

แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี

(56-1)

สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549

บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

Nation Multimedia Group Public Company Limited

สารบัญ		หน้า
ส่วนที่ 1	ข้อมูลสรุป (Executive Summary)	1-2
ส่วนที่ 2	บริษัทที่ออกหลักทรัพย์	3
	1. ปัจจัยความเสี่ยง	4-9
	2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ	10-15
	3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์	16-44
	4. การวิจัยและพัฒนา	45
	5. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ	46-53
	6. โครงการในอนาคต	54
	7. ข้อพิพาททางกฎหมาย	54
	8. โครงสร้างเงินทุน	55-56
	9. การจัดการ	57-75
	10. การควบคุมภายใน	76
	11. รายการระหว่างกัน	77-89
	12. ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน	90-109
	13. ข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง	110
ส่วนที่ 3	การรับรองความถูกต้องของข้อมูล	1-2
เอกสารแนบ 1	รายละเอียดเกี่ยวกับผู้บริหารและผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท	
เอกสารแนบ 2	รายละเอียดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างกรรมการ ผู้บริหาร และบุคคลที่มีผลประโยชน์ร่วม	

ส่วนที่ 1

ข้อมูลสรุป (Executive Summary)

ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มบริษัท

กลุ่มบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (กลุ่มบริษัท) ก่อตั้งโดยผู้บริหารคนไทยซึ่งได้เริ่มต้นประกอบธุรกิจผลิตหนังสือพิมพ์ “The Nation” ในปี 2519 และต่อมาได้ขยายธุรกิจ โดยได้จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์เมื่อปี 2531 และจัดตั้งบริษัทย่อยซึ่งดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับด้านสื่ออย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันกลุ่มบริษัทได้แบ่งสายธุรกิจออกเป็น 7 สายธุรกิจ

1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย: เป็นผู้ผลิตและจำหน่าย หนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ, กรุงเทพธุรกิจ Bizweek, สำนักพิมพ์บีบีวีกส์
2. สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย: ผู้ผลิตและจำหน่าย หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และ นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์
3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ: ผู้ผลิตและจำหน่าย หนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น และ เนชั่นเนเจอร์
4. สายธุรกิจด้านกิจกรรมพิเศษและหนังสือฉบับพิเศษ: รับผิดชอบหนังสือพิมพ์ฉบับพิเศษให้กับบริษัททั่วไปที่ต้องการ

ประชาสัมพันธ์บริษัทในโอกาสต่างๆ อาทิ ครอบรอบปีบริษัท เปิดโรงงานใหม่ และแนะนำสินค้า เป็นต้น เพื่อแทรกไปกับหนังสือพิมพ์ 3 ภาษาของเครือเนชั่น ได้แก่ หนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น กรุงเทพธุรกิจ และ โยมิอุริชิมบุน ส่วนกิจกรรมพิเศษจะรับผิดชอบการให้ลูกค้าผ่านทางสื่อของบริษัท ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ภาษาไทยและอังกฤษ และผ่านทางสถานีข่าว Nation channel ช่อง TTV 1

โดยทั้ง 4 ส่วนธุรกิจรวมกันอยู่ภายใต้ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

5. สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง: ดำเนินงานภายใต้บริษัทย่อย คือ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด เจ้าของและผู้ดำเนินงานสถานีข่าวเนชั่นแซนด์แนล ผลิตรายการและร่วมผลิตรายการเพื่อออกอากาศในทีวีสถานีต่างๆ ทั้ง Free TV ได้แก่ ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 และ Satellite หรือ Cable TV ได้แก่ TTV ช่อง 1, WE TV 9 จังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้ยังรวมถึงการดำเนินงานของบริษัท เนชั่น เวิร์ดไทม์ เน็ตเวิร์ก จำกัด ในการผลิตรายการวิทยุให้กับสถานีต่างๆ เช่น F.M 90.5, A.M 1107 เป็นต้น รวมทั้งให้บริการข่าวสารผ่านสื่อรูปแบบใหม่ (New Media) อาทิ Internet Broadband โทรศัพท์มือถือ ของทุกเครือข่าย

6. สายธุรกิจด้านการศึกษา บันเทิง และต่างประเทศ: ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็ก เพื่อการศึกษา และบันเทิง โดยได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ, ผลิตหนังสือเล่มในนามของสำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊กส์ โดยได้รับลิขสิทธิ์จากทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งธุรกิจสอนภาษาอังกฤษในนาม Direct English โดยอยู่ภายใต้การบริหารงานของบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท เนชั่น บুকส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด, บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด

7. ธุรกิจด้านการพิมพ์: ดำเนินธุรกิจรับจ้างพิมพ์ภายใต้บริษัทย่อย คือ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด โดยให้บริการพิมพ์หนังสือพิมพ์และหนังสืออื่นๆ ได้แก่ การ์ตูน, พ็อกเก็ตบุ๊กส์และนิตยสาร รวมถึงงานพิมพ์ที่มีคุณภาพอื่น เป็นต้น

ในปี 2549 มีรายได้รวมเท่ากับ 3,087.85 ล้านบาท โดยผลการดำเนินงานในปี 2549 บริษัทมีผลขาดทุนสุทธิ 154 ล้านบาท ซึ่งผลขาดทุนดังกล่าวเกิดจากบริษัทมีขาดทุนสุทธิจากการดำเนินงานก่อนรายการตั้งสำรองต่างๆ 7.88 ล้านบาท รายการตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญในลูกหนี้การค้าและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน 68.24 ล้านบาท รายการตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัย 9.43 ล้านบาท และ ค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์รวม 9.64 ล้านบาท เงินชดเชยให้พนักงานด้วยเหตุออกจากงาน 59.03 ล้านบาท

โดยในปี 2549 บริษัทมีกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีเท่ากับ 55.74 ล้านบาท บริษัทมีรายได้รวม 3,087.85 ล้านบาท ส่วนต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายรวม 3,041 ล้านบาท โดยรายได้จากการขายและบริการเท่ากับ 2,914 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 เหตุผลหลักมาจากรายได้จากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 16 จากรายได้จากการจำหน่ายหนังสือพิมพ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 11 รายได้จากการจำหน่ายหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์ การ์ตูน และแมกกาซีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 22 รายได้จากบริการด้านการพิมพ์และการเป็นตัวแทนจำหน่ายหนังสือต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 9 รายได้โฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ลดลงร้อยละ 8 และจากโฆษณาจากสื่อทีวีและวิทยุเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 รวมทั้ง จากที่บริษัทขยายงานรับงานบริการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าภายนอกซึ่งในรอบปีที่ผ่านมารายได้

ส่วนนี้มีจำนวนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 50 ส่วนต้นทุนขายลดลงร้อยละ 7 เหตุผลมาจากต้นทุนการพิมพ์คณ้อยลงร้อยละ 8 เนื่องมาจากการดำเนินนโยบายบริหารการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงสุดมีผลทำให้สามารถลดปริมาณการใช้กระดาษลงได้ร้อยละ 11 รวมถึงจากการปรับปรุงแบบผังรายการและเวลาการออกอากาศใหม่ให้เหมาะสมตามสภาวะการณ์ทำให้สามารถลดต้นทุนในการผลิตสื่อโทรทัศน์ได้ถึงร้อยละ 50 นอกจากนี้ยังมีรายการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 เหตุผลมาจากการที่ต้นทุนการเดินทางและขนส่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 ตามสภาวะของราคาน้ำมันในประเทศ และจากการเพิ่มช่องทางการจัดส่งให้ครอบคลุมในพื้นที่ที่ขยายงานรับจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าภายนอกซึ่งสัมพันธ์กับรายได้ส่วนนี้ที่มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างมาก นอกจากนี้ บริษัทยังคงดำเนินนโยบายควบคุมรายจ่ายด้านการส่งเสริมการขายโดยเน้นไปยังกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายโดยตรง ซึ่งส่งผลให้สามารถลดค่าใช้จ่ายส่วนนี้ได้ร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีก่อน

บริษัทที่ออกหลักทรัพย์

ชื่อบริษัท	:	บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	ประกอบด้วย 7 สาขาธุรกิจ ดังนี้ 1. สาขาธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ, กรุงเทพธุรกิจ Bizweek 2. สาขาธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และ เนชั่นสุดสัปดาห์ 3. สาขาธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ ผลิตหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น และ เนชั่นจูเนียร์ 4. สาขาธุรกิจด้านกิจกรรมพิเศษ และหนังสือฉบับพิเศษ ดำเนินธุรกิจให้บริการจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ และจัดทำสิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษให้กับบริษัทต่าง ๆ เนื่องจากโอกาสพิเศษเพื่อเผยแพร่กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ให้กับสาธารณชน หรือเนื่องในโอกาสพิเศษ ให้แก่บริษัทต่าง ๆ ที่ต้องการสร้างความแตกต่างจากการประชาสัมพันธ์ปกติ 5. สาขาธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง เจ้าของและผู้ดำเนินงานสถานีข่าวเนชั่น แชนแนล, ผลิตรายการเพื่อออกอากาศในทีวีสถานีต่างๆ, ผลิตรายการวิทยุ, New Media 6. สาขาธุรกิจด้านการศึกษابันเทิงและต่างประเทศ ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและการศึกษา ผลิตหนังสือเล่มในนามสำนักพิมพ์เนชั่น บู้คส์, ธุรกิจสอนภาษาต่างประเทศ, และทักษะการสื่อสาร, ตัวแทนโฆษณาให้สิ่งพิมพ์ต่างประเทศ 7. สาขาธุรกิจด้านการพิมพ์ ดำเนินธุรกิจรับจ้างพิมพ์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	44 หมู่ 10 ถนนบางนา – ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260
เลขทะเบียนบริษัท	:	บมจ. 226
Home Page	:	www.nationgroup.com
โทรศัพท์	:	(662) 325 - 5555
โทรสาร	:	(662) 317 – 1384, 317 – 1413

1. ปัจจัยความเสี่ยง

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทมีปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อกลุ่มบริษัท และหรือผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งบริษัทได้มีมาตรการรองรับความเสี่ยงดังกล่าวโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ความเสี่ยงเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ ได้แก่

1.1 ความเสี่ยงด้านการจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่สำคัญของธุรกิจหนังสือพิมพ์คือกระดาษคิดเป็นต้นทุนประมาณร้อยละ 41-43 ของค่าใช้จ่ายต้นทุนขายตามงบการเงินรวม และคิดเป็นร้อยละ 76 - 80 ของต้นทุนวัตถุดิบรวม โดยสัดส่วนปริมาณการสั่งซื้อกระดาษในปีที่ผ่านมา ระหว่างกระดาษนำเข้า และการซื้อในประเทศคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 65-70 ต่อ 35-30 โดยกระดาษจัดเป็นสินค้าประเภท Commodity ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาแปรผันตามความต้องการของผู้บริโภคและปริมาณการผลิตของผู้ผลิต (Demand & Supply) ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดราคาอ้างอิงในตลาดโลก ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการผันผวนของราคากระดาษ ซึ่งอาจส่งผลกระทบโดยตรงต่อต้นทุนการผลิตและกำไรสุทธิของบริษัท

อย่างไรก็ตามจากประสบการณ์ในธุรกิจสิ่งพิมพ์และการติดตามราคากระดาษอย่างใกล้ชิดมาเป็นระยะเวลานานกว่า 35 ปี ทำให้ฝ่ายบริหารเข้าใจในวงจรของราคากระดาษเป็นอย่างดี เช่นเมื่อมีการคาดการณ์การเพิ่มขึ้นของราคากระดาษ ฝ่ายบริหารจะพิจารณาจัดซื้อวัตถุดิบล่วงหน้า และเพิ่มความระมัดระวัง ในการใช้น้ำกระดาษ หนังสือพิมพ์ให้มากขึ้น โดยไม่กระทบเนื้อหา ในปี 2549 ราคากระดาษยังคงสูงอยู่ มีผลกระทบต่อต้นทุนผลิตไม่มากนัก เนื่องจากบริษัทได้ใช้นโยบายลดต้นทุนการใช้กระดาษ เช่น การบริหารการวางจุดจำหน่ายหนังสือที่มีประสิทธิภาพขึ้น เพื่อลดปริมาณหนังสือคืน และการลดจำนวนหน้าสี หรือหน้าขาวดำ ส่วนปี 2550 บริษัทคาดการณ์ว่าราคากระดาษจะมีแนวโน้มคงที่ ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตบ้าง อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงนโยบายในการลดต้นทุนการใช้กระดาษไว้เหมือนปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มแข็งขึ้นตั้งแต่ช่วงปลายปี 2549 ก็จะส่งผลให้ต้นทุนการนำเข้ากระดาษของบริษัทลดลงเนื่องจากบริษัทได้บริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนโดยการทำ Forward contract ไว้ตามปริมาณกระดาษที่คาดว่าจะใช้ตลอดปี 2550 ดังนั้นราคากระดาษยังไม่มีผลกระทบอย่างเป็นนัยสำคัญต่อต้นทุนการผลิตของบริษัท

1.2 ความเสี่ยงด้านการรักษาบุคลากรที่มีประสบการณ์และความสามารถ

เนื่องจากภาพลักษณ์ของกลุ่ม บริษัท เป็นองค์กรสื่อสารมวลชนที่ได้รับความยอมรับจากประชาชน ในความเป็นมืออาชีพของวงการสื่อ ซึ่งการพัฒนาบุคลากรด้านกองบรรณาธิการได้เน้นการพัฒนาความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นทีม โดยไม่ยึดติดกับตัวบุคคล ส่งผลให้ความเสี่ยงในการสูญเสียทีมงานมีน้อยและมีผลกระทบต่อบริษัทไม่มากนัก โดยปัจจุบันบุคลากรในกองบรรณาธิการของ The Nation, กรุงเทพธุรกิจ, กรุงเทพธุรกิจ Bizweek และ คม ชัด ลึก ประกอบด้วยผู้สื่อข่าว ผู้เขียนข่าว บรรณาธิการ ช่างภาพ รวมประมาณ 646 คน

นอกจากฝ่ายกองบรรณาธิการแล้ว ผู้บริหารระดับสูงจากหน่วยงานต่างๆ ของบริษัท ทั้ง ฝ่ายขาย การตลาด, การจัดจำหน่ายและหน่วยงานสนับสนุน ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จ

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่ง กับการพัฒนาทรัพยากรบุคคล โดยเฉพาะนโยบายการสร้าง Successor ที่ผู้บริหารระดับสูงจะได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนการให้มีส่วนร่วมในการบริหารและการตัดสินใจที่สำคัญ อีกทั้งเป็นการกระจายอำนาจและความรับผิดชอบให้ผู้บริหารในระดับรองๆ ลงมาให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างคล่องตัว โดยอยู่ภายใต้โครงสร้างที่ให้ความสำคัญต่อการกระจายความรับผิดชอบและภาระหน้าที่ ตามโครงสร้าง 7 สายธุรกิจดังนี้ สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย, สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไป (Mass) ภาษาไทย, สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ, สายธุรกิจด้านกรรมพิเศษและหนังสือฉบับพิเศษ, สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพ และเสียง, สายธุรกิจด้านการศึกษา บันเทิง และต่างประเทศ และสายธุรกิจด้านการพิมพ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างบุคลากรและกระจายอำนาจ ให้ผู้บริหารรุ่นใหม่มีความคล่องตัวในการบริหารงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง การแข่งขัน และความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมายได้ทันการณ์ พร้อมทั้งสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ให้แก่กลุ่มบริษัทสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยคงไว้ซึ่ง ความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ การร่วมมือที่ดี การให้บริการ และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็น Core Value (คุณค่าขององค์กร) ของกลุ่มบริษัท

ดังนั้นหากบริษัทขาดบุคลากรสำคัญท่านใดท่านหนึ่งไปจะไม่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท เนื่องจากผู้บริหารในระดับสูงสุดได้จัดสรรและแบ่งงานถ่ายทอดต่อกันไปถึงผู้บริหารในระดับรองลงมา ในขณะเดียวกันการดำเนินธุรกิจยังคงต้องรักษาความร่วมมือประสานงานกันในทุกสื่อ เพื่อสร้าง Synergy ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อกลุ่มเน้น

1.3 ความเสี่ยงทางการด้อยค่าของลูกหนี้การค้า

บริษัทมีความเสี่ยงในการตั้งสำรองหนี้สูญเป็นไปตามนโยบายบัญชีของบริษัทซึ่งระบุไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินคือบริษัทมีนโยบายการจัดเก็บหนี้และการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ โดยพิจารณาตามจำนวนหนี้ที่คาดว่าจะไม่สามารถเรียกเก็บจากลูกหนี้ได้โดยประมาณการจากฐานะปัจจุบันของลูกหนี้ควบคู่กับประสบการณ์ในการเรียกเก็บหนี้ในอดีต นอกจากนี้บริษัทได้ตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญตามสัดส่วนร้อยละของรายได้เช่น รายได้ประเภทโฆษณาจะตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญไว้ที่ร้อยละ 0.75 ของรายได้โฆษณา เป็นต้น และบริษัทมีนโยบายลดสัดส่วนของลูกหนี้การค้าที่มีอายุเกินกว่า 12 เดือนให้มากที่สุด โดยลูกหนี้ที่มีอายุเกินกว่า 12 เดือน (งบการเงินรวม) ณ 31 ธันวาคม 2549 มีจำนวน 198 ล้าน ซึ่งบริษัทได้ตั้งสำรองหนี้สูญได้ครอบคลุมจำนวนดังกล่าวแล้ว โดยมีค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ (งบการเงินรวม) ณ 31 ธันวาคม 2549 รวม 244 ล้านบาท นอกจากนี้บริษัทยังมีหน่วยงานเร่งรัดหนี้สินซึ่งทำหน้าที่ในการติดตามหนี้ที่มีปัญหาอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าบริษัทจะตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญไปแล้วก็ตาม

1.4 ความเสี่ยงจากการดำเนินงานของบริษัทย่อย

1.4.1 ธุรกิจโทรทัศน์ดำเนินการ โดยบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งถือหุ้นโดยบริษัทร้อยละ 99.99 ในปี 2549 อัตราส่วนของรายได้จากธุรกิจโทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 6 ของรายได้จากการขายและบริการรวม โดยบริษัทมีรายได้จากการขายโฆษณาในรายการที่ผลิตหรือร่วมผลิตให้กับสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ได้แก่ ช่อง 3, ช่อง 5, ช่อง 7 และ ช่อง 9, และทางสถานีโทรทัศน์ Nation Channel ช่อง TTV 1 นอกจากนี้ยังมีการผลิตรายการผ่านช่องทางอื่น เช่น WE TV 9 (ช่องข่าวท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่), TGN (Thai Global Network) และ IPTV ผ่านระบบ Broadband Internet เพื่อเป็นการสร้างฐานผู้ชมให้มีโอกาสได้รับชมรายการของ Nation ในช่องทางต่าง ๆ ได้ทั่วถึง

บริษัทมีความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของรายได้เกิดจากการเปลี่ยนแปลงผังรายการจากเจ้าของสถานี โดยเฉพาะรายการที่ผลิตใน Free TV อย่างไรก็ตามในปี 2549 จากสภาวะทางการเมืองที่มีการเปลี่ยนแปลง รัฐบาลได้สนับสนุนให้ประชาชนได้รับรู้ข่าว, สารความรู้ ที่เป็นกลางมากขึ้น จึงเป็นผลให้สถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ เน้นการพัฒนาคุณภาพของรายการข่าวที่ผลิตเอง และสร้างพันธมิตรระหว่างสถานีและผู้ผลิตรายการ เพื่อขยายฐานผู้ชม ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่ม

รายได้จากโฆษณา ส่งผลให้ในปี 2550 บริษัทได้เข้าไปร่วมผลิตรายการในสถานี Free TV ช่อง ต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ทำให้สัดส่วน รายได้ในปี 2549 จาก Free TV และช่องทางอื่นของรายได้จากสื่อโทรทัศน์ปรับเป็น 35 : 65 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่เท่ากับ 23: 77 อย่างไรก็ตามจากการประสานงานกับสื่อต่าง ๆ ในเครือ ทำให้บริษัทสามารถผลิตรายการ ร่วมผลิตรายการ หรือรับจ้างผลิตรายการเพิ่มได้อีกมาก

1.4.2 ธุรกิจวิทยุ และ New Media ดำเนินการ โดยบริษัท เนชั่น เรดิโอ เน็ทเวอร์ค จำกัด ซึ่งถือหุ้นโดยบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด ร้อยละ 99 โดยดำเนินการเช่าเวลาหรือแบ่งรายได้โฆษณาจากผู้ประมวลสถานีอีกทอดหนึ่ง ดังนั้นจึงมีความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการถูกแทรกแซงหรือถูกยกเลิกจากเจ้าของสถานีซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท ข้อยกเว้นคือ อย่างไรก็ตามรายได้จากธุรกิจวิทยุคิดเป็นเพียงร้อยละ 1 ของรายได้จากการขายและบริการรวมของกลุ่มบริษัท นอกจากนี้ หากมีการจัดตั้งคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ (กสช.) เรียบร้อยแล้ว บริษัทเชื่อว่า คณะกรรมการ กสช. จะผลักดันให้เกิดการจัดสรรคลื่นความถี่วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เป็นไปเพื่อประโยชน์ สาธารณะมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทในฐานะผู้ผลิตรายการวิทยุในเชิงข่าวและสาระ จะมีโอกาสได้รับการสนับสนุนมากขึ้น ส่งผลให้บริษัทมีต้นทุนลดลงและมีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น และเพิ่มทางเลือกในการบริโภคข่าวสารให้ผู้รับชมมากขึ้น

ส่วนการดำเนินธุรกิจในสื่อรูปแบบใหม่ (New Media) อาทิเช่น “Nation News on Mobile” ซึ่งเป็นบริการส่งข่าว ผ่านโทรศัพท์มือถือในรูปแบบ SMS โดยสามารถให้บริการส่งข่าวสารผ่านระบบมือถือได้ทุกเครือข่าย และทุกประเภทข่าว ตามความต้องการของลูกค้า ทั้งข่าวภาษาอังกฤษ, ข่าวธุรกิจ และข่าวสารทั่วไป เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการให้บริการ— IPTV Broadband Internet หรือ TV on Demand โดย IPTV เป็นระบบใหม่ของ TRUE ที่ทางผู้ชมรายการสามารถชมรายการสด และ รายการย้อนหลังได้ตลอด ซึ่งบริษัทได้ผลิต content เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคผ่านสื่อใหม่ ๆ เหล่านี้อย่างต่อเนื่อง

1.5 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

เนื่องจากบริษัทเน้นการเป็นผู้ให้บริการข้อมูล (Content Provider) ซึ่งสามารถผลิตข้อมูลข่าวสารให้แก่ทุกๆ สื่อไม่ว่าจะเป็นสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และ New Media ได้แก่ Broadband, Mobile Phone เป็นต้น บริษัทจึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องลงทุนสูงด้านระบบเกี่ยวกับโครงข่ายและอุปกรณ์การส่งสัญญาณ (Network and Hardware) มากนัก

ดังนั้นไม่ว่าเทคโนโลยีจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรกลุ่มผู้ต้องการข่าวสารยังคงมีความต้องการบริโภคอยู่ ซึ่งบริษัทมีฐานข้อมูลเป็นจำนวนมากในทุกรูปแบบ ที่สามารถนำไปให้บริการได้ในทุกๆ สื่อ ถึงแม้รายได้จากสื่อใหม่จะมีเม็ดเงินไม่มากนักในปัจจุบัน แต่บริษัทยังคงพัฒนาระบบการจัดเก็บและบริหารข้อมูล สร้างความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง จากยุคการบริโภคข่าวสารทางสื่อสิ่งพิมพ์ ไปสู่การรับข้อมูลทางสื่อ Digital โดยมีนโยบายที่จะทดลองและพัฒนาผลิตภัณฑ์ สำหรับ การนำเสนอผ่านสื่อรูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค และสังสรรค์ประสบการณ์เพื่อสร้างความ ได้เปรียบในการเจาะตลาดลูกค้าเป้าหมาย ในอนาคต เช่น การสร้าง Weblog เพื่อสร้างชุมชนผู้บริโภคข่าวให้เข้ามามีส่วนร่วม ในการนำเสนอข่าว ได้แก่ www.oknation.net/blog เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันก็พัฒนาการเสนอขายสื่อโฆษณาและให้บริการ เสริมในสื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ตที่มีอยู่แล้ว เพื่อจูงใจลูกค้า และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้โดยตรงมากขึ้น

2) ความเสี่ยงด้านการเงิน ได้แก่

2.1 ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน

ระบบอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในปัจจุบันเป็นแบบลอยตัว (Managed Float) ซึ่งการกำหนดราคาขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการของเงินสกุลนั้นๆ ดังนั้นอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศซึ่งผันผวนตามภาวะเศรษฐกิจจึงมีผลต่อบริษัทในส่วนของต้นทุนการผลิต เนื่องจากวัตถุดิบหลักของบริษัท คือกระดาษหนังสือพิมพ์ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 65 - 70 ของปริมาณกระดาษที่ใช้ทั้งหมด และมีต้นทุนเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการผันผวนของค่าเงินบาทในการซื้อกระดาษจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตามบริษัทมีนโยบายป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Hedge) โดยการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forward Contract) พันธุ์ที่มีรายการสั่งซื้อจากต่างประเทศ และจากการที่อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทแข็งค่าขึ้นค่อนข้างมากในช่วงปลายเดือนธันวาคม 2549 บริษัทจึงได้ทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าให้ครอบคลุมสำหรับค่ากระดาษที่คาดการณ์ว่าจะมีการนำเข้า ภายในปี 2550

2.2 ความเสี่ยงจากภาระหนี้สิน

ณ สิ้นปี 31 ธันวาคม 2549 บริษัทและบริษัทย่อยมีภาระเงินกู้ยืมจำนวน 2,865 ล้านบาท โดยเป็นส่วนหนึ่งของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินที่เป็นเงินทุนหมุนเวียน ในวงเงินเบิกเกินบัญชี เจ้าหนี้ที่รับชำระหนี้ และตัวสัญญาใช้เงินระยะสั้น รวม 760 ล้านบาท มีเงินกู้ยืมระยะยาวคงค้างกับสถาบันการเงิน 2 แห่ง รวม 385 ล้านบาท โดยจะต้องชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยตั้งแต่ปี 2550 ถึงปี 2554 และมีตัวแลกเปลี่ยนที่ครบกำหนดชำระในเดือนธันวาคม 2550 จำนวน 120 ล้านบาท และหุ้นกู้คงค้างรวม 1,600 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นหุ้นกู้ จำนวน 600 ล้านบาท ซึ่งบริษัทได้ชำระคืนตามกำหนดเรียบร้อยแล้ว ในวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2550 และหุ้นกู้ 1,000 ล้านบาท ซึ่งจะทยอยครบกำหนดชำระในเดือนกุมภาพันธ์ 2551 และ 2552 ปีละ 500 ล้านบาท

บริษัทมีข้อตกลง กับสถาบันการเงินเจ้าหนี้และผู้ถือหุ้นกู้ว่าจะต้องดำรง อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน หรือ D/E Ratio ไม่เกินกว่า 2.5 เท่า ตลอดจนสัญญาเงินกู้ โดยปัจจุบันบริษัทมี D/E เท่ากับ 2.19 เท่า บริษัทจึงมีความเสี่ยงหากไม่สามารถดำรงค่า D/E ไว้ได้ก็จะทำให้ผิดสัญญาเงินกู้ซึ่งหากเจ้าหนี้หยุดการให้กู้ยืม หรือมีการปรับเงื่อนไขเงินให้กู้ยืมก็อาจมีผลกระทบต่อสภาพคล่องและฐานะการดำเนินงานของบริษัทได้

2.3 ความเสี่ยงจากการจัดหาเงินทุนจากแหล่งภายนอก

บริษัทยังมีแหล่งเงินทุนภายนอกอื่น ได้แก่ วงเงินสินเชื่อจากธนาคารและสถาบันการเงินต่างๆ โดย ณ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทมีวงเงินสินเชื่อรวม 2,838 ล้านบาท และมียอดใช้วงเงินสินเชื่อ 1,253 ล้านบาท ดังนั้นคงเหลือวงเงินที่สามารถใช้ได้อีก 1,585 ล้านบาท นอกจากนี้ยังมีแหล่งเงินทุนที่อาจจะเกิดจากการใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิ (Warrant) ในการซื้อหุ้นสามัญของผู้ถือหุ้นเดิมอีกประมาณ 38.99 ล้านหุ้น รวมทั้งยังมีแหล่งเงินทุนจากการเพิ่มทุนให้กับนักลงทุนสถาบันแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งบริษัทได้ขออนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นไว้แล้ววงเหลือ จำนวน 30.23 ล้านหุ้น หากเสนอขายคาดว่าจะได้เงินทุนอย่างน้อยประมาณ 300-360 ล้านบาท รวมถึงแหล่งเงินที่จะเกิดจากการออก B/E ระยะอายุไม่เกิน 270 วัน ในวงเงิน 500 ล้านบาท ซึ่งได้ขอมติจากคณะกรรมการบริษัทไว้แล้วเมื่อวันที่ 11 สิงหาคม 2549 รวมทั้งแผนการบริหารทรัพย์สินให้เกิดประโยชน์สูงสุดในบริษัทย่อย เช่นการหาพันธมิตรร่วมทุนในบริษัทย่อย หรือ บริษัทร่วม เพื่อกระจายความเสี่ยงของการลงทุน และแผนการที่จะนำบริษัทย่อยที่มีแนวโน้มทางธุรกิจที่ดีเข้า SET หรือ MAI ซึ่งจะทำให้บริษัทมีโอกาสได้รับเงินทุนจากการ

ขายหุ้นบางส่วนในอนาคต (Capital gain) นอกจากนี้ยังมีแหล่งเงินทุนจากแผนการจำหน่ายทรัพย์สินที่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ เช่นที่ดินต่างจังหวัด, ที่ดินบริเวณโรงพิมพ์ กม. 29 ที่ยังไม่ได้ใช้งาน เป็นต้น

2.4 ความเสี่ยงจากการด้อยค่าของลูกหนี้และเงินให้กู้ยืมแก่บริษัทที่เกี่ยวข้อง

เงินให้กู้ยืมใน บริษัท เอ็นพีจี เทอร์นนิ่ง แอนด์ คอนเฟอเรนซ์ รีสอร์ท จำกัด (NTR) โดยปัจจุบัน NTR ยังคงดำเนินธุรกิจให้บริการโรงแรม Majestic Beach Resort ซึ่งเป็นโรงแรมระดับ 4 ดาว ที่ชายหาดหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีห้องพัก 124 ห้องและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุมสัมมนา โดย ณ 31 ธันวาคม 2549 รายการลูกหนี้และเงินให้กู้ยืมที่ค้างชำระระหว่างบริษัทฯและบริษัทย่อย กับ NTR เท่ากับรวมเท่ากับ 663.9 ล้านบาท (ประกอบด้วยรายการเงินให้กู้ยืมในระหว่างปี 2539-2541 รวม 438.35 ล้านบาท รายการดอกเบี้ยค้างรับตั้งแต่ปี 2539-2545 รวม 158.38 ล้านบาท และรายการเรียกเก็บผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนตั้งแต่ปี 2540-2541 รวม 67.17 ล้านบาท) โดยได้ตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญในปี 2540-2548 แล้วเป็นจำนวนรวม 337.4 ล้านบาท คงเหลือสุทธิ 326.5 ล้านบาท โดยขอดังกล่าวลดลงจาก 31 ธันวาคม 2548 จำนวน 4 ล้านบาท เนื่องจากได้ทำสัญญาประนอมหนี้ระหว่างกันที่จะให้ NTR ชำระคืนหนี้ อย่างน้อยเดือนละ 1 ล้านบาท ตั้งแต่เดือนกันยายน 2549 (รายละเอียดอยู่ในรายการระหว่างกัน)

ฝ่ายบริหารของบริษัทเชื่อว่าค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญสำหรับ NTR ที่ได้ตั้งไว้แล้วจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2549 มีจำนวนเพียงพอสำหรับผลขาดทุนที่อาจเกิดขึ้น เนื่องจากจำนวนคงเหลือสุทธิดังกล่าวจะใกล้เคียงกับราคาประเมินทรัพย์สินที่ประเมินโดยผู้ประเมินอิสระภายนอก 2 ราย ซึ่งประเมินไว้เท่ากับ 356 ล้านบาท เมื่อเดือนตุลาคม 2548 และ 330 ล้านบาท เมื่อเดือนกันยายน 2548 โดยล่าสุดเมื่อ กุมภาพันธ์ 2550 บริษัทประเมินรายหลังได้ประเมินราคาใหม่ได้เท่ากับ 351 ล้านบาท นอกจากนี้เพื่อเป็นหลักประกันในการชำระคืนหนี้ของบริษัท NTR จึงได้นำที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างจดทะเบียนกับกรมที่ดินเพื่อเป็นหลักประกันหนี้ให้กับNMG เรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2550

อย่างไรก็ตามระหว่างการซื้อขายทรัพย์สินของ NTR เพื่อนำมาชำระหนี้ให้กับบริษัทและบริษัทย่อย NTR ได้แต่งตั้งที่ปรึกษาทางการเงินในการเป็นตัวแทนเจรจาเงื่อนไขต่าง ๆ กับผู้สนใจ นอกจากนี้ในระหว่างพิจารณาขายทรัพย์สินดังกล่าวกลุ่มบริษัทได้พยายามใช้ประโยชน์จากบริการของโรงแรมให้มากที่สุด โดยการจัดเลี้ยงลูกค้าและสัมมนาในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว

โดยงบการเงินล่าสุด ณ 31 ธันวาคม 2548 NTR มีรายได้ 77.98 ล้านบาท ต้นทุนขาย 20.19 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 15.10 ล้านบาท คงเหลือเป็นกำไรจากการดำเนินงานก่อนดอกเบี้ย, ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA) เท่ากับ 42.69 ล้านบาท ค่าเสื่อมราคา 24.36 ล้านบาท เป็นผลกำไรจากการดำเนินงาน 18.33 ล้านบาท และเมื่อหักดอกเบี้ยจ่ายประมาณ 4.62 ล้านบาท ทำให้ NTR มีผลกำไรสุทธิ 13.71 ล้านบาท ซึ่งจะเห็นว่าเงินเหลือเพียงพอที่จะทยอยชำระคืนหนี้ให้กับบริษัทได้

3) ความเสี่ยงด้านกฎหมาย และอื่น ๆ ได้แก่

3.1 ความเสี่ยงเรื่องผลกระทบต่อสัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้น

บริษัทได้จัดสรรหุ้นสามัญไว้ในอนาคตเพื่อรองรับการให้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทซึ่งออกให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 39,426,525 หุ้น ซึ่งจนถึง 31 ธันวาคม 2549 มีผู้ใช้สิทธิจำนวน 436,815 หุ้น คงเหลือ 38,989,710 หุ้น ดังนั้นหากมีผู้ใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิในอนาคตจะทำให้เกิดผลกระทบต่อสัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นลดลง ซึ่งผลกระทบนี้จะขึ้นอยู่กับการใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิของผู้ถือหุ้นเดิม

2.1 ความเสี่ยงเรื่องมาตรการการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากการที่คณะกรรมการอาหารและยา หรือ อ.ย. ได้มีคำสั่งเตรียมบังคับใช้กฎหมายห้ามโฆษณาเหล้า, เบียร์ในสื่อทุกแขนงเพื่อจะลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นผลให้การใช้งบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อต่าง ๆ มีแนวโน้มลดลง อย่างไรก็ตามเนื่องจากยังไม่มีข้อมูลที่ชัดเจนที่แน่นอนจึงอาจเป็นความเสี่ยงของสื่อโฆษณาที่อาจได้รับผลกระทบ ทั้งนี้ในส่วนของบริษัทงบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ส่งผลกระทบกับรายได้ค่าโฆษณามากนัก โดยในปี 2549 กลุ่มลูกค้าดังกล่าวมีการลงโฆษณาในสื่อของกลุ่มบริษัทเพียง 25 ล้านบาท หรือ 0.8% ซึ่งบริษัทสามารถได้รับการสนับสนุนในลักษณะการส่งเสริมภาพลักษณ์ของลูกค้ากลุ่มดังกล่าวได้ต่อไป

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ความเป็นมา

บริษัทเริ่มประกอบธุรกิจผลิตหนังสือพิมพ์ “The Nation” ในปี 2519 ภายใต้ชื่อ “บริษัท บิสซิเนสรีวิว จำกัด” ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท ต่อมาในปี 2531 บริษัทได้เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป จำกัด” และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปีเดียวกัน บริษัทได้ขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องโดยการเข้าลงทุนในบริษัทต่างๆ ที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสื่ออื่นๆ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสื่อ และในปี 2539 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)” ในปี 2548 บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างทางธุรกิจแบ่งเป็น 6 สายธุรกิจหลัก และในปัจจุบันบริษัทได้มีการเพิ่มสายธุรกิจเป็น 7 สายธุรกิจ ประกอบด้วย:

1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย
2. สายธุรกิจด้านข่าวการบ้านการเมืองทั่วไปภาษาไทย
3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ
4. สายธุรกิจด้านกิจกรรมพิเศษและหนังสือฉบับพิเศษ
5. สายธุรกิจด้านการศึกษา บันเทิง และต่างประเทศ
6. สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง
7. สายธุรกิจด้านการพิมพ์.

ณ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทมีทุนจดทะเบียน 2,500 ล้านบาท และทุนชำระแล้ว 1,647.73 ล้านบาท

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการบริหารงานในระยะเวลา 5 ปี ดังนี้

ด้านเงินทุนของบริษัท

ปี 2545 บริษัทได้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้กับผู้ถือหุ้นเดิมรวมทั้งสิ้น 39,426,525 หน่วย อัตราการใช้สิทธิ 1 ใบสำคัญแสดงสิทธิต่อ 1 หุ้นสามัญ ราคาใช้สิทธิหุ้นละ 14 บาท ใบสำคัญแสดงสิทธิมีอายุ 5 ปี ใช้สิทธิครั้งแรกเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2546 และสามารถใช้อัตราสิทธิครั้งสุดท้ายได้ในวันที่ 23 สิงหาคม 2550 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนและรองรับการเจริญเติบโตของบริษัท ซึ่ง ณ 31 ธันวาคม 2549 มีผู้ถือหุ้นเดิมใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิจำนวน 436,815 หน่วย คงเหลือ 38,989,710 หน่วย และในปีเดียวกัน บริษัทได้ออกหุ้นกู้ชนิดระบุชื่อผู้ถือ ประเภทไม่มีหลักประกัน ไม่ด้อยสิทธิและมีผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้จำนวน 1,000 ล้านบาท ระยะเวลา 3 ปี ครบกำหนดไถ่ถอนวันที่ 30 พฤษภาคม 2548 วัตถุประสงค์เพื่อชำระคืนเงินกู้ (Refinancing) และสำรองเป็นเงินทุนหมุนเวียน โดย ณ วันครบกำหนดวันที่ 30 พฤษภาคม 2548 บริษัทได้ชำระคืนครบถ้วนแล้ว

ปี 2546 ตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2546 ได้อนุมัติให้บริษัทโอนสำรองตามกฎหมายและส่วนเกินมูลค่าหุ้นเพื่อลดขาดทุนสะสม ณ สิ้นปี 2545 ซึ่งเท่ากับ 301 ล้านบาทให้หมดไป จึงทำให้ ณ 31 มีนาคม 2546 ส่วนเกินมูลค่าหุ้นลดลงจากสิ้นปี 2545 ที่เท่ากับ 607 ล้านบาท เหลือ 345 ล้านบาท และมีกำไรสะสมเท่ากับ 23 ล้านบาท และในเดือนสิงหาคม 2546 บริษัทได้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลให้ผู้ถือหุ้น 0.25 บาทต่อหุ้น และได้จ่ายเงินปันผลสำหรับงวดบัญชี 1 กรกฎาคม 2546 ถึง 31 ธันวาคม 2546 หุ้นละ 0.30 บาท ในเดือน พฤษภาคม 2547

ปี 2547 บริษัทได้ออกหุ้นกู้จำนวน 1,600 ล้านบาท เสนอขายให้แก่ผู้ลงทุนทั่วไปประเภทระบุชื่อผู้ถือ ไม่ด้อยสิทธิ ไม่มีหลักประกัน และมีผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ โดยแบ่งหุ้นกู้เป็น 2 ชุด คือ ชุดที่ 1 จำนวน 600 ล้านบาท อายุ 3 ปี ครบกำหนดไถ่ถอนวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2550 และชุดที่ 2 เป็นหุ้นกู้ชนิดทยอยคืนเงินต้น จำนวน 1,000 ล้านบาท อายุ 5 ปี ครบกำหนดไถ่ถอนในวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2552 โดยชำระคืนเงินต้นในวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2551 จำนวน 500 ล้านบาท และ วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2552 จำนวน 500 ล้านบาท

ในเดือน กันยายน 2547 บริษัทได้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลของการดำเนินงานงวด 1 มกราคม 2547 - 30 มิถุนายน 2547 ให้กับผู้ถือหุ้น ในอัตราหุ้นละ 0.25 บาท และได้จ่ายเงินปันผลสำหรับการดำเนินงานงวด 1 กรกฎาคม 2547 ถึง 31 ธันวาคม 2547 ในอัตราหุ้นละ 0.20 บาท ในเดือน พฤษภาคม 2548

ปี 2548 เดือนมีนาคม บริษัทได้จำหน่ายเครื่องจักรและเช่ากลับ (Sales and Leased Back) อายุสัญญา 5 ปี มูลค่า 1,037 ล้านบาท ประโยชน์ที่บริษัทได้รับจากทำ Sales and Leased Back เพื่อชำระคืนหุ้นกู้ที่ครบกำหนดในเดือน พฤษภาคม 2548 และทำให้อัตราร้อยละทางการเงินดีขึ้น ได้แก่อัตราร้อยละหนี้สินต่อทุน อัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์

ปี 2549 ตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2549 ได้อนุมัติโอนทุนสำรองตามกฎหมายจำนวน 20,793,702 บาท และส่วนเกินมูลค่าหุ้นบางส่วนจำนวน 229,171,160 บาท เพื่อชดเชยผลขาดทุนสะสมของบริษัท ตามงบดุล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 ให้หมดไป

เดือนมีนาคม 2549 บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง จำกัด (NBC) (NMG ถือหุ้น 99.99%) ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 120 ล้านบาท เป็น 140 ล้านบาท

เดือนมิถุนายน 2549 คณะกรรมการบริษัทได้มีมติอนุมัติการปรับโครงสร้างของบริษัทย่อยในกลุ่มธุรกิจ ด้านการศึกษา บันเทิง และต่างประเทศ เพื่อให้การประกอบธุรกิจในอนาคตเกิดผลประโยชน์สูงสุด และทำให้บริษัทในกลุ่มมีฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งยิ่งขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต รวมทั้งทำให้เกิดความชัดเจนในด้านความสัมพันธ์กับบริษัทแม่และการบริหารที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งบริษัทในกลุ่มนี้ประกอบด้วย 3 บริษัท คือ

1. บริษัท เนชั่นบุ๊คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (NBI)
2. บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED)
3. บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE)

โดย NMG ได้เพิ่มทุนใน NBI จากเดิม 1 ล้านบาท เป็น 70 ล้านบาท (ในสัดส่วน 99.99% เช่นเดิม) โดยให้ NBI เป็นบริษัทแม่ของกลุ่มธุรกิจด้านการศึกษา บันเทิงและต่างประเทศ และให้ NBI เป็นผู้ถือหุ้นใน NED และ NEE แทนบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้ขายเงินลงทุนใน NED และ NEE ให้ NBI ตามมูลค่าทางบัญชี ณ วันที่เกิดรายการ ซึ่งหลังจากการปรับโครงสร้าง NMG จะถือหุ้นใน NBI 99.99% และ NBI ถือหุ้นใน NED และ NEE ในสัดส่วน 99.99% และ 50% ตามลำดับ (โดยมีรายละเอียดตามที่ระบุในส่วนของการประกอบธุรกิจและการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทเนชั่น)

เดือนธันวาคม 2549 คณะกรรมการบริษัท เนชั่น เรดิโอ เน็ทเวอร์ค จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ NBC (NBC ถือหุ้น 99.98%) ได้อนุมัติจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้น (NBC) ในอัตราร้อยละ 1,550 บาท เพื่อให้ NBC นำเงินมาชำระหนี้ให้ NRN ต่อไป ซึ่งจะทำให้ NBC มีโครงสร้างทางการเงินที่แข็งแกร่ง

ด้านการดำเนินธุรกิจ

ปี 2545 เดือนตุลาคม เปิดตัวบริษัท เนชั่นบุ๊คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (NBI) โดยบริษัทถือหุ้น 99% ดำเนินธุรกิจผลิตหนังสือเล่ม (Pocket Book) ซึ่งถือเป็นการต่อยอดทางธุรกิจของกลุ่มบริษัทซึ่งมีความพร้อมอยู่แล้วทั้งด้านบุคลากร เนื้อหา การผลิต สื่อโฆษณา เครือข่ายด้านการจัดจำหน่าย และความสัมพันธ์ที่ดีกับสำนักพิมพ์ต่างๆ ทั่วโลก

ปี 2547 เดือนมิถุนายน บริษัทได้ออกหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ Biz Week ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายสัปดาห์

ปี 2548 บริษัทได้ปรับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็น 6 สายธุรกิจหลัก เพื่อสร้างบุคลากรและกระจายอำนาจให้ผู้บริหารรุ่นใหม่มีความคล่องตัวและมีอิสระในการบริหารงานมากขึ้น และเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง การแข่งขัน และ ความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมายได้ทันสถานการณ์ พร้อมทั้งสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ให้แก่กลุ่มบริษัทให้สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ประกอบด้วย:

1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ, กรุงเทพธุรกิจ Bizweek สำนักพิมพ์บีชบุ๊คส์
2. สายธุรกิจด้านข่าวการบ้านการเมืองทั่วไปภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และ เนชั่นสุดสัปดาห์

3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ ผลิตหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น และ เนชั่นจูนีเออร์ (ซึ่งทั้ง 3 สายธุรกิจยังดำเนินการบริหารภายใต้บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน))
4. สายธุรกิจด้านการศึกษา บันเทิง และต่างประเทศ ซึ่งดำเนินงานโดยบริษัทย่อย ประกอบด้วย:
 - 4.1 บริษัท เนชั่น บั๊คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตหนังสือเล่มในนามสำนักพิมพ์เนชั่นบั๊คส์
 - 4.2 บริษัท เนชั่น เอ็ดมอนด์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด ประกอบธุรกิจจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและการศึกษา
 - 4.3 บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด ประกอบธุรกิจการอบรมสัมมนา,สอนภาษาต่างประเทศและทักษะการสื่อสาร

โดยบริษัทย่อยแต่ละบริษัทมีส่วนการถือหุ้นปรากฏในหัวข้อโครงสร้างการประกอบธุรกิจและการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

5. สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง (Broadcasting) ซึ่งดำเนินงานโดยบริษัทย่อย ดังนี้
 - 5.1 บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (NBC) เป็นเจ้าของและผู้ดำเนินงานสถานีข่าวเนชั่นแซนด์แนล ซึ่งออกอากาศทางช่อง TTV1, Digital MMDS และเป็นผู้ผลิต และร่วมผลิตรายการใน Free TV ช่องต่างๆ
 - 5.2 บริษัท เนชั่น เวิร์ค เน็ทเวอร์ค จำกัด (NRN) ดำเนินธุรกิจด้านวิทยุ และ New Media
6. สายธุรกิจด้านการพิมพ์ ดำเนินการโดยบริษัทย่อย คือ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (NMG ถือหุ้น 84.50%) ดำเนินธุรกิจรับจ้างพิมพ์หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ และงานพิมพ์ทั่วไป ซึ่งปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 500 ล้านบาท

ในแต่ละสายธุรกิจมีคณะกรรมการบริหารของตนเอง โดยมีกรรมการอำนวยการ (President) เป็นผู้บริหารสูงสุดของแต่ละสายธุรกิจ ทั้งนี้อยู่ภายใต้นโยบายของคณะกรรมการบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ปี 2549 ได้ปรับโครงสร้างภายในของสายธุรกิจด้านการศึกษา บันเทิง และต่างประเทศ ให้ชัดเจนเพิ่มขึ้น เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการบริหารซึ่งจะก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดในอนาคต โดยได้ปรับโครงสร้างการดำเนินงานของธุรกิจจากเดิม 6 สายธุรกิจ มาเป็น 7 สายธุรกิจ คือเพิ่มสายธุรกิจด้านกิจกรรมพิเศษและหนังสือฉบับพิเศษ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความชัดเจนในสายธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์เพิ่มขึ้น รวมทั้งเพิ่มความเป็นอิสระและความคล่องตัวในการบริหารงานมากขึ้น เพื่อรองรับความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ให้กลุ่มบริษัทสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

2.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท บริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทและบริษัทย่อย มุ่งเน้น การประกอบธุรกิจด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ในทุกๆ ช่องทางและทุกๆ สื่อ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกกลุ่ม โดยแต่ละสายธุรกิจจะมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมาย ที่แตกต่างกัน เช่น หนังสือพิมพ์ The Nation เน้นกลุ่มผู้อ่านคนไทยและชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในเมืองไทย ที่ติดตามความเคลื่อนไหวของการเมืองและเศรษฐกิจ, หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ เน้นกลุ่มผู้อ่านในกลุ่มภาคธุรกิจ ทั้งเศรษฐกิจระดับมหภาค (Macro) และจุลภาค (Micro), หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ Bizweek มุ่งเน้นกลุ่มผู้อ่านที่เป็นคนรุ่นใหม่ ผู้ประกอบธุรกิจขนาดเล็ก, หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก มุ่งเน้นที่กลุ่มผู้อ่านที่เป็นประชาชนทั่วไป, สื่อทีวี เป็นผู้ผลิตข่าวและรายการให้กับสถานีช่อง TTV และ Free TV ในรูปแบบการผลิตและร่วมผลิตรายการ โดยเสนอการเกาะติดทันกับข่าวและการวิเคราะห์เจาะลึก การอธิบายข่าว และการวิเคราะห์ข่าวที่มองไปข้างหน้า, สื่อวิทยุที่นำเสนอข่าวให้ผู้สนใจทางคลื่น FM 90.5, New Media การนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อใหม่ๆ เช่น Internet Broadband และทางโทรศัพท์มือถือ โดยการส่งข่าวธุรกิจ ข่าวทั่วไปทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในรูปแบบ SMS ของทุกเครือข่ายภายใต้ชื่อ Nation News on Mobile

ดังนั้นจากการเติบโตขององค์กร และจากการแข่งขันที่รุนแรงทำให้บริษัทต้องปรับตัวเพื่อการบริหารที่คล่องตัวและเป็นการกระจายอำนาจการตัดสินใจ ความรับผิดชอบไปสู่ผู้บริหารในระดับรองลงไป เพื่อรองรับกับการเติบโตของธุรกิจแต่ละกลุ่มในอนาคต บริษัทได้แบ่งการดำเนินธุรกิจออกเป็น 7 สายธุรกิจตามกลุ่มเป้าหมายหลัก ประกอบด้วย:

- 1) สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย
- 2) สายธุรกิจด้านข่าวการบ้านการเมืองทั่วไปภาษาไทย
- 3) สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ
- 4) สายธุรกิจด้านกิจกรรมพิเศษและหนังสือฉบับพิเศษ
- 5) สายธุรกิจด้านการศึกษา บันเทิง และต่างประเทศ
- 6) สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง
- 7) สายธุรกิจด้านการพิมพ์

เพื่อแต่ละสายธุรกิจสามารถใช้เนื้อหาและศักยภาพของตนเอง พัฒนาเนื้อหาไปสู่ความเป็น Multimedia ได้ตามความเหมาะสมและเป็นไปตามตามแนวนโยบายที่บริษัทกำหนด

โครงสร้างรายได้จากแต่ละกลุ่มธุรกิจ

โครงสร้างรายได้จากการประกอบธุรกิจของบริษัท และบริษัทย่อย สำหรับ 3 ปี คือ 2547 – 2549

: ล้านบาท

รายได้จากการขายและบริการรวม	ถือหุ้นร้อยละ	2547	ร้อยละ	2548	ร้อยละ	2549	ร้อยละ
ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์							
บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	100.00						
: รายได้จากการขายโฆษณา		1,966.64	71.49	1,700.51	70.66	1,527.48	69.40
: รายได้จากการขายหนังสือพิมพ์		606.11	22.03	580.15	24.11	656.44	29.82
: รายได้จากการพิมพ์		68.27	2.48	70.86	2.94	-	-
: รายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ		52..75	1.92	55.05	2.29	17.06	0.78
: รายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายบัตรเติมเงินโทรศัพท์มือถือ		57.02	2.08	-	-	-	-
รวม		2,750.79	100.00	2,406.57	100.00	2,200.98	100.00
บ. เนชั่น บั๊คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (NBI)	99.99						
: รายได้จากการผลิตและจำหน่ายพ็อคเก็ตบุ๊คส์		44.25	100.00	51.34	100.00	52.58	50.75
: รายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ		-	-	-	-	51.03	49.25
รวม		44.25	100.00	51.34	100.00	103.61	100.00
บ. เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED)	-						
: รายได้จากการนำเข้าและผลิตสิ่งพิมพ์การศึกษา		13.97	100.00	10.31	100.00	6.97	100.00
บ. เนชั่น เอ็กสมอนท์เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด: (NEE)	-						
: รายได้จากการนำเข้าและผลิตสิ่งพิมพ์ (การ์ตูน) และ ผลิตสิ่งพิมพ์การศึกษา		159.15	100.00	202.90	100.00	242.31	100.00
รวมรายได้จากธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์		2,968.16	92.55	2,671.12	92.80	2,553.87	87.64
ธุรกิจกระจายภาพและเสียง							
บ.เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (NBC)	99.99						
: ผลิตรายการโทรทัศน์		205.59	100.00	148.71	100.00	201.36	100.00
บ.เนชั่น เรดิโอ เน็ทเวอร์ค จำกัด (NRN)	99.97						
: ผลิตรายการทางวิทยุ		29.99	100.00	32.83	100.00	45.35	100.00
รวมรายได้จากธุรกิจกระจายภาพและเสียง		235.58	7.35	181.54	6.31	246.71	8.47
ธุรกิจให้บริการรับจ้างพิมพ์สิ่งพิมพ์							
บ. ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS)	84.50						
: รายได้จากการรับจ้างพิมพ์		-	-	25.64	0.89	113.63	3.89
รายได้จากการขายและบริการ-สุทธิ		3,206.75	100.00	2,878.30	100.00	2,914.21	100
รายได้ค่าเช่าและบริการ — สุทธิ							
ดอกเบียร์		32.16	0.95	36.12	1.04	44.14	1.43
กำไรจากการขายสินทรัพย์ถาวร		2.58	0.08	15.65	0.45	23.60	0.76
กำไรจากการขายหลักทรัพย์ในความต้องการของตลาด		3.15	0.09	341.09	9.82	6.48	0.21
ส่วนได้เสียในกำไรสุทธิของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม		47.40	1.40	100.52	2.89	-	-
รายได้อื่น		2.25	0.06	1.84	0.05	0.86	0.03
รวม		94.68	2.79	100.66	2.90	98.56	3.19
รายได้รวม		3,388.97	100.00	3,474.18	100.00	3,087.85	100

