในสัดส่วนร้อยละ 60 และ ร้อยละ 40 ตามลำดับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีทุนจดทะเบียน และ ทุนชำระแล้ว จำนวน 30,000,000 บาท

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

บริษัท ทีวีดี ช้อปปิง จำกัด จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นในประเทศไทย เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2556 ประกอบธุรกิจ TV Home Shopping โดยเป็นบริษัทร่วมลงทุนระหว่าง บริษัทฯ และ บริษัท โมโมดอทคอม จำกัด (เดิมชื่อ “บริษัท ฟูบอน มัลติมีเดีย เทคโนโลยี จำกัด”) (“MOMO”) ซึ่งเป็นบริษัทจัดตั้งตามกฎหมายของประเทศไทย และ เป็นผู้ประกอบธุรกิจการตลาดแบบตรงชั้นนำในประเทศไทยและประเทศอื่นๆ โดยบริษัทฯ และ MOMO ถือหุ้นในบริษัทร่วมทุนในสัดส่วนร้อยละ 65 และ ร้อยละ 35 ตามลำดับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีทุนจดทะเบียน และ ทุนชำระแล้ว จำนวน 445,000,000 บาท

4. บริษัท ทีวีดี โปรกเกอร์ จำกัด

บริษัท ทีวีดี โปรกเกอร์ จำกัด จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นในประเทศไทย เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2557 ประกอบธุรกิจ นายหน้าติดบุคคลประกันชีวิต และ ประกันวินาศภัย โดยบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีทุนจดทะเบียน และ ทุนชำระแล้ว จำนวน 12,000,000 บาท

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ลักษณะการประกอบธุรกิจของแต่ละส่วนงาน

บริษัทประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (Multi-Screen) โดยมีโครงสร้างการประกอบธุรกิจ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนงานหลัก ดังนี้

1. Direct Shopping แบ่งเป็น 3 ส่วนงานย่อย ดังนี้

1.1 การตลาดทางทีวี (TV Marketing) การเสนอขายสินค้าและบริการผ่านสื่อโทรทัศน์ภาคปกติ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โทรทัศน์ประเภทบอกรับสมาชิกเคเบิลทีวีและโทรทัศน์ดิจิทัล

1.2 การเสนอขายสินค้าและบริการผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center)

1.3 การเสนอขายสินค้าและบริการผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (Direct Response Printing)

2. Online Shopping บริการจัดจำหน่ายสินค้าทางเว็บไซต์ โฆษณาแอปพลิเคชัน รวมถึงการขายผ่านโซเชียลมีเดียทุกช่องทาง เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้ารายย่อยในยุคดิจิทัล

3. Retail Shopping เสนอขายสินค้าและบริการแบบขายปลีกผ่านร้านค้า TV Direct Showcase รวมทั้งจำหน่ายสินค้าแบบขายส่งแก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยในปี 2556-2558 มีดังนี้

ประเภทรายได้	ดำเนินการโดย	ปี 2556		ปี 2557		ปี 2558	
		ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รายได้จากการขายและให้บริการ							
1.1 การตลาดทางทีวี	บริษัท	874.09	39.17	925.76	36.11	1,495.28	48.86
1.2 การตลาดแบบตรง							
- ผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center)	บริษัทและบริษัทย่อย	487.75	21.68	511.15	19.94	395.82	12.93
- ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์	บริษัท	139.61	6.26	152.44	5.95	113.27	3.70
- ผ่านระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์	บริษัท	54.71	2.45	49.68	1.94	70.75	2.31
- ศูนย์บริการทางโทรศัพท์และลูกค้าสัมพันธ์ทางโทรศัพท์ (Call Center)	บริษัทและบริษัทย่อย	23.92	1.07	110.65	4.32	43.48	1.42
- ขายตรง (Direct Sale)	บริษัท	12.15	0.54	23.39	0.91	2.79	0.09
รวมรายได้จากการตลาดแบบตรง	บริษัทและบริษัทย่อย	708.80	31.77	847.32	33.05	626.11	20.46
1.3 การตลาดทั่วไป							
- ขายปลีกผ่านร้านค้า Direct2U และ TV Direct Showcase	บริษัท	306.20	13.72	421.37	16.44	366.82	11.99
- ขายส่งแก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ	บริษัท	69.74	3.13	99.09	3.87	101.77	3.33
รวมรายได้จากการตลาดทั่วไป	บริษัท	375.94	16.85	520.46	20.30	468.58	15.31
1.4 การบริการ ¹⁾	บริษัทและบริษัทย่อย	193.12	8.66	216.94	8.46	424.98	13.89
1.5 งานอื่นๆ ²⁾	บริษัท	51.28	2.30	40.74	1.59	25.54	0.83
รวมรายได้จากการขายและให้บริการ		2,203.23	98.74	2,551.20	99.52	3,040.49	99.35
2. รายได้อื่น ³⁾	บริษัทและบริษัทย่อย	28.02	1.26	12.19	0.48	20.04	0.65
รายได้รวม		2,231.25	100.00	2,563.39	100.00	3,060.53	100.00

หมายเหตุ :

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

รายได้จากการขายและให้บริการในประเทศและต่างประเทศในปี 2556-2558

รายได้จากการขาย และให้บริการ	ดำเนินการโดย	ปี 2556		ปี 2557		ปี 2558	
		ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ในประเทศ	บริษัท	2,176.04	98.77	2,505.64	98.21	3,023.35	99.44
ต่างประเทศ	บริษัทและบริษัท ย่อย	27.19	1.23	45.56	1.79	17.14	0.56
รวมรายได้จากการขายและให้บริการ		2,203.23	100.00	2,551.20	100.00	3,040.49	100

โดยรายละเอียดการประกอบธุรกิจของแต่ละส่วนงานดังกล่าว มีดังนี้

1. Direct Shopping

Direct Shopping แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. การตลาดทางทีวี (TV Marketing)

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์ และ บริการ

บริษัทจำหน่ายสินค้าและบริการโดยใช้การตลาดทางทีวีในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคผ่านโทรทัศน์ระบบต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ภาคปกติ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม และโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกเคเบิลทีวี โทรทัศน์ดิจิทัล โดยบริษัทดำเนินการจัดหาสินค้าและบริการ ผลิตรายการเพื่อนำเสนอข้อมูลของสินค้าและบริการโดยใช้ทีมงานผลิตสื่อโฆษณาของบริษัทและใช้สตูดิโอของบริษัท และนำรายการสินค้าและบริการดังกล่าวเผยแพร่ทางโทรทัศน์ระบบต่างๆ

หากลูกค้ามีความประสงค์ที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ สามารถติดต่อซื้อสินค้าและบริการโดยโทรศัพท์เข้ามาสั่งซื้อสินค้าและบริการได้ที่ระบบโทรศัพท์แบบโทรเข้า (Inbound Call Center) ตามหมายเลขโทรศัพท์ที่บริษัทกำหนด โดยบริษัทจัดให้มีพนักงานรับโทรศัพท์รองรับคำสั่งซื้อ ซึ่งพนักงานดังกล่าวได้รับการฝึกอบรมให้มีความเข้าใจในสินค้าและบริการ และสามารถให้รายละเอียดและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการแก่ลูกค้า

ปี 2558 TV Marketing ได้กำหนดแผนการทำการตลาดทางทีวี ซึ่งทำให้บริษัทฯ ประสบความสำเร็จ และมียอดขายเป็นไปตามเป้าหมาย โดยมีหลักการ และการจัดหมวดหมู่ประเด็นของการทำงานเป็น 7 หัวข้อ คือ

1. Media
2. Merchandise
3. Production
4. Promotion
5. TV Station
6. Tele Marketing
7. Data System

รายละเอียดของแผนงานในแต่ละหัวข้อ มีดังต่อไปนี้

1. Media

สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ ในปี 2558 มีการเปลี่ยนแปลง และมีช่องทาง ที่สามารถจัดแบ่งได้ ดังนี้

ช่องทาง Digital TV

ตามที่ทราบกันว่า อุตสาหกรรมโทรทัศน์ของไทย จะต้องก้าวเข้าสู่ระบบ ดิจิตอลทีวี และจะไม่มีสัญญาณภาพ อนาล็อก อีกต่อไปแล้ว ช่องฟรีทีวี ที่เดิมมีจำนวน 6 ช่อง ก็เปลี่ยนเป็น 24 ช่อง ดังนั้นในการจัดหามีเดียผ่านสื่อโทรทัศน์ จึงถือเป็น โอกาสของการขายสินค้าผ่านช่องทางโทรทัศน์ ที่จะทำให้ รายการแนะนำสินค้าของบริษัท จะมีการรับชมที่มากขึ้น ซึ่งการมี eye blow ที่มากขึ้น ก็จะช่วยเพิ่มยอดขายการสั่งซื้อสินค้า ส่งผลให้บริษัท มียอดขายที่ดีขึ้น

ดังนั้น การจัดหามีเดีย จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ แต่ปัจจุบัน ก็ทำให้ค่าใช้จ่ายในการซื้อสื่อ โฆษณาเพิ่มมากขึ้น อย่างเห็นได้ชัด อันจะส่งผลให้ เป้าหมายในส่วนของการขาย ก็จะต้องสูงขึ้นเช่นกัน ความระมัดระวังในการ เลือกสื่อ การต่อรองราคา การหาข้อมูลสนับสนุน เรตติ้งต่างๆ มีบทบาทเป็นอย่างมากที่จะทำให้รายได้ และ รายจ่าย เป็นไปตาม เป้าหมาย อีกทั้งการตรวจเช็คราคา จะต้องมีความรวดเร็ว และสามารถปรับเปลี่ยน แก้ไขสถานการณ์ การปรับโชว์ โปรโมชัน การ ต่อรองต่างๆ นักการตลาดทีวี จะต้องหากลยุทธ์ เพื่อแข่งกับเวลา และ ค่าบริหารงานต่างๆ

● ช่องทาง Satelittle TV

สถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ถือเป็นช่องทาง ที่เคยสร้างยอดขายที่ดีให้กับบริษัท แต่ผลกระทบ จากการเกิดทีวีดิจิตอล และ ความเข้มงวดของทางราชการหลายๆหน่วยงาน อย. , สคบ. กสทช. อีกทั้งงบประมาณในตลาด ที่มี จำนวนจำกัด และการเรียงเลขช่องใหม่ ทำให้ช่องรายการของกลุ่มโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม หลายๆช่องอยู่ไม่ได้ ปิดตัวไป จนมี จำนวนลดน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด

ดังนั้น การจัดหามีเดีย ในกลุ่มโทรทัศน์นี้ จึงจำเป็นต้องมีการคัดสรร คัดเลือก เฉพาะสถานีที่ มีผู้ชม และมีราคามีเดียที่เหมาะสมเท่านั้น รวมทั้ง ทีมมีเดีย จะต้องทำการวัดผลการขาย เทียบกับค่าใช้จ่ายที่เสียไป จึงทำให้ในปี นี้ กลยุทธ์ของทีมมีเดีย คือ การวิเคราะห์ข้อมูล และ การตัดสินใจปรับเปลี่ยน เพื่อผลประโยชน์สูงสุดของบริษัท

● ช่องทาง Cable TV

ในปี 2558 การใช้สื่อผ่านเคเบิลทีวี จะใช้เป็นช่องรายการ ที่ทางบริษัท จะซื้อเพื่อการรับสัญญาณออกอากาศ สถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ของ บริษัท ทีวีใต้เร็ค ได้แก่ Channel 55 ซึ่งจะเป็นการเพิ่มช่องทางการรับชมให้กับทางสถานี โดยจะเลือกเฉพาะ เคเบิลรายใหญ่ๆ ที่มีสมาชิกเป็นจำนวนมาก และการวัดผล จะใช้ช่องทางของฝ่าย TV Station เป็นผู้เช็คและ ตรวจสอบยอด โดยแผนการตลาดนี้ จะจัดให้ฝ่ายสถานี เป็นผู้รับเป้าหมาย และ จัดทำกลยุทธ์

● สถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ของ บริษัท ทีวีใต้เร็ค TVD TV Station

บริษัท ทีวีใต้เร็ค มีการลงทุน เปิดช่องสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โดยจัดอยู่ในแผนงานของ ส่วนงาน TV Station ได้รับใบอนุญาตจากทาง กสทช. จำนวน 3 สถานี และดำเนินธุรกิจมาแล้วไม่ต่ำกว่า 2-3 ปี ได้แก่

- | | |
|--------------------|--------------------------|
| 1. Health & Family | สถานีสุขภาพและครอบครัว |
| 2. Beauty TV | สถานีเพื่อผู้หญิงยุคใหม่ |
| 3. 55 Channel | สถานีการตลาด และ SME |

ซึ่งแผนงานการบริหารสถานีโทรทัศน์ ทั้ง 3 สถานี นี้ การจัดการ แผนการออกอากาศผังสถานี และ การตลาดต่าง ๆ บริษัท ถือเป็นหนึ่งใน ช่องทางการขายสินค้า ที่เป็นกลยุทธ์หลักของบริษัทเช่นกัน โดยจะมีรายละเอียดอยู่ในหัวข้อ TV Station

2. Merchandise

การจัดหาสินค้า เพื่อสร้างยอดขาย ในปี 2558 ทางทีม Merchandise ก็ยังคงใช้ คีย์หลักของบริษัท คือ สินค้าดี มีคุณภาพ ตอบรับความต้องการของชีวิต และ เป็นสินค้าที่ลูกค้าไม่สามารถหาซื้อได้ ตามร้านจำหน่ายสินค้าทั่วไป

