



แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี

(56-1)

สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556

บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

Nation Multimedia Group Public Company Limited

สารบัญ

หน้า

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ	1
2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ	14
3. ปัจจัยความเสี่ยง	74
4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ	82
5. ข้อพิพาททางกฎหมาย	86
6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น	87

ส่วนที่ 2 การจัดการและการกำกับดูแลกิจการ

7. ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น	89
8. โครงสร้างการจัดการ	92
9. การกำกับดูแลกิจการ	99
10. ความรับผิดชอบต่อสังคม	128
11. การควบคุมภายในและการบริหารจัดการความเสี่ยง	130
12. รายการระหว่างกัน	132

ส่วนที่ 3 ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

13. ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ	137
14. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ	142

การรับรองความถูกต้องของข้อมูล

เอกสารแนบ

เอกสารแนบ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม และเลขานุการบริษัท

เอกสารแนบ 2 รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการของบริษัทย่อย

เอกสารแนบ 3 รายละเอียดเกี่ยวกับหัวหน้างานตรวจสอบภายใน

และหัวหน้างานการกำกับดูแลการปฏิบัติงานของบริษัท (Compliance)

เอกสารแนบ 4 รายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 ประวัติและความเป็นมาของบริษัท

บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งเป็นบริษัทจำกัด ภายใต้ชื่อ “บริษัท บิสดิเนสรีวิว จำกัด” ในปี 2519 ด้วยทุนจดทะเบียน 500,000 บาท เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายหนังสือพิมพ์ธุรกิจฉบับภาษาอังกฤษ “The Nation” ต่อมาในปี 2531 บริษัทฯ ได้เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป จำกัด” และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ จากนั้นได้แปรสภาพ เป็นบริษัทมหาชนจำกัด ในปี 2536 และเปลี่ยนชื่อบริษัทฯ เป็น “บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)” ในปี 2539

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญด้านเงินทุน การบริหารงาน และการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ในระยะเวลา 3 ปี (ปี 2554 - ปี 2556) มีรายละเอียดดังนี้

ลักษณะการประกอบธุรกิจ : ประกอบด้วย 8 สายธุรกิจ ดังนี้

1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ , รายการสถานีข่าวธุรกิจทีวีดาวเทียม ภายใต้ชื่อ กรุงเทพธุรกิจทีวี ดำเนินงานโดยบริษัท กรุงเทพธุรกิจมีเดีย จำกัด (KTM) และเจ้าของ ช่องทีวีดิจิทัล ประเภท หมวดยุทธศาสตร์ไปแบบความคมชัดปกติ (SD Variety) ภายใต้ชื่อ NOW ดำเนินงานโดยบริษัท แบงคอก บิสดิเนสโปรดักส์ จำกัด
2. สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และเนชั่นสุดสัปดาห์ ดำเนินงานโดยบริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM)
3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ ผลิตหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น, เนชั่นจูเนียร์ ธุรกิจอบรมสัมมนา และทักษะการสื่อสาร ดำเนินงานโดยบริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN) นอกจากนี้ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ร่วมทุน กับบริษัท อีเลฟเวน มีเดีย กรุ๊ป จำกัด ในประเทศพม่า เพื่อจัดตั้งบริษัทร่วมทุน ชื่อ บริษัท อีเลฟเวน-เนชั่น มีเดีย จำกัด ที่เมืองย่างกุ้ง ประเทศพม่า โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 49 เพื่อประกอบกิจการสื่อและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยมีเป้าหมายที่จะขยายธุรกิจสู่ประเทศพม่า ด้วยการทำหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษรายวันทั่วไปในประเทศพม่า โดยคาดว่าจะเริ่มดำเนินการได้ภายในไตรมาส 1 ปี 2557
4. สายธุรกิจเอดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศ ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและการศึกษา ผลิตหนังสือเล่มในนามสำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊กส์, ตัวแทนโฆษณาและจัดจำหน่ายให้สิ่งพิมพ์ต่างประเทศ , รายการทีวีสำหรับเด็กทางทีวีดาวเทียม ภายใต้ชื่อ KidZone ดำเนินงานโดยบริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนลเอดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) และ สถาบันกวดวิชา ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทุกแขนง ดำเนินงานโดย บริษัท ไนน์ บี โบรท์ จำกัด (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ NINE)
5. สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง เจ้าของและผู้ดำเนินงานสถานีข่าวเนชั่น แชนแนล ผลิตรายการเพื่อออกอากาศในทีวีสถานีต่างๆ, ผลิตรายการวิทยุ, New Media ดำเนินงานโดยบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

- (NBC) และเจ้าของ ช่องทีวีดิจิทัล ประเภท หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ (SD News) ภายใต้ชื่อ Nation TV ดำเนินงานโดยบริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด
6. สายธุรกิจด้านการพิมพ์ ดำเนินธุรกิจรับจ้างพิมพ์ดำเนินงานโดยบริษัท ดับบลิว พีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS)
 7. สายธุรกิจด้านการขนส่งดำเนินงานโดยบริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด (NML)
 8. สายธุรกิจการศึกษา เปิดสอนระดับปริญญาตรี, ปริญญาโท และ หลักสูตรบริหาร Executive MBA ในมหาวิทยาลัย เนชั่น โดยมี 2 วิทยาเขต คือ วิทยาเขตกรุงเทพ และ วิทยาเขตลำปาง ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น ยู จำกัด (NU)

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการบริหารงานในระยะเวลา 3 ปี ดังนี้

ด้านเงินทุนของบริษัท

ปี 2554	- เดือน กุมภาพันธ์ 2554 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ได้มีมติให้จัดตั้งบริษัทย่อยใหม่ชื่อ บริษัท เนชั่นยู จำกัด (NU) (NMG ถือหุ้น 55%) มีทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 50 ล้านบาท หรือ 5 ล้านหุ้น ละคร 10 บาท วัตถุประสงค์เพื่อซื้อใบอนุญาตมหาวิทยาลัยเนชั่น โดยมี 2 วิทยาเขต ที่กรุงเทพ และลำปาง - เดือน พฤษภาคม 2554 กรรมการ และ/หรือพนักงานของ NBC ใช้สิทธิซื้อหุ้นตามใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งที่ 2 จำนวน 123,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 3.33 บาท เป็นเงิน 409,590 บาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 6,118,000 หน่วย - วันที่ 14 มิถุนายน 2554 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของ NMG ได้มีมติอนุมัติเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ จากเดิม 10 บาท เป็น 1 บาท โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 26 มิถุนายน 2554 โดย NMG มีทุนจดทะเบียน 2,500,000,000 หุ้น และหุ้นเรียกชำระแล้วจำนวน 1,647,740,300 หุ้น - เดือน สิงหาคม 2554 บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด (บริษัทย่อย NMG ถือหุ้น 99.99%) ดำเนินธุรกิจให้บริการขนส่ง ได้เพิ่มทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท เป็น 50 ล้านบาท ทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 5 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท - เดือน ตุลาคม 2554 NBC มีมติคณะกรรมการบริษัทให้ซื้อหุ้นคืนเพื่อบริหารทางการเงิน (Treasury Stock) จำนวนไม่เกินร้อยละ 5.8 ของหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมดแล้ว หรือไม่เกิน 10,000,000 หุ้น โดยซื้อคืนผ่านตลาดหลักทรัพย์ฯ มีกำหนดระยะเวลาซื้อคืน 10 พฤศจิกายน 2554 ถึง 9 พฤษภาคม 2555 - เดือน พฤศจิกายน 2554 กรรมการ และ/หรือพนักงานของ NBC ใช้สิทธิซื้อหุ้นตามใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งที่ 3 จำนวน 1,056,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 3.33 บาท เป็นเงิน 3,516,480 บาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 5,062,000 หน่วย
ปี 2555	- เดือน มีนาคม 2555 NBC (บริษัทย่อย) ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อ บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์มีเดีย จำกัด ทุนจดทะเบียน 20 ล้านบาท เรียกชำระแล้ว 10 ล้านบาท ประกอบธุรกิจผลิตรายการในรูปแบบต่างๆ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ และสื่อรูปแบบใหม่โดย NBC ถือหุ้น 99.99% - เดือน พฤษภาคม 2555 กรรมการ และ/หรือพนักงานของ NBC ใช้สิทธิซื้อหุ้นตามใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งที่ 4 จำนวน 1,036,900 หุ้น ในราคาหุ้นละ 3.33 บาท เป็นเงิน 3,452,877 บาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 5,081,100 หน่วย - เดือน พฤษภาคม 2555 คณะกรรมการบริหาร NMG ได้ลงนามในบันทึกความเข้าใจจัดตั้งสำนักงานบรรณาธิการข่าวในเมืองย่างกุ้ง ประเทศพม่า ร่วมกับ บริษัท อีเลเวน มีเดีย กรุ๊ป ซึ่งเป็นบริษัทที่ประกอบ

	ธุรกิจอุตสาหกรรมสื่อของพม่า • เดือน กรกฎาคม 2555 NMG ได้มีมติให้ลดทุนจดทะเบียนและทุนชำระของบริษัทจากเดิมมูลค่าหุ้นละ 1 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.53 บาท จากทุนจดทะเบียน 1,647,740,300 บาท เป็น 873,302,359 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,647,740,300 หุ้น • เดือน พฤศจิกายน 2555 กรรมการ และ/หรือพนักงานของ NBC ใช้สิทธิซื้อหุ้นตามใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งที่ 5 จำนวน 2,395,100 หุ้น ในราคาหุ้นละ 3.33 บาท เป็นเงิน 7,975,683 บาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 2,686,000 หน่วย • เดือน พฤศจิกายน 2555 บริษัทย่อยของ NMG ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อย ประกอบธุรกิจผลิตรายการในรูปแบบต่างๆ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ และสื่อรูปแบบใหม่ จำนวน 5 บริษัท ดังนี้ • บริษัทเอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด (NNV) ทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ถือหุ้นโดย บมจ.เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น (NBC) 99.99% • บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ สกรีน จำกัด (NNS) ทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ถือหุ้นโดย บมจ.เนชั่นบรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น (NBC) 99.99% • บริษัท เนชั่น คิวดิจ จำกัด (NTK) ทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ถือหุ้นโดย บมจ.เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ (NINE) 99.99% • บริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง จำกัด (BBB) ทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ถือหุ้นโดย บจก. กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย (KTM) 99.99% • บริษัท เอ็นเอ็นเอ็น เน็กซ์ พรอนเทียร์ จำกัด (NNF) ทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ถือหุ้นโดย บจก. เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค (NNN) 99.99%
ปี 2556	• เดือน เมษายน 2556 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของ NMG เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2556 ได้มีมติดังนี้ • อนุมัติการออก และเสนอขายใบสำคัญสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนโดยไม่คิดมูลค่า จำนวนไม่เกิน 1,647,740,300 หน่วย ในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 1 หุ้น ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ โดยใบสำคัญสิทธิมีอายุ 5 ปี นับแต่วันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิ • อนุมัติการออก และเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ ให้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย (ESOP) โดยไม่คิดมูลค่า จำนวนไม่เกิน 82,387,015 หน่วย ในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 1 หุ้น ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ โดยใบสำคัญแสดงสิทธิมีอายุ 5 ปี นับแต่วันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิ • อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจาก 873.30 ล้านบาท เป็น 2,663.57 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญจำนวนไม่เกิน 3,377,867,615 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.53 บาท เพื่อรองรับการเพิ่มทุนและการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิดังกล่าวข้างต้น • เดือน พฤษภาคม 2556 • NMG เพิ่มทุนจดทะเบียน โดยการออกหุ้นสามัญจำนวนไม่เกิน 3,377,867,615 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.53 บาท เพื่อรองรับการเสนอขายหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม ในอัตราส่วน 1 หุ้นสามัญเดิม ต่อ 1 หุ้นสามัญใหม่ ทำให้ทุนจดทะเบียนเพิ่มจาก 873.30 ล้านบาท เป็น 2,663.57 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 5,025,607,917 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.53 บาท เป็นทุนจดทะเบียน 2,663.57 ล้านบาท • NBC (บริษัทย่อย NMG ถือหุ้นร้อยละ 64) เพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัท โดยการออกหุ้นสามัญ

	จำนวนไม่เกิน 541,843,962 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อรองรับการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุน และการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ ทำให้ทุนจดทะเบียนเพิ่มจาก 178.50 ล้านบาท เป็น 720.34 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 720,343,962 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เป็นทุนจดทะเบียน 720.34 ล้านบาท • NINE (บริษัทย่อย NMG ถือหุ้นร้อยละ 83.76) เพิ่มทุนจดทะเบียนโดยการออกหุ้นสามัญจำนวนไม่เกิน 174,250,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อรองรับการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุน และการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ ทำให้ทุนจดทะเบียนเพิ่มจาก 85 ล้านบาท เป็น 259.25 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 259,250,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เป็นทุนจดทะเบียน 259.25 ล้านบาท • เดือนมิถุนายน 2556 • NMG เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทในอัตรา 1 หุ้นเดิมต่อ 1 หุ้นใหม่ ราคาหุ้นละ 1 บาท จำนวน 1,647,740,300 หุ้น เป็นจำนวนเงินรวม 1,647.74 ล้านบาท • NMG ออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน NMG-W3 จำนวน 1,647,740,300 หน่วย อายุ 5 ปี โดยไม่คิดค่าตอบแทน ในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 1 หุ้น ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ ราคาการใช้สิทธิ หุ้นละ 1 บาท • เดือน กรกฎาคม 2556 • NBC บริษัทย่อยเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทในอัตรา 1 หุ้นเดิมต่อ 2 หุ้นใหม่ ราคาหุ้นละ 3 บาท จำนวน 353,740,000 หุ้น เป็นจำนวนเงินรวม 1,061.22 ล้านบาท ทั้งนี้ NMG ได้รับสิทธิซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ NBC ในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 1 หุ้น ต่อ 2 หุ้นใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 233,761,522 หุ้น ในราคาหุ้นละ 3 บาท เป็นเงิน 701.28 ล้านบาท ทำให้สัดส่วนการลงทุนของ NMG ใน NBC เพิ่มจากร้อยละ 59.91 เป็นร้อยละ 64 และในระหว่างไตรมาส 4 ปี 2556 NMG ได้ลงทุนในหุ้นสามัญของ NBC เพิ่มเดิมเป็น 39,734,900 หุ้น เป็นเงินรวม 169.58 ล้านบาท ทำให้สัดส่วนการลงทุนใน NBC เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 64 เป็นร้อยละ 71.30 • NBC (บริษัทย่อย) ได้มีการออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน NBC-W1 จำนวน 176,869,946 หน่วย อายุ 5 ปี โดยไม่คิดค่าตอบแทนในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 2 หุ้น ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ ราคาการใช้สิทธิ หุ้นละ 3 บาท • NINE (บริษัทย่อย) เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทในอัตรา 1 หุ้นเดิมต่อ 1 หุ้นใหม่ ราคาหุ้นละ 4 บาท จำนวน 85 ล้านหุ้น เป็นเงิน 340 ล้านบาท ทั้งนี้ NMG ได้รับสิทธิซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ NINE ในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 1 หุ้น ต่อ 1 หุ้นใหม่ จำนวน 75,733,411 หุ้น ในราคาหุ้นละ 4 บาท เป็นเงิน 302.93 ล้านบาท ทำให้สัดส่วนการลงทุนของบริษัทใน NINE เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 78.46 เป็นร้อยละ 83.76 • NINE (บริษัทย่อย) ออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน NINE-W1 จำนวน 85,000,000 หน่วย อายุ 5 ปี โดยไม่คิดค่าตอบแทนในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 1 หุ้น ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ ราคาการใช้สิทธิ หุ้นละ 4 บาท • เดือน สิงหาคม 2556 • NINE (บริษัทย่อย) ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อ บริษัท ไนน์ บี โปรท์ จำกัด ทุนจด
--	--

	ทะเบียนและทุนเรียกชำระแล้ว 1 ล้านบาท ประกอบธุรกิจสถาบันกวดวิชา ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความรู้วิชาทุกแขนง • NMG ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัท และ/หรือ บริษัทย่อย (ESOP) จำนวน 82,387,015 หน่วย ชนิดไม่มีมูลค่า อายุ 5 ปี อัตราการใช้สิทธิ ใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วยต่อหุ้นสามัญ 1 หุ้น ราคาในการใช้สิทธิ 1 บาท ต่อ 1 หุ้นสามัญ • NBC (บริษัทย่อย) ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัท และ/หรือ บริษัทย่อย (ESOP) จำนวน 8,798,905 หน่วย ชนิดไม่มีมูลค่า อายุ 5 ปี อัตราการใช้สิทธิ ใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วยต่อหุ้นสามัญ 1 หุ้น ราคาในการใช้สิทธิ 3 บาท ต่อ 1 หุ้นสามัญ • NINE (บริษัทย่อย) ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัท และ/หรือ บริษัทย่อย (ESOP) จำนวน 4,250,000 หน่วย ชนิดไม่มีมูลค่า อายุ 5 ปี อัตราการใช้สิทธิ ใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วยต่อหุ้นสามัญ 1 หุ้น ราคาในการใช้สิทธิ 4 บาท ต่อ 1 หุ้นสามัญ • เดือน พฤศจิกายน 2556 • NMG มีมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทให้จัดตั้งบริษัทร่วมทุน กับ บริษัท อีเลฟเวน มีเดีย กรุ๊ป จำกัด ในประเทศพม่า ชื่อ บริษัท อีเลฟเวน-เนชั่น มีเดีย จำกัด (NMG ถือหุ้น 49%) มีทุนจดทะเบียน 40 ล้านบาท • กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัท และ/หรือ บริษัทย่อย มีการใช้สิทธิซื้อหุ้นตามใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งที่ 1 ในเดือน พฤศจิกายน 2556 ดังนี้ - กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NMG ได้ใช้สิทธิรวม 6,639,400 หน่วย ในราคาหุ้นละ 1 บาท เป็นเงิน 6.64 ล้านบาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 75,747,615 หน่วย - กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NBC ได้ใช้สิทธิรวม 1,195,800 หน่วย ในราคาหุ้นละ 3 บาท เป็นเงิน 3.59 ล้านบาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 7,603,105 หน่วย - กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NINE ได้ใช้สิทธิรวม 7,000 หน่วย ในราคาหุ้นละ 4 บาท เป็นเงิน 28,000 บาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 4,243,000 หน่วย • เดือน ธันวาคม 2556 • ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิของบริษัทและบริษัทย่อย มีการใช้สิทธิครั้งที่ 1 ในช่วงวันที่ 4-12 ธันวาคม 2556 ดังนี้ - ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ NMG (NMG-W3) ใช้สิทธิรวม 1,881,570 หน่วย ในราคาหุ้นละ 1 บาท เป็นเงิน 1.88 ล้านบาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (NMG-W3) คงเหลือ 1,645,858,730 หน่วย - ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ NBC (NBC-W1) ใช้สิทธิรวม 9,481 หน่วย ในราคาหุ้นละ 3 บาท เป็นเงิน 28,443 บาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (NBC-W1) คงเหลือ 176,860,465 หน่วย - ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ NINE (NINE-W1) ใช้สิทธิรวม 41,386 หน่วย ในราคาหุ้นละ 4 บาท เป็นเงิน 0.16 ล้านบาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (NINE-W1) คงเหลือ 84,958,614 หน่วย
--	---

ด้านการดำเนินธุรกิจ

ปี 2554	● เดือน กุมภาพันธ์ 2554 บริษัท เนชั่นยู จำกัด ถือหุ้นโดย NMG 90% ได้ซื้อใบอนุญาตมหาวิทยาลัยเนชั่น วัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นในการสร้างสรรค์บัณฑิตคุณภาพผู้สังคมไทย ด้วยการเรียนการสอนที่ outcome-based learning ผ่านการอบรมฝึกฝนที่เน้นวิธี “เรียนกับมืออาชีพ” ทั้งในและนอกเครือข่ายของกลุ่มเนชั่น ● เดือน พฤษภาคม 2554 มหาวิทยาลัยเนชั่น ได้เปิดรับสมัครนักศึกษาระดับปริญญาตรีหลักสูตรนิเทศศาสตรการเรียนการสอนที่อาคารเนชั่นทาวเวอร์ กรุงเทพมหานคร เป็นรุ่นแรก ส่วนที่ลำปางมีคณะและหลักสูตรที่เปิดสอนดังนี้ ● ระดับปริญญาตรี มี 5 คณะ ประกอบด้วย : 1. คณะบริหารธุรกิจ 2. คณะสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ 3. คณะนิเทศศาสตร์ 4. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 5. คณะสาธารณสุขศาสตร์ ● ระดับปริญญาโท มี 3 หลักสูตร 1. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หรือ M.B.A (Master of Business Administration) 2. หลักสูตรบริหารการศึกษามหาบัณฑิต หรือ M.Ed (Master of Education Management) 3. หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต หรือ M.P.A (Master of Public Administration) ● เดือน กรกฎาคม 2554 บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด(WPS) (ถือหุ้นโดยNMG 84.50%) รับโอนกิจการจากบริษัทย่อยบริษัท เนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส จำกัด (WPS ถือหุ้น 99.99%) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ ● เดือน ตุลาคม 2554 NBC ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ NMG ได้เปิดตัวสถานีข่าว 24 ชั่วโมงช่องใหม่ ภายใต้ชื่อ “ช่องระว่างภัย” (Rawangpai Channel) เพื่อเป็นประโยชน์กับสาธารณะ และชุมชน ในการเตือนภัยพิบัติ ภัยธรรมชาติ รายงานสภาพอากาศ การจราจร และการป้องกันทรัพย์สิน ● เดือน พฤศจิกายน 2554 NBC ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้รับจ้างผลิตรายการให้กับมูลนิธิรามา เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ เพื่อออกอากาศทางช่องรามาแชนแนล(ทีวีชั้น 80)
ปี 2555	● เดือน มกราคม 2555 NMG จัดงาน “เทศกาลภาพยนตร์โลกแห่งกรุงเทพฯ ครั้งที่ 9 (9th World Film Festival of Bangkok) ร่วมกับ บริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัดซึ่งมีภาพยนตร์มากกว่า 70 เรื่องที่เข้าฉาย ที่โรงภาพยนตร์เอสพลานาด ซีนีเพล็กซ์ รัชดาภิเษก ● เดือน เมษายน 2555 หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก กรุงเทพธุรกิจ เดอะเนชั่น เปิดให้บริการ application ข่าวนบน iPhone เป็นเจ้าแรกสำหรับเครือข่ายมวลชนของไทย ครอบคลุมทุกสื่อในเครือ ทั้งข่าวภาษาอังกฤษจาก The Nation ข่าวภาษาไทยจาก คม ชัด ลึก และ กรุงเทพธุรกิจ ● เดือน เมษายน 2555 สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊กส์ โดย NINE ได้จัดงานเปิดตัวหนังสือ ในงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ครั้งที่ 40 ได้แก่ชีวประวัติ “สตีฟ จ๊อบส์” โดยวอลเตอร์ ไอแซคสัน , “กนก กด Like” โดยคุณกนก รัตนวงศ์สกุล , “รู้ทัน

	มะเร็ง” โดยนายแพทย์สมหมาย ทองประเสริฐ เป็นต้น ● เดือน กรกฎาคม 2555 ● NINE บริษัทย่อย NMG ถือหุ้น 78.46% ได้เปิดตัวช่องทีวีดาวเทียมสำหรับเด็กและครอบครัว ภายใต้ชื่อ “KidZone” โซนคิดของเด็กคิดชนรบรวมคอนเทนต์ที่เป็นสาระบันเทิงเพื่อเด็กและเยาวชนไทย อาทิ การดูที่ให้ความรู้และข้อคิดดีๆ ● หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ร่วมกับ ธนาคารกสิกรไทย ได้จัด Creative Talk Show เป็นทอล์คโชว์รูปแบบใหม่ของเมืองไทย “What would Steve Jobs with AEC?” รับฟังมุมมองแนวคิดในการก้าวสู่เอเชียทุกมิติกับ 2 ฐูเมืองไทย คุณสุทธิชัย หยุ่น ประธานกรรมการ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)และคุณบัณฑิต ล่ำซำ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ธนาคารกสิกรไทย ● เดือน กันยายน 2555 ● บริษัทย่อยโดย NBC ร่วมกับ คุณถ่ายเถา สุจริตกุล เจ้าของบทประพันธ์ ดอกส้มสีทอง และ คุณสมเถา สุจริตกุล นักเขียนและวาทยกรชื่อดัง ร่วมสร้างสรรค์ละครเวที เรยา เดอะ มิวสิคัล (Reya The Musical) นำแสดงโดย ชมพู อารยา เอ ฮาร์เก็ต ร่วมกับเหล่าทีมนักแสดงและนักร้องคุณภาพระดับแนวหน้า ณ โรงละครอักษรา คิง พาวเวอร์ จำนวน 20 รอบ ● บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) บริษัทย่อยซึ่ง NMG ถือหุ้น 99.97%ได้เปิดตัวทีวีช่องข่าวธุรกิจช่องใหม่ผ่านทางทีวีดาวเทียม ภายใต้ชื่อ “กรุงเทพธุรกิจทีวี” โดยแบ่งเนื้อหารายการ 4 กลุ่มได้แก่ - News Program : ทุกเรื่องราวข่าวสารเพื่อเติมต่อของชีวิตธุรกิจ - Market Wise : ข้อมูลรอบด้านเพื่อการตัดสินใจของนักลงทุน - Biz Oxygen : จุดประกายความรู้คู่ประสบการณ์ธุรกิจ - Life : สรรสาระเพื่อความสมดุลชีวิต ธุรกิจ ออกอากาศครั้งแรกในวันที่ 9 กันยายน 2555 ● เดือน ตุลาคม 2555 ● สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์ โดย NINE ได้เปิดตัวหนังสือ ในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 17 เช่นทางเลือกที่ 3 โดย ดร.สติเฟ่น อาร์ โควีย์ ฐูสำคัญระดับโลก ,ทอล์ก กะ ถีบ ผลงานจากสามนักข่าวอารมณ์ดี กนก รัตนวงศ์สกุล , ธีระ ธัญไพบูลย์ และ นันทขว้าง สิริสุนทร และ “กนกตกข่าว” ผลงานของ กนก รัตนวงศ์สกุล , “Shelddon มหัศจรรย์ธุรกิจหอยพ่นล้าน” โดย ดร.จิรยุทธ ชูชนะโชติ ● กรุงเทพธุรกิจ จัดเวทีสัมมนา เปิดเมืองเศรษฐกิจใหม่ ค่าชายแดนไทย-ลาว-เวียดนาม ร่วมกับการค้าจังหวัดหนองคาย และ อบจ.หนองคาย ภายใต้หัวข้อ เดือน พฤศจิกายน 2555 ● คมชัดลึก ร่วมกับ ชุมชนคนบางนา จากภาครัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ ร่วมกันเปิดเครือข่ายบางนาโมเดลชุมชน สร้างสุข เพื่อรองรับการขยายตัวของชุมชน เขตบางนา เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตของชุมชนบางนาร่วมกัน เพื่อสร้างเครือข่ายชุมชนให้เข้มแข็ง และเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงทุกภาคส่วนเข้าด้วยกัน เพื่อคุณภาพชีวิต และความสุขที่ยั่งยืน ก่อนจะขยายไปสู่ชุมชนอื่นๆ เชื่อมต่อกันจนครบทุกพื้นที่ของประเทศ
ปี 2556	● เดือน มีนาคม 2556 หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจได้จัดงานสัมมนาด้านการตลาดที่ยิ่งใหญ่แห่งปี คือ งานสัมมนาและอบรม "Values Driven Marketing" โดยปรมาจารย์การตลาดระดับโลก ศ.ฟิลิป คอตเลอร์ เจ้าของแนวคิด Marketing 3.0 เพื่อให้นักการตลาด นักธุรกิจไทย ได้นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และเป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับธุรกิจที่ต้องการ

	สร้างความยั่งยืนให้กับภาคธุรกิจ สังคม และชุมชน ไปพร้อมกัน ● เดือน เมษายน 2556 สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊กส์ โดย NINE ได้จัดงานเปิดตัวหนังสือหลายเล่มในงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ครั้งที่ 41 เช่น “THE HOST” ร่าง...อุบัติรักข้ามดวงดาว” นวนิยายรักเรื่องเยี่ยมจากปลายปากกาของสเตเฟนี เมเยอร์ ผู้แต่งหนังสือชุดทไวไลท์ที่โด่งดัง แปลแล้ว 40 ภาษาทั่วโลก, หนังสือ “เพาะหุ่นเป็น เห็นผลยั่งยืน” โดย คุณกวี ชูกิจเกษม นักวิเคราะห์และนักกลยุทธ์เจ้าของรางวัลนักกลยุทธ์ยอดเยี่ยมปี 2551-2552 จากสมาคม นักวิเคราะห์หลักทรัพย์, “อินส์ไทม์” โดย วอลเตอร์ ไอแซคสัน ชีวิตประวัติ และ จักรวาล (ฉบับสมบูรณ์) หนังสือชีวประวัติของอัจฉริยะที่โลกมีรู้ลืม เปิดเผยเรื่องราวที่ไม่เคยปรากฏในหนังสือใดมาก่อน ครบถ้วนที่สุด สมบูรณ์ที่สุด ● เดือน กันยายน 2556 หนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ ร่วมกับ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม จัดงานประชุมวิชาการ OIE Forum ประจำปี 2556 หัวข้อ "อุตสาหกรรมยุคใหม่ (Next Generation of Thai Industry) ก้าวที่ท้าทายสู่นาคต" ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา กรุงเทพฯ เพื่อนำเสนอ แนวทางการปรับตัวของอุตสาหกรรมไทยให้สอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งระดมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์จากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา นักวิชาการ และผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ● เดือน ตุลาคม 2556 ● บริษัทย่อยของ NMG ได้เข้าร่วมการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ รวม 3 ใบอนุญาต ดังนี้ 1. หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ : เข้าร่วมประมูลโดย บจก. แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสต์ติ้ง (BBB) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทางอ้อมของ NMG ที่ NMG ถือหุ้น 99.99% ผ่าน บจก. กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย (KTM) 2. หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ : เข้าร่วมประมูลโดย บจก. เอ็นบีซี เน็กซ์วีชั่น (NNV) ซึ่งเป็น บริษัทย่อยของ NBC ที่ NBC ถือหุ้น 99.99% 3. หมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว เข้าร่วมประมูลโดย บจก. เนชั่น คிடส์ (NTK) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ NINE ที่ NINE ถือหุ้น 99.99% ● สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊กส์ ได้เปิดตัวหนังสือ ในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 18 เช่น "คู่หูนัก ลงทุน" ผลงานจากคุณเผด็จภพ สงเคราะห์ นักลงทุนโมเมนดัม และคุณกวี ชูกิจเกษม นักลงทุนหุ้นคุณค่า, "คิด แบบอัจฉริยะ มาร์ก ซักเกอร์เบิร์ก" เบื้องหลังความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ของมาร์ก ซักเกอร์เบิร์ก มหาเศรษฐีพันล้าน วัย 29 ปี ซีอีโอแห่งเฟซบุ๊ก (facebook) ถ่ายทอดโดย เอกาเทรีนา วอลเตอร์ ● เดือน พฤศจิกายน 2556 NBC จัดงาน “เทศกาลภาพยนตร์โลกแห่งกรุงเทพฯ ครั้งที่ 11 (11th world film festival of Bangkok) ร่วมกับ กระทรวงวัฒนธรรม ซึ่งมีภาพยนตร์มากกว่า 60 เรื่อง จาก 25 ประเทศ ที่โรงภาพยนตร์ เอส เอฟ เวิลด์ ซีนีมา เซ็นทรัลเวิลด์ ● เดือน ธันวาคม 2556 ● บริษัทย่อยได้เข้าร่วมการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ รวม 3 ใบอนุญาต เมื่อวันที่ 26-27 ธันวาคม ดังนี้ 1. หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ : เข้าร่วมประมูลโดย บจก. แบงคอก บิสซิเนส บรอด
--	--