หมายเหตุ :

1. รายการข้างต้นหักรายการค้าระหว่างกันแล้ว
2. รายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายบัตรเติมเงิน DTAC เริ่มในไตรมาส 4/2547 โดยในปี 2547 ได้บันทึกแยกเป็นรายได้และค่าใช้จ่าย จากกัน ส่วนปี 2548 ได้บันทึกเป็นรายได้สุทธิจากค่าใช้จ่าย
3. รายได้ค่าพิมพ์ปี 2548 แยกเป็น 2 ส่วน โดยครึ่งปีแรกบันทึกเป็นรายได้ของ เนชั่น มัลติมีเดีย ส่วนครึ่งปีหลังบันทึกเป็นรายได้ของ WPS ซึ่งเป็นบริษัทย่อยและได้เริ่มดำเนินการโรงพิมพ์ตั้งแต่ 1 ก.ค. 2548
4. บริษัทมีการปรับโครงสร้างของบริษัทย่อยกลุ่มธุรกิจด้านการศึกษาและต่างประเทศ ซึ่งประกอบไปด้วย 3 บริษัท คือ NBI, NED และ NEE โดยให้ NBI เป็นแกนของกลุ่มธุรกิจด้านการศึกษา และต่างประเทศ ซึ่งหลังจากปรับโครงสร้างแล้ว NMG ถือหุ้นใน NBI 99.99% , NBI ถือใน NED 99.61% และ NEE 49.99% นอกจากนี้ได้โอนธุรกิจด้านการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ให้ดำเนินธุรกิจในนาม NBI ตั้งแต่วันที่ 1/1/2549

3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์และให้บริการข้อมูลข่าวสารต่างๆ โดยเป็น ผู้พิมพ์และผู้จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ทั้งหนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดยปัจจุบันโครงสร้างการบริหารของกลุ่มเนชั่น แบ่งเป็น 7 กลุ่มธุรกิจหลัก ตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักได้แก่

1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย
2. สายธุรกิจด้านข่าวการบ้านการเมืองทั่วไปภาษาไทย
3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ
4. สายธุรกิจด้านกิจกรรมพิเศษและหนังสือฉบับพิเศษ
5. สายธุรกิจด้านการศึกษา บันเทิง และต่างประเทศ
6. สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง
7. สายธุรกิจด้านการพิมพ์

● ธุรกิจสิ่งพิมพ์

ประกอบด้วย 5 กลุ่มธุรกิจหลักได้แก่

- 1) สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย
- 2) สายธุรกิจด้านข่าวการบ้านการเมืองทั่วไปภาษาไทย
- 3) สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ
- 4) สายธุรกิจด้านกิจกรรมพิเศษและหนังสือฉบับพิเศษ

โดย 4 กลุ่มธุรกิจหลักอยู่ภายใต้การบริหารของบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

- 5) สายธุรกิจด้านการศึกษา บันเทิง และต่างประเทศ

อยู่ภายใต้การบริหารของบริษัท เนชั่น นิวส์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด, บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด และบริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด

ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจ	ลักษณะผลิตภัณฑ์หลัก
สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย	ผู้ผลิตและจำหน่าย : หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ : หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวัน หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ Bizweek : หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายสัปดาห์ สำนักพิมพ์ Bizbook : พ็อกเก็ตบุ๊กส์ด้านธุรกิจ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย : นักธุรกิจ นักธุรกิจรุ่นใหม่ นักวิชาการ ข้าราชการ นักการตลาด นิสิต นักศึกษา และ ประชาชนที่มีการศึกษาระดับกลาง ถึง ระดับสูง
สายธุรกิจด้านข่าวการบ้านการเมืองทั่วไปภาษาไทย	ผู้ผลิตและจำหน่าย : หนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก : หนังสือพิมพ์ข่าวทั่วไปรายวันภาษาไทย นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ : นิตยสารวิเคราะห์ข่าวทั่วไปรายสัปดาห์ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย : ประชาชนทั่วไป

สายธุรกิจด้านข่าว ภาษาอังกฤษ	ผู้ผลิตและจำหน่าย : หนังสือพิมพ์ The Nation : หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษรายวัน นิตยสาร Nation Junior : นิตยสารเพื่อการเรียนรู้ภาษาอังกฤษสำหรับเยาวชนรายปีักษ์ (2 สัปดาห์) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย : คนไทยที่ติดตามความเคลื่อนไหวของการเมืองและเศรษฐกิจ รวมทั้งชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย, กลุ่มวัยรุ่น และนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา
สายกิจด้านกิจกรรม พิเศษและหนังสือ ฉบับพิเศษ	กิจกรรมพิเศษ บริษัทเป็นผู้นำในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์คุณภาพทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และสถานีข่าว Nation Channel ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ TTV ช่อง1 ซึ่งเป็นสถานีที่มีผู้รับชมข่าวสารจำนวนมาก ทำให้บริษัทมีความพร้อมในการนำเสนอ กิจกรรมต่างๆให้กับบริษัท สินค้าและบริการของลูกค้า เพื่อเผยแพร่กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ให้กับสาธารณชน และสื่อสารตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด อาทิเช่น เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ (World Film Festival) ,กิจกรรมด้านการศึกษา ทบทุนความรู้สู่มหาวิทยาลัย, กิจกรรมสัมมนาระดับนานาชาติ Asia back to basic หนังสือฉบับพิเศษ เนื่องในโอกาสพิเศษต่างๆของบริษัทที่ต้องการความแตกต่างในการประชาสัมพันธ์ เช่น ครบรอบปีบริษัท เปิดโรงงานใหม่ แนะนำสินค้าใหม่ เป็นต้น โดยมีการนำเสนอเป็นหนังสือหรือสิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษในรูปแบบต่างๆ ที่มีรูปเล่ม สวยเด่น พร้อมข้อมูลของบริษัทและผู้บริหาร ซึ่งสามารถนำเสนอได้ 3 ภาษา คือ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และ ภาษาญี่ปุ่น เพื่อแทรกไปกับหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ The Nation และ The Yomiuri Shimbun ด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆในการผลิตรูปเล่มที่หลากหลายขนาดทันสมัยที่สุดในประเทศ และพร้อมนำเสนอการผลิต e-supplement ให้กับลูกค้าเพื่อเป็นช่องทางในการทำประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น โดยผ่าน www.nationmultimedia.com
สายธุรกิจด้าน การศึกษา บันเทิง และ ต่างประเทศ	ดำเนินธุรกิจดังต่อไปนี้ 1) สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์ ผลิตฟ็อกเก็ตบุ๊คส์ที่ได้รับลิขสิทธิ์ทั้งในและต่างประเทศ โดยบริษัท เนชั่น บู้คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด 2) เป็นตัวแทนขายโฆษณาให้สิ่งพิมพ์ต่างประเทศ และจัดจำหน่ายหนังสือให้แก่หนังสือพิมพ์ต่างประเทศ ในประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียน ได้แก่ The Wall Street Journal Asia และ The Yomiuri Shimbun รวมทั้งนิตยสารต่างประเทศ เช่น Fortune, Time Magazines, Business Week เป็นต้น โดยบริษัทได้รับค่าตอบแทนเป็นค่าคอมมิชชั่นและสัดส่วนของปริมาณการจัดส่งและจำหน่าย ดำเนินการโดยบริษัท เนชั่น บู้คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด 3) ผลิต นำเข้า และจำหน่าย สิ่งพิมพ์สำหรับเด็ก เพื่อการศึกษา บันเทิง และสื่อทักษะการสื่อสาร จากในประเทศและต่างประเทศ ดำเนินงานโดยบริษัท เนชั่น เอ็ดมอนด์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด และ บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด 4) ธุรกิจสอนภาษาอังกฤษ (Direct English) และการอบรมสัมมนาบริหาร โดยบริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด

3.1 สายธุรกิจด้านข่าว หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษ

รายได้หลักของธุรกิจสิ่งพิมพ์จะมาจาก 2 ทาง ได้แก่ โฆษณาประมาณร้อยละ 70-80 และรายได้จากการจัดจำหน่ายหนังสือประมาณร้อยละ 20-30

1. กลยุทธ์ทางการตลาด

เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วยสื่อหลายประเภท ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งมีทั้งหนังสือพิมพ์รายวัน รายสัปดาห์ ทั้งนิตยสารภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และนิตยสารต่าง ๆ ซึ่งสามารถครอบคลุมต่อลูกค้าได้ทุกกลุ่ม และเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าซึ่งถือเป็นจุดที่ได้เปรียบคู่แข่ง

1.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

1) คุณภาพข่าวและการพิมพ์ โดยบริษัทฯ จะนำเสนอข่าวแบบฉบับไว เทียงตรง เจาะลึก กล่าวเสนอความจริงและมีความเป็นกลาง รวมทั้งการเสนอข่าวที่สร้างสรรค์เป็นประโยชน์และสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของประชาชน รวมถึงคุณภาพในการพิมพ์ บริษัทให้บริการงานด้านการพิมพ์ที่มีคุณภาพอย่างครบวงจร มีการพัฒนาคุณภาพและบริการอยู่ตลอดเวลา โดยการใช้เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ที่ทันสมัย มีคุณภาพและกำลังการผลิตสูง สามารถพิมพ์หนังสือพิมพ์ได้ทันต่อความต้องการของผู้อ่าน ทั้งนี้บริษัทฯ จะให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ซึ่งครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทุกประเภท เพื่อเป็นการขยายฐานรายได้ โดยผลิตภัณฑ์แต่ละตัวจะมีแนวเนื้อหาการนำเสนอ และมุ่งกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน เนื่องจากกลุ่มคนอ่านมีความหลากหลาย ทั้งเพศวัย ชนชั้นทางสังคม และรายได้ บริษัทจึงมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อสามารถตอบสนองและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย เช่น หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มุ่งเน้นกลุ่มตลาดในแวดวงธุรกิจ นักลงทุน, หนังสือพิมพ์คม ชัด ลึก เป็นหนังสือพิมพ์รายวันที่เน้นจุดเด่นในด้านความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ โดยนำเสนอข่าวด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม เหมาะสำหรับผู้คนในครอบครัว นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ เป็นนิตยสารข่าวรายสัปดาห์ที่อัดแน่นไปด้วยเนื้อหา และประเด็นข่าวที่น่าสนใจ เหมาะกับการมือ และแทรกเรื่องเบาๆ วรรณกรรมต่างๆ, The Nation มุ่งมั่นในการนำเสนอข่าวที่ถูกต้องและหลากหลายในทุกๆ ด้าน ทั้งเศรษฐกิจ และสถานการณ์บ้านเมือง จึงเหมาะกับประชาชนทั่วไป และชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย เนชั่นจูนีเยอร์ เป็นนิตยสารรายปักษ์ที่ขายดีที่สุดในกลุ่มวัยรุ่น เป็นเครื่องมือช่วยเรียนภาษาอังกฤษที่ได้รับความนิยมในระดับชั้นมัธยมทั่วไป สรุปได้ว่าบริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย ทำให้สามารถขยายฐานการหารายได้มากยิ่งขึ้น

1.2 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย

ด้านช่องทางการจำหน่าย บริษัทฯ มีโครงข่ายการจัดส่งสิ่งพิมพ์ผู้อ่านในเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่แข็งแกร่ง รวมทั้งมีสาขาในเขตภูมิภาคต่างๆ ได้แก่ เชียงใหม่, หาดใหญ่ และขอนแก่น มีระบบการขนส่งหนังสือพิมพ์ไปสู่ทั่วประเทศได้ทุกวันภายในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งมีส่วนทำให้ คม ชัด ลึก ประสบความสำเร็จมียอดจำหน่ายเป็นอันดับ 3 ภายในปีแรกที่ออกสู่ตลาด นอกจากนี้ยังมีสายสัมพันธ์ที่ดีเป็นเวลานานกับตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ ซึ่งส่งเสริมให้ช่องทางการจัดจำหน่ายเข้มแข็งขึ้น

1.3 กลยุทธ์ด้านราคา

ด้านโฆษณา

1) กลยุทธ์การขายในรูปแบบของ “Combined” จากการที่บริษัทมีสิ่งพิมพ์ที่หลากหลายครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่ม ทั้งสื่อหนังสือพิมพ์รายวันและรายสัปดาห์รวม 5 ฉบับ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ได้แก่ กรุงเทพธุรกิจ, The Nation, คม ชัด ลึก กรุงเทพธุรกิจ BIZ WEEK และเนชั่นสุดสัปดาห์ ดังนั้นจึงเป็นข้อเสนอที่เป็นจุดแข็งสำหรับลูกค้าในการเลือกลงโฆษณา โดย

ลูกค้าสามารถเลือกเงื่อนไขพิเศษในการลงโฆษณาในสื่อแบบ Combined ได้ เช่น ในกรณีที่ต้องการลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ 2 ฉบับ 2 ภาษา คือ The Nation และ กรุงเทพธุรกิจ ซึ่งจะมีราคาต่ำกว่าการลงโฆษณาแยกสื่อกัน

2) กลยุทธ์การขายในรูปแบบของ “Multimedia Package” ซึ่งเสนอขายข้ามสื่อโฆษณาทุกประเภทในกลุ่มบริษัททั้งสิ่งพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์ อินเตอร์เน็ต และกิจกรรมพิเศษ ตามความเหมาะสมและความต้องการของลูกค้าในราคาพิเศษและประหยัดกว่าราคาของการโฆษณาแยกสื่อมาก

ด้านการจำหน่ายสิ่งพิมพ์

ในส่วนของลูกค้าหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นประชาชนคนอ่านทั่วไปบริษัทฯ ได้ให้ส่วนลดกับลูกค้าที่ต้องการสมัครสมาชิกรายปีของหนังสือพิมพ์ เช่น ในกรณีที่สมัครสมาชิกของ “The Nation” จะได้รับส่วนลดร้อยละ 46 , กรุงเทพธุรกิจ ได้รับส่วนลดร้อยละ 25 เป็นต้น

1.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

กลยุทธ์การส่งเสริมการขายของบริษัท แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) การส่งเสริมการขายสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท บริษัทมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี แต่ละผลิตภัณฑ์จะมีการส่งเสริมการขายของตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไปตามกิจกรรม เช่น เพื่อเพิ่มยอดขายไม่ว่าจะเป็นการขายโฆษณา หรือสิ่งพิมพ์ หรือทั้ง 2 ส่วนร่วมกัน หรือมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มต่างๆ หรือเพื่อตอบแทนคืนกำไรกลับไปสู่ผู้อ่านและผู้ลงโฆษณา ทั้งนี้แล้วแต่ความเหมาะสม เช่น คมชัดลึกAward พิธีกรพิชิตล้าน เขียวสร้างสรรมันหยุดโลกกับคมชัดลึกบอลโลก กรุงเทพธุรกิจ Special Thank จุดประกายคอนเสิร์ต Hip Holiday Movie Preview เป็นต้น

2) การส่งเสริมการขายในลักษณะผานสื่อ (Synergy) เนื่องจากบริษัทดำเนินธุรกิจสื่อครบวงจร และเป็นบริษัทที่มีสื่อมากที่สุดในประเทศ บริษัทจึงสามารถสร้างความได้เปรียบในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ โดยการนำสื่อหลายๆ สื่อมาทำกิจกรรมส่งเสริมการขายพร้อมกัน เช่น การจัดกิจกรรมครบรอบ 5 ปี คมชัดลึก หรือกิจกรรมครบรอบ 6 ปี เนชั่นแซนด์แมก มีการจัดงาน Fair ร่วมกันของทุกสื่อในเครือ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในเครือของบริษัทสามารถเปิดดูและสินค้าของตน ตลอดจนมีกิจกรรมมากมาย และถือเป็นโอกาสที่จะให้ผู้มาเยี่ยมชมงานรู้จักสินค้า ผลิตภัณฑ์ในเครือ รวมทั้งรู้จักบริษัท จุดยืนและความน่าเชื่อถือในฐานะบริษัทสื่ออีกด้วย

2. การขายโฆษณาและช่องทางการจำหน่าย

การขายโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ของบริษัทฯ แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. การขายโฆษณาให้ลูกค้าโดยตรง (Direct Customers) เป็นการติดต่อโดยตรงระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้า ผู้เป็นเจ้าของสินค้าที่มีความสนใจที่จะลงโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ

2. การจำหน่ายสื่อโฆษณาผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) เป็นการติดต่อระหว่างบริษัทฯ กับบริษัทตัวแทนโฆษณา โดยบริษัทตัวแทนโฆษณาจะเป็นผู้เสนอจัดสรรและวางแผนการใช้สื่อโฆษณาของลูกค้าผู้เป็นเจ้าของสินค้าบริษัทตัวแทนโฆษณาดังกล่าวเป็นบริษัททั่วไปในธุรกิจโฆษณาซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก บริษัทไม่มีการทำสัญญาผูกมัดใดๆ และกับบริษัทใดๆ

ตารางแสดงสัดส่วนการจำหน่ายสื่อโฆษณาของบริษัทผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ในปี 2549

ช่องทางการจัดจำหน่ายโฆษณา	สัดส่วนการจำหน่าย (หน่วย : ร้อยละ)
การจัดจำหน่ายโดยตรง (Direct Customer)	40%
การจัดจำหน่ายผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency)	60 %
รวม	100%

ช่องทางการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ แบ่งเป็น 2 ช่องทางดังต่อไปนี้

1. การจัดจำหน่ายและการจัดส่งโดยตรงไปยังผู้อ่านในรูปแบบของการขายสมาชิกและ Bulk มีรูปแบบดังต่อไปนี้

- การขายโดยตัวแทนขายซึ่งไม่ได้เป็นพนักงานของบริษัทจะได้รับค่าตอบแทนจากการขาย (Commission) ตามอัตราที่ตกลงไว้ล่วงหน้าของราคาสมาชิกที่สามารถขายได้
- การบอกรับเป็นสมาชิกโดยตรงกับบริษัท ซึ่งลูกค้าสามารถบอกรับสมาชิกทางไปรษณีย์ โทรสาร ผ่านตามสื่อสิ่งพิมพ์, สื่อ Online
- การขายสมาชิกทางโทรศัพท์ (Retention&Telesales) โดยมีพนักงานติดต่อสมาชิกเดิมซึ่งใกล้หมดอายุสมาชิก หรือสมาชิกที่ยกเลิกการเป็นสมาชิกแล้วระยะหนึ่ง โดยเชิญชวนให้ต่ออายุสมาชิก หรือสมัครสมาชิกใหม่
- การขายสมาชิกผ่านทางพันธมิตรทางการค้า เช่น บัตรเครดิต VISA , KTC เป็นต้น
- การจำหน่ายสิ่งพิมพ์ให้แก่ลูกค้าสถาบัน โรงแรม สายการบิน โรงเรียน เป็นการขายในปริมาณมากตามที่ตกลงกัน โดยไม่มีการรับคืน

2. การจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าส่ง-เอเยนต์ และการจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าปลีก-แผงร้านค้าย่อย เป็นการจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าส่งเพื่อนำไปขายต่อให้เอเยนต์รายย่อยแผงร้าน และลูกค้าปลีก กรณีที่เป็นเอเยนต์รายเดิม ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจและติดต่อกันมานานมากกว่า 20 - 30 ปี จะไม่มีการทำสัญญาผูกมัดระหว่างกัน ยกเว้นเอเยนต์รายใหม่จะทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรร่วมกัน โดยมีหนังสือค้ำประกันในวงเงินขั้นต่ำ 50,000 บาท ปัจจุบันบริษัทฯ มีผู้ค้าส่ง-เอเยนต์และ ซับเอเยนต์รวมประมาณ 1,000 ราย กระจายอยู่ตามจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ จึงถือว่าเป็นฐานการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ที่สำคัญของบริษัทฯ เนื่องจากเป็นช่องทางให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงสินค้าของบริษัทได้อย่างทั่วถึง ทั้งนี้บริษัทฯ จะให้ส่วนลดและรับคืนหนังสือ ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานทั่วไปของการจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์

ตารางแสดงสัดส่วนการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ของบริษัทผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ในปี 2549

สิ่งพิมพ์	สมาชิก : เอเยนต์
กรุงเทพธุรกิจและ The Nation	70 : 30
คม ชัด ลึก	15 – 20 : 80 – 85
รวม	100%

3. ลักษณะของลูกค้า แบ่งเป็นกลุ่มผู้อ่าน และกลุ่มผู้ลงโฆษณา

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ Bizweek เป็นลูกค้าระดับกลางถึงระดับสูงที่มีความสนใจในข่าวสาร ซึ่งส่วนใหญ่มีพื้นฐานการศึกษาในระดับอุดมศึกษาขึ้นไป นักธุรกิจ ข้าราชการระดับสูง โดยลูกค้าส่วนใหญ่บอกรับเป็นสมาชิกรายปี กลุ่มผู้ลงโฆษณาเป็นกลุ่มสินค้าบริการที่มีราคาขายระดับกลางถึงระดับสูง เช่น ธุรกิจการเงินการธนาคาร อสังหาริมทรัพย์ บ้านจัดสรร รถยนต์ หรืออุปกรณ์ไอที เป็นต้น

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของหนังสือพิมพ์คมชัดลึก และ นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ ครอบคลุมลูกค้าทุกระดับที่มีพฤติกรรมการบริโภคข่าวสารทั่วไป และมีความเชื่อถือในข้อมูลข่าวสาร เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีระบบการเข้าถึงผู้อ่านโดยการจำหน่ายผ่านเอเยนต์ แผงร้านค้าทั่วประเทศ รวมทั้งมีการขายสมาชิกรายปี กลุ่มผู้ลงโฆษณา จะเป็นสินค้าอุปโภค บริโภค หรือสินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นประชาชนทั่วไป เช่น รถยนต์กระบะ รถจักรยานยนต์ อุปกรณ์สำนักงาน ไอที เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น เป็นลูกค้าระดับกลางถึงระดับสูง ได้แก่ นักธุรกิจ ผู้ประกอบการ ตลอดจนนักธุรกิจชาวต่างประเทศ และกลุ่มผู้อ่านที่เป็นนักท่องเที่ยว โดยลูกค้าส่วนใหญ่บอกรับเป็นสมาชิกรายปี ทั้งมีช่องทางการขายผ่านสายการบิน โรงแรม และย่านธุรกิจท่องเที่ยว กลุ่มลูกค้าโฆษณา เป็นสินค้าคุณภาพดี ราคาสูง เป็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะเจาะจง เช่น สินค้าและบริการ Brand Name ต่างๆ เป็นต้น

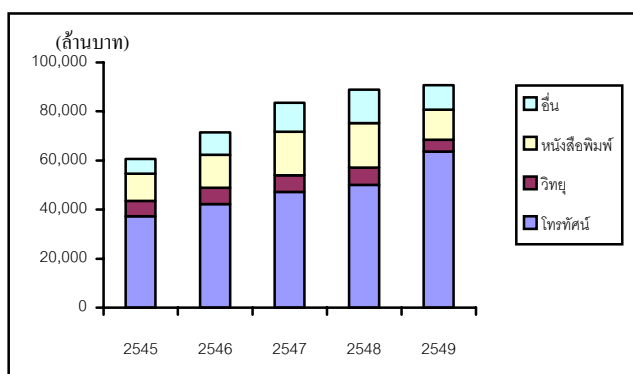
4. ภาวะการแข่งขัน

ภาวะการแข่งขันโดยรวม

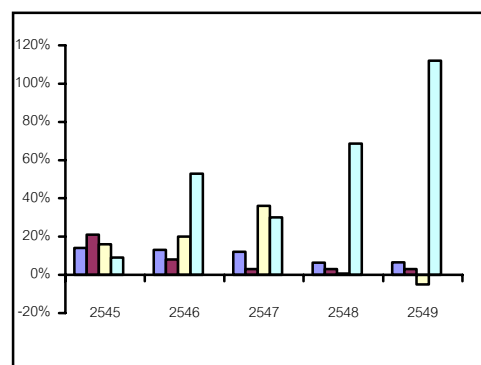
เนื่องจากปี 2549 มีปัจจัยที่กระทบกับสถานะเศรษฐกิจมากมาย ได้แก่ ราคาน้ำมันที่สูงขึ้น อัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น ปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ปัญหาน้ำท่วม การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ซึ่งส่งผลให้ภาพรวมเศรษฐกิจในปี 2549 ชะลอตัว ทำให้ลูกค้าระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น จึงส่งผลต่อการใช้จ่ายในงบประมาณ ทำให้การแข่งขันสูงเมื่อเทียบกับปี 2548 อย่างไรก็ตามการใช้จ่ายงบประมาณจากภาครัฐกิจและภาคอุตสาหกรรมต่างๆ ก็ยังสนใจและให้ความสำคัญในการใช้จ่ายงบประมาณ โดยมุ่งเน้นการใช้จ่ายที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากที่สุด

ปี 2549 มีค่าใช้จ่ายของการโฆษณาทั้งระบบเท่ากับ 89,839 ล้านบาท เติบโตกว่าปี 2548 ที่เท่ากับ 85,602 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 4,237 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตประมาณ 4.95%

ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาทั้งระบบ และอัตราการเติบโตภายในระยะเวลา 5 ปี สำหรับปี 2545 –ปี 2549



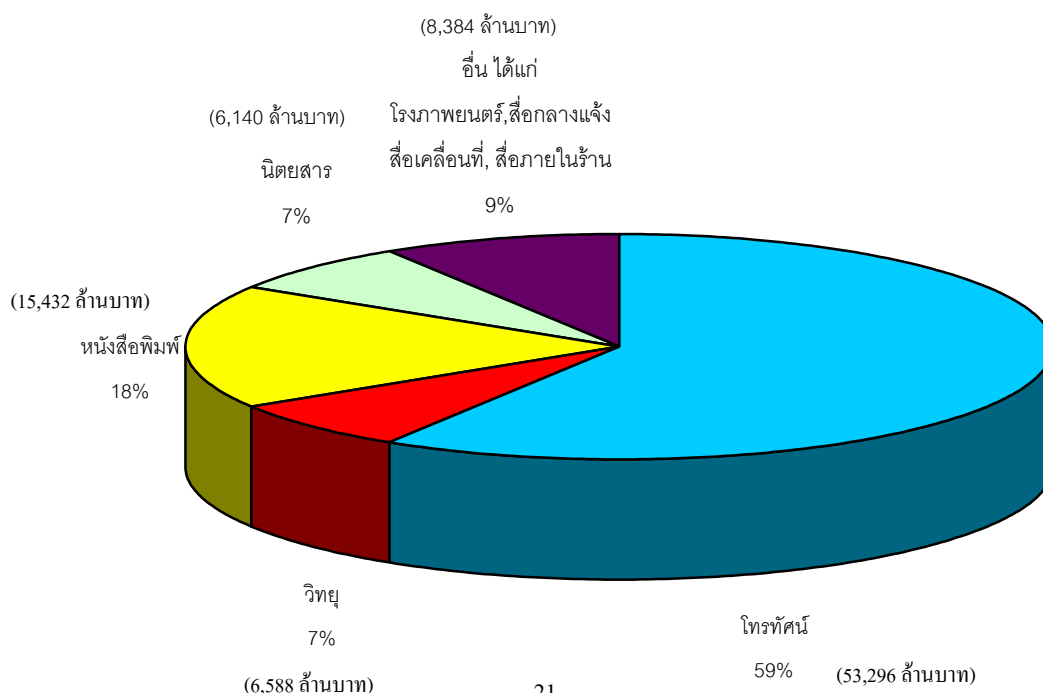
ค่าใช้จ่ายโฆษณา



อัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมโฆษณา

ที่มา : นิลเส็น มิเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย)

ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาแยกตามสื่อในปี 2549 มูลค่า 89,839 ล้านบาท



จากข้อมูลของนิลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) พบว่าอุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2549 มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 89,839 ล้านบาท โดยมีอัตราการขยายตัว 4.95 % ซึ่งถือว่าเป็นไปตามการคาดการณ์ เนื่องจากผลกระทบทางเศรษฐกิจจากปัจจัยต่างๆ ตั้งแต่ต้นปี โดยผู้ประกอบการมีการเลือกใช้สื่อที่มีการให้บริการแบบครบวงจรในราคาที่ไม่สูงมากนัก และสื่ออื่นจะต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสื่อสิ่งพิมพ์มีมูลค่าโฆษณาในปี 2549 เท่ากับ 15,432 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 17.18 ของค่าใช้จ่ายโฆษณาทั้งหมด โดยเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับสองรองจากสื่อโทรทัศน์ โดยปีที่ผ่านมาอัตราการเติบโต ลดลง 5.02 % และมีแนวโน้มชะลอตัวในไตรมาสแรกของปี 2550 เนื่องมาจากภาวะทางการเมือง ทำให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคลดลง อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมน่าจะฟื้นตัวในไตรมาสที่สอง ซึ่งแต่ละองค์กรจะมีแผนการใช้จ่ายด้านโฆษณาที่ชัดเจน รวมทั้งมีปัจจัยสนับสนุนจากการผ่อนคลายของราคาน้ำมัน และภาวะเงินเฟ้อ รวมถึงการจัดงานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวครบรอบ 80 พรรษา ซึ่งคาดว่าจะช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอยของผู้บริโภค

สำหรับปี 2550 คาดว่าเศรษฐกิจโดยรวมมีแนวโน้มดีกว่าปี 2549 โดยภาครัฐคาดว่าอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) น่าจะขยายตัว 4.70% ซึ่งน่าจะส่งผลให้อุตสาหกรรมโฆษณาขยายตัวได้เพิ่มขึ้นมากกว่าปี 2549 โดยปัจจัยสนับสนุนจากการเติบโตของเศรษฐกิจ ภาวะราคาน้ำมัน และเงินเฟ้อที่บรรเทาลง ในขณะที่เม็ดเงินโฆษณาในภาครัฐที่มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง

สำหรับหนังสือพิมพ์จากข้อมูลในอดีตพบว่าค่อนข้างอ่อนไหวต่อภาวะเศรษฐกิจมากกว่าสื่ออื่นๆ หากการคาดการณ์การขยายตัวของเศรษฐกิจในปี 2550 สูงขึ้น อาจจะเป็นผลดีต่อการเติบโตของรายจ่ายโฆษณาในสื่อหนังสือพิมพ์

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม โดยพิจารณาตามประเภทสายธุรกิจดังนี้

สายธุรกิจด้านข่าว ธุรกิจภาษาไทย	หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวัน : กรุงเทพธุรกิจ ถือเป็นผู้นำของกลุ่มหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวัน โดยมีส่วนแบ่งตลาดด้านพื้นที่โฆษณา (คอลัมภ์นิ้ว) ประมาณร้อยละ 59 อย่างไรก็ตามในตลาดยังมีหนังสือพิมพ์ประเภทเดียวกัน คือ ผู้จัดการรายวัน, Post Today โดยทั้ง 2 ฉบับมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณ ร้อยละ 22 และ 19 ตามลำดับ หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายสัปดาห์ : กรุงเทพธุรกิจ Biz Week กรุงเทพธุรกิจ Bizweek มีส่วนแบ่งการตลาดด้านพื้นที่โฆษณา (คอลัมภ์นิ้ว) ร้อยละ 9 ในขณะที่ฐานเศรษฐกิจ และประชาชาติธุรกิจ มีส่วนแบ่งการตลาดด้านพื้นที่โฆษณา (คอลัมภ์นิ้ว) ประมาณร้อยละ 50 และ 27 ตามลำดับ
สายธุรกิจด้านข่าว การบ้านการเมือง ทั่วไปภาษาไทย	หนังสือพิมพ์รายวันทั่วไป : คมชัดลึก คมชัดลึกมีส่วนแบ่งการตลาดทางด้านพื้นที่โฆษณาประมาณร้อยละ 18 ในขณะที่ไทยรัฐ และเดลินิวส์ มีส่วนแบ่งการตลาดด้านพื้นที่โฆษณาประมาณร้อยละ 52 และ 17 ตามลำดับ
สายธุรกิจด้านข่าว ภาษาอังกฤษ	หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ : The Nation มีคู่แข่งเพียงฉบับเดียวคือ Bangkok Post โดยผู้อ่านหนังสือพิมพ์กลุ่มนี้ค่อนข้างคงที่และจำกัด โดยส่วนใหญ่เป็นสมาชิกประจำ และตลาดหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษไม่เคลื่อนไหวตามภาวะเศรษฐกิจ ปัจจุบัน The Nation มีส่วนแบ่งการตลาดด้านพื้นที่โฆษณา (คอลัมภ์นิ้ว) ประมาณ ร้อยละ 34 และ Bangkok Post ประมาณ ร้อยละ 66

การผลิตหรือการจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

1. การผลิตหนังสือพิมพ์

	2547	2548	2549
เดอะเนชั่น			
ปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อวัน (ฉบับ)	59,000 – 61,000	59,000 – 61,000	59,000 - 61,000
กรุงเทพธุรกิจ			
ปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อวัน (ฉบับ)	95,000 – 100,000	95,000 – 100,000	95,000 - 100,000
กรุงเทพธุรกิจ Biz Week			
ปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อสัปดาห์ (ฉบับ)	95,000 – 100,000	95,000 – 100,000	95,000 - 100,000
คม ชัด ลึก			
ปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อวัน (ฉบับ)	300,000 – 400,000	300,000 – 400,000	300,000 - 400,000

ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2548 บริษัทได้จัดตั้งบริษัทย่อย คือ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 84.50%) ซึ่งดำเนินการธุรกิจโรงพิมพ์ การรับจ้างพิมพ์ ดังนั้นในส่วนของการผลิตเครื่องจักร วัตถุดิบจะกล่าวในส่วนของสายธุรกิจโรงพิมพ์

อย่างไรก็ตามวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตหนังสือพิมพ์คือกระดาษหนังสือพิมพ์ (Newsprint) โดยมีสัดส่วนประมาณ 77% ของมูลค่าวัตถุดิบรวม ซึ่งบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบดังกล่าวเอง ปัจจุบันบริษัทฯ สามารถสั่งซื้อได้ทั้งภายในประเทศ และนำเข้าจากต่างประเทศ โดยไม่มีข้อผูกพันกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายใดรายหนึ่ง โดยเฉพาะ แต่จะพิจารณาตามราคาขายที่แต่ละรายเสนอมา เพื่อให้ได้วัตถุดิบในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพที่ต้องการ

สภาพปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ (Newsprint)

จากข้อมูลในอดีตพบว่าราคากระดาษหนังสือพิมพ์จะมีการเปลี่ยนแปลงระดับราคาขึ้นลงไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับราคาเยื่อกระดาษ และปัจจัยที่มีผลได้แก่ราคาน้ำมัน โดยกระดาษหนังสือพิมพ์เป็นสินค้าประเภท Commodity ซึ่งมีราคาตลาดโลกอ้างอิงทำให้สามารถเปรียบเทียบราคาจากผู้จำหน่ายแต่ละรายได้ ดังนั้นบริษัท ฯ จึงสามารถจัดหาแหล่งวัตถุดิบได้ทั่วไปโดยไม่ต้องผูกขาดกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายใดรายหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม หากในบางช่วงที่ราคากระดาษ Newsprint เริ่มปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน ทำให้บริษัทฯ ต้องยืดหยุ่นนโยบายในการสั่งซื้อกระดาษตามความเหมาะสมของสถานการณ์ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะพิจารณาเลือกซื้อวัตถุดิบจากแหล่งต่างๆ โดยการเปรียบเทียบราคา เปรียบเทียบราคา เปรียบเทียบเงื่อนไขการจัดส่งที่เกี่ยวข้อง

นอกจากปัจจัยทางด้านราคาแล้วยังขึ้นกับกำลังการผลิตของผู้ผลิตด้วย เช่น ผู้ผลิตในประเทศมีกำลังการผลิตที่ไม่แน่นอน ทำให้ในปี 2549 บริษัทได้นำเข้ากระดาษจากต่างประเทศมากกว่าใช้กระดาษในประเทศ เนื่องจากคุณภาพดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคาที่ใกล้เคียงกัน ทำให้เป็นการลดปริมาณการสูญเสียในขั้นตอนการผลิตได้ อย่างไรก็ตามเพื่อเป็นการสำรองวัตถุดิบในการผลิต บริษัทฯ จึงคงซื้อวัตถุดิบทั้งในประเทศและต่างประเทศ และเพื่อเป็นการถ่วงดุลอำนาจการต่อรองของผู้ผลิตวัตถุดิบแต่ละราย โดยส่วนใหญ่บริษัทฯ จะสั่งซื้อเป็นการล่วงหน้าประมาณ 3-4 เดือน ยกเว้นกรณีที่สามารถพยากรณ์ได้ว่าแนวโน้มราคาจะปรับตัวสูงขึ้น บริษัทฯ ก็จะสำรองสั่งซื้อกระดาษเพิ่มขึ้น เพื่อลดผลกระทบด้านราคา

สำหรับต้นทุนกระดาษที่นำเข้าที่เป็นเงินตราต่างประเทศ บริษัทได้มีนโยบายป้องกันความเสี่ยงโดยการทำ Forward Contract ไว้ล่วงหน้าตามแผนการสั่งซื้อในแต่ละปี ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ หมึกพิมพ์ เพลท ฟิล์ม และน้ำยาต่างๆ ซึ่งมีสัดส่วนรวมประมาณ 12% ของมูลค่ารวมของวัตถุดิบ ในปี 2549 บริษัทได้สั่งซื้อจากบริษัทตัวแทนในประเทศทั้งหมดเพราะมีผู้ขายเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2548 เป็นต้นไป วัตถุดิบจะสั่งซื้อโดยบริษัทย่อย คือ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทดำเนินธุรกิจด้านบริการงานพิมพ์

2. การผลิตข่าว (Content) ทรัพยากรที่สำคัญสำหรับการผลิตหนังสือพิมพ์คือ เนื้อหาข่าว (Contents) ซึ่งการได้มาซึ่งเนื้อหาข่าวนั้นจะต้องประกอบด้วยขั้นตอนการผลิตข่าวที่เป็นระบบและการทำงานเป็นทีมของกองบรรณาธิการข่าว รวมทั้งการพัฒนาศักยภาพในการจัดทำ และนำเสนอข่าวซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการทำสื่อ ดังนั้นจึงได้มีการอบรมพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถทำงานเป็นทีมทดแทนกันได้ เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากรซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ปัจจุบันบุคลากรในกองบรรณาธิการของ The Nation กรุงเทพมหานคร, คม ชัด ลึก และ กรุงเทพธุรกิจ Biz week ประกอบด้วยผู้สื่อข่าว ผู้เขียนข่าว บรรณาธิการข่าว ช่างภาพ Sub-Editor รวมทั้งหมด 628 คน และมีส่วนงานศูนย์กลางที่มีทั้งฝ่ายข่าว ฝ่ายช่างภาพ ทำหน้าที่เป็นตัวแทนทำข่าว โดยข้อมูลข่าวที่ได้จะเก็บไว้ในถังข่าว IES (Integrated Editorial System) ซึ่งเมื่อแต่ละทีมกองบรรณาธิการต้องการข้อมูลในการทำข่าว ก็สามารถมาดูได้จากถังข่าว IES จึงเป็นการใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

3.2 สายธุรกิจด้านการศึกษา บ้านเพิง และต่างประเทศ

1) ธุรกิจสิ่งพิมพ์

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

1.1) พ็อคเก็ตบุ๊กส์

บริษัทประกอบธุรกิจผลิตหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์ในนามของ บริษัท เนชั่นบุ๊กส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ภายใต้ชื่อสำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊กส์ ซึ่งได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศให้เป็นผู้จัดพิมพ์ และจำหน่ายผลงานที่มีคุณภาพ หนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์ของบริษัทสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 หมวดหลัก ได้แก่

1. Business Management - หมวดที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางเศรษฐกิจ และธุรกิจต่างๆ การเงิน การบัญชี การตลาด และกรณีศึกษาของธุรกิจประเภทต่างๆ เช่น พอสอนลูกให้รวย การตลาดเชิงบวก As the Future Catches You – เมื่ออนาคตไล่ล่าคุณ เขียนหุ่นมือทอง Blue Ocean เป็นต้น
2. Fiction / Non – Fiction – เป็นหมวดวรรณกรรมทุกชนิด เช่น หนังสือชุดโจนาธาน สเตรนจ์ อันนิมู เป็นต้น
3. General Interest – หมวดหนังสือเกี่ยวกับครอบครัว การดำรงชีวิต ซึ่งรวมถึงการทำอาหาร การรักษาสุขภาพ เป็นต้น เช่น อยู่สบาย แต่งร้านให้ได้ล้าน ชุด 101 ตกแต่งห้องอย่างมีสไตล์ คนรักหมา ชีวิตริมน้ำ เป็นต้น
4. New age and Humanity – หมวดที่เกี่ยวกับมวลมนุษยชาติทั้งในแง่ประวัติความเป็นมาของดินแดนต่างๆ ปรัชญา ศาสนา จิตวิทยา ชีวิตประวัติ และอัตชีวประวัติบุคคล เช่น หนังสือชุดกฎแห่งกรรม เป็นต้น
5. Others หมวดเกมและหนังสือเบ็ดเตล็ด เช่น Sudoku เป็นต้น

สิทธิและข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

บริษัท เนชั่นบุ๊กส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ได้รับสิทธิในการแปล, พิมพ์ และจำหน่ายจากสำนักพิมพ์และนักเขียนทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตามรายละเอียดที่ระบุในหัวข้อยกสิทธิ์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ (ลิขสิทธิ์)

1. กลยุทธ์ทางการตลาด

1.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

เนื่องจากสถานะตลาดในปัจจุบันมีผู้ผลิตพ็อคเก็ตบุ๊กส์อยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นบริษัทจำเป็นต้องคัดสรรผลงานที่มีคุณภาพ ซึ่งมีเนื้อหาที่หลากหลายเพื่อนำเสนอให้ผู้อ่านได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดยผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอเน้นครอบคลุมเนื้อหาทั้งแนวบริหารธุรกิจ How-to ท่องเที่ยว วรรณกรรมเยาวชน และ นวนิยายต่างประเทศ โดยผลงานที่เลือกมาเหล่านี้จะต้องมีกลุ่มผู้อ่านที่ขนาดใหญ่พอ และตัวเนื้อหาจะต้องเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจต่อเนื่องยืนยาวพอที่จะสามารถสร้างกำไรได้

1.2 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย

เนื่องจากบริษัทมิได้มีนโยบายในการมีร้านหนังสือเป็นของตนเอง แต่มุ่งเน้นในส่วนของการจัดหาผลิตภัณฑ์ของบริษัทส่วนใหญ่จึงจำหน่ายผ่านผู้จัดจำหน่าย ได้แก่ บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีช่องทางจำหน่ายที่กว้างขวาง และหลากหลายครอบคลุมทั่วประเทศอยู่แล้ว นอกจากนี้ผู้อ่านยังสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทั้งทางไปรษณีย์และอินเทอร์เน็ตโดยผ่านเว็บไซต์ www.nationbook.com ซึ่งให้ส่วนลดเป็นพิเศษแก่ผู้สั่งซื้อ และเป็นการเพิ่มช่องทางสำหรับลูกค้ามากยิ่งขึ้น

1.3 กลยุทธ์ด้านราคา

เนื่องจากสภาวะตลาดในปัจจุบันมีผู้ผลิตที่ออกเดบิวต์เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นบริษัทจึงต้องสร้างกลยุทธ์ด้านราคาโดยปรับราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้มีราคาเหมาะสมและสามารถแข่งขัน กับผู้ผลิตรายอื่น ๆ ในตลาดได้ โดยการสร้างกลยุทธ์จริงใจเช่น จัดจำหน่ายสินค้าในราคาพิเศษ หรือให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสินค้าบางกลุ่ม เป็นต้น

1.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

บริษัทได้มุ่งเน้นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดงานเปิดตัวหนังสือ โดยให้ผู้อ่านได้พบกับนักเขียนอย่างใกล้ชิด การเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือแห่งชาติ รวมทั้งการจัดกิจกรรม Nation Books Award ซึ่งเป็นโครงการประกวดเรื่องสั้นแนววิทยาศาสตร์ และการจัดแข่งขันสัจธรรมตามมหาวิทยาลัยต่างๆ นอกจากนี้บริษัทยังเปิดโอกาสให้นักเขียนสมัครเล่นสามารถ post เรื่องสั้นหรือบทความของตนเองใน Website ของบริษัท www.nationbook.com หรือส่งมาทางไปรษณีย์ ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปได้แสดงความสามารถด้านการเขียน และในอนาคตอาจจะมีโอกาสได้ร่วมงานกับบริษัทโดยรวบรวมจัดพิมพ์เป็นหนังสือต่อไป

2. การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ที่ออกเดบิวต์จะจัดจำหน่ายผ่านช่องทางขายตรง ร้อยละ 40 และจะจัดจำหน่ายผ่านบริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน) ประมาณร้อยละ 60

3. ลักษณะของลูกค้า

เนื่องจากที่ออกเดบิวต์ของบริษัทมีหลากหลายแนวจึงสามารถเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม

4.ภาวะการแข่งขัน

เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ผลิตที่ออกเดบิวต์เป็นจำนวนมาก จึงทำให้เกิดการแข่งขันกันสูง ดังนั้นเนื้อหาสาระภายในเล่มจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อของผู้อ่าน อย่างไรก็ตามบริษัทมีข้อได้เปรียบคู่แข่ง เนื่องจาก

- กลุ่มเนชั่น ได้รับความเชื่อถือและยอมรับจากกลุ่มผู้อ่านมาโดยตลอด
- บริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ทั้งในและต่างประเทศ โดยได้รับลิขสิทธิ์ Bestseller จากทั่วโลกเช่น As The Future Catch You, Who say elephant can't dance, Now Discover your Strength ฯลฯ
- ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านพันธมิตรทางการค้า Se-Ed และเอเย่นต์รวมทั้งร้านหนังสือในห้างสรรพสินค้าทั่วประเทศ
- สื่อที่เปรียบพรีอัมของกลุ่มเนชั่น ซึ่งช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์กระจายสู่กลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ได้รับการตอบรับอย่างสูงสุด

คู่แข่ง

ผู้ผลิตหนังสือที่ออกเดบิวต์ที่ทำแนวเดียวกับบริษัทได้แก่ อัมรินทร์พริ้นติ้ง, นานามีบุ๊กส์, มติชน เป็นต้น

การผลิตและวัตถุดิบ

บริษัท เนชั่นบุ๊กส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีต้นทุนส่วนใหญ่เป็นค่าลิขสิทธิ์และค่าใช้จ่ายในการพิมพ์ โดยที่ผ่านมาได้จ้างให้ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัดดำเนินการพิมพ์

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

1.2) สิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและการศึกษา

บริษัทประกอบธุรกิจผลิตสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและการศึกษาในนามของ บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด และบริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด ซึ่งบริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด เป็นบริษัทร่วมลงทุนระหว่าง บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ปัจจุบันถือหุ้นในบริษัทร่วมทุนโดย บริษัท เนชั่น บู้คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด กับ บริษัท เอ็ดมอนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล โฮลดิ้ง เอ/เอส จากแคนาดา โดยเริ่มเปิดดำเนินงานในเดือนสิงหาคม 2541 ในการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์เพื่อการศึกษาและบันเทิงหลายประเภท โดยแบ่งออกได้เป็น 2 หมวดหลัก คือ

1.2.1) สิ่งพิมพ์เพื่อการศึกษาและบันเทิง

อาจแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลัก คือ

1. Edutainment – เป็นสิ่งพิมพ์ที่ให้ความบันเทิงไปพร้อมกับความรู้ซึ่งเหมาะสำหรับเด็กในวัยที่กำลังต้องการพัฒนาการทางความคิด โดยแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

- Magazine ได้แก่ Disney & Me เป็นต้น
- Storytelling & Activity Book ได้แก่ Mini Books Maxi Books เป็นต้น
- Junior Novel ได้แก่ Atlantis Scooby-doo เป็นต้น

2. Education – เป็นสิ่งพิมพ์ประเภทเสริมสร้างความรู้และทักษะด้านภาษาอังกฤษ เช่น Mother Goose English Encyclopedia เป็นต้น

1.2.2) การ์ตูน

บริษัทเป็นผู้ได้รับลิขสิทธิ์ในการผลิตและจำหน่ายหนังสือการ์ตูนยอดนิยมจากญี่ปุ่น และไทย มากกว่า 1,100 เรื่องจากหลากหลายสำนักพิมพ์ โดยมีทั้งประเภทแมกกาซีน และหนังสือเล่ม เช่น นิตยสาร Boom โดราเอมอน, คราก่อนบอล, เกรียนชินจัง, มิดิต 13 เป็นต้น

สิทธิและข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

ระยะเวลาและเงื่อนไขที่กำหนดของลิขสิทธิ์แต่ละราย ระบุรายละเอียดในส่วนของทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

1. กลยุทธ์ทางการตลาด

1.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

บริษัทเน้นพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยได้จัดรูปแบบเนื้อหาของสิ่งพิมพ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และส่งเสริมความรู้ด้านภาษาอังกฤษ โดยส่วนใหญ่จะเป็นสิ่งพิมพ์ 2 ภาษา คือ ภาษาไทยควบคู่กับภาษาอังกฤษ หรือจัดทำนิตยสารเด็กรายเดือนซึ่งจะมีฐานสมาชิกต่อเนื่องตลอดปี เช่น "คิตินี่เพื่อน้อง" นอกจากนี้ยังมีวรรณกรรมเยาวชน, นิทานเสริมทักษะ เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

ในส่วนของผู้ผลิตหนังสือการ์ตูน บริษัทได้พิจารณาคัดเลือกเรื่องที่ได้รับคามนิยมสูงในประเทศญี่ปุ่น ประกอบกับแนวโน้มกระแสความนิยมในประเทศไทยมาจากการจัดจำหน่าย ซึ่งความนิยมในประเทศญี่ปุ่นและไทยค่อนข้างมีความคล้ายคลึงกัน นอกจากนี้บริษัทยังคอยติดตามผลตอบรับของการ์ตูนเรื่องต่างๆ ที่ลงในนิตยสาร Boom เพื่อคัดเลือกเรื่องที่มีความนิยมมาจัดพิมพ์รวมเล่มออกวางจำหน่ายอีกด้วย และบริษัทฯ ยังได้รับลิขสิทธิ์จากสำนักพิมพ์ชั้นนำของโลกและของญี่ปุ่น ในการผลิตหนังสือต่างๆ สำหรับเด็กและเยาวชน เช่น หนังสือนิทานคลาสสิกของคิตินี่ โดราเอมอน เกรียนชินจัง

1.2 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย

กลุ่มบริษัท มีช่องทางจำหน่ายที่กว้างขวางทั่วประเทศผ่านตัวแทนจำหน่าย และมีการส่งสินค้าโดยตรงไปตามร้าน Book Store เช่น ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ บีทูเอส ศูนย์หนังสือจุฬาฯ จึงเป็นข้อได้เปรียบสำหรับบริษัทในการวางกลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย นอกจากนี้ยังมีระบบสมาชิก สำหรับหนังสือเด็กรายเดือน เช่น ดิสนีย์เพื่อน้อง , Boom Weekly เป็นต้น

1.3 กลยุทธ์ด้านราคา

เนื่องจากสภาวะตลาดในปัจจุบันมีผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อการศึกษาและหนังสือการ์ตูนเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นบริษัทจึงต้องสร้างกลยุทธ์ด้านราคาโดยปรับราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้สามารถแข่งขัน กับผู้ผลิตรายอื่น ๆ ในตลาดได้ โดยการสร้างกลยุทธ์เชิงเช่น จัดจำหน่ายสินค้าเป็นชุดราคาพิเศษ หรือให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสินค้าบางกลุ่มโดยจะรับของสมนาคุณเพิ่มเติม เป็นต้น

1.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

ผลิตภัณฑ์เพื่อการศึกษาและหนังสือการ์ตูนเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับเยาวชน บริษัทจึงมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย เช่น การจัดกิจกรรมกีฬาต่อต้านยาเสพติด Japanese Festival การจัดกิจกรรมเพื่อเปิดตัวหนังสือออกใหม่ Disney and Me Talent Contest การจัดมหกรรมกีฬาอนุบาลและประถม และการทำ Road Show ตามสถาบันการศึกษาต่างๆ รวมทั้งการเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือเป็นประจำทุกปี

2. การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์เพื่อการศึกษาและหนังสือการ์ตูนจะจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย (เอเยนต์) ซับเอเยนต์ และร้านหนังสือ (ระบบขายปลีก) ร้อยละ 85 และจะจัดจำหน่ายโดยตรงแก่ลูกค้าโดยตรงผ่านระบบขายตรง สมาชิกประมาณร้อยละ 15

3. ลักษณะของลูกค้า

ลูกค้าหลักสำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อการบันเทิงและการศึกษา ได้แก่ ผู้อ่านรายย่อยซึ่งจำหน่ายผ่านแผงร้าน และร้านหนังสือทั่วไป บริษัทขายตรงเพื่อขายต่อให้ลูกค้า และสถาบันการศึกษาทั่วไป รวมทั้งลูกค้าที่รับสมาชิกต่อเนื่องของนิตยสารรายเดือนและรายสัปดาห์

4. ภาวะการแข่งขัน

ปัจจุบันมีผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อการศึกษาและบันเทิงเพิ่มมากขึ้น โดยมีราคาเป็นปัจจัยสำคัญเนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นเยาวชนซึ่งยังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง อย่างไรก็ตามแนวโน้มในอนาคตคาดว่าตลาดจะขยายตัวมากขึ้นเนื่องจากคนรุ่นใหม่มีการศึกษาที่สูงขึ้นและให้ความสำคัญกับการศึกษาหาความรู้ของบุตรหลานมากขึ้น โดยบริษัทมีความได้เปรียบทางการแข่งขันดังนี้

- ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายของกลุ่ม ได้แก่ เอเยนต์, ซับเอเยนต์
- ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านพันธมิตรทางการค้า เช่น ร้านหนังสือ SE-ED การร่วมจำหน่ายผ่านบัตรเครดิตต่างๆ
- บริษัทได้รับลิขสิทธิ์การพิมพ์และการจัดจำหน่ายที่ถูกกฎหมาย และมีผู้ร่วมค้าที่มีความเชี่ยวชาญด้านตลาดหนังสือเด็ก คือ Egmont Group แห่งเดนมาร์ก
- บริษัทมีทีมงานบรรณาธิการที่มีความสามารถทั้งกองบรรณาธิการภาษาอังกฤษและกองบรรณาธิการภาษาไทย