และปี 2558 ทางส่วนงาน ได้จัดหมวดหมู่สินค้าเพิ่มเติม ที่เป็นสินค้าไทย ส่งเสริมศิลปะ ดนตรีเพลง และวัฒนธรรมไทยอันดีงาม ซึ่งมีจุดขาย ที่มีดีไซน์ ตรงใจกลุ่มเป้าหมาย และ มีความคุ้มค่า คุ่มราคา ได้แก่ สินค้า Music Box หลายรุ่นที่รวบรวม เพลงไพเราะ ที่หาฟังยาก หรือเพลงลูกทุ่งฮิตในอดีต เพลงเก๋คลาสสิก และ วิถีธรรมชาติ ที่รวมบทสวดมนต์ คาถาดนตรี เพลงสเปา ล้วนเป็นสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค สร้างยอดขายได้ดี และยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของธุรกิจ ทีวีใต้เร็ด ถือเป็นผู้บุกเบิกสินค้าในกลุ่มนี้ ที่ทำให้ การตลาดเพลง Music Box มีเลียนแบบ มีผู้ผลิตหลายราย และมีการวางขายในช่องทางต่างๆ เป็น จำนวนมาก



แต่ทั้งนี้ผู้บริโภคในปัจจุบัน มีช่องทางการค้นหา และการเลือกซื้อสินค้า ที่มากขึ้น และ ง่ายขึ้น ดังนั้นการจัดหาสินค้า เพื่อการขายทางโทรทัศน์ ทางส่วนงาน จึงต้องมีการปรับเปลี่ยน สินค้า ราคา และ ความน่าสนใจ ของสินค้า เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้ซื้อในสังคมยุคใหม่ และการนำเสนอสินค้า ทางการตลาด จึงมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างตารางเปรียบเทียบคุณสมบัติของสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นความคุ้มค่า ความได้เปรียบของสินค้า ทีวีใต้เร็ด ที่เหนือกว่าสินค้าคู่แข่ง

ความหลากหลายของสินค้า มีให้ผู้ซื้อ ครบทุกหมวดหมู่ ดังนี้

- Fitness ฟิตเนส และเครื่องออกกำลังกาย
- Beauty สินค้าสำหรับผู้หญิง และกลุ่มสินค้าบำรุงผิวและผลิตภัณฑ์ความงาม
- Health สินค้าสำหรับสุขภาพ และอาหารเสริม
- Home & Kitchen เครื่องครัวและเครื่องใช้ภายในบ้าน
- Fashion เครื่องแต่งกาย บรา , เลกกิ้ง , Slim wear
- อุปกรณ์ดูแลรถยนต์ การเดินทาง และ เครื่องมือช่าง
- สินค้าของมงคล และอื่นๆ

3. Production

การผลิตรายการแนะนำสินค้า โดยปกติแล้ว รูปแบบ ที่ทาง ทีวีใต้เร็ด ผลิตมาเป็นเวลานาน สามารถตอบโจทย์การรับชม และ การขายสินค้าด้วยดีเสมอมา ถือเป็นรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของบริษัท ที่ผู้ชมจดจำ และรับรู้ รายการได้เป็นอย่างดี อีกทั้งผลการตอบรับที่ได้จากทางสถานีโทรทัศน์ต่างๆ ทั้ง ในระบบอนาล็อกเดิม ได้แก่ ช่อง 7, ช่อง 5 และ ช่อง 9 และในระบบทีวีดิจิทัล ช่องใหม่ๆ หลายๆช่อง ที่ให้โอกาส ออกอากาศ รายการแนะนำสินค้าของบริษัท ในเส้นเวลาต่างๆ

ถึงแม้ว่าในปัจจุบัน กสทช. มีบทบาทที่เข้มงวด ในการพิจารณารายการ ทำให้ ส่วนงานเซ็นเซอร์ตามสถานีโทรทัศน์ ต่างๆ ตั้งกฎ กติกา ในการตรวจพิจารณารายการ ที่เข้มงวด ทั้งทาง ด้านภาพ เสียง ตัวหนังสือ ภาษา ที่ต้องถูกต้อง เหมาะสม และ เนื้อหารายการ จะต้องไม่เป็นการขายสินค้ามากเกินไป ไม่มีคำพูดที่ทำให้ประชาชนหลงเชื่อ ซึ่งข้อกำหนดต่างๆ เหล่านี้ ทางบริษัทฯ ปฏิบัติตามที่ทางสถานีฯ กำหนด และ ตามที่ทางราชการกำหนด เป็นอย่างดี

แผนการผลิต นอกจากจะผลิตเป็น รายการแนะนำสินค้า ความยาว 25 นาที ในรูปแบบรายการ วาไรตี้ แล้ว ยังมีการผลิตเป็น สปอตโฆษณา ความยาว 1 หรือ 2 นาที เพื่อออกอากาศในเวลาต่างๆ อันจะสร้างความถี่ในการขายสินค้า และ สร้างการรับรู้ที่มากขึ้น

4. Promotion

ในปี 2558 ตลาดการแข่งขันทางโทรทัศน์ ซึ่งคู่แข่งหลายๆบริษัท จะแพร่ภาพ ด้วยการให้สินค้ามีมูลค่า มีส่วนลด และได้ของแถมมากมาย อันถือเป็นกลยุทธ์การตลาด ที่ประชาชนมีกำลังจับจ่ายจำกัด และมีโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าได้ หลายช่องทาง สะดวก และง่ายขึ้น ดังนั้น ทางบริษัทฯ จึงมีการบ้านที่การนำเสนอสินค้าทุกตัว จะต้องมีการจัดโปรโมชั่น ที่จะมีบทบาทในการกระตุ้นให้ ผู้ชมตัดสินใจซื้อสินค้า และ เป็นการแย่งตลาดการขายกับคู่แข่ง

รูปแบบของรายการแนะนำสินค้า หรือ สปอตขายสินค้า จะมีการย้ำแพ็คเกจ ราคา ส่วนลด และ ของแถม ที่จะจูงใจให้ผู้ชม ตัดสินใจโทรสั่งซื้อสินค้า ในช่วงเวลาที่กำหนด โดยการจัดเฟรมภาพของการขายสินค้า ที่มีการย่อ จุดขาย การให้ราคาที่เหมาะสม แถมยังมีโปรโมชั่นที่เร้าใจ ซึ่งหลายๆบริษัท ก็ใช้เป็นจุดขาย และ แข่งขันกัน อย่างชัดเจน เช่นกัน

สินค้าของทาง ทีวีใต้เร็ด มุ่งเน้นความต่าง ความมีคุณภาพของสินค้าที่ดี และ บริษัทมีความน่าเชื่อถือ มีการรับประกันการคืนสินค้าได้ จึงถือเป็นจุดขาย ที่สร้างยอดให้กับบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี และมียอดขายสม่ำเสมอ



5. TV Station

ช่องรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ที่ บริษัท ทีวี ใต้เร็ด จำกัด (มหาชน) ได้รับใบอนุญาตออกอากาศ จาก กสทช มาไม่ต่ำกว่า 2 – 4 ปี แล้ว และในปีนี้ ยังได้มีการพัฒนาระบบการออกอากาศให้มีความคมชัดสูง HD ที่ทำให้ มี จำนวน 3 สถานี ได้แก่

1. Health & Family

สถานีสุขภาพและครอบครัว

Target : Family and Healthy People

2. Beauty TV

สถานีเพื่อผู้หญิงยุคใหม่

Target : Woman


3. 55 Channel

สถานีการตลาด และ SME

Target : All People

ถือเป็นการตลาดทีวี ที่สร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี และ อย่างสม่ำเสมอ และยังเป็นช่องทางในการ Test รายการหรือ สินค้า ในเบื้องต้น ก่อนที่จะมีการใช้งบประมาณซื้อสื่อภายนอก การจัดผังรายการ เพื่อการนำเสนอการขายสินค้า ได้อย่างหลากหลาย และยังเป็นอีกช่องทางในการบริหารสต็อกสินค้า ซึ่งกลยุทธ์ของช่องสถานีฯ ทั้ง 3 สถานี นี้ คือ มีเลขช่องรายการ ที่ผู้ชมสามารถรับชมและรู้จักสถานีได้ดี

หมายเลขช่องรายการ และ ช่องทางการรับชม ดังนี้

ลำดับ	ช่องสถานี	ช่องทางรับชม
1	 Health and Family	กล่อง PSI ช่องที่ 58 , กล่อง Big4 ช่องที่ 54 , กล่อง GMMZ ช่องที่ 41 , 78 ระบบ C-BAND
2	 Beauty TV	กล่อง PSI ช่องที่ 48 , กล่อง Big4 ช่องที่ 56 , กล่อง GMMZ ช่องที่ 48 ระบบ C-BAND
3	 55 Channel	กล่อง PSI ช่องที่ 55 , กล่อง Big4 ช่องที่ 55 , กล่อง GMMZ ช่องที่ 55 , 436 ระบบ C-BAND / KU BAND

6. Tele Marketing

ด้านสุดท้ายที่จะช่วยสร้างยอดขายให้กับบริษัทฯ ได้ดีที่สุด และ มากที่สุด คือ ทีมขาย พนักงานรับโทรศัพท์ของ ทีวี ใต้เร็ค ทุกคน จะต้องผ่านการฝึกอบรม การให้คำแนะนำสินค้า และ ความเข้าใจในสินค้าอย่างลึกซึ้ง โดยเรามุ่งเน้นให้ พนักงานขายทุกคน ได้สัมผัสสินค้า ได้ใช้สินค้า จนมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ ที่จะให้ข้อมูลได้เป็นอย่างดี และได้ถูกต้อง มีการจัดกะ การรับสายที่เพียงพอ และต่อเนื่องครบ 24 ชั่วโมง รวมทั้งมีหัวหน้าสายงานที่จะกระตุ้นยอด และ ประสานงานการทำงานของทีมได้อย่างสมบูรณ์

พนักงานขายทุกคน จะได้รับสิทธิ และ สวัสดิการ อย่างเหมาะสม และ มีการจัดเป้าหมาย รายได้ คอมมิชชั่น ที่จะทำ ให้การทำงานลุล่วง และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเรามีความพร้อม รองรับการขาย และมีพนักงานขายมากที่สุดในธุรกิจประเภทเดียวกัน คุณภาพของพนักงานขาย ทีวีใต้เร็ค ยังได้ว่า เป็นทีมขายที่มีประสิทธิภาพ และ มีประสบการณ์

ทุกๆวัน ทีมขายจะมีการฝึกซ้อม แนะนำการขายสินค้า โปรโมชันต่างๆ และการรายงานผลการขายของแต่ละคน เพื่อเป็นการกระตุ้นยอด และสร้างพลังให้กับทีมขาย ซึ่งผลตอบแทนที่พนักงานได้รับ ได้แก่ ค่าคอมมิชชั่น ของรางวัล ของขวัญ การจัดเลี้ยงอาหาร และ การพาไปเที่ยว ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งถือเป็นสิ่งที่สร้างความสุข และ กำลังใจในการทำงานให้กับพนักงานขายทุกคนต่อไป

7. Data System

ระบบ ข้อมูล และ เน็ตเวิร์ค คือ ส่วนประกอบสำคัญ ในการขับเคลื่อนธุรกิจการขายสินค้า ซึ่งบริษัท ทีวีไดเรคฯ ตั้งแต่เริ่มแรกได้ใช้งบประมาณที่สูงในการเลือกใช้ ระบบ Cisco การลงทุนในระบบข้อมูล และเน็ตเวิร์คนี้ บริษัทฯ ได้ประโยชน์ในเรื่องข้อมูล และระบบสื่อสาร ซึ่งคุ้มค่า กับธุรกิจอย่างมาก มาโดยตลอด อุปกรณ์เน็ตเวิร์คที่ดี และมีประสิทธิภาพ อย่าง Cisco สามารถครอบคลุม Network ตอบรับงาน การขาย ข้อมูลสินค้า ข้อมูลลูกค้า ถือเป็นส่วนสนับสนุน ส่งเสริมประสิทธิภาพ ในการทำงานการขาย บัญชี การเงิน และสายส่ง รวมทั้งข้อมูลนี้ ส่วนงานต่างๆ ยังสามารถนำฐานข้อมูลเดียวกัน และ ตรงกัน เพื่อทำการวิเคราะห์ วางแผน และ จัดการ ได้เป็นอย่างดีต่อไป

การจัดการ การขาย หรือการบริการ ที่รวดเร็ว หรือ การเช็คงาน ตลอดจนสถานะการขาย ของลูกค้า ที่มีประสิทธิภาพส่งผลในการสร้างความพึงพอใจ ที่ลูกค้า และ ผู้ใช้บริการได้รับ และยังถือเป็นรายได้ในการให้บริการ Call Center และ ฐานข้อมูล อีกช่องทางหนึ่งเช่นกัน

ความสำคัญของทั้ง 7 ปัจจัยนี้ เป็นส่วนสมบูรณ์ ที่จะทำให้งานด้านการตลาดทีวี สามารถทำงานได้ตามเป้าหมาย และ วางแผนงานเพื่อการดำเนินงานในแต่ละเดือน ได้เป็นอย่างดี การจัดวางสื่อ การวางแผนการตลาด การผลิตรายการ การขาย และการจัดการ ที่ถูกต้องชัดเจน สามารถทำให้การทำงานประสบความสำเร็จ ถึงแม้ในสภาวะเศรษฐกิจ และ สภาวะของคู่แข่งที่มีมากมาย การทำงานให้ถึงเป้าหมาย ถึงแม้ว่าจะมีอุปสรรค แต่การจัดการที่ดี ก็สามารถทำให้สภาวะยอดขายของธุรกิจสามารถดำเนินไปได้ตามเป้าหมายที่วางในปี 2558