	แคสดี้ง (BBB) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทางอ้อมของ NMG ที่ NMG ถือหุ้น 99.99% ผ่าน บจก. กรุงเทพมหานคร มีเดีย (KTM) 2. หมาดหมุ่ข่าวสารและสาระ : เข้าร่วมประมูลโดย บจก. เอ็นบีซี เน็กซ์วีชั่น (NNV) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ NBC ที่ NBC ถือหุ้น 99.99% 3. หมาดหมุ่เด็ก เยาวชน และครอบครัว เข้าร่วมประมูลโดย บจก. เนชั่น คัดส์ (NTK) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ NINE ที่ NINE ถือหุ้น 99.99% ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2557 บริษัทได้รับหนังสือแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษร จากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ว่า BBB ได้รับการรับรองผลเป็นผู้ชนะการประมูล ในหมาดหมุ่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ ในราคา 2,200 ล้านบาท และ NNV ได้รับการรับรองผลเป็นผู้ชนะการประมูล ในหมาดหมุ่ข่าวสารและสาระ ในราคา 1,338 ล้านบาท - หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ จัดงานสัมมนา “องค์กร 100 ปี สู่อัจฉริยะยิ่ง” ณ. ห้อง Grand Hall ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค โดยมีผู้บริหารองค์กรชั้นนำในไทยที่มาร่วมแบ่งปันมุมมองในการบริหารองค์กรให้มีความยั่งยืนและเติบโตอย่างมั่นคง - หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก ฉลองครบรอบ 12 ปี ร่วมกับเครือข่ายบางนา ด้วยการจัดงาน “คมชัดลึก ینگลอยฟ้า มินิมาราธอน 2556 ครั้งที่ 2” ณ สวนสุขภาพ บางหญ้าแพรก จังหวัดสมุทรปราการ
--	---

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท บริษัทย่อยและบริษัทร่วม

เนชั่น กรุ๊ป ประกอบธุรกิจหลากหลายรูปแบบ โดยให้บริการด้านข่าวสารข้อมูลครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย เข้าถึงทุกเพศ ทุกวัย ผ่านทางทุกช่องทางของเนชั่นกรุ๊ป ครอบคลุมด้าน และมีสื่อมากที่สุดในประเทศไทย ทั้งหนังสือพิมพ์ ทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวี วิทยุ สิ่งพิมพ์ และสื่อ New Media ผ่านทาง Internet มือถือ เว็บไซต์ , บล็อก ฯลฯ เพื่อให้ทันกับเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาวัตกรรมใหม่ๆ ตลอดเวลา เพื่อตอบสนองให้แก่ผู้บริโภคที่มีการปรับเปลี่ยนตามเทคโนโลยีสมัยใหม่ เหล่านี้ นอกจากนี้ในปี 2557 ยังมีฟรีทีวีเพิ่มเข้ามาอีก 2 ช่อง คือ ช่องเนชั่น ทีวี และ ช่อง NOW จากการเข้าประมูลดิจิทัลทีวีในช่วงปลายปี 2556 ซึ่งถือเป็นโอกาสสร้างศักยภาพธุรกิจในอนาคต และนับเป็นจุดเปลี่ยน โครงสร้างธุรกิจของบริษัทจากเดิมที่มีธุรกิจสิ่งพิมพ์เป็นหลัก จะก้าวสู่ธุรกิจโทรทัศน์มากขึ้น

ดังนั้น เนชั่นกรุ๊ป จึงมีหลักการที่จะดำเนินการทั้งเรื่องความพร้อมของบุคลากร เทคโนโลยี สารสนเทศ กระบวนการในการดำเนินงาน ตามประเภทและลักษณะของกลุ่มเป้าหมายของแต่ละสาย ซึ่งปัจจุบันธุรกิจของบริษัทสามารถแยกเป็นสายธุรกิจหลักได้ 8 สายธุรกิจ ดังนี้

1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ ดำเนินงานโดยบริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) เน้นกลุ่มผู้สนใจข่าวสารภาคธุรกิจ นักลงทุน และประชาชนทั่วไปที่สนใจข่าวสารทางเศรษฐกิจ ทั้งเศรษฐกิจระดับมหภาค (Macro) และจุลภาค (Micro) และ ช่องข่าวธุรกิจ “กรุงเทพธุรกิจทีวี” ดำเนินงาน โดย บริษัท แบงคอก บิสซิเนส พรอดแคสดี้ง จำกัด (BBB) แพร่ภาพผ่านจานดาวเทียม และเคเบิลทีวี รวมทั้งเป็นผู้ให้บริการ สถานีโทรทัศน์ ฟรีทีวี ในระบบ ดิจิตอลทีวี ประเภทหมาดหมุ่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ ภายใต้ชื่อ ช่อง NOW ที่จะนำเสนอในรูปแบบ BIZ-LIFE VARIETY สำหรับคนรุ่นใหม่ นักธุรกิจ ซีอีโอ ตลอดจน เอสเอ็มอี ที่คาดว่าจะเผยแพร่ภาพได้ราวไตรมาส 1 ปี 2557

2. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และเนชั่นสุดสัปดาห์ ดำเนินงานโดย บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM) เน้นกลุ่มลูกค้าประชาชนทั่วไป

3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ ผลิตหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN)กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเน้นกลุ่มคนไทยที่ติดตามความเคลื่อนไหวของการเมืองและเศรษฐกิจ รวมทั้งชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย, กลุ่มวัยรุ่น นักเรียนระดับมัธยมศึกษา และกลุ่มคนทำงานที่ต้องการความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำไปใช้ประโยชน์กับหน้าที่การงานหรือชีวิตประจำวัน

4. สายธุรกิจการศึกษา บันเทิง และต่างประเทศ ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและการศึกษา , ตัวแทนขายสมาชิก และขายโฆษณาและจัดจำหน่ายให้สิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ดำเนินงานโดย บมจ. เนชั่น อินเทอร์เน็ตเอ็นชันทันเนล เอ็ดดูเทนเมนท์ (NINE) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสำหรับสิ่งพิมพ์เน้นกลุ่มนักเรียนทั้งชาวไทยและต่างชาติ , กลุ่มนักศึกษา รวมถึงผลิตรายการทีวีเกี่ยวกับเด็ก ผ่านทาง เคเบิลTV ดาวเทียม ภายใต้ชื่อ KidZone ดำเนินงานโดย บจก. เนชั่น คิวดส์ (NTK) โดยจะเป็นช่องทีวีในรูปแบบ Kids Edutainment ที่มีเนื้อหาสาระ ความบันเทิงที่ให้ความสนุกสนาน ตอบสนองความสนใจของเด็กในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นการ์ตูน รายการสารคดี รายการเพลง รายการสอนภาษา รายการเกมโชว์ รายการทอล์กโชว์ และรายการข่าว นอกจากนี้จะมีการเผยแพร่รายการโทรทัศน์ผ่าน ทีวีดาวเทียมแล้ว บริษัทยังได้รับเหมาช่วงเวลาจากเครื่องเนชั่นให้ทำรายการในดิจิตอลทีวี จะเป็นโอกาสให้ KidZone ซึ่งปัจจุบันเป็น สถานีอันหนึ่งของ Kid & Family Variety Channel ในโทรทัศน์ดาวเทียม จะมีเวลาออกอากาศในทีวีดิจิตอล ของในเครื่องเนชั่นได้ สำหรับช่องทีวีสำหรับเด็ก เน้นกลุ่มเป้าหมาย เด็ก 4-12 ขวบ และ นุคครอบครัวเด็ก , ครูอาจารย์

5. สายธุรกิจกลุ่มกระจายภาพและเสียง ผลิตสื่อทีวี วิทยุ และ New Media ผลิตรายการโทรทัศน์ในเชิงข่าวสารและสาระ ออกอากาศทางช่องต่างๆ และเป็นผู้ดำเนินการสถานีข่าว 24 ชั่วโมง แห่งแรกของประเทศไทยในนาม เนชั่นแซนแนล ออกอากาศทาง ดาวเทียมและเคเบิลทีวี และเป็นผู้ให้บริการ สถานีโทรทัศน์ ฟรีทีวี ในระบบ ดิจิตอลทีวี ประเภทหมวดหมู่ข่าวสารและสาระ ภายใต้ ชื่อ ช่อง เนชั่นทีวี รวมถึงการผลิต/ร่วมผลิตรายการให้แก่สถานีโทรทัศน์ประเภท Free to air โดยเสนอการเกาะติดทันข่าว การวิเคราะห์เจาะลึก การอธิบายข่าว และการวิเคราะห์ข่าวที่มองไปข้างหน้าดำเนินงานโดย บจก. เอ็นบีซี เน็กซ์วอร์ช บริษัทย่อยของบมจ. เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น (NBC) , สื่อวิทยุ (Radio) เป็นสื่อที่นำเสนอข่าวให้ผู้สนใจทางคลื่น FM 90.5 และ FM102, สื่อใหม่ (New Media) การนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อใหม่ๆ เช่น Internet Broadband และทางโทรศัพท์มือถือ โดยการส่งข่าวสารถึง ข่าวทั่วไปทั้ง ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในรูปแบบ SMS MMS และอื่นๆ ตามเทคโนโลยีอำนวยความสะดวกของทุกเครือข่ายภายใต้ชื่อ Nation News on Mobile , และยังผ่านสื่อประเภทบล็อก Oknation.net, Facebook เพื่อให้ประชาชนทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอแลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสารและเผยแพร่สู่สาธารณชนดำเนินงานโดย บมจ. เนชั่น บรอด แคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น (NBC) นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้นำ ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตรายการโทรทัศน์ อาทิเช่น ข้อมูลข่าว ภาพข่าว คุณภาพบุคลากรทีมข่าว มาต่อยอดขยายธุรกิจไปยังธุรกิจ เกี่ยวเนื่องต่างๆ

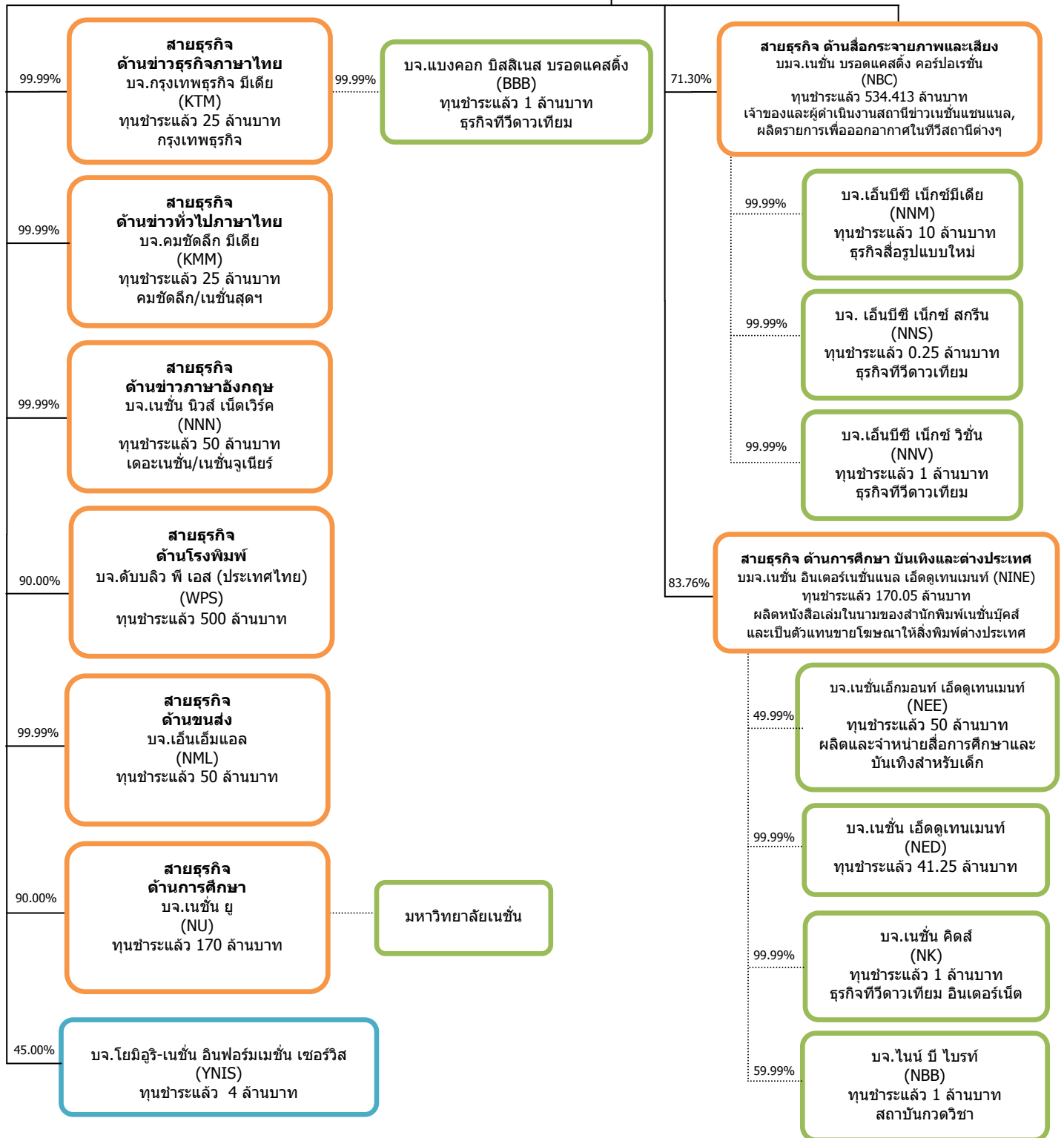
6. สายธุรกิจด้านการพิมพ์ ดำเนินธุรกิจรับจ้างพิมพ์ โดยบริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) กลุ่มลูกค้า เป้าหมาย รับพิมพ์สิ่งพิมพ์ทุกประเภทให้กับบริษัทในเครือเนชั่น และลูกค้าภายนอก

7. สายธุรกิจด้านการขนส่ง ดำเนินธุรกิจรับจ้างขนส่งสินค้า (Logistics) ดำเนินงานโดยบริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด ลูกค้า กลุ่มเป้าหมายมุ่งเน้นบริการขนส่งให้กับบริษัทในเครือเนชั่น และลูกค้าภายนอกทั่วไป

8. สายธุรกิจด้านการศึกษา โดยบริษัท เนชั่นยู จำกัด (NU) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ผู้ถือใบอนุญาตมหาวิทยาลัยเนชั่น เปิดสอน ทั้งหลักสูตรปริญญาตรี,ปริญญาโท มี 2 วิทยาเขต คือ วิทยาเขตกรุงเทพฯ ตั้งอยู่ที่ ถนนบางนา-ตราดและวิทยาเขตภาคเหนือ ที่ลำปาง ทั้งนี้ เนชั่นกรุ๊ป จะเดินหน้าเพื่อบริหารงานและสร้างสรรงานให้มีคุณภาพ เพื่อสร้างมูลค่าสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างยั่งยืน

1.3 โครงสร้างการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)



ข้อมูลบริษัทย่อย บริษัทร่วม และกิจการที่ควบคุมร่วมกันของ NMG ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (%)
บริษัทย่อย		
บมจ. เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น (“NBC”) ทุนจดทะเบียน 720,343,962 บาท ทุนเรียกชำระ 534,412,647 บาท	ผลิตรายการโทรทัศน์รายการวิทยุ และให้บริการโฆษณา ผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อรูปแบบใหม่	71.30
บมจ.เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ (“NINE”) ทุนจดทะเบียน 259,250,000 บาท ทุนเรียกชำระ 170,048,386 บาท	นำเข้า ผลิต และจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์	83.76
บจก.เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค (“NNN”) ทุนจดทะเบียน 100,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 50,000,000 บาท	ผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ฉบับภาษาอังกฤษ สิ่งพิมพ์และสื่อโฆษณา	99.99
บจก.เอ็นเอ็มแอล (“NML”) ทุนจดทะเบียน 50,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 50,000,000 บาท	จัดส่งสิ่งพิมพ์และให้บริการขนส่งสินค้าภายนอก	99.99
บจก.คมชัดลึก มีเดีย (“KMM”) ทุนจดทะเบียน 25,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 25,000,000 บาท	ผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ และสื่อโฆษณา	99.99
บจก.กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย (“KTM”) ทุนจดทะเบียน 25,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 25,000,000 บาท	ผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ และสื่อโฆษณา	99.99
บจก.เนชั่น ยู (“NU”) ทุนจดทะเบียน 170,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 170,000,000 บาท	บริการด้านการศึกษา	90.00
บจก.ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) (“WPS”) ทุนจดทะเบียน 500,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 500,000,000 บาท	บริการด้านการพิมพ์	84.50
บจก.เอ็นเอ็นเอ็น เน็กซ์ พรอนเทียร์ (“NNF”) (ถือหุ้นโดย NNN ร้อยละ 99.99) ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 250,000 บาท	ผลิตรายการโทรทัศน์และให้บริการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์	99.99
บจก.แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง (“BBB”) (ถือหุ้นโดย KTM ร้อยละ 99.99) ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 1,000,000 บาท	ผลิตรายการโทรทัศน์และให้บริการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์	99.99

ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (%)
บริษัทย่อย		
มหาวิทยาลัยเนชั่น (ถือใบอนุญาตโดย NU)	ให้บริการด้านการศึกษา	90.00
บจก.เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ (“NED”) (ถือหุ้นโดย NINE ร้อยละ 99.99) ทุนจดทะเบียน 41,250,000 บาท ทุนเรียกชำระ 41,250,000 บาท	ธุรกิจนำเข้าและผลิตสิ่งพิมพ์การศึกษา	83.75
บจก.เนชั่น คิส (“NK”) (ถือหุ้นโดย NINE ร้อยละ 99.99) ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 1,000,000 บาท	ผลิตรายการโทรทัศน์และให้บริการโฆษณา ผ่านสื่อโทรทัศน์	83.75
บจก.ไนน์ บี ไบรท์ (“NBB”) (ถือหุ้นโดย NINE ร้อยละ 59.99) ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 1,000,000 บาท	ให้บริการด้านการศึกษา (สถาบันกวดวิชา ความรู้วิชาการทุกแขนง)	50.25
บจก.เอ็นบีซี เน็กซ์มีเดีย (“NNM”) (ถือหุ้นโดย NBC ร้อยละ 99.99) ทุนจดทะเบียน 20,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 10,000,000 บาท	สื่อโฆษณาทางสื่อรูปแบบใหม่	71.30
บจก.เอ็นบีซี เน็กซ์ สกรีน (“NNS”) (ถือหุ้นโดย NBC ร้อยละ 99.99) ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 1,000,000 บาท	ผลิตรายการโทรทัศน์และให้บริการผ่านสื่อ โทรทัศน์	71.30
บจก.เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น (“NNV”) (ถือหุ้นโดย NBC ร้อยละ 99.99) ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 1,000,000 บาท	ผลิตรายการโทรทัศน์และให้บริการผ่านสื่อ โทรทัศน์	71.30
บริษัทร่วม		
บจก.โยมิอุริ-เนชั่น อินฟอर्मเมชั่น เซอร์วิส ทุนจดทะเบียน 4,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 4,000,000 บาท	ธุรกิจด้านสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาด้าน ข่าวภาษาญี่ปุ่นทั่วไป	45.00
กิจการที่ควบคุมร่วมกัน		
บจก. เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ (“NEE”) (ถือหุ้นโดย NINE ร้อยละ 49.99) ทุนจดทะเบียน 50,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 50,000,000 บาท	ธุรกิจนำเข้าและผลิตสิ่งพิมพ์ (การ์ตูน) และ ผลิตสิ่งพิมพ์การศึกษา	41.87

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้จากการประกอบธุรกิจของบริษัท และบริษัทย่อย สำหรับ 3 ปี คือ 2554 – 2556

: ล้านบาท

รายได้จากการขายและบริการรวม	ถือหุ้น ร้อยละ	2554	%	2555	%	2556	%
ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณา							
บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป (NMG)	100.00						
: รายได้จากการขายโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์		67.56	2.42%	72.31	2.33%	87.07	2.85%
: รายได้จากการขายหนังสือพิมพ์		32.00	1.14%	51.28	1.65%	53.27	1.74%
: รายได้จากการพิมพ์, การขายกระดาษ		28.38	1.02%	48.68	1.57%	-	0.00%
รวม		127.94	4.58%	172.27	5.55%	140.34	4.59%
บ.เนชั่น นิวส์เนตเวิร์ค จำกัด (NNN)	99.99						
: รายได้จากการขายโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์		134.02	4.79%	188.13	6.07%	194.52	6.36%
: รายได้จากการขายหนังสือพิมพ์		79.26	2.83%	81.73	2.63%	77.78	2.54%
รวม		213.28	7.62%	269.86	8.70%	272.30	8.90%
บ.คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM)	99.99						
: รายได้จากการขายโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์		326.18	11.66%	337.00	10.86%	331.93	10.85%
: รายได้จากการขายหนังสือพิมพ์		215.48	7.70%	192.11	6.19%	182.69	5.97%
รวม		541.66	19.36%	529.11	17.06%	514.62	16.82%
บ.กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM)	99.99						
: รายได้จากการขายโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์		545.68	19.51%	574.09	18.51%	632.27	19.51%
: รายได้จากการขายหนังสือพิมพ์		108.52	3.88%	115.12	3.71%	117.70	3.88%
: รายได้จากธุรกิจอบรมสัมมนาและทักษะการสื่อสาร		4.51	0.16%	2.27	0.07%	11.34	0.16%
รวม		658.71	23.55%	691.48	22.29%	761.31	24.88%
รวมรายได้จากธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ และโฆษณา		1,541.59	55.11%	1,662.72	53.60%	1,688.57	55.18%
ธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง							
บมจ.เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ (NINE)	83.76						
: รายได้จากการผลิตและจำหน่ายพ็อกเก็ตบุ๊กส์		61.52	2.20%	71.51	2.31%	65.42	2.14%
บ.เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) ถือหุ้นโดย NINE (99.99%)							
: รายได้จากการนำเข้าและผลิตสิ่งพิมพ์การศึกษา		1.39	0.05%	2.91	0.09%	62.80	2.05%
บ.เนชั่น เอ็กมอนท์เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE) ถือหุ้นโดย NINE (49.99%)	-						
: รายได้จากการนำเข้าและผลิตสิ่งพิมพ์ (การ์ตูน) และผลิตสิ่งพิมพ์การศึกษา		67.63	2.42%	102.32	3.30%	74.41	2.43%
รวมรายได้จากธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง		130.54	4.67%	176.74	5.70%	202.63	6.62%
ธุรกิจกระจายภาพและเสียงและสื่อสมัยใหม่							
บมจ.เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น (NBC)	71.30						
: รายได้จากธุรกิจโทรทัศน์		650.28	23.25%	675.74	21.78%	554.73	18.13%
: รายได้จากธุรกิจวิทยุ		28.97	1.03%	33.44	1.08%	33.08	1.08%
: รายได้จากสื่อสมัยใหม่ Internet / SMS / web site		124.00	4.43%	187.34	6.04%	163.03	5.33%
รวมรายได้จากธุรกิจกระจายภาพและเสียง และสื่อสมัยใหม่		803.25	28.71%	896.52	28.90%	750.84	24.54%
ธุรกิจด้านการพิมพ์							
บ.ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS)	84.50						
: รายได้จากการรับจ้างพิมพ์		62.77	2.24%	106.79	3.44%	74.17	2.42%
รวมรายได้จากธุรกิจการพิมพ์		62.77	2.24%	106.79	3.44%	74.17	2.42%
ธุรกิจให้บริการบริหารจัดการส่งสินค้าและอื่นๆ							
บ.เอ็นเอ็มแอล จำกัด (NML)	99.99						
: รายได้จากการจัดส่งสินค้า		105.04	3.76%	57.79	1.86%	90.94	2.97%
บจก.เนชั่นยู	90.00						
: รายได้จากการให้บริการด้านการศึกษา		-	-	36.31	1.17%	57.15	1.87%
รวมรายได้จากธุรกิจให้บริการบริหารจัดการส่งสินค้าและอื่นๆ		105.04	3.76%	94.10	3.03%	148.09	4.84%

รายได้จากการขายและบริการรวม	ถือหุ้นร้อยละ	2554	%	2555	%	2556	%
รวมรายได้จากการขายและบริการ-สุทธิ		2,643.19	94.49%	2,936.87	94.68%	2,864.30	93.60%
รายได้ค่าเช่าและบริการ – สุทธิ							
- รายได้ค่าเช่าและบริการ - สุทธิ		8.91	0.32%	8.32	0.27%	0.60	0.02%
- รายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ (NINE)		88.82	3.17%	83.02	2.68%	84.95	2.78%
รวม		97.73	3.49%	91.34	2.94%	85.55	2.80%
ดอกเบี้ยรับ		2.54	0.09%	2.80	0.09%	26.55	0.87%
กำไรจากการต่อรองราคาซื้อ		-	-	1.98	0.06%	-	-
เงินปันผลรับ		0.77	0.02%	0.31	0.01%	0.91	0.03%
รายได้อื่น		53.34	1.91%	68.57	2.21%	82.56	2.70%
รายได้รวม		2,797.57	100.00%	3,101.87	100.00%	3,059.87	100.00%

หมายเหตุ : 1. รายการข้างต้นหักรายการค้าระหว่างกันแล้ว

2. รายได้ค่าพิมพ์ของ NMG เป็นรายได้ที่เกิดจากการเรียกเก็บค่าพิมพ์ และค่ากระดาษจากบริษัทภายนอก

3. รายได้จากธุรกิจโทรทัศน์ส่วนใหญ่อยู่ภายใต้บริษัท NBC แต่มีบางส่วนอยู่ภายใต้ KTM และ NINE

4. ในปี 2555 บริษัทได้ตั้งบริษัทย่อย เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์และให้บริการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ภายใต้กลุ่มเนชั่นกรุ๊ป ดังนี้

- บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์มีเดีย จำกัด
- บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ สกรีน จำกัด
- บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด
- บริษัท เนชั่น คิวดีส จำกัด
- บริษัท เอ็น เอ็น เอ็น เน็กซ์ ฟรอนเทียร์ จำกัด
- บริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง จำกัด

5. ในปี 2555 มหาวิทยาลัยเนชั่น เริ่มมีรายได้จากการศึกษา เริ่มตั้งเดือนมีนาคม 2555

6. ในปี 2556 บริษัทย่อยแห่งหนึ่ง – บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ได้ตั้งบริษัทย่อย คือ บริษัท ไนน์ บี โปรτζ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับให้บริการด้านการศึกษา

2.2 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (NMG) และบริษัทย่อยให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารครอบคลุมสื่อทุกประเภท ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ The Nation, หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, หนังสือพิมพ์คมชัดลึก, นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ นิตยสารเนชั่นจูเนียร์ สื่อกระจายภาพและเสียง ทีวีดาวเทียม และเคเบิล ได้แก่ สถานีข่าวเนชั่นแซนแนล , สถานีวิทยุ FM 90.5 สถานีวิทยุ FM 102.0 และสื่อใหม่ทางอินเทอร์เน็ต ผ่าน Tablet, มือถือ และในปี 2557 ได้ขยายธุรกิจเข้าสู่ดิจิทัลทีวี 2 ช่อง คือ ช่องเนชั่น ทวี และ ช่อง NOW เป็นต้น

โครงสร้างมีลักษณะการประกอบธุรกิจ ของกลุ่มบริษัทประกอบด้วย 8 สายธุรกิจ ดังนี้

1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ดำเนินงานโดยบริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) และมีบริษัทย่อย คือ บริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง จำกัด (BBB) เพื่อขยายเข้าสู่ธุรกิจดิจิทัลทีวี
2. สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย ดำเนินงานโดย บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM)

3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN) และ บริษัท อีเลฟเวน-เนชั่น มีเดีย จำกัด ประกอบกิจการสื่อและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ในประเทศพม่า โดยคาดว่าจะเริ่มดำเนินการได้ภายในไตรมาส 1 ปี 2557
4. สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC) และมีบริษัทย่อย คือ บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด (NNV) เพื่อขยายเข้าสู่ธุรกิจดิจิทัลทีวี
5. สายธุรกิจการศึกษา บันเทิง และต่างประเทศ ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) โดยมีบริษัทย่อย คือ บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED), บริษัท เนชั่น คิส์ จำกัด, บริษัท ไนน์ ปีปรีท จำกัด และบริษัทร่วม คือ บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE)
6. สายธุรกิจด้านการพิมพ์ ดำเนินงานโดย บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS)
7. สายธุรกิจด้านการขนส่ง ดำเนินงานโดย บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด (NML)
8. สายธุรกิจการศึกษา ดำเนินการโดย บริษัท เนชั่น ยู จำกัด ซึ่งเป็นผู้ถือใบอนุญาตประกอบกิจการมหาวิทยาลัย เนชั่น

อย่างไรก็ตาม NMG ยังคงเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ บริหารฝ่ายขาย ฝ่ายการตลาด กองบก.สำนักข่าว ศูนย์ช่างภาพ และฝ่ายงานสนับสนุน เพื่อสามารถบริการข้อมูลแก่ลูกค้าในสื่อที่หลากหลายได้ครบถ้วน โดยการจัดโครงสร้างบริหารฝ่ายขาย ผู้ 3 Platform คือ Print , Broadcasting และ Digital Media เพื่อเป็นช่องทางหารายได้ในระยะยาว และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้แก่กลุ่มบริษัท

ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจ	ลักษณะผลิตภัณฑ์หลัก
สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย	บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) ● ผู้ผลิตและจำหน่าย : หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ : หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวันภาษาไทย ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย : นักธุรกิจ นักธุรกิจรุ่นใหม่ นักวิชาการ ข้าราชการ นักการตลาด นิสิต นักศึกษา และ ประชาชนที่มีการศึกษาระดับกลาง ถึง ระดับสูง ● รับจัดอบรมสัมมนา Public Training และ In house Training ในหัวข้อต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการทำงาน เช่น การพัฒนาทักษะในการทำงาน , ภาษาอังกฤษในธุรกิจ เป็นต้น บริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง จำกัด (BBB) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ : ผู้ผลิตช่องข่าวธุรกิจ “กรุงเทพธุรกิจทีวี” แพร่ภาพผ่านจานดาวเทียม และเคเบิลทีวี รวมทั้งเป็นผู้ให้บริการ สถานีโทรทัศน์ ฟรีทีวี ในระบบ ดิจิทัลทีวี ประเภทหมวดหมู่ทั่วไป แบบความคมชัดปกติ ภายใต้ชื่อ ช่อง NOW ที่จะนำเสนอในรูปแบบ BIZ-LIFE VARIETY สำหรับคนรุ่นใหม่ นักธุรกิจ ซีอีโอ ตลอดจน เอสเอ็มอี ที่คาดว่าจะเผยแพร่ภาพได้ราวไตรมาส 1 ปี 2557