คู่แข่ง

คู่แข่งของบริษัทในวงการหนังสือเพื่อการศึกษาสำหรับเด็ก มีหลากหลายขึ้นกับแต่ละผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กลุ่มที่ได้รับลิขสิทธิ์จาก Disney เช่น อักษรภาพพัฒนา เป็นต้น กลุ่มที่เป็นคู่แข่งทางด้านหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น ได้แก่ วิบูลย์กิจ, สยามสปอร์ตพับลิชชิง เป็นต้น อย่างไรก็ตามจากการที่กลุ่มบริษัทมีการติดต่อและสัมพันธ์ที่ดีกับ เอเจนต์ และแผงร้านหนังสือทั่วประเทศ ความสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าของลิขสิทธิ์ ทีมงานบรรณาธิการที่มีคุณภาพ ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบและแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น ๆ

การผลิตหรือการจัดการผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

ส่วนของการผลิต, กำลังการผลิต, วัตถุดิบ ของการผลิตสิ่งพิมพ์เพื่อการศึกษาและบันเทิง บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดหากระดาษพิมพ์ให้บางส่วน ส่วนที่เหลือซัพพลายเออร์ จากภายนอกเป็นผู้จัดหาให้ โดยมีบริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้ดำเนินการจัดพิมพ์

ภาวะอุตสาหกรรมโดยรวมของธุรกิจสิ่งพิมพ์

ธุรกิจหนังสือเป็นธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด โดยอาจดูได้จากการเติบโตของร้านหนังสือซึ่งมีการเติบโตอยู่ระหว่าง 10 – 15% ต่อปีในช่วงระหว่างปี 2543 – 2548 ทั้งนี้เนื่องจากคนไทยยังมีอัตราการอ่านหนังสือที่น้อยมาก จากผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2544 คนไทยอายุ 10 ปีขึ้นไปอ่านหนังสือเฉลี่ยในเวลาว่างเพียง 2.99 นาทีต่อวัน และอ่านหนังสือในเวลาว่างเพียง 4.4% ดังนั้นตลาดสำหรับธุรกิจหนังสือจึงยังมีช่องทางเติบโตอีกมาก

อย่างไรก็ตามเนื่องจากธุรกิจหนังสือเป็นธุรกิจที่มีการเข้ามาไม่ยากนัก จึงทำให้มีผู้ประกอบการหลายรายเข้าสู่ธุรกิจนี้มากในแต่ละปี และก็มีมีการปิดตัวไปมากเช่นเดียวกัน แต่เนื่องจากผู้ประกอบการแต่ละรายต่างก็พยายามสร้างจุดต่าง จึงทำให้ธุรกิจหนังสือเติบโตขึ้นและทำให้ฐานผู้อ่านขยายกว้างขึ้น จึงไม่มีผลกระทบอย่างรุนแรงต่อภาวะอุตสาหกรรม

ในปี 2548 มีหนังสือที่เข้าสู่ระบบร้านหนังสือโดยเฉลี่ย 31.9 ปกต่อวัน เทียบกับ 15.9 ปกต่อวัน ในปี 2540 จำนวนหนังสือออกใหม่เหล่านี้มีปริมาณมากกว่าพื้นที่ที่ร้านหนังสือทั่วไปจะรองรับได้ ดังนั้น การจัดวางหนังสือให้เหมาะสมจะทำให้ยากขึ้นซึ่งส่งผลให้โอกาสที่หนังสือออกใหม่จะประสบความสำเร็จมีน้อยลง การมีพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นผู้จัดทำหนังสือที่มีระบบการบริหารงานที่ดี มีสาขามากจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้หนังสือออกใหม่ประสบความสำเร็จ

แม้ว่าเทคโนโลยีทางการสื่อสาร และคอมพิวเตอร์ จะก้าวหน้าไปไกลในปัจจุบัน และมีสิ่งประดิษฐ์ที่เข้ามาทดแทนรูปแบบหนังสือเดิม เช่น E-Book เป็นต้น แต่หนังสือก็ยังได้รับความนิยมไม่เปลี่ยนแปลง เนื่องจากเป็นสื่อที่ให้ความรู้ได้สะดวกทุกที่ ทุกเวลา ราคาถูก และมีอายุยาวนาน

2) ธุรกิจการอบรมสัมมนา สอนภาษาต่างประเทศและทักษะการสื่อสาร

บริษัทประกอบธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการศึกษาโดยได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ดำเนินธุรกิจสอนภาษาอังกฤษและทักษะการสื่อสารในนามของบริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด เป็นบริษัทย่อยที่บริษัท เนชั่น บัณฑิต อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ถือหุ้น 99.99% โดยอาจแบ่งลักษณะของบริการออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

1. ภายใต้กลุ่มบริษัท Linguaphone ซึ่งได้ซื้อกิจการ Direct English จาก Pearson Education Limited ซึ่งจากการรวมตัวทำให้เกิดจุดแข็งทางธุรกิจ 2 ประการ

1.1 การที่ Linguaphone เป็นผู้นำตลาดการเรียนรู้ภาษาด้วยสื่อการเรียนที่มีประสิทธิภาพ และการที่ Direct English เป็นศูนย์ฝึกภาษาที่ใช้วิธีการฝึกฝนจากสื่อ ร่วมกับการเรียนในชั้นเรียน ทำให้เกิดวิธีการเรียนแบบ 'Assisted Learning' คือ ผู้เรียนสามารถฝึกฝนทักษะการพูดและการฟังผ่านโปรแกรมมัลติมีเดีย โดยผู้เรียนสามารถฝึกฝนได้ด้วยตนเองตามสถานที่และเวลาที่สะดวก อีกทั้งมีตารางเรียนที่ยืดหยุ่นได้เหมาะสมกับผู้ใหญ่วัยทำงาน ทำให้ผู้เรียนมีความก้าวหน้าในการเรียน และ

ผู้เรียนสามารถนำเอาความรู้ไปใช้ได้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นจุดแข็งที่ช่วยให้ระบบการฝึกฝนภาษาสมบูรณ์และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้เรียน

1.2 เป็นการเพิ่มศักยภาพด้านหลักสูตร และการขยายฐานลูกค้า เนื่องจาก Linguaphone เป็นบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสื่อการเรียนภาษาที่มีชื่อเสียงมากกว่า 100 ปี ผลิตแบบเรียนภาษาต่างๆมากมาย ได้แก่ อังกฤษ, อาหรับ, ดัตช์, ฝรั่งเศส, เยอรมัน, กรีก, อิตาลี, ญี่ปุ่น, จีน และไทย ทำให้ ไคเร็ค อิงลิช มีหลักสูตร จาก Linguaphone เข้ามาเสริม และขยายกลุ่มของผู้เรียนให้กว้างขึ้น

2. Nation Educational Services คือ หลักสูตรสัมมนาที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มประสิทธิภาพของการพัฒนาบุคลากรในด้านของการทำงานและการสื่อสาร เช่น เทคนิคการบริหารงาน การขายและการบริการ Presentation Skills Effective Writing โดยเน้นการปฏิบัติ (workshop) ผสมผสานในหลักสูตร ประกอบด้วย 3 ธุรกิจหลักดังนี้

2.1 Business Related Training Courses หลักสูตรฝึกอบรมให้ความรู้และพัฒนาทักษะในการทำงานให้กับ บุคคลทั่วไปและบุคลากรในองค์กร แนะนำเทคนิคและกลยุทธ์ในหลักสูตรที่อบรมที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในการทำงาน

2.2 Study Tour เปิดโลกทัศน์การเรียนรู้ภาษาอังกฤษ ในช่วงปิดภาคเรียนกับการเรียนภาษาอังกฤษ และทัศนศึกษา

2.3 Examination Preparation สำหรับผู้ที่เตรียมตัวศึกษาระดับปริญญาตรี โท และเอก ณ สถาบันศึกษานานาชาติทั้งใน และต่างประเทศ

3. บริการจัดฝึกอบรมทักษะภาษาอังกฤษนอกสถานที่ สำหรับองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงพนักงานในองค์กรทุกระดับ เช่น iBT TOEFL TOEIC Communicative Business English

สิทธิและข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

มีอาณาเขตการให้บริการในประเทศไทย และภูมิภาคอินโดจีน

การตลาด

กลยุทธ์ด้านราคา

กลยุทธ์ด้านราคาเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการแข่งขันในธุรกิจ การตั้งราคามีพื้นฐานมาจากต้นทุน สภาพตลาด และคู่แข่ง โดยแยกราคาเป็น 2 ลักษณะคือ ราคาสำหรับลูกค้ารายบุคคล (Retail) และลูกค้าบริษัท (Corporate)

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

กิจกรรมส่งเสริมการขายเน้นการสร้างจดจำในตราสินค้า (Brand Awareness) โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ ของ Nation Group การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง และการจัดหลักสูตรการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น เช่นการทำ Road Show ตามอาคารสำนักงานต่างๆ, โครงการ HR FORUM, การจัด Summer Camp ให้แก่เด็กอายุ 13-19 ปี เพื่อไปศึกษาต่างประเทศในช่วง Summer

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

Direct English มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบแฟรนไชส์ ศูนย์ Direct English ต้นแบบได้เปิดดำเนินการเป็นแห่งแรกที่ชั้น 1 อาคารเนชั่นทาวเวอร์ ถนนบางนา-ตราด เมื่อเดือนสิงหาคม 2544 ปัจจุบันเปิดหน่วยแฟรนไชส์แล้ว 5 ศูนย์ คือ ในกรุงเทพฯ 4 ศูนย์ และ เชียงใหม่ 1 ศูนย์

ลักษณะของลูกค้า

กลุ่มเป้าหมายหลัก - ผู้หญิง ผู้ชาย อายุระหว่าง 24 - 50 ปี ที่อยู่ในวัยทำงาน และต้องการเพิ่มพูน ความรู้และฝึกฝนการใช้ภาษาอังกฤษ และทักษะในการทำงานและการสื่อสารเพื่อนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์กับหน้าที่การงาน และชีวิตประจำวัน

กลุ่มเป้าหมายรอง - ผู้หญิง ผู้ชาย อายุระหว่าง 16-23 ปี นิสิต นักศึกษาที่ต้องการเตรียมความพร้อมและ ฝึกฝนการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อศึกษาต่อและสมัครงาน

ภาวะการแข่งขัน

ผู้เรียนส่วนมากของบริษัทจะเป็นกลุ่มคนทำงาน ที่สามารถเลือกเวลาในการเรียนภาษาอังกฤษได้เอง ทำให้สะดวกแก่ผู้มาเรียน ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบเมื่อเทียบกับธุรกิจที่ให้บริการประเภทเดียวกันในตลาด ที่ผู้เรียนต้องไปเรียนตามเวลาที่ได้จัดไว้แล้ว นอกจากนั้นหัวข้อที่จัดสัมมนาเป็นหัวข้อที่กลุ่มคนทำงานและนิสิต นักศึกษาให้ความสนใจ และสิ่งสำคัญที่เราส่งมอบให้กับลูกค้าทุกครั้ง คือคุณภาพของการสอนและการให้บริการลูกค้า

จุดเด่นของ Direct English และ Nation Educational Services คือการที่อยู่ในเครือของ Nation Group ทำให้ลูกค้าเชื่อถือ และมีความมั่นใจที่จะใช้บริการ สามารถใช้สิทธิหลากหลายในเครือ Nation Group ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง

มีฐานลูกค้าที่ใหญ่ในเครือ Nation Group ทำให้สามารถทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายได้สะดวกขึ้น

3) ธุรกิจตัวแทนโฆษณาและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศในประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียน รวมถึงรับจ้างพิมพ์

บริษัทประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศในนามของ บริษัท เนชั่นบุ๊กส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด โดยมีผลิตภัณฑ์คือ The Wall Street Journal Asia และ The Yomiuri Shimbun รวมทั้งนิตยสารต่างประเทศ ได้แก่ Fortune, Time Magazines, Forbes เป็นต้น ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นลูกค้าระดับนักธุรกิจ ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศโดยมีการจำหน่ายผ่านระบบ สมาชิก, วารสาร, สายการบิน และโรงแรม โดยบริษัทได้รับค่าตอบแทนเป็นสัดส่วนของปริมาณการจัดส่งและจำหน่าย และคอมมิชชั่นจากการขายสมาชิก ในการรับจัดจำหน่ายนี้ หากสำนักพิมพ์ต่างประเทศรายใดต้องการพิมพ์หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสารในประเทศไทย บริษัทก็จะใช้ศักยภาพความร่วมมือในเครือเนชั่น กรุ๊ป ส่งผลงานพิมพ์หนังสือพิมพ์ นิตยสารให้แก่บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด

นอกจากนี้ยังมีบริษัทร่วมทุน คือ บริษัท โยมิอูริ-เนชั่น อินฟอรมเมชั่น เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นตัวแทนขายโฆษณาและขายหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ในประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียน

กลยุทธ์ทางการตลาด

ด้านโฆษณา

มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น ในเทศกาลปีใหม่, เทศกาลวันเด็กของญี่ปุ่น (Children Day) โดยจะมีการอวยพรในเทศกาลต่างๆดังกล่าวข้างต้น และมีพื้นที่สำหรับลูกค้าเพื่อซื้อโฆษณา โดยลูกค้าที่สนใจมีทั้งลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่ เป็นต้น

ด้านจัดจำหน่าย

บริษัทได้มีการจัดจำหน่าย 3 วิธี คือการขายสมาชิก, Bulk โรงแรมสายการบิน และการขายผ่านเอเยนต์ วางร้าน

1) ด้านสมาชิก โดยจัดรายการส่งเสริมการขายสำหรับสมาชิก ได้แก่ ให้ของสมนาคุณสำหรับสมาชิกใหม่หรือสมาชิกเก่าที่แนะนำสมาชิกใหม่, ลูกค้ายที่สมัครสมาชิกตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป มีการสะสมไมล์เพื่อเป็นส่วนลดในการเดินทางของสายการบิน ANA และ Japan Airline เป็นต้น ซึ่งบริษัทได้รับรายได้จากการสมัครสมาชิกที่เพิ่มขึ้น

2) Bulk โรงแรมสายการบิน เป็นการขายขาดบริษัทได้รับค่าบริการจากการจัดส่ง และคอมมิชชั่นในการขาย

3) ด้านเอเยนต์และวางร้าน เป็นการให้บริการ วางหนังสือตามร้านหนังสือ และเอเยนต์ต่างๆตามที่ลูกค้าต้องการ บริษัทได้รับค่าบริการจากสัดส่วนการจำหน่าย

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 70-80% เป็นการจำหน่ายโดยตรงแก่ลูกค้า ซึ่งผ่านระบบสมาชิก

ลักษณะของลูกค้า

ลูกค้าหลักของหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun เป็นลูกค้านักธุรกิจชาวญี่ปุ่น ที่ทำธุรกิจในประเทศไทย โดยลูกค้าส่วนใหญ่บอกรับสมาชิกเป็นรายเดือน

ภาวะการแข่งขัน

บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ในประเทศไทย และภูมิภาคอาเซียน ซึ่งทั่วโลกมี 3 สาขา คือลอนดอน ฮองกง และประเทศไทย ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจากมีช่องทางการจำหน่ายผ่านระบบขายตรง สมาชิก หรือจำหน่ายผ่านตัวแทนของกลุ่ม ได้แก่ เอเยนต์ และบริษัทได้รับสิทธิในการพิมพ์และจัดจำหน่ายที่ถูกต้องตามกฎหมาย

การพิมพ์

ด้านหนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia และ The Yomiuri Shimbun ต้องการขยายตลาดในประเทศไทยและอาเซียน เพื่อประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการขนส่ง จึงได้ส่ง File งานผ่านระบบอินเตอร์เน็ตมาพิมพ์ในประเทศไทย บริษัท เนชั่น บั๊คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ทำสัญญาจ้างพิมพ์กับหนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ฉบับ แล้วส่งงานพิมพ์ต่อ ให้บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด จัดพิมพ์ให้

3.3 สายธุรกิจโรงพิมพ์

ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) (WPS) จำกัด เป็นบริษัทย่อยที่บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 84.5% ทุนจดทะเบียน 500 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์หนังสือพิมพ์และหนังสืออื่นๆ ได้แก่ การ์ตูน, ฝึกแก้ปัญหาคณิตศาสตร์และนิตยสาร รวมถึงงานพิมพ์คุณภาพอื่นๆ เริ่มดำเนินธุรกิจตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2548 โดยแบ่งงานบริการการพิมพ์ตามประเภทเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตดังนี้

1. การบริการรับจ้างพิมพ์หนังสือพิมพ์โดยใช้เครื่อง Cold-set Web Offset

ซึ่งรับงานพิมพ์จาก บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นหลักตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2548 ได้แก่ หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก, กรุงเทพธุรกิจ, The Nation, กรุงเทพธุรกิจ Bizweek หนังสือพิมพ์ต่างประเทศได้แก่ The Wall Street Journal Asia และ Yomiuri Shimbun หนังสือรายปักษ์และรายสัปดาห์ – เนชั่นจูนีเออร์และเนชั่นสุดสัปดาห์ และคาดว่าจะสามารถรับงานจากบุคคลภายนอกมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นตำราเรียนและ Brochure ต่างๆ

2. การบริการรับจ้างพิมพ์นิตยสาร พ็อกเก็ตบุ๊กส์ และงานพิมพ์ต่างๆ (Commercial Printing)

ซึ่งรับงานพิมพ์จากบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัทในเครือ และบริษัททั่วไป ได้แก่ สิ่งพิมพ์เพื่อการศึกษาและบันเทิง พ็อกเก็ตบุ๊กส์ และนิตยสารต่างๆ ทั่วไป เช่น Hair , Wall Paper, Bazaar เป็นต้น

ในปี 2550 WPS มีแผนการร่วมทุนกับ Kyodo Printing Co.,Ltd. จากประเทศญี่ปุ่น จัดตั้งบริษัท เกียวโด เนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส จำกัด เพื่อให้บริการการพิมพ์ Commercial Printing โดยบริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด จะถือหุ้นในอัตราส่วน 49% Kyodo Printing Co.,Ltd. ถือหุ้นในอัตราส่วน 49% และ San-Mic Trading (Thailand) Co.,Ltd ถือหุ้นในอัตราส่วน 2%

บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด จะลงทุนด้วยเครื่องจักรและอุปกรณ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงาน Commercial Printing ที่มีอยู่ ซึ่งปัจจุบันการใช้งานยังไม่เต็มกำลังการผลิต ดังนั้นการร่วมทุนจะเป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินเพิ่มขึ้น รวมทั้งเป็นการขยายตลาดการให้บริการไปยังต่างประเทศ (Export) โดยผ่านบริษัทร่วมทุนดังกล่าว ซึ่งก่อให้เกิดความร่วมมือทางเทคโนโลยี ที่จะพัฒนาคุณภาพและการให้บริการด้านการพิมพ์ที่ดีขึ้น โดยบริษัทร่วมทุนดังกล่าวจะดำเนินการธุรกิจบริการด้านการพิมพ์ Commercial Printing เช่น การพิมพ์ Magazine และ Pocket Book หนังสือปกแข็ง ทั้งในและต่างประเทศ แต่ไม่รวมการพิมพ์หนังสือพิมพ์ (ซึ่งจะยังคงดำเนินการโดยบริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัดเอง) โดยคาดว่าบริษัทร่วมทุนนี้จะสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงในระยะยาว

สิทธิและข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

-ไม่มี-

กลยุทธ์ทางการตลาด

ให้บริการงานด้านการพิมพ์ที่มีคุณภาพอย่างครบวงจร โดยการใช้เครื่องจักร, อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัยจนถึงการบริการจัดหีบห่อ และระบบบริหารคุณภาพ เพื่อการพัฒนาคุณภาพบริการการพิมพ์ให้ดียิ่งขึ้น โดยทีมงานที่มีประสบการณ์ด้านการพิมพ์มานานกว่า 35 ปี

โดยในปี 2549 บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ได้รับรางวัลคุณภาพการพิมพ์จากทั้งในประเทศและต่างประเทศ จากงาน 1st Thai Print Award 2006 ได้รับรางวัลเหรียญทองจากประเภท สิ่งพิมพ์ระบบ offset จากเครื่องพิมพ์ ป้อนม้วน – กระดาษเคลือบผิว (Web offset – Coated Paper) และเหรียญเงิน จากประเภทสิ่งพิมพ์ระบบ offset จากเครื่องพิมพ์ ป้อนม้วน – กระดาษเคลือบผิวเบากว่า 70 แกรม (Web offset – Coated Paper less than 70 gsm.) และจากการที่บริษัทฯ ได้ส่งผลงานเข้าประกวดที่ประเทศจีนในงาน 4th Asian Print Award Year 2006 โดยได้รับรางวัล Silver Medal จากประเภท Web offset – Coated Stock และ รางวัล Bronze Medal จากประเภท Web offset – LWC (Light weight coated)

นอกจากนี้ บริษัทยังร่วมกับบริษัทแม่ (บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)) ในการให้บริการเพิ่มเติมที่โรงพิมพ์อื่นไม่สามารถทำได้ คือบริการด้านการจัดส่ง (Logistic) ตรงถึงลูกค้าตามบ้านหรือส่งถึงเอเย่นต์หนังสือ เพื่อบริการลูกค้าอย่างครบวงจร

ลักษณะของลูกค้า

ในปี 2549 ลูกค้าส่วนใหญ่ประมาณ 95 % คือบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ นอกจากนี้มีการขยายตลาดงานด้านการพิมพ์ไปยังลูกค้าภายนอกเครือ อาทิเช่น อักษรเจริญทัศน์ ซึ่งเป็นลูกค้าประเภท Web Offset และ The Mall Group, ภัทรลิสซิ่ง, Golden Land เป็นลูกค้าประเภท Commercial โดยในปี 2550 มีเป้าหมายที่จะรับงานพิมพ์จากพันธมิตรและลูกค้าภายนอกเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะงานพิมพ์ที่มีปริมาณสูงและต่อเนื่อง เช่น Catalogue สินค้า, Direct Mail, โบชัวร์สินค้าจาก Super Store เป็นต้น ซึ่งงาน Commercial Printing จะดำเนินการโดยบริษัทร่วมทุนที่ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ลงทุนอยู่ 49%

ภาวะการแข่งขัน

เนื่องจากบริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด มีศูนย์การพิมพ์ครบวงจรและมีเครื่องจักรที่ทันสมัย ได้แก่ เครื่องพิมพ์เวป (Cold-set Web Offset) หรือ เครื่องพิมพ์ป้อนแผ่น (Commercial Printing) และเครื่องพิมพ์คุณภาพและความจำสูง (Commercial Heat-set web Offset) รวมทั้งมีเครื่องจักรที่ให้บริการในการจัดหีบห่อรูปเล่มอย่างครบวงจร ซึ่งในธุรกิจประเภทเดียวกันมีเพียง บริษัท ศิริวัฒนา อินเทอร์เน็ต และบริษัท ไชเบอร์พริ้นท์ เท่านั้น

และในปี 2549 ที่ผ่านมา ทางบริษัท ได้มีการขยายความสามารถในการพิมพ์ให้ครบวงจรมากขึ้น โดยมีการลงทุนในเครื่องจักรต่างๆ อาทิเช่น เครื่องพับ เครื่องเย็บเล่ม เครื่องเก็บเล่มและไสกาว เครื่องใส่ถุงและติดสติ๊กเกอร์ รวมถึงเครื่องออกเพลทแบบ Computer-to-Plate (CTP) ซึ่งถือเป็นเทคโนโลยีใหม่ด้านการพิมพ์ เพื่อเพิ่มความสามารถในการให้บริการงานด้านการพิมพ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต

สำหรับธุรกิจการบริการงานพิมพ์ มีเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ

1. เครื่องจักร Cold-set Web Offset ใช้สำหรับการพิมพ์หนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดยใช้กระดาษที่เป็นม้วน
2. เครื่องจักร Commercial Printing ใช้สำหรับการพิมพ์นิตยสาร, การ์ตูน และพ็อกเก็ตบุ๊กส์, หนังสือทั่วไป
3. เครื่องจักร Commercial Heat-set web offset ใช้สำหรับการพิมพ์หนังสือนิตยสาร, โบชัวร์ ที่มีปริมาณสูงและต้องการความรวดเร็ว

ซึ่งเครื่องจักรประเภท Commercial Printing และ Commercial Heat-set web offset ในปี 2550 บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด จะจำหน่ายให้กับ Kyodo Nation Printing Services Co.,Ltd. ซึ่งเป็นธุรกิจที่ดำเนินงานด้านการพิมพ์ Commercial ที่จะใช้เครื่องจักรด้านนี้โดยตรง

กำลังการผลิต แยกตามประเภทการผลิตสินค้าและเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. กำลังการผลิตหนังสือพิมพ์

ในการผลิตหนังสือพิมพ์จะใช้เครื่องจักรที่ใช้ในการพิมพ์เป็นการเฉพาะเรียกว่า “Cold-set Web Offset” ที่ใช้กระดาษ Newsprint ที่เป็นม้วน โดยปัจจุบันบริษัทมีเครื่องจักรดังกล่าว 2 ชุด ซึ่งตามกำลังการผลิตเต็มตัวของเครื่องจักรที่มีอยู่จะสามารถพิมพ์ได้ตลอด 24 ชั่วโมงโดยแบ่งเป็น 3 กะ แต่ในปัจจุบันบริษัทใช้กำลังการผลิตเพียง 2 กะหรือประมาณ 70% ของกำลังการผลิตทั้งหมด คือใช้เวลาในการพิมพ์ประมาณ 12 – 15 ชั่วโมง โดยแบ่งเป็น 2 กะๆละ 8 ชั่วโมง โดยกำลังการผลิตที่เหลือส่วนใหญ่เป็นช่วงกลางวัน

2. การผลิตหนังสือการ์ตูนและพ็อกเก็ตบุ๊กส์

โดยใช้เครื่องจักรประเภท Commercial ซึ่งปัจจุบันบริษัทมีเครื่อง Commercial จำนวน 3 เครื่อง โดยกำลังการผลิต 13,000 แผ่นต่อชั่วโมง จำนวน 2 เครื่องและเครื่องที่มีกำลังการผลิต 8,000 แผ่นต่อ ชั่วโมง จำนวน 1 เครื่อง โดยเครื่องจักรทั้ง 3 เครื่องจะใช้ในการผลิต 2 กะ จำนวนกะละ 8 ชั่วโมง คือช่วงกลางวัน 8 ชั่วโมง และกลางคืน 8 ชั่วโมงและเวลาพักเครื่อง 8 ชั่วโมง ปัจจุบันบริษัท มีอัตราการใช้กำลังการผลิตจากเครื่องจักรทั้ง 3 เครื่อง เกินกว่าร้อยละ 90 นอกจากนี้ในบางช่วงเวลาที่ผลิตกันบ้างตัวมีความต้องการในตลาดมาก บริษัทจำเป็นต้องใช้กำลังการผลิตของเครื่องจักรในช่วงเวลาพัก ประมาณวันละ 3 ชั่วโมง เพื่อให้สามารถผลิตหนังสือได้ทันความต้องการของตลาด

3. กำลังการผลิตนิตยสารและงานพิมพ์ที่มีปริมาณการพิมพ์สูง

ใช้เครื่องจักรประเภท Commercial Heat-set web offset ซึ่งบริษัทมีจำนวน 1 เครื่อง มีกำลังการผลิต 50,000 รอบต่อ ชั่วโมง ซึ่งพิมพ์2ด้านเท่ากัน โดยใช้การผลิต 2 กะ ะละ 8 ชั่วโมง คือช่วงกลางวัน 8 ชั่วโมง และกลางคืน 8 ชั่วโมงและเวลาพักเครื่องอีก 8 ชั่วโมง ในปี 2549 บริษัทใช้กำลังการผลิตประมาณ 20-30% ของกำลังการผลิตทั้งหมด ส่วนในปี 2550 บริษัทได้ร่วมลงทุนกับ Kyodo Printing Co.,Ltd. ในการจัดตั้งบริษัทร่วมทุน Kyodo Nation Printing Services Co.,Ltd. ซึ่งเป็นการลงทุน

ด้วยเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่ จึงเป็นการใช้กำลังการผลิตที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งคาดว่ากำลังการผลิตจะเพิ่มเป็น 50-70 % โดยในไตรมาส 1-2 ปี2550 บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด จะจำหน่ายเครื่องพิมพ์ Commercial Printing และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานพิมพ์ ให้แก่ บริษัทร่วมทุน Kyodo Nation Printing Services Co.,Ltd. (KNP) ซึ่ง KNP จะดำเนินธุรกิจด้าน Commercial Printing โดยตรง

อัตรากำลังคนในการผลิตหนังสือพิมพ์

ปัจจุบันโดยเฉลี่ยการทำงานเป็น 2กะ กะละ 8 ชั่วโมง และใช้เวลาในการพิมพ์เฉลี่ยวันละ 12 ชั่วโมง โดยมี ตารางเวลา สลับการทำงานของเครื่องพิมพ์ ณ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทมีพนักงานในสายธุรกิจการพิมพ์รวมประมาณ 211 คน

วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตหนังสือพิมพ์และนิตยสารแบ่งได้ดังต่อไปนี้

หน่วย : ร้อยละของมูลค่าวัตถุดิบรวม

วัตถุดิบ	ผลิตหนังสือพิมพ์และนิตยสาร
กระดาษหนังสือพิมพ์	77%
กระดาษนิตยสารและการ์ตูน	11%
หมึกพิมพ์	6%
เพลท	4%
ฟิล์ม	1%
อื่นๆ (เช่น น้ำยาล้างฟิล์ม, น้ำยาล้างเพลท)	1%
รวม	100%

โดยในปี 2549 วัตถุดิบส่วนใหญ่ คือ กระดาษหนังสือพิมพ์ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จะเป็นผู้สั่งซื้อเอง (ดูรายละเอียดจากกลุ่มธุรกิจสิ่งพิมพ์) ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัดเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดหาวัตถุดิบ

แหล่งที่มาของวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญ คือ กระดาษนิตยสารซึ่งส่วนใหญ่บริษัทสั่งซื้อจากผู้ผลิตในประเทศเป็นหลัก เช่น บริษัท ผลิตภัณฑ์กระดาษไทย จำกัด, บริษัท กระดาษสหไทย จำกัด (มหาชน) , บริษัท โอเชียนเปเปอร์ จำกัด เป็นต้น โดยผู้จำหน่ายกระดาษดังกล่าว ไม่มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องทั้งในทางตรงและทางอ้อมกับบริษัทหรือผู้บริหาร แต่จะพิจารณาเลือกซื้อจากการเปรียบเทียบราคาและความต้องการใช้งานเป็นสำคัญ โดยปัจจุบันมีผู้จัดจำหน่ายกระดาษเป็นจำนวนมากทำให้มีการแข่งขันสูง บริษัทฯ จึงไม่ประสบกับปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ หากสูญเสียแหล่งวัตถุดิบบางแหล่งไป สำหรับการสั่งซื้อกระดาษนิตยสารในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่มีการสั่งซื้อกับรายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 50

ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ หมึกพิมพ์ เพลท ฟิล์ม และน้ำยาต่างๆ ซึ่งมีสัดส่วนรวมประมาณ 12% ของมูลค่าวัตถุดิบรวม ในปี 2549 บริษัทได้สั่งซื้อจากบริษัทตัวแทนในประเทศทั้งหมดเพราะมีผู้ขายเป็นจำนวนมาก โดยไม่ผูกพันกับรายใดรายหนึ่ง

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากการผลิตหนังสือพิมพ์ของบริษัทฯ ใช้วัตถุดิบน้อยประเภทโดยร้อยละ 77 ของวัตถุดิบหลัก คือ กระดาษ ส่วนที่เหลือเป็นวัสดุสิ้นเปลืองได้แก่ เพลท , หมึก, ฟิล์ม, น้ำยาเคมี ซึ่งเมื่อผ่านกระบวนการผลิตแล้ว บริษัทฯ จะนำมาจำหน่ายให้แก่ผู้รับซื้อสินค้าเก่า โดยเฉพาะวัสดุสิ้นเปลืองที่เป็นวัตถุเคมี จะต้องพิจารณาผู้รับซื้อที่ต้องได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมด้วย ดังนั้นบริษัทจึงไม่มีวัตถุดิบหรือน้ำยาเคมีที่ใช้แล้ว เป็นมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้บริษัทยังอยู่ภายใต้การควบคุมของ กรมโรงงานอุตสาหกรรม สำนักงานเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อมโรงงาน ซึ่งในทุกๆ ปี หน่วยงานดังกล่าวได้เข้ามาตรวจสอบสภาพและประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้วมีความเห็นว่าบริษัทไม่ได้สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

3.3 สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง

เนชั่นกรุ๊ป ในฐานะเป็น Content Provider หรือผู้ผลิต เนื้อหา ข้อมูล ข่าวสาร เพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนรับทราบผ่านสื่อประเภทต่างๆ ในด้านสิ่งพิมพ์ เนชั่นกรุ๊ปมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นหนังสือพิมพ์ และนิตยสารสำหรับสื่ออื่นๆ นอกเหนือจากสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ทีวี, วิทยุ, โทรศัพท์มือถือ, Internet, Indoor & Outdoor เนชั่นกรุ๊ป ดำเนินการกระจายเนื้อหา และข้อมูลข่าวสาร ที่บริษัทมีผ่านการดำเนินงานของ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด โดยมีช่องทางการดำเนินงานดังนี้

● NATION TV แยกการดำเนินงานได้ ดังนี้

1. ผู้ดำเนินงานและบริหารงานสถานีข่าว Nation Channel ซึ่งเป็นสถานีข่าวที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ TTV ช่อง 1 ซึ่งเป็นการเสนอรายงานข่าวที่เกิดขึ้นทั้งในและต่างประเทศ เกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรม การเป็นอยู่ สุขภาพ โดยนำเสนอในรูปแบบการอธิบายความ การวิเคราะห์ เจาะลึกที่นำไป และการพยากรณ์เหตุการณ์ เพื่อให้ประชาชนได้รับความรู้เพื่อเตรียมรับเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น โดย Nation Channel มุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวอย่างเที่ยงธรรม เป็นกลาง และรวดเร็ว ภายใต้อิสระภาพ ในสนามข่าวเราก็คือตัวจริง

2. ผลิตรับจ้างผลิตและร่วมผลิตรายการกับพันธมิตร เพื่อออกอากาศทางช่องทางต่างๆ ได้แก่ Free TV , Cable TV , Internet Broadband ตลอดจนนำรายการไปเผยแพร่ให้คนไทยในต่างประเทศได้รับชมทาง NAT TV และ Global Network

● วิทยุ เป็นผู้ผลิตและนำเสนอข่าวสารทางวิทยุโดยเน้นกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในระหว่างการเดินทางไปทำงาน ไปโรงเรียน ที่ไม่สามารถชมข่าวทาง TV ได้

● New Media เป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวสารผ่านทางเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย ที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว ในการรับข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อใหม่ๆ เช่น Internet Broadband โทรศัพท์มือถือ โดยให้บริการส่งข่าวทั่วไปทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษผ่านทางโทรศัพท์มือถือในรูปแบบ SMS ของทุกเครือข่าย ภายใต้อินเทอร์เน็ต Nation News on Mobile รวมทั้งการรายงานข่าวในรูปแบบ MMS ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นได้ในอนาคตเมื่อ Technology และ โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ของประเทศเอื้ออำนวย

ธุรกิจผลิตรายการทางโทรทัศน์ (NATION TV)

ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

รายการที่ผลิตในปัจจุบันของธุรกิจโทรทัศน์ แบ่งเป็นดังนี้

- สถานีข่าว เนชั่นแซนด์ ประกอบด้วยรายการดังต่อไปนี้

1) การรายงานข่าว ประกอบด้วยข่าวต้นชั่วโมง เน้นการเกาะติดข่าวเด่น หรือ ข่าวสำคัญๆ ในแต่ละวันเพื่อให้ทันเหตุการณ์ ครอบคลุมข่าวประเภทการเมือง เศรษฐกิจ บันเทิง กีฬา เกษตร การศึกษา วัฒนธรรม

2) รายการข่าวและสนทนาข่าว เน้นการวิเคราะห์ให้ข้อมูล เจาะลึก อธิบายความ วิเคราะห์ หรือแสดงความคิดเห็น โดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นๆ

3) สารคดีสั้น ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่เป็นประโยชน์ด้านต่างๆ ต่อประชาชน ทั้งด้านสุขภาพ การศึกษา เกษตร วัฒนธรรม เหตุการณ์สำคัญๆ เป็นต้น

4) รายงานพิเศษ (Special Report, Scoop) เป็นรายการข่าวที่เกาะติดสถานการณ์ที่สำคัญเกี่ยวกับเหตุการณ์ของบ้านเมือง หรือการร่วมมือผลิตรายการโทรทัศน์เฉพาะกิจขึ้น เช่น รายงานความเคลื่อนไหวปัญหา 3 ชายแดนภาคใต้, งานการประชุม APEC ที่เวียดนาม รายงานผลการเลือกตั้งทั่วไป เลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพฯ เป็นต้น

5) รายการวาไรตี้ เป็นรายการประเภทที่มีความหลากหลาย โดยนำเสนอความเคลื่อนไหวในเหตุการณ์ที่คนทั่วไปสนใจ หรือเป็นรายการที่ให้ความรู้ที่เป็นสาระและเรื่องราวพร้อมคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งมีประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ

รายได้หลักของสถานีข่าว เนชั่นแซนด์ มาจากการขาย Spot โฆษณา, รับจ้างผลิตรายการ , ผลิตสารคดีสั้น และค่าเช่าเวลา เป็นต้น

- **การผลิตและร่วมผลิตรายการกับช่องอื่นๆ** รายการที่เนชั่นแซนด์ร่วมผลิตรายการกับช่องต่างๆ รายการที่ทำส่วนใหญ่จะเป็นรายการข่าว และสนทนาข่าว เช่น รายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ทางช่อง 3 , รายการจุมกมด ทางช่อง 7 , รายการสยามเช้านี้ (เริ่ม 1 ม.ค. 2550) ทางช่อง 5 และ รายการข่าวข้นคนข่าว (เริ่ม 1 ม.ค. 2550) ทางช่อง 9

การผลิตและร่วมผลิตรายการกับช่องอื่นๆ รายได้หลักมาจาก การขาย Spot โฆษณา

รายการโทรทัศน์ที่บริษัทผลิตในปัจจุบัน (มกราคม 2550) ได้แก่

ออกอากาศทาง	รายการ
ช่อง TTV 1	สถานีข่าว Nation Channel มีรายการทุกประเภทแต่เน้นการรายงานข่าว และสนทนาข่าวทุกรูปแบบตามสถานการณ์ โดยแพร่ภาพในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล สำหรับต่างจังหวัดรับชมภาพทางช่อง ABTV 1 ผ่านเคเบิลท้องถิ่น
ช่อง 3	ร่วมผลิตรายการวิเคราะห์สถานการณ์ข่าวประเด็นดัง “เรื่องเด่นเย็นนี้” โดยคุณธีระ ธัญไพบูลย์ ทุกวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 17.30 น.-18.30 น.
ช่อง 5	รายการวิเคราะห์สถานการณ์ข่าว “สยามเช้านี้” ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 06.15 น.-07.25 น
ช่อง 7	รายการสนทนาเกี่ยวกับข่าวเหตุการณ์ปัจจุบัน “จุมกมด” ทุกวันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 06.30 น.- 07.15 น.
ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	- รายการประเภทวิเคราะห์ข่าว “ข่าวข้นคนข่าว” ทุกวันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 21.30 น.- 22.00 น. - รายการประเภทวาไรตี้ “จุดชนวนความคิด” ทุกวันอังคาร เวลา 23.00 น.- 24.00 น. - รายการวิเคราะห์สถานการณ์ต่างประเทศ “ชีพจรโลก กับสุทธิชัย หยุ่น” ทุกวันจันทร์ เวลา 22.00 น.-23.00 น. “ชีพจรโลกวันนี้” ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.00 น.-08.15 น. - รายการสาระความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบที่เข้าใจง่าย “E-Life E-Business” ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 9.30 น.-10.30 น.

สิทธิและข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

ความไม่แน่นอนของผังรายการใน Free TV และนโยบายของรัฐบาลต่อเสรีภาพของสื่อ

การตลาดและการแข่งขันของธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์

การตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาด

1) การผลิตรายการข่าวอย่างมีคุณภาพ และน่าเชื่อถือ

บริษัทได้เล็งเห็นและตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพข่าว ความถูกต้อง รวดเร็ว เทียบตรง เชื่อถือได้ ยุติธรรม และความเป็นกลาง โดยได้มีนโยบายในการรักษาและเพิ่มคุณภาพรายการโทรทัศน์รวมทั้งเน้นจุดเด่นในด้านความพร้อมของทีมงานบุคลากรข่าวและฐานข้อมูลข่าวของบริษัทที่มีอยู่ ซึ่งมีผลงานและชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในด้านผู้นำการผลิตรายการข่าวโทรทัศน์ จุดเด่นของการผลิตรายการข่าวที่มีคุณภาพคือ ความน่าเชื่อถือของบุคลากรที่มีคุณภาพ ความอิสระของฝ่ายข่าวซึ่งไม่มีผลประโยชน์ทางการเมือง หรือผลประโยชน์ใดๆ ดังนั้น การเสนอข่าวจึงมีความเป็นกลาง สามารถตรวจสอบได้ และมีรูปแบบการนำเสนอรายการที่หลากหลายเช่น รายงานข่าวสด สดชนาข่าว วิเคราะห์ข่าว เบื้องหน้าเบื้องหลังข่าว เกาะติดสถานการณ์ หรือสอบถามความเห็นประชาชน เป็นต้น

2) รูปแบบนำเสนอ Content ที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่าง

โดยบริษัทมีกลยุทธ์ในการกระจายเวลาออกอากาศตามสถานีโทรทัศน์ต่างๆ และเคเบิลทีวีทั่วไป โดยไม่ผูกขาดกับสถานีใดสถานีหนึ่ง โดยการแพร่ภาพตามช่องทางการออกอากาศนั้นสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมรายการเป้าหมายที่กว้างขึ้น ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าที่ต้องการลงโฆษณาในรายการของบริษัท ซึ่งปัจจุบันได้ออกอากาศทางทีวี ช่อง 3, ช่อง 5, ช่อง 7, ช่อง 9, และ เคเบิลทีวี ช่อง TTV 1

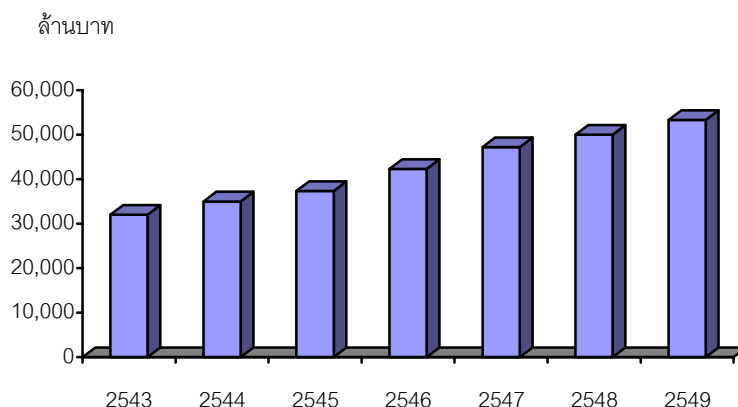
3) รูปแบบการขายที่หลากหลาย เป็น Spot, Package, Sponsor

บริษัทกำหนดรูปแบบการขายสื่อโฆษณาที่หลากหลายให้มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่ต้องการจะซื้อข้อมูลข่าวสารกระจายไปยังกลุ่มผู้ชมเป้าหมายของรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศตามสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ เช่น เสนอขายโฆษณาเพื่อออกอากาศในรายการเดียวโดยเฉพาะ หรือเสนอขายเป็นแพ็คเกจ (Package) คือขายโฆษณา เพื่อออกอากาศได้หลายรายการ และหลายสื่อในเครือ นอกจากนี้บริษัทยังสามารถผลิตรายการให้ลูกค้าได้ในหลากหลายรูปแบบ

มูลค่าตลาดโฆษณาทางโทรทัศน์

จากการสำรวจของ บริษัท นิลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) ในด้านค่าใช้จ่ายโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์พบว่าปี 2549 สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์มีมูลค่ารวมประมาณ 53,000 พันล้านบาท หรือคิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดกว่าร้อยละ 59 ของค่าใช้จ่ายโฆษณาผ่านสื่อทั้งหมด โดยมีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 6.5% เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2548 โดยอัตราการเติบโตเป็นไปตามอัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมโฆษณาซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 4.95% ทั้งนี้หากอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้ธุรกิจโฆษณาทางโทรทัศน์เติบโตสูงขึ้นด้วย เนื่องจากผู้ผลิตจะใช้งบโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการเพื่อที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

มูลค่าค่าใช้จ่ายโฆษณาในสื่อโทรทัศน์



ที่มา : บริษัท นิลเส้น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย)

แนวโน้มในอนาคต

รายการประเภทข่าวและสนทนาข่าวเป็นรายการที่มีผู้ชมรายการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้ง Free TV และ Pay TV ซึ่งจะเพิ่มโอกาสให้ผู้ผลิตรายการ โทรทัศน์ประเภทข่าวและสาระ ผลิตรายการให้กับสถานีช่องต่างๆ มากขึ้น อาจจะส่งผลให้เกิดรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ และสถานีช่องใหม่เพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามเนื่องจากรายการประเภทสนทนาข่าวมีผู้ผลิตหลายราย ดังนั้นผู้ผลิตแต่ละรายต้องสรรหารูปแบบและความแตกต่างในการนำเสนอเพื่อผู้ชมจะได้รับข่าวสารที่ครบถ้วนจากข้อมูลผ่านการวิเคราะห์แบบรูจิง ซึ่งจะช่วยให้วงการทีวีไทยและผู้ผลิตสามารถก้าวขึ้นมาแข่งขันในระดับนานาชาติได้ เช่น ผลิตสารคดี และสารคดีเชิงข่าวที่สามารถจำหน่ายได้ทั้งในประเทศและส่งออกต่างประเทศ นอกจากนี้ ในอนาคตรายการ TV จะสามารถเข้าถึงผู้ชมได้ใกล้ชิดและเฉพาะกลุ่มมากขึ้น รวมทั้งผู้ชมจะมีโอกาสในการมีส่วนร่วมมากขึ้นผ่านระบบ New Media เป็นต้น

การผลิตและการจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

ปัจจัยหลักในการผลิตรายการโทรทัศน์ได้แก่ช่องทางการออกอากาศ (ทั้งใน Free TV, Cable TV และ Media อื่นๆ) บุคลากร, ค่าเช่าสถานี สถานีที่ใช้ในการถ่ายทำและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต เป็นต้น

บุคลากร

ปัจจุบัน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด มีบุคลากรทั้งหมดประมาณ 178 คน บุคลากรส่วนใหญ่เป็นพนักงานประจำ ซึ่งได้รับค่าตอบแทนเป็นเงินเดือน นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบายต่อยอดบุคลากร โดยการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการปฏิบัติงานร่วมกันเป็นทีม และประสานกับกองบรรณาธิการสื่ออื่นๆ ในเครือ เนชั่น กรุ๊ป ดังนั้นหากสูญเสียบุคลากรในส่วนใด เนชั่น กรุ๊ป สามารถจัดหาบุคลากรเข้าปฏิบัติหน้าที่แทนได้ทันที เนื่องจากเครือเนชั่นมีทรัพยากรบุคคลที่มีความพร้อมอยู่แล้วจึงไม่ส่งผลกระทบต่อบริษัท สำหรับในกรณีที่รายการที่ต้องอาศัยบุคลากรเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน บริษัทจะพิจารณาว่าจ้างเป็นกรณี โดยจ่ายค่าตอบแทนตามอัตราตลาด นอกจากนี้ความร่วมมือและการประสานงานที่ดีในการผลิตรายการร่วมกับทีมข่าวจากสื่อสิ่งพิมพ์ ภายในกลุ่มทำให้บริษัทสามารถใช้ศักยภาพของทีมข่าวคุณภาพของเครือเนชั่น ที่มีความสามารถเฉพาะด้านมาใช้ในการผลิตหรือดำเนินรายการได้หลากหลายรูปแบบ ทำให้สามารถรักษาคุณภาพข่าว ความน่าเชื่อถือ ได้อย่างครอบคลุมทุกประเด็นของข่าวที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน รวมทั้งยังมีความสามารถที่จะผลิตรายการเพิ่มขึ้นได้อีกในอนาคตโดยไม่ต้องสรรหาบุคลากรด้านข่าวเฉพาะด้านเพิ่มขึ้น

คำจ้างผู้ดำเนินรายการ

ผู้ดำเนินรายการส่วนใหญ่เป็นพนักงานประจำ บริษัทจ่ายเงินเดือนเป็นค่าตอบแทนเหมือนพนักงานฝ่ายการผลิตทั่วไป ยกเว้นผู้ดำเนินรายการที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน จะว่าจ้างเป็นกรณีเช่นเดียวกับผู้จัดรายการอิสระภายนอก (Freelance)

ค่าเช่าเวลาออกอากาศ

ปัจจุบันบริษัทเช่าเวลาออกอากาศที่เฉพาะการออกอากาศสถานีของเนชั่นแนลทางสถานีโทรทัศน์ TTV ช่อง 1 เท่านั้น ส่วนข้อตกลงในการออกอากาศใน Free TV จะเป็นข้อตกลงในลักษณะ Time Sharing หรือข้อตกลงในการแบ่งเวลา หรือรายได้ค่าโฆษณาระหว่างบริษัทกับทางสถานี โดยบริษัทเป็น Content Provider จึงไม่ผูกขาดการผลิตหรือร่วมผลิตรายการ ให้กับสถานีใดสถานีหนึ่ง สำหรับในสื่อ New Media จะมีต้นทุนในการดำเนินงานค่อนข้างต่ำเนื่องจากการรวบรวม Content ที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ เพิ่มขึ้น

สถานที่ใช้ในการถ่ายทำและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต

เนื่องจากรายการที่บริษัทผลิตส่วนใหญ่เป็นรายการข่าว วิเคราะห์ข่าว หรือสนทนาข่าว ซึ่งส่วนใหญ่มีการเชิญผู้ที่เกี่ยวข้องมาร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการ ดังนั้นรูปแบบของรายการและสถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำจึงไม่ซับซ้อน โดยส่วนใหญ่จะใช้สถานที่ภายในของบริษัทจัดทำเป็นห้องสตูดิโอออกอากาศ หรือใช้ห้องข่าวในการผลิตรายการ

สำหรับการรายงานข่าวแบบเกาะติด ส่วนใหญ่จะเป็นการออกไปรายงานข่าว ณ สถานที่จริง จึงไม่มีค่าใช้จ่ายด้านสถานที่ ในการถ่ายทำ

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

ธุรกิจผลิตรายการวิทยุ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท เนชั่น เรดิโอ เน็ตเวิร์ค จำกัด (โดยในปี 2550 บริษัท เนชั่น เรดิโอ เน็ตเวิร์ค จำกัด จะโอนรายการวิทยุให้กับทาง บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นผู้ดำเนินงาน เพื่อลดขั้นตอน และเพิ่มความคล่องตัวในการปฏิบัติงานของบริษัท) ซึ่งบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด ถือหุ้น 99.99% โดยดำเนินธุรกิจจัดรายการวิทยุในรูปแบบการรายงานข่าวฉนวนทันเหตุการณ์ และการวิเคราะห์ข่าว ปัจจุบันสถานีวิทยุส่วนใหญ่เป็นของหน่วยงานราชการ เช่น อ.ส.ม.ท., กรมประชาสัมพันธ์, กรมอุตุนิยมวิทยา, กองทัพบก, กองทัพเรือ, กองทัพอากาศ ฯลฯ โดยจะเปิดประมูลคลื่นวิทยุให้แก่ผู้สนใจทั่วไป โดยผู้ที่ประมูลได้จะผลิตรายการเองหรือนำเวลาที่ได้มาจัดสรรจำหน่ายให้แก่ผู้ผลิตรายการที่สนใจต่อไป (Subcontract) ซึ่งเงื่อนไขต่างๆ ขึ้นอยู่กับการเจรจาต่อรองโดยไม่มีสัญญาใดๆ เป็นข้อผูกมัด ลักษณะของรายการที่ผลิตแบ่งออกเป็นหลายประเภทได้ดังนี้

1. รายการที่นำเสนอข่าวสารและรายงานความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ที่น่าสนใจ

เป็นรายการเพื่อนำเสนอข่าวสารทั้งในและต่างประเทศ และรายงานความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ที่น่าสนใจทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม โดยใช้ฐานข้อมูลข่าวของเครือเนชั่น จึงทำให้สามารถเสนอข่าวได้รวดเร็ว ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบในการดำเนินงานที่ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด นอกจากนี้ ยังมีการสัมภาษณ์บุคคลในข่าวประจำวัน รายงานข่าวตลาดเงิน ตลาดทุน รายงานและวิเคราะห์ภาวะการซื้อขายหลักทรัพย์ ทั้งนี้มีข้อตกลงในการจัดสรรรายได้โฆษณาบางส่วนให้แก่ผู้ประมูลสถานีวิทยุ โดยมีเงื่อนไขที่บริษัทไม่ต้องชำระค่าเช่าเวลาสถานี

รายการที่บริษัท เนชั่น เรดิโอ เน็ตเวิร์ค จำกัด ผลิตและออกอากาศ ทางสถานีวิทยุ FM.90.5 Mhz. ซึ่งออกอากาศทุกวันจันทร์ – ศุกร์ วันละประมาณ 8 ชั่วโมง มีดังนี้

เวลาออกอากาศ	รายการ	รูปแบบรายการ
08-09.30น. 11.30-12.00น. 19.30-20.30น.	เก็บตกจากเนชั่น	• รายงานข่าวเชิงสนทนาครอบคลุม เศรษฐกิจ การเมืองสังคม พร้อมสัมภาษณ์บุคคล ในช่วงข่าวเด่นประจำวัน Link สัญญาณและออกอากาศพร้อมกันกับ เนชั่นแซนด์ TTV 1 • รายงานความเคลื่อนไหว ทั้งการเมือง สังคม ต่างประเทศ • สรุปเหตุการณ์ตลอดวันที่ผ่านมา พร้อมเจาะลึกในทุกประเด็นข่าว (ออกอากาศหลังรายการเก็บตกจากทางเนชั่นแซนด์)
09.30-10.00น. 18.30-19.00น	ซีฟเจอร์โลก	• เกาะติดสถานการณ์ รายงานความเคลื่อนไหวเจาะลึกทุกมุมโลก • วิเคราะห์ทุกเรื่องราวข่าวสารรอบโลก
10.00-11.00น. 11.00-11.30น.	เงินทองต้องรู้	• ตรวจสอบตลาดหุ้น ตลาดเงิน และการเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างละเอียดกับนักวิเคราะห์ • วิเคราะห์ข่าวสารด้านเศรษฐกิจ สนทนากับแขกเชิงธุรกิจ พร้อมเปิดสายไขปัญหา
13.00-14.00น.	ออโตเซอร์วิส	• ไขสารพันปัญหา ตอบคำถามสดๆ ทุกประเด็นสงสัย ในทุกเรื่องราวของวงการรถยนต์โดยผู้เชี่ยวชาญ
14.00-15.00น.	คลินิกคนรักบ้าน	• นำเสนอข่าวในแวดวงอสังหาริมทรัพย์ เปิดสายตอบปัญหาเรื่องบ้าน โดยผู้เชี่ยวชาญ