(2) การตลาดและการแข่งขัน

กลยุทธ์การตลาด และ สถานการณ์คู่แข่ง

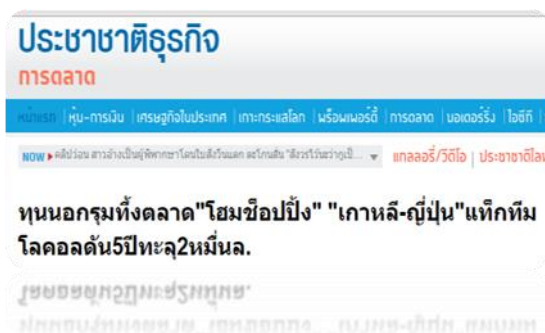
ปัจจุบัน ได้มีหลายบริษัท ทั้งที่เป็น บริษัทใหญ่ ในประเทศ และ บริษัทร่วมทุนจากต่างประเทศ เริ่มเข้ามาทำการแข่งขัน การตลาดแบบตรง หรือ ธุรกิจโฮมช้อปปิ้ง กันมากขึ้น ซึ่งบางบริษัท ะ มีผู้ร่วมทุนเป็นถึงเจ้าตลาดของธุรกิจนี้ในต่างประเทศ อาทิเช่น ทูซีเล็คท์, โอ ช้อปปิ้ง, ช้อป แชนแนล และ ไฮช้อปปิ้ง

นอกจากนี้ยังมีคู่แข่งทางอ้อมจากธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่เติบโตมากขึ้น จากการใช้สมาร์ตโฟน ที่เพิ่มขึ้น และยังมีนักธุรกิจรายใหม่ๆ ก้าวเข้ามาทำธุรกิจ ที่มีรูปแบบคล้ายๆกันอีกหลายค่าย เช่น ลาซาด้า, เอ็นโซโก, โลว์ช้อป ฯลฯ

บริษัท ทีวีไดเรค จำกัด (มหาชน) ผู้ดำเนินธุรกิจการตลาดแบบตรง ซึ่งถือเป็นบริษัทแรกๆ ที่ เข้ามาบุกเบิกธุรกิจประเภทนี้ จนประสบความสำเร็จ และมียอดขายตามแผนธุรกิจอย่างต่อเนื่องมาทุกๆปี ด้วยกลยุทธ์ของธุรกิจ คือ การสื่อสาร ข้อมูลสินค้าและการบริการต่างๆ ตรงไปยังผู้บริโภคให้ได้ช่องทางหลากหลาย และ เข้าถึงให้มาก จึงเป็นจุดขาย ที่เรารักษาคุณภาพ มาตรฐาน ในการทำงานนี้มาโดยตลอด

ส่วนการวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ในปี 2558 ที่ทำให้ ทีวีไดเรค เล็งเห็นเป็นช่องทางในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่

- อุตสาหกรรมโทรทัศน์ ที่มีช่อง ทีวิจิตอล ทำให้มีสถานีโทรทัศน์มากขึ้น ถือเป็นโอกาส ให้รายการแนะนำสินค้าของบริษัทฯ มีผู้ชมมากขึ้น



- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือสภาพัฒน์ ได้ประกาศตัวเลข GDP ของประเทศไทยอยู่ที่ร้อยละ 3% ของ ภาพรวมดัชนีสมาคมผู้ค้าปลีกไทย ขยายตัวร้อยละ 2.8 ทำให้ภาพรวมเศรษฐกิจของไทย ปี 2558 อยู่ในทิศทางที่ชะลอตัวลง และยังมีปัจจัยลบต่างๆ จากทั้งต่างประเทศและในประเทศ ถึงในสภาพเศรษฐกิจชะลอตัว แต่ข้อมูลสัดส่วนการเติบโตของธุรกิจทีวีโฮมช้อปปิ้ง กลับขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเติบโตร้อยละ 20-25 จากปีที่แล้ว
- การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค และความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ผู้บริโภค มีความสนใจที่จะซื้อสินค้าผ่านช่องทางที่วิวัฒนาการขึ้น จากเดิมที่ไม่มั่นใจที่จะซื้อสินค้าในรูปแบบนี้ โดยเฉพาะประเด็นว่าด้วย ความสะดวกสบายที่กระตุ้นให้เกิดความนิยมซื้อ การส่งตรงถึงบ้าน ความรวดเร็วในการได้รับสินค้า รวมทั้งช่องทางการชำระเงิน ที่มีความสะดวก เป็นปัจจัยสนับสนุนยอดขายของบริษัทฯ
- กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่านทีวีโฮมช้อปปิ้ง มีกลุ่มอายุประชากรที่กว้างขึ้น เริ่มมีกลุ่มลูกค้าอายุตั้งแต่ 20-70 ปี โดยมีสัดส่วนเป็นลูกค้าต่างจังหวัด 55% และ ลูกค้าในกรุงเทพฯ 45% สินค้าที่ลูกค้านิยมซื้อ คือ เครื่องครัว , เครื่องสำอาง, อาหารเสริม และ เครื่องออกกำลังกาย หรือ การขายสินค้าที่หาซื้อไม่ได้ในท้องตลาด
- รายการแนะนำสินค้า ที่มีรูปแบบน่าสนใจ มีผู้ชมบางคน สนใจดู และติดตามชม เพราะในการนำเสนอขายสินค้า มีการให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้า ที่ทำให้ลูกค้าได้เข้าถึงมุมมองที่มองไม่เห็น มีสาระความรู้ในเรื่องของตัวสินค้า ปัญหา และ การแก้ไขปัญหา ซึ่งถือเป็นจุดต่างสำคัญของ บริษัทฯ ที่แตกต่างจากสินค้าที่จำหน่ายตามร้านค้าปลีกทั่วไป
- ระบบคอลเซ็นเตอร์ ที่สามารถตอบโจทยความต้องการของลูกค้า ทั้งยังมีระบบข้อมูล และ การเชื่อมโยง Network ระบบการชำระเงิน การส่งสินค้า การคืนสินค้า ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นองค์ประกอบที่ช่วยสนับสนุนการขาย ให้ ทีวีไดเรค
- ทีวีไดเรค เข้าใจในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ที่มีผู้เล่น หรือ ธุรกิจการขายสินค้าทางโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่เข้าถึงเทคโนโลยีมากขึ้น หรือ อี-คอมเมิร์ซ ที่มีการเติบโตขึ้นมาก บริษัทฯ จึงปักธง ที่จะทำการแข่งขัน กับ ธุรกิจออนไลน์ทุกรูปแบบ โดยปรับโครงสร้างธุรกิจใหม่ ให้เป็นรูปแบบ “มัลติสกรีน” (Multiscreen) และ จัดทำการขายผ่าน 4 แพลตฟอร์ม คือ
 1. โทรทัศน์ ซึ่งถือว่าเป็นตัวหลักในการสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ
 2. Mobile โมบาย
 3. APP แอปพลิเคชัน
 4. Retail รีเทลพร้อมกับเปิด วิสัยทัศน์ของบริษัทฯ ที่จะไม่เป็นสองรองใคร (Second to none)

2. การเสนอขายสินค้าและบริการผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center)

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์ และ บริการ

บริษัทเสนอขายสินค้าและบริการผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออก โดยบริษัทจัดให้มีพนักงานดูแลและแนะนำผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์จำนวน กว่า 400 ราย ปฏิบัติงานที่ศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) เพื่อโทรศัพท์ติดต่อลูกค้าจากฐานข้อมูลรายชื่อที่ทางบริษัทจัดเตรียมให้ ซึ่งพนักงานจะนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการต่อลูกค้าควบคู่ไปด้วย โดยพนักงานดังกล่าวได้รับการฝึกอบรมให้มีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้ดูแลลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง โดยหากลูกค้ามีความประสงค์ที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ สามารถแจ้งความประสงค์ในการซื้อสินค้าและบริการกับพนักงานดังกล่าวได้

Outbound มีหน้าที่ในการนำเสนอการขายสินค้าให้ตรงความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า และให้บริการหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ สร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด และสร้าง Loyalty ที่ดีระหว่างองค์กรกับลูกค้า

(2) การตลาดและการแข่งขัน

(2.1) การวางแผนกลยุทธ์การตลาดและการขายแบบรายเดือน

มีการวางแผนกลยุทธ์การตลาดและการขายเป็นรายเดือน โดยมีการกำหนดเป้าหมายยอดขายเป็นภาพรวม และแยกออกเป็นรายทีม รายบุคคล ซึ่งจะมีการประสานงานกับฝ่าย MM&BM ในการวางแผนกลยุทธ์ร่วมกัน ในการจัดทำ การ Forecast stock สินค้า , Promotion , การทำ Sale Mix และกิจกรรมในการสร้าง Passion ในการขายสินค้า ให้กับพนักงานขาย Telesales และการบริหารสินค้าที่ติด Back Order ต่างๆ โดยที่มีการ Update แผนงานแบบรายวัน ราย week และการ Monitor เพื่อแก้ไข ปรับสถานการณ์การขาย และการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้ได้ตามแผนงานและกลยุทธ์ ที่ตั้งไว้ ให้ได้อย่างรวดเร็ว

(2.2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าทั่วไปที่มีการใช้ชีวิตทันสมัย มีอำนาจซื้อ ทุกเพศ ทุกวัย

(2.3) การแข่งขันและเศรษฐกิจ

เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของปี 2558 ที่ผ่านมามีในระดับประเทศ และระดับโลกค่อนข้างมีผลกระทบอย่างชัดเจน จึงมีผลต่อยอดขาย ไม่ว่าจะเป็น ค่าเงินบาท ที่อ่อนตัวลง และราคาน้ำมันที่ลดราคาลงทั่วโลก ทำให้ภาคธุรกิจการส่งออกมีปัญหา ทำให้ผู้บริโภคต้องเพิ่มความระมัดระวังในการใช้จ่าย และทำให้อยอดขายอยู่ในระดับ 80% จากเป้าหมายที่ตั้งไว้ ไม่ว่าคู่แข่งกลุ่มธุรกิจแบบเดียวกันมากขึ้น ที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น จึงส่งผลให้ทางฝ่ายฯ ได้รับฐานข้อมูลรายชื่อลูกค้าในปริมาณที่ลดน้อยลง ประมาณ 5,000 รายชื่อต่อเดือน จึงทำให้อยอดขายหายไปประมาณ 20% แต่ทางฝ่ายได้ปรับกลยุทธ์ต่างๆ ในการรักษฐานลูกค้ากลุ่มเดิมได้ค่อนข้างดี จึงทำให้มียอดขายกับฐานลูกค้ากลุ่มเดิม ที่มี Loyalty ที่ดีต่อองค์กร และควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆ ภายในฝ่ายได้เป็นอย่างดี

ในส่วนของลูกค้าที่มีส่วนสำคัญ ต้องเป็นสินค้าที่จำเป็น เช่น สินค้าเกี่ยวกับสุขภาพร่างกาย ที่จะมากระตุ้นให้ลูกค้าซื้อสินค้า เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวลูกค้าเองและครอบครัว

3. การเสนอขายสินค้าและบริการผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (Direct Response Printing)

บริษัทฯ เสนอขายสินค้าและบริการผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ดังนี้

(ก) แค็ตตาล็อก (Catalogue) บริษัทฯ มีการจัดทำแค็ตตาล็อกแบบ 4 สีทั้งเล่ม ซึ่งมีการจัดพิมพ์เป็นประจำทุกๆ เดือน ครั้งละประมาณ 100,000-150,000 เล่ม เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการของบริษัทที่หลากหลายกว่า 280 รายการ ภายใต้ตราสินค้าต่างๆ ของบริษัทและของผู้ผลิตสินค้าที่มีชื่อเสียงภายในประเทศ ซึ่งจัดส่งให้แก่ลูกค้าของบริษัทฯ และพันธมิตรตามฐานข้อมูลลูกค้าที่บริษัทฯ คัดเลือก เพื่อให้ลูกค้ารับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

(ข) แผ่นพับ โบรชัวร์ ไดเรคเมล หนังสือพิมพ์ วารสาร และสิ่งพิมพ์อื่นๆ เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการและโปรโมชั่นต่างๆ เป็นประจำในทุกๆ เดือน โดยจัดส่งให้ฐานรายชื่อลูกค้าของบริษัทฯ และบริษัทต่างๆ ที่ร่วมเป็นพันธมิตรในการทำธุรกิจ อาทิเช่น ธนาคาร บัตรเครดิต สินเชื่อเช่าซื้อ ประกันภัย อสังหาริมทรัพย์ ฯลฯ ซึ่งเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขาย สร้างฐานลูกค้าใหม่ และรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิม ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าที่บริษัทเสนอขายผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ โดยการโทรศัพท์เข้ามาสั่งซื้อสินค้าและบริการได้ที่ระบบโทรศัพท์แบบโทรเข้า (Inbound Call Center) ตามหมายเลขโทรศัพท์ที่บริษัทฯ กำหนด โดยบริษัทฯ