สายธุรกิจ	ลักษณะผลิตภัณฑ์หลัก
สายธุรกิจด้านข่าว ทั่วไปภาษาไทย	บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM) ผู้ผลิตและจำหน่าย : หนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก : หนังสือพิมพ์ข่าวทั่วไปรายวันภาษาไทย นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ : นิตยสารวิเคราะห์ข่าวทั่วไปรายสัปดาห์ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย : ประชาชนทั่วไป
สายธุรกิจด้านข่าว ภาษาอังกฤษ	บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN) ผู้ผลิตและจำหน่าย : - หนังสือพิมพ์ The Nation : หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ - Asia News Network : โครงการความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และภาพข่าว ระหว่างหนังสือพิมพ์ภายในภูมิภาคเอเชีย รวม 21 ฉบับ ใน 18 ประเทศ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย : คนไทยที่ติดตามความเคลื่อนไหวของการเมืองและเศรษฐกิจ รวมทั้งชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย, กลุ่มวัยรุ่น และนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษากลุ่มคนทำงานที่ต้องการความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำไปใช้ประโยชน์กับหน้าที่การงานหรือชีวิตประจำวัน
สายธุรกิจด้านสื่อกระจาย ภาพและเสียง	บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ - ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจในการร่วมผลิตรายการวิทยุและผลิตข่าวสั้นต้นชั่วโมง ออกอากาศทางสถานี FM 90.5 MHz และ FM 102.0 MHz - ร่วมกับบริษัทและพันธมิตรนำเนื้อหาถ่ายทอดสดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการ ข่าวสาร เพื่อเผยแพร่ ผ่านสื่อรูปแบบใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ Tablet โทรศัพท์เคลื่อนที่ - ธุรกิจต่อเนื่อง : การผลิตและจำหน่ายVCD และ DVD, การจัดอบรมสัมมนา การจัดงานเที่ยว , การจัดกิจกรรมพิเศษ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย : ประชาชนทั่วไป บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด (NNV) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ : - สถานีข่าว Nation Channel: เป็นสถานีข่าว 24 ชั่วโมง เน้นเสนอรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับข่าวสารสาระความรู้ เผยแพร่ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม และเคเบิลทีวี รวมถึง ฟรีทีวี ในระบบ ดิจิทัลทีวี ประเภทข่าวสารและสาระ ภายใต้ชื่อช่อง เนชั่น ทีวี ที่คาดว่าจะเผยแพร่ภาพได้ราวไตรมาส 1 ปี 2557

สายธุรกิจ	ลักษณะผลิตภัณฑ์หลัก
สายธุรกิจด้าน เอ็ดดูเทนเมนท์ และ ต่างประเทศ	บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเอน터테인먼트 จำกัด (มหาชน) (NINE) - ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์นิตยสารโดยผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือเพื่อเด็กและวัยรุ่นที่ได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยมุ่งเน้นกลุ่มผู้อ่านที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป - เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ต่างประเทศและนิตยสารต่างประเทศซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นนักธุรกิจทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และกลุ่มนักศึกษา - เป็นตัวแทนขายสมาชิกและขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ที่พิมพ์ในประเทศไทยรับจ้างพิมพ์หนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia และ The YomiuriShimbun รวมถึงรับจัดส่งหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศอีกหลายฉบับด้วย - ผลิตและจำหน่าย NJ Magazine : นิตยสารเพื่อการเรียนรู้ภาษาอังกฤษสำหรับเยาวชนรายเดือน บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) - ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์โดยผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กเพื่อการศึกษาและบันเทิง สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่เป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปีโดยมุ่งเน้นหนังสือการ์ตูนยอดนิยมที่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากสำนักพิมพ์ชั้นนำทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลี ฯ รวมทั้งการ์ตูนความรู้และวรรณกรรมเยาวชนต่างๆ บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE) - ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์โดยผลิต นำเข้า และจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กเพื่อ การศึกษา บันเทิง และการเสริมทักษะ สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่เป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี ส่วนใหญ่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากกลุ่มประเทศแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย - รับจัดจำหน่ายหนังสือให้แก่ NED บริษัท เนชั่น คิตส์ จำกัด (NTK) - ดำเนินธุรกิจและผลิตรายการสาระบันเทิงเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนในรูปแบบต่างๆ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ และสื่อรูปแบบใหม่ บริษัท ไนน์ บี โบรท์ จำกัด (NBB) ดำเนินธุรกิจ สถาบันกวดวิชา ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทุกแขนง

สายธุรกิจ	ลักษณะผลิตภัณฑ์หลัก
สายธุรกิจด้านการพิมพ์	บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) - ดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์หนังสือพิมพ์ โดยงานพิมพ์หลักมาจากการรับพิมพ์หนังสือพิมพ์ของเครือ เนชั่น กรุ๊ป ได้แก่ หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก, กรุงเทพธุรกิจ, The Nation หนังสือรายปักษ์และรายสัปดาห์ – NJ Magazine ,เนชั่นสุดสัปดาห์, หนังสือ Pocket Bookหนังสือการ์ตูน และหนังสือเรียนจากลูกค้าภายนอก เช่น ไทยร่มเกล้า รวมทั้งรับพิมพ์หนังสือพิมพ์ต่างประเทศได้แก่ The Wall Street Journal Asia และ Yomiuri Shimbun นอกจากนี้ยังเป็นผู้พิมพ์หนังสือพิมพ์ China Daily ที่แทรกใน The Nation - ดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์ที่เน้นด้านคุณภาพโดยแบ่งลูกค้าเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ บริษัทไอทีเนชั่นเป็นงานพิมพ์ประเภทงานการ์ด, ป็อกเก็ตบุ๊ก และสิ่งพิมพ์โฆษณา และลูกค้าภายนอก ซึ่งเป็นงานพิมพ์ประเภทนิตยสาร, วารสาร, แคตตาล็อก และโบรชัวร์ โดยลูกค้าหลักในปัจจุบัน ได้แก่ การบินไทย, กิฟฟารีน, ทีวีไคเร็กซ์ และอื่น ๆ อีกมากมาย
สายธุรกิจด้านการขนส่ง	บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด (NML) ดำเนินธุรกิจรับจ้างขนส่งสินค้า (Logistic) ได้แก่ขนส่งหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ เพื่อให้บริการรองรับสายงานหลักในการจัดส่งหนังสือพิมพ์ ในกลุ่มเนชั่น ได้แก่ คมชัดลึก, กรุงเทพธุรกิจ, The Nation , The Wall Street Journal Asia และ Yomiuri Shimbun ทั้งในเขตกรุงเทพฯ-ปริมณฑล และต่างจังหวัดทั่วประเทศ รวมทั้งการรับงานบริการขนส่งสินค้าอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ สินค้าส่งเสริมการตลาด ให้กับลูกค้าภายนอกทั่วไป เช่น ซีเอ็ด, นานมีบุ๊คส์, อมรินทร์ บุ๊คส์เซ็นเตอร์ และรับส่งแคตตาล็อก ใบปลิว ให้แก่ลูกค้าภายนอก เช่น True Vision, Tesco Lotus, IKEA เป็นต้น
สายธุรกิจการศึกษา	บริษัท เนชั่น ยู จำกัด ดำเนินธุรกิจด้านการศึกษา บริหารมหาวิทยาลัยเนชั่น ปัจจุบันเปิดสอนที่วิทยาเขตลำปาง และวิทยาเขตกรุงเทพ สาขาวิชานิติศาสตร์ บริหารธุรกิจ และ MBA โดยอาศัยความแข็งแกร่งขององค์กรสื่อในเครือเนชั่น ทั้งหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ดิจิตอล มีเดีย เพื่อให้นักศึกษาได้มีโอกาสพัฒนาทักษะจากประสบการณ์จริง เรียนกับมืออาชีพ โดยนักศึกษามีโอกาสพัฒนาทักษะและประสบการณ์นอกเหนือจากภาคทฤษฎีด้วยการเรียนกับอุปกรณ์ปฏิบัติการของจริง ในสภาพการทำงานจริง

2.2.1 – 2.2.3 สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ข่าวทั่วไปภาษาไทย และข่าวภาษาอังกฤษ

โดยรายได้หลักของสายธุรกิจกลุ่มนี้ มาจาก 2 ทาง ได้แก่ รายได้จากโฆษณาประมาณร้อยละ 68 และรายได้จากการจำหน่ายหนังสือประมาณร้อยละ 22 โดยรายได้ของธุรกิจสิ่งพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 62 ของรายได้รวมทั้งกลุ่ม และมีค่าใช้จ่ายหลักดังต่อไปนี้

- ค่าพิมพ์ร้อยละ 16 ซึ่งจ้างบริษัทย่อย คือ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้รับจ้างพิมพ์
- ค่ากระดาษร้อยละ 11
- ค่าใช้จ่ายเงินเดือน ค่าเรื่อง ค่าข่าวของกองบรรณาธิการร้อยละ 18

1. กลยุทธ์ทางการตลาด

เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วยสื่อหลายประเภท ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งมีทั้งหนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสารรายสัปดาห์ ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ซึ่งสามารถครอบคลุมลูกค้าได้ทุกกลุ่ม และเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าซึ่งถือเป็นจุดที่ได้เปรียบคู่แข่ง

1.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

1) **คุณภาพข่าวและการพิมพ์** บริษัทฯนำเสนอข่าวแบบฉบับไว ถูกต้องเที่ยงตรง กล้าเสนอความจริง วิเคราะห์เจาะลึก และมีความเป็นกลาง รวมทั้งการเสนอข่าวที่สร้างสรรค์เป็นประโยชน์และสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของประชาชน ด้านคุณภาพในการพิมพ์ บริษัทฯให้ความสำคัญกับคุณภาพงานพิมพ์ คมชัด สีสวยไม่ผิดเพี้ยน การวาง Lay Out และรูปแบบหนังสือให้สวยงาม เพื่อให้ผู้อ่านรู้สึกสบายตา อ่านง่าย ส่งผลต่อโฆษณาของลูกค้าที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์และนิตยสารของบริษัท

2) **ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์** ซึ่งครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทุกประเภท เพื่อเป็นการขยายฐานรายได้ โดยแต่ละผลิตภัณฑ์จะมีแนวเนื้อหาการนำเสนอ และมุ่งกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน เนื่องจากกลุ่มคนอ่านมีความหลากหลาย ทั้งเพศ วัย ชนชั้นทางสังคม และรายได้ กลุ่มบริษัทจึงมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อสามารถตอบสนองและเข้าถึงลูกค้าแต่ละกลุ่มได้แก่

- หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มุ่งเน้นกลุ่มตลาดในแวดวงนักธุรกิจ นักลงทุน
- หนังสือพิมพ์คมชัดลึก เป็นหนังสือพิมพ์รายวันที่เน้นจุดเด่นในด้านความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ โดยนำเสนอข่าวด้วยความรับผิดชอบต่องานสังคม เหมาะสำหรับผู้คนในครอบครัว
- นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ เป็นนิตยสารข่าวรายสัปดาห์ที่อัดแน่นไปด้วยเนื้อหา และประเด็นข่าวที่น่าสนใจ เหมาะกับการเมือง และแทรกเรื่องเบาๆ วรรณกรรมต่างๆ
- The Nation มุ่งมั่นในการนำเสนอข่าวที่ถูกต้องและหลากหลายในทุกๆด้าน ทั้งเศรษฐกิจ และสถานการณ์บ้านเมือง จึงเหมาะกับประชาชนทั่วไป และชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย

1.2 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย

ด้านช่องทางการจำหน่าย บริษัทฯ มีโครงข่ายการจัดส่งสิ่งพิมพ์สู่ผู้อ่านในเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่แข็งแกร่ง รวมทั้งมีสาขาในเขตภูมิภาคต่างๆ ได้แก่ เชียงใหม่, หาดใหญ่ และขอนแก่น มีระบบการขนส่งหนังสือพิมพ์ไปสู่ทั่วประเทศได้ทุกวันภายในเวลาอันรวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีสายสัมพันธ์ที่ดีเป็นเวลานานกับตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ ซึ่งส่งเสริมให้ช่องทางการจัดจำหน่ายเข้มแข็งขึ้น

1.3 กลยุทธ์ด้านราคา

ด้านโฆษณา

1) กลยุทธ์การขายในรูปแบบของ “ Combined ” จากการที่กลุ่มบริษัทมีสิ่งพิมพ์ที่หลากหลายครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่ม ทั้งสื่อหนังสือพิมพ์รายวันและรายสัปดาห์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวม 5 ฉบับได้แก่ กรุงเทพธุรกิจ, The Nation , คม ชัด ลึก, เนชั่นสุดสัปดาห์และ Nation Junior ดังนั้นจึงเป็นข้อเสนอที่เป็นจุดแข็งสำหรับลูกค้าในการเลือกลงโฆษณา โดยลูกค้าสามารถ

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

2) กลยุทธ์การขายในรูปแบบของ “Total Media Solution” โดยการนำสื่อโฆษณาทุกประเภทในกลุ่มบริษัททั้งสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต Isnap SMS MMS และกิจกรรมพิเศษ มาผสมผสานสร้างคุณค่า (VAS : Value Added Service) ตามความเหมาะสมและความต้องการของลูกค้าในราคาพิเศษและประหยัดกว่าราคาของการโฆษณาแยกสื่อมาก

ด้านการจำหน่ายสิ่งพิมพ์

ในส่วนของลูกค้าหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นประชาชนคนอ่านทั่วไปบริษัทฯ ได้ให้ส่วนลดกับลูกค้าที่ต้องการสมัครสมาชิกรายปีของหนังสือพิมพ์ เช่น ในกรณีสมัครสมาชิกของ “The Nation” จะได้รับส่วนลดร้อยละ 55 , กรุงเทพธุรกิจ ได้รับส่วนลดร้อยละ 25 เป็นต้น

1.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

กลยุทธ์การส่งเสริมการขายของกลุ่มบริษัท แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) การส่งเสริมการขายสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท กลุ่มบริษัทมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี แต่ละผลิตภัณฑ์จะมีการส่งเสริมการขายของตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไปตามกิจกรรม เช่น เพื่อเพิ่มยอดขายไม่ว่าจะเป็นการขายโฆษณา หรือสิ่งพิมพ์ หรือทั้ง 2 ส่วนร่วมกัน หรือมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ากลุ่มต่างๆ หรือเพื่อตอบแทนสินค้าที่ลูกค้าไปซื้อและผู้อ่านและผู้ลงโฆษณา กิจกรรมในปีที่ผ่านมา เช่น คมชัดลึก อวอร์ด, จุดประกายคอนเสิร์ตของกรุงเทพธุรกิจ, Nation Hole in One, คมชัดลึกวิ่งลอยฟ้า มินิมาราธอน, Asia Driving the world, Philip Kotler’s future marketing symposium, คีเบตสองขุนคลัง : สองขั้วความคิดเศรษฐกิจ, คนยังยืนสู่อัจฉริยะยิ่งยืนเกินร้อย เป็นต้น

2) การส่งเสริมการขายในลักษณะผสานสื่อ (Total Media Solution) เนื่องจากกลุ่มบริษัทดำเนินธุรกิจสื่อครบวงจรและเป็นกลุ่มบริษัทที่มีสื่อมากที่สุดในประเทศ จึงสามารถสร้างความได้เปรียบในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ โดยการนำสื่อหลายๆ สื่อมาทำกิจกรรมส่งเสริมการขายพร้อมกัน เช่น งานแทนคุณแผ่นดิน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้รู้จักผลิตภัณฑ์ในเครือของบริษัท รวมทั้งรู้จักบริษัท จุดยืนและความน่าเชื่อถือในฐานะบริษัทสื่ออีกด้วย

2. การขายโฆษณาและช่องทางการจำหน่าย

การขายโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ของกลุ่มบริษัทฯ แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. การโฆษณาให้ลูกค้าโดยตรง (Direct Customers) เป็นการติดต่อโดยตรงระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้า ผู้เป็นเจ้าของสินค้าที่มีความสนใจที่จะลงโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ

2. การจำหน่ายสื่อโฆษณาผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) เป็นการติดต่อระหว่างบริษัทฯ กับบริษัทตัวแทนโฆษณา โดยบริษัทตัวแทนโฆษณาจะเป็นผู้เสนอจัดสรรและวางแผนการใช้สื่อโฆษณาของลูกค้าผู้เป็นเจ้าของสินค้า บริษัทตัวแทนโฆษณาดังกล่าวเป็นบริษัททั่วไปในธุรกิจโฆษณาซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก บริษัทไม่มีการทำสัญญาผูกมัดใดๆ และกับบริษัทใดๆ รวมถึงไม่มีลูกค้ารายใหญ่ที่มีมูลค่ารายการเกินร้อยละ 30 ของรายได้โฆษณาของบริษัท

ตารางแสดงสัดส่วนการจำหน่ายสื่อโฆษณาของบริษัทผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ในปี 2556

ช่องทางการจัดจำหน่ายโฆษณา	สัดส่วนการจำหน่าย (หน่วย : ร้อยละ)
การจัดจำหน่ายโดยตรง (Direct Customer)	48%
การจัดจำหน่ายผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency)	52%
รวม	100%

ช่องทางการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ แบ่งเป็น 2 ช่องทางดังต่อไปนี้

1. การจัดจำหน่ายและการจัดส่งโดยตรงไปยังผู้อ่านในรูปแบบของการขายสมาชิกและ Bulk มีรูปแบบดังต่อไปนี้

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

2. การจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าส่ง-เอเยนต์และการจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าปลีก-แผงร้านค้าย่อยเป็นการจำหน่ายให้แก่ผู้ส่งเพื่อไปขายต่อให้เอเยนต์รายย่อยแผงร้าน 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 2556

สิ่งพิมพ์	สมาชิก : (เอเยนต์+ Bulk)
กรุงเทพธุรกิจ	55 : 45
The Nation	26 : 74
คม ชัด ลึก	9 : 91
รวม	100%

3. ลักษณะของลูกค้า แบ่งเป็นกลุ่มผู้อ่าน และกลุ่มผู้ลงโฆษณา

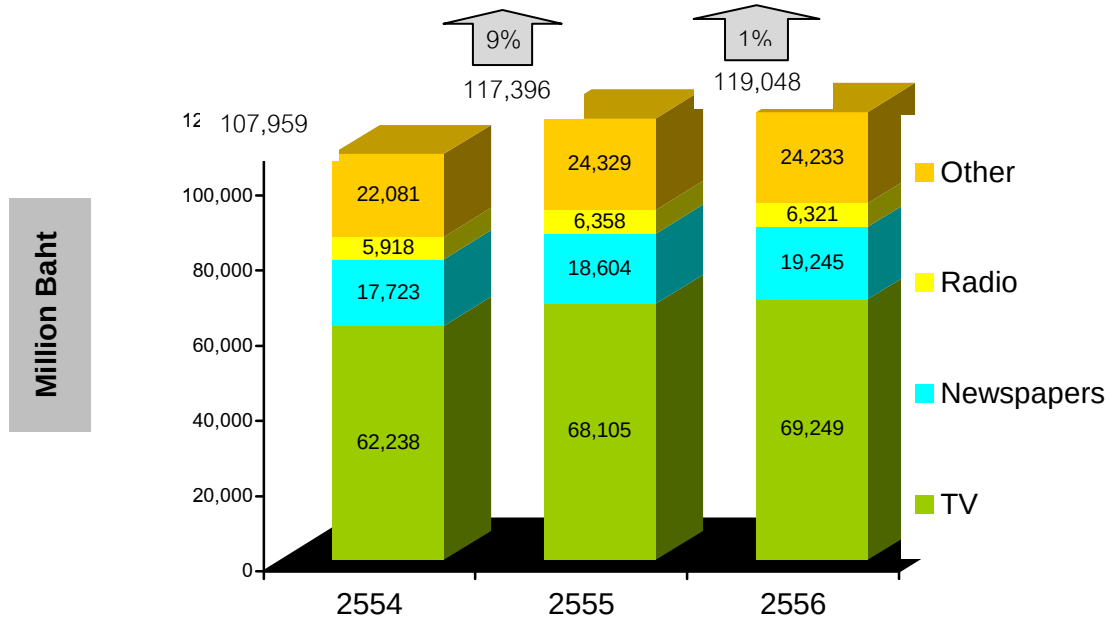
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และกรุงเทพธุรกิจทีวีเป็นลูกค้าระดับกลางถึงระดับสูงที่มีความสนใจในข่าวสาร ซึ่งส่วนใหญ่มีพื้นฐานการศึกษาในระดับอุดมศึกษาขึ้นไป นักธุรกิจ ข้าราชการระดับสูง โดยลูกค้าส่วนใหญ่บอกรับเป็นสมาชิกรายปี กลุ่มผู้ลงโฆษณาส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสินค้าบริการที่มีราคาขายระดับกลางถึงระดับสูง เช่น ธุรกิจการเงินการธนาคาร รถยนต์ อสังหาริมทรัพย์ บ้านจัดสรร ธุรกิจการสื่อสาร โทรคมนาคม เป็นต้น
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของหนังสือพิมพ์คมชัดลึก และ นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ ครอบคลุมลูกค้าทุกระดับที่มีพฤติกรรมบริโภคข่าวสารทั่วไป และมีความเชื่อถือในข้อมูลข่าวสาร เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีระบบการเข้าถึงผู้อ่านโดยการจำหน่ายผ่านเอเยนต์ แผงร้านค้าทั่วประเทศ รวมทั้งมีการขายสมาชิกรายปี กลุ่มผู้ลงโฆษณา จะเป็นสินค้าอุปโภค บริโภค หรือสินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นประชาชนทั่วไป เช่น ธุรกิจค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า รถยนต์กระบะ รถจักรยานยนต์ อุปกรณ์สำนักงาน ไอที เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น เป็นลูกค้าระดับกลางถึงระดับสูง ได้แก่ นักธุรกิจ ผู้ประกอบการ ตลอดจนนักธุรกิจชาวต่างประเทศ และกลุ่มผู้อ่านที่เป็นนักท่องเที่ยว และกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการข่าวสาร โดยลูกค้าส่วนใหญ่บอกรับเป็นสมาชิกรายปี ทั้งมีช่องทางการขายผ่านสายการบิน โรงแรม และย่านธุรกิจท่องเที่ยว กลุ่มลูกค้าโฆษณา เป็นสินค้าคุณภาพดี ราคาสูง เป็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะเจาะจง เช่น ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจขายอสังหาริมทรัพย์ รถยนต์ หรือ สินค้าและบริการ Brand Name ต่างๆ เป็นต้น

4. ภาวะการแข่งขัน

ภาวะการแข่งขันโดยรวม

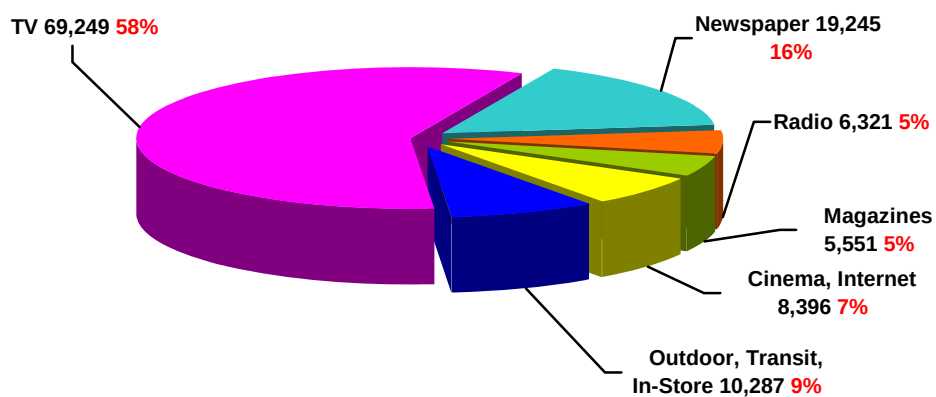
ปี 2556 มีค่าใช้จ่ายของการโฆษณาทั้งระบบเท่ากับ 119,048 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1% หรือ 1,652 ล้านบาท จากปี 2555 ที่มีมูลค่าเท่ากับ 117,396 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาทั้งระบบ และอัตราการเติบโตภายในระยะเวลา 3 ปี สำหรับปี 2554 –ปี 2556



ที่มา : นีลสัน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย)

ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาแยกตามสื่อในปี 2556 มูลค่า 119,048 ล้านบาท



หมายเหตุ รายละเอียดที่มาของ Ad Spending (excluding House Ads) มีดังนี้

- TV : เฉพาะฟรีทีวี
- Newspapers : ไม่รวม นสพ. ท้องถิ่น
- Magazines : 80% ของทั้งหมด
- Internet : 30 เว็บไซต์ , Homepage Only

จากข้อมูลของนิลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) พบว่าอุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2556 มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 119,048 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 1% เป็นการเติบโตในอัตราที่ไม่สูงนัก เนื่องจากได้รับผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจและการลดงบประมาณ

ประมาณของเจ้าของสินค้ารายใหญ่ และปัจจัยหนุนหนุนทางการเมืองในช่วงปลายปี โดยสื่อสิ่งพิมพ์มีมูลค่าโฆษณาในปี 2556 เท่ากับ 19,245 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 16 ของค่าใช้จ่ายโฆษณาทั้งหมด โดยเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับสองรองจากสื่อโทรทัศน์ เมื่อเทียบกับปี 2555 มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 3%

โดยภาพรวมธุรกิจหลักของบริษัทฯ ในปี 2556 คือ สื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งบริษัทฯ ได้พยายามขยายตลาดผู้อ่านควบคู่ไปกับการขยายตลาดโฆษณา โดยเน้นกลยุทธ์ Total Media Solution โดยเสนอขายสื่อทุกประเภทในกลุ่มบริษัททั้งสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต SMS/MMS กิจกรรมพิเศษต่างๆ และสื่อนิวมีเดีย เช่น เว็บไซต์ โทรศัพท์ สมาร์ทโฟน ไอแพด และสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ สื่อเหล่านี้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกันไปตามประเภทของสื่อ และคุ้มค่างบประมาณของลูกค้าที่มีอยู่

ภาพรวมในปี 2556 ภาพเศรษฐกิจไทยขยายตัวชะลอลง ตามการบริโภคภาคเอกชนที่ชะลอตัวหลังจากที่เร่งใช้จ่ายไปมากในปีก่อน ประกอบกับผู้ประกอบการบางส่วนชะลอการลงทุนออกไปเพื่อประเมินสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและการเมือง ส่งผลให้การใช้จ่ายด้านสื่อโฆษณาปรับเพิ่มขึ้นไม่มากนัก และปัจจัยที่ส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรมสามารถขยายตัวต่อไปได้ คือ การจ้างงานยังมียู่มาก และรายได้ประชาชนโดยรวมยังอยู่ในเกณฑ์ดี รวมทั้งนโยบายการเงินยังเอื้อต่อการเติบโตและเงินเฟ้อยังไม่น่าห่วง จึงเป็นแรงผลักดันให้เศรษฐกิจขยายตัวได้ในปี 2556

ภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณาปี 2557 ปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนดการเติบโตของธุรกิจโฆษณาได้แก่ ความสามารถในการรักษาระดับการเติบโตทางเศรษฐกิจ รวมถึงในช่วงปีปลายปี 2556 ถึงต้นปี 2557 นี้ จะเริ่มมีการเปลี่ยนผ่านจากทีวีอะนาล็อกไปสู่ยุคทีวีดิจิทัล ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์อีกครั้ง โดยการเข้าสู่ยุคทีวีดิจิทัลซึ่งมีจำนวนช่องสัญญาณที่มากขึ้นในอนาคตนี้ เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ขายโฆษณามีโอกาสได้เข้ามาในตลาดจำนวนมากขึ้นกว่าเดิม รวมถึงผู้ประกอบการซึ่งอยู่ในฐานะผู้ซื้อโฆษณา มีทางเลือกในการใช้ช่องโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มากขึ้นกว่าเดิมด้วย จึงส่งผลให้ค่าโฆษณามีราคาถูกลง เมื่อเปรียบเทียบกับค่าโฆษณาทางฟรีทีวีในปัจจุบันที่อยู่ในระดับสูงมาก

ขณะที่ปัจจัยลบที่ควรจับตามอง คือ ปัญหาทางการเมือง เสถียรภาพในการจัดตั้งรัฐบาลในประเทศ ซึ่งหากยืดเยื้อและรุนแรง จะส่งผลกระทบต่อการขยายตัวเศรษฐกิจไทย จึงอาจทำให้ผู้ประกอบการพิจารณาลดต้นทุนของสินค้าต่างๆ โดยมุ่งมาที่การตัดงบประมาณ ซึ่งถือว่าเป็นต้นทุนที่ลดลงที่สุด

สำหรับปี 2557 (ข้อมูลจาก : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย) คาดว่าเศรษฐกิจไทยจะขยายตัวที่ร้อยละ 2.6% - 3.7% จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก และโครงการลงทุนขนาดใหญ่ภาครัฐจะเริ่มดำเนินการได้ แต่ยังคงต้องระวังปัจจัยที่อาจเพิ่มความเสี่ยงให้กับเศรษฐกิจไทยในปี 2557 ได้แก่ ปัญหาการเมือง และความขัดแย้งทางสังคม และความชัดเจนของเม็ดเงินในส่วนของการลงทุนภาครัฐ รวมถึงแรงกดดันของต้นทุนการผลิต

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม โดยพิจารณาตามประเภทสายธุรกิจดังนี้

สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจ ภาษาไทย	หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวัน : กรุงเทพธุรกิจ ถือเป็นผู้นำของกลุ่มหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวันโดยมีส่วนแบ่งตลาดด้านพื้นที่โฆษณา (คอลัมน์นี้) ประมาณร้อยละ 64 อย่างไรก็ตามในตลาดยังมีหนังสือพิมพ์ประเภทเดียวกันคือ Post Today โดยมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 29 และASTV ผู้จัดการรายวันเดลิ่ ประมาณร้อยละ 7
---	--

สายธุรกิจด้านข่าวการบ้าน การเมืองทั่วไปภาษาไทย	หนังสือพิมพ์รายวันทั่วไป : คมชัดลึก คมชัดลึกมีส่วนแบ่งการตลาดทางด้านพื้นที่โฆษณาประมาณร้อยละ 16 ในขณะที่ไทยรัฐ เดลินิวส์ มีส่วนแบ่งการตลาดด้านพื้นที่โฆษณาประมาณร้อยละ 54 และ 18 ตามลำดับ
สายธุรกิจด้านข่าว ภาษาอังกฤษ	หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ : The Nation มีคู่แข่งเพียงฉบับเดียวคือ Bangkok Post โดยผู้อ่านหนังสือพิมพ์กลุ่มนี้ค่อนข้างคงที่และจำกัด โดยส่วนใหญ่เป็นสมาชิกประจำ ปัจจุบัน The Nation มีส่วนแบ่งการตลาดด้านพื้นที่โฆษณา (คอลัมน์นี้) ประมาณ ร้อยละ 35 และ Bangkok Post ประมาณ ร้อยละ 65

การผลิตหรือการจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

1. การผลิตหนังสือพิมพ์

	2554	2555	2556
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
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

อย่างไรก็ตามวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตหนังสือพิมพ์ คือกระดาษหนังสือพิมพ์ (Newsprint) มีสัดส่วนประมาณ 82% ของมูลค่าวัตถุดิบรวม ซึ่งบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบดังกล่าวเอง ปัจจุบันบริษัทฯ สามารถสั่งซื้อได้ทั้งภายในประเทศ และนำเข้าจากต่างประเทศ โดยไม่มีข้อผูกพันกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะ แต่จะพิจารณาตามราคาขายของแต่ละรายเสนอมา เพื่อให้ได้วัตถุดิบในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพที่ต้องการ

สภาพปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ (Newsprint)

จากข้อมูลในอดีตพบว่าราคากระดาษหนังสือพิมพ์จะมีการเปลี่ยนแปลงระดับราคาขึ้นลงไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับราคาเยื่อกระดาษ และปัจจัยที่มีผลได้แก่ราคาน้ำมัน โดยกระดาษหนังสือพิมพ์เป็นสินค้าประเภท Commodity ซึ่งมีราคาตลาดโลกอ้างอิงทำให้สามารถเปรียบเทียบราคาจากผู้จำหน่ายแต่ละรายได้ ภาวะการผลิต การนำเข้า กระดาษและสิ่งพิมพ์ ในปี 2556 จะลดตัวตามวัฏจักรเศรษฐกิจ สำหรับการส่งออกเยื่อกระดาษและสิ่งพิมพ์ รวมทั้งการนำเข้าเยื่อกระดาษ มีแนวโน้มขยายตัวแม้ว่าจะมีการใช้สื่อดิจิทัลอย่างกว้างขวาง แต่กระดาษยังคงเป็นที่ต้องการใช้ในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีการวิจัยพัฒนานวัตกรรมและการออกแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ สำหรับการนำเข้ากระดาษที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศจีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา

แนวโน้มของอุตสาหกรรมกระดาษและสิ่งพิมพ์ ในปี 2557 คาดว่าการผลิตกระดาษโดยรวมจะเพิ่มขึ้น จากที่กรุงเทพฯ เป็นเมืองหนังสือโลก การจัดการประชุมผู้จัดพิมพ์นานาชาติ IPA Congress 2014 ที่ประเทศไทย จะเป็นสิ่งกระตุ้นทางหนึ่งให้ตลาดมีการตื่นตัวทางด้านผู้ผลิต คือ สำนักพิมพ์ ผู้จัดจำหน่าย ร้านหนังสือ การจัดสรรงบประมาณของภาครัฐในการสั่งซื้อหนังสือเข้าห้องสมุด การลดหย่อนภาษีสำหรับการบริจาค รวมถึงจากสถานการณ์การเมืองที่ยังคงร้อนแรง ทำให้สื่อหนังสือพิมพ์

ได้รับความสนใจจากผู้อ่าน และผู้ลงโฆษณา อีกทั้งการแข่งขันฟุตบอลโลก 2014 ช่วงกลางปี จะมีการจัดแคมเปญการตลาดผ่านสื่อหนังสือพิมพ์จำนวนมาก

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

ทั้งนี้เพื่อเป็นการสำรองวัตถุดิบในการผลิต บริษัทฯ ได้ซื้อวัตถุดิบทั้งในประเทศและต่างประเทศ และเพื่อเป็นการถ่วงดุลอำนาจการต่อรองของผู้ผลิตวัตถุดิบแต่ละราย โดยส่วนใหญ่บริษัทฯ จะสั่งซื้อเป็นการล่วงหน้าประมาณ 3-4 เดือน ยกเว้นกรณีที่สามารถพยากรณ์ได้ว่าแนวโน้มราคาจะสูงขึ้นบริษัทฯ จะสำรองสั่งซื้อกระดาษเพิ่มขึ้นเพื่อลดผลกระทบด้านราคา

สำหรับต้นทุนกระดาษที่นำเข้าเป็นเงินตราต่างประเทศ บริษัทฯ ได้มีนโยบายป้องกันความเสี่ยงโดยการทำ Forward Contract ไว้ล่วงหน้าตามแผนการสั่งซื้อในแต่ละปี ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ หมึกพิมพ์ เพลท ฟิล์ม และน้ำยาต่างๆ ซึ่งมีสัดส่วนรวมประมาณ 18% ของมูลค่ารวมของวัตถุดิบ ในปี 2556 บริษัทฯ ได้สั่งซื้อจากบริษัทตัวแทนในประเทศทั้งหมดเพราะมีผู้ขายเป็นจำนวนมาก

2. การผลิตข่าว (Content)

ทรัพยากรที่สำคัญสำหรับการผลิตหนังสือพิมพ์คือ เนื้อหาข่าว (Contents) ซึ่งการได้มาซึ่งเนื้อหาข่าวนั้นจะต้องประกอบด้วยขั้นตอนการผลิตข่าวที่เป็นระบบและการทำงานเป็นทีมของกองบรรณาธิการข่าว รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรในการจัดทำ และนำเสนอข่าวซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการทำสื่อ ดังนั้นเพื่อให้ขั้นตอนการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ และรองรับการเปลี่ยนแปลงทิศทางการทำงานในอุตสาหกรรมสื่อตามกระแสเทคโนโลยีได้อย่างรวดเร็ว ทำให้กลุ่มบริษัทฯ ได้พัฒนา Content ไปสู่รูปแบบ Multi Channel Multi Platform เพื่อให้ตอบโจทย์การบริโภคข่าวสารที่หลากหลายช่องทางในปัจจุบัน ด้วยการพัฒนารูปแบบการสร้างสรรค์เนื้อหาข่าวที่เรียกว่า “Convergence Newsroom” คอนเวอร์เจนซ์ นิวส์รูม อีกทั้งยังใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วยในการทำงานให้สะดวกรวดเร็วลดต้นทุนการผลิต รวมทั้งอบรมพัฒนาบุคลากรข่าวอย่างต่อเนื่อง โดยให้มีทักษะทำข่าวแบบ “มัลติแพลตฟอร์ม” และสามารถทำงานเป็นทีมทดแทนกันได้ ปัจจุบันบุคลากรในกองบรรณาธิการของ The Nation กรุงเทพมหานคร, กทม จัด ลีกรประกอบด้วยผู้สื่อข่าว ผู้เขียนข่าว บรรณาธิการข่าว Sub-Editor รวมทั้งหมด 556 คน และมีส่วนงานศูนย์กลางที่มีทั้ง ฝ่ายข่าว ทำหน้าที่เป็นตัวแทนทำข่าว โดยข้อมูลข่าวที่ได้จะเก็บไว้ในถึงข่าว IES (Integrated Editorial System) ซึ่งเมื่อแต่ละทีมกองบรรณาธิการต้องการข้อมูลในการทำข่าว ก็สามารถมาดูได้จากถึงข่าว IES จึงเป็นการใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

2.2.4 สายธุรกิจเอ็ดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศ ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE)

1. ธุรกิจสำนักพิมพ์

1.1 สิ่งพิมพ์สำหรับเด็ก

1.1.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิต นำเข้าและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กเพื่อการศึกษา บันเทิง และการเสริมทักษะ ผ่าน NED และ NEE ในนามสำนักพิมพ์ “เนชั่นเอ็ดดูเทนเมนท์” และ “เนชั่นเอ็กมอนท์” โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

ก) สิ่งพิมพ์สำหรับเด็กจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย

NED ได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ผลิตสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี ประเทศไทย และประเทศในทวีปเอเชีย โดยได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ชั้นนำ อาทิ Shueisha, Shogakukan, Kodansha,

Kadokawa Shoten และ Futabasha เป็นต้น จนถึงปี 2556 NED ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 550 เรื่อง หรือมากกว่า 4,500 ปก ซึ่งดำเนินการในรูปแบบดังต่อไปนี้

- 1) **นิตยสารการ์ตูนภายใต้ชื่อ “Boom”** ซึ่งกลุ่มบริษัท เป็นเจ้าของหัวหนังสือ เป็นนิตยสารรายสัปดาห์ที่รวบรวมการ์ตูนญี่ปุ่นยอดนิยมหลากหลายเรื่องจากนิตยสารการ์ตูนรายสัปดาห์อันดับหนึ่งของญี่ปุ่นคือ “Shonen Jump” และการ์ตูนไทยไว้ในเล่มเดียวกัน
- 2) **หนังสือการ์ตูน (Comic Collection)** หมายถึงหนังสือการ์ตูนรวมเล่มและหนังสือการ์ตูนในรูปแบบพิเศษ (Limited Edition) ซึ่งได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางทั้งจากประเทศญี่ปุ่น และประเทศอื่นๆ ในเอเชียรวมทั้งประเทศไทย ส่วนใหญ่ของหนังสือการ์ตูนในกลุ่มนี้เป็นการรวมเล่มจากการ์ตูนที่ลงเป็นตอนๆ ในนิตยสารการ์ตูน “Boom” อาทิ “นารูโตะ นินจาจากอาโอโอะโฮะ” “Hunter x Hunter” “เทพมรณะ Bleach” “Jo Jo ล่าข้ามศตวรรษ” “นุระ หลานจอมกูด” “Sket Dance” “Bakuman” “Enigma” “Blue Exorcist” การ์ตูนไทย อาทิ “มิดท์ 13” “อภิมหาซึก้า” เป็นต้น และล่าสุด บริษัทได้รับลิขสิทธิ์การ์ตูนเรื่องใหม่ ชื่อ Kuroko No Basket ที่มียอดขายรวมทุกเล่มมากกว่า 24 ล้านเล่มที่ประเทศญี่ปุ่น จากบริษัท Shueisha (ที่มา: Oricon)
- 3) **หนังสือการ์ตูนเรื่องอื่นๆ ที่ไม่ได้มาจากนิตยสารการ์ตูน “Boom”** อาทิ หนังสือชุด “โคราเอมอน” “รวมผลงานการ์ตูนของ Fujiko F. Fujio ผู้เขียน โคราเอมอน” “เกรียนชินจัง” “Monster ฉบับ Deluxe” “Pokemon” เป็นต้น
- 4) **คอมมิกส์ เอซเซ (Comics Essay)** เป็นหนังสือที่มีร้อยแก้วผสมผสานกับลายเส้นการ์ตูน มีเนื้อหาสนุกสนานและให้แง่คิดที่น่าสนใจ อาทิ “ชีวิต 150 cm.” “ชีวิตคนโตโตโตม่อนฮา” “ชีวิตหญิงเดี่ยว” เป็นต้น
- 5) **หนังสือการ์ตูนความรู้ (Edutainment Comics)** เป็นการ์ตูนสาระบันเทิง แบ่งเป็นช่องทำนองเดียวกับการ์ตูนญี่ปุ่น มีการแทรกความรู้ต่างๆ และคำอธิบายเชิงวิชาการ ผ่านการเล่าเรื่องที่สนุกสนาน มีทั้งแบบสีเดียวและภาพสี่สี จากสำนักพิมพ์ชั้นนำของเกาหลี อาทิ “อัลเบิร์ต ไอน์สไตน์ฉบับการ์ตูน” “คู่มือไดโนเสาร์ฆ่าาสูดชั่วชุดทองโลก” และการ์ตูนที่ได้รับลิขสิทธิ์จากบริษัทของคนไทย เช่น “เบิร์ตแลนด์ แดนมหัศจรรย์ ชุดตามรอยพระราชา” เป็นต้น
- 6) **หนังสือนิทานภาพ (Story Book)** เป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก ประกอบไปด้วยภาพโดยมีเรื่องราวที่จะสอดแทรกปรัชญาสำหรับเด็ก พร้อมทั้งให้ความบันเทิง อาทิ “เซลล์ดอน” จากประเทศไทย “แกะน้อยสุดกวนกับหมาป่าจอมป่วน” จากประเทศจีน “Canimals” จากประเทศเกาหลี เป็นต้น
- 7) **หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ (Activity Book)** เป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก ประกอบด้วยรูปภาพเป็นส่วนใหญ่ พร้อมความรู้และความบันเทิง ผ่านกิจกรรมต่างๆ อาทิ การระบายสี การวาดรูปต่างๆ การลากเส้น เกมทดสอบความจำ สี ตัวเลข หรือคำศัพท์ต่างๆ โดยใช้ตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงที่เด็กชื่นชอบ อาทิ กิจกรรมหนังสือกิจกรรมพัฒนาทักษะชุด “เซลล์ดอน” และ “เบิร์ตแลนด์ แดนมหัศจรรย์” จากประเทศไทย “แกะน้อยสุดกวนกับหมาป่าจอมป่วน” จากประเทศจีน เป็นต้น
- 8) **หนังสือสาระความรู้สำหรับเด็ก** เป็นหนังสือที่ให้ความรู้ในเรื่องต่างๆ ที่เข้าใจง่าย มีรูปภาพประกอบและวิธีการเล่าที่ดึงดูดความสนใจของเด็ก ขณะเดียวกันก็สอดแทรกความรู้เฉพาะด้านควบคู่ไปด้วย ซึ่งอาจนำไปใช้เป็นหนังสืออ่านนอกเวลา เช่น “100 เรื่องควรรู้สู่ประชาคมอาเซียน” เป็นต้น

ข) สิ่งพิมพ์สำหรับเด็กจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย

NEE ได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ผลิต นำเข้า และจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กที่ได้รับลิขสิทธิ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์และสำนักพิมพ์ชั้นนำจากกลุ่มประเทศแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย อาทิ Walt Disney, Warner Bros., Simon & Schusters, Nickelodeon ประเทศสหรัฐอเมริกา Hit Entertainment, Chorion, Scholastic UK, Egmont UK, Dorling Kindersley ประเทศอังกฤษ, VGS ในเครือของ EGMONT, Verlagsgesellschaften ประเทศเยอรมนี, Larousse ประเทศฝรั่งเศส, Casterman ประเทศเบลเยียม, Paramon ประเทศสเปน และ Blake Education เป็นต้น โดยส่วนใหญ่ผลิตเป็น 2 ภาษา ซึ่งมีทั้งภาษาไทยและ

ภาษาอังกฤษในเล่มเดียวกัน จนถึงปี 2556 NEE ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย ทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 1000 ปก ซึ่งดำเนินการในรูปแบบดังต่อไปนี้

- 1) **นิตยสารสำหรับเด็กชื่อ “Disney & Me”** เป็นนิตยสารรายเดือนสำหรับเด็กอายุ 5-8 ปี ลิขสิทธิ์จาก Disney ซึ่งให้ความรู้พร้อมความบันเทิงโดยการรวมนิทานภาพและกิจกรรมเสริมทักษะไว้ในเล่มเดียวกัน เช่น การระบายสีรูปภาพ ลากเส้น เกมทดสอบความจำ สี ตัวเลข นอกจากนี้ยังได้สอดแทรกความรู้ด้านภาษาอังกฤษ เช่น abc หรือคำศัพท์ง่ายๆ ฯลฯ นิตยสารฉบับนี้จัดพิมพ์เป็นสองภาษา (ไทย-อังกฤษ) เพื่อช่วยให้ผู้ปกครองเลือกซื้อให้แก่บุตรหลาน และให้ครูพิจารณาใช้เป็นหนังสือเสริมหลักสูตรในโรงเรียน
- 2) **หนังสือนิทานภาพ (Story-telling book)** ซึ่งได้คัดสรรจากนิทานที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางจากทั้งในและต่างประเทศ อาทิ นิทานจากภาพยนตร์ “Frozen ผจญภัยแดนคำสาปราชินีหิมะ” “หนังสือรวมนิทานคลาสสิกของดิสนีย์ ฉบับปกแข็ง” “เจ้าหญิงแปดไมล์” รวมทั้งนิทานชุด “Mickey & Friends” “Disney Princess” “Winnie the Pooh” ของ Disney “Scooby-Doo” ของ Warner Bros. “Thomas & Friends” ของ Hit Entertainment “Dora the Explorer” และ “SpongeBob” ของ Nickelodeon เป็นต้น นอกจากนี้ NEE ยังได้พัฒนาหนังสือนิทานประกอบกับซีดีอ่านออกเสียงทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Read Along) ได้แก่ ชุด “Disney Princess” และ “Disney Pixar” อีกด้วย
- 3) **หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ (Activity Book)** เป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก ประกอบด้วยรูปภาพเป็นส่วนใหญ่ พร้อมความรู้และความบันเทิง ผ่านกิจกรรมต่างๆ อาทิ การระบายสี การวาดรูป การลากเส้น เกมทดสอบความจำ สี ตัวเลข หรือคำศัพท์ง่ายๆ ฯลฯ จัดพิมพ์เป็นสองภาษา (ไทย-อังกฤษ) ส่วนใหญ่มีเนื้อหาเกี่ยวกับตัวการ์ตูนที่เป็นที่นิยมระดับนานาชาติ ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ในประเภทนี้ได้แก่ หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะชุด “Mickey & Friends” “Disney Princess” “Frozen ผจญภัยแดนคำสาปราชินีหิมะ” ของ Disney, หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะชุด “SpongeBob” และ “Dora the Explorer” ของ Nickelodeon, “Batman” ของ Warner Bros. เป็นต้น
- 4) **หนังสือวรรณกรรมการ์ตูน** เป็นหนังสือที่มีการเล่าด้วยภาพแบ่งเป็นช่องๆ มีการวางภาพคล้ายการ์ตูนญี่ปุ่น แต่เนื้อหาส่วนใหญ่มาจากวรรณกรรมที่โด่งดังสมัยก่อน มีทั้งแบบพิมพ์สี่สีและสีเทา อาทิ “ชุด Manga Shakespeare” เป็นต้น
- 5) **หนังสือสารานุกรมสำหรับเยาวชน** เป็นหนังสือที่เน้นให้ความรู้เชิงวิชาการในหัวข้อต่างๆ และมีรูปภาพประกอบเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของเด็กและเยาวชน สามารถนำไปใช้เป็นหนังสืออ้างอิงหรือสื่อประกอบการเรียนการสอน เพื่อเสริมสร้างความรู้ ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ในประเภทนี้ได้แก่ สารานุกรมชุด “เทคโนโลยีพลิกโลก” ของ Dorling Kindersley เป็นต้น
- 6) **หนังสือคู่มือข้อสอบสำหรับเยาวชน** เป็นหนังสือคู่มือแนวข้อสอบวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์อัจฉริยะ ของโครงการพัฒนาอัจฉริยภาพทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ โดยร่วมกับสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงศึกษาธิการ เหมาะสำหรับนักเรียน ครู และผู้สนใจทั่วไป

1.1.2 ลูก้ากลุ่มเป้าหมาย

ลูก้ากลุ่มเป้าหมายแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

- กลุ่มเด็กเล็ก (5-8 ปี)
- กลุ่มก่อนวัยรุ่น (9-12 ปี) และวัยรุ่น (13-18 ปี)

โดยหนังสือของกลุ่มบริษัทฯ นั้น มีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของลูก้ากลุ่มเป้าหมายในพิสัยที่ต่างกันดังนี้

- หนังสือการ์ตูนและนิตยสารการ์ตูน มีกลุ่มลูก้าเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น และอาจรวมไปถึงผู้ใหญ่ที่มีความชื่นชอบในการอ่านหนังสือการ์ตูน เนื่องจากเป็นความบันเทิงรูปแบบหนึ่งที่มีต้นทุนต่ำ

- นิทาน/ หนังสือภาพ/ หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ มีกลุ่มลูกคำเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มเด็กเล็ก
- วรรณกรรมเยาวชนมีลักษณะเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ จึงมีกลุ่มลูกคำเป้าหมายครอบคลุมกลุ่มเด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น
- หนังสือสาระความรู้มีความละเอียดของเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ ครอบคลุมลูกคำเป้าหมายตั้งแต่กลุ่มเด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น
- หนังสือสารานุกรม มีความละเอียดของเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ ครอบคลุมกลุ่มลูกคำเด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น
- หนังสือคู่มือข้อสอบสำหรับเยาวชน กลุ่มลูกคำเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มเด็กชั้นประถมศึกษา

1.1.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

- ก) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย
- การจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชียนั้น NED ซึ่งเป็นผู้ผลิตจะขายสิ่งพิมพ์ที่ผลิตทั้งหมดให้แก่ NEE ซึ่งเป็นการขายบนเงื่อนไขไม่มีการรับคืน เพื่อให้ NEE นำไปจำหน่ายต่อไปให้กับเอเจนต์ที่จัดจำหน่ายการ์ตูน และผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ที่มีร้านหนังสือหลายสาขา ซึ่งเป็นการขายที่อาจมีการรับคืนได้ในภายหลัง โดยเอเจนต์เหล่านี้จะกระจายสินค้าต่อไปยังร้านหนังสือค้าปลีกรายย่อยซึ่งจะจำหน่ายต่อไปแก่ผู้อ่านอีกทอดหนึ่ง และ NEE ยังมีการจัดจำหน่ายโดยตรงแก่ผู้อ่านผ่านระบบสมาชิก
- ในปี 2556 NEE จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชียส่วนใหญ่ผ่านเอเจนต์การ์ตูน รองลงมาได้แก่ ร้านหนังสือ ร้านค้าโมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ และ ร้านค้าที่ไม่ได้จำหน่ายหนังสือเป็นหลัก และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ ได้แก่ จำหน่ายตรงผ่านบูธ งาน event ตามลำดับ รวมจัดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 9,500 จุด (ที่มา: บริษัทฯ)
- ข) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย
- NEE จะทำการจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลียซึ่งตนเป็นผู้ผลิตผ่านผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ที่มีร้านหนังสือหลายสาขา และร้านค้าโมเดิร์นเทรด ซึ่งมีเงื่อนไขการขายที่อาจมีการรับคืนได้ในภายหลัง โดยร้านค้าเหล่านี้จะจำหน่ายต่อไปแก่ผู้อ่านอีกทอดหนึ่ง นอกจากนั้น NEE ยังมีการจัดจำหน่ายโดยตรงแก่สถาบันการศึกษา และผู้อ่านผ่านระบบสมาชิกด้วย
- ในปี 2556 NEE จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย ส่วนใหญ่ผ่านร้านหนังสือ รองลงมาได้แก่ ร้านค้าโมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ และ ร้านค้าที่ไม่ได้จำหน่ายหนังสือเป็นหลัก นอกจากนั้น มีการจำหน่ายตรงผ่านบูธ โรงเรียน และองค์กรต่างๆ และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ รวมจัดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 11,500 จุด (ที่มา: บริษัทฯ 9,500 ร้านค้า / 2,000 โรงเรียน)

1.1.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) คัดเลือก สร้างสรรค์ พัฒนาสื่อที่มีคุณภาพ
- บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนที่มีคุณภาพ ความเหมาะสม และตอบสนองความต้องการของกลุ่มเด็กและเยาวชน รวมทั้งส่งเสริมความรู้ด้านต่างๆ โดยเฉพาะความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ซึ่งสิ่งพิมพ์หลายประเภทของกลุ่มบริษัทฯ มีภาษาไทยควบคู่กับภาษาอังกฤษ
- 2) คัดเลือก สร้างสรรค์ สิ่งพิมพ์ที่ทันสมัยและได้รับความนิยมระดับนานาชาติ
- กลุ่มบริษัทฯ จะใช้ข้อได้เปรียบสำนักพิมพ์อื่นๆ จากการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ในการพิจารณาคัดเลือกสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมสูงจากต่างประเทศ และมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมในประเทศมาทำการผลิต และจัดจำหน่ายได้ตามเป้าหมาย

- 3) พัฒนาสิ่งพิมพ์ที่สอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอย่างรวดเร็ว
กลุ่มบริษัทฯ มีการติดตามผลตอบรับของการ์ตูนเรื่องต่างๆ ที่ลงในนิตยสาร Boom ของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อคัดเลือกเรื่องที่ได้รับความนิยมสูง มาจัดพิมพ์รวมเล่มออกวางจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านและเพิ่มรายได้จากการ์ตูนเรื่องดังกล่าว
นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับสำนักพิมพ์อื่นๆ ในตลาดได้ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อหนังสือ เช่น จัดจำหน่ายหนังสือเป็นชุดในราคาพิเศษ หรือให้ส่วนลดพิเศษพร้อมของสมนาคุณ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ไม่มีนโยบายทำการตลาดด้วยราคาต่ำกว่าคู่แข่ง (Price War)
- 4) สร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อการมีส่วนร่วมของลูกค้ และกิจกรรมเพื่อสังคม
กลุ่มบริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้ได้รู้จักและมีส่วนร่วมได้แก่ กิจกรรมเปิดตัวหนังสือ กิจกรรมเสวนานักเขียน กิจกรรมแต่งตัวเลียนแบบตัวการ์ตูน (cos' play) กิจกรรมแนะนำหนังสือและลุ้นรางวัลทางสื่อสังคมออนไลน์อิเล็กทรอนิกส์ และอื่นๆ
- 5) พัฒนานักเขียนไทยให้มีคุณภาพ และก้าวสู่ระดับสากล
กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสร้างนักเขียนการ์ตูนไทยหน้าใหม่ เห็นได้จากการจัดประกวดนักเขียนการ์ตูนไทยมาตลอดระยะเวลากว่า 10 ปี การจัดสัมมนาหรือ workshop แก่เด็กและเยาวชนผู้สนใจ การพิจารณาตีพิมพ์การ์ตูนจากนักเขียนการ์ตูนไทยในนิตยสารรายสัปดาห์ “Boom” และหนังสือเล่มอย่างต่อเนื่องตั้งแต่จัดตั้งบริษัทฯ
- 6) พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม
กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการกระจายสื่อที่ทันสมัยแล้วว่ามีคุณภาพและมีเนื้อหาเหมาะสมไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ได้แก่ การให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งช่องทางดั้งเดิม ในด้านระบบงาน การพัฒนาความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า และการควบคุมติดตาม เพื่อเปิดโอกาสในการจำหน่ายให้ครอบคลุมหนังสือทุกกลุ่ม ทุกเพศวัย ในทุกช่องทางให้มากที่สุด รวมถึงการเปิดโอกาสการขายผ่านสื่อใหม่ อาทิ โซเชียลเน็ตเวิร์ก สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังเน้นการเข้าถึงเด็กและเยาวชนเป็นพิเศษผ่านการขายตรงเพื่อเข้าถึงผู้ปกครองของเด็กและเยาวชน รวมถึงการขายตรงเข้าสู่โรงเรียน โดยผ่านทางห้องสมุดหรือ คุรุบรรณารักษ์ ครูที่ปรึกษา เพื่อเสนอทางเลือกในการใช้ประกอบการเรียนการสอน หรือมีไว้ให้นักเรียนค้นคว้าประจำห้องสมุดอีกทางหนึ่งด้วย

1.2 หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์

1.2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์ของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 หมวดหลักดังนี้

(1) หมวดบริหารและการจัดการ (Business and Management)

หนังสือในกลุ่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการบริหารและการจัดการในหัวข้อต่างๆ รวมถึงเศรษฐศาสตร์ การเงิน การลงทุน การบัญชี การตลาด ภาษี และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การจัดการเชิงกลยุทธ์ และกรณีศึกษาทางธุรกิจ ตัวอย่างหนังสือที่ได้รับความนิยมสูงในกลุ่มนี้ เช่น “สตีฟ จ๊อบส์ (Steve Jobs)” โดย Walter Isaacson ที่มียอดขายสูงต่อเนื่องมาจากการตีพิมพ์ปี 2554, “คิดแบบอัจฉริยะ มาร์ก ซักเกอร์เบิร์ก” โดย Ekaterina Walter, “ไอน์สไตน์ ชีวิตประวัติและจักรวาล” โดย Walter Isaacson, “เจาะจุดแข็ง” พิมพ์ครั้งที่ 20 หนังสือขายดีมาตลอด 10 ปีของบริษัทฯ โดย Marcus Buckingham และ Donald O. Clifton, Ph. D., “Good Works” โดย Philip Kotler เป็นต้น และในปี 2557 บริษัทฯ ได้ลิขสิทธิ์หนังสือ Alex Ferguson หนังสือที่มียอดขายได้มากที่สุดในปี 2013 คือขายได้ถึง 800,000 เล่มในประเทศอังกฤษประเทศเดียว ภายในระยะเวลาเพียงไม่ถึง 3 เดือน

นอกจากนี้ยังมีงานเขียนของนักคิด นักเขียนไทยในกลุ่มการบริหารและการจัดการที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่านในวงกว้าง อาทิ “เพาะหุ่นเป็นเห็นผลยั่งยืน” โดย กวี ชูกิจเกษม, “30 วันรวยด้วยรายได้ที่ไม่ต้องทำงาน” โดย ดร.วิรพงษ์ ชูดิษฐ์, “รู้หนูนักลงทุน” โดย ผศ.ดร.สงเคราะห์ และ กวี ชูกิจเกษม เป็นต้น

(2) หมวดนวนิยาย และวรรณกรรม (Fiction & Literature)

หนังสือในกลุ่มนี้เป็นนวนิยายและวรรณกรรมของนักเขียนไทยและนักเขียนต่างประเทศที่แปลเป็นภาษาไทย เช่น “The Host ร่าง...อุบัติรักข้าม ดวงดาว” โดย Stephenie Meyer นิยายของนักเขียน best seller ที่เนื้อเรื่องได้รับการนำไปทำเป็นภาพยนตร์, “ใต้เงารัตติกาล” โดย Deborah Harkness และนวนิยายของนักเขียนไทย ที่เจาะกลุ่มเป้าหมายนักศึกษามหาวิทยาลัย ผู้หญิง และกลุ่มผู้หญิงเริ่มต้นทำงาน ในโลโก้ Nation Books @ Love Story ได้แก่ “สายรุ้งพรางพรางที่ปลายฝัน” โดย บัณฑิตพรหม, “ปรารถนา ปรารถนาหัวใจ” โดย พลอยมณี และ “สะกิดรัก ขยับใจ” โดยแพนดา เป็นต้น

(3) หมวดภาษา และการเรียนรู้ (Language and Learning)

หนังสือในกลุ่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะด้านภาษาและการทดสอบความถนัดด้านต่างๆ ซึ่งหนังสือในกลุ่มพัฒนาทักษะด้านภาษาที่ได้รับความนิยม เช่น “ภาษาอังกฤษแค่ คริส ก็มันส์แล้ว+CD MP3” โดย คริสโตเฟอร์ ไรท์ นักเขียน Bestseller, หนังสือพัฒนาสมองสำหรับเด็กและผู้ใหญ่ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงจากผู้อ่าน เช่น “เลขคณิตพิชิตสมองเล่ม 5” “เลขคณิตพิชิตสมอง เล่ม 3” และ “สูตรคณิตคิดลัดปลูกพลังสมอง 2” เป็นต้น

(4) หมวดศาสนาและปรัชญา (Religion and Philosophy)

หนังสือในกลุ่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อ คำสอนทางศาสนา และปรัชญา เช่น “เบญจบุปผาเปลี่ยนชีวิต ลิขิตได้ด้วยตัวเรา” โดย น.พ. อรรถเดช นนทะโชติ และ “สุขที่ใจ ใกล้ฉันคนเดียว” โดย พระไพศาล วิสาโล เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีหนังสือแปลเกี่ยวกับศาสตร์ด้านโหราศาสตร์และดวงจิต ผลงานของ โจอี ฮับ ปรมาจารย์และที่ปรึกษาผู้มีชื่อเสียงระดับโลก ผลงานของเขาได้รับการแปลเป็นภาษาไทยและมียอดขายที่ต่อเนื่อง เช่น “อ่านใบหน้ารู้ชะตาชีวิต” และ “ปฏิทินฤกษ์มงคล ปี 2014” โดย โจอี ฮับ ที่ได้รับความนิยมต่อเนื่องมานานถึง 5 ปี เป็นต้น

(5) หมวดทั่วไป (General Interest)

หนังสือในกลุ่มนี้เป็นหนังสือที่มีเนื้อหาหลากหลาย ครอบคลุมความสนใจด้านต่างๆ ของผู้อ่านในวงกว้าง อาทิ สุขภาพและความงาม อาหาร บ้านและการตกแต่ง การพัฒนาตนเอง สัตว์เลี้ยง และไลฟ์สไตล์ ตลอดจนเรื่องชีวิตคนดัง หนังสือเด่นของกลุ่มนี้ได้แก่