2. รายการข่าวสั้นต้นชั่วโมง

เป็นการนำเสนอข่าวสั้นทุกต้นชั่วโมงทุกวัน (ยกเว้นช่วงถ่ายทอดข่าวจากทางสถานี) โดยนำเสนอรายงานข่าวสั้นทันเหตุการณ์ทุกประเภทซึ่งรายงานจากนักข่าวทั่วประเทศ โดยบริษัทมีรายได้จากการโฆษณา และจะจัดสรรตามสัดส่วนที่ได้ตกลงให้กับผู้ที่ประมูลสถานี สำหรับรายการข่าวสั้นต้นชั่วโมงที่ออกอากาศในปัจจุบัน ได้แก่

ออกอากาศทาง	ลักษณะของรายการ
สถานีวิทยุ F.M.90.5 Mhz.	เป็นรายการที่นำเสนอข่าวสารและรายงานความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ที่น่าสนใจ
สถานีวิทยุ F.M 95.75 Mhz.	เป็นรายการที่นำเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และรายงานสายตรงจากชุมชน
สถานีวิทยุ A.M. 1107 Khz	เป็นรายการข่าวสั้นต้นชั่วโมง

สิทธิและข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

ความไม่แน่นอนของคลื่นวิทยุที่ได้รับ และนโยบายของรัฐบาลต่อเสถียรภาพของสื่อวิทยุ

การตลาดและภาวะการแข่งขันของธุรกิจวิทยุ

การตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาด

1. การผลิตรายการข่าวที่มีคุณภาพและทันเหตุการณ์

โดยบริษัทมุ่งในเรื่องความเป็นมืออาชีพของผู้ผลิตและผู้ดำเนินรายการที่เป็นบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ความรวดเร็วและความถูกต้องของข่าวและประเด็นที่สำคัญต่อเหตุการณ์ประจำวัน (Hot Issue) ซึ่งบริษัทได้เปรียบจากการมีฐานข้อมูลข่าวที่ดี และผู้ดำเนินรายการที่มีความเชี่ยวชาญและมีไหวพริบในการสัมภาษณ์แหล่งข่าวต่างๆ และทีมงานที่มีคุณภาพ

2. รูปแบบการขายที่หลากหลาย เป็น Spot, Package, Sponsor

รูปแบบการขายโฆษณามีความหลากหลายตามลักษณะของรายการและความต้องการของลูกค้า เช่น อัตราค่าโฆษณาในการสนับสนุนข่าวสั้นต้นชั่วโมง การโฆษณาเฉพาะรายการ หรือเป็นผู้สนับสนุนหลักทำให้ลูกค้ามีทางเลือกสามารถจัดสรรให้เหมาะสมกับงบประมาณที่มีอยู่ ทั้งนี้บริษัทให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่ลงโฆษณาในลักษณะ “ผู้สนับสนุนหลัก” และสำหรับลูกค้าที่มีการเซ็นสัญญาในระยะยาว

ภาวะการแข่งขัน

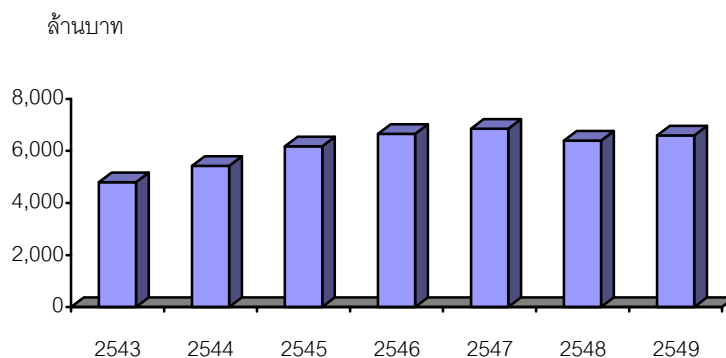
ผู้ผลิตรายการข่าวทางวิทยุต้องมีความพร้อมทั้งด้าน ประสบการณ์ ความชำนาญ บุคลากร เงินทุนและความสัมพันธ์กับภาครัฐบาลหรือเจ้าของสถานี โดยในปัจจุบันผู้ผลิตรายการด้านการเสนอข่าวให้แก่สถานีวิทยุต่างๆ ได้แก่ อ.สม.ท. กรมประชาสัมพันธ์, สำนักข่าว INN, วิทยุเนชั่น, แปซิฟิก เป็นต้น โดยมีการแข่งขันเพิ่มขึ้น ทั้งด้านคุณภาพ, ลักษณะรายการ และรูปแบบของรายการ การเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งเป็นการแข่งขันในลักษณะของกลุ่มเฉพาะ (Market Segmentation) ประกอบกับในปัจจุบันได้มีสถานีวิทยุย่อย หรือที่เรียกว่าวิทยุชุมชน ซึ่งพัฒนามาจากการแจ้งข่าวสารกันภายในหมู่บ้าน หรือภายในตำบล กลายมาเป็นวิทยุชุมชนที่เกิดขึ้นอย่างมากมายในปัจจุบันนี้ โดยมีแนวโน้มที่จะแบ่งกลุ่มผู้ฟังอย่างชัดเจนมากขึ้นในอนาคต ทำให้มีการแย่งเม็ดเงินโฆษณาจากผู้ดำเนินรายการประเภทเดียวกัน ดังนั้นจะมีการนำกลยุทธ์ด้านราคามาใช้กันมากขึ้น โดยกลุ่มลูกค้าโดยตรงและ Agency จะมีทางเลือกและอำนาจในการต่อรองเพิ่มมากขึ้น โดยจะเลือกรายการที่มี Rating สูง และเป็นช่วง Prime Time และตรงตามเป้าหมายมากขึ้น

มูลค่าตลาดโฆษณาทางสื่อวิทยุ

จากการสำรวจของ บริษัท นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) ในด้านค่าใช้จ่ายโฆษณาผ่านสื่อวิทยุพบว่าในปี 2549 สื่อโฆษณาทางวิทยุมีมูลค่าประมาณ 6.5 พันล้านบาท หรือคิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดกว่าร้อยละ 7% ของค่าใช้จ่ายโฆษณาผ่านสื่อทั้งหมด โดยในปีที่ผ่านมาถือว่าสื่อวิทยุมีอัตราการขยายตัวคงที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อยประมาณ 3% เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2548 อย่างไรก็ตามการเติบโตของธุรกิจสื่อวิทยุจะขึ้นอยู่กับอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจภายในประเทศเป็นหลัก

อย่างไรก็ตามแม้ว่าอุตสาหกรรมโฆษณาในสื่อวิทยุจะคงที่ แต่กลุ่มบริษัทได้มีนโยบายการเพิ่มรายได้ของบริษัท โดยการให้บริการในสื่อ New Media จึงเป็นผลให้บริษัทได้รับรายได้จากสื่อวิทยุและ New Media เพิ่มขึ้นถึง 30% เมื่อเทียบกับปี 48

มูลค่าค่าใช้จ่ายโฆษณาในสื่อวิทยุ



ที่มา : บริษัท นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย)

แนวโน้มในอนาคต

ธุรกิจวิทยุมีการขยายตัวในระดับค่อนข้างต่ำ เนื่องจากผลกระทบของภาวะไม่แน่นอนทางการเมือง, เศรษฐกิจ และจากนโยบาย และการดำเนินการที่ไม่ชัดเจนของรัฐบาลต่อวิทยุชุมชน ทำให้สัญญาณออกมามีความถี่กับคลื่นวิทยุต่างๆ ทำให้เป็นปัญหาต่อการรับฟัง และในปัจจุบันสื่อทางด้านดิจิทัลเป็นสื่อที่มามีแรงในกลุ่มคนยุคใหม่ที่เป็นตัวแปรในการดึงบโฆษณาส่วนหนึ่งจากผู้ลงโฆษณาที่สามารถเลือกใช้สื่อต่างๆ ได้ จึงทำให้การขยายตัวของสื่อวิทยุไม่เติบโตมากนัก อย่างไรก็ตาม หากวิทยุมี Content ที่มีความพร้อมและแข็งแกร่ง และมีกลยุทธ์ในการดึงดูดกลุ่มผู้ฟังและสามารถเข้าถึงฐานผู้ฟังที่ตรงเป้าหมายเฉพาะกลุ่มมากขึ้น ก็จะทำให้งบโฆษณาในสื่อวิทยุมีแนวโน้มที่จะโตขึ้นได้ในอนาคต

การผลิตหรือการจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

ปัจจัยหลักในการผลิตรายการวิทยุได้แก่ บุคลากร และค่าเช่าสถานีวิทยุหรืออัตราค่าเช่าแบ่งรายได้ (Time Sharing)

บุคลากร

กลุ่มบริษัทมีบุคลากรด้านการผลิตรายการวิทยุทั้งหมดจำนวน 32 คน สำหรับแหล่งข่าวได้บริหารจัดการโดยศูนย์ข่าวของบริษัทเพื่อเป็นศูนย์กลางฐานข้อมูลทั้งหมดโดยดำเนินการร่วมกันเป็นทีมข่าวต่างๆ เช่น กลุ่มธุรกิจ เศรษฐกิจ การเมือง การค้าระหว่างประเทศ การกีฬา การศึกษา ฯลฯ สำหรับผู้จัดรายการส่วนใหญ่เป็นพนักงานประจำซึ่งมีเงินเดือนเป็น

คำตอบแทนเช่นเดียวกับพนักงานฝ่ายการผลิตทั่วไป ยกเว้นผู้จัดรายการที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง บริษัทจะว่าจ้างเป็นผู้จัดรายการอิสระ โดยให้ผลตอบแทนตามอัตราตลาด

ค่าเช่าสถานีวิทยุ

สำหรับค่าเช่าเวลาสถานีวิทยุเป็นข้อตกลงของหน่วยงานราชการกับผู้ประมวลเวลา โดยผู้ที่ประมวลเวลาได้จะไปจัดสรรแก่ผู้เช่าช่วงต่อไปหรือจัดหาผู้ผลิตรายการในช่วงต่างๆ โดยมีข้อตกลงเกี่ยวกับการแบ่งรายได้โฆษณา สำหรับบริษัทเองถือเป็นผู้ผลิตในลักษณะ Content Provider โดยไม่ผูกขาดกับสถานีใดสถานีหนึ่ง

ขั้นตอนการผลิต

กลุ่มบริษัทเนชั่น ได้มีการรวบรวมข่าวสารจากแหล่งต่างๆ อย่างครบวงจรไว้ที่ศูนย์กลางเรียกว่า “สำนักข่าวเนชั่น” ซึ่งถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการผลิตข่าวผ่านสื่อต่างๆ ในกลุ่มบริษัท สำหรับขบวนการผลิตข่าวสั้นต้นชั่วโมงนั้น บรรณาธิการจะทำการคัดเลือกหัวข้อข่าว รวบรวมเรียบเรียงข่าวที่จะนำเสนอ ส่งให้สถานีทำการออกอากาศต่อไป ในส่วนของการจัดรายการที่นำเสนอข่าวสารและรายงานความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ บรรณาธิการและผู้จัดรายการจะร่วมกันคัดเลือกหัวข้อที่จะนำเสนอ และจัดเตรียมข้อมูลสนับสนุน โดยผู้จัดรายการจะทำการลงเสียงบรรยายที่สถานีและเผยแพร่ออกอากาศทันที

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

ธุรกิจ New Media

ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เนื่องจากปัจจุบันโลกของการสื่อสารเปลี่ยนไป โดยมีการใช้เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต, โทรศัพท์มือถือมากขึ้น และเกิดช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ หรือ New Media ซึ่งเป็นสิ่งที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว สำหรับกลุ่มบริษัทเองในระยะเวลาที่ผ่านมาได้ให้บริการข่าวสารผ่านช่องทาง Internet, โทรศัพท์มือถือ ซึ่งนับวันจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เนื่องจากสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงลูกค้าได้เฉพาะกลุ่ม

ด้วยเทคโนโลยีมีการแข่งขันและพัฒนารูปแบบการใช้งานที่หลากหลายมากขึ้น ดังนั้นในอนาคตคาดว่าสื่อ New Media จะมีการขยายตัวสูงอย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงเล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนา และเตรียมการผลิต Content เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการรับชมข่าวสารที่หลากหลายนี้มากขึ้น รวมทั้งเพื่อตอบสนองวิถีการใช้ชีวิตที่ทันสมัยของคนยุคใหม่ และความต้องการของผู้บริโภคโดยผ่านสื่อใหม่ๆ เช่น Nation News on Mobile ซึ่งเป็นบริการส่งข่าวธุรกิจ และ ข่าวทั่วไปทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในรูปแบบ SMS ผ่านทางระบบมือถือของทุกเครือข่าย รวมทั้งรูปแบบบริการส่งภาพข่าว หรือเหตุการณ์ต่างๆ และรายงานข่าวในรูปแบบ MMS ซึ่งคงจะเกิดขึ้นไม่นานจากนี้เมื่อบริการพื้นฐานของประเทศสามารถรองรับได้ นอกจากนี้บริษัทได้ร่วมมือกับพันธมิตรในส่งภาพข่าวและรายงานข่าวผ่านช่องทางต่างๆ เพิ่มขึ้น ได้แก่ เว็บไซต์ Pantip.com , IPTV ซึ่งเป็นระบบใหม่ของ TRUE ที่ทางผู้ชมรายการสามารถชมรายการสดและรายการย้อนหลังได้ตลอดเวลา นอกจากนั้นบริษัทยังมีการจัดทำ Weblog เพื่อสร้างชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการนำเสนอข่าวและร่วมแสดงความคิดเห็นได้ที่ www.oknation.net/

บริษัทคาดว่าสื่อเหล่านี้จะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทมีนโยบายที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับสื่อรูปแบบใหม่ดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เช่นกัน เพื่อตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายและเพื่อสร้างเสริมประสบการณ์และความได้เปรียบในการเจาะตลาดในอนาคต

4. การวิจัยและพัฒนา

บริษัทให้ความสำคัญกับหน่วยงานวิจัยและพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และเป็นฐานข้อมูลที่สำคัญให้กับบริษัทใช้ในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อรองรับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในอนาคต โดยบริษัทมีหน่วยงานที่ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจโดยเฉพาะคือ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ (Business Development Department) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นไปได้เกี่ยวกับการขยายธุรกิจที่เกี่ยวข้อง, ศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลทางการเงินของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในประเทศ รวมทั้งติดตามพัฒนาการของธุรกิจที่รอบโลกโดยอ้างอิงข้อมูลจากแหล่งข้อมูลชั้นนำ อาทิ World Association of Newspapers (WAN) และ Ifra เป็นต้น

นอกจากหน่วยงานดังกล่าวแล้วบริษัทยังมีฝ่ายการตลาดที่ติดตามข้อมูลทางการตลาดและคู่แข่งอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับการลงโฆษณาในสื่อต่างๆ และข้อมูลการจำหน่ายหนังสือพิมพ์ในเครือของบริษัทเปรียบเทียบกับคู่แข่ง โดยรายงานให้ฝ่ายบริหารที่เกี่ยวข้องทราบอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมตรงกับความต้องการของลูกค้า ส่วนข้อมูลด้านอุตสาหกรรมโฆษณารับบริษัทได้รับข้อมูลจากบริษัทวิจัยอิสระภายนอก เช่น Media Data Resources (MDR) หรือ ACNielsen Thailand เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมของอุตสาหกรรม

การแข่งขันทางการค้าในปัจจุบัน ปัจจัยที่มีความสำคัญในปัจจุบัน คือ ข้อมูลเพื่อการบริหารและการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถทราบปัญหาได้ล่วงหน้าเพื่อแก้ปัญหาได้ทันต่อเหตุการณ์ อีกทั้งความก้าวหน้าในเทคโนโลยีด้านนี้จากต่างประเทศได้เข้ามาในประเทศไทยอย่างกว้างขวาง สังคมในปัจจุบันจึงเป็นสังคมที่เปิดกว้างไร้พรมแดน การแข่งขันจึงไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มคู่แข่งเดิมๆ อีกต่อไป บริษัทได้ตระหนักถึงสถานการณ์ดังกล่าวว่าจะส่งผลกระทบต่อการค้าและการในอนาคตร บริษัทจึงได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาระบบสารสนเทศของทั้งองค์กรอย่างจริงจัง มีแผนพัฒนาเป็นขั้นตอนในทุกๆ ส่วนงาน เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย

ในด้านบุคลากร ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีค่าและมีความสำคัญต่อองค์กร บริษัทได้มีโครงการพัฒนามูลค่าบุคลากรในระดับต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เริ่มนำเทคนิคการบริหารงานบุคคลสมัยใหม่เข้ามาใช้กับหน่วยงานกลุ่มต่างๆ และขยายไปจนเต็มรูปแบบตามแผนงาน ตลอดจนการปรับวิธีการประเมินผลการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การปรับปรุงการจ่ายค่าตอบแทนในรูปแบบต่างๆ แก่พนักงานให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการดึงดูดและจูงใจให้พนักงานที่มีคุณภาพได้อยู่กับบริษัทและเป็นทรัพยากรที่มีค่าขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้องค์กรมีความเข้มแข็ง มีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบต่างๆ และองค์กรสามารถสร้างการเจริญเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

5. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

5.1 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

5.1.1 สินทรัพย์หลักของบริษัทและบริษัทย่อย คือ ที่ดิน อาคารและเครื่องจักรต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิต ดังรายละเอียดต่อไปนี้

มูลค่าทางบัญชีของสินทรัพย์หลักของบริษัทและบริษัทย่อย

มูลค่าทางบัญชีสุทธิของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549

	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ทรัพย์สินที่ใช้เป็น หลักประกันการกู้เงิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)
			ณ 31 ธ.ค. 49
ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	เจ้าของ	ไม่มี	602.92
อาคาร และส่วนปรับปรุง	เจ้าของ	ไม่มี	1,364.19
เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	ไม่มี	125.50
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	เจ้าของ	ไม่มี	151.29
ยานพาหนะ	เจ้าของ	ไม่มี	39.38
รวมที่ดินอาคารและอุปกรณ์			2,283.28
สินทรัพย์ที่ไม่ได้ดำเนินงาน			
สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน	เจ้าของ	ไม่มี	87.83
อาคารที่ไม่ได้ใช้ในการดำเนินงาน	เจ้าของ	ไม่มี	274.66
รวมสินทรัพย์ที่ไม่ได้ดำเนินงาน			362.49

คำอธิบายเพิ่มเติม :

- ที่ดินของกลุ่มบริษัททั้งหมดประมาณ 69 ไร่ แบ่งเป็นส่วนของ NMG 45 ไร่ มีมูลค่าตามบัญชี 300.05 ล้านบาท และของ WPS ประมาณ 24 ไร่ มูลค่าตามบัญชี 82.53 ล้านบาท
- อาคารสำนักงาน แบ่งเป็นส่วนของ NMG ประกอบไปด้วยอาคารสำนักงานใหญ่จำนวน 2 หลัง ที่ถนนบางนา-ตราด , พื้นที่อาคารสำนักงานชั้น ทาวเวอร์ จำนวนประมาณ 42,716.68 ตารางเมตร ซึ่งมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2549 เท่ากับ 1,047 ล้านบาท และอาคารโรงพิมพ์ของบริษัทย่อยที่ กม. 29
- บริษัทย่อยของบริษัททั้งหมด ใช้พื้นที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทเป็นสำนักงาน ซึ่งทำการเช่าพื้นที่เป็นรายปี โดยบริษัทคิดค่าเช่าพื้นที่ในอัตราค่าเช่าเฉลี่ยในราคาตลาดจากบริษัทย่อยเหล่านั้น ยกเว้น บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) ใช้พื้นที่ซึ่งเป็นของบริษัทเองที่ โรงพิมพ์ กม. 29.5
- เครื่องจักรและอุปกรณ์ส่วนใหญ่เป็นของบริษัทย่อยคือ WPS ที่ใช้สำหรับงานพิมพ์หนังสือพิมพ์ โดยมีมูลค่าทางบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2549 เท่ากับ 98.14 ล้านบาท
- เครื่องตกแต่ง และอุปกรณ์สำนักงาน ส่วนใหญ่ คือ อุปกรณ์ Electronic ของ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งมีมูลค่าทางบัญชีประมาณ 80.15 ล้านบาท , เครื่องคอมพิวเตอร์ , และ เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น
- สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน คือ ค่าพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์
- อาคารไม่ได้ใช้ในการดำเนินงาน หมายถึง พื้นที่อาคารสำนักงาน Nation Tower ซึ่งมีพื้นที่ประมาณ 9,110.57 ตารางเมตร (ชั้นที่ 27-30, 36-39) โดยเป็นส่วน High zone ที่บริษัทยังไม่ได้เปิดให้เช่า อย่างไรก็ตามในปี 2550 บริษัทคาดว่าจะสามารถเปิดให้บริการได้

5.1.1 บริษัทและบริษัทย่อยมีทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน (ลิขสิทธิ์หรือสิทธิ) ที่สำคัญในการประกอบธุรกิจโดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

บริษัท เนชั่นบุ๊คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

สิทธิในการพิมพ์ ตัวแทนจำหน่าย และจัดส่งสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ได้แก่

ผู้ให้สิทธิ	วันทำสัญญา	ลักษณะของสัญญา
1. The Yomiuri Shimbun (Japan)	3 ต.ค. 33	ตัวแทนจำหน่ายและจัดส่งในประเทศไทย
2. The Yomiuri Shimbun (Japan)	3 ต.ค. 39	บริการด้านการพิมพ์ในประเทศไทย
3. The Yomiuri Shimbun (Japan)	1 พ.ค. 37	สิทธิในการขายพื้นที่โฆษณาในหนังสือพิมพ์ที่พิมพ์ในประเทศไทย (เอเชียตะวันออกเฉียงใต้)
4. Dow Jones Publishing Co. (Asia) Inc.	23 ต.ค. 30	บริการด้านการพิมพ์ และเป็นตัวแทนจำหน่ายและจัดส่งในประเทศไทย
5. Dow Jones Publishing Co. (Asia) Inc.	22 พ.ย. 37	บริการด้านการพิมพ์ในประเทศไทย

สิทธิในการเป็นตัวแทนจำหน่าย ขายสมาชิกหนังสือต่างประเทศ

ผู้ให้สิทธิ	วันทำสัญญา	ลักษณะของสัญญา
1. Dow Jones Publishing Co. (Asia) Inc.	1 ต.ค. 38	ตัวแทนจำหน่าย , ขายสมาชิก Newsstand จัดส่งหนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal. Asia และ หนังสือ Far Eastern Economic Review
2. Panacea Publishing Asia Limited	9 ม.ค 39	ตัวแทนจำหน่าย , ขายสมาชิก Newsstand จัดส่ง หนังสือ Business Traveller
3. Time Inc.	1 ส.ค. 42	ตัวแทนขายสมาชิก หนังสือ Time, Fortune
4. Reader's Digest Asia – Thailand	13 มิ.ย. 43	ตัวแทนขายสมาชิก หนังสือ Reader's Digest (English) และ Reader's Digest (Chinese)
5. Forbes Inc.	1 พ.ค. 43	ตัวแทนขายสมาชิก หนังสือ Forbes Asia
6. PT. Mahapala Mahardika	3 ส.ค. 47	ตัวแทนจำหน่าย Newsstand หนังสือ Destin Asian
5. Sciencetech Asia Holding Sdn. Bhd	1 ก.ค. 47	ตัวแทนจำหน่าย Newsstand หนังสือ Fleet Auto
6. Communication Resources Pte Ltd.	1 มิ.ย. 49	ตัวแทนจำหน่าย Newsstand หนังสือ LUXX Jewellery

หมายเหตุ เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสายธุรกิจด้านการศึกษา บันเทิง และต่างประเทศ ตั้งแต่เดือนมิ.ย.2549 โดยให้บริษัท เนชั่นบุ๊คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นแกนหลักในการดำเนินธุรกิจ ทำให้ธุรกิจตัวแทนโฆษณาและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งจากเดิมอยู่ภายใต้การดำเนินการของ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนมาให้ บริษัท เนชั่นบุ๊คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ดำเนินการแทน

ลิขสิทธิ์ที่ได้รับในการจัดพิมพ์ พ็อกเก็ตบุ๊ก ในปี 2549

เจ้าของลิขสิทธิ์ต่างประเทศซึ่งให้สิทธิในการแปล และพิมพ์เป็นภาษาไทย เพื่อจัดจำหน่ายในประเทศไทย เช่น

ผู้ให้สิทธิ	วันทำสัญญา	เรื่อง
Amacom	24 ม.ค. 2549	The Ugly Ducking Goes to Work
Berrett-Koehler Publishers, Inc.	2 ก.พ. 2549	The Laws of Lifetime Growth
Kodansha Ltd.	10 เม.ย. 2548	Tenshi no naifu
Scribner, an imprint of Simon & Schuster	26 พ.ค. 2549	Buffettology
James Patterson/ Linda Michaels, Ltd.	6 มิ.ย. 2549	Mary Mary
Pearson Education, Inc	5 ก.ค. 2549	Little Red Book of Selling, Little Red Book of Sales Answers
Book 21 Publishing Group	13 ก.ค.2549	Cinderella, the Rich and Snow White, the Poor
Woongjin ThinkBig Co., Ltd.	10 ส.ค.2549	Pet Clothes DIY
Harvard Business School Press	15 ส.ค.2549	What's the Big Idea?
Goldenbough Publishing Co., Ltd/ Shinwon Agency Co.	21 ก.ย. 2549	Bunshinsaba

ตัวอย่างเจ้าของลิขสิทธิ์ชาวไทยที่ให้สิทธิในการพิมพ์และจำหน่ายในประเทศไทย เช่น

ผู้ให้สิทธิ	วันทำสัญญา	เรื่อง
นายเอกพงษ์ ตรีตรง	31 ม.ค. 2549	ทีหลังอย่าทำ, ร้าว รั่ว ร้อน
นางสาวอรุณ ภูวิทย์พันธุ์	28 ก.พ. 2549	มัดใจลูกค้าด้วยสุดยอดการบริการ
นายันทขว้าง สิริสุนทร	28 ก.พ. 2549	หมุนโลกให้ช้าลง
นายอภิชาติ สิริผาดิ	1 มี.ค. 2549	ทำงานหนักเท่าไร ทำไมไม่รวยสักที
คณะบุคคลวิวัฒน์และพ่อ	17 มี.ค. 2549	วิวัฒน์ บนครวจินทร์
นายพิทักษ์ ปานเปรม	31 มี.ค. 2549	ย้อนเวลาผจญกรรม
นายคริสโตเฟอร์ ไรท์	31 มี.ค. 2549	ภาษาอังกฤษแบบฝรั่งเข้าใจ คนไทยเก๋ 2
นายพีระพัฒน์ ตรีชัย	8 พ.ค. 2549	คู่มือรถมือสอง
นางปริมลลภ ชูเกียรติมัน	10 พ.ค. 2549	บัวประดับในประเทศไทย 2
นายสังคีต จันทนะโพธิ	1 ส.ค. 2549	ภาษาหัวใจ 3
นายวิทวัส รุ่งเรืองผล	1 ก.ย. 2549	Marketing Classroom เหนือคู่แข่งด้วยการตลาดเชิงยุทธ์
นางสาวกุลนัดดา ปิจฉิมสวัสดิ์	1 ต.ค. 2549	Just Speak Out! By Nina

- กรณีที่เป็นสัญญาลิขสิทธิ์ในลักษณะการให้บริการการพิมพ์และเป็นตัวแทนจำหน่าย และจัดส่งจะเป็นลิขสิทธิ์ประเภท Roll-Over หรือมีผลบังคับใช้ตราប់เท่าที่ยังไม่มีการยกเลิกจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ซึ่งค่าลิขสิทธิ์จะคำนวณจากสัดส่วนตามยอดขายที่เกิดขึ้นจริง โดยสัดส่วนของแต่ละสัญญาจะแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความนิยมของแต่ละผลิตภัณฑ์
- กรณีที่เป็นสัญญาลิขสิทธิ์ในการแปลและพิมพ์ Pocket Book จะตกลงอัตราค่าลิขสิทธิ์จากราคาปกตามปริมาณการพิมพ์หรือยอดขายที่ตกลงกัน ซึ่งเป็นวิธีการคำนวณทั่วไปในธุรกิจ Pocket Book

บริษัท เนชั่น เอ็ดม่อนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด

ผู้ให้สิทธิ	วันทำสัญญา	ลักษณะของสัญญา
1. Sanrio (H.K.)	1 ต.ค. 45	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และ จัดจำหน่ายหนังสือ และ สิ่งพิมพ์ ได้แก่ Sanrio
2. Kingfisher Publications Plc	1 มี.ค. 47/ 24 ต.ค. 48	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และ จัดจำหน่ายหนังสือ และ สิ่งพิมพ์ ได้แก่ 1,000 Years of Famous People
3 Telescreen BV	1 มี.ค. 47	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือ ได้แก่ Han Christain Anderson – The Fairytaler
4. Casterman	14 พ.ค. 47	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และ จัดจำหน่ายหนังสือ และ สิ่งพิมพ์ ได้แก่ Tin Tin
5. Egmont UK Limited	4 เม.ย. 48	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือ ได้แก่ Captain Fact's Series
6. Allegra Publishin	26 ก.ค. 48	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือ ได้แก่ My Money
7. Parramon	15 ก.ค. 48	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือ ได้แก่ My name is
8. Egmont Franz Schneider Verlag	6 ธ.ค. 48	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือ ได้แก่ No Boys 5-8
9. Editions Larousse	31 ต.ค. 49	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือ ได้แก่ Mes Petites Encyclopedia III
10. Warner Bros.	1 มี.ค. 49	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือและ สิ่งพิมพ์ภายใต้ลิขสิทธิ์ Warner Bros. ได้แก่ Scooby-Doo
11. Darling Kindersley Ltd.	20 ก.ค. 49	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และ จัดจำหน่ายหนังสือ ได้แก่ How nearly everything was invented by brainwaves
12. Scholastic Ltd.	1 มี.ย. 49	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และ จัดจำหน่ายหนังสือ ได้แก่ Airy Fairy 5-6
13. Simon & Schuster	21 เม.ย. 49	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือ ได้แก่ Hardy Boy
14. Wendy Pye Publishing Ltd.	1 มี.ย. 49	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือ ได้แก่ The Nature Library Series III
15. The Salariya Book Co.,Ltd.	31 ต.ค. 49	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือ ได้แก่ Whiz Kids, Explosion Zone, You wouldn't want to be

บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด

สิทธิในการผลิต , พิมพ์ และจัดจำหน่าย สิ่งพิมพ์ต่างประเทศที่สำคัญได้แก่

ผู้ให้สิทธิ	วันทำสัญญา	ลักษณะของสัญญา
1. The British Broadcasting Corporate	20 พ.ย. 36	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายสื่อการสอนภาษาอังกฤษของ BBC ทั่วโลก
2. Shueisha Inc.	1 เม.ย. 37	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูน เช่น BOOM, อิคารุเซียน โกะ, Dr. Slump ฯลฯ
3. Kodansha	31 ก.ย. 37	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูน ได้แก่ Chobits, Speed King , Kigochan Smile ฯลฯ
4. Shogakukan, Inc.	เม.ย. 37	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูน โดราเอมอน, 20 th Century Boys, Pluto, Monster
5. Futabasha	30 เม.ย. 38	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูน ได้แก่ Crayon Shinchan
6. Prentice Hall Regent	31 ธ.ค. 39	ให้สิทธิเป็นผู้ผลิตซ้ำ ผู้จำหน่าย ผู้เผยแพร่กระจายภาพและเสียงผ่านสื่อโทรทัศน์ และวิทยุ ผู้ทำการโฆษณาผลิตภัณฑ์
7. I.T.Planning, Inc.	1 เม.ย. 41	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูน เช่น Vagabond, REAL, SlamDunk
8. Toei Animation Enterprises Ltd.	12 ม.ค. 44	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายสมุดภาพพระบายสี ดิจิมอน และเมจิเคิลโคเรมี
9. Shodensha	1 พ.ค. 44	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูน ได้แก่ Paradise Kiss
10. TIGA Ltd.	25 ม.ค. 45	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายสมุดภาพพระบายสี มอนสเตอร์ฟาร์ม
11.Tsuburaya Chaiyo Ltd.	14 ก.พ. 45	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายสมุดภาพพระบายสี อุลตราแมน, หนุมานพบ 7 ยอดมนุษย์
12. Vithita Animation	มิ.ย. 45	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายสมุดพระบายสีชุด ปังปอนด์
13. Chaiyo Production Ltd.	1 ก.ย. 45	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ของ Hyperbottz
14. Kadokawa	1 เม.ย. 45	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูน เช่น Brain Power จักรกลดั่งโลก
15. Animation International Ltd.	1 ธ.ค. 45	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายสมุดภาพพระบายสีชุด Cyborg Kurochan
16. Factory Studio	ก.ย. 45	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูน ได้แก่ อภัยมณีซาก้า, มิดที่ 13
17. Gakken	ก.ย. 46	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือวรรณกรรมเยาวชนเรื่อง What a Lovely Day

ผู้ให้สิทธิ	วันทำสัญญา	ลักษณะของสัญญา
18. Daiwa Shobo	ก.ย. 46	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือวรรณกรรมเยาวชนเรื่อง คาร์มา เจ้าตูบแสนรัก
19. Media Factory	ก.ย. 46	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือวรรณกรรมเยาวชนเรื่อง ชีวิต 150 ชม.
20. Square Enix	ต.ก. 48	ผู้ผลิต ผู้พิมพ์ และจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูนได้แก่ Pupuwa

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัท

ณ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทฯ มีเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในธุรกิจต่าง ๆ รวม 587.84 ล้านบาท แยกเป็น ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์มูลค่ารวม 446.20 ล้านบาท , ธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียงมูลค่ารวม 22.33 ล้านบาท และธุรกิจอื่นในกลุ่มให้บริการข่าวสารข้อมูล รวม 49.06 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยรวม 498.65 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.14 และเงินลงทุนในบริษัทร่วม รวม 19.94 หรือร้อยละ 0.003 ของสินทรัพย์รวม โดยบริษัทฯ มีนโยบายในการลงทุนและเข้าบริหารบริษัทดังกล่าว โดยส่งกรรมการเข้าร่วมบริหารงาน

นโยบายการลงทุน

บริษัทฯ ไม่เน้นการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร (Hardware) แต่จะเน้นการให้บริการในฐานะเป็นผู้ให้บริการข้อมูลข่าวสาร หรือ Content Provider ซึ่งสามารถให้บริการได้ในทุกๆ สื่อ และจะพิจารณาการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักเท่านั้น โดยแบ่งการลงทุนออกเป็น 2 ประเภทคือ

(1) การลงทุนเพื่อขยายเครือข่ายธุรกิจหลักให้ครบวงจร โดยบริษัทร่วมกำหนดนโยบายและเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหาร ซึ่งแยกเป็น 2 กลุ่มธุรกิจหลักและ 6 สายธุรกิจย่อยดังนี้

ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

ประกอบด้วยสายธุรกิจ 6 สาย ดังนี้

5. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย เป็นผู้ผลิตและจำหน่าย หนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ , กรุงเทพธุรกิจ Bizweek , สำนักพิมพ์ บิซบุ๊กส์
6. สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และ นิตยสาร เนชั่นสุดสัปดาห์
7. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น และ เนชั่นจูเนียร์
4. สายธุรกิจ กิจกรรมพิเศษ และฉบับพิเศษ ดำเนินธุรกิจให้บริการจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ และจัดทำสิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษให้กับบริษัทต่าง ๆ เนื่องจากโอกาสพิเศษเพื่อเผยแพร่กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ให้กับสาธารณชน หรือเนื่องจากโอกาสพิเศษ ให้แก่บริษัทต่าง ๆ ที่ต้องการสร้างความแตกต่างจากการประชาสัมพันธ์ปกติ

โดยทั้ง 4 ส่วนธุรกิจรวมกันอยู่ภายใต้ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

5. สายธุรกิจด้านการศึกษา บันเทิง และต่างประเทศ ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กเพื่อการศึกษาและบันเทิงโดยได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ , ผลิตหนังสือเล่มในนามของสำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊กส์ โดยได้รับลิขสิทธิ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งธุรกิจ

สอนภาษาอังกฤษในนาม Direct English โดยอยู่ภายใต้การบริหารงานของบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท เนชั่นเอ็ดมอนด์ เอ็ดดูเทนเมนท์ (NEE) , บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ (NED) และ บริษัท เนชั่น บู้ส์ อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล (NBI) โดยมี NBI เป็นแกนของกลุ่มธุรกิจ

6. ธุรกิจด้านการพิมพ์ ดำเนินธุรกิจรับจ้างพิมพ์ภายใต้บริษัทย่อย คือ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) โดยให้บริการพิมพ์หนังสือพิมพ์ และหนังสืออื่น ๆ ได้แก่ การ์ตูน ฝึกอบรม นิตยสาร รวมถึงงานพิมพ์ที่มีคุณภาพอื่น เป็นต้น โดยในปี 2549 WPS ได้มีพันธมิตรด้านการพิมพ์มาร่วมลงทุนด้วย ในสัดส่วนรวม 15.50% ได้แก่กลุ่มอักษรเจริญทัศน์ ผู้จัดพิมพ์แบบเรียนรายใหญ่, กลุ่มสยามสปอร์ต และ กลุ่มอัมรินทร์พริ้นติ้ง โดยการร่วมลงทุนดังกล่าวก่อให้เกิดประโยชน์จากการรับงานพิมพ์ร่วมกัน เพื่อเป็นการใช้ทรัพย์สินให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย

ในปี 2550 WPS ได้จัดตั้งบริษัทร่วมทุนใช้ชื่อว่า Kyodo Nation Printing Services Co., Ltd. โดยเป็นการร่วมทุนในอัตราส่วน 49% , บริษัท Kyodo Printing Co., Ltd. (จากญี่ปุ่น) ถือหุ้นในอัตราส่วน 49% และบริษัท San-Mic Trading (Thailand) Co., Ltd. ถือหุ้นในอัตราส่วน 2% โดย WPS จะลงทุนด้วยเครื่องจักรและอุปกรณ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการงานพิมพ์ Commercial printing ได้แก่การพิมพ์ Magazine และ Pocket Book ทั้งในและต่างประเทศ แต่ไม่รวมการพิมพ์หนังสือพิมพ์ (ซึ่งจะยังคงดำเนินงานโดยบริษัท WPS เอง) ซึ่งการร่วมทุนจะเป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินเพิ่ม และเป็นการขยายตลาดการให้บริการยังต่างประเทศ (export) รวมทั้งเป็นการร่วมมือในการพัฒนาประสิทธิภาพ และการให้บริการด้านงานพิมพ์จากการใช้เทคโนโลยีร่วมกัน

ธุรกิจกระจายภาพและเสียง

ดำเนินงานภายใต้บริษัทย่อย คือ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินงานสถานีข่าวเนชั่นแซนแนล โดยมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวที่ทันต่อเหตุการณ์ เจาะลึก และวิเคราะห์เนื้อหาอย่างเป็นกลาง นอกจากนี้ยังเป็นผู้ให้บริการข้อมูลข่าว (Content Provider) โดยผลิตรายการและร่วมผลิตรายการเพื่อออกอากาศในทีวีสถานีต่าง ๆ ทั้ง Free TV ได้แก่ ช่อง 3 , ช่อง 5, ช่อง 7, ช่อง 9, ช่อง 11 และผลิตรายการโทรทัศน์ให้กับสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ช่อง 1 , สถานีข่าวท้องถิ่น (จังหวัดเชียงใหม่) WE TV 9 และนำภาพไปออกอากาศทาง NAT TV ในประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดา ผ่านระบบดาวเทียม นอกจากนี้บริษัทได้เพิ่มทางเลือกในการรับข้อมูลข่าวสารให้กับผู้ชมรายการผ่านทาง New Media โดยระบบ IPTV ของ True เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของการบริโภคข่าวสารในอนาคต โดยผู้ชมสามารถชมรายการสดและย้อนหลังที่ Nation Channel ผลิตได้ตลอดเวลา รวมถึงการดำเนินงานของบริษัท เนชั่น เรดิโอ เน็ตเวอร์ค จำกัดในการผลิตรายการวิทยุให้กับสถานีต่าง ๆ เช่น F.M. 90.5, F.M. 90.75 A.M 1107

(2) การลงทุนในบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน

ณ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทมีเงินลงทุนในหุ้นทุนของบริษัทที่เกี่ยวข้องรวม 9.23 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1 ของสินทรัพย์รวม สำหรับนโยบายการลงทุนในอนาคตบริษัทมีแผนกระจายความเสี่ยงในการลงทุน หากจำเป็นต้องลงทุนจะพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลัก (Core Business) คือกลุ่มธุรกิจสิ่งพิมพ์ หรือกลุ่มธุรกิจสื่อโทรทัศน์ และวิทยุ โดยบริษัทจะกระจายความเสี่ยงในการลงทุนโดยการหาผู้ร่วมลงทุน ในลักษณะบริษัทร่วมทุน เพื่อลดภาระต้นทุน และในขณะเดียวกันก็ได้รับความร่วมมือ หรือ ได้งานจากพันธมิตรผู้ร่วมลงทุนเพิ่มเติม ซึ่งเมื่อมีกำไร บริษัทก็จะได้รับในรูปของเงินปันผลในอนาคต เป็นต้น

การควบคุมดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ จะควบคุมและกำหนดนโยบายของบริษัทย่อยโดยจะส่งกรรมการของ NMG ไปเป็นกรรมการ ในบริษัทย่อยจำนวน 3-4 ท่าน และหากบริษัทย่อยมีการดำเนินธุรกิจที่กระทบต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทย่อยจะต้องเสนอเรื่องและขออนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทก่อน สำหรับกรณีที่เป็นบริษัทร่วม บริษัทฯจะส่งกรรมการเข้าไปเป็นตัวแทนเฉลี่ย 1-2 คน ส่วนบริษัทอื่นหรือบริษัทที่เกี่ยวข้อง จำนวนกรรมการที่ส่งไปจะขึ้นอยู่กับสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท

6. โครงการดำเนินงานในอนาคต

ในปี 2550 บริษัทยังคงมุ่งเน้นดำเนินการบริหารตามสายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของแต่ละสายธุรกิจในปีที่ผ่านมาและปรับปรุงการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น เช่น การประสานพลังทางธุรกิจ (Synergy) ซึ่งเป็นจุดแข็งของบริษัทที่มีการร่วมมือกันในทุกๆ สื่อที่หลากหลายโดยถือผลประโยชน์สูงสุดโดยกลยุทธ์ในปี 2550 บริษัทได้เน้นแบ่งสายธุรกิจ ตามกลุ่มลูกค้า และการเติบโตแต่ละสาย โดยมุ่งตอบสนองการบริโภคของลูกค้าแต่ละกลุ่มโดยมีการพัฒนาธุรกิจจาก Print Media เพียงอย่างเดียวสู่การเป็น Multimedia มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารของกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ในขณะที่ยังคงเน้นเรื่องการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพและมีระบบและรัดกุม เพื่อเตรียมความพร้อมและรองรับความไม่แน่นอนที่เกี่ยวกับสถานการณ์ด้านการเมือง ภาวะเศรษฐกิจ และการปรับตัวของเทคโนโลยี ที่อาจเกิดขึ้น

ด้านสายธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียง

จากการที่กลุ่มบริษัทได้มีความเชี่ยวชาญในการเป็น Content Provider และมีทีมงานที่มีความสามารถ ซึ่งในปีที่ผ่านมาบริษัทขาดโอกาสในเรื่องช่องทางการเผยแพร่ข่าวสาร แต่ในปี 2550 โอกาสทางธุรกิจได้เปิดกว้างมากขึ้น โดยมีช่องทางในการเผยแพร่รายการ สาระ ความรู้ต่างๆ เพิ่มขึ้นอีกมากมายไม่ว่ารายการทาง Free TV หรือช่องทาง Broadband Internet Cable TV หรือ Satellite TV ซึ่งคาดว่าจะการแข่งขันจะเพิ่มสูงขึ้น โดยจะเห็นการพัฒนาคุณภาพรายการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับชม โดยเฉพาะรายการประเภทข่าว รายการสนทนาข่าวที่มีเพิ่มมากขึ้น ความร่วมมือระหว่างสถานีและผู้ผลิตรายการเพื่อเตรียมตัวสำหรับการเปิดเสรีในอนาคตรวมถึงปัจจัยที่จะนำไปสู่ความสำเร็จได้ ขึ้นอยู่กับการทำรายการที่ตรงตามความต้องการของตลาด สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ชม อันนำมาซึ่งรายได้ของธุรกิจ ซึ่งแสดงถึงความเป็นมืออาชีพของบริษัท

ด้าน New Media

บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนา content เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มผ่านสื่อ New Media เช่น Nation News on Mobile, Broadband Internet และเพื่อตอบสนองต่อยุคของการเสพข้อมูลข่าวสารที่อยู่ระหว่างการเปลี่ยนแปลงและการเติบโตของ New Media อย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทมีนโยบายที่จะทดลองและพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการเจาะตลาดในอนาคต

ด้านธุรกิจการพิมพ์

บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย โดย NMG ถือหุ้น 84.50% ได้จัดตั้งบริษัทร่วมทุน (Joint Venture) กับ Kyodo Printing Co., Ltd. จากประเทศญี่ปุ่น เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2550 ภายใต้ชื่อ บริษัท เกียวโด เนชั่น พรินติ้ง เซอร์วิส จำกัด โดยมีทุนจดทะเบียนจำนวน 350 ล้านบาท ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้ว 25% ส่วนที่เหลือจะชำระภายในไตรมาสที่ 2 โดยบริษัทร่วมทุนนี้จัดตั้งขึ้นมาเพื่อให้บริการพิมพ์ Commercial printing อาทิ การพิมพ์ magazine ทั้งในและต่างประเทศ โดยการร่วมทุนครั้งนี้บริษัทได้ร่วมทุนโดยการจำหน่ายเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ยังใช้งานในการผลิตยังไม่เต็มที่ ออกไปให้กับบริษัทร่วมทุนใหม่แทนการลงทุนโดยใช้เงินสด ซึ่งจะทำให้เกิดการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินเพิ่มขึ้น รวมทั้งเป็นการขยายตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศก่อให้เกิดความร่วมมือทางเทคโนโลยีที่จะพัฒนา คุณภาพและการให้บริการด้านงานพิมพ์ให้ดีขึ้นในอนาคต โดยบริษัทร่วมทุนดังกล่าวจะเริ่มดำเนินงานได้ภายในเดือน เมษายน 2550

ด้านธุรกิจด้านการศึกษา บันเทิง และต่างประเทศ

ได้ปรับโครงสร้างระหว่างบริษัทย่อยในกลุ่มเพื่อให้การประกอบธุรกิจในอนาคตของสายธุรกิจนี้เกิดผลประโยชน์สูงสุด และรองรับการเติบโตและการขยายฐานให้บริการที่หลากหลายในอนาคต รวมทั้งทำให้เกิดความชัดเจนในการบริหารภายในกลุ่มบริษัทและในด้านความสัมพันธ์กับบริษัทแม่ (NMG) ยิ่งขึ้น

7. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี-

8. โครงสร้างเงินทุน

8.1 หลักทรัพย์ของบริษัท

ทุน

บริษัทมีทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 จำนวน 2,500 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 250 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท ทุนที่เรียกชำระแล้ว จำนวน 1,647,729,960 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 164,772,996 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท

(2) หุ้นกู้

ในปี 2547 บริษัทได้ออกหุ้นกู้จำนวน 1,600 ล้านบาท เสนอขายให้แก่ผู้ลงทุนทั่วไปประเภทระบุชื่อผู้ถือ ไม่ค่อยสิทธิ ไม่มีหลักประกัน และมีผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ โดยแบ่งหุ้นกู้เป็น 2 ชุด คือ ชุดที่ 1 จำนวน 600 ล้านบาท อายุ 3 ปี ครอบคลุมถึงก่อนวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2550 และชุดที่ 2 เป็นหุ้นกู้ชนิดทยอยคืนเงินต้น จำนวน 1,000 ล้านบาท อายุ 5 ปี ครอบคลุมถึงก่อนวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2552 โดยชำระคืนเงินต้นในวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2551 จำนวน 500 ล้านบาท และ วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2552 จำนวน 500 ล้านบาท

ในการนี้ บริษัทต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในข้อกำหนดสิทธิหุ้นกู้ ซึ่งส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับการรักษาอัตราส่วนทางการเงินตามงบการเงินรวม โดยผู้ออกหุ้นกู้จะต้องดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) เป็นอัตราส่วนไม่เกิน 2.5:1 ณ วันสิ้นสุดบัญชีรายไตรมาสตลอดอายุหุ้นกู้ และ ไม่จ่ายเงินปันผลตลอดอายุหุ้นกู้ดังกล่าว

(3) พันธะผูกพันในการออกหุ้นในอนาคต

ในการประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้นเมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2545 ผู้ถือหุ้นได้มีมติอนุมัติให้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญชนิดไม่มีมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นเดิมจำนวนไม่เกิน 40,391,588 หน่วย แต่ได้จัดสรรแล้วรวม 39,426,525 หน่วย โดยผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิหนึ่ง (1) หน่วย มีสิทธิซื้อหุ้นสามัญได้หนึ่ง (1) หุ้น ในราคาที่ตราไว้หุ้นละ 14 บาท ใบสำคัญแสดงสิทธิมีอายุห้า (5) ปี สามารถใช้สิทธิได้ปีละสี่ (4) ครั้ง ในวันที่ 15 มีนาคม วันที่ 15 มิถุนายน วันที่ 15 กันยายน และวันที่ 15 ธันวาคม ของปี 2546-2550 โดยใช้สิทธิครั้งแรกในวันที่ 16 มิถุนายน 2546 และสามารถใช้สิทธิครั้งสุดท้ายได้ในวันที่ 23 สิงหาคม 2550 ณ 31 ธันวาคม 2549 ใช้สิทธิไปแล้วจำนวน 436,815 หน่วย คงเหลือ 38,989,710 หน่วย

สรุปพันธะผูกพันของบริษัทในการออกหุ้นสามัญสำหรับการใช้สิทธิดังกล่าว ณ 31 ธันวาคม 2549 สามารถจำแนกได้ ดังนี้

	จำนวนหุ้นที่สำรองไว้ (หุ้น)
1. สำรองเพื่อเสนอขายแก่นักลงทุนในวงจำกัด ซึ่งได้รับอนุมัติจากที่ประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2543 วันที่ 7 เมษายน 2543 และวันที่ 24 เมษายน 2549	30,237,294
2. ใบสำคัญแสดงสิทธิที่เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมในอัตรา 4 หุ้นสามัญ ต่อ 1 ใบสำคัญแสดงสิทธิ ซึ่งผ่านมติที่ประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2545 วันที่ 25 มีนาคม 2545	38,989,710
3. ตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2549 วันที่ 24 เมษายน 2549 ได้อนุมัติให้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิโครงการ(ESOP 3) ที่เสนอขายให้แก่กรรมการและพนักงานในระดับผู้บริหารของบริษัทและบริษัทย่อย (โดยหุ้นส่วนนี้ยังไม่ได้อื่นขออนุญาตจาก กสท. หากบริษัทไม่ได้ยื่นภายในระยะเวลา 1 ปีบริษัทจะต้องขออนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นใหม่	16,000,000
รวม การระงับผูกพันการออกหุ้นในอนาคต	85,227,004
บวก ทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว ณ 31 ธันวาคม 2549	164,772,996
รวม จำนวนหุ้นที่ชำระแล้วและจำนวนหุ้นที่มีภาระผูกพันการออกหุ้นในอนาคต	250,000,000
หุ้นจดทะเบียนของบริษัท	250,000,000

8.2 ผู้ถือหุ้น

รายชื่อผู้ถือหุ้น 10 รายแรก และสัดส่วนการถือหุ้น ณ วันปิดสมุดทะเบียน 5 มกราคม 2550

กลุ่มผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้นที่ถือ	ร้อยละ
1. นางสาวพร จรุงเรืองกิจ	26,550,000	16.11
2. นาย ธนาชัย ธีรพัฒน์วงศ์	16,158,640	9.81
3. นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	14,600,054	8.86
4. American International Assurance Co., Ltd. (2 accounts)	13,633,038	8.27
5. Dow Jones & Company, Inc., New York	12,000,000	7.28
6. นายทวีวัตร จุฬางกูร	11,689,900	7.09
7. นายลำเร้ง มนุษย์ผล	5,770,500	3.50
8. นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์	4,485,878	2.72
9.นางสุภาภรณ์ ชื่นวิจิตร	3,641,911	2.21
10. บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด	3,304,021	2.01
บริษัท ศูนย์รับฝาก หลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อผู้ฝาก / อื่นๆ	52,939,054	32.14
รวม	164,772,996	100.00