จัดให้มีพนักงานรับโทรศัพท์เพื่อรองรับคำสั่งซื้อกว่า 20 คน ตลอด 365 วัน โดยพนักงานดังกล่าวได้รับการฝึกอบรมให้มีความเข้าใจและเชี่ยวชาญในสินค้าและบริการ และสามารถให้รายละเอียดและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการแก่ลูกค้า โดยบริษัทฯ ได้จัดให้มีระบบ Voice Response Unit เพื่อให้ลูกค้าที่โทรศัพท์เข้ามาสามารถสอบถามหรือฝากข้อความติดต่อกลับ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดให้มีระบบโทรสารรองรับคำสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบโทรสาร เพื่อรองรับลูกค้าที่มีความประสงค์สั่งซื้อสินค้าและบริการทางโทรสาร

2. Online Shopping

(1) ลักษณะผลิตภัณฑ์ และ บริการ

ระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (E-Commerce)

ทีวีไดเรคออนไลน์ช้อปปิ้ง อีกหนึ่งช่องทางการขายที่เปิดให้บริการจัดจำหน่ายสินค้าทางเว็บไซต์ เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้ารายย่อยในยุคดิจิทัล ที่มีไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตที่เกี่ยวข้องกับโลกออนไลน์ ให้สามารถเข้าถึงบริการสั่งซื้อสินค้าทางเว็บไซต์ ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ตลอด 24 ชั่วโมง

(2) การตลาดและการแข่งขัน

ช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าหลัก ได้แก่ เว็บไซต์ www.tvdirect.tv ซึ่งเปิดตัวครั้งแรกในเดือนมกราคม 2553 เป็นต้นมา จากนั้นได้มีการพัฒนาระบบรวมถึงฟังก์ชันและฟีเจอร์ต่างๆ ให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ

ล่าสุด ในเดือน กันยายน 2558 เว็บไซต์ www.tvdirect.tv มีการปรับปรุงครั้งใหญ่ โดยเพิ่มฟังก์ชันให้ใช้งานง่ายขึ้น สามารถรองรับการใช้งานผ่านอุปกรณ์ทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ tablet และโทรศัพท์มือถือ เพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า การสมัครสมาชิก อีกทั้งยังได้เพิ่มช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย รวมถึงบริการเก็บเงินปลายทางเมื่อได้รับสินค้า พร้อมจัดโปรโมชั่นบริการส่งสินค้าฟรีทุกพื้นที่ทั่วประเทศ เพียงมียอดซื้อออนไลน์ตั้งแต่ 500 บาทขึ้นไป ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่และไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ ที่เป็น on the go มากขึ้น

เว็บไซต์ทีวีไดเรคมีการเติบโตสามารถขยายฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง มีจำนวนสมาชิกเพิ่มมากขึ้น จนมีตัวเลขผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ในปีที่ผ่านมาทะลุหลักหลายล้านคน ปัจจุบันเว็บไซต์ทีวีไดเรคมีจำหน่ายสินค้ากว่า 8 หมวด มากกว่า 1,000 รายการ ครอบคลุมเกือบทุกกลุ่มสินค้า และคาดว่าจะสามารถขยายทั้งจำนวนรายการและหมวดหมู่สินค้า ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นไปอีกในเร็วๆ นี้ เพื่อรองรับกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทุกเพศ ทุกวัย

อีกทั้ง เรายังมีการทำตลาดและจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายครอบคลุมทุกสื่อออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบ โดยเน้นการสื่อสารและการตลาดในโซเชียลมีเดียเป็นหลัก ได้แก่ FACEBOOK FANPAGE: TV Direct ซึ่งมียอดไลค์กว่า 83,000 รายและ LINE ซึ่งได้เปิดตัว LINE Official Account-TV Direct อย่างเป็นทางการในเดือนเมษายน 2558 โดยปัจจุบันมีฐานสมาชิกมากกว่า 6 ล้านราย ซึ่งทุกช่องทางโซเชียลมีเดียหลักๆ ล้วนมีแนวโน้มว่าจะมีสมาชิกเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่อง ลูกค้าไม่เพียงสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารโปรโมชั่นใหม่ๆ ผ่านช่องทางเหล่านี้ได้ นี่ยังเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลสินค้าได้แบบเรียลไทม์ นอกเหนือไปจากการติดต่อรับบริการจากฝ่ายบริการลูกค้าผ่านทางคอลเซ็นเตอร์ตามปกติ

เพื่อขยายฐานลูกค้าและยอดขายให้เพิ่มสูงขึ้น ทีวีไดเรคออนไลน์จึงเน้นกลยุทธ์ Multi-Channel Marketing กระจายการจัดจำหน่ายสินค้าให้หลากหลายครอบคลุมทุกช่องทางชั้นนำในโลกออนไลน์ โดยร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจ และมาร์เก็ตเพลสชั้นนำของเมืองไทย เช่น tarad.com, ensogo.com, lazada.co.th, cdiscount.co.th เพื่อทำการตลาดและจำหน่ายสินค้าผ่านเว็บไซต์มาร์เก็ตเพลสเหล่านี้ได้อย่างเต็มรูปแบบ และยังมีแผนพัฒนาระบบโมบายแอปพลิเคชัน เพื่อให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางสมาร์ทโฟนได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

จากการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดควบคู่กับการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง บริษัทมั่นใจว่าทีวีไดเร็คออนไลน์ช่องทางนี้จะเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะสามารถสร้างผลประกอบการที่ดีและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องตามแผนที่วางไว้ได้

3. Retail Shopping

(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 และให้ทุกสาขาดำเนินธุรกิจโดยมีกำไรตามแผนงาน

3. การคัดเลือกและพัฒนาทุกระดับ ด้วยระบบสารสนเทศ ที่ทันสมัย เพื่อให้การคัดเลือก สรรหา เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้พนักงานมีการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ส่งผลให้ บุคลากรมี ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

4. การจัดกิจกรรมและการสื่อสารทางการตลาดเชื่อมโยงระหว่างช่องทางการขายต่างๆ ตามโมเดลธุรกิจใหม่ Multiscreen โดยค้าปลีกเป็น 1 ใน 3 ช่องทางที่จะเชื่อมโยงลูกค้า ให้ได้รับรู้อีกหนึ่งช่องทางตามพฤติกรรมการซื้อขายแบบดั้งเดิม ที่คนไทยคุ้นเคย

(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 2558 บริษัทมีร้านค้าปลีก TV Direct Showcase จำนวน 73 แห่ง ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและศูนย์ค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) โดยมีรายละเอียดดังนี้

จังหวัด	จำนวน (แห่ง)	ที่ตั้ง
กรุงเทพมหานคร	17	(1) สำนักงานใหญ่ (2) ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า พระราม 2 (3) ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า พระราม 3 (4) 4026,4028,4030 ซอย โรงหนังจักรวาล ถนน อโศก-ดินแดง เขตดินแดง (5) 296 ถนนพณิชยการธนบุรี แขวงวัดท่าพระ เขตบางกอกใหญ่ กทม (6) ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ บางกะปิ (7) ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ งามวงศ์วาน (8) ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ รามคำแหง (9) อาคารวอรวาณิช ถนนพระราม 9 (10) อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ถนนสีลม (11) ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต (12) ศูนย์การค้าซีคอนสแควร์ศรีนครินทร์ (13) ศูนย์การค้าแฟชั่น ไอส์แลนด์ (14) ศูนย์การค้าสุพรีม คอมเพล็กซ์ สามเสน (15) ศูนย์การค้า พาราไดซ์ พาร์ค (16) ศูนย์การค้า ซีคอน สแควร์บางแค (17) ศูนย์การค้า เฟลิกซ์ริมอลล์ วัชรพล
นนทบุรี	4	(1) 26/11 ถ.ประชาราษฎร์ ต.ตลาดขวัญ อ.เมือง จ.นนทบุรี (2) ศูนย์การค้า โฮมเวิร์ค ราชพฤกษ์ (3) ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า รัตนาธิเบศร์ (4) ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า แจ้งวัฒนะ
ปทุมธานี	1	323 ต.ประชาธิปไตย อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี
นครปฐม	2	(1) 88 ถ.ราชวิถี ต.พระปฐมเจดีย์ อ.เมือง จ.นครปฐม (2) เซ็นทรัลพลาซ่า 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	2	(1) 161/37 ม.3 ต.คลองสวนพลู อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา (2) ศูนย์การค้า อยุธยาพาร์ค
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.สวรรควิถิต 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 สาขามตะนกร (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	1	ศูนย์การค้าโรบินสันฉะเชิงเทรา
สระบุรี	1	184 ถ.พหลโยธิน ต.ปากเพรียว อ.เมือง จ.สระบุรี
ลพบุรี	1	136 ถนนนารายณ์มหาราช ต.ทะเลชุบศร อ.เมือง จ.ลพบุรี
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
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	(1) 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
บุรีรัมย์	2	(1) 40/7 ถ.ธานี ต.ในเมือง อ.เมือง จ.บุรีรัมย์ (2) ศูนย์การค้าโรบินสันบุรีรัมย์
ประจวบคีรีขันธ์	1	ศูนย์การค้าหัวหิน มาร์เก็ต วิลเลจ
สุราษฎร์ธานี	2	(1) 263/4-5 ถ.ชนเกษม ต.ตลาด อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี (2) ศูนย์การค้าเทสโก้ โลตัส สุราษฎร์ธานี
นครศรีธรรมราช	1	8/16 ถ.พัฒนาการคูขวาง ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช
ภูเก็ต	1	110/1 ถนนวิชิตสงคราม ต.ตลาดเหนือ อ.เมือง จ.ภูเก็ต
สงขลา	2	(1) 488/5 ถ.เพชรเกษม อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา (2) ศูนย์การค้าไดอาน่าหาดใหญ่
ปัตตานี	1	300/67-68 ถ.หนองจิก ต.รูสะมิแล อ.เมือง จ.ปัตตานี
ตรัง	1	ศูนย์การค้า โรบินสัน ตรัง
ชุมพร	1	116/7 ถ.กรมหลวงชุมพร ต.ท่าตะเภา อ.เมืองชุมพร จ.ชุมพร
เพชรบูรณ์	1	52/45 ถนนเทพาพัฒนา ต.ในเมือง อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์
หนองคาย	1	ศูนย์การค้ามิกเจียง หนองคาย
มุกดาหาร	1	ศูนย์การค้า โรบินสันมุกดาหาร
รวม	73	

2. การเสนอขายสินค้าผ่านการขายส่ง

2.1 การขายส่งในประเทศ

บริษัทเสนอขายสินค้าแบบขายส่งในประเทศให้แก่ลูกค้าประเภทต่างๆ ดังนี้

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

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

(ค) ผู้ประกอบการประเภทร้านขายยา และบริษัทต่างๆ

สำหรับการขายส่งในประเทศนั้น จะมีทั้งลักษณะที่เป็น (1) การขายขาด โดยลูกค้าจะสั่งซื้อสินค้ามายังบริษัท และบริษัทจะจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าตามรายการที่สั่งซื้อ โดยจะเก็บเงินค่าสินค้าทั้งหมดจากลูกค้าเมื่อส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า ซึ่งบริษัทจะให้เครดิตต่อลูกค้าประมาณ 90 วัน และ (2) การฝากขาย โดยบริษัทจะเป็นผู้จัดหาสินค้าและนำสินค้าดังกล่าวไปฝากขายกับลูกค้า โดยลูกค้าจะชำระเงินค่าสินค้าให้แก่บริษัท เมื่อสามารถจำหน่ายสินค้าที่บริษัทนำไปฝากขายได้แล้วเท่านั้น ทั้งนี้ ลูกค้าที่เป็นลูกค้าฝากขายของบริษัท ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน, เดอะมอลล์ดีพาร์ทเมนต์สโตร์, 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

ค้าปลีกและส่งในปี 2558 ก่อนช่วงชะลอตัว ส่งผลทำให้ ภาพรวมตลาด มีแนวโน้มลดลงไปบ้าง แต่ก็ยังสามารถที่จะปรับตัว ให้สามารถ ดำเนินธุรกิจต่อไปต่อได้ ทั้งในด้านนโยบาย การลดต้นทุน ด้านต่างๆ รวมถึงการ ปรับธุรกิจค้าปลีกของช่องทาง ให้แตกต่างจาก อุตสาหกรรม ค้าปลีกทั่วไป ส่งผลทำให้ ค้าปลีก ค้าส่ง ทีวีไดเร็ค มีแนวโน้ม กลับมาทำกำไรได้ในอนาคต

(2.5) ภาวะการแข่งขัน

ธุรกิจตลาดทั่วไปมีการแข่งขันสูงในด้านการใช้ช่องทางในการเสนอขายสินค้าและบริการ และการแข่งขันในการสรรหาสินค้าและบริการมาเสนอขาย ทั้งนี้ สามารถแบ่งกลุ่มคู่แข่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมออกเป็นกลุ่มต่างๆ ได้ดังนี้

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

บริษัทได้พิจารณาถึงภาวะการแข่งขันของกลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการแต่ละรายต่างมีจุดเด่นที่แตกต่างกัน ซึ่งถือเป็นการกำหนดตำแหน่งทางด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (Positioning) ที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม บริษัทมีนโยบายรองรับการแข่งขันที่สูงขึ้นในธุรกิจตลาดทั่วไปโดยการปรับปรุงร้านค้าปลีก TV Direct Showcase เพื่อทุกสาขาสามารถทำกำไรในสาขาเองให้ได้เพื่อส่งผลต่อภาพรวมธุรกิจปัจจุบันให้ได้ และการจำหน่ายสินค้าให้ผู้ประกอบการค้าส่งและค้าปลีกให้มีจำนวนรายเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ และบริษัทได้พัฒนาการส่งมอบสินค้าต่อผู้บริโภคภายในระยะเวลารวดเร็ว บริษัทจึงเชื่อมั่นว่ามีความพร้อมและความสามารถเพียงพอที่จะรองรับการแข่งขันในการประกอบธุรกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต

(3) การจัดส่งสินค้า

บริษัทมีระบบจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า ดังนี้

1. การขนส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าในประเทศ บริษัทจะดำเนินการจัดส่งโดยตรง ดังนี้

(ก) บริษัทขนส่งสินค้าจากคลังสินค้าไปที่ศูนย์กระจายสินค้าหลัก หรือสาขาร้านค้าปลีกต่างๆ โดยใช้รถขนส่งสินค้าซึ่งปัจจุบันมีจำนวน 16 คัน

(ข) สำหรับลูกค้าขายส่งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล บริษัทจะใช้รถขนส่งของบริษัทในการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าภายใน 3-5 วัน และสำหรับลูกค้าในต่างจังหวัด บริษัทใช้บริการรถจ้างสายส่งในการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าภายใน 5-7 วัน

2. การจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าต่างประเทศที่สั่งซื้อสินค้า แบ่งได้ดังนี้

(ก) การขายสินค้าให้แก่ลูกค้าในมาเลเซีย และเวียดนาม บริษัทจะใช้การส่งออกโดยทางเรือ และ/หรือทางรถยนต์

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

- การขายไปยังประเทศลาว บริษัทขนส่งเป็นผู้มารับสินค้าแล้วนำไปส่งที่จังหวัดหนองคาย หลังจากนั้น เจ้าหน้าที่ของบริษัทลูกค้าจะเป็นผู้มารับสินค้าเพื่อผ่านกระบวนการนำสินค้าออกไปยังประเทศลาว และเมื่อบริษัทลูกค้าได้รับสินค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ก็จะส่งอีเมลล์ยืนยันการรับสินค้ากลับมาให้บริษัทเพื่อเก็บไว้เป็นหลักฐานเพื่อพิสูจน์ว่าเป็นการส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศ

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

ข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจของบริษัท

การประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงของบริษัทเป็นการเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงให้แก่ผู้บริโภค โดยบริษัทได้จดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงไว้กับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และกฎระเบียบต่างๆ ของหน่วยงานที่กำกับดูแล ได้แก่ สินค้าของบริษัทที่จะจำหน่ายต่อผู้บริโภคโดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหาร เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน จะต้องได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการอาหารและยา และขอความหรือโฆษณาในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าและบริการของบริษัท 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 2556-2558

(หน่วย: ล้านบาท)

	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
มูลค่าการรับคืนสินค้า	16.46	14.94	11.65

การฟุ้งฟูกค้า

ในปี 2558 บริษัทไม่มีการฟุ้งฟูกค้ารายใหญ่หรือลูกค้ารายใดรายหนึ่งที่มีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวม

การจัดหาผลิตภัณฑ์

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

รายละเอียดการซื้อสินค้าจากในประเทศและต่างประเทศในปี 2556-2558

ยอดสั่งซื้อ	ปี 2556		ปี 2557		ปี 2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ซื้อสินค้าภายในประเทศ	311.51	38.68	315.39	33.79	375.10	40.00
ซื้อสินค้าจากต่างประเทศ	493.83	61.32	617.99	66.21	560.80	60.00
รวมยอดซื้อสินค้าสำเร็จรูป	805.34	100.00	933.38	100.00	935.91	100.00

ลักษณะของสินค้าที่บริษัทจำหน่าย สามารถแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. สินค้า House Brand เป็นสินค้าที่บริษัทเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้า ซึ่งปัจจุบัน มีเครื่องหมายการค้าที่บริษัทเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์จำนวน 3 เครื่องหมายการค้า ประกอบด้วย

- (ก) เครื่องหมายการค้า Fatis ประเภทผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
- (ข) เครื่องหมายการค้า Wellness ประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
- (ค) เครื่องหมายการค้า Nuvite ประเภทผลิตภัณฑ์เสริมความงาม

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 Rights) ในประเทศไทย ผ่านช่องทางการตลาดทางทีวี โฮมช้อปปิ้ง เมลล์ออเดอร์และสื่อสิ่งพิมพ์ และระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (E-Commerce)

(ข) ผลิตภัณฑ์แชมพู Bawang โดยบริษัทได้รับการแต่งตั้งจาก Hong Kong Bawang International Trading Limited ให้เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Rights) 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 Rights) ในประเทศไทย เวียดนาม กัมพูชา และลาว

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

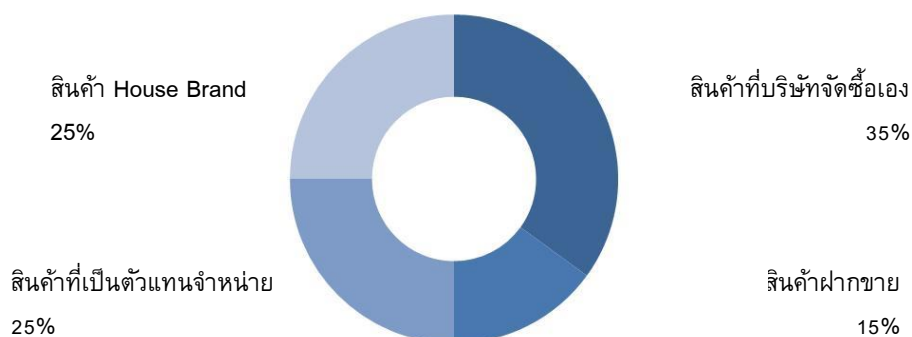
(จ) ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสวมสบาย Genie โดยบริษัทได้รับการแต่งตั้งจาก Tristar Product Inc. ให้เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Rights) ในประเทศไทย

(ฉ) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร Golden Throat Lozenge โดยบริษัทได้รับการแต่งตั้งจาก Guangxi Golden Throat Co.,Ltd. ให้เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Rights) ในประเทศไทย

(ช) ผลิตภัณฑ์ตู้แลรยนด์ Motor Up โดยบริษัทได้รับการแต่งตั้งจาก MotorUP Europe ให้เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Rights) ในประเทศไทย

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

ทั้งนี้ สัดส่วนการจัดหาสินค้าตามลักษณะที่กล่าวข้างต้นที่ประมาณการโดยบริษัทสามารถสรุปได้ดังนี้



การพึ่งพิงผู้จัดจำหน่าย

ในปี 2558 บริษัทไม่มีการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่งที่มีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวม

การบริหารสินค้าคงคลัง

บริษัทมีการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือโดยได้จัดตั้งฝ่ายบริหารซัพพลายเชน เพื่อทำหน้าที่ติดตามดูแลการเคลื่อนไหวของสินค้าที่บริษัทจำหน่าย และบริษัทได้เช่าอาคารคลังสินค้าเพื่อใช้ในการจัดเก็บสินค้าของบริษัท ตั้งอยู่ที่เลขที่ 222 หมู่ 17 ถนนสามวา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีพื้นที่จัดเก็บสินค้านรวม 4,780 ตารางเมตร โดยแบ่งเป็นคลังสินค้าธรรมดา 4,450 ตารางเมตร และคลังสินค้าปรับอากาศ 280 ตารางเมตร โดยบริษัททำสัญญากับบริษัท เจดับเบิลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด เพื่อเช่าอาคารคลังสินค้าจากบริษัท เจดับเบิลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด และให้บริษัทดังกล่าวบริหารจัดการสินค้าคงคลังมาตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2552 และต่ออายุสัญญาเป็นครั้งที่ 2 สัญญานับปัจจุบันอายุสัญญา 3 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2556 ถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2559 โดยบริษัท เจดับเบิลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด จะให้บริการตรวจรับสินค้า

คงคลัง บริหารจัดการสินค้าคงคลัง นำสินค้าคงคลังออกจากคลังสินค้าตามคำสั่งของบริษัทเพื่อจัดเตรียมส่งให้ได้รับส่งสินค้าของบริษัทที่มารับสินค้าที่อาคารคลังสินค้า และรถรับส่งสินค้าของบริษัทจะนำสินค้าดังกล่าวส่งให้จุดกระจายสินค้าตามคำสั่งของบริษัท โดยการปฏิบัติหน้าที่ของบริษัท เจตน์เบ็ญดี 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 ซอยโรงนังจักรวาล ถนนโอศก-ดินแดง แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ (2) ศูนย์กระจายสินค้าท่าพระ ตั้งอยู่ที่เลขที่ 296 ถนนพณิชยการธนบุรี แขวงวัดท่าพระ เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพฯ โดยนอกเหนือจากศูนย์กระจายสินค้าทั้งสองแห่งดังกล่าว ร้านค้าปลีก TV Direct Showcase จำนวน 34 แห่ง ที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กระจายสินค้านี้รวมด้วย

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 ย่อมส่งผลกระทบต่อประกอบการประกอบธุรกิจของบริษัท

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

การประกอบธุรกิจของบริษัทต้องอาศัยระบบโทรศัพท์ที่ใช้ในการติดต่อระหว่างลูกค้ากับบริษัททั้งระบบโทรศัพท์แบบโทรเข้า (Inbound Call Center) และระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center) ดังนั้น หากระบบโทรศัพท์มีความขัดข้องจากสาเหตุต่างๆ เช่น ระบบควบคุมโทรศัพท์ขัดข้อง คู่สายโทรศัพท์ไม่สามารถรองรับปริมาณการโทรศัพท์ได้เพียงพอ ก็ จะส่งผลกระทบต่อประกอบการประกอบธุรกิจของบริษัท

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของระบบโทรศัพท์ และได้มีมาตรการป้องกันระบบโทรศัพท์ขัดข้องดังนี้

(1) จัดให้มีคู่สายโทรศัพท์ที่พอเพียงรองรับปริมาณการใช้งานสายเรียกเข้าสูงสุด 1,500 สายต่อ ชั่วโมง

(2) เข้า ใช้บริการระบบ 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” และจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าปลีกภายใต้เครื่องหมายบริการ “TV Direct Showcase” บริษัทจึงมีความเสี่ยงในการถูกละเมิดลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการ

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการต่างๆ แล้ว ดังนี้

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

(2) บริษัทได้จดทะเบียนเครื่องหมายบริการในการประกอบธุรกิจร้านค้าปลีกไว้กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา คือ เครื่องหมายบริการ “TV Direct Showcase” สำหรับบริการนำสินค้าหลายชนิดมารวมกันเพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อหรือบริการการจดทะเบียนเครื่องหมายบริการนี้มีอายุ 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 บริษัทมีนโยบายที่จะติดตามดูแลไม่ให้มีการละเมิดลิขสิทธิ์การใช้เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการของบริษัท โดยหากมีการผิดดังกล่าวเกิดขึ้น บริษัทจะดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

4. การรักษาส่วนแบ่งตลาด

บริษัทประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (Multichannel Marketing) โดย โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยในสัดส่วนประมาณร้อยละ 70 ของรายได้จากการขายและบริการ เป็นรายได้จากการขายและบริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายทางทีวีและการตลาดแบบตรง (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 ระบบโทรศัพท์ ระบบไฟฟ้า และระบบคอมพิวเตอร์ เป็นต้น โดยบริษัทจัดหาโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลของลูกค้า ซึ่งบริษัทมีฐานลูกค้าจำนวนประมาณ 3 ล้านกว่าราย เพื่อใช้ติดต่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและนำเสนอขายสินค้าและบริการต่างๆ ให้เหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้งบริษัทได้ให้ความสำคัญกับการผลิตสื่อโฆษณาเพื่อแนะนำสินค้าและบริการ โดยบริษัทมีสตูดิโอเป็นของตนเองเพื่อใช้ผลิตรายการ บริษัทมีนโยบายให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ และบริษัทได้พัฒนาการส่งมอบสินค้าให้แก่ผู้บริโภคภายในเวลาที่รวดเร็ว บริษัทจึงเชื่อมั่นว่ามีความพร้อม ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ และความสามารถเพียงพอที่จะรองรับการแข่งขันในการประกอบธุรกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต

5. การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่สำคัญของหน่วยงานที่กำกับดูแล

การประกอบธุรกิจของบริษัทต้องปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่สำคัญของหน่วยงานที่กำกับดูแล เช่น พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น โดยหน่วยงานที่กำกับดูแลการประกอบ

ธุรกิจที่สำคัญของบริษัท ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เป็นต้น โดยบริษัทมีความเสี่ยงที่สำคัญจากการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่สำคัญของหน่วยงานที่กำกับดูแล ดังนี้

5.1 การโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของหน่วยงานที่กำกับดูแล

ในการประกอบธุรกิจของบริษัทนั้น บริษัทได้นำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มาใช้ในการนำเสนอสินค้าและบริการ บริษัทจึงมีความเสี่ยงที่จะถูกฟ้องร้องจากผู้บริโภคหรือหน่วยงานที่กำกับดูแล หากข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของบริษัทไม่เป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา เช่น มีการโฆษณาสินค้าและบริการโดยใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง การใช้ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ การใช้ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำความผิดกฎหมายหรือศีลธรรมหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ การใช้ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน เป็นต้น ซึ่งหากบริษัทมีการโฆษณาที่ฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามที่กำหนดของหน่วยงานที่กำกับดูแล อาจส่งผลกระทบต่อประกอบธุรกิจของบริษัท โดยบริษัทอาจถูกเปรียบเทียบปรับ หรือกรรมการของบริษัทอาจต้องระวางโทษจำคุก หรือทั้งจำทั้งปรับ ตามแต่กรณี ซึ่งย่อมจะส่งผลกระทบในแง่ลบต่อการประกอบธุรกิจของบริษัท