แนวไลฟ์สไตล์/ชีวิตคนดัง เป็นการนำแนวการดำเนินชีวิตของผู้ที่ประสบความสำเร็จในด้านต่างๆ มาจัดทำเป็นหนังสือ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อ่าน อาทิ “I AM ISSARA วันวาฬ ของปลาพาฟ” โดย ปลาพาฟ อีสสระ, “หล่อคิดแก้ส” โดย สุรศักดิ์ - สุรัช นิตติวัฒน์ เป็นต้น

แนวสุขภาพ สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์ได้ผลิตหนังสือแนวสุขภาพที่มีคุณภาพและยอดขายสูงอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากนักเขียนไทยที่ได้รับความนิยม ได้แก่ “รู้ทันมะเร็ง 2” โดย นายแพทย์สมหมาย ทองประเสริฐ, “ใครไม่ป่วยก็มีขึ้น เล่ม 4” โดย หมอแดง หมอนัท ดิ อโรคา, “ถนอมม้าม ยับยั้งสารพัดโรค” โดย หมอไพโร เป็นต้น และหนังสือแปลจากต่างประเทศ ที่ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้อ่าน เช่น หนังสือชุด “พอม สวย ได้สไตล์ญี่ปุ่นเลือด” และ “พอมสวยด้วยน้ำผักผลไม้” จากประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น

แนวท่องเที่ยว ผลิตหนังสือทั้งจากนักเขียนไทย และหนังสือแปลจากต่างประเทศ คัดเลือกเนื้อหาของผู้เขียนที่เป็นที่รู้จัก หรือมีความโดดเด่น เช่น “50 ร้านอร่อยสุดๆ ในฮ่องกง” โดย ลุงเต็ง ป้าไก่ บล็อกเกอร์ชื่อดังในการแนะนำการท่องเที่ยวฮ่องกง เป็นต้น

1.2.2 ลูกค้ายุคใหม่เป้าหมาย

ลูกค้ายุคใหม่เป้าหมายหลักคือผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเองในแง่มุมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทักษะในการทำงาน การใส่ใจสุขภาพ การพัฒนาความคิด และปรัชญาการดำเนินชีวิต และมีความชื่นชอบในการอ่านหนังสือเพื่อความบันเทิงและสาระความรู้

1.2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบัน บริษัทฯ ทำการจัดจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางการจำหน่ายประเภทต่างๆ ดังนี้

1. **ร้านหนังสือ** เป็นช่องทางจัดจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายที่ใหญ่ที่สุดของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่ผ่าน บมจ.ซีอีเคยูเคชั่น ซึ่งจะจำหน่ายหนังสือในร้านหนังสือของตนเองที่มีจำนวนสาขามากที่สุดเป็นอันดับ 1 และกระจายหนังสือสู่ร้านค้าและร้านหนังสือชั้นนำอื่นๆ ต่อไป นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังได้จัดจำหน่ายหนังสือกลุ่มหมวดนวนิยายและวรรณกรรมผ่านบริษัท อมรินทร์ บুক เซ็นเตอร์ จำกัด ผู้บริหารร้านนายอินทร์ ซึ่งมีสาขามากเป็นอันดับ 2 ของประเทศ ด้วยมีทักษะและความชำนาญเกี่ยวกับหนังสือหมวดนี้ เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงผู้อ่านให้มากยิ่งขึ้น รวมถึงมีการวางจำหน่ายแบบเปิดหน้าบัญชีโดยตรงผ่านร้านหนังสืออื่นๆ ที่เป็นช่องว่างทางการตลาด อาทิ ร้านดับเบิลยู บุกทาวเวอร์ ร้านบุ๊คสไมล์ ร้านดีเอ็นเอ ควบคู่ไปกับการผลิตหนังสือเล่มพิเศษจำหน่ายเฉพาะทางภายใต้โครงการ “Only Air” ซึ่งมีร้านบุ๊คสไมล์เป็นตลาดหลัก ร้านค้าปลีกเครือข่าย (Chain Store) อื่นๆ เป็นตลาดรอง เพื่อมุ่งเน้นถ่ายทอด มุมมองหนังสือไปถึงผู้อ่านภายใต้แนวคิด “หนังสือดี ราคาประหยัด” อย่างกว้างขวางต่อเนื่องอีกด้วย
2. **บูธจำหน่ายหนังสือ** เป็นการเปิดบูธจำหน่ายหนังสือแก่ผู้อ่านโดยตรง เพื่อผลในการอำนวยความสะดวกในแง่ความครบครัน หลากหลาย ด้วยราคาสมเหตุสมผล ผ่านรูปแบบงานตามสถานที่และขนาดในการจัดงานแบบต่างๆ โดยแบ่งเป็นงาน **บูธระดับชาติ** โดยการสนับสนุนจากสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย อาทิ งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ งานมหกรรมหนังสือ งานสัปดาห์ครอบครัวหนังสือ งานสัปดาห์หนังสือภาคตะวันออก งานสัปดาห์หนังสือและการเรียนรู้อุบลราชธานี งาน **บูธโมเดิร์นเทรด** ทั้งที่จัดเอง และจัดร่วมกับห้างสรรพสินค้าต่างๆ ภายในพื้นที่ห้างสรรพสินค้านั้นๆ งาน **บูธโรงเรียน มหาวิทยาลัย** ทั้งโดยการจัดร่วมกับงานสัปดาห์ห้องสมุด สัปดาห์วิทยาศาสตร์ งานวาระพิเศษต่างๆ ของโรงเรียนแล้ว ยังมีการจัดขึ้นเป็นลักษณะงาน โรดโชว์เพื่อให้ความรู้และแนะนำหนังสือไปในตัวอีกด้วยด้วยส่วนหนึ่ง
3. **จำหน่ายตรงแก่องค์กร** เป็นการจำหน่ายหนังสือแก่ผู้บริหาร โภคที่เป็นบริษัทเอกชน โรงเรียน มหาวิทยาลัย และหน่วยงานราชการอื่นๆ ที่มีความต้องการหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายของบริษัทฯ
4. **ช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ** เช่น การจำหน่ายหนังสือให้แก่บริษัทในเครือเนชั่น เพื่อใช้เป็นของขวัญปีใหม่หรือของสมนาคุณแก่ลูกค้า และการจำหน่ายผ่านทางไปรษณีย์ และอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ www.nationbook.com และ nationbook.tarad.com ซึ่งให้ส่วนลดเป็นพิเศษแก่ผู้สั่งซื้อ และเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสำหรับผู้อ่านมากยิ่งขึ้น

ในปี 2556 สำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊คส์” ได้จัดจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางการจำหน่ายหลักคือร้านหนังสือ รองลงมาได้แก่จำหน่ายตรงผ่านบูธ โรงเรียน และองค์กรต่างๆ และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ ตามลำดับ รวมจัดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 5,500 จุด (ที่มา : บริษัทฯ)

1.2.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตและจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายครอบคลุมความต้องการของนักอ่านทุกกลุ่มอายุ เพศ และอาชีพ โดยพิจารณาเลือกหนังสือทั้งในแง่ของเนื้อหา คุณภาพ และความเหมาะสม เพื่อให้หนังสือของบริษัทฯ สามารถเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างความบันเทิง และความรู้ของผู้อ่านให้ทันต่อยุคสมัย

- 2) เนื่องจากบริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้น บริษัทฯ จึงใช้ข้อได้เปรียบสำนักพิมพ์อื่นๆ ดังกล่าวในการคัดเลือกผลงานของนักเขียน และสำนักพิมพ์ที่เป็นที่ชื่นชอบของ นักอ่านชาวไทย และมีคุณภาพระดับโลกโดยมียอดขายในอันดับต้นๆ (Bestseller) มาแนะนำ
- 3) ในส่วนของหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กที่เป็นหนังสือแปลจากภาษาต่างประเทศ บริษัทฯ ได้มีการมุ่งเน้นคุณภาพการแปลให้มีความถูกต้องตรงกับต้นฉบับมากที่สุด โดยไม่ละทิ้งความสละสลวยของบทความ เพื่อเป็นการเสริมสร้างอรรถรสในการอ่านหนังสือ และเสริมสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้อ่านมากที่สุด
- 4) บริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาจำหน่ายหนังสือที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับสำนักพิมพ์อื่นในตลาดได้ นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังมีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อหนังสือ เช่น จัดจำหน่ายหนังสือในราคาพิเศษ หรือให้ส่วนลดพิเศษสำหรับหนังสือบางหมวด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่มีนโยบายทำการตลาดด้วยราคาต่ำกว่าคู่แข่ง (Price War)
- 5) บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่างๆ เช่น การเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือต่างๆ การเปิดตัวหนังสือ การพบปะนักเขียน การจัดส่งหนังสือให้แก่สื่อต่างๆ รวมถึง นักวิจารณ์ เป็นต้น
- 6) บริษัทฯ ได้ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ชื่อของสำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊คส์” และหนังสือให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่ม นักอ่านผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

1.3 การจัดหาสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

1.3.1 การผลิตสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

กลุ่มบริษัทฯ จะทำการพิจารณาแนวโน้มอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เพื่อวางแผนกำหนดประเภทสิ่งพิมพ์และรูปแบบเนื้อหาที่จะดำเนินการผลิตในแต่ละปี หลังจากนั้น กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการจัดหาและผลิตสิ่งพิมพ์ โดยมีขั้นตอนหลักในการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

1) การคัดสรรสิ่งพิมพ์

กลุ่มบริษัทฯ จะจัดส่งบรรณาธิการและทีมงานไปเยี่ยมชมงานเทศกาลหนังสือในต่างประเทศ (Book Fairs) เพื่อดูแนวโน้มของสิ่งพิมพ์โลก และสรรหารายชื่อสิ่งพิมพ์ที่น่าสนใจ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีการสำรวจตลาดเพื่อสอบถามหรือหาข้อมูลของประเภทหรือรายชื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายโดยตรง ในบางกรณีนักเขียนหรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์อาจทำการติดต่อขอจำหน่ายลิขสิทธิ์ในการผลิตและจัดจำหน่ายแก่กลุ่มบริษัทฯ โดยตรง เนื่องจากชื่อเสียงของกลุ่มบริษัทฯ เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กในแนวธุรกิจและการจัดการ และการพัฒนาตนเองของกลุ่มบริษัทฯ

หลังจากนั้น คณะทำงานเพื่อคัดเลือกหนังสือของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหาร บรรณาธิการ ฝ่ายขาย และฝ่ายการตลาด จะทำการคัดเลือกสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมในการผลิตและจัดจำหน่ายซึ่งมีคุณสมบัติเบื้องต้นดังนี้

- 1.1) มีรูปแบบและเนื้อหาที่คาดว่าจะตรงกับความต้องการและได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่องจากกลุ่มผู้อ่านเป้าหมาย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีขนาดที่เหมาะสมในการจัดพิมพ์สิ่งพิมพ์นั้นๆ
- 1.2) ไม่มีเนื้อหาที่แสดงความรู้และข้อมูลทางเพศ
- 1.3) มีต้นทุนในการซื้อลิขสิทธิ์ที่เหมาะสม และสามารถขายได้ในราคาที่กลุ่มบริษัทฯ สามารถทำกำไรจากการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์นั้นได้

2) ติดต่อ เจริญ และทำสัญญาซื้อลิขสิทธิ์

หลังจากที่ได้รายชื่อสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมแล้ว ทางกลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อเจรจาราคา และเงื่อนไขในการซื้อลิขสิทธิ์กับนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ สำหรับหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กในหมวดทั่วไปบางเล่ม กลุ่มบริษัทฯ อาจดำเนินการติดต่อนักเขียนที่คาดว่าจะเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้อ่านมาเพื่อเขียนหนังสือให้แก่กลุ่มบริษัทฯ จากนั้นจึงทำสัญญากับนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์

3) การจัดเตรียมต้นฉบับภาษาไทย

3.1) การแปล ในกรณีที่หนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศ กลุ่มบริษัทฯ จะติดต่อผู้แปลที่มีความเหมาะสมกับประเภทหนังสือเพื่อดำเนินการแปลเป็นภาษาไทย และติดต่อผู้ที่มีความเหมาะสมกับประเภทหนังสือดังกล่าวเพื่อทำหน้าที่บรรณาธิการเล่มตรวจสอบความถูกต้องของสำนวนแปล ซึ่งภายหลังจากที่ผู้แปลทำการลงนามในสัญญาและได้รับต้นฉบับสิ่งพิมพ์ภาษาต่างประเทศจากกลุ่มบริษัทฯ เรียบร้อยแล้ว ก็จะดำเนินการแปล โดยระยะเวลาในการแปลนั้นขึ้นอยู่กับประเภทสิ่งพิมพ์ ความยากง่ายของเนื้อหา และจำนวนหน้า ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลาไม่เกิน 1-2 เดือน จากนั้นผู้แปลจะดำเนินการส่งผลงานแปลฉบับสมบูรณ์ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ เพื่อส่งต่อเล่มให้แก่บรรณาธิการดำเนินการตรวจสอบและแก้ไข ภายหลังจากบรรณาธิการตรวจสอบต้นฉบับที่แปลเป็นภาษาไทยสมบูรณ์แล้ว ก็จะดำเนินการส่งให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ในกรณีที่สิ่งพิมพ์เป็นหนังสือการ์ตูน กลุ่มบริษัทฯ จะมีการนำต้นฉบับหนังสือการ์ตูนภาษาต่างประเทศมาทำการสแกนเพื่อนำมาแปลลงประกอบภาพการ์ตูน

3.2) การจัดรูปเล่ม ภายหลังจากที่กลุ่มบริษัทฯ ได้รับต้นฉบับสิ่งพิมพ์ภาษาไทยฉบับสมบูรณ์ ก็จะนำมาดำเนินการจัดเรียงภาพ เนื้อหา และจัดรูปเล่มให้เหมาะสม ในบางกรณีที่หนังสือพิมพ์จากต่างประเทศ อาจถูกจำกัดให้จัดเรียงและจัดทำรูปแบบให้เหมือนต้นฉบับภาษาต่างประเทศ นอกจากนั้น กลุ่มบริษัทฯ จะทำการออกแบบปกหนังสือ และจัดทำปกขึ้นมาจากในกรณีที่เจ้าของลิขสิทธิ์มีได้บังคับให้ใช้ปกหนังสือของต้นฉบับ หรือในกรณีที่กลุ่มบริษัทฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าปกเดิมไม่เหมาะสม

4) การจัดเตรียมการพิมพ์

4.1) การเตรียมกระดาษ กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อผู้ค้ากระดาษเพื่อดำเนินการสั่งจองกระดาษที่ใช้ในการจัดพิมพ์ ในระหว่างการเตรียมต้นฉบับ โดยปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ซื้อกระดาษเพื่อใช้ผลิตสิ่งพิมพ์จากบริษัทในเครือเนชั่น และผู้จัดจำหน่ายกระดาษภายในประเทศในราคาตลาด

4.2) การจัดหาโรงพิมพ์ ในระหว่างการเตรียมต้นฉบับ กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อโรงพิมพ์เพื่อกำหนดรูปแบบการพิมพ์ ค่าจ้างพิมพ์ และวันกำหนดส่งของ โดยมีการเปรียบเทียบและเจรจาต่อรองเพื่อให้ค่าจ้างพิมพ์ต่ำที่สุดภายใต้รูปแบบสิ่งพิมพ์ที่กลุ่มบริษัทฯ ต้องการ ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ใช้บริการโรงพิมพ์จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ บจก. เนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส, บจก. ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย), บจก. เอช-เอ็น กรุ๊ป และบจก. พรินต์โพร

4.3) การพิมพ์ทดสอบ จากนั้นกลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการส่งพิมพ์ทดสอบ (proof printing) และตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งหนึ่ง ในบางกรณี กลุ่มบริษัทฯ ต้องจัดส่งต้นแบบของสิ่งพิมพ์ให้แก่เจ้าของลิขสิทธิ์เพื่อขออนุมัติก่อนดำเนินการจัดพิมพ์หรือจัดจำหน่าย

5) การพิมพ์และจัดส่ง

กลุ่มบริษัทฯ จะจัดส่งไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ต้นฉบับสิ่งพิมพ์ให้แก่โรงพิมพ์เพื่อดำเนินการพิมพ์ เมื่อโรงพิมพ์ดำเนินการพิมพ์เรียบร้อยแล้ว โรงพิมพ์จะจัดส่งมาเพื่อจัดเก็บที่คลังสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ

สรุปสาระสำคัญของสัญญาลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

ในการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ กลุ่มบริษัทฯ จะซื้อลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์มาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นผู้เขียนหรือสำนักพิมพ์ทั้งในและต่างประเทศจำนวนหลายราย เพื่อนำมาผลิตและจัดจำหน่ายเพียงรายเดียว (Exclusive) ในประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลา 3 – 5 ปี และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ในราคาและเงื่อนไขเดิม ส่วนใหญ่มีการกำหนดจำนวนขั้นต่ำในการผลิตสิ่งพิมพ์ครั้งแรก ทั้งนี้ เจ้าของลิขสิทธิ์สามารถยกเลิกสัญญาได้ หากกลุ่มบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาทางการเงิน และ/หรืออยู่ในสถานะล้มละลาย เป็นต้น โดยมีค่าลิขสิทธิ์ที่สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

- 1) ค่าลิขสิทธิ์ขั้นต่ำซึ่งเป็นจำนวนคงที่ (minimum guarantee) กำหนดจากยอดพิมพ์เริ่มต้นขั้นต่ำ หรือประมาณการยอดขาย ชำระ ณ วันที่ลงนามในสัญญา หรือภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้
- 2) ค่าลิขสิทธิ์แปรผันที่คำนวณจากยอดขายสิ่งพิมพ์หรือยอดพิมพ์ ซึ่งส่วนใหญ่มีการชำระทุกครึ่งปี หรือหนึ่งปี ทั้งนี้ ประเภทของค่าลิขสิทธิ์ รวมทั้งจำนวน และกำหนดเวลาการชำระค่าลิขสิทธิ์ของแต่ละสัญญานั้น ขึ้นอยู่กับการต่อรองระหว่างกลุ่มบริษัทฯ และเจ้าของลิขสิทธิ์

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจสิ่งพิมพ์

ภาพรวมอุตสาหกรรมธุรกิจสำนักพิมพ์

ปี 2556 เป็นปีที่ธุรกิจสำนักพิมพ์ต้องเผชิญกับความท้าทายหลากหลายปัจจัย โดยสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) แจ้งว่าภาพรวมสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย ปี 2556 โดยเฉพาะหนังสืออ่านเล่นพกพา หรือ พ็อกเก็ตบุ๊กส์ นิยายสาร หรือแมกกาซีน ติดลบร้อยละ 20 เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจทำให้กำลังซื้อชะลอตัว ประกอบกับปัญหาการเมือง ที่ส่งผลให้ร้านค้าต่าง ๆ จำหน่ายได้ลดลง ซึ่งจะต่อเนื่องมาถึงไตรมาสแรกของปี 2557 ที่คาดว่ามูลค่าตลาดจะลดลงร้อยละ 10 ซึ่งไปในแนวทางเดียวกันกับข้อมูลของผู้เข้าร่วมชมงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 18 ที่มียอดค่าใช้จ่ายต่อหนึ่งใบเสร็จลดลง ทำให้รายได้รวมของงานลดลงไป ทั้งนี้ที่จำนวนผู้เข้าชมงานเพิ่มจากครั้งที่แล้ว คือ จากเดิมประมาณ 1.9 ล้านคน เป็น 2.5 ล้านคน (ที่มา : สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย)

อีกหนึ่งสาเหตุหลักที่ทำให้ตลาดหนังสือหดตัวลง คือการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีมือถือและการสื่อสารที่มีทั้งความเร็ว ความสะดวก ราคาการใช้ที่ถูกลง และกระจายไปสู่ทั่วประเทศเป็นพื้นที่กว้างขึ้นกว่าเดิม อีกทั้งอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพามีราคาที่ไม่สูง หาซื้อได้ง่าย ทำให้ผู้บริโภคหันไปใช้เวลาไปกับสื่อที่ไม่ใช่หนังสือมากยิ่งขึ้น

นอกจากนั้น บริษัทจัดจำหน่ายหนังสือขนาดใหญ่ได้ขึ้นส่วนแบ่งทางการขายหนังสือจากร้อยละ 40 เป็นร้อยละ 45 ทำให้ต้นทุนในการดำเนินการของสำนักพิมพ์สูงขึ้น ประกอบกับต้นทุนทางด้านอื่นๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ค่ากระดาษ ค่าแรง ค่าขนส่ง ก็สูงขึ้นเช่นเดียวกัน

เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการขายที่จะไปสู่ผู้อ่านโดยตรง อีกทั้งยังลดผลกระทบจากการขึ้นส่วนแบ่งทางการขายของบริษัทจัดจำหน่ายไปด้วยพร้อมกัน ในปี 2557 บริษัทได้จัดทำเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ N-store ซึ่งสามารถขายหนังสือในราคาพิเศษ จัดทำโปรโมชั่นที่หลากหลาย ส่งหนังสือตรงถึงมือผู้อ่านภายใน 24 ชั่วโมง โดยในระยะแรกจะจำหน่ายสิ่งพิมพ์และ e-book ของเครือเนชั่นเป็นหลัก ทั้งสิ่งพิมพ์ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ และจะขยายไปสู่สินค้าประเภทอื่น รวมถึงรับจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทต่างๆ ในลำดับต่อไป

การแข่งขันของอุตสาหกรรมหนังสือยังคงมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ ปริมาณหนังสือใหม่ที่ออกในแต่ละเดือนยังมีจำนวนไม่แตกต่างจากปีที่ผ่านมา แต่ละสำนักพิมพ์ต้องพยายามที่จะหากลยุทธ์ที่ได้ผลในการเพิ่มยอดขาย เช่น การเฟ้นหานักเขียนที่ได้รับความนิยม การจัดทำรูปแบบที่น่าสนใจ การออกแบบหน้าปกให้โดดเด่นกว่าคู่แข่งเมื่อวางที่ชั้นหนังสือ การเพิ่มของแจกของแถมที่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย การทุ่มประชาสัมพันธ์รวมถึงรายการส่งเสริมการขายต่างๆ ทั้งกับร้านหนังสือและผู้อ่าน อีกทั้งการเพิ่มเครือข่ายการขายไปยังแหล่งใหม่ ๆ และการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายที่เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภท ซึ่งบริษัท ฯ เอง ได้ใช้กลยุทธ์ดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่อง และ ในปี 2557 จากการที่เครือเนชั่น ได้ทำการประมูลทีวีดิจิตอลมาได้รวม 2 ช่อง จะเป็นโอกาสที่บริษัทสามารถใช้สื่อโทรทัศน์ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์หนังสือเพื่อขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นนอกเหนือไปจากสื่อเดิมที่มีอยู่

ปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจสำนักพิมพ์

จากการคาดการณ์ของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ที่สภาวะอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ ปี 2556 โดยเฉพาะหนังสืออ่านเล่นพกพา และนิยายสาร คาดว่ามีอัตราการเติบโตลดลง ประมาณร้อยละ 20 และจะต่อเนื่องมาถึงไตรมาสแรกของปี 2557 แต่ธุรกิจสำนักพิมพ์ก็ยังสามารถเติบโตได้ จากปัจจัยดังต่อไปนี้ คือ

1. การนำเสนอเนื้อหาของหนังสือไปยังรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีบุ๊ก ที่อ่านได้จากโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต และเครื่องคอมพิวเตอร์ อีกทั้งมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ร่วมกับสื่อต่างๆ 360 องศา เช่น หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ โซเชียล เน็ตเวิร์ค หรือ สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น

2. การเพิ่มช่องทางการขายไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยตรง คือ การขายหนังสือผ่านร้านค้าอีคอมเมิร์ซ ซึ่งสามารถลดผลกระทบของการกระจายสินค้าที่ไม่ตรงกับแหล่งผู้ซื้อ มีผลทำให้ต้องมีการพิมพ์เพิ่มหนังสือเกินความต้องการ อีกทั้งยังลดผลกระทบจากส่วนแบ่งทางการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการขนส่งที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี 2557 บริษัท ฯ ได้จัดทำ

เว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ Nstore ซึ่งสามารถขายหนังสือในราคาพิเศษ จัดทำโปรโมชันที่หลากหลาย ส่งหนังสือตรงถึงมือผู้อ่านภายใน 24 ชั่วโมง โดยในระยะแรกจะจำหน่ายสิ่งพิมพ์และ e-book ของเครือเนชั่นเป็นหลัก ทั้งสิ่งพิมพ์ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ และจะขยายไปสู่สินค้าประเภทอื่น รวมถึงรับจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทต่างๆ ในลำดับต่อไป

3. การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับหนังสือ โดยจัดร่วมกับองค์กร บริษัท และร้านค้าต่างๆ ทั้งในรูปแบบของการสัมมนา กิจกรรมเชิงปฏิบัติการ และอื่นๆ โดยมีประโยชน์ทั้งในด้านการเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร และการเพิ่มรายได้

4. การจัดพิมพ์เป็นจำนวนมากเพื่อบริษัท หรือ องค์กรต่างๆ ทั้งนี้ พบว่าในปัจจุบัน หลายหน่วยงานมีความสนใจในการผลิตหนังสือเพื่อเป็นของอภินันทนาการให้แก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น ซึ่งมีทั้งการนำคอนเทนต์ที่สำนักพิมพ์มีอยู่แล้วไปจัดทำบัญชี หรือ การจัดทำเนื้อหาขึ้นมาใหม่ทั้งหมด

สภาพการแข่งขันธุรกิจสำนักพิมพ์

ธุรกิจสำนักพิมพ์ซึ่งผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือ เป็นธุรกิจที่ยังคงมีการเจริญเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้มีผู้สนใจเข้ามาในธุรกิจสำนักพิมพ์โดยตลอด อีกทั้งธุรกิจสำนักพิมพ์เป็นประเภทธุรกิจที่มีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก มีขนาดของผู้ประกอบการที่แตกต่างกันอย่างหลากหลาย ประกอบกับประเภทและลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือหนังสือ ก็มีความแตกต่างกันอย่างหลากหลายเช่นกัน ดังนั้น การประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ประกอบด้วยการแข่งขันกับปัจจัยหลัก สรุปได้ดังนี้

- ก) เนื้อหา เนื้อหาสาระของหนังสือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้อ่าน ดังนั้น สำนักพิมพ์ที่ประสบความสำเร็จต้องมีการคัดเลือกเนื้อหาที่ตรงต่อความต้องการของผู้อ่านและสามารถสร้างความแตกต่างได้ภายใต้ทางเลือกหลากหลายที่มีอยู่ในตลาด
- ข) การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายและสินค้าคงคลัง สำนักพิมพ์ควรบริหารช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม และทันเวลา รวมทั้งการบริหารระดับของยอดกึ่งหนังสือและสินค้าคงคลังให้เหมาะสมเพื่อลดเงินทุนหมุนเวียน
- ค) พันธมิตรธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นทำให้สำนักพิมพ์จำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์อย่างทันทั่วถึง โดยนอกเหนือจากการพึ่งพิงความสามารถในการแข่งขันของตนเองแล้ว สำนักพิมพ์อาจจำเป็นต้องหาพันธมิตรธุรกิจด้านต่างๆ เช่น สำนักพิมพ์เจ้าของลิขสิทธิ์ชั้นนำในต่างประเทศ และตัวแทนจำหน่ายหนังสือขนาดใหญ่ เป็นต้น

ในการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์การดูสำหรับเยาวชน กลุ่มบริษัทฯ เป็นหนึ่งใน 5 สำนักพิมพ์ที่มียอดขายสูงที่สุดในประเทศไทย โดยสำนักพิมพ์คู่แข่ง 4 บริษัท ได้แก่ สำนักพิมพ์วิบูลย์กิจ สำนักพิมพ์สยามอินเตอร์คอมิกส์ สำนักพิมพ์บุรพัฒน์ และสำนักพิมพ์บงกช พับลิชชิ่ง ซึ่งสำนักพิมพ์ดังกล่าวผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูนจากประเทศญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่ และไม่มีร้านหนังสือเป็นของตนเอง ยกเว้นสำนักพิมพ์สยามอินเตอร์คอมิกส์

ในการผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือฟ็อกเก็ตบุ๊กส์ บริษัทฯ มีสำนักพิมพ์ที่เป็นคู่แข่งในตลาดแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

- ก) สำนักพิมพ์ที่ไม่มีร้านหนังสือเป็นของตนเอง เช่น สำนักพิมพ์ โพสท์บุ๊กส์ สำนักพิมพ์เอ็กซ์เพอร์เน็ทบุ๊กส์ และสำนักพิมพ์สุภาพใจ เป็นต้น
- ข) สำนักพิมพ์ที่มีร้านหนังสือของตนเอง เช่น บมจ. ซีเอ็ดดูเคชั่น สำนักพิมพ์ในเครือ บมจ. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง และสำนักพิมพ์น่านมีบุ๊กส์ เป็นต้น

2. ธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ และบริการที่เกี่ยวข้อง

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศชั้นนำและบริการที่เกี่ยวข้องผ่านตัวบริษัทฯ เอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 สิ่งพิมพ์ที่บริษัทฯ ให้บริการมีทั้งหมด 182 หัว ประกอบด้วยหนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศและนิตยสารภาษาต่างประเทศ และฐานข้อมูลออนไลน์ดังรายชื่อที่แสดงในตารางด้านล่าง ซึ่งธุรกิจดังกล่าวรวมถึงการเป็นตัวแทนขายสมาชิกและเป็นตัวแทนขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ฉบับที่พิมพ์ในประเทศ

ไทย การรับจ้างพิมพ์โดยไม่มีลิขสิทธิ์ในสิ่งพิมพ์ อาทิ หนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia และ The Yomiuri Shimbun รวมถึง การจัดส่งให้แก่หนังสือพิมพ์และนิตยสารอีกหลายฉบับด้วย ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางด้านล่างเช่นกัน โดยการให้บริการดังกล่าวของบริษัทฯ เป็นแบบ One Stop Service เพื่อความสะดวกของเจ้าของสิ่งพิมพ์ในการติดต่อประสานงาน และแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น สำหรับฐานข้อมูลออนไลน์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบดิจิทัลที่บริษัทฯ เห็นว่าเป็นแนวโน้มของหลายสำนักพิมพ์ จึงได้เริ่มเป็นตัวแทนขายสมาชิกฐานข้อมูลออนไลน์ โดยเริ่มจากการสารานุกรม Britannica เป็นอันดับแรก

2.2 ลูกค้าย่อยเป้าหมาย

ในกรณีหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่นนั้น กลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายคือ ชาวญี่ปุ่นและครอบครัวที่มาพักและทำงานในประเทศไทยทั้งชั่วคราวและเป็นระยะเวลานาน ซึ่งมีการสมัครสมาชิกเป็นรายเดือนเท่านั้น ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้พยายามขยายตลาด โดยเพิ่มทางเลือกในการเป็นสมาชิกระยะยาว เช่น 2 ปี 1 ปี และ 6 เดือนเป็นต้น ในส่วนหนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia กลุ่มเป้าหมายคือ นักธุรกิจชาวต่างชาติ นักธุรกิจและผู้บริหารระดับสูงชาวไทยที่ต้องการได้รับข่าวสารข้อมูลอัปเดตในภูมิภาคเอเชีย และทั่วโลก