หมายเหตุ

กลุ่มผู้ถือหุ้นที่จัดอยู่ในกลุ่มเดียวกันและออกเสียงไปในทางเดียวกัน ได้แก่

นายธนาชัย ธีรพัฒน์วงศ์

นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น

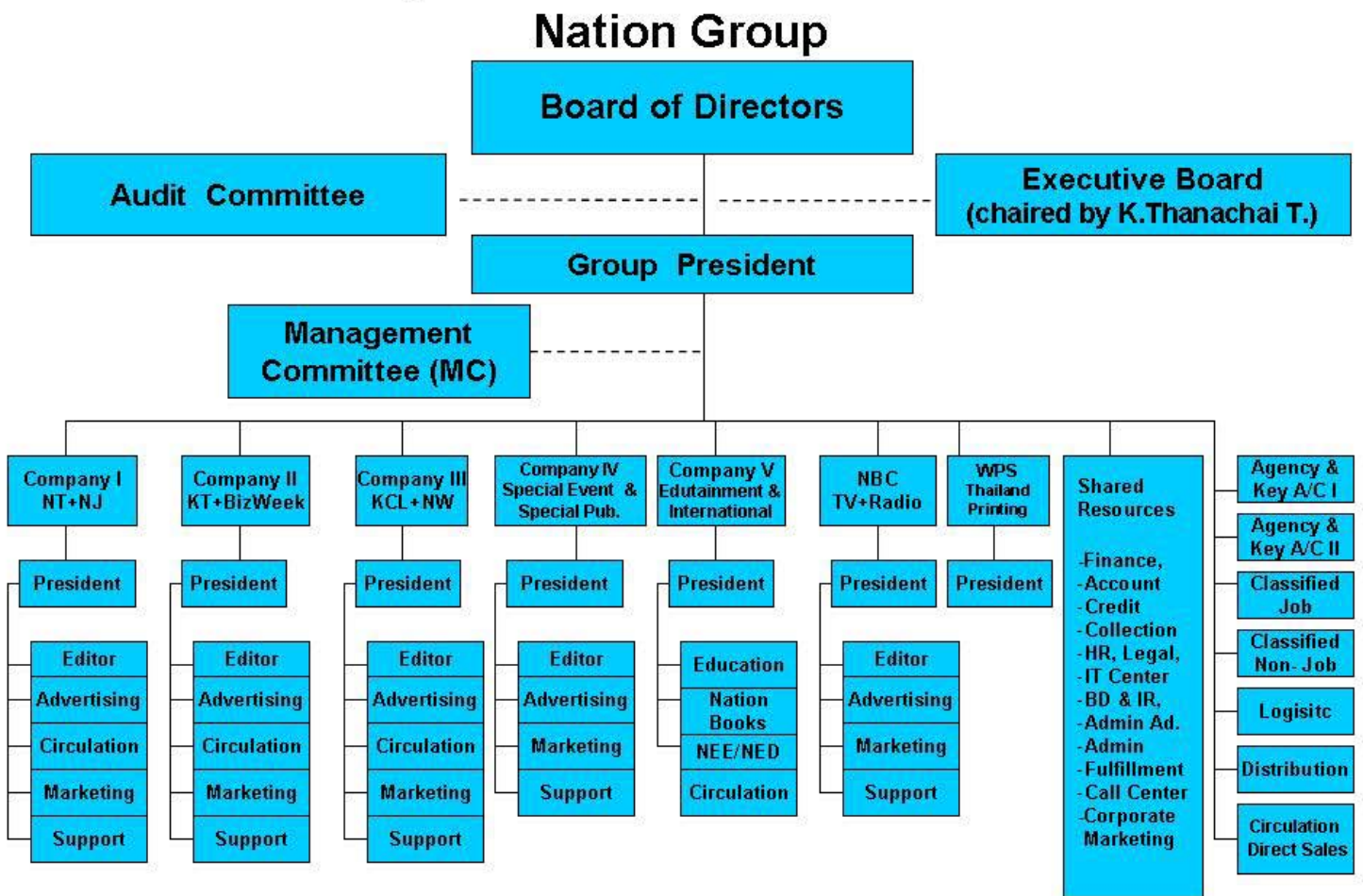
Dow Jones & Company, Inc., New York

โดยมีหุ้นรวมกัน 42,758,694 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 25.95 ของจำนวนหุ้นที่เรียกชำระแล้วทั้งหมด

8.3 นโยบายจ่ายเงินปันผล

บริษัทมีนโยบายจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 65 ของกำไรสุทธิของบริษัท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแผนการลงทุน ความจำเป็น ความเหมาะสมอื่นๆ ในอนาคต

Organization Chart 2007



คำอธิบายเพิ่มเติมของโครงสร้างการจัดการ

1. บริษัทได้ปรับโครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจใหม่เป็น 7 สายธุรกิจหลัก ประกอบด้วย
 1. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ
ผลิตหนังสือพิมพ์ The Nation และนิตยสารเนชั่นเนียร์
 2. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย
ผู้ผลิตหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ Bizweek
สำนักพิมพ์ Bizbook เกือบทุกสัปดาห์ด้านธุรกิจ
 3. สายธุรกิจด้านข่าวการเมืองทั่วไปภาษาไทย
ผลิตหนังสือพิมพ์คมชัดลึก และเนชั่นสุดสัปดาห์
 4. สายธุรกิจด้านกิจกรรมพิเศษและหนังสือฉบับพิเศษ
เป็นผู้ผลิตสิ่งพิมพ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในการประชาสัมพันธ์โอกาสพิเศษต่าง ๆ ของบริษัทที่ต้องการความแตกต่างในการประชาสัมพันธ์ เช่น ครบรอบปี บริษัท เปิดโรงงานใหม่ แนะนำสินค้าใหม่
โดยนำเสนอเป็นหนังสือหรือสิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษในรูปแบบต่าง ๆ
เป็นผู้ผลิตกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ให้กับบริษัท ที่ต้องการเผยแพร่ กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ให้กับสาธารณชน
และสื่อสารให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด
 5. สายธุรกิจด้านการศึกษา บันเทิง และต่างประเทศ
ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการศึกษาและบันเทิงสำหรับเด็ก ผลิตหนังสือในนามสำนักพิมพ์
เนชั่นบุ๊กส์ ธุรกิจสอนภาษาต่างประเทศและทักษะการสื่อสาร ตลอดจนธุรกิจตัวแทนขายโฆษณาให้
สิ่งพิมพ์ต่างประเทศ
สายธุรกิจนี้อยู่ภายใต้การบริหารของบริษัท เนชั่น บুকส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, บริษัท เนชั่น เอ็ดดู
เทนเมนท์ จำกัด และบริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด
 6. สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง
เจ้าของและผู้ดำเนินงานสถานีข่าวเนชั่นแซนแนล ผลิตรายการเพื่อออกอากาศในโทรทัศน์สถานีต่างๆ
และ ผลิตรายการวิทยุ, New Media
 7. สายธุรกิจด้านการพิมพ์
ธุรกิจรับจ้างพิมพ์ โดยรับงานพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แมกกาซีน หนังสือ Pocket Book ฯลฯ

โดยแต่ละสายธุรกิจประกอบด้วย กรรมการอำนวยการ (President) ซึ่งเป็นผู้บริหารสูงสุดของแต่ละสายธุรกิจ บรรณาธิการ (Editor) ฝ่ายขาย ฝ่ายการตลาด และฝ่ายจัดจำหน่าย รายงานโดยตรงต่อกรรมการผู้จัดการใหญ่ (Group President)

2. สายธุรกิจทั้ง 7 สาย ดูแลภาพรวมโดยกรรมการผู้จัดการใหญ่ (Group President) ซึ่งรายงานโดยตรงต่อ ประธานกรรมการบริหาร (Chairman)

3. กองบรรณาธิการแยกตามสื่อขึ้นตรงกับ กรรมการอำนวยการ (President) สำหรับด้านนโยบายการนำเสนอ ข่าวจะปรึกษากับบรรณาธิการเครือเนชั่น (Group Executive Editor)

4. หน่วยงานสนับสนุนส่วนกลางของทั้งกลุ่มบริษัท ประกอบด้วย กองบรรณาธิการกลาง แผนกการเงิน, บัญชี, เครดิต, IT Center, ตรวจสอบภายใน, พัฒนาธุรกิจและนักลงทุนสัมพันธ์, ทรัพยากรบุคคล, ธุรกิจ, จัดจำหน่าย, จัดซื้อ, ทะเบียน และธุรการโฆษณา ขึ้นตรงกับ กรรมการผู้จัดการใหญ่ (Group President)

9.1 โครงสร้างกรรมการบริษัท

โครงสร้างกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการทั้งหมด 3 ชุด คือคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ และ คณะกรรมการบริหาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.คณะกรรมการบริษัท

มีรายชื่อดังต่อไปนี้

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายธนาชัย ชีรพัฒน์วงศ์	ประธานกรรมการ
2. นายธนะชัย สันติชัยกุล	รองประธานกรรมการ
3.นายปกรณ์ บริมาสาร	กรรมการอิสระ
4. นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	กรรมการอิสระ
5. นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์	กรรมการอิสระ
6.นายนิสสัย เวชชาชีวะ	กรรมการอิสระ
7.นายโยธิน เนื่องจำนงค์	กรรมการอิสระ
8.นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	กรรมการ
9.นายพนา จันทรวโรจน์	กรรมการ
10.นายอดิศักดิ์ ลิ้มปฐมพัฒน์กิจ	กรรมการ
11.นายณรงค์ศักดิ์ โอปิลันธน์	กรรมการ

คณะกรรมการบริษัทมีมติเมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2550 ให้เปลี่ยนแปลงกรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทใหม่เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินงานเป็นดังนี้

นายธนาชัย ชีรพัฒน์วงศ์ นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น นายธนะชัย สันติชัยกุล 2 ใน 3 คนลงนามร่วมกันพร้อมประทับตราสำคัญ หรือ นายธนาชัย ชีรพัฒน์วงศ์ นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น นายธนะชัย สันติชัยกุล คนใดคนหนึ่งลงนามร่วมกับนายพนา จันทรวโรจน์ หรือ นาย อดิศักดิ์ ลิ้มปฐมพัฒน์กิจ รวมเป็น 2 คน พร้อมประทับตราสำคัญ

โครงสร้างคณะกรรมการบริษัท

1. คณะกรรมการของบริษัทมีจำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน ประกอบด้วยกรรมการอิสระ (Independent Director) จำนวนไม่น้อยกว่า 3 คน จำนวนที่เหลือเป็นกรรมการที่เป็นผู้บริหาร(Executive Director) และกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร (Non-Executive Director)

2. คณะกรรมการจะพิจารณาคัดสรรคุณสมบัติ ของผู้ที่จะดำรงตำแหน่งกรรมการของบริษัทตามเกณฑ์ทักษะ ประสิทธิภาพ ความสามารถเฉพาะด้าน ที่หลากหลาย เป็นประโยชน์กับบริษัท มีความซื่อสัตย์ สุจริต มีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ สนใจในกิจการของบริษัทอย่างแท้จริง และมีความตั้งใจที่จะดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสามารถอุทิศเวลาและความพยายามในการปฏิบัติหน้าที่

3. คณะกรรมการที่พ้นจากตำแหน่งตามวาระ อาจได้รับการแต่งตั้งกลับเข้าดำรงตำแหน่งใหม่ได้

4. กรรมการบริหาร กรรมการผู้จัดการใหญ่ กรรมการอำนวยการ สามารถเป็นกรรมการบริษัทจดทะเบียน ได้ไม่เกิน 5 บริษัทโดยการดำรงตำแหน่งกรรมการดังกล่าว ต้องแจ้งให้คณะกรรมการรับทราบและเห็นชอบ

5. กรรมการของบริษัทจะไม่เป็นกรรมการในบริษัทที่เป็นคู่แข่งของบริษัทฯ และ บริษัทฯ ได้เปิดเผยรายชื่อบริษัทประเภทของธุรกิจ และตำแหน่งที่กรรมการของบริษัทฯ ไปดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นไว้ในทะเบียนประวัติกรรมการ

บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

1. กรรมการต้องปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัท ตลอดจนมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และระมัดระวังรักษาผลประโยชน์ของบริษัท
2. ทำหน้าที่พิจารณาให้ความเห็นชอบในเรื่องที่สำคัญเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท เช่น วิสัยทัศน์และภารกิจกลยุทธ์ เป้าหมายทางการเงิน ความเสี่ยง แผนงาน และงบประมาณ รวมทั้งกำกับควบคุมดูแล (Monitoring and Supervision) ให้ฝ่ายจัดการดำเนินงานตามนโยบายและแผนงานที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงสุดให้แก่กิจการและความมั่งคั่งสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น (Maximize Economic Value and Shareholders' Wealth)
3. จัดให้มีนโยบายการกำกับดูแลกิจการ ของบริษัทเป็นลายลักษณ์อักษร ให้ความเห็นชอบนโยบาย ดังกล่าวพร้อมทบทวนนโยบายและการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าวเป็นประจำ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
4. ส่งเสริมให้จัดทำจริยธรรมธุรกิจเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนเข้าใจถึงมาตรฐานด้านจริยธรรม ที่บริษัทใช้ในการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งติดตามให้มีการปฏิบัติตามจริยธรรมดังกล่าวอย่างจริงจัง
5. พิจารณาเรื่องความขัดแย้งของผลประโยชน์อย่างรอบคอบ พิจารณาการทำรายการที่อาจมีความขัดแย้งของผลประโยชน์ โดยมีแนวทางที่ชัดเจนและเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ของบริษัทและผู้ถือหุ้น โดยรวมเป็นสำคัญ สำหรับผู้มีส่วนได้เสียจะไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ พร้อมทั้งกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามข้อกำหนดเกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินการและการเปิดเผยข้อมูลของรายการที่อาจมีความขัดแย้งของผลประโยชน์ อย่างถูกต้อง ครบถ้วน มีมาตรฐาน และโปร่งใส
6. จัดให้มีระบบการควบคุมด้านการดำเนินงาน ด้านรายงานทางการเงิน และด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบและนโยบาย และจัดให้มีบุคคลหรือหน่วยงานที่เป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ เป็นผู้รับผิดชอบในการตรวจสอบระบบการควบคุมดังกล่าว และมีการทบทวนระบบต่างๆอย่างสม่ำเสมอ
7. กำหนดนโยบายด้านการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Policy) ให้ครอบคลุมทั้งองค์กร โดยให้ฝ่ายจัดการเป็นผู้ปฏิบัติตามนโยบายและรายงานให้คณะกรรมการทราบเป็นประจำ จัดให้มีการทบทวนระบบหรือประเมินประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ และในทุกๆระยะเวลาที่พบว่าระดับความเสี่ยงมีการเปลี่ยนแปลงภายในทิศทางที่กำหนด ตลอดจนให้ความสำคัญกับสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้าและรายการผิดปกติต่างๆ

กรรมการอิสระ (Independent Director)

กรรมการอิสระคือกรรมการที่เป็นอิสระจากผู้ถือหุ้นใหญ่หรือกลุ่มของผู้ถือหุ้นใหญ่ ผู้บริหาร ของบริษัท กรรมการอิสระของบริษัทมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. ถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 5 ของทุนชำระแล้วของบริษัท บริษัทในเครือ บริษัทร่วม หรือ บริษัทที่เกี่ยวข้อง หรือนิติบุคคลอื่นที่มีความขัดแย้ง ทั้งนี้ให้นับรวมหุ้นที่ถือโดยผู้ที่เกี่ยวข้องตามมาตรา 258 ของพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
2. ไม่เป็นกรรมการที่เป็นผู้บริหาร ไม่เป็นลูกจ้างหรือพนักงาน หรือที่ปรึกษาด้านอื่นใดที่ได้รับผลตอบแทนประจำจากบริษัท หรือเป็นที่ปรึกษาส่วนตัวของผู้มีอำนาจบริหารของบริษัท บริษัทในเครือ บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งโดยต้องไม่มีผลประโยชน์ หรือส่วนได้เสียในลักษณะดังกล่าว มาแล้วเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 3 ปี

3. ไม่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจ เช่น เป็นลูกค้า คู่ค้า เจ้าหนี้การค้า ลูกหนี้การค้า เจ้าหนี้เงินกู้ ลูกหนี้เงินกู้ เป็นต้น รวมทั้งไม่มีผลประโยชน์หรือส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม ทั้งในด้านการเงิน และการบริหารงานของบริษัท บริษัทในเครือ บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งในลักษณะที่จะทำให้ขาดความเป็นอิสระ

4. ไม่เป็นญาติสนิทหรือมีความสัมพันธ์อื่นที่อาจทำให้ขาดความเป็นอิสระกับผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท บริษัทในเครือ บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง รวมทั้งไม่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนเพื่อรักษาผลประโยชน์ของกรรมการ หรือ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่

การประชุมคณะกรรมการ

- บริษัทฯกำหนดให้มีการประชุมคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง โดยแจ้งกำหนดการประชุมตลอดทั้งปีเป็นการล่วงหน้า แก่กรรมการทุกท่านเพื่อสามารถจัดเวลาเข้าร่วมประชุมได้
- ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการใหญ่ร่วมกันพิจารณาเลือกเรื่องเข้าวาระการประชุมคณะกรรมการ
- บริษัทเปิดโอกาสให้กรรมการแต่ละคนสามารถเสนอเรื่องเข้าสู่วาระการประชุมของคณะกรรมการได้ โดยเสนอผ่านประธานกรรมการ
- หนังสือเชิญประชุมพร้อมแจ้งวาระการประชุม จะส่งให้แก่กรรมการก่อนวันประชุมไม่น้อยกว่า 7 วัน ยกเว้นกรณีเร่งด่วนฉุกเฉิน
- บริษัทจะจัดส่งเอกสารประกอบการประชุมให้แก่กรรมการเป็นการล่วงหน้า เพื่อประกอบการพิจารณา หากกรรมการท่านใดต้องการข้อมูลเพิ่มเติมสามารถขอได้ที่เลขานุการบริษัท
- บริษัทมีนโยบายให้กรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหารมีโอกาสที่จะประชุมกันเองเพื่ออภิปรายปัญหาเกี่ยวกับการจัดการที่อยู่ในความสนใจ โดยไม่มีฝ่ายจัดการร่วมอยู่ด้วย

การประเมินตนเองของคณะกรรมการ

คณะกรรมการจะทำการประเมินผลการปฏิบัติงานด้วยตนเองโดยรวม และ/หรือ เฉพาะเรื่อง เป็นประจำ เพื่อร่วมกันพิจารณาผลงานและปัญหา เพื่อการปรับปรุงแก้ไขต่อไป โดยกำหนดบรรทัดฐานที่จะใช้เปรียบเทียบกับผลการปฏิบัติงานอย่างมีหลักเกณฑ์

2.คณะกรรมการตรวจสอบ (Audit Committee)

มีรายชื่อดังต่อไปนี้

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
1.นายปรณัช บริมาสพร	ประธานกรรมการตรวจสอบ
2.นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	กรรมการตรวจสอบ
3.นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์	กรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อช่วยงานของคณะกรรมการบริษัทในการปฏิบัติหน้าที่รับผิดชอบในการสอดส่องดูแลคุณภาพและความน่าเชื่อถือของระบบบัญชี ระบบตรวจสอบ ระบบควบคุมภายใน ตลอดจนกระบวนการรายงานทางการเงินของบริษัท

โครงสร้างกรรมการตรวจสอบและการประชุม

คณะกรรมการตรวจสอบต้องประกอบด้วยกรรมการอิสระอย่างน้อย 3 ท่าน กรรมการแต่ละท่านต้องเป็นกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร สามารถใช้ดุลพินิจของตนอย่างเป็นอิสระ และสามารถอ่านและเข้าใจพื้นฐานของงบการเงิน ซึ่งจำเป็นต้องมีในการทำหน้าที่กรรมการตรวจสอบ กรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 1 ท่าน ต้องมีความรู้ความชำนาญทางบัญชีหรือการจัดการด้านการเงินที่เกี่ยวข้องตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คณะกรรมการ

ตรวจสอบสามารถติดต่อสื่อสารโดยตรงกับผู้สอบบัญชีภายนอก ผู้ตรวจสอบภายใน และฝ่ายจัดการของบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบแต่งตั้งกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานกรรมการตรวจสอบ ประธานกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่จัดการประชุม ทำหน้าที่เป็นประธานในที่ประชุม ให้ความเห็นชอบกับวาระการประชุม ตลอดจนรายงานผลการประชุม ให้คณะกรรมการบริษัททราบสม่ำเสมอ

คณะกรรมการตรวจสอบต้องจัดประชุมอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง หรือมากกว่าหากจำเป็น คณะกรรมการตรวจสอบจะต้องประชุมกับผู้สอบบัญชีภายนอก ผู้ตรวจสอบภายใน และฝ่ายจัดการอย่างน้อยปีละครั้ง

คณะกรรมการตรวจสอบมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี โดยกรรมการตรวจสอบซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระ อาจได้รับการแต่งตั้งอีกก็ได้ ในกรณีที่ตำแหน่งกรรมการตรวจสอบว่างลงเพราะเหตุอื่น ที่นอกจากถึงคราวออกตามวาระ ให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนเป็นกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้คณะกรรมการตรวจสอบมีจำนวนครบตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด โดยบุคคลที่เข้าเป็นกรรมการตรวจสอบแทนสามารถอยู่ในตำแหน่งได้เพียงเท่าที่วาระที่ยังเหลืออยู่ของกรรมการตรวจสอบซึ่งตนทดแทน

บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบคณะกรรมการตรวจสอบ

1. สอบทานให้บริษัทมีรายงานทางการเงิน (รายไตรมาสและประจำปี) ที่ถูกต้องและเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องของบริษัทอย่างเพียงพอก่อนเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท
2. สอบทานให้บริษัทมีระบบควบคุมภายในและระบบตรวจสอบภายในที่เหมาะสม เพียงพอ และมีประสิทธิภาพ
3. สอบทานให้บริษัทมีระบบการประเมินความเสี่ยง การบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมเพียงพอ และมีประสิทธิภาพ
4. สอบทานให้บริษัทปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท
5. พิจารณาคัดเลือกเพื่อเสนอแต่งตั้งและกำหนดค่าตอบแทนผู้สอบบัญชีของบริษัท ประสานงานกับผู้สอบบัญชีเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการดำเนินการตรวจสอบ ขอบเขต แนวทาง แผนงาน และปัญหาที่พบระหว่างการตรวจสอบ และประเด็นที่ผู้สอบบัญชีเห็นว่าเป็นสาระสำคัญ
6. พิจารณาเปิดเผยข้อมูลของบริษัทในกรณีที่เกิตรายการที่เกี่ยวข้องกัน หรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้มีความถูกต้องและครบถ้วน
7. จัดทำรายงานผลการกำกับดูแลกิจการของคณะกรรมการตรวจสอบ โดยเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปีของบริษัท ซึ่งรายงานดังกล่าวต้องลงนามโดยประธานกรรมการตรวจสอบ
8. ปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่สอดส่องดูแล ฝ่ายจัดการมีหน้าที่รับผิดชอบต่อการจัดเตรียมงบการเงินของบริษัท และผู้สอบบัญชีภายนอกมีหน้าที่ตรวจสอบงบการเงินดังกล่าว คณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทรับทราบร่วมกันว่า ฝ่ายจัดการ ผู้ตรวจสอบภายในและผู้สอบบัญชีภายนอกมีทรัพยากรและเวลาตลอดจนข้อมูลความรู้เรื่องบัญชี การตรวจสอบ ระบบควบคุมภายใน และกระบวนการจัดทำรายงานทางการเงินของบริษัทมากกว่า คณะกรรมการตรวจสอบ ฉะนั้นบทบาทการสอดส่องดูแลของคณะกรรมการตรวจสอบไม่ได้ให้ประกันเป็นพิเศษในงบการเงินและข้อมูลการเงินที่บริษัทนำเสนอให้กับผู้ถือหุ้นและบุคคลอื่นๆ

3. คณะกรรมการบริหาร

มีรายชื่อดังต่อไปนี้

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
1.นายธนาชัย ธีรพัฒน์วงศ์	ประธานกรรมการบริหาร

2.นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	บรรณาธิการอำนวยการ (Editor in Chief)
3.นายธนะชัย สันติชัยกุล	กรรมการผู้จัดการใหญ่ (Group President)

ขอบเขตอำนาจหน้าที่ของกรรมการบริหาร

1. มีอำนาจหน้าที่ควบคุมดูแลกิจการ และกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจให้ดำเนินการตามนโยบายของคณะกรรมการบริษัท รวมทั้งนำเสนอแนะนโยบาย งบประมาณ ทิศทางในการดำเนินธุรกิจและแผนงาน ต่อคณะกรรมการบริษัท
2. มีอำนาจอนุมัติ และหรือเห็นชอบการดำเนินการใดๆ ตามปกติ อันเป็นการบริหารกิจการของบริษัทเป็นการทั่วไป
3. พิจารณาแนวทาง นโยบาย และเป้าหมายการลงทุน ก่อนนำเสนอขอความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท เพื่อกำหนดเป็นกรอบการดำเนินการให้ฝ่ายบริหารนำไปปฏิบัติในการดำเนินงานต่อไป
4. คณะกรรมการบริหารมีอำนาจดำเนินการตามนโยบายของคณะกรรมการบริษัทที่เกี่ยวกับการดำเนินงานตามธุรกิจ ซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมาย เงื่อนไข กฎ ระเบียบ และข้อบังคับของบริษัท เว้นแต่รายการที่กรรมการบริหารอาจมีความขัดแย้งหรือมีส่วนได้เสีย หรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทหรือบริษัทย่อย ซึ่งจะกระทำได้อต่อเมื่อได้รับมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทที่มีกรรมการอิสระเข้าประชุมด้วยเท่านั้น ส่วนรายการที่เกี่ยวข้องกันและการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัทให้เป็นไปตามระเบียบวิธีปฏิบัติตามที่ทางตลาดหลักทรัพย์ และ กสท. กำหนด
5. พิจารณาเรื่องอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท ทั้งนี้ การได้รับมอบหมายอำนาจดังกล่าวข้างต้น ต้องไม่มีลักษณะเป็นการมอบอำนาจ หรือมอบอำนาจช่วงที่ทำให้คณะกรรมการบริหาร หรือผู้รับมอบอำนาจจากคณะกรรมการบริหาร สามารถอนุมัติรายการที่ตนหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง มีส่วนได้เสีย หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์อื่นใด ตามที่ทาง กสท. กำหนด กับบริษัทหรือบริษัทย่อย ยกเว้นเป็นการอนุมัติรายการที่เป็นไปตามนโยบายและหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติไว้

คณะผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ณ ปัจจุบัน มีรายชื่อดังต่อไปนี้

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
1.นายธนะชัย สันติชัยกุล	กรรมการผู้จัดการใหญ่ (Group President)
2.นายเทพชัย แซ่หย่อง	บรรณาธิการเครือเนชั่น (Group Executive Editor)
3.นายพนา จันทรวโรจน์	กรรมการอำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ
4.นายอดิศักดิ์ ลิ้มปฐมพัฒน์	กรรมการอำนวยการ สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพ และเสียง
5.นายประเสริฐ เลขะวนิชขจร	กรรมการอำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย
6.นางสาวพิมพ์กาญจน์ ยันศรีศิริชัย	กรรมการอำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย
7.นางเกษรี กาญจนวนิชย์	กรรมการอำนวยการ สายธุรกิจด้านการศึกษา บ้านเกิด และต่างประเทศ
8.นางสาวเอี่ยมศรี บุญหัชรัตน	กรรมการอำนวยการ สายธุรกิจด้านกิจกรรมพิเศษและหนังสือฉบับพิเศษ
9.นายตุลย์สถิต ทับทิม	บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ The Nation
10.นางสาวดวงกมล โชตนา	บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ
11.นายก่อเขต จันทเลิศลักษณ์	บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก
12.นายประณต วิเลปสุวรรณ	บรรณาธิการบริหารสถานีข่าวเนชั่นแซนแนล
13.นางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์	เลขานุการบริษัท

พนักงานทั้งหมดของบริษัท ณ 31 ธันวาคม 2549 มีจำนวน 1,384 คน และบริษัทย่อย 8 บริษัท รวม 574 คน

9.2. การสรรหากรรมการและผู้บริหาร

ขณะที่ยังไม่มีแต่งตั้งคณะกรรมการสรรหา(Nominating Committee) บริษัทจึงกำหนดให้ คณะกรรมการบริษัท เป็นผู้ทำหน้าที่สรรหากรรมการ โดยจะเป็นผู้ทำหน้าที่เสนอชื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะเป็น กรรมการบริษัท และ กรรมการอิสระ จากนั้นประธานฯ กรรมการเป็นผู้เสนอรายชื่อบุคคลที่จะแต่งตั้งเป็นกรรมการบริษัท และกรรมการอิสระ ต่อ ที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณา

นอกจากนี้บริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยที่มีจำนวนรวมกันไม่น้อยกว่า 25 ราย และมีหุ้นนับจำนวนหุ้น รวมกันได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมด เสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการได้ โดย เสนอชื่อผ่านคณะกรรมการบริษัทล่วงหน้า 3 เดือนก่อนวันประชุมใหญ่สามัญประจำปีผู้ถือหุ้น พร้อมข้อมูลประกอบการ พิจารณาด้านคุณสมบัติและการให้ความยินยอมของผู้ได้รับการเสนอชื่อ

การแต่งตั้งกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทจะทำหน้าที่เป็นคณะกรรมการสรรหาและคัดเลือกบุคคลที่จะเข้าดำรงตำแหน่ง คณะกรรมการบริษัท โดยได้พิจารณาจากความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท หรือ พิจารณาจากกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ อย่างไรก็ตามการแต่งตั้งกรรมการใหม่จะต้องผ่านการพิจารณาจากที่ประชุมคณะกรรมการ บริษัท ซึ่งประกอบด้วยกรรมการอิสระ และคณะกรรมการตรวจสอบร่วมอยู่ด้วย นอกจากนี้การแต่งตั้งกรรมการจะต้องผ่าน มติที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามข้อบังคับของบริษัท ทั้งนี้ข้อบังคับของบริษัทกำหนดให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นเลือกตั้งกรรมการตาม หลักเกณฑ์และวิธีการดังต่อไปนี้

1. ผู้ถือหุ้นคนหนึ่งมีคะแนนเสียงเท่ากับ 1 หุ้นต่อ 1 เสียง
2. การเลือกตั้งกรรมการจะลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเป็นรายบุคคลหรือหลายคนเป็นกรรมการก็ได้ ทั้งนี้ตามแต่ที่ ประชุมผู้ถือหุ้นจะเห็นสมควร โดยในการออกเสียงลงคะแนนไม่ว่าจะเป็นการเลือกตั้งเป็นรายบุคคลหรือ หลายคน บุคคลแต่ละคนที่ผู้ถือหุ้นออกเสียงเลือกตั้งจะได้รับคะแนนเสียงจากผู้ถือหุ้นตามจำนวนหุ้นที่ผู้ถือหุ้น มีอยู่ทั้งหมดตาม (1) โดยผู้ถือหุ้นดังกล่าวจะแบ่งคะแนนเสียงให้แก่ผู้หนึ่งผู้ใดมากหรือน้อยเพียงใดไม่ได้
3. บุคคลซึ่งได้รับคะแนนเสียงสูงสุดตามลำดับลงมาเป็นผู้ได้รับการเลือกตั้งเป็นกรรมการเท่าจำนวนกรรมการที่ จะพึงมีหรือจะพึงเลือกตั้งในครั้งนั้น ในกรณีที่บุคคลซึ่งได้รับการเลือกตั้งในลำดับถัดมามีคะแนนเสียงเท่ากันเกินจำนวน กรรมการที่จะพึงมีหรือจะพึงเลือกตั้งในครั้งนั้นให้ผู้เป็นประธานออกเสียงชี้ขาด

ทั้งนี้การพ้นวาระตำแหน่งของกรรมการจะสลับหมุนเวียนในอัตราส่วน 1 ใน 3 ของกรรมการซึ่งต้องพ้นวาระ ทุกปี ตามมติที่ประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น แต่กรรมการชุดเดิมอาจได้รับการแต่งตั้งกลับเข้ามาใหม่ได้

การกำหนดค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหารระดับสูง

หลักเกณฑ์และรูปแบบในการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการ บริษัทได้กำหนดในระดับเดียวกับในอุตสาหกรรม ตาม ประสบการณ์ ภาระหน้าที่ ขอบเขตของบทบาทความรับผิดชอบ รวมถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากกรรมการแต่ละคน บริษัทมีนโยบายจ่ายค่าตอบแทนกรรมการอิสระที่ทำหน้าที่ประธานกรรมการตรวจสอบ กรรมการอิสระที่ทำหน้าที่กรรมการ ตรวจสอบ กรรมการอิสระ และกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร เป็นรายปีโดยไม่มีค่าตอบแทนในรูปแบบอื่น กรรมการบริษัท ที่เป็นผู้บริหาร ไม่ได้รับค่าตอบแทนกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้ประเมินผลงานกรรมการผู้จัดการใหญ่ เป็นประจำทุกปี เพื่อนำไปใช้ในการพิจารณา กำหนดค่าตอบแทนของกรรมการผู้จัดการใหญ่ โดยใช้บรรทัดฐานที่ได้ตกลงกันล่วงหน้า กับกรรมการผู้จัดการใหญ่ ตาม เกณฑ์ที่เป็นรูปธรรม ซึ่งรวมถึงผลการปฏิบัติงานทางการเงิน ผลการปฏิบัติงานตามวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ในระยะยาวและ การพัฒนาผู้บริหาร

คณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารเป็นผู้พิจารณาคำตอบแทนที่เหมาะสมแก่ผู้บริหารระดับสูง

คำตอบแทนของผู้บริหารระดับสูง เป็นไปตามนโยบายที่คณะกรรมการกำหนด ระดับคำตอบแทนเป็นเงินเดือน สวัสดิการ และผลตอบแทนงูใจในระยะยาว บริษัทฯจะพิจารณาให้ สอดคล้องกับผลงานของบริษัทและผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารแต่ละคน

การพัฒนากรรมการและผู้บริหารระดับสูง

ทุกครั้งที่มีการประชุมและผู้บริหารระดับสูงใหม่ คณะกรรมการจะจัดให้มีเอกสารข้อมูล และการบรรยายสรุปจากประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการใหญ่ ซึ่งเป็นประโยชน์ ต่อการปฏิบัติงาน รวมถึงการแนะนำลักษณะธุรกิจ และแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้แก่กรรมการและผู้บริหารระดับสูงใหม่ได้รับทราบ

คณะกรรมการจะส่งเสริม และอำนวยความสะดวกให้มีการฝึกอบรม และการให้ความรู้แก่กรรมการ กรรมการตรวจสอบ ผู้บริหาร เลขานุการบริษัท ในระบบการกำกับดูแลกิจการ และการบริหารความเสี่ยงของบริษัท เพื่อให้มีการปรับปรุงการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง

9.3 คำตอบแทนกรรมการ และผู้บริหาร

9.3.1 คำตอบแทนกรรมการของบริษัท และบริษัทย่อยสำหรับ ปี 2549

(ก) คำตอบแทนกรรมการบริษัทที่เป็นตัวเงิน

กรรมการบริษัทมีจำนวนทั้งสิ้น 11 คน แบ่งเป็นกรรมการที่มีฐานะเป็นพนักงานบริษัท 5 คน กรรมการอิสระ 3 คน และกรรมการภายนอกที่ไม่ใช่ผู้บริหาร 3 คน โดยปี 2549 บริษัทจ่ายคำตอบแทนกรรมการอิสระ (ซึ่งทำหน้าที่เป็นกรรมการตรวจสอบด้วย) และกรรมการภายนอกที่ไม่ใช่ผู้บริหาร รวมเป็น 6 ท่าน เป็นจำนวนเงิน 1.6 ล้านบาท ส่วนกรรมการที่เป็นผู้บริหารจะได้รับเฉพาะเงินเดือน และโบนัสเท่านั้น โดยกรรมการที่เป็นผู้บริหารไม่ได้รับคำตอบแทนในฐานะกรรมการบริษัท โดยแยกเป็นรายบุคคล ดังนี้

รายชื่อ	ตำแหน่ง	จำนวนเงิน (บาท)
1. นายปกรณ์ บริมาสาพร	กรรมการอิสระ และ ประธานกรรมการตรวจสอบ	400,000
2. นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ	300,000
3. นายนิวัฒน์ แจงอริยวงศ์	กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ	300,000
4. นายนิสสัย เวชชาชีวะ	กรรมการภายนอกที่ไม่ใช่ผู้บริหาร	200,000
5. นายโยธิน เนื่องจักษ์	กรรมการภายนอกที่ไม่ใช่ผู้บริหาร	200,000
6. นายณรงค์ศักดิ์ โอปิลันธน์	กรรมการภายนอกที่ไม่ใช่ผู้บริหาร	200,000
รวมเป็นเงิน		1,600,000

(ข) คำตอบแทนอื่น ๆ

-ไม่มี-

9.3.2 คำตอบแทนกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของบริษัท สำหรับ ปี 2549

(ก) คำตอบแทนที่เป็นเงินเดือนแก่กรรมการและผู้บริหารระดับสูงในฐานะเป็นพนักงานบริษัทฯ

กรรมการในฐานะพนักงานบริษัทและผู้บริหารระดับสูงจำนวนรวม 25 ท่าน ได้รับค่าตอบแทนที่เป็นเงินเดือนและโบนัสในปี 2549 เป็นจำนวน 107.44 ล้านบาท

(ข) ค่าตอบแทนอื่น ๆ

บริษัทให้เงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของกรรมการที่อยู่ในฐานะเป็นพนักงานของบริษัทและผู้บริหารระดับสูงรวม 23 ท่าน ในปี 2549 รวม 4.59 ล้านบาท

9.4 การดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายใน

บริษัทมีนโยบายและวิธีการในการดูแลผู้บริหารในการนำข้อมูลภายในของบริษัทไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตนในการซื้อขายหลักทรัพย์ โดยบริษัทมีการเก็บรักษาสารสนเทศที่สำคัญที่ยังไม่ได้เปิดเผยไว้เป็นความลับโดยจำกัดให้รับรู้ได้เฉพาะผู้บริหารระดับสูงที่เกี่ยวข้องเท่านั้น นอกจากนี้ผู้บริหารระดับสูงต้องรายงานข้อมูลการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท ตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (“ก.ล.ด.”) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตามมาตรา 59 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ.2535 เรื่องหลักเกณฑ์เงื่อนไข และวิธีการเกี่ยวกับการจัดทำและเปิดเผยรายงานการถือหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นการป้องกันการซื้อขายหลักทรัพย์โดยใช้สารสนเทศภายใน อีกทั้งห้ามไม่ให้ผู้บริหารหรือพนักงานภายในองค์กรที่รับทราบข้อมูลซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทในช่วง 1 เดือน ก่อนงบบุการเงินเผยแพร่ต่อสาธารณชน เพื่อป้องกันคำขอครหาเกี่ยวกับความเหมาะสมของการซื้อขายหลักทรัพย์ของบุคคลภายใน ซึ่งที่ผ่านมาผู้บริหารระดับสูงของบริษัททุกท่านได้ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของ ก.ล.ด. และตลาดหลักทรัพย์ มาโดยตลอด

9.5 บุคลากร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 กลุ่มบริษัทมีพนักงานรวมทั้งหมด 1,958 คน แบ่งเป็นพนักงานของบริษัทจำนวน 1,384 คน และพนักงานของบริษัทย่อยจำนวน 574 คน โดยมีผลตอบแทนของพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย 8 บริษัท ในปี 2549 ซึ่งแบ่งเป็นเงินเดือนและโบนัส เท่ากับ 484.35 ล้านบาท และ 38 ล้านบาท ตามลำดับ ในส่วนของเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของบริษัทและบริษัทย่อยรวมเท่ากับ 25.13 ล้านบาท

บริษัทไม่มีข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา

นโยบายในการบริหารทรัพยากรบุคคล

1. การจ้างงานและบรรจุพนักงาน บริษัทมีนโยบายจ้างงานและบรรจุพนักงานตามความจำเป็นและความเหมาะสมของงาน โดยพนักงานที่ได้รับการว่าจ้างและบรรจุต้องมีคุณสมบัติ ประสบการณ์และความสามารถเหมาะสมกับตำแหน่งงาน และมีคุณสมบัติตามระเบียบ ข้อบังคับของบริษัทฯ กรณีที่ตำแหน่งงานว่าง บริษัทจะให้โอกาส และพิจารณาคัดเลือกพนักงานของบริษัทที่มีอยู่ให้ดำรงตำแหน่งที่ว่างนั้นเสียก่อน หากไม่สามารถสรรหาพนักงานจากภายในบริษัทได้แล้ว จึงจะดำเนินการกระบวนกรสรรหาและว่าจ้างบรรจุบุคคลภายนอก

2. โครงสร้างสายการบังคับบัญชาและการแบ่งส่วนงาน บริษัทกำหนดโครงสร้างสายการบังคับบัญชา และการแบ่งส่วนงานของบริษัท โดยมีขอบข่ายความรับผิดชอบของส่วนงาน และตำแหน่งงานอย่างชัดเจน และเหมาะสมกับประเภทหรือลักษณะการดำเนินการธุรกิจของบริษัท และมีการทบทวนเป็นระยะเพื่อความเหมาะสมกับสถานการณ์

3. การบริหารค่าตอบแทน

3.1.เงินเดือนและค่าจ้าง บริษัทบริหารเงินเดือนและค่าจ้างให้เป็นไปอย่างยุติธรรม โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ได้แก่ คุณวุฒิ ประสบการณ์ ระดับ ตำแหน่ง หน้าที่ความรับผิดชอบ เทียบเทียบกับอัตราเงินเดือนของบริษัทอื่นๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับบริษัท อัตราค่าจ้างแรงงานของตลาดในประเทศ และสถานการณ์ความจำเป็นของบริษัท

3.2.ค่าตอบแทนอื่น บริษัทจะให้เงินตอบแทนพิเศษสำหรับการปฏิบัติงานที่นอกเหนือจากการทำงานปกติ เช่น ค่าล่วงเวลา ค่าทำงานวันหยุด เงินช่วยเหลือการปฏิบัติงานตามกะ เงินช่วยเหลือปฏิบัติงานเข้าเวร เข้าเวรกรณีฉุกเฉิน ค่าเขียนเรื่อง ค่าทำรายการทีวี วิทู เพื่อชดเชยการเสียโอกาสหยุดพักในวันหยุดปกติ ตามความเหมาะสมกับกรณี รวมทั้งเงินช่วยเหลือเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปปฏิบัติงานนอกเขตงานประจำทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในรูปเบี้ยเลี้ยงเดินทาง และค่าที่พัก

4.สวัสดิการ บริษัทมีนโยบายที่จะดูแลให้พนักงานมีสุขภาพอนามัยที่ดี เพื่อที่จะปฏิบัติงานให้บริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีนโยบายแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของพนักงานโดยจัดให้มีสวัสดิการรักษาพยาบาลสำหรับพนักงาน และครอบครัวพนักงานบางส่วน รวมทั้งสวัสดิการอื่นๆ ทั้งนี้สวัสดิการที่พนักงานได้รับ บริษัทจะเทียบเคียงกับอุตสาหกรรมในลักษณะเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน หรือตามที่กฎหมายกำหนด

นอกจากนี้บริษัทสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกิจกรรมต่างๆตามที่กฎหมายกำหนด เช่น กรรมการกองทุนสวัสดิการและเงินกู้ซึ่งแบ่งตามหน่วยงาน การจัดตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์ เนชั่นมัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด การจัดตั้งชมรมกีฬา และสันทนาการด้านต่างๆ รวมถึงการมีคณะกรรมการลูกจ้าง ซึ่งจะเป็นตัวแทนของพนักงานเข้ามาช่วยกลั่นกรองความต้องการและข้อเสนอแนะของพนักงาน ในเรื่องการจัดสวัสดิการ และสถานประกอบการ และนำเข้าหารือในที่ประชุมกับผู้บริหารของบริษัทเป็นประจำ

5.สภาพแวดล้อมในการทำงาน บริษัทมีนโยบายให้พนักงานทำงานในบริษัทอย่างมีความสุข ปลอดภัย ดังนั้นจึงได้จัดสถานที่ทำงาน อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องแบบในการปฏิบัติงาน ให้เหมาะสมกับลักษณะงาน อีกทั้งจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆให้แก่พนักงาน เช่น ที่จอดรถ โรงอาหาร ห้องพยาบาล โรงยิม ห้องออกกำลังกาย รถรับส่งพนักงาน

6.การพัฒนาพนักงาน บริษัทมีนโยบายส่งเสริมพัฒนาพนักงานให้ความรู้ ทักษะ และทัศนคติเป็นไปตามความสามารถที่ตำแหน่งงานนั้นๆต้องการ โดยมีแนวทางในการพัฒนาที่หลากหลาย ได้แก่ ส่งเสริมให้พนักงานเพิ่มพูนความรู้ให้ตัวเองโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ การจัดอบรมสัมมนาโดยวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถจากภายนอกองค์กร การฝึกอบรมจากผู้มีประสบการณ์ในองค์กร การสอนงานโดยหัวหน้างาน(Coaching) การเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง (On the Job Training) การศึกษาดูงานทั้งภายในและภายนอกประเทศ การถ่ายทอดความรู้ระหว่างเพื่อนร่วมงาน และการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้บริหารและพนักงานตามแนวทาง Learning Organization

รายงานการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 15 ข้อ

1. นโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการบริษัทเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่าระบบและการกำกับดูแลกิจการที่ดี จะทำให้บริษัทมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ยกระดับการดำเนินงานอย่างยั่งยืน และเป็นหัวใจสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายที่สำคัญที่สุดของบริษัท ได้แก่การเพิ่มมูลค่าสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น จึงได้ประมวลนโยบายและข้อปฏิบัติหลักๆที่กรรมการผู้บริหาร และพนักงานจะยึดถือ ในการปฏิบัติหน้าที่ของตน ตามความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์และปณิธานของบริษัท

วิสัยทัศน์ (Vision)

ผสานสื่อที่หลากหลายเพื่อเข้าถึงทุกครัวเรือน

(The Multimedia Group that reaches every household)

ปณิธาน (Mission)

ให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ความบันเทิง และสร้างแรงบันดาลใจด้วยความน่าเชื่อถือ ทัน
เหตุการณ์อย่างสร้างสรรค์

(To inform, educate, entertain and inspire in the most trustworthy, timely and creative manner)

หลักการกำกับดูแลกิจการของบริษัทนี้ จะสะท้อนถึงคุณค่าขององค์กร (Core Values) และแนวปฏิบัติที่บริษัท
ยึดถือมาโดยตลอดอันประกอบด้วย

Credibility

ความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจ ทั้งการรายงานข่าวสาร และการประกอบธุรกิจ

Integrity

ซื่อสัตย์ต่อมาตรฐานวิชาชีพ เคารพต่อจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจ

Synergy

ตระหนักในคุณค่าของการผสานสื่ออันหลากหลายและประสานร่วมมือกับกลุ่มต่างๆ ทั้ง
ภายในและภายนอกเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดของลูกค้า ผู้ถือหุ้นและพนักงาน

Customer Focus

ให้บริการเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

Innovation

ความคิดสร้างสรรค์ในสิ่งที่แตกต่างทั้งในด้านสินค้า การตลาด การขาย การให้บริการ และระบบ
การบริหาร

คณะกรรมการจะดูแลให้มีการปฏิบัติตามนโยบายและข้อปฏิบัติที่ระบุไว้อย่างเคร่งครัด และจะติดตามปรับปรุงให้
เหมาะสมกับเวลาและสถานการณ์ สอดคล้องกับประโยชน์ และความคาดหวังของผู้ถือหุ้นอยู่ตลอดเวลา และให้เป็นที่เชื่อมั่น
ของผู้ถือหุ้นว่าผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นได้รับการดูแลอย่างดี

นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและคู่มือจริยธรรมสำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท ได้รับ
ความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัทฯ เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2549

2. สิทธิของผู้ถือหุ้น

ผู้ถือหุ้นมีสิทธิในความเป็นเจ้าของโดยควบคุมบริษัทผ่านการแต่งตั้งคณะกรรมการ ให้ทำหน้าที่แทนตนและมี
สิทธิในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของบริษัท ผู้ถือหุ้นจึงมีสิทธิ ในการซื้อขายหรือโอนหุ้น มีส่วนแบ่งใน
ผลกำไรของกิจการ การได้รับข่าวสารข้อมูลของกิจการอย่างเพียงพอ การเข้าร่วมประชุมเพื่อใช้สิทธิออกเสียงในที่ประชุม

ในปี 2549 บริษัทมีการประชุมผู้ถือหุ้นเพียงครั้งเดียว คือการประชุมใหญ่สามัญประจำปีผู้ถือหุ้น ครั้งที่1/2549
ในวันที่ 24 เมษายน 2549 ที่สำนักงานใหญ่ของบริษัท และได้จัดส่งหนังสือเชิญประชุม พร้อมทั้งข้อมูลประกอบการ
ประชุมตามวาระต่างๆแก่ผู้ถือหุ้นเป็นการล่วงหน้าตามที่กวด.และตลาดหลักทรัพย์กำหนด โดยในแต่ละวาระมีความเห็น
ของคณะกรรมการประกอบเพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถตรวจสอบได้ พร้อมให้ทางเลือกแก่ผู้ถือหุ้นที่ไม่สามารถเข้าร่วม
ประชุมได้มอบฉันทะให้แก่ประธานกรรมการตรวจสอบ เป็นผู้รับมอบอำนาจจากผู้ถือหุ้น

ในปี 2550 บริษัทมีนโยบายให้ความสำคัญกับเรื่องสิทธิของผู้ถือหุ้นและการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นโดยความเท่า
เทียมกัน จึงได้ดำเนินการปรับปรุงเรื่องต่างๆดังต่อไปนี้

- 1.ปรับปรุงข้อมูลประกอบการประชุมผู้ถือหุ้นให้มีรายละเอียดมากยิ่งขึ้น
- 2.มีการบันทึกการเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการและผู้บริหารให้ครบถ้วน
- 3.อำนวยความสะดวก ให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิในการเข้าร่วมประชุมออกเสียงอย่างเต็มที่

4.เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสามารถร้องขอต่อคณะกรรมการให้เพิ่มเรื่องในวาระการประชุมได้ โดยกรอกข้อมูล
วาระที่ต้องการเสนอ หลักการและเหตุผล ตามเอกสารที่ผู้ถือหุ้นสามารถ download ได้จากเว็บไซต์www.nationgroup.com
ของบริษัท และจัดส่งให้บริษัทภายใน 14 วัน หลังจากที่บริษัทได้แจ้งกำหนดการประชุมและแจ้งวาระการประชุมผู้ถือหุ้น
ต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแล้ว

5. ผู้ถือหุ้นสามารถส่งคำถามล่วงหน้าก่อนวันประชุมได้ โดยเขียนข้อความในแบบที่ได้จัดส่งให้ผู้ถือหุ้นพร้อมหนังสือเชิญประชุม และส่งกลับมายังบริษัททางโทรสาร หรือไปรษณีย์ตามที่อยู่ในแบบฟอร์มหรือส่งคำถามล่วงหน้าได้ที่เว็บไซต์ของบริษัท

6. บริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยที่มีจำนวนไม่น้อยกว่า 25 ราย และมีหุ้นนับจำนวนหุ้นรวมกันได้ไม่น้อยกว่าร้อยละสิบของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมด เสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการได้ โดยเสนอชื่อผ่านคณะกรรมการบริษัทล่วงหน้า 3 เดือน ก่อนวันประชุมใหญ่สามัญประจำปีของผู้ถือหุ้น

คณะกรรมการตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารกับผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนทั่วไป จึงจัดให้มีการเปิดเผยข้อมูลและสารสนเทศต่างๆของบริษัทผ่านทางเว็บไซต์ www.nationgroup.com

3. สิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสียจะได้รับการดูแลจากบริษัทตามสิทธิที่มีตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คณะกรรมการจะพิจารณาให้มีกระบวนการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือ ระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสีย ในการสร้างความมั่งคั่ง ความมั่นคงทางการเงิน และความยั่งยืนของกิจการ

ในระบบการกำกับดูแลกิจการ ผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญมีหลายกลุ่ม ประกอบด้วย พนักงาน ลูกค้า ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน คู่ค้า เจ้าหนี้ คู่แข่งทางการค้า สังคม ภาครัฐ ชุมชนที่บริษัทตั้งอยู่ และผู้สอบบัญชีอิสระ เป็นต้น คณะกรรมการมีนโยบายให้มีการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม โดยคำนึงถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียตามกฎหมายหรือตามข้อตกลงที่มีกับบริษัท ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในการเสริมสร้างผลการดำเนินงานของบริษัท เพื่อสร้างความมั่นคงอย่างยั่งยืนให้กับกิจการ และเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบข้อมูลอย่างเพียงพอ โดยกำหนดเป็นจริยธรรมขององค์กรในด้านต่างๆประกอบด้วย

1. จริยธรรมว่าด้วยความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น
2. จริยธรรมว่าด้วยความสัมพันธ์กับลูกค้า และประชาชน
3. จริยธรรมว่าด้วยความรับผิดชอบต่อวิชาชีพสื่อสารมวลชน
4. จริยธรรมว่าด้วยความสัมพันธ์กับคู่ค้า คู่แข่งทางการค้า และเจ้าหนี้ทางการค้า
5. จริยธรรมว่าด้วยความรับผิดชอบต่อพนักงาน
6. จริยธรรมว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

4. การประชุมผู้ถือหุ้น

ในการประชุมใหญ่สามัญประจำปีผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2549 เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2549 มีการเข้าร่วมประชุมครบทั้ง 11 คน รวมถึงประธานกรรมการ ประธานกรรมการตรวจสอบ กรรมการผู้จัดการใหญ่ และผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ในการประชุม บริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นได้แสดงความเห็นโดยอิสระอย่างกว้างขวาง และได้บันทึกประเด็นการซักถาม การตอบคำถามของคณะกรรมการและฝ่ายบริหารตลอดจนข้อคิดเห็นต่างๆ ของผู้ถือหุ้นไว้ในรายงานการประชุมอย่างครบถ้วน

5. ภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์

คณะกรรมการบริษัทมีส่วนร่วมในการกำหนด ภารกิจ กลยุทธ์ เป้าหมาย แผนธุรกิจ และงบประมาณของบริษัท ตลอดจนกำกับดูแลฝ่ายจัดการให้การดำเนินงานเป็นไปตามแผนธุรกิจ และงบประมาณที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ มี

ความเป็นอิสระในการตัดสินใจ เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัท เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่กิจการ และความมั่นคงแก่ผู้ถือหุ้น โดยในปี 2549 บริษัทได้เพิ่มสายธุรกิจขึ้นอีก 1 สาย รวมเป็น 7 สายธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย

1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย
2. สายธุรกิจด้านข่าวการบ้านการเมืองทั่วไปภาษาไทย
3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ
4. สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง
5. สายธุรกิจด้านการศึกษา บันเทิง และต่างประเทศ
6. สายธุรกิจด้านการพิมพ์
7. สายธุรกิจด้านกิจกรรมพิเศษและหนังสือฉบับพิเศษ

โดยมีวัตถุประสงค์ในการปรับโครงสร้างเพื่อสร้างบุคลากรและกระจายอำนาจให้ผู้บริหารรุ่นใหม่มีความคล่องตัวและมีอิสระในการบริหารงาน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง การแข่งขัน และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลาย ได้ทันสถานการณ์ พร้อมทั้งสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ให้แก่กลุ่มบริษัทให้สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

คณะกรรมการเป็นผู้พิจารณากำหนดและแยกบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบระหว่างคณะกรรมการ อนุกรรมการ และฝ่ายบริหารอย่างชัดเจน ตามรายละเอียดข้อ 9.1. โครงสร้างกรรมการบริษัท รวมทั้งมีการสื่อสารบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบดังกล่าวต่อกรรมการ อนุกรรมการ ฝ่ายบริหารและพนักงานของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

คณะกรรมการกำกับดูแลให้คณะกรรมการบริหารดำเนินงานตามนโยบายที่กำหนดไว้ โดยคณะกรรมการบริหารมีอำนาจอนุมัติเรื่องต่างๆตามที่คณะกรรมการได้กำหนดไว้ในระเบียบการอนุมัติของบริษัท(Corporate Index) ทั้งนี้ ไม่รวมถึงรายการที่มีความขัดแย้งหรือมีส่วนได้เสีย รวมทั้งรายการที่ต้องขอความเห็นจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามข้อกำหนดของก.ล.ด.และตลาดหลักทรัพย์ฯ

6. ความขัดแย้งทางผลประโยชน์

เพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์คณะกรรมการได้ดูแลอย่างรอบคอบ เมื่อเกิดรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รวมถึงกำหนดนโยบายและวิธีการดูแลไม่ให้ผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องนำข้อมูลภายในบริษัทไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตัว

รายการที่อาจขัดแย้งทางผลประโยชน์ คณะกรรมการบริษัทได้ทราบถึงรายการที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และรายการที่เกี่ยวข้องกัน โดยได้พิจารณาความเหมาะสมอย่างรอบคอบทุกครั้ง รวมทั้งมีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ฯ โดยราคาและเงื่อนไข เสมือนทำรายการกับบุคคลภายนอกทุกรายการ สำหรับรายการระหว่างกันของบริษัท บริษัทย่อย และบริษัทร่วม บริษัทได้เปิดเผยรายละเอียดของรายการ คู่สัญญา เหตุผล/ความจำเป็น ไว้ในรายงานประจำปี และแบบ (56-1) แล้ว

7. จริยธรรมธุรกิจ

คณะกรรมการบริษัทได้มีมติเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2549 ประกาศใช้คู่มือจริยธรรมสำหรับ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท เนชั่น มัลติมีเดียกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ตามภารกิจของบริษัทด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และเที่ยงธรรม ทั้งการปฏิบัติต่อบริษัท และ ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม สาธารณชน และสังคม บริษัทได้สื่อสารกับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ และติดตามการปฏิบัติตามแนวทางดังกล่าวเป็นประจำ รวมถึงกำหนดบทลงโทษทางวินัยไว้ด้วย

เนชั่นกรุ๊ป ในฐานะของผู้ผลิตสื่อแบบครบวงจร ให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการนำเสนอข่าวสารที่มีคุณภาพ เป็นความจริง น่าเชื่อถือ โดยมีการปลูกฝังจริยธรรมแห่งวิชาชีพของสื่อสารมวลชน เป็นประเพณีปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ซึ่งเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้สื่อและผู้ปฏิบัติงานของสื่อต่างๆ ในเครือเนชั่นกรุ๊ป ได้รับความเชื่อถือและศรัทธาจากสังคมอย่างต่อเนื่อง แม้ในยามคับขันหรือช่วงที่มีแรงกดดันทางการเมือง เราก็สามารถทำหน้าที่ของสื่ออย่างแน่วแน่ โดยไม่ละทิ้งหลักการ พนักงานฝ่ายข่าวของทุกสื่อในเครือ ต้องยึดหลักปฏิบัติในจริยธรรมว่าด้วยความรับผิดชอบในวิชาชีพ สื่อสารมวลชนโดยเคร่งครัด ไม่มีข้อยกเว้น เพื่อช่วยกันธำรงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือและศรัทธาที่สังคมมีต่อสื่อในเครือเนชั่น

8. การถ่วงดุลของกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร

ปัจจุบัน (กุมภาพันธ์ 2550) คณะกรรมการบริษัทมีจำนวน 11 คน ประกอบด้วย

- กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	จำนวน	5 คน
- กรรมการที่เป็นกรรมการอิสระ	จำนวน	5 คน
- กรรมการภายนอกที่ไม่ใช่ผู้บริหาร	จำนวน	1 คน

ดังนั้น บริษัทมีกรรมการที่เป็นอิสระทั้งหมด 5 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 45.46 ของกรรมการทั้งหมด

9. การรวมหรือแยกตำแหน่ง

ปัจจุบัน ประธานคณะกรรมการ (Chairman) ไม่ได้ดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) ผู้มีหน้าที่ดูแลการปฏิบัติงานวันต่อวันคือ กรรมการผู้จัดการใหญ่ (Group President) ตามแผนการสืบทอดงาน (Succession Plan) ประธานคณะกรรมการยังคงเป็นประธานกรรมการบริหารเพื่อเป็นพี่เลี้ยงให้กรรมการผู้จัดการใหญ่ต่อไประยะหนึ่ง

เพื่อให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นการถ่วงดุลให้เกิดการสอบทานการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2550 เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2550 ได้ปรับโครงสร้างคณะกรรมการของบริษัทโดยแต่งตั้งกรรมการอิสระเพิ่มอีก 2 คนรวมเป็นกรรมการอิสระทั้งสิ้นจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 45.46 ของกรรมการทั้งหมด และ กรรมการภายนอกที่ไม่ใช่ผู้บริหาร 1 คน รวมเป็นกรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหารจำนวนทั้งสิ้น 6 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 55 ของกรรมการทั้งหมด

ในปี 2549 บริษัทได้เพิ่มสายธุรกิจเพิ่มขึ้นอีก 1 สาย ได้แก่สายธุรกิจด้านกิจกรรมพิเศษและหนังสือฉบับพิเศษ รวมทั้งสิ้นเป็น 7 สายธุรกิจ ซึ่งได้แก่ 1.สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย 2.สายธุรกิจด้านข่าวการบ้านการเมืองทั่วไปภาษาไทย 3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ 4.สายธุรกิจด้านการศึกษา บันเทิง และต่างประเทศ 5.สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพ และเสียง 6.สายธุรกิจด้านโรงพิมพ์ 7. สายธุรกิจด้านกิจกรรมพิเศษและหนังสือฉบับพิเศษ ทั้งนี้เพื่อสร้างบุคลากรและกระจายอำนาจให้ผู้บริหารรุ่นใหม่ มีความคล่องตัวและมีอิสระในการบริหารงาน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง การแข่งขัน และความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมายได้ทันการณ์ พร้อมทั้งสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ให้แก่กลุ่มบริษัทให้สามารถเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยอยู่ในกรอบนโยบาย และงบประมาณของบริษัท โดยแต่ละกลุ่มธุรกิจมีกรรมการอำนวยการ (President) เป็นผู้บริหารสูงสุดของแต่ละสายธุรกิจ โดยขึ้นตรงต่อ กรรมการผู้จัดการใหญ่ (Group President)

10. ค่าตอบแทนของกรรมการและผู้บริหาร

บริษัทได้กำหนดนโยบายค่าตอบแทนกรรมการไว้อย่างชัดเจน โปร่งใส โดยค่าตอบแทนอยู่ในระดับเดียวกับอุตสาหกรรม และสูงเพียงพอที่จะดึงดูดและรักษากรรมการที่มีคุณสมบัติที่ต้องการ และได้ขออนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นแล้ว กรรมการที่ได้รับมอบหมายให้มีหน้าที่และความรับผิดชอบมากขึ้น ได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับหน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายเพิ่มขึ้น

สำหรับคำตอบแทนผู้บริหารระดับสูง เป็นไปตามหลักการและนโยบายที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด ซึ่งเชื่อมโยงกับผลการดำเนินงานของบริษัทและผลการดำเนินงานของผู้บริหารแต่ละคน คณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารเป็นผู้พิจารณาคำตอบแทนที่เหมาะสมแก่ผู้บริหารระดับสูง

จำนวนคำตอบแทนในปี 2548 และปี 2549 ซึ่งบริษัทได้จ่ายคำตอบแทนให้แก่กรรมการและผู้บริหารมีรายละเอียดดังนี้

คำตอบแทนที่เป็นตัวเงิน

-กรรมการ

	ปี 2548		ปี 2549	
	จำนวนราย	จำนวนเงิน(บาท)	จำนวนราย	จำนวนเงิน(บาท)
คำตอบแทนรายปี	6	1,600,000.-	6	1,600,000.-
คำตอบแทนอื่น	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

-กรรมการบริหารและผู้บริหาร

	ปี 2548		ปี 2549	
	จำนวนราย	จำนวนเงิน(ล้านบาท)	จำนวนราย	จำนวนเงิน(ล้านบาท)
เงินเดือน+โบนัส	24	113.81	25	107.44
คำตอบแทนอื่น*	24	5.19	23	4.59

*คำตอบแทนอื่น ได้แก่ เงินสหบทกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เป็นต้น

คำตอบแทนที่ไม่ใช่ตัวเงิน

-กรรมการ -ไม่มี-

-กรรมการบริหารและผู้บริหาร -ไม่มี-

11. การประชุมคณะกรรมการ

การประชุมคณะกรรมการบริษัทจะกำหนดไว้ล่วงหน้าในแต่ละปีอย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้งและมีการประชุมพิเศษเพิ่มตามความจำเป็น โดยมีการกำหนดวาระการประชุมชัดเจน ล่วงหน้า และมีวาระการติดตามผลการดำเนินงานเป็นประจำ ซึ่งเลขานุการบริษัทจะจัดส่งหนังสือเชิญประชุมพร้อมเอกสารประกอบวาระการประชุมให้คณะกรรมการทุกท่านทราบล่วงหน้าก่อนการประชุมเป็นเวลา 7 วัน เพื่อให้คณะกรรมการได้ศึกษาข้อมูลอย่างเพียงพอก่อนเข้าร่วมประชุม โดยปกติการประชุมแต่ละครั้งใช้เวลา 3-4 ชั่วโมง ในปี 2549 มีการประชุมคณะกรรมการบริษัทจำนวน 6 ครั้ง และบริษัทได้มี

การจดบันทึกรายงานการประชุมเป็นลายลักษณ์อักษร จัดเก็บรายงานการประชุมที่ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการบริษัท พร้อมให้กรรมการและผู้เกี่ยวข้องตรวจสอบได้

การเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการบริษัท แต่ละคนในปี 2549 สรุปได้ดังนี้

รายชื่อ	การประชุม ทั้งหมด (ครั้ง)	การเข้า ร่วมประชุม
1. นายธนาชัย ชีรพัฒน์วงศ์	6	6
2. นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	6	6
3. นายธนะชัย สันติชัยกุล	6	6
4. นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	6	6
5. นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์	6	6
6. นายปรกรณ์ บริมาสพร	6	6
7. นายพนา จันทรวโรจน์	6	6
8. นายอดิศักดิ์ ลิ้มปรุ่งพัฒนกิจ	6	6
9. นายนิสสัย เวชชาชีวะ	6	6
10. นายโยธิน เนื่องจางค์	6	6
11. นายณรงค์ศักดิ์ โอปีสันธน	6	4

12. คณะอนุกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการขึ้นจำนวน 1 คณะ เพื่อช่วยในการกำกับดูแลกิจการของบริษัท คือ คณะกรรมการตรวจสอบ ประกอบด้วยกรรมการอิสระ อย่างน้อย 3 คน มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี โดยกรรมการตรวจสอบซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระ อาจได้รับการแต่งตั้งอีกก็ได้ คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่รับผิดชอบในการสอดส่องดูแลคุณภาพและความน่าเชื่อถือของรายงานทางบัญชี ระบบการตรวจสอบและระบบการควบคุมภายใน ตลอดจนรายงานทางการเงินของบริษัท โดยรายละเอียดวัตถุประสงค์ บทบาท หน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ ได้ระบุไว้ในหัวข้อเรื่อง คณะกรรมการตรวจสอบ

ในปี 2549 ได้จัดประชุมคณะกรรมการตรวจสอบเป็นจำนวน 4 ครั้ง ซึ่งการประชุมแต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ 3-4 ชั่วโมง โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบเข้าร่วมประชุม ดังนี้

รายชื่อ	การประชุม ทั้งหมด(ครั้ง)	การเข้า ร่วมประชุม
1. นายปรกรณ์ บริมาสพร ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ	4	4
2. นายเชวง จริยะพิสุทธิ์ กรรมการตรวจสอบ	4	4
3. นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์ กรรมการตรวจสอบ	4	3

13. ระบบการควบคุมภายใน

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการมีระบบการควบคุมภายในที่ดี และรัดกุมอย่างเพียงพอ จะช่วยลดการสูญเสีย ทั้งทรัพยากร เวลา และโอกาสในธุรกิจ ช่วยเพิ่มผลงานและประสิทธิภาพในการทำงาน เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายขององค์กรได้รับประโยชน์สูงสุด บริษัทฯให้ความสำคัญต่อระบบการควบคุมภายในทั้งในระดับบริหารและระดับปฏิบัติงาน

จึงได้กำหนดบทบาทหน้าที่อำนาจการดำเนินการในด้านต่างๆของผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหารในระดับต่างๆ(Corporate Index) ไว้อย่างชัดเจน มีการควบคุมดูแลการใช้ทรัพย์สินของบริษัทให้เกิดประโยชน์เพิ่มขึ้น มีการแบ่งแยกหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงาน ผู้ติดตามควบคุมงานและประเมินผลออกจากกัน เพื่อให้เกิดการถ่วงดุลและการตรวจสอบระหว่างกันอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังมีระบบการควบคุมภายในที่เกี่ยวกับระบบการเงิน

บริษัทมีหน่วยงานตรวจสอบภายใน (Internal Auditor) เพื่อช่วยคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าการปฏิบัติงานหลักและกิจกรรมทางการเงินสำคัญของบริษัทได้ดำเนินการตามแนวทางที่กำหนดและมีประสิทธิภาพ ตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับบริษัท (Compliance Control) รวมถึงสอบทานระบบการควบคุมภายในว่ามีความรัดกุมเพียงพอแค่ไหน อย่างไร การปฏิบัติงานของพนักงานในแผนกและฝ่ายต่างๆได้ปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของบริษัทอย่างเคร่งครัดเพียงใด สอบทานระเบียบในด้านต่างๆเพื่อเสนอแนะในการปรับปรุงให้เข้ากับสถานการณ์ และเพื่อให้เกิดความเป็นอิสระสามารถถ่วงดุลได้อย่างเต็มที่ คณะกรรมการบริษัทจึงกำหนดให้หน่วยงานตรวจสอบภายในขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ ตั้งแต่ไตรมาส 3 ในปี 2549 คณะกรรมการตรวจสอบได้ร่วมปรึกษาหารือกับผู้ตรวจสอบบัญชีของบริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด เป็นประจำทุกไตรมาสอย่างสม่ำเสมอ

คณะกรรมการบริษัทได้รับทราบรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบที่ได้สอบทานงบการเงินและรายงานทางการเงิน รวมทั้งรับทราบผลการปฏิบัติงานของแผนกตรวจสอบภายในอย่างต่อเนื่อง ไม่พบประเด็นความผิดพลาดที่เป็นสาระสำคัญต่อการเงินของบริษัท การปฏิบัติงานเป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนด มีระบบการควบคุมภายในที่รัดกุมเพียงพอและเหมาะสม มีการดูแลป้องกันทรัพย์สินมิให้ผู้บริหารและพนักงานนำไปใช้โดยมิชอบ

คณะกรรมการเล็งเห็นความสำคัญของการบริหารความเสี่ยง ที่มีผลต่อการช่วยลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นและเป็นหลักประกันของการดำรงอยู่อย่างมั่นคงและยั่งยืนขององค์กร บริษัทจึงส่งเสริมให้ความรู้ และมุ่งเน้นกับฝ่ายบริหาร เพื่อให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยง โดยให้สอดคล้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) บริษัทมุ่งหวังให้การบริหารความเสี่ยงเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ได้รับการใส่ใจตลอดเวลา

14. รายงานคณะกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทฯ ตระหนักถึงหน้าที่และความรับผิดชอบในฐานะกรรมการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในการกำกับดูแลให้รายงานทางการเงินประจำปี 2549 ของบริษัทฯ ที่จัดทำขึ้น มีข้อมูลทางบัญชีที่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ โปร่งใส อย่างเพียงพอที่จะดำรงรักษาไว้ซึ่งทรัพย์สินของบริษัทฯ ป้องกันการทุจริตและการดำเนินการที่ผิดปกติ รวมทั้งได้ถือปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป ใช้นโยบายบัญชีที่เหมาะสมและถือปฏิบัติโดยสม่ำเสมอ ตลอดจนมีการพิจารณาถึงความสมเหตุสมผล และความรอบคอบในการจัดทำงบการเงินและงบการเงินรวมของบริษัทฯ และบริษัทย่อย รวมถึงข้อมูลสารสนเทศทางการเงินที่ปรากฏในรายงานประจำปีบัญชี 2549 ของบริษัทฯ

ดังนั้น เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียเกิดความเชื่อมั่นต่อรายงานทางการเงินของบริษัทฯ คณะกรรมการบริษัทฯ จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ ประกอบด้วย กรรมการอิสระผู้ซึ่งมีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำหน้าที่สอบทานให้บริษัทฯ มีการรายงานทางการเงิน และการดำเนินงานอย่างถูกต้องเพียงพอ มีการเปิดเผยข้อมูลรายการที่เกี่ยวข้องกัน หรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้มีความโปร่งใส ถูกต้องและครบถ้วน รวมทั้งให้มีความเพียงพอของระบบบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน การตรวจสอบภายใน และการกำกับดูแลของบริษัทฯ ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีความครบถ้วนเพียงพอ และเหมาะสมของกระบวนการติดตามการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ นโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คณะกรรมการบริษัทฯ มีความเห็นว่า งบการเงินและงบการเงินรวมของบริษัทและบริษัทย่อย ประจำปีบัญชี 2549 สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2549 ที่คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานร่วมกับฝ่ายบริหารและผู้สอบบัญชี ได้แสดงฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน และกระแสเงินสด ถูกต้อง ครบถ้วน เชื่อถือได้ สมเหตุสมผล ถือปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป มีการใช้นโยบายบัญชีที่เหมาะสม และถือปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสเพียงพอ และปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

15. ความสัมพันธ์กับผู้ลงทุน

คณะกรรมการบริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใส โดยบริษัทได้ตั้งหน่วยงานผู้ลงทุนสัมพันธ์ (Investor Relations) email : investor@nationgroup.com เพื่อให้บริการข้อมูลข่าวสารกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทให้กับนักลงทุน และนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ทราบ พร้อมทั้งเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลทั่วไป ตลอดจนข้อมูลสำคัญที่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัท โดยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ผู้ลงทุน และผู้ที่เกี่ยวข้องทราบผ่านทางสื่อ Online ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ เว็บไซต์ของบริษัท www.nationgroup.com นอกจากนี้ได้ร่วมกับสมาคมนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ ในการจัดประชุมเพื่อพบนักลงทุนและนักวิเคราะห์หลักทรัพย์เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานในปัจจุบันและในอนาคต อย่างสม่ำเสมอ

10. การควบคุมภายใน

โปรดดูรายละเอียดในหน้า 73-74 เรื่อง ระบบการควบคุมภายใน ซึ่งจะอธิบายไว้ในส่วนของรายงานการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 15 ข้อ

11. รายการระหว่างกัน

บริษัทมีรายการระหว่างกันกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกับบริษัทในกลุ่ม เฉพาะกรณีที่มีความจำเป็นอันเนื่องมาจากการดำเนินธุรกิจ ตามปกติทางการค้า ที่เกิดขึ้นในระหว่างปี 2549 รวมทั้งที่มียอดคงค้าง ณ 31 ธันวาคม 2549 โดยรายการที่เปิดเผยดังต่อไปนี้ เป็นรายการระหว่างกันระหว่างบริษัทกับบริษัทย่อยที่มีความเกี่ยวพัน และ/หรือ สนับสนุนธุรกิจของบริษัทย่อยบริษัทรวม และบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน สิ้นทรัพย์ หนี้สิน รายได้ และค่าใช้จ่ายส่วนหนึ่งของบริษัทและบริษัทย่อยเป็นรายการที่เกิดขึ้นกับบริษัทย่อย บริษัทรวมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกันโดยการมีผู้ถือหุ้น และ/หรือ การเป็นกรรมการร่วมกัน โดยรายการระหว่างกันดังต่อไปนี้เป็นรายการระหว่างบริษัทหรือบริษัทย่อย กับบริษัทที่บริษัทถือหุ้นน้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 60 แต่ไม่มีรายการใดที่เกิดขึ้นจากบุคคลที่มีความขัดแย้งกัน คือบุคคลที่เกี่ยวข้องไม่ได้เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่เกินกว่าร้อยละ 5 ในบริษัทที่มีรายการระหว่างกัน

รายการระหว่างกันได้กำหนดขึ้นโดยใช้ราคาตลาดหรือราคาที่ตกลงกันตามสัญญาหากไม่มีราคาตลาดรองรับ โดยมีนโยบายกำหนดราคาดังนี้

	นโยบายการกำหนดราคา
- รายได้จากการขาย รายได้จากการให้บริการและอื่น ๆ	ราคาซื้อขายทางการค้าปกติตามราคาตลาดทั่วไป
- ดอกเบี้ยรับจากเงินให้กู้ยืม	ตามอัตราคงที่ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของสถาบันการเงิน
- ค่าใช้จ่าย	ตามอัตราที่ได้ตกลงร่วมกันซึ่งใกล้เคียงกับอัตราตลาด
- ดอกเบี้ยจ่ายจากเงินกู้ยืม	อัตราคงที่ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของสถาบันการเงิน

ข้อมูลสรุปของรายการระหว่างกันที่สำคัญตามความหมายข้างต้น มีดังนี้

1. รายการระหว่าง NMG (บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)) กับ NEE (บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด)

โดย NMG ถือหุ้น 99.99% ใน NBI และ NBI ถือหุ้นใน NEE 50% มีความสัมพันธ์โดย NEE มีกรรมกร่วมกับ NMG จำนวน 1 ท่านจากจำนวนทั้งสิ้น 6 ท่าน

รายละเอียด	รายการระหว่างปี 2549 (ล้านบาท)	ยอดคงค้างสุทธิ 31 ธ. ค. 2549 (ล้านบาท)	หมายเหตุ
<u>รายการทางการค้า</u> NMG เรียกเก็บค่าใช้จ่ายส่วนกลางจาก NEE	18.59	6.01	

ความจำเป็นและความเหมาะสมผล : กรรมการอิสระได้พิจารณาแล้วมีความเห็นว่ารายการที่เกิดขึ้นมีความเหมาะสมผล และเป็นรายการทางการค้าปกติ โดยการบริการที่เรียกเก็บระหว่างกันเป็นอัตราใกล้เคียงกับราคาตลาดโดยทั่วไป NMG เรียกเก็บค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่เกิดจากการบริหารงานโดย NMG ได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากฝ่ายธุรการ, บุคคล, จัดซื้อ, ค่าเช่า เป็นต้น ดังนั้น NMG จึงจำเป็นต้องเรียกเก็บตามค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง เพื่อรักษาผลประโยชน์สูงสุดของบริษัท

2. รายการระหว่าง NMG (บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)) กับ NP (บริษัท เนชั่น พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด) โดย NMG ถือหุ้น 18% และมีความสัมพันธ์โดย NP มีกรรมกร่วมกับ NMG 3 ท่านจากจำนวนทั้งสิ้น 9 ท่าน

รายละเอียด	รายการระหว่างปี 2549 (ล้านบาท)	ยอดคงค้างสุทธิ 31 ธ. ค. 2549 (ล้านบาท)	หมายเหตุ
<u>รายการทางการค้า</u> NP เรียกเก็บค่าดูแลพื้นที่ Nation Tower, Fitness, อาคารจอดรถ กับ NMG	60.81	-	

ความจำเป็นและความเหมาะสมผล : กรรมการอิสระได้พิจารณาแล้วมีความเห็นว่ารายการที่เกิดขึ้นมีความเหมาะสมผล และเป็นรายการทางการค้าปกติ โดย NP เป็นบริษัทที่ทำหน้าที่บริหารพื้นที่ของอาคาร Nation Tower, ส่วนอาคารลานจอดรถ และ Fitness ดังนั้น NP จึงเรียกเก็บค่าบริการดูแลสถานที่ขึ้นในอัตราที่ใกล้เคียงกับอัตราตลาด

3. รายการระหว่าง NMG (บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)) กับ NTR (บริษัท เอ็นพีจี เทรนนิ่ง แอนด์ คอนเฟอเรนซ์ รีสอร์ท จำกัด) โดย NMG ถือหุ้น 18% ใน NP และ NP ถือหุ้น 99% ใน NTR โดย NTR ไม่มีกิจกรรมการร่วมกับ NMG

รายละเอียด	รายการระหว่างปี 2549 (ล้านบาท)	ยอดคงค้างสุทธิ 31 ธ. ค. 2549 (ล้านบาท)	หมายเหตุ
รายการผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนและดอกเบี้ยค้างรับ โดย NMG หักเรียกเก็บดอกเบี้ยกับ NTR ตั้งแต่ไตรมาส 2/2545 - NMG รับคืนหนี้ตามสัญญาประนอมหนี้ในระหว่างปี 2549 เดือนละ 1 ล้านบาท ตั้งแต่เดือนกันยายน 2549 - รายการคงค้างต่าง ๆ สัญญาแลกเปลี่ยนสินค้าบริการ (Barter) โดยเดิมจัดกลุ่มในลูกหนี้อื่น แต่ในปี 2549 ได้จัดกลุ่มรวมเป็นลูกหนี้บริษัทในเครือ หัก ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ (ปี2542 — 2546)	(4.00) -	157.42 5.22 (159.90)	NMG มีรายการดอกเบี้ยและขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนค้างรับตั้งแต่ปี 2538-2545 จำนวน 194.90 ล้านบาท แต่บริษัทค้างค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญในปี 2542 , ปี 2545 และ ปี 2546 แล้ว จำนวน 35.32 ล้านบาท , 104.58 ล้านบาท และ 20 ล้านบาท ตามลำดับ หรือรวม 159.90 ล้านบาท โดยผ่านมติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท สำหรับรายการดอกเบี้ยค้างรับดังกล่าวเป็นรายการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนที่เกิดจากผลของการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเป็นแบบลอยตัว เนื่องจากเงินที่ NMG ให้ NTR รัฐบาลส่วนใหญ่เป็นเงินตราต่างประเทศ
คงเหลือ สุทธิ	(4.00)	(2.74)	
รายการเงินกู้ยืมระหว่างกัน 1. NMG ให้เงินกู้ยืมแก่ NTR ในระหว่างปี 2539 - 2545 โดยคิดดอกเบี้ยร้อยละ 7 จนถึง 31 มี.ค. 45 ได้หยุดเรียกเก็บดอกเบี้ย ตั้งแต่ไตรมาส 2 ปี 2545 หัก ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ ในไตรมาส 3/2548	-	438.35 (177.56)	
คงค้างสุทธิ		260.79	รายการเงินกู้ยืมคงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2549 เป็นรายการที่เกิดขึ้นตั้งแต่ปี 2539-2541 เพื่อใช้ในการปรับปรุงอาคารโรงแรมของ NTR ที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดย NMG ได้เรียกเก็บดอกเบี้ยมาโดยตลอดตามต้นทุนการกู้ยืมของ NMG + Margin ประมาณร้อยละ 1 และได้หยุดเรียกเก็บเมื่อไตรมาส 2 ปี 2545 โดยในไตรมาส 3/2548 บริษัทได้ตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ จำนวน 177.56 ล้านบาท โดยผ่านมติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้คงเหลือลูกหนี้คงค้างสุทธิตามบัญชีประมาณ 330 ล้านบาท เท่ากับราคาประเมินทรัพย์สิน โดยผู้ประเมินอิสระภายนอกเมื่อเดือนกันยายน 2548 ซึ่งผู้ประเมินรายเดิมได้ประเมินราคาทรัพย์สินใหม่ในเดือนกุมภาพันธ์ 2550 ได้เท่ากับ 351 ล้านบาท และในขณะที่อยู่ระหว่างการเสนอขายทรัพย์สินบริษัทได้ทำประนีประนอมและรับสภาพหนี้กับ NTR โดยให้ชำระคืนหนี้อย่างน้อยเดือนละ 1 ล้านบาท ตั้งแต่เดือนกันยายน 2549 พร้อมทั้งจดจำนองที่ดิน และสิ่งปลูกสร้างเป็นหลักประกันหนี้เรียบร้อยแล้วในเดือนกุมภาพันธ์ 2550
รวมรายการลูกหนี้และเงินให้กู้ยืมสุทธิ		263.53	

ความจำเป็นและความเหมาะสมผล : ในปี 2549 โดยโอนรายการลูกหนี้สัญญาแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ (Barter) ซึ่งเดิมแสดงรวมอยู่ในลูกหนี้อื่น โดยเป็นส่วนหนึ่งของสินทรัพย์หมุนเวียนอื่น มาเป็นลูกหนี้บริษัทในเครือแทนจำนวน 5.22 ล้านบาท นอกจากนี้ในปี 2549 NTR ได้ทำสัญญาประนอมหนี้ กับ NMG โดยทยอยชำระคืนอย่างต่ำเดือนละ 1 ล้านบาท เริ่มตั้งแต่เดือนกันยายน 2549 สำหรับรายการที่ค้างจนถึง 31 ธันวาคม 2549 นั้น เป็นยอดยกมาตั้งแต่ปี 2544 สำหรับในช่วงระยะเวลาที่คิดดอกเบี้ยได้คิดตามต้นทุนการกู้ของ NMG บวก Margin ประมาณร้อยละ 1 ซึ่งเป็นอัตราที่ใกล้เคียงกับอัตราตลาด และเป็นไปเพื่อรักษาผลประโยชน์สูงสุดของบริษัท

4. รายการระหว่าง NMG (บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)) กับ YNIS (บริษัท โยมิอุริ-เนชั่น อินฟอเมชั่น เซอร์วิส จำกัด) โดย NMG ถือหุ้น 44.98% ใน YNIS และมีความสัมพันธ์โดย YNIS มีกรรมกรร่วมกับ NMG จำนวน 2 ท่านจากจำนวนทั้งสิ้น 4 ท่าน

รายละเอียด	รายการระหว่างปี 2549 (ล้านบาท)	ยอดคงค้างสุทธิ 31 ธ. ค. 2549 (ล้านบาท)	หมายเหตุ
<u>รายการทางการค้า</u>			
NMG เรียกเก็บค่าบริการส่วนกลางจาก YNIS	0.87	-	
NMG ชำระดอกเบี้ยเงินกู้ให้ YNIS	0.36	-	
<u>รายการเงินกู้ยืมระหว่างกัน</u>			
NMG กู้เงินจาก YNIS ตั้งแต่ ปี 2546		10.00	
NMG คืนเงินกู้ให้ YNIS		(10.00)	
คงเหลือ		-	

ความจำเป็นและความเหมาะสมผล : กรรมการอิสระได้พิจารณาแล้วมีความเห็นว่ารายการที่เกิดขึ้นมีความเหมาะสมผล โดยรายการเงินกู้ยืมนั้นเป็นไปตามสัญญาและข้อตกลงของผู้ถือหุ้นทั้ง 2 ฝ่าย โดยเริ่มตั้งแต่ ตุลาคม 2546 และต่อสัญญาทุก ๆ ปี โดยเรียกเก็บอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 3 ต่อปี และได้ชำระคืนทั้งจำนวนในเดือนกันยายน 2549 ทำให้ ณ 31 ธันวาคม 2549 ไม่มีรายการค้าง นอกจากนี้ยังมีรายการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่เกิดจากการบริหารงานโดย NMG เช่นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากฝ่ายบัญชี เป็นต้น ดังนั้น NMG จึงจำเป็นต้องเรียกเก็บตามค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เพื่อรักษาผลประโยชน์สูงสุดของบริษัท

5. รายการระหว่าง NMG (บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)) กับ NPC (บริษัท เนชั่น พรินติ้ง คอมมูนิเคชั่น จำกัด)

โดย NMG ถือหุ้น 19% ใน NPC โดยไม่มีกรรมกร่วมกับ NMG

รายละเอียด	รายการระหว่างปี 2549 (ล้านบาท)	ยอดคงค้างสุทธิ 31 ธ. ค. 2549 (ล้านบาท)	หมายเหตุ
1. NMG และ NPC ไม่มีรายการระหว่างกันในปี 2549 มีเฉพาะยอดคงค้างที่ยกมาตั้งแต่ปี 2540	-	35.43	รายการดังกล่าวเป็นรายการค่าที่ปรึกษาค้างมาตั้งแต่ปี 2540 โดย NPC เป็นบริษัทที่ตั้งขึ้นก่อนช่วงวิกฤตเศรษฐกิจสำหรับโครงการโรงพิมพ์ และได้ชะลอโครงการในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำจนถึงปัจจุบัน โดยค่าบริการที่ปรึกษาดังกล่าวเป็นการให้บริการที่คิดค่าบริการตามราคาดลาด ณ ขณะนั้น โดยในไตรมาส 3/2548 ฝ่ายบริหารได้ตั้งสำรองค่าเพื่อหนี้สงสัยจะสูญจำนวน 35.43 ล้านบาท โดยผ่านมติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท
2. NMG ได้ตั้งสำรองค่าเพื่อหนี้สงสัยจะสูญ ในไตรมาส 3/2548 จำนวน 35.45 ล้านบาท		(35.43)	
คงเหลือลูกหนี้สุทธิ		-	

ความจำเป็นและความสมเหตุสมผล : ในระหว่างปี 2549 ไม่มีรายการทางการค้าที่เกิดขึ้นระหว่าง NMG กับ NPC โดยจำนวนเงินคงค้างดังกล่าวเป็นยอดยกมาตั้งแต่ปี 2540 และบริษัทได้ตั้งสำรองครบทั้งจำนวนแล้วตั้งแต่ไตรมาส 3/2548

6. รายการระหว่าง NMG (บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)) กับ NT (บริษัท เนชั่น ทั่วไทย จำกัด) โดย NMG ถือหุ้น 19% ใน NT และไม่มีกรรมกร่วมกัน

รายละเอียด	รายการระหว่างปี 2549 (ล้านบาท)	ยอดคงค้างสุทธิ 31 ธ. ค. 2549 (ล้านบาท)	หมายเหตุ
<u>รายการทางการค้า</u> 1. NMG และ NT ไม่มีรายการระหว่างกันในปี 2549 มีเฉพาะรายการคงค้างยกมาตั้งแต่ปี 2540 <u>หัก</u> ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ ในไตรมาส 3/2548	-	34.72 (34.72)	รายการดังกล่าวเป็นรายการค่าที่ปรึกษาคงค้างมาตั้งแต่ปี 2540 โดย NT เป็นบริษัทที่ตั้งขึ้นก่อนช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ สำหรับโครงการหนังสือฉบับใหม่ และได้ชะลอโครงการในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำจนถึงปัจจุบัน ค่าบริการที่ปรึกษาดังกล่าวบริษัทได้คิดค่าบริการตามราคาดุลณ ขณะนั้น โดยในไตรมาส 3/2548 ฝ่ายบริหารได้ตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ ทั้งจำนวน 34.72 ล้านบาท โดยผ่านมติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท
รวมคงค้างสุทธิ		-	
<u>รายการเงินให้กู้ยืม</u> 1.NMG และ NTไม่มีรายการระหว่างกันในปี 2549 มีเฉพาะยอดคงค้างยกมาจากปี 2542 <u>หัก</u> ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ ในไตรมาส 3/2548	- -	3.70 (3.70)	NMG ให้เงินกู้ยืมแก่ NT ในปี 2542 เพื่อใช้ในการปรับแผนของโครงการหนังสือพิมพ์ดังกล่าว และเป็นเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ โดยในไตรมาส 3/2548 ฝ่ายบริหารได้ตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญทั้ง จำนวน 3.70 ล้านบาท โดยผ่านมติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท
รวมคงค้างสุทธิ		-	

ความจำเป็นและความสมเหตุสมผล : ในระหว่างปี 2549 ไม่มีรายการค้า และรายการเงินกู้ยืมที่เกิดขึ้นระหว่าง NMG กับ NT โดยจำนวนเงินดังกล่าวเป็นยอดคงค้างตั้งแต่ปี 2540 — 2542 และในไตรมาส 3/2548 บริษัทได้ตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญครบแล้วทั้งจำนวน

7. รายการระหว่าง NMG (บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)) กับ ใน NMK (บริษัท เอ็นพีจี มาร์เก็ตติ้ง เซอร์วิส จำกัด) โดย NMG ไม่ได้ถือหุ้นใน NMK และไม่มีการรวมกัน

รายละเอียด	รายการระหว่างปี 2549 (ล้านบาท)	ยอดคงค้างสุทธิ 31 ธ. ค. 2549 (ล้านบาท)	หมายเหตุ
<u>รายการทางการค้า</u> NMG และ NMK ไม่มีรายการระหว่างกันในปี 2549 ยกเว้น NMK ได้ชำระคืนรายการบางส่วนจำนวน 37 ล้านบาท ในปี 2549	-	26.00	รายการคงค้างดังกล่าวเกิดจากเงินทดรองจ่ายสำหรับค่าใช้จ่ายโครงการศึกษาความเป็นไปได้ของงานบริการขนส่งเกี่ยวกับการจัดส่งหนังสือพิมพ์ทั่วประเทศ และระบบการส่งหนังสือพิมพ์ให้สมาชิกโดยในระหว่างปี NMK ได้ชำระคืนเงินทดรองจ่ายแล้ว 37 ล้านบาท คงเหลือ 26 ล้านบาท ซึ่งได้ชำระเพิ่มเติมในเดือนมกราคม 2550 อีก 3 ล้านบาท และกุมภาพันธ์ 2550 อีก 5 ล้านบาท ดังนั้นคงเหลือ ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2550 จำนวน 18 ล้านบาท ซึ่งคาดว่าจะทยอยได้รับคืนต่อไปภายในปี 2550

ความจำเป็นและความสมเหตุสมผล : ในระหว่างปี 2549 ไม่มีรายการค้าที่เกิดขึ้นระหว่าง NMG และ NMK โดยรายการดังกล่าวเป็นรายการคงค้างตั้งแต่ปี 2548 จำนวน 62.90 ล้านบาท และได้ชำระคืน 37 ล้านบาท คงเหลือ 26 ล้านบาท ณ 31 ธันวาคม 2549

8. รายการระหว่าง NMG กับ MM (บริษัท มีเดีย แม็กเน็ต จำกัด) โดย NMG ถือหุ้น 19% และไม่มีการรวมกัน

รายละเอียด	รายการระหว่างปี 2549 (ล้านบาท)	ยอดคงค้างสุทธิ 31 ธ. ค. 2549 (ล้านบาท)	หมายเหตุ
<u>รายการทางการค้า</u> NMG และ MM ไม่มีรายการค้าระหว่างกันในปี 2549 แต่ในระหว่างปี 2549 NMG ได้รับชำระค่าใช้จ่ายส่วนกลางจาก MM	(7.23)	3.84	

ความจำเป็นและความสมเหตุสมผล : ในระหว่างปี 2549 ไม่มีรายการค้าระหว่าง NMG และ MM โดยเงินที่คงค้างเป็นยอดยกมาตั้งแต่ปี 2548 ซึ่งเกิดจากรายการทางการค้าปกติ เป็นค่าบริการสื่อโฆษณาในปี 2546 – 2548 ที่เรียกเก็บระหว่างกันเป็นอัตราใกล้เคียงกับราคาตลาดโดยทั่วไป ดังนั้น NMG จึงจำเป็นต้องเรียกเก็บตามค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง เพื่อรักษาผลประโยชน์สูงสุดของบริษัท

9. รายการระหว่าง NMG กับ MEI (บริษัท มีเดีย เอกซ์เพอร์ทีส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด) โดย NMG ถือหุ้น 11.30% ใน MEI และไม่มีกรรมกรร่วมกัน

รายละเอียด	รายการ ระหว่างปี 2549 (ล้านบาท)	ยอดคงค้างสุทธิ 31 ธ. ค. 2549 (ล้านบาท)	หมายเหตุ
รายการลูกหนี้			
1. NMG เรียกเก็บค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นก่อนการดำเนินงานตั้งแต่ปี 2547-2548 (ตามที่แสดงในส่วนลูกหนี้อื่น)	-	27.20	รายการคงค้างในส่วนค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน ณ 31 ธันวาคม 2548 เท่ากับ 31.77 ล้านบาท โดยในระหว่างปี 2549 ได้ชำระให้ NMG บางส่วนจำนวน 4.57 ล้านบาท ทำให้คงค้าง ณ 31 ธันวาคม 2549 เท่ากับ 27.20 ล้านบาท ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายเริ่มดำเนินการจัดตั้งบริษัท 12.60 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานก่อนจัดตั้งบริษัท 14.60 ล้านบาท
2. NMG เรียกเก็บค่าสื่อโฆษณา ในปี 2549 (ตามที่แสดงในส่วนลูกหนี้การค้า)	14.14	29.68	ส่วนรายการค้าในระหว่างปี 2549 NMG ได้เรียกเก็บค่าสื่อโฆษณา และค่าใช้จ่ายส่วนกลาง เพิ่มขึ้น รวม 14.14 ล้านบาท ทำให้ยอดคงค้าง ณ 31 ธันวาคม 2549 เท่ากับ 29.68 ล้านบาท
			อย่างไรก็ตาม NMG และ MEI ได้ทำบันทึกข้อตกลงในการทยอยชำระหนี้รายการที่คงค้างเกิน 180 วัน รวม 46.69 ล้านบาท จะทยอยชำระ 3 ปี ในปี 2550 – 2552 ปีละ 10.69 ล้านบาท, 14.40 ล้านบาท และ 21.60 ล้านบาท ตามลำดับ
รวม	7.43	56.88	

ความจำเป็นและความสมเหตุสมผล : กรรมการอิสระได้พิจารณาแล้วมีความเห็นว่ารายการที่เกิดขึ้นในปี 2549 มีความสมเหตุสมผล โดย NMG เรียกเก็บค่าใช้จ่ายตามที่เกิดขึ้นจริง โดยเป็นการเรียกเก็บค่าสื่อโฆษณาระหว่างกัน ในอัตราที่ตกลงกันซึ่งใกล้เคียงกับราคาตลาดทั่วไป

10. รายการระหว่าง NI (บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด) กับ NTR (บริษัท เอ็นพีจี เทรนนิง แอนด์ คอนเฟอเรนซ์ รีเสิร์ช จำกัด)
โดย NMG ถือหุ้น 99% ใน NI ส่วน NI ไม่ได้ถือหุ้นใน NTR และไม่มีกรรมกรร่วมกัน

รายละเอียด	รายการ ระหว่างปี 2549 (ล้านบาท)	ยอดคงค้างสุทธิ 31 ธ. ค. 2549 (ล้านบาท)	หมายเหตุ
<u>รายการทางการค้า</u> NI กับ NTR ไม่มีรายการทางการค้าระหว่างกันในปี 2547 มีเฉพาะยอดคงค้างที่ยกมาตั้งแต่ปี 2541- 2546	-	68.14	รายการดอกเบี้ยเป็นผลมาจากเงินที่ NI ให้ NTR กู้ใช้ในระหว่างปี 2539-2541 โดยอัตรา ดอกเบี้ยที่บริษัทเรียกเก็บคำนวณจากต้นทุนการกู้ยืมของ NI บวก Margin ประมาณร้อยละ 1 เท่ากันทุกบริษัท โดยได้หยุดเรียกเก็บดอกเบี้ยตั้งแต่ ค.ค. 2546

ความจำเป็นและความสมเหตุสมผล : ในระหว่างปี 2549 ไม่มีรายการค้าระหว่าง NMG กับ NTR โดยจำนวนเงินคงค้างดังกล่าวเป็นยอดยกมาตั้งแต่ 2541 - 2546 และเมื่อรวมรายการคงค้างกับ
NTR ที่ NMG สุทธิ 263.53 ล้านบาท ทำให้ NTR คงค้างกับ NMG และบริษัทย่อย รวม 331.67 ล้านบาท

11. รายการระหว่าง TP (บริษัท ไทยพอร์ทเทิล จำกัด) กับ NDM (บริษัท เนชั่น ดิจิตอล มีเดีย จำกัด)

โดย NMG ถือหุ้น 99% ใน NDM และ NDM ถือหุ้น 19% ใน TP หรือเท่ากับ NMG ถือหุ้นทางอ้อมใน TP และไม่มีกรรมการร่วมกัน

รายละเอียด	รายการ ระหว่างปี 2549 (ล้านบาท)	ยอดคงค้างสุทธิ 31 ธ. ค. 2549 (ล้านบาท)	หมายเหตุ
<u>รายการทางการค้า</u> 1.NDM กับ TP ไม่มีรายการทางการค้าระหว่างกันในปี 2549 โดยรายการคงค้างดังกล่าวยกมาตั้งแต่ปี 2545-2546 หัก - ค่าเผื่อนี้สงฆ์จะสูญในไตรมาส 1/2548 หัก ชำระคืนในปี 2549	- 3.10	21.34 (13.86)	โดยจำนวนเงินตั้งต้นของรายการค้างชำระเป็นยอดยกมาตั้งแต่ปี 2545 — 2547 รวม 33.86 ล้านบาท และได้ตกลงทำสัญญาชำระคืนนี้ 20 ล้านบาท และฝ่ายบริหารได้พิจารณาตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงฆ์จะสูญ ในไตรมาส 1/2548 จำนวน 13.86 ล้านบาท โดยผ่านมติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท คงเหลือหนี้ที่ต้องชำระ 20 ล้านบาท ซึ่งได้ทำสัญญาชำระหนี้ในปี 2547-2549 จำนวน 6.5 ล้านบาท, 6.5 ล้านบาท และ 7.0 ล้านบาท ตามลำดับ ในปี 2547 NDM ได้รับชำระหนี้แล้ว 9.42 ล้านบาท และปี 2549 จำนวน 3.1 ล้านบาท คงเหลือหนี้สุทธิ 7.48 ล้านบาท โดยในเดือนมกราคม 2550 NDM ได้รับชำระหนี้เพิ่มอีก 4 ล้านบาท คงเหลือ ณ 28/2/50 เท่ากับ 3.48 ล้านบาท โดยได้ตกลงขยายระยะเวลาที่จะชำระหนี้ที่เหลือให้เสร็จสิ้นภายในปี 2550
คงค้างสุทธิ	3.10	7.48	

ความจำเป็นและความสมเหตุสมผล : ในระหว่างปี 2549 ไม่มีรายการค้าระหว่าง NDM กับ TP โดยจำนวนเงินคงค้างดังกล่าวเป็นยอดยกมาตั้งแต่ 2545 - 2546 โดยบริษัทได้ตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงฆ์จะสูญ จำนวน 13.86 ล้านบาท และในระหว่างปี 2549 ได้ชำระเพิ่ม 3.10 ล้านบาท คงเหลือสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2549 เท่ากับ 7.48 และเมื่อรวมรายการที่ TP คงค้างกับ NMG จำนวน 0.22 ล้านบาท ทำให้ TP คงค้างกับบริษัทย่อยรวม 7.7 ล้านบาท

12. รายการระหว่าง WPS (บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) กับ (บริษัท มีเดีย เอกซ์เพอร์ทีส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด) (MEI) โดย NMG ถือหุ้น 99.99% ใน WPS ส่วน WPS ไม่ได้ถือหุ้นใน MEI และไม่มีกรรมการร่วมกัน

รายละเอียด	รายการ ระหว่างปี 2549 (ล้านบาท)	ยอดคงค้างสุทธิ 31 ธ. ค. 2549 (ล้านบาท)	หมายเหตุ
<u>รายการทางการค้า</u> WPS เรียกเก็บค่าพิมพ์จาก MEI	63.63	47.59	สำหรับรายการที่คงค้างเกินกว่า 180 วัน รวม 31.49 ล้านบาท ได้ทำบันทึกข้อตกลงร่วมกันระหว่าง WPS และ MEI ที่ตกลงชำระหนี้ภายใน 3 ปี โดยปี 2550 – 2552 จะชำระปีละ 7.49 ล้านบาท 9.60 ล้านบาท และ 14.40 ล้านบาท ตามลำดับ

ความจำเป็นและความเหมาะสมผล : กรรมการอิสระได้พิจารณาแล้วมีความเห็นว่ารายการที่เกิดขึ้นมีความเหมาะสมผล และเป็นรายการค้าปกติ โดย WPS ดำเนินธุรกิจโรงพิมพ์ได้รับจ้างผลิตสินค้าให้ MEI เป็นราคาอัตราใกล้เคียงกับราคาตลาดทั่วไป ดังนั้นจึงมีรายการซื้อขายสินค้าเกิดขึ้น

13. รายการระหว่าง WPS (บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) กับ บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE) โดย NMG ถือหุ้น 84.50% ใน WPS ส่วน WPS ไม่ได้ถือหุ้นใน NEE แต่มีความสัมพันธ์กับ WPS โดยมีกรรมการร่วมกัน จำนวน 1 ท่าน จากจำนวนทั้งสิ้น 6 ท่าน

รายละเอียด	รายการ ระหว่างปี 2549 (ล้านบาท)	ยอดคงค้างสุทธิ 31 ธ. ค. 2549 (ล้านบาท)	หมายเหตุ
<u>รายการทางการค้า</u> WPS เรียกเก็บค่าพิมพ์จาก NEE	43.29	0.36	

ความจำเป็นและความเหมาะสมผล : กรรมการอิสระได้พิจารณาแล้วมีความเห็นว่ารายการที่เกิดขึ้นมีความเหมาะสมผล และเป็นรายการค้าปกติ โดย WPS ดำเนินธุรกิจโรงพิมพ์ได้รับจ้างผลิตสินค้าให้ MEI เป็นราคาอัตราใกล้เคียงกับราคาตลาดทั่วไป ดังนั้นจึงมีรายการซื้อขายสินค้าเกิดขึ้น

14. รายการระหว่าง NMG กับ บริษัท มีเดีย พัลส์ จำกัด (MP) โดย NMG ไม่ได้ถือหุ้นใน MP โดย NMG และ MP ไม่มีกรรมกรร่วมกัน

รายละเอียด	รายการ ระหว่างปี 2549 (ล้านบาท)	ยอดคงค้างสุทธิ 31 ธ.ค. 2549 (ล้านบาท)	หมายเหตุ
<u>รายการทางการค้า</u> NMG เรียกเก็บหนี้ตามสัญญาแลกเปลี่ยนสื่อโฆษณา (Barter) จาก MP ตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงฆ์จะสูญในปี 2549	6.69	6.69 (6.69)	โดยรายการดังกล่าวเป็นรายการเรียกเก็บหนี้ตามสัญญาแลกเปลี่ยนสื่อโฆษณา โดยฝ่ายบริหารได้ตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงฆ์จะสูญทั้งจำนวน 6.69 ล้านบาทในไตรมาส 4/2549 โดยผ่านมติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ทั้งนี้ถึงแม้จะตั้งสำรองหนี้สงฆ์จะสูญแล้วก็ตาม บริษัทก็ยังคงติดตามรายการค้างชำระต่อไป
รวม		-	

ความจำเป็นและความสมเหตุสมผล กรรมการอิสระได้พิจารณาแล้วมีความเห็นว่ารายการที่เกิดขึ้นในปี 2549 มีความสมเหตุสมผล โดย NMG เรียกเก็บค่าใช้จ่ายตามที่เกิดขึ้นจริง โดยเป็นการเรียกเก็บหนี้ตามสัญญาแลกเปลี่ยนสื่อโฆษณา ในอัตราที่ตกลงกันซึ่งใกล้เคียงกับราคาดตลาดทั่วไป และในไตรมาส 4/2549 ได้ตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงฆ์จะสูญไว้ทั้งหมด จำนวน 6.69 ล้านบาท

15. รายการระหว่าง WPS (บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) กับ บริษัท มีเดีย พัลส์ จำกัด (MP) โดย NMG และ WPS ไม่ได้ถือหุ้นใน MP โดย NMG และ WPS ไม่มีกรรมกรร่วมกัน

รายละเอียด	รายการ ระหว่างปี 2549 (ล้านบาท)	ยอดคงค้างสุทธิ 31 ธ.ค. 2549 (ล้านบาท)	หมายเหตุ
<u>รายการทางการค้า</u> WPS เรียกเก็บค่าพิมพ์จาก MP หัก ตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงฆ์จะสูญ	13.72	15.01 (3.23)	โดยในไตรมาส 4/2549 ฝ่ายบริหารได้ตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงฆ์จะสูญบางส่วนจำนวน 3.23 ล้านบาท โดยผ่านมติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท
รวม		11.78	

ความจำเป็นและความสมเหตุสมผล กรรมการอิสระได้พิจารณาแล้วมีความเห็นว่ารายการที่เกิดขึ้นในปี 2549 มีความสมเหตุสมผล โดย WPS ได้เรียกเก็บค่าใช้จ่ายตามที่เกิดขึ้นจริง โดยเป็นการเรียกเก็บค่าพิมพ์ ในอัตราที่ตกลงกันซึ่งใกล้เคียงกับราคาดตลาดทั่วไป ในไตรมาส 4/2549 บริษัทได้ตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงฆ์จะสูญบางส่วนจำนวน 3.23 ล้านบาท คงเหลือสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2549 เท่ากับ 11.78 ล้านบาท

ความจำเป็นและความสมเหตุสมผลของการทำรายการระหว่างกัน

ธุรกิจและการดำเนินงานส่วนใหญ่ของบริษัทและบริษัทย่อยมีความเกี่ยวพัน และ/หรือ สนับสนุนธุรกิจของบริษัทย่อยบริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน สินทรัพย์ หนี้สิน รายได้ และค่าใช้จ่ายส่วนหนึ่งของบริษัทและบริษัทย่อยเป็นรายการที่เกิดขึ้นกับบริษัทย่อย บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน บริษัทเหล่านี้เกี่ยวข้องกันโดยการมีผู้ถือหุ้น และ/หรือ การเป็นกรรมการร่วมกันและผู้บริหารที่สำคัญ กรรมการและพนักงานซึ่งมีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการวางแผน สั่งการ และควบคุมการดำเนินงานของบริษัท บริษัทย่อย บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน โดยบริษัทและบริษัทย่อยกำหนดนโยบายการคิดราคาโดยกำหนดหลักเกณฑ์ดังนี้

นโยบายการกำหนดราคา

- | | |
|--|--|
| - รายได้จากการขาย รายได้จากการให้บริการและอื่น ๆ | ราคาซื้อขายทางการค้าปกติตามราคาตลาดทั่วไป |
| - ดอกเบี้ยรับจากเงินให้กู้ยืม | ตามอัตราที่ได้ตกลงร่วมกันซึ่งใกล้เคียงกับอัตราตลาด |
| - ค่าใช้จ่าย | ราคาซื้อขายทางการค้าปกติตามราคาตลาดทั่วไป |
| - ดอกเบี้ยจ่ายจากเงินกู้ยืม | ตามอัตราที่ได้ตกลงร่วมกันซึ่งใกล้เคียงกับอัตราตลาด |

รายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นในระหว่างปี 2549 เป็นรายการปกติทางการค้าและไม่มีรายการกู้ยืมระหว่างกัน สำหรับขั้นตอนการอนุมัติการทำรายการระหว่างกันจะเป็นไปตามนโยบายบริษัท ซึ่งมีการกำหนดลำดับขั้นในการอนุมัติตามขนาดของรายการ และไม่ขัดต่อข้อบังคับของบริษัท และไม่มีรายการใดที่เป็นรายการระหว่างกันกับบุคคลที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ นอกจากนี้รายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นใหม่และรายการที่มียอดคงค้างนั้น ทุกไตรมาสจะผ่านการสอบทานโดยผู้สอบบัญชีอิสระ และทุกสิ้นปีหากมีรายการใดที่เป็นสาระสำคัญ ผู้สอบบัญชีจะทำการตรวจสอบสัญญาและเอกสารสำคัญที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหากพบรายการใดที่สาระสำคัญก็จะเปิดเผยในหมายเหตุประกอบงบการเงิน ซึ่งงบการเงินดังกล่าวจะนำเสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติทุกไตรมาส รวมทั้งงบการเงินประจำปีก็กรรมการบริษัทได้เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณา และเปิดโอกาสให้ซักถามได้ทุกประเด็น ซึ่งที่ผ่านมาได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นทุกครั้ง