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว และบริษัทมีนโยบายที่จะปฏิบัติตามข้อกำหนดของหน่วยงานที่กำกับดูแลเกี่ยวกับการโฆษณาอย่างเคร่งครัด โดยมีการนำส่งตัวอย่างโฆษณาให้หน่วยงานที่กำกับดูแลตรวจสอบก่อนที่จะเผยแพร่โฆษณา นั้นๆ และมอบหมายให้ฝ่ายผลิตสื่อโฆษณาซึ่งอยู่ในฝ่ายสินค้าและการตลาด เพื่อประสานงานกับกองโฆษณาของหน่วยงานต่างๆ

5.2 การเปลี่ยนแปลงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทได้มีนโยบายการเก็บข้อมูลส่วนบุคคล โดยมีการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าและมีการนำเสนอขายสินค้าและบริการผ่านฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัท และจากการที่ปัจจุบันมีการลงคะแนนข้อมูลส่วนบุคคล โดยเฉพาะการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปแสวงหาประโยชน์หรือเปิดเผยโดยไม่ได้รับความยินยอมจากบุคคลซึ่งเป็นเจ้าของข้อมูลจนสร้างความเดือดร้อนรำคาญหรือความเสียหายให้แก่บุคคลดังกล่าว ภาครัฐจึงได้มีนโยบายที่จะให้มีกฎหมายกำกับดูแลคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ดังจะเห็นได้จากร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอยู่ในขั้นตอนนิติบัญญัติ โดยร่างพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวจะควบคุมการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลเชิงธุรกิจหรือเชิงพาณิชย์จะต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลก่อน ดังนั้น หากพระราชบัญญัติดังกล่าวมีผลใช้บังคับอาจส่งผลกระทบต่อประกอบธุรกิจของบริษัท

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้ติดตามความคืบหน้าของร่างพระราชบัญญัติดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง และบริษัทมีนโยบายที่จะประกอบธุรกิจให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อกำหนด และกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัท รวมทั้งบริษัทมีนโยบายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Protection) ดังนี้

- (1) บริษัทได้แจ้งให้ลูกค้าทราบเพื่อขออนุญาตนำข้อมูลของลูกค้าเพื่อที่จะทำการติดต่อลูกค้าในอนาคต
- (2) บริษัทกำหนดนโยบายจำนวนครั้งในการติดต่อลูกค้าแต่ละรายในแต่ละเดือน
- (3) หากลูกค้ารายใดแจ้งความประสงค์ไม่ให้บริษัทติดต่อกลับ บริษัทจะปฏิบัติตามความประสงค์ของลูกค้า

อย่างเคร่งครัด

5.3 ความเสี่ยงจาก พ.ร.บ.ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

จากการปฏิรูปสื่อของรัฐบาล มีผลทำให้คลื่นความถี่ และการจัดเรียงลำดับช่องสถานีถูกจัดสรรใหม่ และต้องขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ และต้องเสียค่าธรรมเนียมใบอนุญาต และต้องส่งเงินรายปีเข้ากองทุน ของรายได้จากการโฆษณาทั้งทางตรงและทางอ้อม

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัท ใต้เตรียมการรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยตั้งคณะทำงานเพื่อติดตาม และเตรียมงานในเรื่องต่างๆ เพื่อวางแผนงานทางธุรกิจ ให้เป็นไปตามกฎระเบียบ และมีประสิทธิภาพสูงสุดการบริหารความเสี่ยง

6. การที่อุตสาหกรรมโทรทัศน์มีจำนวนช่องมากขึ้น ทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะมีความรู้ ความเข้าใจด้านการผลิตรายการและการดูแลผู้บริโภคไม่ได้มาตรฐาน

จากนโยบายภาครัฐที่ให้โทรทัศน์ระบบดิจิตอลมาทดแทนโทรทัศน์ระบบอนาล็อก โดยมีช่องพาณิชย์ถึง 24 ช่อง และนอกจากนี้ยังมีโทรทัศน์ระบบตอบรับสมาชิกรายเดือนอีกไม่น้อยกว่า 70 ช่อง และสถานีโทรทัศน์เคเบิลท้องถิ่นอีกไม่ต่ำกว่า 270 เน็ตเวิร์ค จึงจะทำให้มีปริมาณมีเดียเพิ่มขึ้นจำนวน ในขณะที่งบประมาณโดยรวมไม่ได้เพิ่มขึ้นมากนัก ดังนั้นจึงเป็นการยากที่ขายเวลาโฆษณา เมื่อปริมาณของเวลาโฆษณามีการเพิ่มขึ้นอย่างมาก ประกอบกับแนวโน้มของผู้บริโภคยอมรับการซื้อสินค้าทางทีวีอย่างมั่นใจ ย่อมเป็นโอกาสของผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาในธุรกิจนี้มากขึ้น

การขายสินค้าทางทีวี ดูอย่างผิวเผินแล้วไม่มีอะไรยุ่งยาก แคหาสินค้า ทำโฆษณา ออกอากาศ รับคำสั่งซื้อส่งของ และเก็บเงินจากลูกค้าเท่านั้น แต่ในความเป็นจริงเนื้อหาของการประกอบธุรกิจนี้ กลับเต็มไปด้วยองค์ความรู้และจริยธรรม เพราะสื่อที่ใช้เป็นสื่อที่เข้าถึงอย่างทั่วถึงและง่าย การทำรายการแนะนำสินค้าและการทำโฆษณาเพื่อขายสินค้าทางทีวี มีกฎหมายและระเบียบครอบคลุมอย่างน้อย 8 ฉบับ เพื่อก่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค เมื่อมีผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น ก็มีโอกาสมากที่อาจจะมีการประกอบที่ยังไม่เข้าใจบริบทของการขายสินค้าทางทีวีอย่างถ่องแท้ และนำมาซึ่งการโฆษณาในลักษณะโอ้อวดเกินจริง หรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิด และกลายเป็นเหตุที่อาจจะทำให้ผู้บริโภคเสื่อมศรัทธาลงได้ ซึ่งเหตุการณ์นี้ได้เคยเกิดขึ้นแล้ว

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้ร่วมกับบริษัทที่ดำเนินธุรกิจโฮมช้อปปิ้ง (24-Hour Home Shopping Channel) และทีวีช้อปปิ้ง (Infomercial and Direct Response Television) จัดตั้งสมาคม TV Home Shopping Association of Thailand ขึ้นเพื่อสร้างข้อตกลงในการให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกัน พร้อมกันสร้าง Code of Conduct เพื่อเป็นมาตรฐานจริยธรรมที่พึงจะปฏิบัติในการดูแลกิจการและผู้บริโภค

หน้าที่ของสมาคมได้ถูกกำหนดในการประสานงานและให้ความเข้าใจกับหน่วยงานรัฐเช่น กสทช, สคบ และอื่นๆ เพื่อกำหนดกรอบระเบียบข้อบังคับที่นำไปสู่การกำกับดูแลและสร้างมาตรฐานให้กับธุรกิจการขายสินค้าทางทีวี

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทและบริษัทย่อยมีทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

4.1.1 ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน

ประเภททรัพย์สิน	ขนาดพื้นที่	การใช้งาน	มูลค่าทางบัญชี ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)	บริษัท	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 1829 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (จรเข้บัว) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	1 ไร่ 38 ตารางวา	ที่ตั้งอาคารสำนักงาน 3 ชั้น จำนวน 1 หลัง อาคารเอนกประสงค์ และลานจอดรถ	11.63	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
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	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 55643 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	2 งาน 8 ตารางวา	ลานจอดรถ	5.82	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 1391 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	2 งาน 50 ตารางวา	ที่ตั้งอาคารสำนักงาน 2 ชั้น จำนวน 1 หลัง สตูดิโอชั้นเดียว จำนวน 1 หลัง และอาคารโกดังชั้นเดียว จำนวน 1 หลัง	5.00	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	-
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 135253 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	87.8 ตารางวา	ที่ตั้งอาคาร สตูดิโอ 2	1.23	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 125216 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	1 งาน 41 ตารางวา	ที่ตั้งอาคารสำนักงาน 4 ชั้น	2.53	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 153397 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	51 ตารางวา	ที่ตั้งอาคารสำนักงาน 4 ชั้น	0.92	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 125215 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	89 ตารางวา	ที่ตั้งอาคารสำนักงาน 4 ชั้น	6.50	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 153396 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	30 ตารางวา	ที่ตั้งอาคารสำนักงาน 4 ชั้น	2.26	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์

ประเภททรัพย์สิน	ขนาดพื้นที่	การใช้งาน	มูลค่าทางบัญชี ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)	บริษัท	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 125214 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	58 ตารางวา	ที่ตั้งอาคารสำนักงาน 4 ชั้น	4.34	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 24168 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	120 ตารางวา	ลานจอดรถ	2.20	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
ที่ดิน โฉนดเลขที่ 24153 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	95 ตารางวา	ลานจอดรถ	1.84	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
ที่ดินโฉนดเลขที่ 24154 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	100 ตารางวา	ที่ดินพร้อมอาคารพาณิชย์	4.19	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
ที่ดินโฉนดเลขที่ 21163 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ (หลุมไผ่) อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	183 ตารางวา	อาคารสำนักงาน 4 ชั้น	10.94	บริษัท ทีวี ดี ซี้อป บิ่ง จำกัด	บริษัทเป็นเจ้าของ	-
ที่ดินโฉนดเลขที่ 204143 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	150 ตารางวา	ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างตึก 2 ชั้น	15.00	บริษัท ทีวี ดี ซี้อป บิ่ง จำกัด	บริษัทเป็นเจ้าของ	-
ที่ดินโฉนดเลขที่ 205067 ตั้งอยู่ที่ ตำบลท่าแร่ อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ	120 ตารางวา	ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างครึ่งตึกครึ่งไม้ 2 ชั้น	12.67	บริษัท ทีวี ดี ซี้อป บิ่ง จำกัด	บริษัทเป็นเจ้าของ	-
ส่วนปรับปรุงที่ดิน			3.47	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	-
รวม			92.90			
ค่าเผื่อการด้อยค่า *			0.00			
ส่วนเกินจากการตีราคาที่ดิน *			58.55			
รวม			151.45			

หมายเหตุ :

* เมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2550 บริษัทได้จัดให้มีการประเมินที่ดินประเมินเลขที่ 1829, 209763, 24156 และ 55643 ซึ่งมีราคาประเมินรวม 48,930,000 บาท ผู้ประเมินคือ บริษัท เอ็น แอนด์ เอ แอฟไพร์ซ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สินและผู้ประเมินหลักที่ได้รับความเห็นชอบจากสมาคมนักประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์แห่งประเทศไทย และสมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย ราคาประเมินที่ดินดังกล่าวมีส่วนเกินจากการตีราคาที่ดินจำนวน 29,114,690 บาท

เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2553 บริษัทได้จัดให้มีการประเมินที่ดินโฉนดเลขที่ 1829, 209763, 24156 , 55643, 1391 และ 135253 ซึ่งมีราคาประเมินรวม 57,190,000 บาท ผู้ประเมินคือ บริษัท เอ็น แอนด์ เอ แอฟไพร์ซ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สินและผู้ประเมินหลักที่ได้รับความเห็นชอบจากสมาคมนักประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์แห่งประเทศไทย และสมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย ราคาประเมินที่ดินดังกล่าวมีส่วนเกินจากการตีราคาที่ดินจำนวน 31,645,490 บาท และมีค่าเผื่อการด้อยค่า 500,000 บาท ซึ่งเป็นการด้อยค่าที่ดินโฉนดเลขที่ 1391

เมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2558 บริษัทได้จัดให้มีการประเมินที่ดินโฉนดเลขที่ 1829, 209763, 24153, 24154, 24156, 55643, 125214, 125215, 125216, 153396, 153397, 24168, 1391 และ 135253 ซึ่งมีราคาประเมินรวม 109,366,000 บาท ผู้ประเมินคือ บริษัท ฟานิกแอฟเพรชัล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สินและผู้ประเมินหลักที่ได้รับความเห็นชอบจากสมาคมนักประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์และสมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย ราคาประเมินที่ดินดังกล่าวมีส่วนเกินจากการตีราคาที่ดินจำนวน 58,549,604 บาท