บริษัทฯ ยังเดินทางขายกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มที่มีความสนใจนิตยสารต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้ตรงกลุ่มมากขึ้น บริษัทฯ ได้แบ่งสินค้าออกเป็น 16 หมวด ดังนี้

Automotive & Motorcycle กลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายส่วนใหญ่ เป็นเจ้าของร้านขายรถยนต์ และผู้ที่ชื่นชอบการขับรถ และผู้ที่ติดตามการออกรถรุ่นใหม่ ๆ

Business & Finance มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ และนักบัญชีการเงิน ทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่อยู่ในประเทศไทย แต่ปัจจุบัน บริษัทฯ กำลังขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มนักศึกษาที่กำลังศึกษาด้านธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันมีความสนใจในนิตยสารภาษาต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

Computer & Electronics มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นผู้ประกอบการด้านคอมพิวเตอร์ และอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ รวมถึงคนทำงานด้าน IT นักศึกษา และบุคคลทั่วไปที่สนใจในด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และการสื่อสารทุกชนิด

Entertainment มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลัก เป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่ชื่นชอบการติดตามข่าวของดารา ภาพยนตร์ และข่าวบันเทิงทั่วไป

Health & Fitness มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลัก เป็นสถานประกอบการด้านสุขภาพ เช่น ร้านสปา ร้านอาหาร โรงพยาบาลสถานที่ออกกำลังกาย และรวมถึงบุคคลทั่วไปที่รักสุขภาพ

Home & Garden มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลัก เป็นพ่อบ้าน แม่บ้าน และคนทำงานที่สนใจในการตกแต่งบ้านและสวนของตนเอง และผู้ประกอบการบ้านและสวน เพื่อดูแนวโน้มความต้องการของลูกค้า

Kids & Teens มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นเยาวชน อายุ 7-19 ปี

Men มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นผู้ชาย ที่ชอบติดตามดาราคนโปรดของตนเอง ผ่านภาพและเนื้อข่าวที่น่าสนใจ

News & Current Affairs มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ นักวิชาการ กลุ่มนักศึกษา ที่ชื่นชอบการติดตามข่าวและสนใจในการวิเคราะห์ข่าวในเชิงลึก

Science & Nature มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นนักวิชาการ นักธรรมชาตินิยม นักศึกษาที่สนใจวิทยาศาสตร์ และธรรมชาติ

Sports & Recreation มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักคือ บุคคลทุกเพศ ทุกวัยที่รักในกีฬาที่ตนเองชื่นชอบ เช่น ฟุตบอล กอล์ฟ บาสเกตบอล รวมถึงนักเดินทางที่สนใจสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

Women มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลัก เป็นบุคคลทั่วไปที่สนใจในเรื่องแฟชั่น ดารา ข่าวกินเที่ยวต่างๆ กลุ่มลูกค้าย่อยส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง

Cooking & Food มีกลุ่มเป้าหมายหลัก เป็นแม่บ้าน และคนทำงานที่มีความสนใจทำอาหาร ต้องการหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเมนูอาหาร และสารน่ารู้ของอาหารต่างๆ

Travel & Vacation มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ และบุคคลทั่วไปที่ต้องการข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยว

Jewelry & Watch มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นบริษัท ร้านค้าที่ดำเนินธุรกิจสินค้าเครื่องประดับ

General Interest มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นบุคคลทั่วไปที่ใฝ่หาความรู้ และข้อมูลเพื่อให้ตนเองมีความรู้รอบด้าน

นอกจากนี้ บริษัทยังรับจัดจำหน่ายหนังสือเล่ม โดยหนังสือที่นำเข้ามาเป็นหนังสือประเภทไกด์บุ๊กแนะนำร้านอาหาร มังสวิรัติ เพื่อตอบสนองลูกค้ากลุ่มที่สนใจเรื่องสุขภาพ

ปัจจุบันบริษัทได้ขยายผลิตภัณฑ์ไปยังข้อมูลประเภทดิจิทัล โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายสมาชิกฐานข้อมูลออนไลน์ให้กับบริติชานิก้า (Britannica) ซึ่งเป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมมาช้านานในฐานะผู้ผลิตสารานุกรมคุณภาพ โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา โรงเรียนนานาชาติ และโรงเรียนสองภาษา

2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศของบริษัทฯ จะมีช่องทางการจำหน่ายที่แตกต่างกันไปตามที่สำนักพิมพ์เจ้าของลิขสิทธิ์ให้สิทธิไว้ว่าในสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายของแต่ละสิ่งพิมพ์ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

ก) ร้านหนังสือ และแผงหนังสือ (Newsstand): บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายกระจายสิ่งพิมพ์ไปที่ร้านหนังสือ และแผงหนังสือให้แก่ผู้ผลิตสิ่งพิมพ์เพียงรายเดียวในประเทศไทย (Exclusive) ซึ่งนำไปจำหน่ายต่อไปยังผู้อ่านโดยตรง ซึ่งบริษัทฯ มีจุดกระจายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศผ่านช่องทางนี้รวมกันทั้งสิ้นมากกว่า 400 แห่ง

ข) สมาชิก: บริษัทฯ เป็นตัวแทนในการบอกรับสมาชิกสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งระยะเวลาการเป็นสมาชิคนั้นมีความหลากหลาย ขึ้นกับประเภทหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร เช่น ราย 1 เดือน ราย 1 ปี ราย 2 ปี เป็นต้น สิ่งพิมพ์ดังกล่าวจะถูกจัดส่งถึงสถานที่ที่ผู้เป็นสมาชิกระบุไว้ โดยผู้จัดส่งที่บริษัทฯ หรือผู้ผลิตสิ่งพิมพ์เป็นผู้จ้าง สำหรับสมาชิกฐานข้อมูลออนไลน์จะเป็นการสมัครแบบรายปีในนามสถาบันการศึกษาเพื่อนักศึกษา หรือนักเรียนในสถาบัน โดยเมื่อบอกรับเป็นสมาชิก บริษัทจะมีการประสานงานให้เปิดระบบฐานข้อมูลเพื่อสมาชิกเข้าใช้งานได้ผ่านหน้าเว็บไซต์ที่กำหนด

ค) Bulk: ในช่องทางนี้ บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศหลายเล่มให้แก่ผู้ซื้อเพียงรายเดียว เช่น โรงแรม สายการบิน และองค์กรต่างๆ เป็นต้น โดยสำนักพิมพ์เจ้าของสิ่งพิมพ์ต่างประเทศนั้นๆ จะมีการกำหนดลักษณะการจำหน่ายและจำนวนเล่มที่จำหน่ายในแบบ Bulk ที่แตกต่างกันไป

2.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

สำหรับธุรกิจนี้ หากบริษัทฯ สามารถทำยอดขายได้เพิ่มขึ้น บริษัทฯ จะได้รับค่าคอมมิชชั่นหรือส่วนลดในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน บริษัทฯ จึงมีนโยบายมุ่งเน้นการเพิ่มยอดขายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายอยู่แล้วในปัจจุบัน โดยการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังช่องทางใหม่ๆ เช่น การจำหน่ายแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ซึ่งเป็นการจัดจำหน่ายที่มีต้นทุนต่ำและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว และการจำหน่ายผ่านศูนย์บริการการขายสมาชิก (Subscription Center) ซึ่งบริษัทฯ มีแผนที่จะจัดตั้งขึ้นโดยรวบรวมสิ่งพิมพ์ของบริษัทฯ เองและพันธมิตรทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้อ่าน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีเป้าหมายในการเพิ่มการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศให้ใหม่ โดยมุ่งเน้นสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจ และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านทุกกลุ่ม และเพิ่มความหลากหลายของสิ่งพิมพ์ ในปี 2556 บริษัทฯ จึงได้แบ่งการขายสิ่งพิมพ์ออกเป็น 2 ประเภทคือหนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดยในส่วนของนิตยสารได้แบ่งสินค้าออกเป็น 16 กลุ่ม ดังนั้นพนักงานของบริษัทฯสามารถเจาะตลาดตามลูกค้าให้ตรงกลุ่มได้

บริษัทฯ จะพิจารณาความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทยจากปริมาณการขายตามแผงหนังสือและร้านหนังสือ เมื่อบริษัทฯ เห็นแนวโน้มความเป็นไปได้ในการทำกำไรจากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ดังกล่าวแล้ว บริษัทฯ จะทำการติดต่อสำนักพิมพ์เจ้าของสิ่งพิมพ์เพื่อขอเป็นตัวแทนจำหน่ายต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีกลยุทธ์เฉพาะในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายดังนี้

ก) ร้านหนังสือ และแผงหนังสือ (Newsstands)

บริษัทฯ มุ่งเน้นการติดต่อ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับร้านหนังสือขนาดใหญ่เป็นหลัก เนื่องจากมีสาขามาก และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากกว่าร้านหนังสือ หรือแผงหนังสือที่มีขนาดเล็ก

ข) สมาชิกส่วนบุคคลทั่วไป (Subscription)

บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมการตลาดโดยจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศอื่นๆ ให้แก่สมาชิกในราคาที่ต่ำกว่าราคาหน้าปก หรือต่ำกว่าราคาที่จำหน่าย ณ แผงหนังสือ รวมถึงมีการมอบของสมนาคุณในกรณีสมัครเป็นสมาชิกสิ่งพิมพ์กับบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการชักชวนให้ผู้อ่านสมัครสมาชิกกับบริษัทฯ โดยผ่านช่องทางหลักคือ การชักชวนทางโทรศัพท์ การออกร้านในงานสัปดาห์หนังสือ การโปรโมทผ่านเว็บไซต์ และการส่งอีเมลและเอกสารไปยังผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เป็นต้น

ค) สมาชิกโรงแรม องค์กรทั่วไป (Bulk)

บริษัทฯ มีทีมการขายที่ติดต่อกับสายการบิน โรงแรม สถาบันการศึกษา และ องค์กรอื่นๆ โดยตรงเพื่อชักชวนให้องค์กรเหล่านั้นซื้อสิ่งพิมพ์ต่างประเทศแบบ Bulk จากบริษัทฯ

2.5 บริการจัดพิมพ์ จัดส่งและกระจายสินค้า

ปัจจุบัน สำนักพิมพ์เจ้าของหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun และ The Wall Street Journal Asia ได้ว่าจ้างบริษัทฯ ให้ดำเนินการจัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ โดยบริษัทฯ ได้ใช้บริการโรงพิมพ์ในเครือเนชั่น ได้แก่ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ในการจัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ดังกล่าว หลังจากนั้นสำนักพิมพ์เจ้าของสิ่งพิมพ์ทั้งสอง ได้ว่าจ้างบริษัทฯ กระจายหนังสือพิมพ์ตามช่องทางการจำหน่ายต่างๆ โดยบริษัทฯ ได้ว่าจ้างบริษัทในเครือเนชั่น ได้แก่ บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด เป็นผู้กระจายหนังสือให้ ในส่วนของนิตยสารต่างประเทศนั้น สำนักพิมพ์เจ้าของสิ่งพิมพ์จะผลิตในต่างประเทศ และจัดส่งให้แก่ลูกค้าโดยว่าจ้างบริษัทฯ หรือผู้จัดส่งรายอื่น

สรุปสาระสำคัญของสัญญาตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

ในการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ บริษัทฯ จะทำสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่ายกับเจ้าของสิ่งพิมพ์ซึ่งเป็นสำนักพิมพ์ต่างประเทศจำนวนหลายราย โดยส่วนใหญ่มีระยะเวลา 1 ปีสำหรับสัญญาตัวแทนจำหน่ายนิตยสาร และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ในราคาและเงื่อนไขเดิม สำหรับสัญญาตัวแทนจำหน่ายหนังสือพิมพ์จะหมดอายุเมื่อมีการยกเลิกสัญญา ทั้งนี้ เจ้าของสิ่งพิมพ์สามารถยกเลิกสัญญาได้ หากกลุ่มบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาด้านการเงิน และ/หรืออยู่ในสถานะล้มละลาย และ/หรือเมื่อมีการแจ้งอีกฝ่ายล่วงหน้า เป็นต้น โดยบริษัทฯ จะได้รับค่าตอบแทนเป็นสัดส่วนของปริมาณที่จำหน่าย และค่าคอมมิชชันจากการขายสมาชิก

2.6 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

ยอดการจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศรวมถึงฐานข้อมูลออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการเติบโตของกลุ่มลูกค้าของสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่

ก) กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาพักในโรงแรมต่างๆ ทั่วประเทศไทย ถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักในการจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศของบริษัทฯ จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คาดว่าปี 2556 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยจำนวน 26 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้น 3.7 ล้านคนจากปี 2555 โดยมีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 16.6

ข) กลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย

ชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทยเป็นเวลา 1 เดือนขึ้นไป ถือเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่สนใจอ่านนิตยสารและหนังสือพิมพ์จากต่างประเทศ จากข้อมูลสำนักตรวจคนเข้าเมือง พบว่าในปี 2556 ชาวต่างชาติที่อาศัยชั่วคราวในประเทศไทยซึ่ง

รวมถึงผู้มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย ผู้ที่เข้ามาประกอบธุรกิจ นักการทูต และข้าราชการ เป็นต้น มีจำนวนรวมประมาณ 1,194,533 คน ลดลง 228,531 คนจากปี 2555 โดยมีอัตราการลดลงที่ร้อยละ 16

ค) กลุ่มคนไทยที่สนใจสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ

คนไทยกลุ่มวัยทำงานและนักธุรกิจ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และนักศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ที่ให้ความสนใจข่าวสารต่างประเทศ ถือเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่สนใจอ่านนิตยสารและหนังสือพิมพ์จากต่างประเทศ ซึ่งลูกค้า กลุ่มนี้มีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อยๆ

ง) กลุ่มสถาบันการศึกษา

สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาโดยทั่วไปเริ่มแบ่งงบประมาณเพื่อการซื้อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น รวมถึงการรับฐานข้อมูลเพื่อการสืบค้นในสาขาวิชาต่างๆ จำนวนสถาบันทั้งในสังกัดรัฐและเอกชนมีทั้งสิ้น 146 แห่ง สำหรับโรงเรียนนานาชาติได้มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยอย่างกระดานอัจฉริยะ (Smart Board) มาใช้ในห้องเรียน ซึ่งทำให้ความต้องการดิจิทัลคอนเทนต์ที่ใช้งานบนกระดานอัจฉริยะมีมากขึ้นตามไปด้วย โรงเรียนสองภาษาที่เริ่มมีแนวทางที่คล้ายกัน ตลาดดิจิทัลคอนเทนต์จึงนับว่ามีโอกาสที่ดีในการเติบโต ในขณะที่ไม่มีค่าใช้จ่ายด้านการจัดเก็บ หรือ ลอจิสติกส์

ในส่วนสภาวะการแข่งขันของธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศประเภทสมาชิกรับนั้น นับว่ามีคู่แข่งน้อยราย โดยมีคู่แข่งหลักจำนวน 3 ราย ได้แก่ บจก. แมกกาซีน อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) บมจ. โพสท์ พับลิชชิง และกลุ่ม บจก. นิวสเปเปอร์ไคเร็กซ์ ส่วนตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทแผงหนังสือหรือร้านค้า มีคู่แข่งจำนวนหลายราย ซึ่งประกอบด้วยคู่แข่งที่เป็นร้านหนังสือขนาดใหญ่ที่มีจำนวนหลายสาขา เช่น บริษัท เอเซียบุ๊กส์ จำกัด และคู่แข่งรายย่อยอื่นๆ เป็นต้น

3. สายธุรกิจดิจิทัล

3.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

1.1.1 ดำเนินธุรกิจการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์หลากหลายแนวที่สอดคล้องกับรสนิยมการอ่านในแต่ละไลฟ์สไตล์ ดังนี้

การบริหารและการจัดการ (Business and Management)

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการบริหารและการจัดการ รวมถึงเศรษฐศาสตร์ การเงิน การบัญชี การตลาด ภาษี และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

ภาษา (Language)

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะด้านภาษา

ศาสนาและปรัชญา (Religion and Philosophy)

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความเชื่อ คำสอนทางศาสนา และปรัชญา

นวนิยาย และวรรณกรรม (Fiction & Literature)

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์แนวนวนิยายและวรรณกรรมของนักเขียนไทย และนักเขียนต่างประเทศที่แปลเป็นภาษาไทย

การ์ตูน (Comics)

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์แนวการ์ตูนที่ให้ความบันเทิง ความเพลิดเพลินในการอ่านสำหรับเด็กและเยาวชน

นิทาน (Story Book)

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์แนวนิทานที่ให้ความบันเทิง ความเพลิดเพลินในการอ่านสำหรับเด็กและเยาวชน

หมวดทั่วไป (General Interest)

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาหลากหลาย ครอบคลุมความสนใจด้านต่างๆ อาทิ สุขภาพและความงาม อาหาร การพัฒนาตนเอง ไลฟ์สไตล์ ท่องเที่ยว และชีวิตคนดัง

3.2 ลูกค้านักอ่านเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือผู้ที่มียุ 15-35 ปี เป็นผู้รักการอ่านหนังสือในแนวต่างๆ เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์ชอบการอ่านหนังสือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์และซื้อสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรองคือผู้ที่มียุ 35 ปีขึ้นไป เป็นผู้รักการอ่านหนังสือในแนวต่างๆ เริ่มอ่านหนังสือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์และซื้อสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

3.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบันบริษัทฯ ทำการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการจำหน่ายประเภทต่างๆ ดังนี้

แอปพลิเคชันของบริษัทฯ - เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบปฏิบัติการของ Apple และ Android

แอปพลิเคชันของพันธมิตร - เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบปฏิบัติการของ Apple และ Android

เว็บไซต์ - เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ของพันธมิตร

บุรุษจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ - เป็นการจัดบุรุษจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้อ่านโดยตรงในงานต่างๆ ที่สำคัญ เช่น งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ และงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ เป็นต้น

3.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) พัฒนา คัดเลือกสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีคุณภาพ โดยให้ความสำคัญหลาย สอดคล้องกับความต้องการและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค
- 2) ดำเนินการทำการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง และทำกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตร
- 3) ดำเนินการทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง
- 4) ดำเนินการทำการกรรมการตลาดเพื่อสื่อสารไปถึงลูกค้าในการสร้างการรับรู้ และการจำหน่ายสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

3.5 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันธุรกิจดิจิทัล

อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยอยู่ในช่วงเริ่มต้น สถานะการแข่งขันทางธุรกิจยังไม่สูง แนวโน้มผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์แบบพกพาต่างๆ ในการค้นหาข้อมูลมากขึ้นเรื่อยๆ รวมถึงการสื่อสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์ และการอ่านหนังสือผ่านอุปกรณ์ต่างๆ อีกทั้งผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือต่างแข่งขันกันลงทุนในการพัฒนาเครือข่ายระบบ 3G เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถใช้งานได้อย่างรวดเร็ว และการเปิดตัวโทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์แบบพกพารุ่นใหม่ และระบบปฏิบัติการที่รองรับการใช้งานกับสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

สำนักพิมพ์ต่างๆ ให้ความสนใจในการทำสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมาก โดยผลิตสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์หลากหลาย แนว เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละไลฟ์สไตล์ อาทิแนวบริหารและการจัดการ, สุขภาพ, อาหาร, ท่องเที่ยว, ภาษา, ศาสนา, จิตวิทยา, ชีวิตประวัติ, วรรณกรรม, รถยนต์, คอมพิวเตอร์, ตกแต่งบ้าน, การ์ตูน และอื่นๆ

ผู้ให้บริการสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มจำนวนมากขึ้น ซึ่งนอกเหนือจากร้านหนังสือ สำนักพิมพ์แล้ว ผู้ให้บริการมือถือ บริษัทพัฒนาแอปพลิเคชัน ได้ลงทุนพัฒนาและเปิดตัวระบบจำหน่ายสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันและเว็บไซต์หลายราย รวมถึงสถาบันการศึกษาและองค์กรต่างๆเริ่มให้ความสนใจในการทำระบบ E-Library เพื่อให้นักศึกษาและพนักงานในองค์กรสามารถอ่านสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ได้มากขึ้น

โดยภาพรวม อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูงมากในอนาคต ด้วยปัจจัยต่างๆ ทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคเอง การพัฒนาเทคโนโลยี การพัฒนาอุปกรณ์พกพา การลงทุนพัฒนาสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ได้สะดวกสบายและมีความหลากหลายมากกว่าเดิม

เพื่อเป็นการรองรับกับการเติบโตดังกล่าว ปี 2557 บริษัทได้จัดทำเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ Nstore ซึ่งสามารถขายหนังสือในราคาพิเศษ จัดทำโปรโมชันที่หลากหลาย ส่งหนังสือตรงถึงมือผู้อ่านภายใน 24 ชั่วโมง โดยในระยะแรกจะจำหน่ายสิ่งพิมพ์

และ e-book ของเครือเนชั่นเป็นหลัก โดยเฉพาะ e-book จะมีการเพิ่มจำนวนหนังสือ โดยเน้นทั้งสิ่งพิมพ์ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ และจะขยายไปสู่การจำหน่ายสินค้าประเภทอื่น รวมถึงบริหารจัดการจำหน่ายสินค้าของบริษัทต่างๆ ในลำดับต่อไป

4. ธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมสำหรับเยาวชน

4.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

พื้นฐานของกลุ่มบริษัทฯ เป็นบริษัทที่อยู่ในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งในขณะที่ปัจจุบันภาวะการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัว และปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองที่เกิดขึ้นในสังคมส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจให้ชะลอตัวตาม รวมไปถึงความเจริญก้าวหน้าและการพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีใหม่ๆ ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป การบริโภคข้อมูลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์เริ่มลดน้อยลง เลือกที่จะเปิดรับสื่อต่างๆ มากยิ่งขึ้น ทั้งสื่อออนไลน์และสื่อโทรทัศน์เพื่อรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ

โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้เห็นโอกาสในการขยายตัวทางธุรกิจ กลุ่มบริษัทฯ จึงก้าวเข้ามาในธุรกิจสื่อโทรทัศน์ เพื่อตอบรับและก้าวทันผู้บริโภค รวมถึงยังเป็นช่องทางในการส่งเสริมธุรกิจสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ รวมถึงการวางแผนทางธุรกิจในอนาคตเพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างครบวงจร โดยได้จัดทำช่องโทรทัศน์ดาวเทียมผ่านระบบ C Band สำหรับเด็กและครอบครัว ผู้ชมที่เป็นพ่อแม่และเยาวชนรุ่นใหม่สามารถรับชมที่วิร่วมกัน ในรูปแบบของเนื้อหาที่เป็น Edutainment ที่มีมากกว่าแค่การรับชมการ์ตูน รายการที่คัดสรรและผลิตเองเน้นความสนุกสนาน สาระ บันเทิง และความคิดสร้างสรรค์ ภายใต้ชื่อสถานีโทรทัศน์ KidZone โซนคิดของเด็กคิดชน ซึ่งตลอดระยะเวลากว่า 2 ปี ได้สร้างสรรค์รายการสาระความรู้ ความบันเทิง และกิจกรรมดีๆ ให้กับผู้ชม จนได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มผู้ชมทั่วประเทศ ทั้งในกลุ่มคนเมืองและต่างจังหวัด รวมไปถึงผู้ให้บริการเครือข่ายโทรทัศน์ดาวเทียม และผู้ประกอบการเคเบิลชั้นนำต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ได้รับการจัดอันดับให้เป็นอันดับหนึ่งของสถานีสาระบันเทิงสำหรับครอบครัว (Kids & Family Variety Channel)

จากความสำเร็จของบริษัทฯ ในการบริการงานสถานี Kidzone ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาหนึ่งปี ปัจจุบันสถานี Kidzone เติบโตขึ้น และด้วยชื่อเสียง ความชำนาญในการสร้างสรรค์รายการในรูปแบบของ Edutainment และพร้อมที่ขยายโซนคิดของเด็กๆ ไปสู่พื้นที่ความคิดสร้างสรรค์ กับก้าวเข้าสู่ปีที่ 2 ในการเป็นสถานีโทรทัศน์ “คิดโซน” สถานีแห่งความ “คิด” สร้างสรรค์สื่อที่ดีสำหรับผู้ชมทั้งเด็ก วัยรุ่น และครอบครัวในรูปแบบของการเรียนรู้อย่างฉลาด (Play & Learn Smart) อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีแผนงานของการเพิ่มช่องทางในการหารายได้ให้มากขึ้น โดยการมุ่งเน้นพัฒนาผลิตรายการคุณภาพ (content provider) ไปบนแพลตฟอร์มช่องทีวีดิจิทัลของบริษัทในเครือเนชั่น ทั้ง Nation TV และ Now TV รวมถึงแพลตฟอร์มช่องทีวีดิจิทัลอื่นๆ เพื่อหวังแข่งขันชิงเม็ดเงินโฆษณาที่มีแนวโน้มจะกระจายตัวอย่างสมดุลตามจำนวนฐานผู้ชมที่มากขึ้น ซึ่งมีกำหนดการจะเริ่มในเดือนมีนาคม 2557

4.2 ภาวะตลาดอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม

ภายหลังจากการที่สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เริ่มทยอยออกใบอนุญาตให้ผู้ประกอบการทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวี ในปี พ. ศ. 2556 รวมถึงการวางแผนเปลี่ยนผ่านโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกสู่ระบบดิจิทัล โดยเปิดการประมูลทีวีดิจิทัล ในส่วนของช่องบริการธุรกิจ 24 ช่องเมื่อปลายเดือนธันวาคม พ. ศ. 2556 และคาดว่าจะสามารถเผยแพร่ภาพได้ราวไตรมาส 1 ปี 2557 จะเป็นปัจจัยหลักในการช่วยผลักดันให้ตลาดผลิตรายการโทรทัศน์ในประเทศไทยเติบโตและมีความคึกคักมากขึ้น โดยคาดว่าจะตลาดผลิตรายการโทรทัศน์ในปี 2557 จะมีมูลค่าสูงถึง 32,690 - 33,260 ล้านบาท เติบโตกว่าร้อยละ 14 - 16 จากปี 2556 ที่คาดว่าจะมีมูลค่าอยู่ที่ 28,780 ล้านบาท และการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคทีวีดิจิทัลในประเทศไทยจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการแข่งขันทางธุรกิจทีวีที่รุนแรง เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันด้านคุณภาพของเนื้อหาการรายการโทรทัศน์ เพื่อสร้างความแตกต่างจากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รายอื่นๆ ซึ่งจะเป็นการยกระดับภาพรวมของเนื้อหาการรายการโทรทัศน์ในประเทศไทยให้มีคุณภาพ หลากหลาย และตรงกับความต้องการของผู้ชมโทรทัศน์มากยิ่งขึ้น เพื่อแข่งขันกันชิงเม็ดเงินโฆษณาผ่านโทรทัศน์ที่มีมูลค่ากว่า 70,000 ล้านบาทต่อปี

AGB Nielsen Media Research รายงานการใช้ชมโฆษณาผ่านสื่อช่วง 10 เดือน (ม.ค.-ต.ค.) ปี 2556 เติบโตขึ้น 1.46% หรือมีมูลค่า 1.057 แสนล้านบาท ขณะที่ช่วง 2 เดือนสุดท้ายมีปัจจัยหนุนมาจากการเมือง ส่งผลต่อบรรยากาศจับจ่ายสินค้าในช่วงฤดูการขยายปลายปีอยู่ในภาวะซบเซาส่งผลให้สินค้าต่างๆ สะท้อนการใช้ชมโฆษณาและจัดแคมเปญลง และคาดว่าจะถึงสิ้นปีนี้ภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณาจะเติบโตราว 2%-3% เท่ากับตัวเลขการเติบโตของจีดีพี แต่สำหรับแนวโน้มปี 2557 มีปัจจัยบวกจากการเลือกตั้งในช่วงต้นปี การออกอากาศโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ทีวีดิจิทัล) ช่วงไตรมาสแรก รวมทั้งการแข่งขันฟุตบอลโลก 2014 ที่ประเทศบราซิลในช่วงกลางปี ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญกระตุ้นการเติบโตในอุตสาหกรรมโฆษณาสื่อโทรทัศน์ให้ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ระบบดิจิทัลทีวีในประเทศไทย จะพบว่าทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวียังสามารถเติบโตคู่ขนานไปกับดิจิทัลทีวีได้ด้วยปัจจัยที่หลากหลายและการปรับตัวทางธุรกิจที่เหมาะสม เนื่องด้วยฐานผู้ชมบนเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมซึ่งมีจำนวนสูงถึง 60% ของตลาด ยังสามารถรับชมช่องรายการดิจิทัลทีวีผ่านเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมตามกฎ Must carry ได้ในช่วงที่โครงข่ายดิจิทัลทีวียังไม่ครอบคลุมซึ่งอาจต้องใช้เวลาในการขยายโครงข่ายดังกล่าว และช่องรายการบนแพลตฟอร์มทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวียังคงมีความหลากหลายมากกว่าและมีฐานคนดูเฉพาะกลุ่มอยู่ก่อนแล้ว แต่ทั้งนี้ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มและช่องรายการบนทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวี จำเป็นต้องมีการปรับตัวทางธุรกิจที่เหมาะสม โดยเฉพาะการพัฒนาคุณภาพรายการและระบบออกอากาศ รวมทั้งเพิ่มบริการเสริมต่างๆ เพื่อดึงดูดฐานผู้ชมให้ยังคงใช้บริการต่อไป

นอกจากจะมีการเผยแพร่รายการโทรทัศน์ผ่านทีวีดาวเทียมแล้ว บริษัทยังได้รับเหมาช่วงเวลาจากเครือเนชั่นให้ทำรายการในดิจิทัลทีวี จะเป็นโอกาสให้ Kidzone ซึ่งปัจจุบันเป็นสถานีอันดับหนึ่งของ Kids & Family Variety Channel ในโทรทัศน์ดาวเทียม จะมีเวลาออกอากาศในทีวีดิจิทัล 2 ช่องดังกล่าวได้ โดยจะทำการปรับภาพลักษณ์ใหม่ เปลี่ยนชื่อเป็น “คิดโซน” ปรับเนื้อหาของรายการให้มุ่งเน้นด้านสาระและบันเทิง เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ ขยายครอบคลุมไปยังกลุ่มวัยรุ่น จากเดิมที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักคือเยาวชนและครอบครัว ทำให้ขยายโอกาสในการสร้างสัดส่วนรายได้จากค่าโฆษณาสูงขึ้น

จากภาพรวมข้างต้น การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ระบบดิจิทัลทีวีในประเทศไทยจะเป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมโฆษณา จากเดิมที่เคยถูกจำกัดทั้งเวลาและพื้นที่ลงโฆษณาจากช่องฟรีทีวีที่มีจำกัด ลูกค้านจะมีทางเลือกในการลงโฆษณามากขึ้น รวมไปถึงลูกค้ายังสามารถเลือกลงโฆษณาได้ในช่องรายการที่ตรงกลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่า จึงเป็นโอกาสในการทำการตลาดที่ชัดเจนและแม่นยำไปยังกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นเด็กและครอบครัว โดยการสร้างสรรค์คอนเทนต์คุณภาพเจาะผู้ชมเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงงบประมาณจากลูกค้าเอเจนซีที่ต้องการสื่อสารประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการไปยังกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว

5. ธุรกิจการบริหารลิขสิทธิ์ (Character Management)