สำหรับนโยบายที่เกี่ยวกับรายการระหว่างกัน บริษัทจะให้มีเฉพาะรายการทางการค้าที่มีความจำเป็นและเป็นรายการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับธุรกิจหลักคือด้านสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และ โทรทัศน์ รวมทั้งมีนโยบายที่จะไม่ให้เงินกู้ยืมแก่ธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้หากมีรายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นและรายการดังกล่าวเกิดขึ้นกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ทางบริษัทจะจัดให้มีขั้นตอนการพิจารณาตามที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ และคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.) กำหนด เพื่อเป็นมาตรฐานในการคุ้มครองผู้ลงทุน

12. ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

งบการเงิน

รายงานการสอบบัญชี

(1) ผู้สอบบัญชี

รายนามผู้สอบบัญชีที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน และได้ลงนามในงบการเงินของบริษัท งบการเงินของบริษัทย่อย และ งบการเงินรวม ตั้งแต่ปี 2547 ถึงปี 2549 มีดังนี้

ปี 2547 นายวินิจ ศิลามงคล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3378

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูเก็ต สอบบัญชี จำกัด

ปี 2548 นายวินิจ ศิลามงคล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3378

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูเก็ต สอบบัญชี จำกัด

ปี 2549 นายวินิจ ศิลามงคล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3378

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูเก็ต สอบบัญชี จำกัด

โดยนายวินิจ ศิลามงคล เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทมาตั้งแต่งวดบัญชีปี 2546 หรือต่อเนื่องจนถึงปี 2549 รวมระยะเวลา 4 ปี โดยผู้สอบบัญชีดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์และไม่มีส่วนได้เสียกับบริษัท / บริษัทย่อย / ผู้บริหาร / ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลดังกล่าว

(2) สรุปรายงานการตรวจสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีในระยะ 3 ปี ที่ผ่านมา ผู้สอบบัญชีได้ให้ความเห็นในรายงานการตรวจสอบดังนี้

ปี 2547 - ให้ความเห็นโดยไม่มีเงื่อนไข

ปี 2548 - ให้ความเห็นโดยไม่มีเงื่อนไข

ปี 2549 - ให้ความเห็นโดยไม่มีเงื่อนไข

ค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชี

1. ค่าตอบแทนจากการสอบบัญชี (audit fee)

บริษัทและบริษัทย่อยรวม 9 บริษัท จ่ายค่าตอบแทนการสอบบัญชี ในปี 2549 เป็นจำนวนเงินรวม 3,860,000 บาท

2. ค่าตอบแทนอื่น (non-audit fee)

-ไม่มี-

(ข) ตารางสรุปงบการเงินรวม (เลือกแสดงเฉพาะรายการที่สำคัญ)

โดยรายการของงบการเงินทั้งหมดสามารถศึกษาได้จากงบการเงินของบริษัท

หน่วย : (พันบาท)

	2547	%	2548	%	2549	%
รายการในงบดุล						
เงินสดและเงินฝากธนาคารและเงินลงทุนระยะสั้น	170,389	3%	132,769	2%	190,594	4%
ลูกหนี้การค้า - สุทธิ	744,587	12%	979,578	18%	875,443	17%
รายได้ค้างรับ	354,165	5%	76,200	1%	48,554	1%
ลูกหนี้และเงินให้กู้ยืมแก่บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน	834,122	13%	596,544	11%	492,420	10%
สินค้าคงเหลือ - สุทธิ	215,249	3%	414,104	8%	234,444	5%
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น - สุทธิ	234,764	4%	163,894	3%	223,574	4%
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	2,553,276	39%	2,363,089	43%	2,065,029	40%
รวมเงินลงทุนระยะยาว	283,026	4%	42,000	1%	43,692	1%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ — ราคาคงสุทธิต่อจากค่าเสื่อมราคาสะสม	3,522,265	54%	2,672,247	49%	2,645,766	52%
ลูกหนี้ภายใต้สัญญาขายและเช่าคืน	-		253,590	5%	253,590	5%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	114,033	2%	121,813	2%	107,212	2%
รวมสินทรัพย์	6,472,600	100%	5,452,739	100%	5,115,289	100%
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน						
และเงินกู้ระยะยาวที่ครบกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	1,070,758	17%	1,164,253	21%	934,864	18%
เจ้าหนี้การค้า	213,112	3%	208,930	4%	172,554	3%
หุ้นกู้ ส่วนที่ครบกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	1,060,000	16%	-0-	0%	600,000	12%
เจ้าหนี้และเงินกู้ยืมจากบริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน	14,918	0.2%	10,574	0.3%	981	0.02%
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	23,210	0.4%	16,250	0.3%	15,830	0.3%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	134,033	2%	178,297	3%	251,599	5%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	2,516,031	39%	1,578,304	29%	1,975,828	39%
เงินกู้ยืมระยะยาว — สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	187,343	3%	364,167	7%	330,557	6%
หุ้นกู้— สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	1,600,000	25%	1,600,000	29%	1,000,000	20%
หนี้สินอื่น	-		93,862	2%	133,866	3%
รวมหนี้สิน	4,303,374	66%	3,636,332	67%	3,440,251	67%
หุ้นสามัญ — ชำระเต็มมูลค่าแล้ว	1,623,813	25%	1,647,480	30%	1,647,730	32%
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	345,756	5%	344,629	6%	115,558	2%
สำรองจากการตีราคามูลค่าสุทธิธรรม	53,025	1%	(42,169)	-1%	(40,627)	-1%
สำรองตามกฎหมาย	13,228	0.2%	20,794	0.4%		
กำไร (ขาดทุน) สะสม	122,209	2%	(249,965)	-5%	(154,222)	-3%
เงินรับล่วงหน้าค่าหุ้น			77,500	1%		
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	11,194	0.2%	18,138	0.3%	106,598	2%
ส่วนของผู้ถือหุ้นสุทธิ	2,169,225	34%	1,816,407	33%	1,675,037	33%

หน่วย: (พันบาท)

	2547	%	2548	%	2549	%
รายการในงบกำไรขาดทุน						
รายได้จากการขายและบริการ - สุทธิ	3,206,754	96%	2,878,309	95%	2,914,213	95%
รายได้ค่าเช่าและบริการ และอื่น ๆ	131,663	4%	154,265	5%	167,158	5%
รวมรายได้จากการดำเนินงาน	3,338,417	100%	3,032,574	100%	3,081,371	100%
ต้นทุนขายและบริการ	1,757,149	53%	1,869,952	62%	1,765,495	58%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,203,177	36%	1,107,819	37%	1,141,545	37%
รวมค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	2,960,326	89%	2,979,951	98%	2,907,040	95%
กำไรจากการดำเนินงานก่อนดอกเบี้ยและภาษี	378,091	11%	52,623	2%	174,331	5%
ดอกเบี้ยจ่าย	190,480	6%	160,602	5%	171,467	5%
ภาษีเงินได้	64,125	2%	29,431	1%	27,532	1%
(ขาดทุน) กำไร จากส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	(5,694)	-0.2%	(6,944)	-0.2%	(10,960)	-0.4%
กำไร (ขาดทุน) ก่อน รายการพิเศษ	129,180	4%	(144,354)	-5%	(35,628)	-1%
โดยรายการพิเศษได้แก่:-						
กำไรจากการขายทรัพย์สินถาวร	3,152	0.1%	341,091	11%	6,484	0.2%
กำไรจากการขายเงินลงทุน	47,395	1%	100,515	3%	-	-
ผลขาดทุนจากการด้อยค่าเงินลงทุนในบริษัทไทย พอร์ตทอลล์	-	-	(2,180)	-	(6,092)	-0.2%
สำรองหนี้สงสัยจะสูญ : รายการลูกหนี้และเงินกู้ยืม						
- เอ็นพีจี เทรนนิง แอนด์ คอนเฟอเรนซ์ รีสอร์ท	-	-	(167,561)	-6%	-	-
- เนชั่น พรินติ้ง คอมเพล็กซ์	-	-	(35,447)	-1%	-	-
- เนชั่น ทัวไทย	-	-	(34,709)	-1%	-	-
- มิเดีย พลัส	-	-	-	-	(10,367)	-0.3%
- ลูกหนี้การค้าทั่วไป และลูกหนี้อื่นๆ	(52,316)	(2%)	(80,146)	-3%	(46,375)	-1.5%
สำรองสินค้าเสื่อมสภาพ	(13,852)	(0.4%)	(61,530)	-2%	(9,432)	-0.3%
ตัดบัญชีลูกหนี้และรายได้ค้างรับ					(11,503)	-0.4%
ผลประโยชน์พนักงานเกษียณอายุ					(41,309)	-1.4%
ภาษีจากกำไรรายการพิเศษและรายการปรับปรุงภาษี			(249,930)	-8%		
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	113,559	3%	(332,071)	-11%	(154,222)	-5%
รายการในงบกระแสเงินสด						
กำไรสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	607,315		217,592		278,075	
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้จ่ายใน) กิจกรรมดำเนินงาน	455,512		(441,539)		443,375	
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้จ่ายใน) กิจกรรมการลงทุน	(467,286)		1,126,367		(112,692)	
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้จ่ายใน) กิจกรรมจัดหาเงิน	23,211		(722,179)		(272,648)	
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	11,437		(37,351)		58,036	

ตารางแสดงกำไรจากการดำเนินงานก่อน ดอกเบี้ย, ภาษีเงินได้, ค่าเสื่อมราคา, รายจ่ายตัดบัญชี (EBITDA)

และรายการพิเศษสำหรับปี 2547-2549

หน่วย: (พันบาท)

	2547	2548	2549
กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงานก่อนรายการพิเศษ	129,180	(144,354)	(35,628)
<u>บวก</u> ดอกเบี้ยจ่าย	190,480	160,602	171,467
<u>บวก</u> ภาษี	64,125	29,430	27,532
<u>บวก</u> ค่าเสื่อมราคาและรายจ่ายตัดบัญชี	233,790	189,735	189,486
กำไรจากการดำเนินงานก่อนค่าเสื่อมราคา (EBITDA)	617,575	235,413	352,857

(ก) อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางสรุปอัตราส่วนทางการเงินของงบการเงินรวม

บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

รายการ	2547	2548	2549
1. อัตราส่วนสภาพคล่อง			
1.1 อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.01	1.50	1.05
1.2 อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	0.36	0.70	0.54
1.3 อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสดก่อนการเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียน(เท่า)	0.13	0.10	0.16
1.4 อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า (เท่า)	4.29	3.34	3.14
1.5 ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	84	108	115
1.6 อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (เท่า)	5.71	5.94	5.44
1.7 ระยะเวลาขายสินค้าคงเหลือ (วัน)	63	61	66
1.8 อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้ (เท่า)	6.98	5.26	5.98
1.9 ระยะเวลาชำระหนี้ (วัน)	52	68	60
1.10 Cash Cycle (วัน)	95	100	121
2. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร			
2.1 อัตรากำไรขั้นต้น (%)	45.20%	35.03%	39.42%
2.2 อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (%)	7.68%	-3.53%	0.25%
2.3 อัตราส่วนเงินสดก่อนการเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนต่อการทำกำไร	10.48%	6.11%	9.01%
2.4 อัตรากำไรสุทธิก่อนรายการพิเศษ	5.30%	-4.09%	-1.15%
2.5 อัตราผลตอบแทนก่อนรายการพิเศษต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	8.29%	-7.83%	-2.13%
3. อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน			
3.1 อัตราผลตอบแทนก่อนรายการพิเศษต่อสินทรัพย์ (%)	2.78%	-2.38%	-0.67%
3.2 อัตราผลตอบแทนก่อนรายการพิเศษต่อสินทรัพย์ถาวร (%)	11.93%	1.54%	5.99%
3.3 อัตราหมุนของสินทรัพย์ (เท่า)	0.52	0.58	0.58
4. อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายการเงิน			
4.1 อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	1.98	2.00	2.05
4.2 อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย (เท่า)	3.20	4.06	2.78
4.3 อัตราส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ยก่อนภาษีและก่อนรายการพิเศษต่อดอกเบี้ยจ่าย (เท่า)	2.25	0.33	1.02
4.4 อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน cash basis (เท่า)	0.67	0.42	0.67
4.5 อัตราการจ่ายเงินปันผล (%)	64.29%	0.00%	0.00%

หมายเหตุ : รายการพิเศษประกอบด้วย กำไรจากการขายสินทรัพย์ถาวร, กำไรจากการขายเงินลงทุน, ค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญ, ค่าเผื่อนสินค้าล้าสมัย, ค่าเผื่อผลขาดทุนจากการซื้อขายของเงินลงทุน, ภาษีของกำไรรายการพิเศษและรายการปรับปรุงภาษี, ตัดบัญชีลูกหนี้และรายได้ค้างรับ, ผลประโยชน์พนักงานเกษียณอายุ

**ผลการปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานธุรกิจ ในกรณีที่เคยเปิดเผยเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจในระยะเวลา 3-5 ปี ข้างหน้า
ไว้กับผู้ถือหุ้น**

-ไม่มี-

สรุปฐานะการเงินรวมของบริษัทและบริษัทย่อย สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2549

งบการเงินรวมของบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยสำหรับปี สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2549 บริษัทมีขาดทุนสุทธิจากการดำเนินงานก่อนรายการดัดแปลงต่างๆ 7.88 ล้านบาท หากรวมรายการดัดแปลงเพื่อหนี้สงสัยจะสูญ ลูกหนี้การค้าและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน รายการตัดบัญชีลูกหนี้และรายได้ค้างรับ รวม 68.24 ล้านบาท รายการดัดแปลงเพื่อสินค้า ล้าสมัย 9.43 ล้านบาท รายการค่าเพื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์รวม 9.64 ล้านบาท เงินชดเชยให้พนักงานด้วยเหตุออกจากงาน 59.03 ล้านบาท ผลประกอบการ ของปี 2549 จะแสดงผลขาดทุนสุทธิหลังรายการพิเศษ 154.22 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วง เดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีผลขาดทุนสุทธิก่อนรายการดัดแปลงต่างๆและรายการพิเศษ 252.45 ล้านบาท โดยมีสาระสำคัญสรุปได้ ดังนี้

1. รายได้จากการขายและบริการปี 2549 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี ก่อน โดยมาจากรายได้จากการ จำหน่ายสิ่งพิมพ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 16 เกิดจากรายได้จากการจำหน่ายหนังสือพิมพ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 11 และรายได้จากการ จำหน่ายหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊คส์ การ์ตูน และแมกกาซีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 22 รายได้จากบริการด้านการพิมพ์และการเป็นตัวแทน จำหน่ายหนังสือต่างประเทศ เพิ่มขึ้นร้อยละ 9 รายได้โฆษณาในสิ่งพิมพ์ลดลงร้อยละ 8 ในขณะที่รายได้โฆษณาจากสื่อ ทีวีและวิทยุเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 รวมทั้ง จากที่บริษัทขยายงานรับบริการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าภายนอกซึ่งในรอบปีที่ผ่านมา รายได้ส่วนนี้มีจำนวนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 50
2. ต้นทุนขายปี 2549 ลดลงร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2548 มาจากต้นทุนการพิมพ์ลดลงร้อยละ 8 จากการ ดำเนินนโยบายบริหารการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงสุดมีผลทำให้สามารถลดปริมาณการใช้กระดาษลงได้ร้อยละ 11 ทั้งที่ ต้นทุนกระดาษที่ใช้ในปีนี้มีราคาเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 7 รวมถึง จากการปรับปรุงแบบผังรายการและเวลาการ ออกอากาศใหม่ให้เหมาะสมตามสภาวะการณ์ทำให้สามารถลดต้นทุนในการผลิตสื่อโทรทัศน์ได้ถึงร้อยละ 50
3. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารปี 2549 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2548 เหตุผลหลักมาจากการที่ ต้นทุนการเดินทางและขนส่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 ตามสภาวะของราคาน้ำมันในประเทศ และจากการเพิ่มช่องทางการจัดส่งให้ ครอบคลุมในพื้นที่ที่ขยายงานรับจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าภายนอกซึ่งสัมพันธ์กับรายได้ส่วนนี้ที่มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างมาก นอกจากนี้ บริษัทยังคงดำเนินนโยบายควบคุมรายจ่ายด้านการส่งเสริมการขายโดยเน้นไปยังกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย โดยตรงซึ่งส่งผลให้สามารถลดค่าใช้จ่ายส่วนนี้ได้ร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีก่อน

กล่าวโดยสรุป ผลการดำเนินงานปี 2549 บริษัทมีขาดทุนสุทธิจากการดำเนินงานก่อนรายการดัดแปลงต่างๆ 7.88 ล้านบาท หาก รวมรายการดัดแปลงเพื่อหนี้สงสัยจะสูญลูกหนี้การค้าและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน รายการตัดบัญชีลูกหนี้และรายได้ค้างรับ รวม 68.24 ล้านบาท รายการดัดแปลงเพื่อสินค้า ล้าสมัย 9.43 ล้านบาท รายการค่าเพื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์รวม 9.64 ล้านบาท เงินชดเชยให้ พนักงานด้วยเหตุออกจากงาน 59.03 ล้านบาท ผลประกอบการ ของปี 2549 จะแสดงผลขาดทุนสุทธิหลังรายการพิเศษ 154.22 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีผลขาดทุนสุทธิก่อนรายการดัดแปลงต่างๆและรายการพิเศษ 252.45 ล้านบาท

ดังนั้น ในงบการเงิน สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2549 จะแสดงขาดทุนสะสม 154.22 ล้านบาท และแสดงส่วนเกินมูลค่าหุ้น 115.56 ล้านบาท

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของแต่ละสายผลิตภัณฑ์ ปี 2549

ธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณา (Printing and Publishing Business)

ประกอบด้วย 4 สายธุรกิจ โดยอยู่ภายใต้บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) คือ สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ และสายธุรกิจด้านกิจกรรมพิเศษและหนังสือฉบับพิเศษ

รายได้ :-

รายได้จากสิ่งพิมพ์ในปี 2549 ประกอบไปด้วยรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาและจัดจำหน่ายในหนังสือพิมพ์ The Nation, กรุงเทพธุรกิจ, กรุงเทพธุรกิจ Bizweek, คม ชัด ลึก และนิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์, เนชั่นจูเนียร์ และรายได้จากการจำหน่ายหนังสือฉบับพิเศษ ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2549 ได้รวมรายได้จากการรับจ้างพิมพ์และเป็นผู้จัดจำหน่ายให้แก่หนังสือพิมพ์ต่างประเทศ ได้แก่ The Yomiuri Shimbun และ The Wall Street Journal Asia และเป็นผู้แทนจำหน่ายนิตยสารต่างประเทศ เช่น Fortune, Time Magazine, Business Week เป็นต้น (ซึ่งรายได้การรับจ้างพิมพ์และจัดจำหน่ายให้สิ่งพิมพ์ต่างประเทศนี้ได้โอนไปดำเนินการภายใต้บริษัท เนชั่น บั๊คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (บริษัทย่อย 99.99%) ตั้งแต่มกราคมปี 2549

รายได้จากการขายและบริการของธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณาในปี 2549 เท่ากับ 2,317 ล้านบาท คิดเป็น 79% ของรายได้จากการขายและบริการรวมของกลุ่มบริษัท ซึ่งลดลงจากปีก่อน 151 ล้านบาท หรือลดลง 6% โดยสาเหตุหลักเกิดจากรายได้โฆษณาที่ลดลง 8% เนื่องจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจ ที่ได้รับผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมัน อัตราดอกเบี้ย และอัตราเงินเฟ้อที่ปรับตัวสูงขึ้น รวมทั้งเกิดปัญหาน้ำท่วมในหลายจังหวัด ทำให้กำลังซื้อลดลง ประกอบกับเกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง และปัญหาความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ จึงส่งผลให้ธุรกิจต่าง ๆ ชะลอการใช้จ่ายเพื่อการโฆษณาสำหรับธุรกิจด้านการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ ในปีที่ผ่านมารายได้จากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์เพิ่มขึ้นถึง 15% หรือเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 86 ล้านบาท สาเหตุหลักเนื่องจากการจำหน่ายหนังสือฉบับพิเศษเนื่องในวโรกาสฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี และผลของการปรับราคาสมาชิกของ The Nation ในไตรมาส 1 และ กรุงเทพธุรกิจในไตรมาส 4

รายได้จากธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณาประกอบด้วยโครงสร้างรายได้ดังต่อไปนี้

รายได้โฆษณาจากสิ่งพิมพ์ สำหรับปี 2549 เท่ากับ 1,571 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากปีก่อน 148 ล้านบาทหรือลดลง 9% เนื่องจากการลดลงของโฆษณาประเภท Display และ Classified ในสื่อหนังสือพิมพ์ โดยโฆษณาประเภท Display ในปี 2549 เท่ากับ 1,206 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากปีก่อน 64 ล้านบาท หรือลดลง 5% ส่วนโฆษณาประเภท Classified ในปี 2549 เท่ากับ 294 ล้านบาท ซึ่งลดลง 63 ล้านบาทจากปีก่อน หรือลดลง 18% สำหรับโฆษณาประเภท Supplement ในปี 2549 ซึ่งเท่ากับ 71 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน 9 ล้านบาท หรือ 12%

รายได้จากการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ ในปี 2549 เท่ากับ 666 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 86 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 15% ซึ่งส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายหนังสือฉบับพิเศษเนื่องในวโรกาสฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี และผลของการปรับราคาสมาชิกของ The Nation ในไตรมาส 1 และ กรุงเทพธุรกิจในไตรมาส 4

รายได้จากการรับจ้างพิมพ์และการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ในปี 2549 เท่ากับ 80 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนที่เท่ากับ 169 ล้านบาท เนื่องจากได้โอนการดำเนินงานของธุรกิจนี้ไปดำเนินการภายใต้บริษัท เนชั่น บั๊คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (บริษัทย่อย 99.99%) ตั้งแต่มกราคมปี 2549

รายได้จากการให้เช่าอาคารสำนักงานเนชั่น ทาวเวอร์ ในปี 2549 เท่ากับ 44 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 8 ล้านบาท หรือ 22% เนื่องจากปรับอัตราค่าบริการและเปิดพื้นที่ให้เช่าเพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่าย:-

ค่าใช้จ่ายส่วนต้นทุนขาย รวมในปี 2549 เท่ากับ 1,702 ล้านบาท เท่ากับปีก่อน โดยต้นทุนขายประกอบด้วย ต้นทุนกระดาษ, ต้นทุนการพิมพ์ ต้นทุนหนังสือรวมประมาณ 935 ล้านบาท หรือ 55%, ค่าใช้จ่ายเงินเดือนส่วนกองบรรณาธิการและโรงพิมพ์ รวม 332 ล้านบาท หรือ 20% ค่าเช่าเครื่องจักร 345 ล้านบาท หรือ 20% ค่าใช้จ่ายเดินทาง 32 ล้านบาท หรือ 2% และค่าเสื่อมราคา 11 ล้านบาทหรือ 1% โดยค่าใช้จ่ายดังกล่าว 45% ไม่แปรผันตามรายได้ โดยเป็นต้นทุนคงที่ เนื่องจากรายได้ส่วนใหญ่เกิดจากการบริการด้านสื่อโฆษณาซึ่งถือได้ว่าเป็นรายได้ที่ไม่มีต้นทุน ส่วนรายได้จากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ จะมีผลกระทบกับต้นทุนขายเฉพาะในส่วนของคุณภาพกระดาษและค่าพิมพ์ที่มีสัดส่วนประมาณ 55% ของต้นทุนขายรวมของธุรกิจสิ่งพิมพ์ อย่างไรก็ตามหากราคากระดาษเพิ่มขึ้น บริษัทได้มีนโยบายในการควบคุมต้นทุนกระดาษ โดยการควบคุมยอดรับคืน และปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับจำนวนหน้ากระดาษ หรือปรับลดจำนวนหน้าสี เป็นต้น

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ในปี 2549 เท่ากับ 1,047 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 38 ล้านบาท หรือ 4% โดยค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเงินเดือนฝ่ายขายและบริหาร 339 ล้านบาท หรือ 32%, ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย 177 ล้านบาท หรือมีสัดส่วน 17% ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการขนส่งเดินทาง 181 ล้านบาท หรือ 17%, ค่าเสื่อมราคา 99 ล้านบาทหรือ 9% โดยค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ไม่แปรผันตามรายได้

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้น ในปี 2549 เท่ากับ 614 ล้านบาท หรือ 26.5% เมื่อเทียบกับรายได้จากการขายและบริการ โดยลดลง 4.5% จากปี 2549 ที่เท่ากับ 31% เนื่องจากรายได้ที่ลดลงถึง 9% ในขณะที่ต้นทุนขายเท่าเดิม ซึ่งต้นทุนขายหลักคือ ค่าเช่าเครื่องจักร ที่เป็นค่าใช้จ่ายคงที่ตามสัญญาระยะยาว โดยค่าเช่าดังกล่าวเป็นการเช่าลิขสิทธิ์ซึ่งรวมดอกเบี้ยแล้ว นอกจากนี้มาจากต้นทุนค่าพิมพ์ที่บริษัทย่อย (WPS) เรียกเก็บเพิ่มขึ้น นอกจากนี้เป็นผลมาจากการโอนธุรกิจจากการรับจ้างพิมพ์และจัดจำหน่ายให้สิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงไปดำเนินการภายใต้บริษัทเนชั่น บুকส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (บริษัทย่อย 99.99%) ตั้งแต่นั้นมาปี 2549

กำไร (ขาดทุน) สุทธิของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณา ในปี 2549 มีผลขาดทุนสุทธิ 108 ล้านบาท แต่หากไม่รวมค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญจำนวน 48 ล้านบาท, ค่าเผื่อการด้อยค่าของทรัพย์สิน 11 ล้านบาท , ผลประโยชน์จ่ายให้พนักงานเกษียณอายุ 38 ล้านบาทกำไรจากการจำหน่ายทรัพย์สิน 4 ล้านบาท ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณา จะมีผลขาดทุนจากการดำเนินงานก่อนรายการพิเศษข้างต้นเท่ากับ 15 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลมากรายได้โฆษณาที่ลดลงที่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ราคาน้ำมัน, อัตราดอกเบี้ย ปัจจัยทางเศรษฐกิจ และความมั่นคงทางการเมือง เป็นต้น

ธุรกิจด้านการพิมพ์ (Printing Services Business) อยู่ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย จำกัด) หรือ WPS (NMG ถือหุ้น 84.50%)

รายได้:-

รายได้จากบริการงานพิมพ์ ในปี 2549 ประกอบไปด้วยรายได้ที่เรียกเก็บค่าพิมพ์จากบริษัทแม่ และบริษัทในเครือประมาณ 85%-90% โดยมีรายได้ในปีที่ผ่านมาเท่ากับ 576 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2548 ที่เท่ากับ 304 ล้านบาทประมาณ 90% เนื่องจาก WPS เริ่มดำเนินการกิจการประมาณกลางปี 2548

อย่างไรก็ตามเมื่อเทียบตามระยะเวลาที่เท่ากัน พบว่า WPS มีรายได้ค่าพิมพ์ลดลง เนื่องจากผลจากการเข้มงวดในการวางยอดจำหน่าย และควบคุมยอดรับคืน ของ NMG ที่มีผลให้ยอดสั่งพิมพ์ลดลง

รายได้อื่น ในปี 2549 เท่ากับ 12 ล้านบาท ซึ่งเป็นรายได้จากการขายเศษกระดาษ และวัสดุคงเหลือจากการพิมพ์

ค่าใช้จ่าย:-

ต้นทุนขาย รวมในปี 2549 เท่ากับ 582 ล้านบาท โดยต้นทุนขายหลัก ประกอบด้วย ค่าเช่าเครื่องจักร 337 ล้านบาท หรือ 58% ต้นทุนกระดาษและวัตถุดิบอื่น 166 ล้านบาท หรือ 29% เงินเดือนค่าจ้างส่วนงานผลิต 32 ล้านบาท หรือ 6% และค่าเสื่อมราคา 27 ล้านบาทหรือ 5% โดยค่าใช้จ่ายหลักคือค่าเช่าเครื่องจักร ซึ่งเป็นต้นทุนคงที่ จากการทำสัญญา Sales & Leased Back ทำให้บริษัทต้องรับภาระค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงในช่วง 5 ปีแรก ตามสัญญาเช่า

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ในปี 2549 เท่ากับ 31 ล้านบาท ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเงินเดือนฝ่ายขายและบริหาร 13 ล้านบาท หรือ 42%, ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการขนส่งเดินทาง 2 ล้านบาท หรือ 6%, ค่าเสื่อมราคา 2 ล้านบาทหรือ 6% โดยค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ไม่แปรผันตามรายได้

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้น ในปี 2549 มีผลขาดทุนขั้นต้น เท่ากับ 6.6 ล้านบาท หรือ -1% โดยลดลง 7% จากปีก่อน ที่เท่ากับ 6% เนื่องจากรายได้ที่ลดลงจากการรับงานพิมพ์ของบริษัทในกลุ่มที่มียอดสั่งพิมพ์ลดลง จากการควบคุมยอดรับคืน โดยการบริหารการวางจุดจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น

กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ในปี 2549 มีผลขาดทุนสุทธิ 32 ล้านบาท แต่หากไม่รวมค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญจำนวน 3 ล้านบาท, จะมีผลขาดทุนจากการดำเนินงานก่อนรายการพิเศษข้างต้นเท่ากับ 30 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลมาจากรายได้ค่าพิมพ์ที่ลดลงจากบริษัทแม่ ในขณะที่มีค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนคงที่ที่ค่อนข้างสูงมาก โดยเฉพาะค่าเช่าเครื่องจักร

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้พิจารณาแก้ไขปัญหาค่าผันผวนของรายได้และการใช้กำลังการผลิตที่เกินจากการใช้งานจริง ในธุรกิจนี้ โดยการให้ WPS จัดตั้งบริษัทร่วมทุน Kyodo Printing จากประเทศญี่ปุ่น ภายใต้ชื่อ Kyodo Nation Printing Services Co., Ltd. หรือ KNP ซึ่งปัจจุบันได้จัดตั้งบริษัทเรียบร้อยแล้วเมื่อเดือนมกราคม 2550 โดย WPS ถือหุ้น 49%, Kyodo Printing ถือหุ้น 49% และ San-Mic Trading (Thailand) Co., Ltd. ถือหุ้น 2% มีทุนจดทะเบียนจำนวน 350 ล้านบาท ซึ่ง WPS จะลงทุนโดยการจำหน่ายเครื่องจักร Commercial Web และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องให้ร่วมทุน

KNP จะดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์ Commercial Printing อาทิ การพิมพ์ magazine และ pocket book ทั้งในและต่างประเทศ (แต่ไม่รวมการพิมพ์หนังสือพิมพ์ ซึ่งจะดำเนินการโดยบริษัท WPS เอง) โดยงานพิมพ์ส่วนหนึ่งมาจากฐานลูกค้าเดิม ของ Kyodo Printing Singapore ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้างานพิมพ์เพื่อส่งออกไปยัง Australia และ UK นอกจากนี้ยังมีงานพิมพ์จากฐานลูกค้าเดิมของ WPS และกลุ่มลูกค้าใหม่ในประเทศ ปัจจุบัน KNP อยู่ระหว่างการเตรียมความพร้อมโดยคาดว่าจะเริ่มเปิดดำเนินงานบางส่วนในวันที่ 1 เมษายน 2550

ธุรกิจด้านการศึกษา บันเทิง และต่างประเทศ (Edutainment Business) อยู่ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท เนชั่น บั๊คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด – NBI (NMG ถือหุ้น 99.99%) บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด – NED (NBI ถือหุ้น 99.99%) บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NBI ถือหุ้น –50%)

รายได้:-

รายได้จากธุรกิจการศึกษามัธยมศึกษา และต่างประเทศ ในปี 2549 ประกอบด้วยรายได้หลักจากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ เพื่อการศึกษาและหนังสือเล่ม การเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ โดยมีรายได้รวม 3 บริษัท ในปีที่ผ่านมาของกลุ่มธุรกิจนี้ เท่ากับ 440 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2548 ที่เท่ากับ 265 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 66% เนื่องจากการปรับโครงสร้างภายในกลุ่มธุรกิจด้านการศึกษามัธยมศึกษา และต่างประเทศ โดย NBI ได้รับโอนธุรกิจจากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งเดิมดำเนินการภายใต้ NMG ตั้งแต่กลางปี 2549 นอกจากนี้รายได้ที่สูงขึ้นยังเกิดจากการปรับโครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจของบริษัท NED ให้เป็นตัวแทนการซื้อลิขสิทธิ์ สิ่งพิมพ์จากประเทศญี่ปุ่น โดย NED จะเรียกเก็บค่าลิขสิทธิ์จากบริษัท NEE อีกทอดหนึ่ง

ค่าใช้จ่าย:-

ต้นทุนขายและบริการ รวม 3 บริษัท ในปี 2549 เท่ากับ 271 ล้านบาท โดยต้นทุนขายหลัก ประกอบด้วยต้นทุนค่าหนังสือ ซึ่งรวมถึงต้นทุนการจ้างพิมพ์ ต้นทุนการผลิตต่าง ๆ ค่าลิขสิทธิ์ หนังสือ และลิขสิทธิ์ นักเขียน รวม 262 ล้านบาท หรือ 97% ของต้นทุนขายรวม

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ในปี 2549 เท่ากับ 92 ล้านบาท ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเงินเดือนฝ่ายขายและบริหาร 35 ล้านบาท หรือ 38%, ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย 15 ล้านบาท หรือ 16% ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการขนส่งเดินทาง 6 ล้านบาท หรือ 6%, โดยค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ไม่แปรผันตามรายได้

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้น ในปี 2549 มีกำไรขั้นต้น เท่ากับ 169 ล้านบาท หรือ 38% ของรายได้ โดยลดลง 2% จากปีก่อน ที่เท่ากับ 40% เนื่องจากการปรับโครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจของบริษัทในกลุ่ม ได้แก่ NED ให้เป็นตัวแทนการซื้อลิขสิทธิ์ สิ่งพิมพ์จากประเทศญี่ปุ่น โดย NED จะเรียกเก็บค่าลิขสิทธิ์จากบริษัท NEE อีกทอดหนึ่ง ซึ่งเท่ากับ NED จะมีรายได้ และต้นทุนขายที่ใกล้เคียงกัน จึงทำให้กำไรขั้นต้นลดลง

กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ในปี 2549 มีผลกำไรสุทธิรวม 3 บริษัทเท่ากับ 48 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5 เท่าจากปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 8 ล้านบาท ซึ่งหากไม่รวมค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญจำนวน 3.7 ล้านบาท, ค่าเผื่อนี้สงสัย 9.4 ล้านบาท จะมีผลกำไรจากการดำเนินงานก่อนรายการพิเศษข้างต้นเท่ากับ 61 ล้านบาท

สำหรับกำไรสุทธิรวม 3 บริษัท จำนวน 48 ล้านบาท แบ่งเป็นกำไรจาก NBI 24 ล้านบาท ในขณะที่ปีก่อนมีกำไร 4 ล้านบาท โดยสาเหตุที่มีกำไรเพิ่มขึ้นมาก มาจากการรับโอนธุรกิจการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งเดิมดำเนินการภายใต้ NMG ตั้งแต่กลางปี 2549 ซึ่งธุรกิจนี้มีอัตรากำไรค่อนข้างสูง นอกจากนี้ บริษัท NEE มีกำไรสุทธิเท่ากับ 28 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นปีก่อน 14 ล้านบาท เนื่องจากการควบคุมต้นทุนขายให้ลดลง โดยยังสามารถขายได้เท่าเดิมไว้ได้ ส่วนบริษัท NED มีผลขาดทุนสุทธิ 2 ล้านบาท

ธุรกิจด้านการกระจายภาพและเสียง (Broadcasting Business)

รายได้ :-

รายได้จากสายธุรกิจสื่อโทรทัศน์และวิทยุ ส่วนใหญ่เป็นรายได้จากการขายสื่อโฆษณาและรับจ้างผลิตหรือร่วมผลิตรายการให้กับสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ทั้ง Free TV และเคเบิลทีวี ได้แก่ ช่อง 3, ช่อง 7, ช่อง 5 และ ช่อง 9, TTV1, WE TV 9 (โทรทัศน์ท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่) เป็นต้น โดยใช้วิธีการแบ่งสรรรายได้เป็นค่าตอบแทนแก่เจ้าของสถานีตามสัดส่วนที่ตกลงกัน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่คือค่าเช่าสถานี TTV, ต้นทุนการผลิตรายการ และค่าเสื่อมราคา ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายคงที่

รายได้โฆษณา ในปี 2549 รวมเท่ากับ 247 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้น 65 ล้านบาท หรือ 37% เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยรายได้ที่เพิ่มขึ้นเกิดจากรายได้จากธุรกิจโทรทัศน์ เพิ่มขึ้น 52 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 35% เนื่องจากมีรายการออกอากาศทาง Free เพิ่มขึ้น เช่น ชีพจรโลก ทางช่อง 9 จมูกมด ช่อง 7 เรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3 เป็นต้น สำหรับสื่อวิทยุและ New Media มีรายได้รวม 45 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 36% หรือเพิ่มขึ้น 12 ล้านบาท ส่วนใหญ่เกิดจากรายได้รับจาก New Media จากการให้บริการข่าวสาร SMS ทางโทรศัพท์มือถือของทุกเครือข่าย สำหรับรายได้จากธุรกิจโทรทัศน์และวิทยุ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7 ของรายได้จากการขายและบริการรวมของกลุ่มบริษัท

ค่าใช้จ่าย:-

ต้นทุนขาย ในปี 2549 รวม 209 ล้านบาท ลดลง 27 ล้านบาท หรือ 11% จากปีก่อนซึ่งเท่ากับ 236 ล้านบาท โดยสาเหตุหลักที่ลดลงจากการปรับลดจำนวนพนักงานในโครงการ Early Retirement ประมาณ 1 ใน 3 โดยในปี 2549 มีค่าใช้จ่ายสำหรับพนักงานในโครงการ Early Retirement รวม 21 ล้านบาท สำหรับโครงสร้างต้นทุนขายประกอบด้วย ต้นทุนการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายด้านข่าวประมาณ 86 ล้านบาทหรือ 41% ซึ่งลดลงจากปีก่อน 4 ล้านบาท ส่วนค่าใช้จ่ายเงินเดือนส่วนบรรณาธิการและฝ่ายผลิตประมาณ 66 ล้านบาท หรือ 32% ค่าเสื่อมราคา 23 ล้านบาท หรือ 11% โดยค่าใช้จ่ายดังกล่าวไม่แปรผันตามรายได้เนื่องจากรายได้ของบริษัทเกิดจากบริการด้านสื่อโฆษณา, รับจ้างผลิต และร่วมผลิตรายการ

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ในปี 2549 เท่ากับ 44 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้น 11 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 33 ล้านบาท ซึ่งโครงสร้างของค่าใช้จ่ายส่วนนี้ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเงินเดือนฝ่ายขายและบริหาร ประมาณ 14 ล้านบาท หรือ 32% ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายประมาณ 10 ล้านบาท หรือ 23% ของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวม โดยค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ไม่แปรผันตามรายได้

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้น ปี 2549 มีกำไรขั้นต้น 38 ล้านบาท หรือ 15% โดยแบ่งเป็น กำไรขั้นต้นจากธุรกิจโทรทัศน์ 16 ล้านบาท ในขณะที่ธุรกิจสื่อวิทยุ และ New Media มีกำไรขั้นต้น 21 ล้านบาท ซึ่งนับได้ว่าธุรกิจโทรทัศน์ มีแนวโน้มที่ดีขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน ที่ขาดทุนขั้นต้นถึง 60 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลจากการปรับผังรายการใหม่ให้เหมาะสม ทำให้ต้นทุนลดลงไปได้ ในขณะที่มีรายได้จาก Free TV เพิ่มขึ้น

กำไรสุทธิ ปี 2549 มีผลขาดทุนสุทธิ 31 ล้านบาท ซึ่งดีขึ้นกว่าปีก่อน 55 ล้านบาท ที่มีผลขาดทุนสุทธิถึง 86 ล้านบาท โดยผลขาดทุนสุทธิดังกล่าวรวม 31 ล้านบาท มาจากผลขาดทุนของธุรกิจโทรทัศน์ 42 ล้านบาท หากไม่รวมค่าใช้จ่ายโครงการ Early Retirement 20.4 ล้านบาท จะมีผลขาดทุนเท่ากับ 21.6 ล้านบาท ในขณะที่ธุรกิจวิทยุและ New Media มีกำไรสุทธิ 12 ล้านบาท

ฐานะการเงิน ณ 31 ธันวาคม 2549

งบดุลรวม สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 เปรียบเทียบกับงบดุลรวมวันที่ ณ 31 ธันวาคม 2548

สินทรัพย์รวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 เท่ากับ 5,115 ล้านบาท ซึ่งลดลง 338 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 5,453 ล้านบาท โดยมีรายการที่เปลี่ยนแปลงที่เป็นสาระสำคัญดังนี้

เงินสด เท่ากับ 191 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 58 ล้านบาท เนื่องจากในระหว่างปีบริษัทมีการใช้เงินสดคงเหลือจากการดำเนินงานลดลง

ลูกหนี้การค้า-สุทธิ เท่ากับ 875 ล้านบาท ซึ่งลดลง 104 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 979 ล้านบาท เนื่องจากในปี 2549 ได้ตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญเพิ่มขึ้น 46 ล้านบาท เพื่อให้ครอบคลุมลูกหนี้ที่ค้างเกิน 1 ปี ทั้งหมดครบ 100% ในปี 2549 บริษัทมีระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยประมาณ 115 วัน ในขณะที่ปีก่อนเท่ากับ 108 วัน โดยเพิ่มขึ้น 7 วัน โดยสาเหตุที่เพิ่มขึ้น

เนื่องจากฐานของลูกหนี้คงเหลือเพิ่มขึ้น จากการโอนรายการรายได้ค้างรับในงบดุล เป็นส่วนหนึ่งของลูกหนี้การค้างตั้งแต่ปี 2548

ลูกหนี้และเงินให้กู้ยืมแก่บริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทในเครือ-สุทธิ เท่ากับ 492 ล้านบาท โดยลดลง 105 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 597 ล้านบาท เนื่องจากภายในปี 2549 บริษัทได้รับชำระคืนจากลูกหนี้บริษัทในเครือ คือ เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล คอมมูนิเคชั่น จำกัด จำนวน 70 ล้านบาท และ จาก บริษัท เอ็นพีจี มาเก็ดดิง เซอร์วิส จำกัด จำนวน 37 ล้านบาท รวม 2 บริษัทที่ NMG ได้เก็บหนี้ได้เท่ากับ 107 ล้านบาท และในปี 2549 บริษัทได้ตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญเพิ่มขึ้นจากรายการลูกหนี้ บริษัทในเครือ 10 ล้านบาท (บริษัท มีเดีย พลัส จำกัด) ซึ่งดำเนินการธุรกิจผลิตนิตยสารที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ

รายการลูกหนี้และเงินให้กู้ยืม ค้างชำระ ณ 31 ธันวาคม 2549 ของบริษัท เอ็นพีจี เทรนนิง แอนด์ คอนเฟอเรนซ์ รีเสิร์ช จำกัด (NTR) มียอดคงค้างสุทธิหลังหักสำรองหนี้สูญเท่ากับ 326 ล้านบาท

โดยปัจจุบัน NTR ยังคงดำเนินการให้บริการโรงแรม Majestic Beach Resort ซึ่งเป็นโรงแรมระดับ 4 ดาว ที่ชายหาดหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีห้องพัก 124 ห้องและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุมสัมมนา โดย ณ 31 ธันวาคม 2549 รายการลูกหนี้และเงินให้กู้ยืมที่ค้างชำระระหว่างบริษัทฯและบริษัทย่อย กับ NTR รวมเท่ากับ 663.9 ล้านบาท (ประกอบด้วย รายการเงินให้กู้ยืมในระหว่างปี 2539-2541 รวม 438.35 ล้านบาท รายการดอกเบี้ยค้างรับตั้งแต่ปี 2539-2545 รวม 158.38 ล้านบาท และรายการเรียกเก็บผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนตั้งแต่ปี 2540-2541 รวม 67.17 ล้านบาท) โดยได้ตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญในปี 2540-2548 แล้วเป็นจำนวนรวม 337.4 ล้านบาท คงเหลือสุทธิ 326.5 ล้านบาท โดยยอดคงค้างดังกล่าวลดลงจาก 31 ธันวาคม 2548 จำนวน 4 ล้านบาท เนื่องจากได้ทำสัญญาประนอมหนี้ระหว่างกันที่จะให้ NTR ชำระคืนหนี้อย่างน้อยเดือนละ 1 ล้านบาท ตั้งแต่เดือนกันยายน 2549 (รายละเอียดอยู่ในรายการระหว่างกัน)

ฝ่ายบริหารของบริษัทเชื่อว่าค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญสำหรับ NTR ที่ได้ตั้งไว้แล้วจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2549 มีจำนวนเพียงพอสำหรับผลขาดทุนที่อาจเกิดขึ้น เนื่องจากจำนวนคงเหลือสุทธิดังกล่าวจะใกล้เคียงกับราคาประเมินทรัพย์สินที่ประเมินโดยผู้ประเมินอิสระภายนอก 2 ราย ซึ่งประเมินไว้เท่ากับ 356 ล้านบาท เมื่อเดือนตุลาคม 2548 และ 330 ล้านบาท เมื่อเดือนกันยายน 2548 โดยล่าสุดเมื่อ กุมภาพันธ์ 2550 บริษัทประเมินภายหลังได้ประเมินราคาใหม่ได้เท่ากับ 351 ล้านบาท นอกจากนี้เพื่อเป็นหลักประกันในการชำระคืนหนี้ให้แก่บริษัท NTR จึงได้นำที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง จดจำนองกับกรมที่ดินเพื่อเป็นหลักประกันหนี้ให้กับNMG เรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2550

อย่างไรก็ตามระหว่างการซื้อขายทรัพย์สินของ NTR เพื่อนำมาชำระหนี้ให้กับบริษัทและบริษัทย่อย NTR ได้แต่งตั้งที่ปรึกษาทางการเงินในการเป็นตัวแทนเจรจาเงื่อนไขต่าง ๆ กับผู้สนใจ นอกจากนี้ในระหว่างพิจารณาขายทรัพย์สินดังกล่าวกลุ่มบริษัทได้พยายามใช้ประโยชน์จากบริการของโรงแรมให้มากที่สุด โดยการจัดเลี้ยงลูกค้าและสัมมนาในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว

โดยงบการเงินล่าสุด ณ 31 ธันวาคม 2548 NTR มีรายได้ 77.98 ล้านบาท ต้นทุนขาย 20.19 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 15.10 ล้านบาท คงเหลือเป็นกำไรจากการดำเนินงานก่อนดอกเบี้ย, ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA) เท่ากับ 42.69 ล้านบาท ค่าเสื่อมราคา 24.36 ล้านบาท เป็นผลกำไรจากการดำเนินงาน 18.33 ล้านบาท และเมื่อหักดอกเบี้ยจ่ายประมาณ 4.62 ล้านบาท ทำให้ NTR มีผลกำไรสุทธิ 13.71 ล้านบาท ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีเงินเหลือเพียงพอที่จะทยอยชำระคืนหนี้ให้กับบริษัทได้

รายได้ค้างรับ เท่ากับ 48 ล้านบาท ลดลง 28 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 76 ล้านบาท สำหรับรายได้ค้างรับที่คงค้างตามงบดุลในปี 2549 เป็นรายการของของสัญญาโฆษณาที่คาบเกี่ยวระหว่างปี และยังไม่ออกใบแจ้งหนี้ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสัญญาโฆษณาโครงการพิเศษต่างๆ ซึ่งจะออกใบแจ้งหนี้เมื่อเสร็จสิ้นโครงการ เช่น โครงการกอล์ฟ Hold In One เป็นต้น

สินค้าคงเหลือ เท่ากับ 234 ล้านบาท ซึ่งลดลง 180 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 414 ล้านบาท เนื่องจากตั้งแต่ปี 2548-2549 บริษัทได้จัดเก็บวัตถุดิบโดยเฉพาะ Newsprint เพิ่มขึ้น มากเพียงพอต่อการใช้งานตลอดปี 2549 ทำให้วัตถุดิบลดลงจาก

การนำไปใช้งาน ในขณะที่ไม่ได้สั่งซื้อเพิ่มขึ้น สำหรับระยะเวลาขายสินค้าคงเหลือ ณ 31 ธันวาคม 2549 เท่ากับ 66 วัน ซึ่งใกล้เคียงกับปี 2548 ที่เท่ากับ 61 วัน

เงินลงทุนในหุ้นของบริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน เท่ากับ 44 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 1.6 ล้านบาท โดยปีก่อนเท่ากับ 42 ล้านบาท โดยรายการเงินลงทุนในหุ้นดังกล่าว เป็นเงินลงทุนในบริษัทร่วมแห่งหนึ่ง 20 ล้านบาท และบริษัทที่เกี่ยวข้องกันอื่นประมาณ 2 บริษัท รวม 12 ล้านบาท และเงินลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์หลายบริษัท เพื่อประโยชน์ในการเข้าหาแหล่งข่าวรวม 12 ล้านบาท

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ เท่ากับ 2,646 ล้านบาท ลดลง 26 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 2,672 ล้านบาท โดยลดลงจากค่าเสื่อมราคา

หนี้สินรวม เท่ากับ 3,440 ล้านบาท โดยลดลง 197 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 3,637 ล้านบาท โดยสรุปรายการเปลี่ยนแปลงที่มีสาระสำคัญดังนี้

เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เท่ากับ 760 ล้านบาท โดยลดลง 247 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 1,007 ล้านบาท ส่วนใหญ่ลดลงจากการชำระคืน ทรัสต์รีทิท สำหรับกระดายนำเข้า ซึ่งมีการสั่งซื้อมากในระหว่างปี 2548 และได้ชำระคืนตามกำหนดในระหว่างปี 2549

เจ้าหนี้การค้า เท่ากับ 173 ล้านบาท โดยลดลงจากปีก่อน 36 ล้านบาท โดยมีระยะเวลาชำระหนี้ในปี 2549 เท่ากับ 60 วัน ลดลง จากปีก่อนที่เท่ากับ 69 วัน

เงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงินรวม เท่ากับ 505 ล้านบาท ลดลง 17 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 522 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทและบริษัทย่อย (NEE) ได้คืนเงินกู้ระยะยาวจากธนาคารในประเทศและต่างประเทศ ในระหว่างปี 2549 รวม 205 ล้านบาท ในขณะที่ NMG และ WPS ได้รับเงินกู้ใหม่จากธนาคารแห่งหนึ่งเมื่อต้นปี 2549 รวม 185 ล้านบาท

หุ้นกู้รวม เท่ากับ 1,600 ล้านบาทเท่ากับปีก่อน โดยเป็นหุ้นกู้ที่บริษัทออกและเสนอขายในปี 2547 จำนวน 1,600 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นกู้ชุด NMG072A จำนวน 600 ล้านบาท อายุ 3 ปี ครบกำหนดชำระคืนเดือนกุมภาพันธ์ 2550 และหุ้นกู้ NMG 092A จำนวน 1,000 ล้านบาท อายุ 5 ปี ครบกำหนดชำระคืนในเดือนกุมภาพันธ์ 2551 และ 2552 ปีละ 500 ล้านบาท โดยหุ้นกู้ที่ครบกำหนดไปแล้วเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2550 จำนวน 600 ล้านบาท บริษัทได้ชำระคืนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยเรียบร้อยแล้ว จากเงินกู้ระยะยาวจากธนาคารในประเทศ และวงเงินสินเชื่อที่มีอยู่

กำไรสะสม ณ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทมีผลขาดทุนสะสม เท่ากับ 154 ล้านบาท โดยลดลง 95 ล้านบาท จากปีก่อนที่ผลขาดทุนสะสมเท่ากับ 250 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทมีผลขาดทุนสุทธิในปี 2549 เท่ากับ 154 ล้านบาท โดยผลขาดทุนสะสมดังกล่าว บริษัทจะขออนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นในเดือนเมษายน 2550 ที่จะอนุมัติโอนส่วนเกินมูลค่าหุ้นที่มีอยู่ 115.5 ล้านบาท เพื่อชดเชยผลขาดทุนสะสม ซึ่งเมื่อโอนส่วนเกินดังกล่าวแล้ว บริษัทจะมีขาดทุนสะสม ณ สิ้นปีคงเหลือ 38.7 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 1,675 ล้านบาท โดยลดลง 141 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 1,816 ล้านบาท โดยรายการที่ลดลงเกิดจาก ขาดทุนสุทธิในปี 2549 จำนวน 154 ล้านบาท สำหรับโครงสร้างส่วนของผู้ถือหุ้น 1,675 ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว 1,648 ล้านบาท ส่วนเกินมูลค่าหุ้น 115.5 ล้านบาท สืบเนื่องจากการตีมูลค่าหลักทรัพย์ในความต้องการของตลาด 41 ล้านบาท ขาดทุนสะสม 154 ล้านบาท และ ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย 107 ล้านบาท

ภาระผูกพันและภาระหนี้สินที่อาจเกิดขึ้น ณ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทมีภาระผูกพันจากสัญญาเช่าดำเนินงานในระยะเวลา 4-5 ปี คงค้างรวม 1,030 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นค่าเช่าที่ต้องชำระภายในระยะเวลา 1 ปี จำนวน 292 ล้านบาท และระยะเวลาเกินกว่า 1-4 ปี จำนวน 738 ล้านบาท นอกจากนี้บริษัทยังมีภาระผูกพันในสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้ากับธนาคารในประเทศหลายแห่งรวม USD 6.9 ล้านดอลลาร์ สำหรับสัญญาป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนของการนำเข้ากระดายนำเข้าจากต่างประเทศ ตลอดทั้งปี 2549 และมีเลตเตอร์ออฟเครดิตที่ยังไม่ได้ใช้เป็นจำนวนเงินประมาณ 43 ล้านบาท และ

จากการที่ธนาคารในประเทศบางแห่งออกหนังสือค้ำประกันแก่บริษัทและบริษัทย่อยให้แก่หน่วยงานรัฐบาลเป็นจำนวนเงินรวมประมาณ 9.0 ล้านบาท และ 1.1 ล้านบาท ตามลำดับ

เงินลงทุนระยะยาวในหุ้นของบริษัทร่วม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 หน่วย : ล้านบาท

	บริษัทร่วม	การถือหุ้น (%)	ทุนชำระแล้ว	จำนวนเงินลงทุน	ส่วนได้เสียจากการลงทุน	มูลค่าเงินลงทุน ณ 31 ธ.ค. 2549
NMG	บริษัท โยมิอูริ - เนชั่น อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด	44.98	1,000	450	18,804	19,804
	รวม					19,804