4.1.2 อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร

ประเภททรัพย์สิน	ขนาดพื้นที่	การใช้งาน	มูลค่าทางบัญชี ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)	บริษัท	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
อาคารสำนักงานใหญ่ 3 ชั้น เลขที่ 25 ถนนวัชรพล ตำบลท่าแร่ อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 1829 และ 209763)	2,432 ตารางเมตร	อาคารสำนักงาน	2.83	บริษัท ทีวี ใต้เร็ค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
อาคารสำนักงาน 2 ชั้น เลขที่ 45 ซอยวัดศิริพงษ์ธรรมนิมิต ถนนวัชรพล ตำบลท่าแร่ อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 1391)	332 ตารางเมตร	อาคารสำนักงาน	2.29	บริษัท ทีวี ใต้เร็ค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	-
อาคารสตูดิโอชั้นเดียว ถนนวัชรพล ตำบลท่าแร่ อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 1391)	193 ตารางเมตร	สตูดิโอ	1.20	บริษัท ทีวี ใต้เร็ค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	-
อาคารโกดังชั้นเดียว ถนนวัชรพล ตำบลท่าแร่ อำเภอบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 1391)	32 ตารางเมตร	โกดัง	-	บริษัท ทีวี ใต้เร็ค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	-
อาคารคลังสินค้า เลขที่ 110/3 หมู่ 6 แขวงท่าแร่ เขตบางเขน กรุงเทพฯ	996 ตารางเมตร	คลังสินค้า	-	บริษัท ทีวี ใต้เร็ค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	-
อาคารสำนักงาน ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 3/394 ถนนวัชรพล แขวงท่าแร่ เขตบางเขน กรุงเทพฯ	1,920 ตารางเมตร	อาคารสำนักงาน โทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center)	-	บริษัท ทีวี ใต้เร็ค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	-
อาคารสำนักงาน ตั้งอยู่ที่ 62/24 ถนนวัชรพล แขวงท่าแร่ เขตบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 21163)	1,440 ตารางเมตร	อาคารสำนักงาน 4 ชั้น	24.26	บริษัท ทีวี ดี ซ้อป บิง จำกัด	บริษัทเป็นเจ้าของ	-
อาคารสำนักงาน สตูดิโอ 2 ตั้งอยู่ที่ 59/6 ถนนวัชรพล แขวงท่าแร่ เขตบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 135253)	498 ตารางเมตร	อาคารสำนักงาน 3 ชั้น	9.28	บริษัท ทีวี ใต้เร็ค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์

ประเภททรัพย์สิน	ขนาดพื้นที่	การใช้งาน	มูลค่าทางบัญชี ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)	บริษัท	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
อาคารสำนักงาน 4 ชั้น ตั้งอยู่ที่ 25/1 ถนนวัชรพล แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 125214,125215,125216,153396,153397)	2,040 ตารางเมตร	อาคารสำนักงาน โทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center)	16.63	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
อาคารสำนักงาน 4 ชั้น ตั้งอยู่ที่ 25/2 ถนนวัชรพล แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 125214,125215,125216,153396,153397)	2,040 ตารางเมตร	อาคารสำนักงาน 4 ชั้น	15.52	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
อาคารสำนักงาน 4 ชั้น ตั้งอยู่ที่ 25/3 ถนนวัชรพล แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 125214,125215,125216,153396,153397)	2,040 ตารางเมตร	อาคารสำนักงาน 4 ชั้น	15.94	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	จำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมกับธนาคารพาณิชย์
อาคารสำนักงาน เอนกประสงค์ ตั้งอยู่ที่ ถนนวัชรพล แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพฯ (ปลูกสร้างอยู่ในโฉนดที่ดินเลขที่ 209763)	400 ตารางเมตร	อาคาร เอนกประสงค์ 2 ชั้น	5.74	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	
ส่วนปรับปรุงอาคารและคลังสินค้า	n.a.	อาคารต่างๆ ศูนย์กระจายสินค้า ร้านค้าปลีก อาคารสำนักงานและอาคารคลังสินค้า	44.19	บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)	บริษัทเป็นเจ้าของ	
รวม			137.88			

4.1.3 งานระหว่างก่อสร้าง

มูลค่าทางบัญชีของงานระหว่างก่อสร้าง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีจำนวน 6,547,219 บาท ประกอบด้วย

- (1) TVD - ติดตั้งแอร์แบบเป่าลม 4 ทิศทาง อาคาร Sarah จำนวน 27,219.63 บาท
- (2) TVD - ติดตั้ง/ตกแต่ง Show room TV Direct สาขาโลตัสสุราษฎร์ธานี จำนวน 440,000 บาท
- (3) TVD - งานระหว่างก่อสร้าง Studio จำนวน 5,400,000 บาท
- (4) TVD - งานระหว่างก่อสร้าง/ปรับปรุง อาคาร Sarah จำนวน 680,000 บาท

หมายเหตุ : TVD หมายถึง บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน)

TVDS หมายถึง บริษัท ทีวีดี ซ้อปบิ่ง จำกัด

4.1.4 เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน

มูลค่าทางบัญชีของเครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีจำนวน 95,875,389 บาท

4.1.5 ยานพาหนะ


มูลค่าทางบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีจำนวน 3 บาท

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สิทธิ

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งแสดงในราคาทุนหักค่าตัดจำหน่ายสะสม และหักขาดทุนจากการด้อยค่า (ถ้ามี) โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทและบริษัทย่อยมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิจำนวน 62,591,614 บาท

4.3 เครื่องหมายการค้า

บริษัทได้มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า/เครื่องหมายบริการ โดยมีรายการเครื่องหมายการค้า/เครื่องหมายบริการ ดังนี้

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

4.4 สิทธิการเช่า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ไม่มียอดคงเหลือแล้ว

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 - 31พ.ค.61	ก่อนวันสิ้นสุดสัญญาไม่น้อยกว่า 30 วัน หากผู้เช่ามีความประสงค์จะเช่าที่ดินต่อไป ผู้เช่าจะต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ให้เช่าทราบเพื่อตกลงรายละเอียดเกี่ยวกับการเช่าและทำสัญญากันใหม่ต่อไป
โฉนดเลขที่ 45934 ต.ท่าแร่ (หลุมไผ่) อ.บางเขน กรุงเทพฯ	86 ตารางวา	นางวาทรีประเสริฐ นาคอุไร	อายุ 15 ปี 1 พ.ย.46 - 31 ต.ค. 61 <u>ต่ออีก 3 ปี</u> 1 พ.ย.61 - 31 ต.ค. 64	ก่อนวันสิ้นสุดสัญญาไม่น้อยกว่า 30 วัน หากผู้เช่ามีความประสงค์จะเช่าที่ดินต่อไป ผู้เช่าจะต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ให้เช่าทราบเพื่อตกลงรายละเอียดเกี่ยวกับการเช่าและทำสัญญากันใหม่ต่อไป
โฉนดเลขที่ 45935 ต.ท่าแร่ (หลุมไผ่) อ.บางเขน กรุงเทพฯ	1 ไร่ 17 ตารางวา	นางวาทรีหญิงชูสิทธิ์ บัวรอด	อายุ 15 ปี 1 พ.ย.46 - 31 ต.ค.61 <u>ต่ออีก 3 ปี</u> 1 พ.ย.61 - 31 ต.ค.64	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 ยิ้มดี	อายุ 14 ปี 1 เม.ย.49 - 31 มี.ค.63	ก่อนวันสิ้นสุดสัญญาไม่น้อยกว่า 30 วัน หากผู้เช่ามีความประสงค์จะเช่าที่ดินต่อไป ผู้เช่าจะต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ให้เช่าทราบเพื่อตกลงรายละเอียดเกี่ยวกับการเช่าและทำสัญญากันใหม่ต่อไป

เลขที่โฉนด/ที่ตั้ง	เนื้อที่	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลา	การต่อสัญญา
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 บัวรอด	7 ปี 3 เดือน 1 ส.ค.54 – 31 ต.ค.61	ก่อนวันสิ้นสุดสัญญาไม่น้อยกว่า 30 วัน หากผู้เช่ามีความประสงค์จะเช่าที่ดินต่อไป ผู้เช่าจะต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ให้เช่าทราบเพื่อตกลงรายละเอียดเกี่ยวกับการเช่าและทำสัญญากันใหม่ต่อไป
โฉนดเลขที่ 205079 ต.ท่าแร่ (หลุมไผ่) อ.บางเขน กรุงเทพฯ	350 ตารางวา	นายประเทือง เพ็ชรอินทร์	อายุ 10 ปี 15 ต.ค.54 – 14 ต.ค.64	ก่อนวันสิ้นสุดสัญญาไม่น้อยกว่า 30 วัน หากผู้เช่ามีความประสงค์จะเช่าที่ดินต่อไป ผู้เช่าจะต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ให้เช่าทราบเพื่อตกลงรายละเอียดเกี่ยวกับการเช่าและทำสัญญากันใหม่ต่อไป
โฉนดเลขที่ 24173 ต.ท่าแร่ อ.บางเขน กรุงเทพฯ	1 งาน 36 ตารางวา	คุณเบญจวรรณ แสนทวีสุข	อายุ 3 ปี 1 ม.ค.57 – 31 ธ.ค.59	หากผู้ให้เช่ามีความประสงค์ไม่ต้องการให้ผู้เช่าใช้ที่ดินดังกล่าวหลังจากครบกำหนดระยะเวลาเช่า 3 ปีแล้วหรือสัญญาเช่าสิ้นสุดลง ผู้เช่ายินยอมออกจากที่ดินดังกล่าวภายใน 15 วันนับแต่วันที่ผู้ให้เช่ามีความประสงค์ดังกล่าว

4.5.2 สรุปสัญญาเช่าอาคารเพื่อใช้เป็นศูนย์กระจายสินค้า ร้านค้าปลีก “TV Direct Showcase”

สาขา /ที่ตั้ง	ลักษณะ/พื้นที่	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลา	การต่อสัญญา
ศูนย์กระจายสินค้า 1 ดินแดง 4026, 4028, 4030 เลขที่ 715 ถ. อโศก-ดินแดง แขวงดินแดง เขตดิน	ตึกแถว 2 ชั้น 1 คูหา 4x12 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 26 ก.ค.56 – 25 ก.ค.59	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน

สาขา/ที่ตั้ง	ลักษณะ/พื้นที่	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลา	การต่อสัญญา
แดง กรุงเทพฯ 10400				หมดอายุสัญญา
2 ท่าพระ 296 ถ.พาณิชย์การธนบุรี แขวงวัดท่าพระ เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพฯ 10600	อาคาร 1 ชั้น 1 ห้อง 6.7x14 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ก.พ.56 – 31 ม.ค.59 ต่ออีก 1 ปี 1 ก.พ.59 – 31 ม.ค.60	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
TV Direct Showcase และศูนย์กระจายสินค้า				
1 ภูเก็ต 110/1 ถ.วิชิตสงคราม ต.ตลาดเหนือ อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000	อาคาร 3 ชั้น 38 ตารางวา	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ก.ค. 57 - 30 มิ.ย. 60	เช่าต่อได้คราวละ 3 ปี โดยแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 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 โดยแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
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 โดยแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
4 พัทธยาเหนือ 212/14-15 ถ.พัทธยาเหนือ ต.นาเกลือ อ.บางละมุง จ.ชลบุรี 20150	อาคาร 2 คูหา	บริษัท ไรโนส เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด	อายุ 2 ปี 1 เม.ย.57 - 31 มี.ค. 59	ไม่ได้ระบุ
5 ลพบุรี 136 ถ.นารายณ์มหาราช ต.ทะเลชุบศร อ.เมือง จ.ลพบุรี 15000	อาคาร 3.5 ชั้น 8x12 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 พ.ย.55 – 31 ต.ค.59	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
6 จันทบุรี 30/255 หมู่ที่ 7 ต.จันทน์มิต อ.เมือง จ.จันทบุรี	อาคาร 4 ชั้น 4X18เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 15 มี.ค.56 - 14 มี.ค.59	สามารถต่อสัญญาเช่าเพิ่มได้อีก 1 ปี
7 เพชรบุรี 2/1 ซ.ทรัพย์สิน 4 ถ.ราชวิถี ต.คลองกระแซง อ.เมือง จ.เพชรบุรี 76000	อาคาร 3 ชั้น 4x12 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 1 ปี 1 ก.ค. 58 - 30 มิ.ย. 59	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
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 โดยแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
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 โดยแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
10 ปัตตานี 300/67-68 หมู่ 4 ถ.หนองจิก ต.รูสะมิแล อ.เมืองปัตตานี จ.ปัตตานี	อาคาร 3 ชั้น 10x20 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 3 ปี 1 ม.ค. 58 - 31 ธ.ค. 60	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน

สาขา/ที่ตั้ง	ลักษณะ/พื้นที่	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลา	การต่อสัญญา
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	หมดอายุสัญญา เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
12 นครสวรรค์ 152/4 ถ.สวรรคตวิถิ 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. 58 - 31 ก.ค. 61	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 2 ปี 1 ส.ค. 58 - 31 ก.ค. 60	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
18 อุตรธานี 26 ห้อง 1-2 หมู่ 7 ถ.ทหาร ต.หมากแข้ง อ.เมือง จ.อุตรธานี 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

สาขา/ที่ตั้ง	ลักษณะ/พื้นที่	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลา	การต่อสัญญา
				หมดอายุสัญญา
22 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
23 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
24 ปทุมธานี 323 ต.ประชาธิปไตย 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
25 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
26 ระยอง 65/19 ถ.จันทอุดม ต.ท่าประดู่ 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
27 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
28 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
29 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 ก่อนหมดอายุสัญญา
30 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
31 เพชรบูรณ์ 52/45 ถ.เทพาพัฒนา ต.ในเมือง อ.เมืองเพชรบูรณ์ จ.เพชรบูรณ์	อาคาร 3 ชั้น 4 x14 เมตร	บุคคลธรรมดา	อายุ 2 ปี 1 ส.ค.58 – 31 ก.ค.60	เช่าต่อได้อีก 1 ปี โดยแจ้ง ให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อน หมดอายุสัญญา
32 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
TV Direct Showcase				