5.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนลิขสิทธิ์ของการ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนที่มีชื่อเสียง และได้รับความนิยมจากต่างประเทศเพื่อบริหารลิขสิทธิ์ของการ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนนั้นๆ ให้กับผู้ผลิตสินค้าที่สนใจซื้อลิขสิทธิ์เพื่อนำไปผลิตเป็นสินค้าต่างๆ สำหรับจัดจำหน่ายภายในประเทศไทย รวมถึงเจ้าของผลิตภัณฑ์ และห้างค้าปลีก ที่สนใจซื้อลิขสิทธิ์เพื่อกิจกรรมส่งเสริมการขาย นอกจากนี้ยังรวมถึงการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมให้การ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนต่างๆ ที่บริษัทฯ ดูแลอยู่ให้เป็นที่รู้จัก และได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้นในประเทศไทย เพื่อเป็นการสนับสนุนให้สินค้าลิขสิทธิ์เกิดการบริโภคมากขึ้น ส่งผลให้มียอดขายที่ดี และเติบโตขึ้นตามลำดับ ซึ่งบริษัทฯ จะได้รับผลตอบแทนกลับคืนมาในรูปแบบของค่าลิขสิทธิ์ ณ ปัจจุบันการ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนลิขสิทธิ์ที่บริษัทฯ ได้รับสิทธิในการเป็นตัวแทนสำหรับประเทศไทย มีดังนี้

1) CANIMALS (แคนนิมอลส์)

CANIMALS เป็นการ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนที่มีต้นกำเนิดจากประเทศเกาหลีใต้ ได้รับความนิยมมากในประเทศเกาหลีใต้ และประเทศต่างๆ ในแถบยุโรป รวมถึงตะวันออกกลาง เนื่องจากความน่ารัก และโดดเด่นด้วยรูปแบบตัวการ์ตูนที่แตกต่างจากการ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนอื่นๆ ที่มีอยู่ในตลาดปัจจุบัน รวมถึงมีแอนิเมชันที่มีความสนุกสนาน สินค้าลิขสิทธิ์ที่มีคุณภาพ ดีไซน์สวยงาม ที่ช่วยส่งเสริมให้ CANIMALS เป็นที่รู้จัก และได้รับการตอบรับจากกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดี รวมถึงการพัฒนาตัวการ์ตูนไปใน

แพลตฟอร์มต่างๆ เช่น เกมแอปพลิเคชันบนเฟซบุ๊ก CANTASIA, สตีกเกอร์ลายแคนนิมอลส์ที่ใช้ในโปรแกรมสนทนาทางโทรศัพท์ LINE เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวมีส่วนช่วยให้การ์แรคเตอร์การ์ตูนแคนนิมอลส์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้าง และมีจำนวนมากขึ้น

2) YooHoo & Friends (ยูฮูแอนด์เฟรนด์)

YooHoo & Friends เป็นการ์แรคเตอร์การ์ตูนที่มีต้นกำเนิดจากประเทศเกาหลีใต้ ความนิยมเริ่มมาจากสินค้าตุ๊กตาผ้าขนที่ปัจจุบันมีการจำหน่ายที่กระจายไปมากกว่า 50 ประเทศทั่วโลกรวมถึงประเทศไทย นอกจากนี้ YooHoo & Friends ยังได้พัฒนาในส่วนของแอนิเมชันเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบ และหลงรักตัวการ์ตูนดังกล่าว โดยเนื้อหาในการ์ตูนแอนิเมชันได้สอดแทรกแง่คิดในเรื่องของมิตรภาพ ความสามัคคี ความเสียสละ รวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ประเภทต่างๆ โดยใช้เป็นการ์แรคเตอร์การ์ตูน YooHoo & Friends ในการดำเนินเรื่อง

3) Astro Boy (แอสโตรบอย)

Astro Boy เป็นการ์แรคเตอร์การ์ตูนที่มีต้นกำเนิดจากประเทศญี่ปุ่น ผลงานของปรมาจารย์การ์ตูน เท็ตซึกะ โอซามุ ได้รับความนิยมและโด่งดังไปทั่วโลก ทั้งในรูปแบบแอนิเมชัน หนังสือการ์ตูน และหนังสือการ์ตูนอิเล็กทรอนิกส์ มีเนื้อหาเรื่องราวสนุกน่าติดตาม สามารถนำไปผลิตสินค้าลิขสิทธิ์ที่หลากหลาย ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่เยาวชนไปจนถึงผู้ใหญ่

5.2 ลูกค้านกลุ่มเป้าหมาย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจลิขสิทธิ์แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ

- กลุ่มบริษัทผู้ผลิตสินค้าประเภทต่างๆ
- กลุ่มบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์
- กลุ่มห้างสรรพสินค้า และห้างค้าปลีก

โดยกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ มีความต้องการที่จะนำลิขสิทธิ์การ์แรคเตอร์การ์ตูนไปใช้ในวัตถุประสงค์ที่คล้ายคลึงกัน คือ ต้องการซื้อลิขสิทธิ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ของตนเอง ให้มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด ซึ่งคาดหวังให้ยอดขายของตนเองเติบโตมากยิ่งขึ้น

5.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายลิขสิทธิ์การ์แรคเตอร์การ์ตูนนั้น บริษัทฯ มุ่งเน้นที่จะเข้าไปนำเสนอลิขสิทธิ์ให้กับบริษัทผู้ผลิต, เจ้าของผลิตภัณฑ์ และห้างค้าปลีกโดยตรง เพราะลักษณะของธุรกิจลิขสิทธิ์แตกต่างจากสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป

5.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) คัดเลือกการ์แรคเตอร์การ์ตูนลิขสิทธิ์ที่โด่งดัง และได้รับความนิยมในต่างประเทศ
- 2) คัดเลือกการ์แรคเตอร์การ์ตูนลิขสิทธิ์ที่มีแอนิเมชัน เพราะเป็นตัวช่วยสำคัญที่จะทำให้ตัวการ์ตูนลิขสิทธิ์นั้นๆ เป็นที่รู้จักในวงกว้างอย่างรวดเร็ว
- 3) โฆษณาและประชาสัมพันธ์การ์แรคเตอร์การ์ตูนลิขสิทธิ์ผ่านสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง
- 4) สร้างสรรค์กิจกรรมทางการตลาดที่โดดเด่น และแตกต่างเพื่อให้ผู้บริโภค และเกิดการจดจำการ์แรคเตอร์การ์ตูนให้มากขึ้น
- 5) หาคู่ค้าที่มีศักยภาพ เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์การ์แรคเตอร์การ์ตูนผ่านการทำการส่งเสริมการขาย และกิจกรรมทางการตลาดอื่นๆ

5.5 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจการบริหารลิขสิทธิ์

ธุรกิจการบริหารลิขสิทธิ์เป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจ เนื่องมาจากตัวเลขรวมในตลาดที่มีมูลค่าสูง และยังมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี สภาพการแข่งขันทางธุรกิจสูง การ์ตูนการ์ตูนที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยในปัจจุบัน ส่วนใหญ่มาจากค่ายยักษ์ใหญ่ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศญี่ปุ่น อาทิเช่น วอลต์ ดิสนีย์, วอร์เนอร์ บรอส, มาร์เวล, ชานริไอ้, โคราเอมอน, คราก่อนบอล, อุลตราแมน, อาราด์, นารูโตะ และอื่นๆ การ์ตูนการ์ตูนดังกล่าวเป็นการ์ตูนการ์ตูนที่มีความเป็นอมตะ โด่งดังมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน บวกกับความแข็งแกร่งของการทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง ทำการออกอากาศแอนิเมชันทางโทรทัศน์ การมีภาพยนตร์แอนิเมชันเข้ามาฉายที่ประเทศไทยทุกปี รวมไปถึงการจัดกิจกรรมที่ยิ่งใหญ่ สิ่งเหล่านี้ยิ่งต่อยุทธศาสตร์ความสำเร็จของการ์ตูนการ์ตูนต่างๆ ในสายตาของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และเนื่องจากมูลค่ารวมของตลาดลิขสิทธิ์ในประเทศไทยมีมูลค่าสูง ทำให้มีผู้สนใจที่จะเข้ามาแบ่งเบียดเงินที่ได้จากค่าลิขสิทธิ์เป็นจำนวนมาก ไม่เว้นแม้กระทั่งการ์ตูนการ์ตูนที่ผลิตโดยบริษัทคนไทย อาทิ ก้านกล้วย, ปิงปอนด์, เซลล์ดอน, เบิร์ดแลนด์, บัตตี บันนี่ และอื่นๆ อีกมากมาย

ในเชิงของสินค้าลิขสิทธิ์ครั้งแรกเตอร์กรุ๊ปชื่อดัง ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เพราะค่ายการ์ตูนยักษ์ใหญ่ต่างๆ ได้มีการพัฒนากราฟิกอาร์ตเวิร์กของตัวการ์ตูนให้มีความทันสมัย หลากหลาย ตอบโจทย์ได้ทุกกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่แรกเกิด จนถึงวัยทำงาน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการต่างๆ เล็งเห็นโอกาสในการทำธุรกิจจากการซื้อสิทธิเพื่อผลิตเป็นสินค้า และทำรายการส่งเสริมการขายต่างๆ มากมายดังที่ได้เห็นในตลาด

โดยภาพรวมจะเห็นได้ชัดเจนว่า ธุรกิจการบริหารลิขสิทธิ์ในประเทศไทยมีการแข่งขันที่สูงมาก แต่ก็ยังมีช่องทางที่จะหารายได้จากธุรกิจลิขสิทธิ์ หากเรามีคาร์แรคเตอร์การ์ตูนที่มีศักยภาพ และการการตลาดที่ชัดเจน แม่นยำ รวมถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์คาร์แรคเตอร์การ์ตูนอย่างต่อเนื่อง เพื่อได้รับการยอมรับ และสร้างความมั่นใจในตัวการ์ตูนจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ผลิต, เจ้าของผลิตภัณฑ์ ร้านค้า และองค์กรต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้คาร์แรคเตอร์การ์ตูนเป็นที่รู้จัก และนิยมมากขึ้นในหมู่ผู้บริโภค โดยปัจจุบัน บริษัทมีคาร์แรคเตอร์การ์ตูนชั้นนำจากต่างประเทศ 3 คาร์แรคเตอร์ คือ Canimals และ Yahooo & Friend จากประเทศเกาหลี และเจ้าหนุอะตอม Astroboy จากญี่ปุ่น

ธุรกิจอื่น

6. ธุรกิจให้บริการด้านการศึกษา

บริษัท ไนน์ บี โพรท์ จำกัด ประกอบธุรกิจวางศิลาฤกษ์และมัธยมนพลาช เพื่อส่งเสริมการศึกษาและเพิ่มขีดความสามารถของนักเรียนในการแข่งขันในสนามสอบที่มีจำนวนมากขึ้นในสถานะที่มีการแข่งขันสูง ทั้งนี้เรามีเครือข่ายอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิและประสบการณ์การสอนสูง มีความรู้ถึงระดับปริญญาเอก และไม่ต่ำกว่าปริญญาโทจากต่างประเทศมากกว่าเจ็ดท่าน ซึ่งแต่ละท่านมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาต่างๆ คือ ภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์ ฟิสิกส์ เคมี และชีววิทยา ดังนั้น อาจารย์ทุกท่านจึงสามารถบริหารจัดการการเรียนการสอนในสาขาวิชาที่ท่านเชี่ยวชาญได้เป็นอย่างดี โดยสามารถสอนได้ทั้งในภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

6.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

6.1.1 การเรียนการสอนเพื่อกวคว้า โดยอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่สถาบันกวควาปีปรท์ โดยจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ หรือตามวัตถุประสงค์ของนักเรียน โรงเรียนเปิดคอร์สวิชาหลักตามความต้องการของตลาด โดยทั่วไป หรือนักเรียนสามารถจัดกลุ่มเพื่อขอเปิดคอร์สในสาขาวิชาที่นักเรียนต้องการ โดยทางสถาบันให้บริการอาคารสถานที่ และอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง

6.1.2 การเรียนการสอนเพื่อคววิชาผ่านสื่อวิดีโอที่สถาบันกวดวิชาบีโปรท์ โดยใช้สื่อที่ผลิตขึ้นจากการเรียนการสอนของอาจารย์ ผู้ทรงคุณวุฒิของสถาบัน นักเรียนสามารถวางแผนการเรียนเพื่อลงเรียนในเวลาที่เหมาะสม นักเรียนสามารถเรียนเป็นการ ชมวิดีโอการเรียนการสอนแบบส่วนตัว นักเรียนหนึ่งคนต่ออุปกรณ์หนึ่งชุด ดังนั้น นักเรียนสามารถควบคุมการเล่นวิดีโอ

ได้ เช่นการข้ามไปยังบทถัดไป หรือการเล่นแบบ Fast Forward หรือหากนักเรียนไม่เข้าใจในสไลด์ใด สามารถเล่นวีดีโอในส่วนนั้นซ้ำได้ เป็นต้น

- 6.1.3 การเรียนกวดวิชาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต นอกพื้นที่ของสถาบันกวดวิชาบีไบรท์ (โดยใช้สื่อวีดีโอที่ได้กล่าวไว้ใน ผลิตภัณฑ์ที่ 6.1.2) ในกรณีที่นักเรียนไม่สะดวกในการเดินทางมาที่สถาบัน นักเรียนสามารถเรียนผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งนักเรียนจำเป็นต้องมีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเป็นของตนเอง โดยนักเรียนต้องสมัครเป็นสมาชิกของสถาบัน ช้อคคอร์สเรียน จากนั้นจึงสามารถดูวีดีโอการเรียนการสอนผ่านระบบ Video Streaming บนอินเทอร์เน็ตได้ทันที ทุกที่ ทุกเวลา และสามารถควบคุมการเล่นวีดีโอได้เช่นเดียวกันกับการมาดูวีดีโอที่สถาบัน
- 6.1.4 บริการให้เช่าใช้พื้นที่เพื่อการเรียนการสอน หรือเพื่อการประชุมกลุ่ม เนื่องจากสถาบันบีไบรท์ ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจกวดวิชา ในใจกลางเมือง ดังนั้นผู้ใช้บริการสามารถเดินทางมาที่สถาบันได้สะดวกทั้งทางบริการรถไฟฟ้า และเรามีที่จอดรถเพียงพอแก่ผู้มาใช้บริการ ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มรายได้จากการใช้ประโยชน์อาคารสถานที่โดยเฉพาะในช่วงระหว่างวัน ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์
- 6.1.5 บริหารจัดการการเรียนการสอนสำหรับครูอิสระ เพื่อสร้างเครือข่ายครูอิสระที่มีศักยภาพหรือกำลังประสบความสำเร็จ แต่ไม่มีทุนทรัพย์เพียงพอในการขยายโอกาส รวมทั้งไม่มีสถานที่เพื่อการเรียนการสอนเป็นของตนเอง และกำลังมองหาโอกาสในการเติบโตร่วมไปกับเรา ในกรณีนี้ สถาบันจะทำการส่งเสริมการตลาดให้ และผลตอบแทนที่ได้หลังหักค่าใช้จ่ายจะอยู่ในรูปแบบของการแบ่งผลกำไร (Profit Sharing)

6.2 ลูกค้าย่อยเป้าหมาย

- 6.2.1 กลุ่มนักเรียนในสังกัดของกระทรวงศึกษาธิการ ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ถึงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือนักเรียนที่มีอายุ 10-16 ปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ผลการสอบที่ติดที่โรงเรียน (2) การสอบแข่งขันเพื่อเข้าเรียนในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1, มัธยมศึกษาปีที่ 4 หรือระดับมหาวิทยาลัย (3) การสอบแข่งขันในสนามแข่งขันอื่นๆ เช่น USO และ สอวน. เป็นต้น
- 6.2.2 กลุ่มนักเรียนในระบบการศึกษาแบบนานาชาติ หรือระบบการศึกษาแบบสองภาษา ระดับเทียบเท่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ถึงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือนักเรียนที่มีอายุ 10-16 ปี
- 6.2.3 กลุ่มนักเรียนในระดับมหาวิทยาลัย ที่ต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะการเขียนและการสนทนาภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นทักษะที่มักไม่รวมอยู่ในการทดสอบเพื่อการสอบแข่งขันเพื่อเข้าเรียนชั้นมัธยมปลาย และระดับมหาวิทยาลัย จึงมักถูกละเลยจากการกวดวิชาเพื่อสอบเข้า และนักเรียนในระดับมหาวิทยาลัยมักขาดทักษะเหล่านี้
- 6.2.4 กลุ่มคนทำงานที่ต้องการพัฒนาทักษะด้านภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เพื่อการตอบรับการเข้ามาของ AEC โดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อการประกอบการทำงานหรือการติดต่อธุรกิจ ทั้งนี้ทักษะที่สำคัญคือการเขียน และการสนทนาภาษาอังกฤษ

6.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

- 6.3.1 การเรียนการสอนที่เรียนสดกับอาจารย์และครูอิสระ นักเรียนสามารถสมัครเรียนที่สถาบัน หรือโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารของสถาบัน และนำ pay-in slip มาแสดงต่อเจ้าหน้าที่ จากนั้นจึงเริ่มเรียนได้ทันทีตามตารางเวลาของคอร์สวิชานั้นๆ
- 6.3.2 การเรียนการสอนผ่านสื่อวีดีโอ นักเรียนสามารถเดินทางมาสมัครเรียนที่สถาบันได้โดยตรง หรือโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารของสถาบัน และนำ pay-in slip มาแสดงต่อเจ้าหน้าที่ และสามารถเริ่มเรียนได้ทันที หรืออาจสำรองที่นั่งล่วงหน้า เพื่อทำการเรียนภายในเวลาทำการของสถาบัน
- 6.3.3 การเรียนการสอนผ่านเว็บไซต์ของสถาบันที่ <http://www.BeBrightAcademy.com> นักเรียนสามารถเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อสมัครสมาชิก และชำระเงินเพื่อซื้อคอร์สออนไลน์ (Online Payment) จากนั้นนักเรียนสามารถเริ่มเรียนได้ทันที ทุกที่ ทุกเวลา

6.3.4 การเข้าใช้พื้นที่เพื่อการเรียนการสอนหรือการประชุม ทางสถาบันจะให้สิทธิแก่อาจารย์ของสถาบันก่อน ผู้เช่าจำเป็นต้องระบุวันเวลาที่ชัดเจนเพื่อการเช่าเป็นรายชั่วโมง และชำระเงินเต็มจำนวนแก่เจ้าหน้าที่ที่สถาบัน หรือโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารของสถาบัน และนำ pay-in slip มาแสดงต่อเจ้าหน้าที่

6.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

เรามีจุดแข็งที่เป็นศักยภาพที่สำคัญหลายประการ ดังนี้

1. ทำเลที่ตั้งของสถาบันตั้งอยู่ในใจกลางเมือง ในแหล่งธุรกิจกวดวิชา และใกล้แหล่งบริษัทเอกชนต่างๆ ดังนั้นเราจึงได้เปรียบในเรื่องของอาคารสถานที่ด้วยต้นทุนที่ต่ำและมีศักยภาพสูง จากการสังเกตโดยทั่วไป มีนักเรียนที่ตระเวนกวดวิชาหลายหมื่นคนต่อวันในย่านนี้
2. สื่อการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษ โดยอาจารย์อภิชัย รัตตรงสี่ เป็นสื่อวีดิโอการเรียนการสอนที่มีชั่วโมงเรียนมากกว่า 500 ชั่วโมง และพร้อมลงสู่ตลาดได้ทันทีทั้งในรูปแบบของคอร์สเรียนวีดิโอและคอร์สเรียนออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
3. เรามีเครือข่ายอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิในทุกสาขาวิชา คือ ภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์ ฟิสิกส์ เคมี และชีววิทยา แต่ละท่านมีวุฒิด้านการศึกษาสูงถึงปริญญาเอกและไม่ต่ำกว่าปริญญาโท จากต่างประเทศ
4. เราสามารถบริหารจัดการให้สถาบันกวดวิชาบีบีอาร์เป็นศูนย์การเรียนรู้ครบทุกสาขาวิชา นักเรียนสามารถเลือกเรียนกับเราได้ครบทุกวิชาอย่างมีคุณภาพ

6.5 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจให้บริการด้านการศึกษา

ตลอดเวลาที่ผ่านมา มาตรฐานการเรียนและการสอนในโรงเรียนทั่วประเทศไทยยังขาดแคลนอาจารย์ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ทำให้มาตรฐานทางการศึกษาของแต่ละโรงเรียนแตกต่างกัน ประกอบกับค่านิยมของสังคมไทยยังคงให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของสถาบันการศึกษา รวมทั้งความนิยมในสาขาวิชาและคณะการศึกษาซึ่งสามารถสร้างอาชีพและความมั่นคงในอนาคต อย่างไรก็ตาม การสอบแข่งขันเพื่อเข้าเรียนในระดับชั้นต่างๆ มีความเข้มข้นมากขึ้น อีกทั้ง การเปลี่ยนแปลงระบบสอบเข้ามหาวิทยาลัย ซึ่งใช้ผลการเรียนเฉลี่ยสะสมตลอดหลักสูตร ทำให้นักเรียนต้องพยายามทำคะแนนสอบที่โรงเรียนให้ดีโดยตลอด ทำให้นักเรียนจำเป็นต้องกวดวิชาตลอดเวลา เพื่อให้มีระดับผลการเรียนในโรงเรียนที่ดี และสามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ ด้วยเหตุนี้ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาในปัจจุบันจึงจำเป็นต้องวางแผนการเรียนเสริมหรือกวดวิชาระยะยาวตลอด 6 ปี และมีจุดมุ่งหมายเพื่อการสอบเข้าเรียนระดับมัธยมปลายโรงเรียนที่มีชื่อเสียง และสอบเข้ามหาวิทยาลัยในคณะที่ต้องการและมีชื่อเสียงด้วยเช่นกัน

ธุรกิจให้บริการด้านการศึกษา เป็นธุรกิจที่สามารถเติบโตในทุกภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ไม่ว่าเศรษฐกิจจะตกต่ำหรือการเมืองจะร้อนแรงเพียงใด ผู้ปกครองยังคงให้ความสำคัญด้านการศึกษาแก่บุตรหลานของตนเป็นสำคัญ ด้วยหวังวางรากฐานที่ดีและสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพที่มั่นคงในอนาคต อย่างไรก็ตาม ธุรกิจการศึกษาเป็นธุรกิจที่จำเป็นต้องใช้เวลาในการบ่มเพาะสร้างชื่อเสียงและผลงานให้เป็นที่ยอมรับแก่ผู้ปกครองและนักเรียน ดังนั้นภาพลักษณ์ที่ดีและคุณภาพทางการศึกษาจึงเป็นสิ่งที่สำคัญในการแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ ซึ่งบริษัท ไนน์ ปีโปรแกรม จำกัด ของกลุ่มบริษัท ๙ มีเครือข่ายอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิและประสบการณ์การสอนสูง มีความรู้ถึงระดับปริญญาเอก และไม่ต่ำกว่าปริญญาโทจากต่างประเทศมากกว่าเจ็ดท่าน ซึ่งแต่ละท่านมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาต่างๆ คือ ภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์ ฟิสิกส์ เคมี และชีววิทยา ดังนั้น บริษัท ๙ มั่นใจว่าจะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดที่มีอยู่ได้อย่างแน่นอน

2.2.5 ธุรกิจสื่อโทรทัศน์

บริษัทฯ เป็นผู้จัดหาและผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวและสาระความรู้ โดยมีช่องทางการออกอากาศหลายรูปแบบ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของบริษัทฯ ได้อย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้นำทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตรายการโทรทัศน์ อาทิเช่น ข้อมูลข่าว ภาพข่าว คุณภาพบุคลากรทีมข่าว มาต่อยอดขยายธุรกิจไปยังธุรกิจเกี่ยวเนื่องต่างๆ

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

1.) สถานีโทรทัศน์ที่บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการ

บริษัทฯ เป็นผู้ก่อตั้งและบริหารงานสถานีโทรทัศน์อย่างครบวงจร ทั้งด้านการดำเนินการผลิต การจัดการรายการ การออกอากาศ และการขายเวลาโฆษณา ซึ่งบริษัทฯ มีรายได้จากการขายเวลาโฆษณา การรับจ้างผลิตรายการและสารคดีสั้น และค่าเช่าเวลา โดยในปี 2556 บริษัทฯ มีสถานีโทรทัศน์ที่บริษัทฯ เป็นผู้ก่อตั้งและดำเนินการ จำนวน 3 สถานี โดยมีรายละเอียดดังนี้

ชื่อสถานี	แนวคิดหลักของสถานี	ช่องทางรับชม
1. สถานีข่าว Nation Channel เริ่มออกอากาศปี 2543 	สถานีข่าวและสาระความรู้ 24 ชั่วโมงซึ่งมุ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง เป็นกลาง ทันเหตุการณ์ พร้อมบทวิเคราะห์และข้อมูลเชิงลึกอย่างรอบด้านจากทีมงานข่าวที่มีประสบการณ์	- เคเบิลทีวีท้องถิ่น - ทีวีดาวเทียม ไทยคม-5 ระบบ C-Band ความถี่ 12355 MHz - ทีวีดาวเทียม ไทยคม-5 ระบบ KU-Band ความถี่ 3545 MHz - เว็บไซต์ www.nationchannel.com - โทรศัพท์เคลื่อนที่ - Application ผ่าน iPad และ iPhone - จอโทรทัศน์ภายในสถานีและบนรถไฟฟ้าบีทีเอส
2. สถานีข่าว คมชัดลึก ทีวี เริ่มออกอากาศ 3 ธันวาคม 2555 - 31 ธันวาคม 2556	สถานีข่าวระวังกภัยเพื่อชุมชน โดยมีเนื้อหาครอบคลุมทั้งเรื่องของท้องถิ่น ภัยพิบัติ ภัยร้ายวันเรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชน และเพิ่มสีสันด้วยรายการบันเทิงกีฬา โดย สนีกกำลังดำเนินเนื้อหา และทีมข่าวร่วมกับหนังสือพิมพ์คมชัดลึก	- เคเบิลทีวีท้องถิ่น - ทีวีดาวเทียม ไทยคม-5 ระบบ C-Band ความถี่ 3545 MHz โดยดูผ่านจานดาวเทียม 1. PSI ช่อง 87 2. Big4 ช่อง 16 3. Dynasat ช่อง 18 4. QSAT ช่อง 40 - ดูผ่าน Set top box 1. GMM-Z ช่อง 106 2. SunBox ช่อง 22 - เว็บไซต์ www.komchadluektv.net/tv และ www.rawangpai.com - Application ผ่าน iPad และ iPhone
3. สถานี RAMA Channel เริ่มออกอากาศ 1 ธันวาคม 2554 - 31 กรกฎาคม 2556	สถานีสาระความรู้เพื่อสุขภาพดี 24 ชั่วโมง โดยมุ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ การรักษาโรค และผลงานวิจัยจากคณะแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ โรงพยาบาลรามารับดี	- เคเบิลทีวีท้องถิ่น - ทรูวิชั่นส์ช่อง 24 - เว็บไซต์ http://ramachannel.tv/ - โทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone

ทั้งนี้เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการก้าวเข้าสู่ธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัล ทางบริษัทฯ ได้ยุติการรับผลิตรายการ และบริหารสถานี RAMA CHANNEL ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2556 เป็นต้นมา และยุติการออกอากาศช่องคมชัดลึกทีวี ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2556

2.) รายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทรายการข่าวและสาระความรู้กับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีช่องต่างๆ โดยมีรายได้จากส่วนแบ่งการฉายเวลาโฆษณา และการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการในรายการ ในปี 2556 บริษัทฯ มีรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีในช่อง 3 และ ช่อง 5 จำนวน 2 รายการ ดังนี้

สถานีโทรทัศน์	ชื่อรายการ	รูปแบบรายการ	วันและเวลาในการออกอากาศ
ช่อง 3	เรื่องเด่นเย็นนี้	รายงานข่าวเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในรอบวันหรือประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจของสังคม	ทุกวันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 16.00 -17.45 น.
ช่อง 5	5 เช้าข่าวดี (สิ้นสุดการร่วมผลิตวันที่ 31 ธ.ค. 2556)	นำเสนอข่าวที่น่าสนใจในมุมมองที่สนุกสนานชวนติดตาม ให้รู้ว่าการโลกนี้ไม่ได้มีแต่ข่าวร้าย รวมถึงการสัมภาษณ์พูดคุยกับบุคคลในข่าว และคนที่น่าสนใจในอาชีพต่างๆ	ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.35 – 09.10 น.