งบกระแสเงินสดรวม ณ 31 ธันวาคม 2549

งบกระแสเงินสดประจำปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2549 บริษัทมีกำไรได้มาจากกิจกรรมดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานเท่ากับ 278 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้น 60 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 218 ล้านบาท

เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน ในปี 2549 เป็นยอดได้มาเท่ากับ 443 ล้านบาท โดยมีการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานในลักษณะเป็นรายการใช้ไปในระหว่างปี 2549 จำนวนรวม 324 ล้านบาท โดยสาเหตุหลักเกิดจากรายการจ่ายดอกเบี้ยและภาษีเงินได้ในระหว่างปีจำนวน 173 ล้านบาท และ 104 ล้านบาท ตามลำดับ อย่างไรก็ตามในปี 2549 มีการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานในลักษณะเป็นรายการได้มาสูงถึง 489 ล้านบาท ส่วนใหญ่เกิดจากรายการสินค้าคงเหลือลดลง 170 ล้านบาท และลูกหนี้จากกิจการที่เกี่ยวข้องกันลดลง 131 ล้านบาท รวมทั้งหนี้สินหมุนเวียนอื่นและหนี้สินอื่นเพิ่มขึ้น 75 ล้านบาท และ 60 ล้านบาท ตามลำดับ

เงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน ในปี 2549 บริษัทมีเงินสดจ่ายสำหรับกิจกรรมลงทุนรวม 113 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่เป็นการลงทุนในการซื้อ พาหนะ และการปรับปรุงอาคารสถานที่รวม 42 ล้านบาท และ การซื้ออุปกรณ์เครื่องจักรเพิ่มเติมของ WPS ประมาณ 80 ล้านบาท และซื้อโปรแกรม Computer รวม 11 ล้านบาท ในขณะที่เดียวกันได้รับรู้ดอกเบี้ยรับจากรายการกำไรจาก Sales & Leased Back ในปี 2549 จำนวน 24 ล้านบาท

เงินสดสุทธิจากกิจกรรมการจัดหาเงิน ในปี 2549 บริษัทใช้เงินสดในกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 272 ล้านบาท โดยได้ชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้น และทรัพย์สินถาวรแก่ธนาคารรวม 246 ล้านบาท ชำระคืนเงินกู้ยืมจากบริษัทร่วม 10 ล้านบาท และชำระคืนเงินกู้ระยะยาวตามกำหนดแก่ธนาคาร 202 ล้านบาท ในขณะที่บริษัทและบริษัทย่อย WPS ได้รับเงินสดจากเงินกู้ระยะยาวเพิ่มจากธนาคารจำนวน 150 ล้านบาท และ 35 ล้านบาท ตามลำดับ รวม 185 ล้านบาท

รวมกระแสเงินสดที่ได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน, กิจกรรมลงทุน, และกิจกรรมการจัดหาเงิน สำหรับปี 2549 เท่ากับ 58 ล้านบาท เมื่อรวมเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นปี 2549 จำนวน 132 ล้านบาท ทำให้มี เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ 31 ธันวาคม 2549 เท่ากับ 190 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 58 ล้านบาท หรือ 43% จากปีก่อนที่เท่ากับ 132 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 43%

การเปลี่ยนแปลงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

สำหรับผลการดำเนินงานตามงบการเงินรวมปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2549

1. อัตราส่วนสภาพคล่อง ได้แก่

อัตราส่วนสภาพคล่อง ณ 31 ธันวาคม 2549 เท่ากับ 1.05 เท่า โดยลดลง 0.45 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 1.50 เท่า เนื่องจากสินทรัพย์หมุนเวียนลดลง โดยเฉพาะการลดลงของสินค้าคงเหลือที่ทยอยใช้ Stock และการลดลงของลูกหนี้การค้า และลูกหนี้บริษัทในเครือ ที่ได้รับคืนเงินในระหว่างปี 2549 ประกอบกับรายการหนี้สินหมุนเวียนเพิ่มขึ้น จากการจัดกลุ่มรายการหุ้นกู้จำนวน 600 ล้านบาท ที่ครบกำหนดชำระภายใน 1 ปี เป็นหนี้สินหมุนเวียน ในขณะที่ปีก่อน ยังอยู่ในกลุ่มของหนี้สินระยะยาว และด้วยเหตุเดียวกันจึงทำให้อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว ณ 31 ธันวาคม 2549 เท่ากับ 0.54 เท่า ซึ่งลดลง 0.16 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 0.70 เท่า

Cash Cycle ในปี 2549 บริษัทมีระยะเวลาหมุนเวียนของเงินสดเท่ากับ 121 วัน โดยเพิ่มขึ้น 21 วันจากปีก่อนที่เท่ากับ 100 วัน โดยสาเหตุหลักเกิดจากระยะเวลาในการเก็บหนี้เพิ่มขึ้นจากปีก่อน โดยปี 2549 เท่ากับ 115 วัน ซึ่งเพิ่มขึ้น 7 วันจากปีก่อนที่เท่ากับ 108 วัน เช่นเดียวกับระยะเวลาในการขายสินค้าเท่ากับ 66 วัน เพิ่มขึ้น 5 วันจากปีก่อนที่เท่ากับ 61 วัน ในขณะที่ระยะเวลาชำระหนี้เป็น 60 วัน โดยลดลง 8 วัน จากปีก่อน ที่เท่ากับ 68 วัน

2. อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร

อัตรากำไรขั้นต้น ปี 2549 เท่ากับ 39.42% หรือเพิ่มขึ้น 4.39% จากปีก่อนที่เท่ากับ 35.03% เนื่องจากบริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้น 1% ประกอบกับต้นทุนขายลดลง 5.6% ซึ่งเป็นผลให้กำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน โดยต้นทุนขายที่ลดลงจากการลดปริมาณการใช้กระดาษ โดยการบริหารการวางจุดจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพขึ้น เพื่อลดยอครีบคืน รวมทั้งมีการปรับต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการของธุรกิจโทรทัศน์ และด้วยเหตุผลเดียวกันจึงเป็นผลให้มีอัตรากำไรจากการดำเนินงานปี 2549 เท่ากับ 0.25% ซึ่งเพิ่มขึ้น 3.78% จากปีก่อนที่มีผลขาดทุนจากการดำเนินงานคิดลบ 3.53%

บริษัทมีอัตราส่วนเงินสดก่อนการเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนต่อการทำกำไรเท่ากับร้อยละ 9.01% ซึ่งเพิ่มขึ้น 2.90% จากปีก่อนที่เท่ากับ 6.11%

อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นก่อนรายการพิเศษ ปี 2549 เท่ากับ 2.13% โดยเพิ่มขึ้น 5.70% จากปีก่อนที่เท่ากับ 7.83% เนื่องจากรายได้ที่เพิ่มขึ้น และการควบคุมค่าใช้จ่ายและต้นทุนขายให้ลดลง

สำหรับกำไรจากการดำเนินงานก่อนรายการพิเศษ คำนวณจากรายได้จากการขายและบริการ รวมกับรายได้อื่นและรายได้ค่าเช่าและบริหาร หักต้นทุนขาย และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่ไม่รวม รายการตัดบัญชีลูกหนี้และรายได้ค่าจ้าง 11.5 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงานเกษียณอายุ 41.3 ล้านบาท ซึ่งทั้ง 2 รายการ ได้รวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารตามที่แสดงในงบการเงิน ดังนั้นเมื่อคำนวณตามวิธีดังกล่าว ในปี 2549 บริษัทจะมีขาดทุนจากการดำเนินงานก่อนรายการพิเศษ 36 ล้านบาท (รายละเอียดแสดงในตารางสรุปงบการเงินรวม)

3. อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

อัตราผลตอบแทนก่อนรายการพิเศษต่อสินทรัพย์ของ ปี 2549 เท่ากับ -0.67% ถึงแม้จะยังคงติดลบ แต่บริษัทมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน โดยเพิ่มขึ้น 1.71% จากปีก่อน ซึ่งเท่ากับ -2.38% ส่วนอัตราผลตอบแทนก่อนรายการพิเศษต่อสินทรัพย์ถาวรเท่ากับ 5.99% โดยเพิ่มขึ้น 4.45 % จากปีก่อนที่เท่ากับ 1.54% ส่วนอัตรามูลของสินทรัพย์เท่ากับ 0.58 เท่าเท่ากับปีก่อน

4. อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ณ 31 ธันวาคม 2549 เท่ากับ 2.05 เท่า โดยเพิ่มขึ้น 0.05 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 2.00 เท่า ถึงแม้หนี้สินรวมจะลดลง 196 ล้านบาท แต่ส่วนของผู้ถือหุ้นก็ลดลง 141 ล้านบาท เนื่องจากผลขาดทุนสุทธิในปี 2549

อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ยในปี 2549 เท่ากับ 2.78 เท่า ซึ่งลดลง 1.28 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 4.06 เท่า เนื่องจากปี 2548 บริษัทมีกำไรเงินได้ที่ต้องบวกกลับในการคำนวณก่อนข้างสูงถึง 279 ล้านบาท จึงทำให้กำไรก่อนดอกเบี้ยภาษี และก่อนค่าเสื่อมราคา ก่อนข้างสูง

อัตราส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ย ก่อนภาษี และก่อนรายการพิเศษ ต่อดอกเบี้ยจ่าย เท่ากับ 1.02 เท่า ซึ่งเพิ่มขึ้น 0.68 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 0.34 เท่า เนื่องจากบริษัทมีกำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 66 ล้านบาท จึงทำให้อัตราส่วนดังกล่าวดีขึ้น

ความเหมาะสมของโครงสร้างทางการเงิน

ณ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วเท่ากับ 1,648 ล้านบาท โดยส่วนของทุนได้เพิ่มขึ้นตามลำดับตั้งแต่ปี 2542 จากการเสนอขายหุ้นสามัญโดยเฉพาะเจาะจง และจากการใช้สิทธิเพิ่มทุนของผู้ถือหุ้นเดิม และการใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิในการซื้อหุ้นสามัญของกรรมการและพนักงานบริษัท และเมื่อรวมกับส่วนเกินมูลค่าหุ้นจำนวน 116 ล้านบาทแล้วจะเท่ากับ 1,764 ล้านบาท เมื่อรวมขาดทุนสะสมซึ่งเท่ากับ 154 ล้านบาท จากผลขาดทุนสุทธิ ปี 2549 ส่วนรายการสำรองจากการตีราคามูลค่ายุติธรรมของเงินลงทุนในหลักทรัพย์บริษัทจดทะเบียนฯ เท่ากับ 41 ล้านบาท เนื่องจากการปรับลดมูลค่าเงินลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดย ณ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นสุทธิเท่ากับ 1,568 ล้านบาท เมื่อรวมส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย 107 ล้านบาท จะทำให้ส่วนของผู้ถือหุ้นเป็น 1,675 ล้านบาท มีอัตราส่วนของหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 2.05 เท่า ซึ่งเพิ่มขึ้น 0.05 เท่า จากปีก่อนที่เท่ากับ 2.00 เท่า

บริษัทมีหนี้สินรวม 3,440 ล้านบาท แบ่งเป็นส่วนของหนี้สินหมุนเวียน และหนี้สินระยะยาว จำนวน 1,976 ล้านบาท และ 1,464 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 57 และร้อยละ 43 ตามลำดับ ซึ่งส่วนของหนี้สินหมุนเวียนเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับ 31 ธันวาคม 2548 ซึ่งมีสัดส่วนดังกล่าวเท่ากับร้อยละ 43 และร้อยละ 57 ตามลำดับ เนื่องจากบริษัทได้จัดกลุ่มหุ้นกู้จำนวน 600 ล้านบาท ซึ่งครบกำหนดชำระในเดือนกุมภาพันธ์ 2550 เป็นหนี้สินหมุนเวียน จากเดิมแสดงในส่วนหนี้สินระยะยาว

โดย ณ 31 ธันวาคม 2549 จากงบการเงินรวม บริษัทมีเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินจำนวน 760 ล้านบาท เงินกู้ระยะยาวจำนวน 506 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นส่วนที่ ครบกำหนดชำระภายใน 31 ธันวาคม 2550 เท่ากับ 175 ล้านบาท และส่วนที่ถึงกำหนดชำระตั้งแต่ปี 2551-2553 เท่ากับ 331 ล้านบาท นอกจากนี้ยังคงมีหุ้นกู้จำนวน 600 ล้านบาท ครบกำหนดในเดือนกุมภาพันธ์ 2550 ซึ่ง ณ วันที่จัดทำรายงานฉบับนี้ (2 มีนาคม 2550) บริษัทได้จ่ายชำระคืนหุ้นกู้ตามกำหนดแล้ว โดยการได้รับการสนับสนุนเป็นวงเงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงินจำนวน 300 ล้านบาท และใช้วงเงินสินเชื่อที่มีอยู่ ส่วนหุ้นกู้ NM092A จำนวน 1,000 ล้านบาท จะครบกำหนดชำระคืนในเดือนกุมภาพันธ์ 2551 และ 2552 ปีละ 500 ล้านบาท โดยเงินกู้ทั้งหมดเป็นเงินกู้สกุลเงินบาท

ผลกระทบของบริษัทย่อย บริษัทร่วม ต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท

เนื่องจากรายได้ส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทประมาณร้อยละ 88 เป็นรายได้จากบริษัทซึ่งเป็นรายได้จากธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงในฐานะการเงินหรือการดำเนินงานของบริษัทย่อย บริษัทร่วม จึงมีผลกระทบต่อบริษัทไม่มากนัก

ปัจจัยและอิทธิพลหลักที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือฐานะการเงินในอนาคต

1. สภาพเศรษฐกิจโดยรวม

ภาพรวมสถานะเศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วงปี 2549 ที่ผ่านมามีการชะลอตัว โดยมีผลมาจากสภาวะทางการเมืองที่ไม่แน่นอน รวมถึงราคาน้ำมัน และอัตราดอกเบี้ย ยังชลอตัวในอัตราที่สูงอยู่ และส่งผลให้บริษัทต่างๆ เพิ่มความระมัดระวังในการควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆ รวมทั้งงบการลงโฆษณา ทำให้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์โดยรวม นอกจากนี้การที่ราคากระดาษในตลาดโลกคงตัวอยู่ในระดับสูง ส่งผลต่อต้นทุนของธุรกิจสิ่งพิมพ์โดยตรง และทำให้ผลประกอบการของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์โดยรวมนั้นได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ในปี 2550 นี้ สถานะเศรษฐกิจโดยรวมจะมีปัจจัยจากสภาวะการเมืองและความสงบเรียบร้อยเป็นปัจจัยหลัก หากปัจจัยดังกล่าวอยู่ในสภาวะปกติบริษัทยักษ์ใหญ่ว่าสถานะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศจะมีแนวโน้มดีขึ้น โดยคาดว่าปัจจัยลบต่างๆ ในปี 2549 โดยเฉพาะราคาน้ำมัน และอัตราดอกเบี้ยมีแนวโน้มเริ่มผ่อนคลายลง ซึ่งจะส่งผลในเชิงบวกถึงราคากระดาษ อีกทั้งสถานการณ์การเมืองก็มีความชัดเจนขึ้น ทำให้ภาครัฐมีการผลักดันการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสำคัญ ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ รวมทั้งค่าเงินบาทที่ปรับตัวแข็งขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการนำเข้ากระดาษ Newsprint ลดลง อย่างไรก็ตามจากปัญหาความไม่สงบทางการเมืองในช่วงปลายเดือนธันวาคม 2549 อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุน ซึ่งมีผลต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจโดยรวมได้

2. ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์จัดเป็นธุรกิจสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ เนื่องจากรายได้หลักของกลุ่มบริษัทประมาณร้อยละ 94 มาจากธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ โดยมีโครงสร้างรายได้หลักมาจากการให้บริการสื่อโฆษณาในหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 ของรายได้ของกลุ่มธุรกิจ โดยภาวะเศรษฐกิจและภาวะการแข่งขันถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อรายได้โฆษณาบนสื่อสิ่งพิมพ์

แนวโน้มอุตสาหกรรมในอนาคต

ภาพอุตสาหกรรมในปี 2550 นี้ คาดว่าจากการที่ปัจจัยลบต่างๆ เริ่มคลี่คลาย หากสถานการณ์การเมืองที่มีความชัดเจนขึ้น น่าจะส่งผลให้เม็ดเงินโฆษณาในปี 2550 เพิ่มขึ้นบ้าง อย่างไรก็ตามจากผลกระทบของภาวะเศรษฐกิจในปีที่ผ่านมา และปัญหาความไม่สงบทางการเมืองที่ยังมีอยู่บ้าง อาจทำให้มีผลกระทบต่อการหารายได้โฆษณา โดยบริษัทได้วางมาตรการรองรับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน โดยการยังคงควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายเหมือนปีที่ผ่านมา พร้อมกับหาช่องทางเพิ่มรายได้เสริมให้มากขึ้น

นอกจากนี้ คาดว่าอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์จะมีการแข่งขันสูงขึ้น จากสื่อใหม่ ๆ ที่เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นเช่น สื่อออนไลน์ (Internet) ที่เข้ามาในตลาดเพื่อสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีวิถีการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นการทำธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในปัจจุบัน จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นดังนี้

1. พฤติกรรมผู้บริโภคข่าวสารที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคเริ่มให้ความสำคัญกับสื่อ Online มากขึ้น ในฐานะ Content provider จึงให้ความสำคัญกับช่องทางและรูปแบบการนำเสนอข่าวมากขึ้น นอกเหนือจากสื่อสิ่งพิมพ์เพียงอย่างเดียว บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาวิธีการและรูปแบบการนำเสนอข่าวสารสู่กลุ่มผู้อ่าน ใหม่ ๆ ด้วยสื่อที่หลากหลายเพิ่มขึ้น และการใช้ศักยภาพของการมี Content เป็นฐานจึงมีเป้าหมายที่จะยังคงรักษาฐานลูกค้ากลุ่มเดิม และยังคงรักษารายได้หลักจากสื่อสิ่งพิมพ์ไว้เช่นเดิม

2. แนวโน้มการใช้สื่อของ Advertiser เริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการมุ่งสร้างปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับกลุ่มผู้บริโภคมากกว่าการประชาสัมพันธ์ภาพรวมทำให้เกิดการแข่งขันแย่งชิงลูกค้ารุนแรง ดังนั้นรูปแบบการนำเสนอการขายโฆษณาของบริษัทจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนไปตามพฤติกรรมของผู้ลงโฆษณา รวมถึงพฤติกรรมของผู้อ่านเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตามปัจจัยสำคัญที่จะทำให้บริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ประสบความสำเร็จในอนาคต จะยังคงเป็นการเสนอข่าวที่น่าสนใจ เทียบตรงและได้รับความเชื่อถือจากผู้อ่าน การควบคุมต้นทุนและประสิทธิภาพการทำงาน รวมทั้งการใช้ประโยชน์จาก Content ที่มีอยู่ไปยังช่องทางใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในเวลาที่เหมาะสม

3. ธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียง

ดำเนินการโดยบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นผู้นำในด้านการนำเสนอข่าวและสาระในรูปแบบสถานีข่าว 24 ชั่วโมง รายแรกของประเทศไทย โดยมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวที่ทันต่อเหตุการณ์ เจาะลึก และวิเคราะห์เนื้อหาอย่างเป็นกลางเชื่อถือได้ นอกจากนี้ยังเป็นผู้ผลิตและร่วมผลิตรายการวิเคราะห์ข่าวให้สถานีโทรทัศน์อื่น ๆ

ในปีที่ผ่านมาสายธุรกิจนี้ ยังมีผลขาดทุนต่อเนื่อง และส่งผลต่อผลประกอบการรวมของบริษัท ทำให้ในปีที่ผ่านมาบริษัทได้ดำเนินการลดต้นทุนการผลิต ค่าใช้จ่าย ตลอดจนกำลังคนลงเพื่อให้ผลการดำเนินงานดีขึ้นจนใกล้คุ้มทุนแล้ว อย่างไรก็ตามจากปัจจัยทางการเมืองที่เปลี่ยนแปลง มีผลทำให้บริษัทได้เข้าไปทำรายการวิเคราะห์ข่าวทางโทรทัศน์ Free TV ช่องต่าง ๆ เพิ่มขึ้นหลายรายการ ทำให้บริษัทมีความมั่นใจว่าแนวโน้มผลประกอบการของธุรกิจสายนี้ในปี 2550 จะสามารถทำได้

สภาพการแข่งขัน

จากสถานการณ์เศรษฐกิจและการเมืองทั้งในประเทศและต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ประชาชนให้ความสำคัญกับการบริโภคข่าวสารเพิ่มขึ้น จึงเป็นผลให้สถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ หันมาให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวสารและสาระเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทำให้เกิดการแข่งขันในด้านรูปแบบและวิธีการนำเสนอข่าวและสาระ รวมถึงนโยบายของรัฐบาลใหม่ที่ให้เสรีภาพกับสื่อมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นโอกาสให้บริษัทได้เข้าไปผลิตและร่วมผลิตรายการข่าวให้กับ Free TV ช่องต่าง ๆ เพิ่มขึ้น เนื่องจากบริษัทมีศักยภาพสูงในด้านการนำเสนอข่าวที่แตกต่างและเจาะลึก รวมทั้งการวิเคราะห์ข่าวอย่างเที่ยงตรงเป็นกลางและเชื่อถือได้ทำให้ผู้ชมได้รับสาระมากขึ้น

ในสถานะที่ธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียงโดยเฉพาะสื่อทางโทรทัศน์ ยังคงเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมและเข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุด และครองตลาดกว่าครึ่งหนึ่งของอุตสาหกรรมโฆษณาของประเทศ ถึงแม้จะยังไม่มีคามแน่นอนในเรื่องของการจัดตั้งคณะกรรมการ กสช. บริษัทฯ มั่นใจว่าจากสถานการณ์ทางการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปจะทำให้โอกาสทางธุรกิจสายนี้ของบริษัทเปิดกว้างขึ้น และเชื่อว่าการเปิดเสรีอุตสาหกรรมกระจายภาพและเสียงจะเกิดขึ้นในที่สุด

แนวโน้มอุตสาหกรรมในอนาคต

แนวโน้มของปี 2550 คาดว่าจะเป็นในลักษณะเดียวกับปีที่ผ่านมา คือ การแข่งขันจะเพิ่มสูงขึ้น โดยจะเห็นการพัฒนาคุณภาพรายการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับชม และความร่วมมือระหว่างสถานีและผู้ผลิตรายการเพื่อเตรียมตัวสำหรับการเปิดเสรีในอนาคต โดยการที่จะประสบความสำเร็จได้ต้องขึ้นอยู่กับการทำรายการที่ตรงตามความต้องการของตลาด และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ชม อันเป็นปัจจัยที่จะนำมาซึ่งส่วนแบ่งทางการโฆษณาที่เป็นตัวสำคัญในการก่อให้เกิดรายได้

4. ธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่ ได้แก่สื่อออนไลน์ผ่าน website และ New Media มีการขยายตัวในอัตราที่สูงมากอย่างต่อเนื่อง โดยในสายธุรกิจของกลุ่มบริษัทได้แบ่งกลุ่มสื่อรูปแบบใหม่เป็น 2 ส่วนได้แก่

- **Websiteข่าว** หรือการอ่านข่าวทาง Internet บริษัทมี website ข่าวในเครือมากมายได้แก่ www.bangkokbiznews.com , www.komchadluek.net , www.nationmultimedia.com ,

www.nationweekend.com, www.nationchannel.com เป็นต้น ซึ่งเป็นช่องทางที่บริษัทเห็นว่าสามารถ Interactive กับผู้อ่านโดยตรงได้ทุกกลุ่มเป็นรูปแบบการบริโภคข่าวแบบใหม่ที่ทันสมัย และรวดเร็วมาก จนเกือบ Real time นอกจากผู้อ่านจะได้รับข่าวสารแล้วยังได้ทั้งภาพนิ่งภาพเคลื่อนไหวและเสียงด้วย ซึ่งจะ เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่บริษัทสามารถหารายได้ในรูปแบบต่าง ๆ ได้เพิ่มขึ้น เช่น Banner Advertising , Advertising Word ซึ่งรายได้ช่องทางนี้มีอัตราการเติบโตสูงมาก (แต่เม็ดเงินเมื่อเทียบอัตราส่วนกับรายได้ จากการขายรวมแล้วยังถือว่าน้อยมาก) นอกจาก website ข่าวแล้วบริษัทกำลังพัฒนา website ด้านอื่น ๆ เช่น ด้าน education รวมทั้งการสร้างชุมชน (community) ทั้ง web board, web log ในทุก ๆ website ของเครือ ด้วย

- **New Media** จากการพัฒนาของเทคโนโลยีที่เป็นไปอย่างรวดเร็วมากจากเดิมที่อุปกรณ์ 1 ชนิด ทำงานได้ 1 อย่างก็จะเปลี่ยนรูปแบบเป็น Multi-function เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้หลากหลาย โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปกับโทรศัพท์มือถือในปัจจุบันซึ่งได้รวบรวมเอา TV, วิทยุ, USB, PDA ไว้ ในเครื่องเดียวกัน หรือการมีเทคโนโลยี Broadband Internet ที่สามารถทำให้เกิดสถานีโทรทัศน์ทาง Internet ได้ในอนาคตนั่น เทคโนโลยีเหล่านี้ทำให้ข้อจำกัดต่าง ๆ ในการรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคลดลง และกำลังจะเข้ามาเป็นทางเลือกใหม่ในวิธีการสื่อสารและการรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคในอนาคตอันใกล้

ดังนั้นจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีข้างต้นจึงถือเป็นความท้าทาย โอกาส และเป็นตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลง ที่กำลังจะเกิดขึ้นในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า ซึ่งจะส่งผลกับการดำเนินงานของบริษัททั้งโดยตรงและโดยอ้อม ซึ่งฝ่ายบริหารได้เล็งเห็น ความสำคัญจึงได้เตรียมการเพื่อให้บริษัทสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น และส่งผลในด้านบวกกับบริษัทมาก ที่สุด โดยการยึดจุดยืนของบริษัทในการเป็น content provider

บทสรุป

สถานะเศรษฐกิจในปี 2549 ที่ผ่านมา เป็นปีที่เศรษฐกิจจะลดตัวตามที่บริษัทได้คาดการณ์ไว้ เนื่องจากปัจจัยหลายๆ ประการ เช่น ราคาน้ำมันที่สูงและอัตราดอกเบี้ยที่ทยอยปรับตัวสูงขึ้น และสถานการณ์การเมืองที่ยังไม่ชัดเจน ปัจจัยเหล่านี้ส่งผล ให้บริษัทต่างๆเพิ่มความระมัดระวังในค่าใช้จ่ายต่างๆ รวมทั้งการลงโฆษณา ซึ่งเป็นรายได้หลักส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมสื่อ สิ่งพิมพ์ นอกจากนี้ การที่ราคาน้ำมันอยู่ในระดับสูงส่งผลให้ราคาก๊าซ ซึ่งเป็นต้นทุนหลักของบริษัทสิ่งพิมพ์ฯ ก็มีการ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทสิ่งพิมพ์โดยตรง บริษัทจึงจำเป็นต้องปรับราคาส่งพิมพ์ของ บริษัทในปีที่ผ่านมา

จากสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจและธุรกิจสื่อที่ไม่แน่นอน บริษัทจึงได้มีนโยบายเตรียมตัวตั้งแต่ต้นปี 2548 เป็นต้นมา เพื่อรองรับกับปัจจัยลบข้างต้น โดยเน้นเรื่องการควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆของบริษัท โดยมีมาตรการที่ชัดเจนออกมาอย่างต่อเนื่อง อาทิ การชะลอการจ้างงานให้ว่าจ้างตามที่จำเป็น, การลดปริมาณของเสีย (Waste) ในขั้นตอนการผลิต และการลดจำนวนหนังสือ คินในขั้นตอนการจัดจำหน่าย โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการควบคุมค่าใช้จ่ายของบริษัทให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม อีกทั้งทาง ช่องทางอื่นในการหารายได้เพิ่มขึ้น

นอกจากนโยบายควบคุมค่าใช้จ่ายข้างต้นแล้ว บริษัทยังมีการปรับโครงสร้างของบริษัทย่อยในสายธุรกิจด้าน การศึกษา และต่างประเทศ ซึ่งประกอบไปด้วย 3 บริษัท คือ บริษัท เนชั่น บั๊คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (NBI) , บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) และ บริษัท เนชั่น เอ็ดมอนด์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) โดยให้ NBI เป็นแกนของกลุ่มธุรกิจ ด้านการศึกษา และต่างประเทศ โดยหลังจากปรับโครงสร้างแล้ว NMG ถือหุ้นใน NBI (99.99%) NBI ถือหุ้นใน NED (99.61%) และ NEE (49.99%) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การประกอบธุรกิจของสายธุรกิจนี้ในอนาคตเกิดประโยชน์สูงสุด และมีฐานะทาง การเงินที่แข็งแกร่งยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต รวมทั้งมีความชัดเจนในการบริหารภายในกลุ่ม และชัดเจนในด้าน ความสัมพันธ์กับบริษัทแม่

บริษัท WPS (Thailand) Co., Ltd. (WPS) ซึ่งทำธุรกิจสิ่งพิมพ์ได้ร่วมทุน กับ Kyodo Printing Co., Ltd. (Kyodo) จากประเทศญี่ปุ่นในการจัดตั้งบริษัทร่วมทุน โดย WPS ถือหุ้นในอัตราส่วน 49% , Kyodo ถือหุ้นในอัตราส่วน 49% และ San-Mic Trading (Thailand) Co., Ltd. ถือหุ้นในอัตราส่วน 2% โดยได้จดทะเบียนไปแล้วเมื่อวันที่ 18 มกราคม 2550 เพื่อให้บริการการพิมพ์ Commercial printing อาทิ การพิมพ์ Magazine ทั้งในและต่างประเทศ โดยการร่วมทุนครั้งนี้ บริษัทได้ร่วมทุนโดยการจำหน่ายเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้งานในการผลิตยังไม่เต็มกำลังการผลิต ออกไปให้กับบริษัทใหม่แทนการลงทุนโดยใช้เงินสด ซึ่งจะทำให้เกิดการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินโดยรวมได้เพิ่มขึ้น รวมทั้งเป็นการขยายตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ ก่อให้เกิดความร่วมมือทางเทคโนโลยีที่จะพัฒนาคุณภาพด้านการพิมพ์ให้ดีขึ้นในอนาคต

นอกจากนี้ บริษัทยังได้ดำเนินการพัฒนาบริษัทในด้านอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง อาทิ การพัฒนาระบบสารสนเทศ (Information Technology) รวมทั้งการพัฒนาระบบการบริหารจัดการอื่นๆ ได้แก่ การพัฒนาด้าน Content และกระบวนการบริหารจัดการภายในซึ่งปีนี้จะเน้นคุณภาพและประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการวางรากฐานรองรับการเติบโตของบริษัทต่อไปในอนาคต

สุดท้ายนี้ บริษัทยังคงยืนยันจุดยืนของการดำเนินธุรกิจด้านสื่อสารมวลชนที่มีพื้นฐานแน่วแน่ในการดำรงไว้ซึ่งมาตรฐานและจรรยาบรรณในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องเที่ยงตรง เป็นกลาง และยุติธรรม ตามหลักจริยธรรมและหลักการของวิชาชีพสื่อสารมวลชน รวมถึงการดำเนินการตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) ในการรักษา Core Value ของบริษัท อันได้แก่ Credibility, Integrity, Synergy, Customer focus และ Innovation ซึ่งเป็นฐานหลักที่สำคัญที่ช่วยให้กลุ่มบริษัทเจริญก้าวหน้าต่อไปอย่างมั่นคง

13. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องอื่น
-ไม่มี-

ส่วนที่ 3

การรับรองความถูกต้องของข้อมูล

1. การรับรองความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลโดยกรรมการบริหารและผู้ดำรงตำแหน่งสูงสุดในสายงานบัญชี

“ข้าพเจ้าได้สอบทานข้อมูลในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีฉบับนี้แล้ว และด้วยความระมัดระวังในฐานะกรรมการบริหารของบริษัทหรือผู้ดำรงตำแหน่งสูงสุดในสายงานบัญชี ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ข้อมูลดังกล่าวถูกต้องครบถ้วน ไม่เป็นเท็จ ไม่ทำให้ผู้อื่นสำคัญผิด หรือไม่ขาดข้อมูลที่ควรต้องแจ้งในสาระสำคัญ นอกจากนี้ ข้าพเจ้าขอรับรองว่า

(1) งบการเงินและข้อมูลทางการเงินที่สรุปมาในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีได้แสดงข้อมูลอย่างถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญเกี่ยวกับฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน และกระแสเงินสดของบริษัทและบริษัทย่อยแล้ว

(2) ข้าพเจ้าเป็นผู้รับผิดชอบต่อการจัดให้บริษัทมีระบบการเปิดเผยข้อมูลที่ดีเพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทได้เปิดเผยข้อมูลในส่วนที่เป็นสาระสำคัญทั้งของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างถูกต้องครบถ้วน รวมทั้งควบคุมดูแลให้มีการปฏิบัติตามระบบดังกล่าว

(3) ข้าพเจ้าเป็นผู้รับผิดชอบต่อการจัดให้บริษัทมีระบบการควบคุมภายในที่ดีและควบคุมดูแลให้มีการปฏิบัติตามระบบดังกล่าว และข้าพเจ้าได้แจ้งข้อมูลการประเมินระบบการควบคุมภายใน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 ต่อผู้สอบบัญชีและกรรมการตรวจสอบของบริษัทแล้ว ซึ่งครอบคลุมถึงข้อบกพร่องและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของระบบการควบคุมภายใน รวมทั้งการกระทำที่มีชอบที่อาจมีผลกระทบต่อการจัดทำรายงานทางการเงินของบริษัทและบริษัทย่อย

ในการนี้ เพื่อเป็นหลักฐานว่าเอกสารทั้งหมดเป็นเอกสารที่ข้าพเจ้าได้รับรองความถูกต้องที่เป็นชุดเดียวกัน ข้าพเจ้าได้มอบหมายให้ เป็นผู้ลงลายมือชื่อกำกับเอกสารนี้ไว้ทุกหน้าด้วย หากเอกสารใดไม่มีลายมือชื่อของ นางวรางคณา ภัลยานประดิษฐ์ กำกับไว้ ข้าพเจ้าจะถือว่าไม่ใช่ข้อมูลที่ข้าพเจ้าได้รับรองความถูกต้องของข้อมูลไว้”

ชื่อ	ตำแหน่ง	ลายมือชื่อ
นายธนาชัย ชีรพัฒน์วงศ์	ประธานคณะกรรมการบริษัท/ ประธานคณะกรรมการบริหาร	_____
นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	กรรมการบริษัท/กรรมการบริหาร	_____
นายธนะชัย สันติชัยกุล	กรรมการบริษัท/กรรมการบริหาร/ กรรมการผู้จัดการใหญ่	_____
<u>ผู้รับมอบอำนาจ</u>		
นางวรางคณา ภัลยานประดิษฐ์	เลขานุการคณะกรรมการบริษัท	_____

2. การรับรองความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลโดยกรรมการอื่นๆ

“ข้าพเจ้าได้สอบทานข้อมูลในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีฉบับนี้แล้ว และด้วยความระมัดระวังในฐานะกรรมการบริษัท ข้าพเจ้าไม่มีเหตุอันควรสงสัยว่า ข้อมูลดังกล่าวไม่ถูกต้องครบถ้วน เป็นเท็จ ทำให้ผู้อื่นสำคัญผิด หรือขาดข้อมูลที่ควรต้องแจ้งในสาระสำคัญ

ในการนี้ เพื่อเป็นหลักฐานว่าเอกสารทั้งหมดเป็นเอกสารที่ข้าพเจ้าได้รับรองความถูกต้องที่เป็นชุดเดียวกัน ข้าพเจ้าได้มอบหมายให้ นางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์ เป็นผู้ลงลายมือชื่อกำกับเอกสารนี้ไว้ทุกหน้าด้วย หากเอกสารใดไม่มีลายมือชื่อของนางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์ กำกับไว้ ข้าพเจ้าจะถือว่าไม่ใช่ข้อมูลที่ข้าพเจ้าได้รับรองความถูกต้องของข้อมูลไว้”

ชื่อ	ตำแหน่ง	ลายมือชื่อ
นายปกรณ์ บริมาสาพร	กรรมการบริษัท / ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ	_____
นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	กรรมการบริษัท/กรรมการตรวจสอบ	_____
นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์	กรรมการบริษัท/กรรมการตรวจสอบ	_____
นายพนา จันทรวโรจน์	กรรมการบริษัท	_____
นายอดิศักดิ์ ลิ้มปรั่งพัฒนกิจ	กรรมการบริษัท	_____
นายนิสสัย เวชชาชีวะ	กรรมการบริษัท	_____
นายโยธิน เนื่องจำนงค์	กรรมการบริษัท	_____
นายณรงค์ศักดิ์ โอปิลันธน	กรรมการบริษัท	_____
<u>ผู้รับมอบอำนาจ</u>		
นางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์	เลขานุการคณะกรรมการบริษัท	_____

คณะกรรมการบริษัท

นายณชัย ชีรพัฒน์วงศ์	นายธนชัย สันติชัยกุล	นายสุทธิชัย แซ่หมู่	นายปรกรณ์ บริมาสาร
ตำแหน่ง ประธานกรรมการ	ตำแหน่ง รองประธานกรรมการ	ตำแหน่ง กรรมการ	ตำแหน่ง กรรมการอิสระและ ประธานกรรมการตรวจสอบ
อายุ 62 ปี	อายุ 53 ปี	อายุ 61 ปี	อายุ 60 ปี
การศึกษา - ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง - ศิลปศาสตรบัณฑิต (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง - โรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชย์ กรุงเทพมหานคร (ACC)	การศึกษา - ปริญญาโท พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - ปริญญาตรี สาขาบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	การศึกษา - โรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชย์กรุงเทพมหานคร (ACC) - โรงเรียนแสงทองวิทยา หาดใหญ่	การศึกษา - ปริญญาโท สาขาวิศวกรรมไฟฟ้า จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - ปริญญาตรี สาขาวิศวกรรมไฟฟ้า จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
การอบรมจาก IOD - บทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCP)	การอบรมจาก IOD - บทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCP) การอบรมจากสถาบันวิทยาการตลาดทุน – ตลาดหลักทรัพย์ฯ - หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง (หลักสูตร วตท.)	การอบรมจาก IOD - Director Accreditation Program (DAP)	การอบรมจาก IOD - บทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCP) การอบรมจากสถาบันวิทยาการตลาดทุน – ตลาดหลักทรัพย์ฯ - หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง (หลักสูตร วตท.)
จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ. 31 ธค. 49 - 16,158,640 หุ้น (9.81%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ. 31 ธค.49 - 307,966 หุ้น (0.18%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ. 31 ธค. 49 - 14,600,054 หุ้น (8.86%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ. 31 ธค.49 - 8,000 หุ้น (0.00%)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - พี่ชายนายเทพชัย แซ่หมู่	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี
ประวัติการทำงาน 2519-ปัจจุบัน ประธานกรรมการบริหาร บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2522- ปัจจุบัน กรรมการผู้จัดการใหญ่ บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2514-ปัจจุบัน บรรณาธิการอำนวยการ บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2536-ปัจจุบัน ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ.โลตัสจังแอนด์อีคิวมีนทร์ 2547-ปัจจุบัน ประธานกรรมการและประธานกรรมการตรวจสอบ บมจ.พรพรหมเมททอล 2547-ปัจจุบัน ประธานกรรมการ บจ. ที.เอส.ทริงคัล
การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ - กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ บมจ.โมเดอร์นฟอร์มกรุ๊ป	การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ - ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ - ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ - ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ.โลตัสจังแอนด์อีคิวมีนทร์ - ประธานกรรมการและประธานกรรมการ ตรวจสอบ บมจ.พรพรหมเมททอล
การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการที่แข่งขันกับกิจการของบริษัท หรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน - ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการที่แข่งขันกับกิจการของ บริษัทหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน - ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการที่แข่งขันกับกิจการของบริษัท หรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน - ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการที่แข่งขันกับกิจการของบริษัทหรือ กิจการที่เกี่ยวข้องกัน - ไม่มี
การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมคณะกรรมการบริษัท : 6/6 การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : 1/1	การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมคณะกรรมการบริษัท : 6/6 การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : 1/1	การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมคณะกรรมการบริษัท : 6/6 การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : 1/1	การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมคณะกรรมการบริษัท : 6/6 การประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ : 4/4 การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : 1/1

คณะกรรมการบริษัท

นายนิวัฒน์ แจ่มภู่วง	นายขเวช จิยะพันธุ์	นายณิสัย เวชชาชีวะ	นายโยธิน เนื่องจำนงค์
ตำแหน่ง กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	ตำแหน่ง กรรมการอิสระและ กรรมการตรวจสอบ	ตำแหน่ง กรรมการอิสระ	ตำแหน่ง กรรมการอิสระ
อายุ 64 ปี	อายุ 62 ปี	อายุ 75 ปี	อายุ 57 ปี
การศึกษา - ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ สถาบันราชภัฏ เชียงราย - โรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชย์ กรุงเทพมหานคร (ACC)	การศึกษา - โรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชย์ กรุงเทพมหานคร (ACC)	การศึกษา - MBA (Political Economy) Stern School of Business, New York University - BA.(Economic), Boston University - วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร รุ่น 17	การศึกษา - ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง - ศิลปศาสตรบัณฑิต (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง - โรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชย์ กรุงเทพมหานคร (ACC)
การอบรมจาก IOD - Director Accreditation Program (DAP)	การอบรมจาก IOD - Director Accreditation Program (DAP) - Understanding Fundamental Statement (UFS) - Finance for Non-Finance Director (FN)	การอบรมจาก IOD - บทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCP)	การอบรมจาก IOD - บทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCP)
จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ. 31 ธค.49 - 4,485,878 หุ้น (2.72%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ. 31 ธค.49 - ไม่ได้ถือหุ้นบริษัท	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ. 31 ธค.49 - ไม่ได้ถือหุ้นบริษัท	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ. 31 ธค.49 - 2,500,000 หุ้น (1.52%)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี
ประวัติการทำงาน 2522-ปัจจุบัน กรรมการผู้จัดการ บจก.กรีนสยาม	ประวัติการทำงาน 2534 – ปัจจุบัน กรรมการบริหาร : บจก. สยามซินดิเคท เทอร์คิง บจก. สยามสติลเวอร์คส์ บจก. เอส เอส ที โฮลดิ้ง	ประวัติการทำงาน 2541-ปัจจุบัน นายคสภามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	ประวัติการทำงาน 2532 – ปัจจุบัน กรรมการบริหาร บมจ.โมเดอร์นฟาร์มกรุ๊ป กรรมการบริหาร บมจ. พลาสติกและหีบห่อไทย กรรมการ บมจ. เอ็ม เอฟ อี ซี
การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ - ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ - ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ - ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ กรรมการบริหาร บมจ. โมเดอร์นฟาร์มกรุ๊ป กรรมการบริหาร บมจ. พลาสติคและหีบห่อไทย กรรมการ บมจ. เอ็ม เอฟ อี ซี
การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการที่แข่งขันกับกิจการของบริษัทหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน - ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการที่แข่งขันกับกิจการของบริษัทหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน - ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการที่แข่งขันกับกิจการของบริษัทหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน - ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการที่แข่งขันกับกิจการของบริษัทหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน - ไม่มี
การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมคณะกรรมการบริษัท : 6/6 การประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ : 3/4 การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : 1/1	การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมคณะกรรมการบริษัท : 6/6 การประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ : 4/4 การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : 1/1	การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมคณะกรรมการบริษัท : 6/6 การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : 1/1	การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมคณะกรรมการบริษัท : 6/6 การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : 1/1

คณะกรรมการบริษัท

นายพนา จันทรวิโรจน์	นายอดิศักดิ์ ลิ้มปฐ่พัฒน์กิจ	นายณรงค์ศักดิ์ โอปสินธ์น์
ตำแหน่ง กรรมการ	ตำแหน่ง กรรมการ	ตำแหน่ง กรรมการ
อายุ 48 ปี	อายุ 46 ปี	อายุ 31 ปี
การศึกษา - ปริญญาโท : Tufts University, USA	การศึกษา - ปริญญาตรี พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	การศึกษา - ปริญญาตรี สถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต - ประกาศนียบัตรรับรองภาษาอังกฤษสำหรับธุรกิจระหว่างประเทศ (University of California, Berkeley, San Francisco, U.S.A.)
การอบรมจาก IOD - บทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCP)	การอบรมจาก IOD - บทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCP)	การอบรมจาก IOD - บทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCP)
จำนวนหุ้นที่ถือครอง - 12,450 หุ้น(0.01%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง - 70,000 หุ้น (0.04%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ. 31 ธค.49 - 2,060,000 หุ้น(1.25%)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี
ประวัติการทำงาน 2527 – ปัจจุบัน กรรมการอำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2528 – ปัจจุบัน กรรมการอำนวยการ สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2545-ปัจจุบัน ผู้จัดการด้านบริหารทั่วไปและการตลาด TS Interseats Co., Ltd. 2547-ปัจจุบัน กรรมการและผู้จัดการ Thai Summit Eastern Seaboard Auto Part Co.,Ltd.
การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ - ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ - ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ - ไม่มี
การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการที่แข่งขันกับกิจการของบริษัท หรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน - ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการที่แข่งขันกับกิจการของบริษัท หรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน - ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการที่แข่งขันกับกิจการของบริษัท หรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน - ไม่มี
การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมคณะกรรมการบริษัท : 6/6 การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : 1/1	การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมคณะกรรมการบริษัท : 6/6 การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : 1/1	การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมคณะกรรมการบริษัท : 4/6 การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : 1/1

ผู้บริหารระดับสูง

นายณชัย ธีรพัฒน์วงศ์	นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	นายธนะชัย สันติชัยกุล	นายเทพชัย แซ่หย่อง
ตำแหน่ง ประธานกรรมการบริหาร	ตำแหน่ง บรรณาธิการอำนวยการ	ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการใหญ่	ตำแหน่ง บรรณาธิการเครือเนชั่น
อายุ 62 ปี	อายุ 61 ปี	อายุ 53 ปี	อายุ 52 ปี
การศึกษา - ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง - ศิลปศาสตรบัณฑิต (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง - โรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชย์ กรุงเทพมหานคร (ACC)	การศึกษา - โรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชย์ กรุงเทพมหานคร (ACC) - โรงเรียนแสงทองวิทยา หาดใหญ่	การศึกษา - ปริญญาโท พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - ปริญญาตรี สาขาบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	การศึกษา - Scholarship from Nieman Foundation for Journalism at Harvard University, USA - โรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชย์ กรุงเทพมหานคร (ACC) - โรงเรียนแสงทองวิทยา หาดใหญ่
การอบรมจาก IOD - บทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCP)	การอบรมจาก IOD - Director Accreditation Program (DAP)	การอบรมจาก IOD - บทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCP) การอบรมจากสถาบันวิทยาการตลาดทุน – ตลาดหลักทรัพย์ฯ - หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง (หลักสูตร วตท.)	การอบรมจาก IOD - หลักสูตร Understanding Fundamental Statement (UFS) - หลักสูตร Finance for Non-Finance Director (FN)
จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ. 31 ธค. 49 - 16,158,640 หุ้น (9.81%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ. 31 ธค. 49 - 14,600,054 หุ้น (8.86%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ. 31 ธค. 49 - 307,966 หุ้น (0.18%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ. 31 ธค. 49 - 100,969 หุ้น (0.06%)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - พี่ชายนายเทพชัย แซ่หย่อง	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - น้องชายนายสุทธิชัย แซ่หยุ่น
ประวัติการทำงาน 2519-ปัจจุบัน ประธานกรรมการบริหาร บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2514-ปัจจุบัน บรรณาธิการอำนวยการ บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2522- ปัจจุบัน กรรมการผู้จัดการใหญ่ บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2518 – ปัจจุบัน บรรณาธิการเครือเนชั่น บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป
การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : 1/1	การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : 1/1	การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : 1/1	การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : --

ผู้บริหารระดับสูง

นายพนา จันทรวีโรจน์	นายอดิศักดิ์ ลิ้มปฐ่พัฒน์กิจ	นายประเสริฐ เลขะวณิชขจร	นางสาวพิมพ์กาญจน์ ยันศรีศิริชัย
ตำแหน่ง กรรมการอำนวยการสายธุรกิจ ด้านข่าวภาษาอังกฤษ	ตำแหน่ง กรรมการอำนวยการสายธุรกิจ ด้านสื่อกระจายภาพและเสียง	ตำแหน่ง กรรมการอำนวยการสายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจ ภาษาไทย	ตำแหน่ง กรรมการอำนวยการสายธุรกิจด้าน ข่าวทั่วไป ภาษาไทย
อายุ 48 ปี	อายุ 46 ปี	อายุ 55 ปี	อายุ 48 ปี
การศึกษา - ปริญญาโท : Tufts University, USA	การศึกษา - ปริญญาตรี พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	การศึกษา - MA. in Teaching –Portland State University.	การศึกษา - BA in the Faculty of Humanities มหาวิทยาลัยรามคำแหง - Certificate in English with Business Studies, London Guildhall University Australia
การอบรมจาก IOD - บทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCP)	การอบรมจาก IOD - บทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็น กรรมการ (DCP)	การอบรมจาก IOD - หลักสูตร Understanding Fundamental Statement (UFS) - หลักสูตร Finance for Non-Finance Director (FN)	การอบรมจาก IOD - บทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCP)
จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ. 31 ธค. 49 - 12,450 หุ้น(0.01%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ. 31 ธค. 49 - 70,000 หุ้น (0.04%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ. 31 ธค. 49 ไม่ได้ถือหุ้นบริษัท	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ. 31 ธค. 49 - 89,825 หุ้น (0.05%)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี
ประวัติการทำงาน 2527 – ปัจจุบัน กรรมการอำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2528 – ปัจจุบัน กรรมการอำนวยการ สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2539-ปัจจุบัน กรรมการอำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2540-ปัจจุบัน กรรมการอำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป
การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : 1/1	การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : 1/1	การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : 1/1	การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : 1/1

ผู้บริหารระดับสูง

นางเกษรี กาญจนะวณิชช์	นางสาวเอี่ยมศรี บุญหัยรัตน์
กรรมการอำนวยการสายธุรกิจด้านการศึกษา บันเทิงและต่างประเทศ	ตำแหน่ง กรรมการอำนวยการสายธุรกิจด้านกิจกรรมพิเศษและหนังสือฉบับพิเศษ
อายุ 48 ปี	อายุ 48 ปี
การศึกษา - ปริญญาโท บริหารธุรกิจ สถาบันศินทรแห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับ Northwestern University - BA. Science , Duke University , USA	การศึกษา - ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
การอบรมจาก IOD - บทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCP)	การอบรมจาก IOD - บทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCP)
จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ. 31 ธค. 49 - 53,050 หุ้น (0.03%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ. 31 ธค. 49 - 1,200 หุ้น (0.00%)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี
ประวัติการทำงาน 2523-ปัจจุบัน กรรมการอำนวยการ สายธุรกิจด้านการศึกษาบันเทิงและต่างประเทศ บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2527-2546 กรรมการอำนวยการ บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2546-พ.ศ. 2549 กรรมการอำนวยการ บจ.อินสไพร์เอ็นเตอร์เทนเมนต์ มิ.ย.2549-ปัจจุบัน กรรมการอำนวยการ สายธุรกิจด้านกิจกรรมพิเศษและหนังสือฉบับพิเศษ บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป
การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : 1/1	การเข้าร่วมประชุม/การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น : -

ข้อมูล - ความสัมพันธ์ระหว่างกรรมการ ผู้บริหาร กับบุคคลที่มีผลประโยชน์ร่วม ณ 31 ธันวาคม 2549

	บริษัท	บริษัทย่อย									บริษัทร่วม	บริษัทที่เกี่ยวข้อง
	NMG	NBC	NRN	NBI	NEE	NED	WPS	NI	NDM	NIT	YNIS	NP
สายธุรกิจ	1,2,3,7	4	4	5	5	5	6	none	none	none		
นายธนชัย ธีรพัฒน์วงศ์	X //					X //	X //	X /	/	/	//	/
นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	 //	X //	X //					/	/	/		/
นายธนชัย สันติชัยกุล	//	//	//	//	//	//	//	/	/	/	//	//
นายปกรณ์ ปริมาสพร	/	/	/	/								
นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	/			X /								
นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์	/			/								
นายพนา จันทรวโรจน์	/								/			
นายอดิศักดิ์ ลิ้มปฐมพัฒน์กิจ	/	//	//						/			
นายนิสสัย เวชชาชีวะ	/	/	/									
นายโยธิน เนื่องจำนงค์	/			/								
นายณรงค์ศักดิ์ โอปิลันธน์	/											

หมายเหตุ : / = กรรมการ X = ประธานกรรมการ // = กรรมการบริหาร

สัญลักษณ์สายธุรกิจ: 1 = สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย , 2 = สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย, 3 = สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ, 4 = สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง

5 = สายธุรกิจด้านการศึกษา บันเทิง และ ต่างประเทศ, 6 = สายธุรกิจด้านการพิมพ์, 7 = สายธุรกิจด้านกิจกรรมพิเศษและหนังสือฉบับพิเศษ ,none = ธุรกิจที่ไม่ได้ดำเนินธุรกิจแล้ว inactive)

บริษัทย่อย		สัดส่วนการถือหุ้น		บริษัทอื่น / บริษัทที่เกี่ยวข้อง		สัดส่วนการถือหุ้น	
		ณ 31 ธ.ค. 49	%			ณ 31 ธ.ค. 49	%
NBI	บริษัท เนชั่น บู้คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	ถือหุ้นโดยตรง	99.99%	NP	บริษัท เนชั่น พรอพเพอร์ตี้ส์ จำกัด	ถือหุ้นโดยตรง	18.00%
NEE	บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด	ถือหุ้นผ่าน NBI	49.99%	NTR	บริษัท เอ็นพีจี เทอร์นิ่ง แอนด์ คอนเฟอร์เรนซ์ รีสอร์ท จำกัด	ถือหุ้นผ่าน NP	99.99%
NED	บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด	ถือหุ้นผ่าน NBI	99.99%				
NBC	บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด	ถือหุ้นโดยตรง	99.99%				
NRN	บริษัท เนชั่น เรดิโอ เน็ทเวอร์ค จำกัด	ถือหุ้นผ่าน NBC	99.97%				
WPS	บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด	ถือหุ้นโดยตรง	84.50%				
NDM	บริษัท เนชั่น ดิจิตอล มีเดีย จำกัด	ถือหุ้นโดยตรง	99.99%				
NIT	บริษัท เนชั่น อินฟอร์เมชั่น เทคโนโลยี จำกัด	ถือหุ้นโดยตรง	99.99%				
บริษัทร่วม							
YNIS	บริษัท โยมิอุริ-เนชั่น อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด	ถือหุ้นโดยตรง	44.99%				