สาขา/ที่ตั้ง	ลักษณะ/พื้นที่	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลา	การต่อสัญญา
1 เซ็นทรัล 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	ไม่ได้รับ
2 เซ็นทรัล พลาซ่า พระราม 3 79/143 ถ.สาธุประดิษฐ์ 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
3 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
4 เซ็นทรัล พลาซ่า รัตนวิเบศร์ 68/100,68/919 หมู่ 8 ห้องเลขที่ 213/2 ถ.รัตนวิเบศร์ ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000	165.36 ตาราง เมตร	บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา รัตนวิ เบศร์ จำกัด	อายุ 3 เดือน 1 ก.ย.55 - 31 ส.ค.58	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนหมดอายุสัญญา
5 พิวเจอร์พาร์ค รังสิต 94 ถ.พหลโยธิน ต.ประชาธิปัตย์ อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12130	113.24 ตาราง เมตร	บริษัท ซอปปิง เซ็นเตอร์เซอร์วิส เชส จำกัด	อายุ 3 ปี 1 มี.ค. 58 - 28 ก.พ. 61	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
6 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
7 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
8 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
9 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 1 ก.พ.57 - 31 ม.ค.60	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 180 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
10 เซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ เลขที่ 252-252/1 ถนนมหาราช, 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
11 เดอะมอลล์ บางกะปิ 3522 ถ.ลาดพร้าว แขวงคลองจั่น	70 ตารางเมตร	บริษัท เนริ จำกัด	อยู่ในระหว่างต่อสัญญา	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90

สาขา/ที่ตั้ง	ลักษณะ/พื้นที่	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลา	การต่อสัญญา
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240				วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
12 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	ไม่ได้รับบุ
13 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
14 เดอะมอลล์ โคราช 1242/2 ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000	82.50 ตารางเมตร	บริษัท เค. อาร์. ชอปปิงเซ็นเตอร์ จำกัด	อยู่ในระหว่างต่อสัญญา	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
15 เดอะมอลล์ งามคำแหง 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
16 อมตะนคร (ชลบุรี) เทสโก้ โลตัส สาขาอมตะนคร เลขที่ 700/75 หมู่ที่ 5 ต.คลองตำหรุ อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	63.50 ตารางเมตร	บริษัท เอก-ชัย ดีสทรีบิวชั่น ซิส เทม จำกัด	อายุ 3 ปี 25 ธ.ค.55 - 24 ธ.ค. 58	ต่อสัญญาได้อีก 1 ปี
17 แปซิฟิค พาร์ค ศรีราชา 90 ถ.สุขุมวิท กม.118 ต.ศรีราชา อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20110	80 ตารางเมตร	บริษัท แปซิฟิค พาร์ค ศรีราชา จำกัด	อายุ 3 ปี 15 ต.ค.56 - 14 ต.ค. 59	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
18 ศูนย์การค้า สุพรีม คอมเพล็กซ์ 1024 ถ.สามเสน แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300	55 ตารางเมตร	บริษัท สุพรีม สาม เสน จำกัด	อายุ 2 ปี 11 เดือน 23 ก.ย.56 - 31 ส.ค. 59	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
19 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า แจ้งวัฒนะ 99,99/9 หมู่ 2 ถ.แจ้งวัฒนะ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี	76.43 ตารางเมตร	บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)	อายุ 3 ปี 1 ก.ค. 57 – 30 มิ.ย. 60	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
20 ศูนย์การค้าโรบินสัน ตรัง 138 ถ.พหลุข ต.ทับเที่ยง อ.เมืองตรัง จ.ตรัง	103.39 ตาราง เมตร	บริษัท ห้างสรรพสินค้า โรบินสัน จำกัด (มหาชน)	อายุ 3 ปี 1 ธ.ค. 57 – 30 พ.ย. 60	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90วัน ก่อนครบอายุสัญญา
21 ศูนย์การค้าเมกาบางนา ห้องเลขที่ 2140 ชั้น 2 39/6 ต.บางแก้ว อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540	46 ตารางเมตร	บริษัท เอสเอฟ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด	อยู่ในระหว่างต่อสัญญา	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนหมดอายุสัญญา
22 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	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90วัน ก่อนครบอายุสัญญา
23 ซีคอน บางแค 607 ถนนเพชรเกษม แขวงบางหว้า	84.40 ตารางเมตร	บริษัท ซีคอนบาง แค จำกัด	อายุ 3 ปี 1 ก.ย. 55 – 31 ส.ค. 58	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60วัน

สาขา/ที่ตั้ง	ลักษณะ/พื้นที่	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลา	การต่อสัญญา
เขตภาษีเจริญ กรุงเทพฯ 10160				ก่อนครบอายุสัญญา
24 อัครวรรณ ซอปปิง คอมเพล็กซ์ 1 308 หมู่ 10 ถ.มิตรภาพ ต.โพธิ์ชัย อ.เมืองหนองคาย .หนองคาย 43000	52 ตารางเมตร	ห้างสรรพสินค้า เจียง-ฟิวเจอร์ พลาซ่า	อายุ 3 ปี 21 ก.ค.55-20 ก.ค.58	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อนหมดอายุสัญญา
25 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า พิษณุโลก 9/99 ม.5 ต.พลาญชุมพล อ.เมือง พิษณุโลก จ.พิษณุโลก 65000	78 ตารางเมตร	บริษัท เซ็นทรัล เวิลด์ จำกัด	อายุ 3 ปี 20 ต.ค. 57 – 19 ต.ค. 60	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
26 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงราย 99/9 ม.13 ต.รอบเวียง อ.เมือง เชียงราย จ.เชียงราย 57000	34.01 ตารางเมตร	บริษัท ซีพีเอ็น เชียงราย จำกัด	อายุ 3 ปี 1 ต.ค. 57 – 30 ก.ย. 60	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
27 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า อุดรธานี 277/3 ถ.ประจักษ์ศิลปาคม ต.หมาก แข้ง อ.เมืองอุดรธานี จ.อุดรธานี	90.71 ตารางเมตร	บริษัท เซ็นทรัล เวิลด์ จำกัด สาขา อุดรธานี	อายุ 3 ปี 27 มี.ค. 55 - 26 มี.ค.58	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
28 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ขอนแก่น 99 ถ.ศรีจันทร์ ต.ในเมือง อ.เมือง ขอนแก่น จ.ขอนแก่น 40000	74.80 ตารางเมตร	บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา ขอนแก่น จำกัด	อายุ 3 ปี 1 ส.ค.57 – 31 ก.ค.60	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
29 ศูนย์การค้า โฮมเวิร์ค ราชพฤกษ์ 111 ม.5 ต.มหาสวัสดิ์ อ.บางกรวย จ.นนทบุรี 11130	67.90 ตารางเมตร	บริษัท ซีอาร์ซี เพาเวอร์ รีเทล จำกัด	อยู่ในระหว่างต่อสัญญา	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
30 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ชลบุรี 55/88-89,55/91 หมู่ที่ 1 ต.เสม็ด อ.เมืองชลบุรี จ.ชลบุรี 20000	41.22 ตารางเมตร	บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา ดีเวลลอป मेंท์ จำกัด	อายุ 3 ปี 5 ก.ค.56 - 4 ก.ค.59	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
31 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ศาลายา 99/19,99/20 หมู่ที่ 2 ต.บางเตย อ.สามพราน จ.นครปฐม 73210	95.03 ตารางเมตร	บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)	อายุ 3 ปี 15 ก.ค.57 – 14 ก.ค.60	ไม่ระบุ
32 ศูนย์การค้าไดอาน่าคอมเพล็กซ์ (Show Case : Genie Bra) 55/3 ถ.ศรีภูวนารถ ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	52 ตารางเมตร	บริษัท ศูนย์การค้า ไดอาน่าคอม เพล็กซ์ จำกัด	อายุ 3 ปี 15 ก.ค.57 – 14 ก.ค.60	แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนครบอายุสัญญา
33 ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ฉะเชิงเทรา 910 ถ.ฉะเชิงเทรา-บางปะกง ต.หน้า เมือง อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา 24000	90 ตารางเมตร	บริษัท ห้างสรรพสินค้าโร บินสัน จำกัด (มหาชน)	อายุ 3 ปี 12 ก.ย.57 – 11 ก.ย.60	ไม่ระบุ
34 ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ร้อยเอ็ด 137 หมู่ที่ 3 ต.ตลิ่งชัน อ.เมืองร้อยเอ็ด จ.ร้อยเอ็ด 45000	136 ตารางเมตร	บริษัท ห้างสรรพสินค้าโร บินสัน จำกัด (มหาชน)	อายุ 3 ปี 1 ต.ค.57 – 30 ก.ย.60	ไม่ระบุ
35 โลตัส สุราษฎร์ธานี 9/1 หมู่ที่ 3 ถนนเลี่ยงเมือง ต.มะขาม	86.36 ตารางเมตร	บริษัท ห้างสรรพสินค้าโร	อายุ 3 ปี 25 ก.พ.58 – 24 ธ.ค.61	ไม่ระบุ

สาขา/ที่ตั้ง	ลักษณะ/พื้นที่	ผู้ให้เช่า	ระยะเวลา	การต่อสัญญา
เตี้ย อ.เมืองสุราษฎร์ธานี จ.สุราษฎร์ธานี 84000		บิณสัน จำกัด (มหาชน)		
36 ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน บุรีรัมย์ 125 ม.6 ต.กระสัง อ.เมือง บุรีรัมย์ จ.บุรีรัมย์ 31000	114 ตารางเมตร	บริษัท ห้างสรรพสินค้าโร บินสัน จำกัด (มหาชน)	อายุ 3 ปี 29 ก.ค.58 – 28 ก.ค.61	ไม่ระบุ
37 ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ฉะเชิงเทรา 910 ถนนฉะเชิงเทรา-บางปะกง ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง ฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา 24000	90 ตารางเมตร	บริษัท ห้างสรรพสินค้าโร บินสัน จำกัด (มหาชน)	อายุ 3 ปี 12 ก.ย.57 – 11 ก.ย.60	ไม่ระบุ
38 สาขาศูนย์การค้า อยูทธาซิตี พาร์ค 126 ม.3 ถ.สายเอเชีย ต.คลองสวน พลุ อ.พระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา 13000	55 ตารางเมตร	ศูนย์การค้า อยูทธาซิตี พาร์ค	อายุ 3 ปี 1 ก.พ.58 – 31 ม.ค.61	ไม่ระบุ
39 เฟลลินารี มอลล์ 242 ศูนย์การค้าเฟลลินารี ชั้นที่ 2 ห้องเลขที่ A 216 ถนนวิชรพล แขวง ท่าแร่ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10230	55.53 ตารางเมตร	บริษัท เฟลลินารี มอลล์ จำกัด	อายุ 3 ปี 1 ต.ค.57 – 30 ก.ย.60	ไม่ระบุ

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯ และ บริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญและที่มีผลกระทบด้านลบอันอาจจะมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของกลุ่มที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ตลอดจนข้อพิพาททางกฎหมายที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจปกติของกลุ่ม

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	บริษัท ทีวี ใต้เร็ค จำกัด (มหาชน)
เลขทะเบียนบริษัท	0107554000101
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	<p>บริษัทประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง (Multi-Screen) โดยมีโครงสร้างการประกอบธุรกิจ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนงานหลัก ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> Direct Shopping แบ่งเป็น 3 ส่วนงานย่อย ดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1.1 การตลาดทางทีวี (TV Marketing) การเสนอขายสินค้าและบริการผ่านสื่อโทรทัศน์ภาคปกติ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โทรทัศน์ประเภทบอกรับสมาชิก เคเบิลทีวีและโทรทัศน์ดิจิทัล 1.2 การเสนอขายสินค้าและบริการผ่านระบบโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound Call Center) 1.3 การเสนอขายสินค้าและบริการผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (Direct Response Printing) Online Shopping บริการจัดจำหน่ายสินค้าทางเว็บไซต์ โมบายแอปพลิเคชัน รวมถึงการขายผ่านโซเชียลมีเดียทุกช่องทาง เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้ารายย่อยในยุคดิจิทัล Retail Shopping เสนอขายสินค้าและบริการแบบขายปลีกผ่านร้านค้า TV Direct Showcase รวมทั้งจำหน่ายสินค้าแบบขายส่งแก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ
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 ถนนวัชรพล 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

นิติบุคคลที่บริษัทฯ ถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

	บริษัทย่อย	ประเภทกิจการ	จดทะเบียนใน	โทรศัพท์	โทรสาร	ทุนชำระแล้ว	
						ชนิด	จำนวน
1	บริษัท ทีวีดี เซอร์วิสเชส จำกัด (เดิมชื่อ “บริษัท ทีวี ใต้เร็ค อินโดไชน่า จำกัด”)	เดิมประกอบธุรกิจ ถือเงินลงทุนในบริษัทย่อย แต่ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2559 เป็นต้นไป จะ ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านสนับสนุนธุรกิจ ให้แก่บริษัท ทีวี ใต้เร็ค จำกัด (มหาชน) และ กลุ่มบริษัทในเครือ	ประเทศไทย	02-666-0999	02-347-0192	หุ้นสามัญ	144,400,000 บาท
2	บริษัท เจเอ็มแอล ใต้เร็ค (ประเทศไทย) จำกัด	ค้าขายส่งเครื่องมือเครื่องใช้ในครัวเรือน และอื่นๆ	ประเทศไทย	02-347-0033	02-347-0098	หุ้นสามัญ	30,000,000 บาท
3	บริษัท ทีวีดี ซ้อปบิง จำกัด	จำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทาง การตลาดหลากหลายช่องทาง	ประเทศไทย	02-948-7641	02-948-7673	หุ้นสามัญ	445,000,000 บาท
4	บริษัท ทีวีดี โปรกเกอร์ จำกัด	นายหน้าประกันชีวิตโดยตรงและ ให้บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ ประกันภัย	ประเทศไทย	02-666-0388	02-666-0308	หุ้นสามัญ	12,000,000 บาท

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

ไม่มี