3.) ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

ในปี 2556 บริษัทฯมีนโยบายต่อยอดธุรกิจโดยนำข้อได้เปรียบที่มีอยู่ทั้งด้านเนื้อหาข้อมูล คุณภาพบุคลากร ความพร้อมของเครื่องมืออุปกรณ์ และชื่อเสียงของบริษัทฯ ขยายธุรกิจไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทฯ โดยการนำเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมหรือข่าวเหตุการณ์ที่อยู่ในความสนใจของกระแสสังคมมาสร้างสรรค์เป็นสินค้าหรือกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภค และเพิ่มศักยภาพในการหารายได้ของบริษัทฯ รวมทั้ง ยังเป็นการสร้างเสริมชื่อเสียงและภาพลักษณ์อันดีของบริษัทฯ ให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้ชมและลูกค้าเป้าหมายได้กว้างขวางมากขึ้น โดยลักษณะสินค้า บริการ หรือกิจกรรมที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการ ณ ปัจจุบัน มีดังนี้

ลักษณะสินค้าหรือบริการ	รูปแบบ
การผลิตและจำหน่าย หนังสือ และ DVD	นำเทปบันทึกภาพรายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมจากผู้ชม มาจัดทำเป็นหนังสือ และ DVD จำหน่ายแก่ประชาชนทั่วไป ตัวอย่างของ หนังสือ และ DVD ที่บริษัทฯ ผลิตในช่วงปี 2556 เช่น หนังสือและวีดีทัศน์รวม 52 แบบออฟาร์ทเมนท์ที่ไม่บานกับ อ. เชื้อขาว ขอบข่าย สไลด์ “อากาโง+ไอโซ+โลว์คอสต์”
การจัดอบรมสัมมนา	นำเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่แพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์ของบริษัทฯ ที่ได้รับความนิยมจากผู้ชม หรือเหตุการณ์หรือสิ่งที่อยู่ในความสนใจของกระแสสังคม มาจัดทำเป็นหลักสูตรการอบรมสัมมนาให้กับประชาชนทั่วไปที่สนใจ โดยตัวอย่างการจัดอบรมสัมมนา ในปี 2556 เช่น การจัดอบรมดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง ให้ความรู้การตลาดด้วยการใช้สื่อดิจิทัล การอบรมสานฝันผู้ประกอบการ การอบรมโครงการออฟาร์ทเมนท์ที่ไม่บาน เป็นต้น
การจัดกิจกรรมนำเที่ยว	จัดกิจกรรมนำเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เชิงวิชาการและศึกษาดูงานด้านธุรกิจการค้า เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้ชมได้ร่วมเดินทางกับผู้นำรายการและทีมงานผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ โดยตัวอย่างกิจกรรมนำเที่ยวในปี 2556 เช่น โครงการตามรอยพ่อ เยี่ยมชมโครงการพระราชดำริทั่วประเทศ จัดทัศนศึกษาดูงานสถานีโทรทัศน์เกษตรให้แก่เจ้าหน้าที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จัด BUSINESS MATCHING การพบปะระหว่างนักธุรกิจไทยและพม่า ในเมืองย่างกุ้ง ให้แก่บริษัทไฟเซอร์ จำกัด (ประเทศไทย) เป็นต้น

ลักษณะสินค้าหรือบริการ	รูปแบบ
การจัดกิจกรรมพิเศษ	บริการบริหารจัดการกิจกรรมทางการตลาดอย่างครบวงจรในทุกรูปแบบ ทั้งกิจกรรมเพื่อสังคม กิจกรรมสนับสนุนการ กิจกรรมวิชาการ ตั้งแต่การคิดสร้างสรรค์รูปแบบกิจกรรม ดำเนินการจัดกิจกรรม ผลิตและเผยแพร่สื่อโฆษณา ซึ่งกิจกรรมพิเศษที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการในปี 2556 เช่น โครงการห้องสมุดดิจิทัล จัดทำหนังสือเสียง มอบให้แก่มูลนิธิคนตาบอดแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ โครงการขับขี่ยานยนต์กับสอนดำ จัดอบรมการขับขี่ยานยนต์ปลอดภัยให้กับเจ้าของรถคันแรกทั่วประเทศ โครงการด้วยเกล้า ด้วยข้าว เชิญชวนผู้ชมและผู้ประกอบการธุรกิจทำบุญช่วยชาวนา ด้วยการซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์มอบให้แก่ ผู้ยากไร้ผ่านองค์กรการกุศลต่างๆ แล ทหาร ตำรวจตระเวนชายแดน รวมถึงเจ้าหน้าที่อุทยานในพื้นที่อุทยานแห่งชาติที่ห่างไกล

การตลาดและการแข่งขันของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

1.) ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ปี 2556 เป็นปีแห่งประวัติศาสตร์ในการพลิกโฉมธุรกิจสื่อโทรทัศน์ ภายใต้การกำกับดูแลและจัดสรรคลื่นความถี่ใหม่ในการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ที่เปิดให้มีการประมูลคลื่นความถี่ของ Digital TV (Digital Terrestrial Television Broadcasting) ประเภทบริการธุรกิจ 24 ช่อง โดยมีการประมูลเกิดขึ้นเมื่อวันที่ 26-27 ธันวาคม 2556 การประมูลครั้งนี้เป็นมิติใหม่ที่จะทำให้การแข่งขันในธุรกิจสื่อโทรทัศน์ที่เคยผูกขาดอยู่กับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี 6 ช่องเดิม คือ ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 ช่องเอ็นบีที และช่องไทยพีบีเอส เป็นการแข่งขันที่เปิดกว้างให้กับผู้ประกอบการรายใหม่ และเปิดทางเลือกให้กับผู้ชมโทรทัศน์มีทางเลือกมากขึ้นกับสถานีโทรทัศน์ถึง 24 ช่องที่จะได้รับอนุญาตให้เปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการได้ภายในเดือนเมษายน 2557 อาศัยใบอนุญาตระยะเวลา 15 ปี

ผลจากการประมูลมีผู้ชนะการประมูลช่อง ทีวีดี HD (High Definition) ทีวีดี จำนวนทั้งสิ้น 7 ช่อง เรียงตามลำดับมูลค่าการประมูลคืออันดับ 1 บริษัท บีอีซี - มัลติมีเดีย จำกัด 3,530 ล้านบาท อันดับ 2 บริษัท บางกอกมัลติมีเดีย แอนด์ บรอดแคสต์ จำกัด 3,460 ล้านบาท อันดับ 3 บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด 3,370 ล้านบาท อันดับ 4 บริษัท ทริปเปิล วี บรอดแคสต์ จำกัด 3,360 ล้านบาท อันดับ 5 บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) 3,340 ล้านบาท อันดับ 6 บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด 3,320 ล้านบาท อันดับ 7 บริษัท จีเอ็มเอ็ม เอช ดี ดิจิทัล ทีวี จำกัด 3,320 ล้านบาท

ผู้ชนะการประมูลช่อง ทีวีดี SD (Standard Definition) จำนวน 7 ช่อง เรียงตามลำดับมูลค่าการประมูล คือ อันดับ 1 บริษัท ไทย บรอดคาสต์ จำกัด 2,355 ล้านบาท อันดับ 2 บริษัท ทู ดีที จำกัด 2,315 ล้านบาท อันดับ 3 บริษัท จีเอ็มเอ็ม เอช ดี ดิจิทัล ทีวี จำกัด 2,290 ล้านบาท อันดับ 4 บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด 2,275 ล้านบาท อันดับ 5 บริษัท อาร์.เอส.เทเลวิชั่น จำกัด 2,265 ล้านบาท อันดับ 6 บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด 2,250 ล้านบาท อันดับ 7 บริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสต์ จำกัด 2,200 ล้านบาท

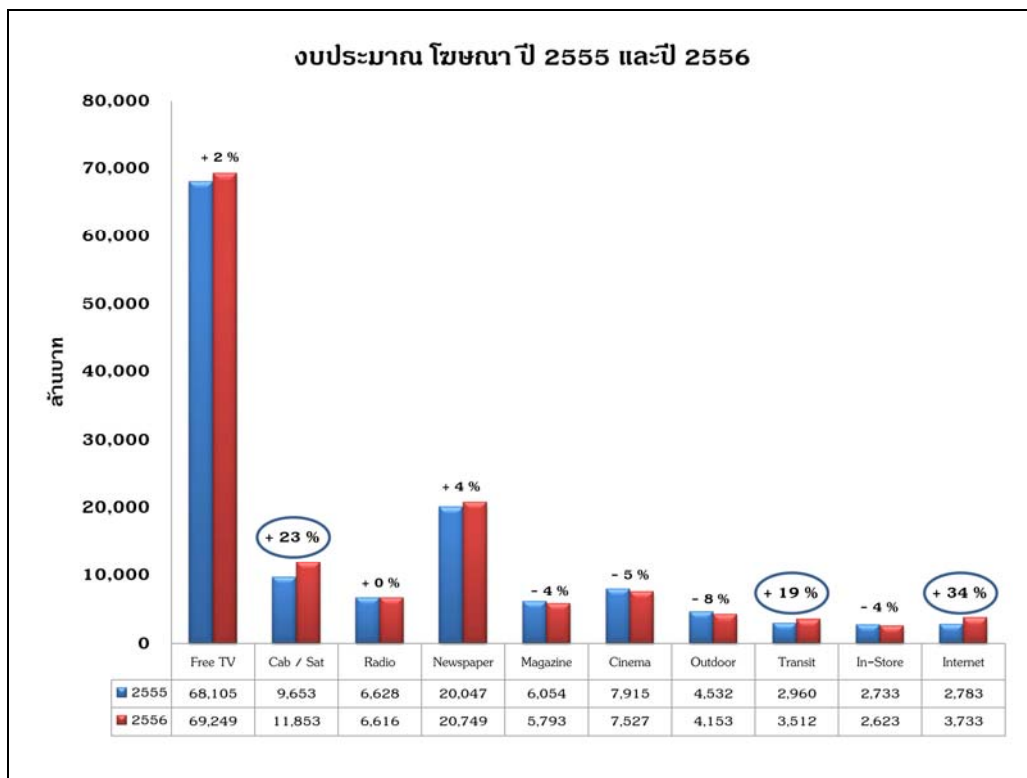
ผู้ชนะการประมูลช่องข่าว 7 ช่อง เรียงตามลำดับมูลค่าการประมูล คือ อันดับ 1 บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด 1,338 ล้านบาท อันดับ 2 บริษัท วอยซ์ ทีวี จำกัด 1,330 ล้านบาท อันดับ 3 บริษัท ไทยทีวี จำกัด 1,328 ล้านบาท อันดับ 4 บริษัท สปริงนิวส์ เทเลวิชั่น จำกัด 1,318 ล้านบาท อันดับ 5 บริษัท ไทย นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด 1,316 ล้านบาท อันดับ 6 บริษัท ดีเอ็น บรอดคาสท์ จำกัด 1,310 ล้านบาท อันดับ 7 บริษัท 3เอ. มาร์เก็ตติ้ง จำกัด 1,298 ล้านบาท

ช่องเด็กมีผู้ชนะการประมูล 3 ราย เรียงตามลำดับมูลค่าการประมูล คือ อันดับ 1 บริษัท บีอีซี มัลติมีเดีย จำกัด 666 ล้านบาท อันดับ 2 บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) 660 ล้านบาท อันดับ 3 บริษัท ไทยทีวี จำกัด 648 ล้านบาท

การประมูลครั้งนี้มีมูลค่าการประมูลคิดเป็นวงเงินรวมทั้งสิ้น 50,862 ล้านบาท โดยมีผู้ชนะการประมูลทั้งสิ้น 17 ราย (24 ช่อง) กลุ่มธุรกิจที่ได้ช่องไปมากที่สุดคือ BEC ได้ใบอนุญาตมากที่สุด 3 ใบ ได้แก่ช่อง Variety HD, Variety SD และช่องเด็ก รวมมูลค่าประมูล 6,471 ล้านบาท ส่วนผู้ประกอบการที่ได้ใบอนุญาต 2 ใบ มีทั้งสิ้น 4 ราย ได้แก่ GRAMMY ได้ช่อง Variety HD และ SD ใช้เงินไปทั้งสิ้น 5,610 ล้านบาท, กลุ่ม TRUE ซึ่งได้ช่อง Variety SD และช่องข่าว ใช้เงินไป 3,631 ล้านบาท, กลุ่ม Nations ได้ช่อง Variety SD และช่องข่าว ไปในราคารวม 3,538 ล้านบาท และกลุ่มทีวีพูล ได้ช่องข่าวและช่องเด็กไป ในราคารวม 1,976 ล้านบาท

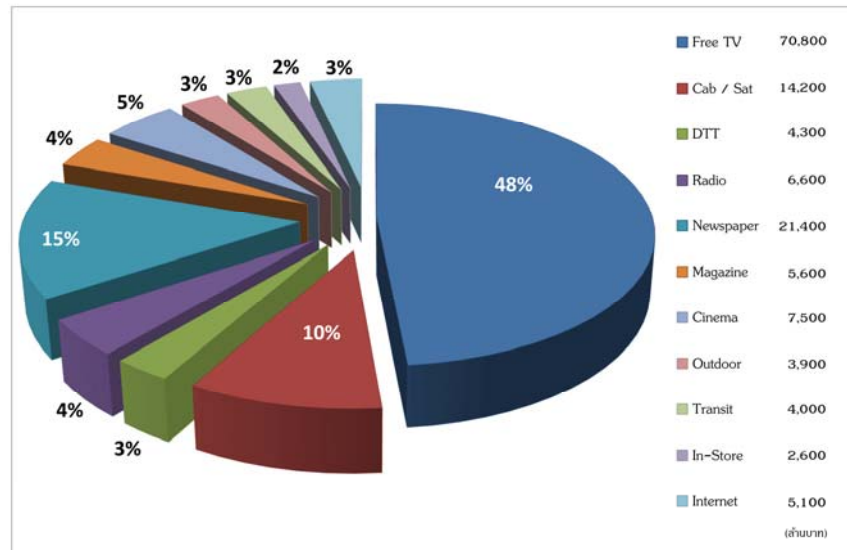
ปี 2556 ข้อมูลจาก AGB Nielsen Media Research, **Intensive Watch** และสมาคมโฆษณาดิจิทัลแห่งประเทศไทย (DAAT) รายงานตัวเลขการใช้บิลโฆษณาผ่านสื่อฟรีทีวี, เคเบิลทีวี และดิจิทัล มีมูลค่า 135,806 ล้านบาท เติบโตจากปี 2555 รว 3%

สำหรับโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์(ฟรีทีวี) มีมูลค่า 69,249 ล้านบาท เติบโต 2% เคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียม (cab/sat) มูลค่า 11,853 ล้านบาท เติบโต 23% สื่อวิทยุมูลค่า 6,616 ล้านบาท เติบโต 0% สื่อหนังสือพิมพ์มูลค่า 20,749 ล้านบาท เติบโต 4% นิตยสาร มูลค่า 5,793 ล้านบาท ลดลง 4% สื่อในโรงภาพยนตร์มูลค่า 7,527 ล้านบาท ลดลง 5% ป้ายโฆษณามูลค่า 4,153 ล้านบาท ลดลง 8% สื่อโฆษณาเคลื่อนที่(Transit) มูลค่า 3,512 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 19% สื่อโฆษณาในร้านค้า (In-store) มูลค่า 2,623 ล้านบาท ลดลง 4% โฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลมีมูลค่า 3,733 ล้านบาท เติบโต 34%



ขณะที่ สมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย คาดการณ์ภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2557 ว่าจะเติบโตราว 5% หรือมูลค่า 1.46 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่ 1.35 แสนล้านบาท โดยสัดส่วนการใช้บิลโฆษณา แบ่งเป็นฟรีทีวี 48% เคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียม 10% ดิจิตอลทีวี 3% หนังสือพิมพ์ 15% สื่อในโรงภาพยนตร์ 5% วิทยุ 5% นิตยสาร 4% ป้ายโฆษณา สื่อเคลื่อนที่ และอินเทอร์เน็ต ครองสัดส่วนเท่ากันคือ สื่อละ 3% อินสโตร์ 2% ของภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณา

คาดการณ์สัดส่วนงบประมาณโฆษณา ปี 2557 จำแนกตามประเภทสื่อ



โดยพบว่าสัดส่วนการใช้งบโฆษณาผ่านฟรีทีวีลดลงจาก 50% ในปี 2556 เป็น 48% ในปี 2557 มีมูลค่า 70,800 ล้านบาท เนื่องจากการเกิดขึ้นดิจิทัลทีวีประเภทธุรกิจพร้อมกัน 24 ช่องทำให้งบโฆษณาสำหรับสื่อที่จะกระจายมายังช่องใหม่ในระบบดิจิทัลทีวีซึ่งจะมีส่วนแบ่งตลาดในปีแรกของการออกอากาศประมาณ 3% คิดเป็นมูลค่า 4,300 ล้านบาทรวมกับช่องเคเบิลและทีวีดาวเทียมที่ออกอากาศอยู่เดิมจะคงส่วนแบ่งการตลาดไว้ได้ 10% มีมูลค่า 14,200 ล้านบาท แม้จะมีส่วนแบ่งการตลาดใกล้เคียงเดิมแต่ถือว่าไม่มีการเติบโต และอาจถดถอยลงจากปี 2556

Nielsen ได้สำรวจช่องทางการรับชมโทรทัศน์ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆทั่วประเทศในปี 2556 มีผู้ชมโทรทัศน์ผ่านเสาอากาศแบบภาคพื้นดิน 33% เคเบิลท้องถิ่น 11% ทีวีดาวเทียม 48% และทรู 8% พร้อมกับการคาดการณ์การเติบโตของช่องทางการรับชมในปี 2557 การรับชมผ่านเสาอากาศภาคพื้นดินจะลดลงเหลือ 21% เคเบิลลดลงเหลือ 10% ทีวีดาวเทียมเพิ่มขึ้นเป็น 60% ส่วนทรูไม่เติบโตและไม่ลดลง ทำให้เห็นแนวโน้มว่าแม้จะมีการปรับเปลี่ยนระบบออกอากาศจากอนาล็อกเป็นดิจิทัล แต่ประชาชนยังนิยมรับชมผ่านทีวีดาวเทียมที่ไม่ต้องเสียค่าบริการรายเดือนและยังรับชมได้ทั้งทีวีดิจิทัล 48 ช่องรวมกับช่องดาวเทียมที่มีอยู่เดิมมากกว่า 200 ช่อง ซึ่งหมายถึงการออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลจะเข้าถึงผู้ชมได้เกือบ 70% ของครัวเรือนทั่วประเทศภายในปีแรกของการออกอากาศโดยไม่ต้องรอการขยายโครงข่ายภาคพื้นดินให้เสร็จสมบูรณ์ซึ่งต้องใช้เวลาเกือบ 5 ปี

นอกจากการที่เนชั่นทีวีได้ขายแพลตฟอร์มการออกอากาศไปเป็นระบบดิจิทัลในปี 2557 แล้ว กลยุทธ์การยึดจอ 2nd Screen เป็นอีกช่องทางที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วโดยแนวโน้มการรับสื่อที่นำจับตาในอนาคตอันใกล้ คือ การรับชมผ่านช่องทาง "อินเทอร์เน็ตทีวี" ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ตทีวี สมาร์ตโฟนและแท็บเล็ต รวมถึงรูปแบบวิดีโอ ออนดีมานด์ เนื่องจากเทคโนโลยีการเปิดให้บริการโทรศัพท์มือถือ 3G บนคลื่นความถี่ 2.1 GHz ทั่วประเทศภายในปี 2556 ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมและการบริโภคค่าผ่านโมบาย บรอดแบนด์ให้มีอัตราการเติบโตสูง และส่งผลต่อมูลค่าการใช้สื่อโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตที่มีการเติบโตถึง 34% ในปี 2556 มีมูลค่า 3,733 ล้านบาท เพิ่มจากปี 2555 ที่มีมูลค่า 2,783 ล้านบาท แม้จะมีสัดส่วนเพียง 3% ของเม็ดเงินโฆษณาในอุตสาหกรรมทั้งหมดแต่ด้วยอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว และพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบันที่ไม่ได้รับชมโทรทัศน์ผ่านหน้าจอโทรทัศน์เพียงอย่างเดียวอีกต่อไป การผลิตรายการโทรทัศน์จึงต้องคำนึงถึงการขยายช่องทางการออกอากาศไปยังหน้าจอที่ 2 อย่างมีประสิทธิภาพไปพร้อมกัน

บริษัทฯ เป็นทั้งผู้บุกเบิกและผู้นำการนำเสนอข่าวสารผ่านระบบ Online และ Social Network ต่อเนื่องมากว่า 10 ปี ปัจจุบันเว็บไซต์เนชั่นแนลมียอดเข้าชมสะสมมากกว่า 16 ล้านครั้ง/เดือน มีผู้ติดตามทวิตเตอร์มากกว่า 2,500,000 คน และมียอดแฟนเพจในเฟซบุ๊ก 500,000 Like มียอดการชมผ่าน Youtube 4,000,000 วิว มียอดดาวน์โหลดผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือและแท็บเล็ต 300,000 ดาวน์โหลด

อย่างไรก็ตามแนวโน้มการเติบโตของผู้ชมในแพลตฟอร์มเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียม การเปิดให้บริการ 3G เต็มรูปแบบ และพฤติกรรมผู้บริโภคที่การเสพคอนเทนต์แบบ Multi Screen ถือเป็นโอกาสของบริษัทฯ ในฐานะผู้ผลิตคอนเทนต์ ประเภทข่าว และสาระความรู้ ซึ่งให้บริการในหลากหลายแพลตฟอร์มที่กำลังมีอัตราการเติบโตสูงนับจากนี้ จึงเชื่อมั่นว่าบริษัทฯ จะยังคงขีดความสามารถทางการแข่งขันและเป็นหนึ่งในผู้นำธุรกิจสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลต่อไป

2.) การตลาด

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสื่อโทรทัศน์

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจสื่อโทรทัศน์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- สร้างความเป็นผู้นำในการเป็นสถานีข่าวอันดับ 1 ในทุกกลุ่มเป้าหมายและทุกพื้นที่การรับชม

นับตั้งแต่วันแรกของการออกอากาศในระบบดิจิทัลทีวี (No.1 From Day 1) จากการสำรวจของ AGN Nielsen Media Research เนชั่นแนลเป็นสถานีข่าวที่ได้รับความนิยมสูงสุดเป็นอันดับ 1 ของสถานีข่าวเคเบิลและดาวเทียมทั้งหมดในพื้นที่กรุงเทพมหานครและหัวเมืองใหญ่ทั่วประเทศ จุดแข็งของสถานีคือมีบุคลากรที่เชี่ยวชาญมีประสบการณ์ และได้รับการยอมรับจากกลุ่มผู้ชมทุกวัย ในปี 2556 การที่บริษัทฯ ไม่มีรายการในฟรีทีวีเป็นโอกาสในการนำบุคลากรของบริษัทฯ มาเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับสถานีมากยิ่งขึ้น

รวมถึงการหยุดออกอากาศช่องคมชัดลึก ระวังภัย และแมงโก้ทีวีในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ทำให้บุคลากรจากช่องเหล่านี้มารวมศูนย์เสริมกำลังให้กับเนชั่นทีวีเพื่อเตรียมพร้อมการเป็นสถานีข่าวในระบบดิจิทัลอันดับ 1 ของประเทศ ขณะเดียวกันสถานีเปิดรับพิธีกรและผู้สื่อข่าวรุ่นใหม่เข้ามาเสริมกำลังอยู่ตลอดเวลาจนปัจจุบันทั้งสถานีมีกองทัพนักข่าวและพิธีกรคุณภาพไม่น้อยกว่า 50 คน และด้วยการบริหารจัดการที่ประสานกำลังของสื่อในเครือที่มีหนังสือพิมพ์อีก 3 ฉบับคือ THE NATION กรุงเทพฯ ธุรกิจ และคมชัดลึก มีนักข่าวรวมกันไม่น้อยกว่า 300 คน ครอบคลุมข่าวทุกประเภททั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ศิลป วัฒนธรรม บันเทิง อาชญากรรม ชุมชนและภูมิภาค นำโดย คุณเทพชัย หยอง บรรณาธิการอำนวยการเครือเนชั่น ทำให้การทำงานของเนชั่นทีวีได้กลั่นจากนักข่าวในสำนักข่าวเนชั่นทั้งหมดมาเสริมทีมให้เนชั่นทีวีแข็งแกร่งพร้อมเป็นอันดับ 1 สถานีข่าวระดับชาติ

การรวบรวมช่องระหว่างแมงโก้ทีวีและระวังภัย เป็นช่องคมชัดลึกทีวี เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะขยายตลาดกลุ่มผู้ชมไปยังระดับรากหญ้าและกลุ่มผู้ชมในชนบท ซึ่งเป็นกลุ่มผู้อ่านของหนังสือพิมพ์คมชัดลึก เพื่อสร้างความเป็นผู้นำในการเป็นสถานีข่าวเพื่อชุมชน ที่มีทั้งความบันเทิง และกีฬาซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่ในกระแสความสนใจของมหาชน

- การพัฒนาคุณภาพรายการอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ มีนโยบายพัฒนาคุณภาพรายการ โดยสร้างรายการรูปแบบใหม่ๆ ในช่องเนชั่นแนลโดยขยายเวลาการออกอากาศรายการข่าวให้เริ่มวันใหม่ตั้งแต่เวลา 05.00-06.00 น. วันจันทร์-ศุกร์ ด้วยรายการ “ปากตลาด” รายการข่าวเช้าสำหรับคนตื่นเช้าในชุมชนตลาดร้านค้าต่างๆ นอกจากนี้ยังสร้างทีมข่าวสืบสวนสอบสวนนำเสนอรายการ “NATION X-FILE” ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 20.00-20.30 น. ซึ่งจะขยายการผลิตเป็นทุกวันจันทร์-ศุกร์ สำหรับการออกอากาศในระบบดิจิทัลทีวีเดือนมีนาคมปี 2557

นอกจากการพัฒนาด้านเนื้อหาแล้วในทางเทคนิคยังได้มีการลงทุนสร้างสตูดิโอใหม่บนถนนสาทร เพื่อใช้เป็นสตูดิโอในย่านใจกลางเมือง ให้เป็นสตูดิโอข่าวที่มีความสมบูรณ์แบบโดยออกแบบให้มีห้องข่าวอยู่ในสตูดิโอเป็นส่วนหนึ่งของการรายงานข่าว และปรับปรุงระบบไฟให้มีเพดานสูงพอสำหรับเพิ่มจำนวนไฟและระยะห่างให้ได้แสงที่มีคุณภาพ รวมถึงระบบเสียง เพื่อยกระดับคุณภาพการนำเสนอทั้งในด้านเนื้อหาและการผลิต

- การเป็นผู้นำด้านโซเชียลมีเดีย เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการนำโซเชียลมีเดียรูปแบบใหม่ๆ มาใช้ในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชมผ่านทางหน้าจอตีพิมพ์และในเว็บไซต์ เป็นศูนย์กลางและริเริ่มการใช้ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก และแฮชแท็ก โดยกำหนดหัวข้อที่อยู่ในความสนใจของผู้ชมและเชิญชวนให้ผู้ชมแสดงความคิดเห็นผ่านทางโซเชียลมีเดียรูปแบบต่างๆ จนเป็นที่ยอมรับว่าพิธีกรและผู้สื่อข่าวของสถานีมีแฟนคลับในโลกโซเชียลมีเดียรวมกันสูงสุดในกลุ่มข่าว

■ การกำหนดอัตราค่าโฆษณาที่เหมาะสม

บริษัทฯ มีนโยบายกำหนดอัตราค่าโฆษณาช่องรายการหรือรายการโทรทัศน์ต่างๆ ให้มีความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย คือ คำนึงค่าต่อลูกค้าผู้ลงโฆษณา เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว รวมถึงเป็นอัตราที่บริษัทฯ สามารถดำรงอยู่และแข่งขันในธุรกิจได้ ซึ่งการกำหนดอัตราค่าโฆษณา บริษัทฯ จะพิจารณาจากความนิยมของรายการ ช่วงเวลาในการออกอากาศ และเทียบเคียงกับอัตราค่าโฆษณาของผู้ประกอบการอื่นในธุรกิจเดียวกัน เช่นเดียวกันกับการกำหนดราคาสินค้าหรือบริการของธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

■ การขายเวลาโฆษณาจะจําเป็นรายการ

นอกจากการขายแบบแพ็คเกจ ที่บริษัทฯ ใช้เป็นรูปแบบหลักของการโฆษณาที่เข้ามาตั้งแต่เริ่มเปิดสถานี ในปี 2556 ทางบริษัทฯ เห็นศักยภาพของรายการหลายๆรายการที่ได้รับความนิยมสูงและมีศักยภาพในการสร้างรายได้ได้หลากหลายรูปแบบทั้งการขายนาที่โฆษณา การขาย TIE-IN ในรายการ และการจัดกิจกรรมร่วมกับรายการ จึงเพิ่มรูปแบบการขายแบบเจาะจงรายการให้มีจำนวนมากขึ้น เช่น รายการข่าวขึ้นรับอรุณ รายการข่าวขึ้นคนเนชั่น รายการเก็บตกจากเนชั่น รายการอยู่สบาย รายการ STOP LOSS เป็นต้น ซึ่งรายการเหล่านี้มีอัตราค่าโฆษณาและรายได้สูงกว่าค่าเฉลี่ยของสถานี เป็นอีกช่องทางในการเพิ่มรายได้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับรายการนอกจากการขายแบบแพ็คเกจที่มีอยู่เดิม

■ การให้บริการทางการตลาดในลักษณะการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ

จากข้อได้เปรียบของบริษัทฯ ที่มีช่องทางในการแพร่ภาพรายการโทรทัศน์ที่หลากหลาย ทั้งสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี เคเบิลทีวี ทีวีดาวเทียม เว็บไซต์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ประกอบกับสื่อประเภทอื่นๆ ที่บริษัทฯ มี ทำให้บริษัทฯ สามารถให้บริการทางการตลาดในลักษณะการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ด้วยการทำการตลาดสินค้าหรือบริการผ่านสื่อหลายรูปแบบในเวลาเดียวกันเพิ่มขึ้น โดยบริษัทฯ มีความพร้อมทั้งด้านเครื่องมืออุปกรณ์และทีมงานที่จะให้บริการอย่างครบวงจร ตั้งแต่การผลิตสื่อโฆษณาที่มีคุณภาพน่าสนใจ การวางแผนการใช้สื่อให้เหมาะสมกับงบประมาณและตรงกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการนำเสนองานโฆษณาสู่สาธารณชนผ่านสื่อต่างๆ ของบริษัทฯ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เพิ่มการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทเจ้าของสินค้าหรือบริการโดยตรง และหน่วยงานองค์กรภาครัฐและรัฐวิสาหกิจต่างๆ ด้วยการคิดสร้างสรรค์รูปแบบกิจกรรมพิเศษขึ้นเฉพาะให้สนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าแต่ละราย อาทิเช่น กิจกรรมอบรมสัมมนา กิจกรรมสันทนาการ กิจกรรมการประกวดแข่งขัน ซึ่งกิจกรรมพิเศษดังกล่าวนี้ นับเป็นการแสวงหาโอกาสใหม่ๆ ทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มรายได้ของบริษัทฯ ในอนาคต

■ การมีทีมขายโฆษณาที่มีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ มีทีมขายโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญและประสิทธิภาพในการขายโฆษณาทั้งโฆษณาทางสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีในรูปแบบโฆษณาที่ออกอากาศในช่วงคั่นต่อรายการ (Loose Spot) และในระหว่างรายการ (Tie-in) ที่มีรูปแบบโฆษณาหลากหลาย

กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์ของบริษัทฯ และรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี มีกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ดังนี้

■ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- บริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) คือ บริษัทที่ให้บริการวางแผนการโฆษณาและจัดสรรเวลาโฆษณาให้กับลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ โดยลูกค้าในกลุ่มนี้จะซื้อเวลาโฆษณาและการประชาสัมพันธ์กับบริษัทฯ ในลักษณะเป็นชุด (Package) หลายรูปแบบในหลายรายการ และหลายช่วงเวลา โดยเป็นการซื้อล่วงหน้าและมีระยะเวลาการซื้อนานตั้งแต่ 1 เดือน 3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปี

- บริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าโดยตรง ได้แก่ บริษัททั่วไปที่กำหนดแนวทางโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้เอง โดยบริษัทเหล่านี้จะติดต่อซื้อเวลาโฆษณากับบริษัทฯ โดยตรง

■ กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

ช่องรายการและรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ ในปี 2556 มีกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่แตกต่างกัน ดังนี้

สถานีโทรทัศน์/ รายการโทรทัศน์	กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย
สถานีข่าว Nation Channel	ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับรู้ข่าวสารประจำวันหรือสนใจข้อมูลวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น
สถานี คมชัดลึก ทีวี	ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับรู้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการป้องกันอันตรายในทุกรูปแบบที่อาจจะเกิดขึ้นกับชีวิตและทรัพย์สิน ผู้นำชุมชน และประชาชนทั่วไปในภูมิภาค
รายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3	ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับรู้ข่าวสารประจำวันเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น
รายการ 5 เช้าข่าวดี	ประชาชนทั่วไป แม่บ้าน ที่ต้องการติดตามข่าวสาร ในมุมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน

สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจเกี่ยวเนื่องของบริษัทฯ คือ กลุ่มผู้ชมประจำของช่องรายการหรือรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ รวมทั้ง ประชาชนทั่วไปที่มีความต้องการใช้สินค้าหรือรับบริการของบริษัทฯ

การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

บริษัทฯ มีฝ่ายขายโฆษณาของตนเอง ซึ่งทำหน้าที่ติดต่อกับบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทเจ้าของสินค้าโดยตรง โดยรูปแบบการจำหน่ายมีทั้งการขายเวลาโฆษณา (Air Time) และการเป็นผู้สนับสนุนรายการเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการในรายการด้วยรูปแบบต่างๆ เช่น การขึ้นโลโก้สินค้าบนจอพลาสมาบริเวณฉากหลังของผู้ประกาศ การ Tie-in โดยการให้ผู้ประกาศพูดประชาสัมพันธ์ในรายการ หรือตั้งสินค้าบนโต๊ะผู้ประกาศ หรือนำสินค้ามาแจกผ่านรายการ เป็นต้น

สำหรับธุรกิจเกี่ยวเนื่อง บริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าและบริการต่างด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ โดยใช้สื่อของ บริษัทฯ และพันธมิตรทางธุรกิจเป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทราบ อย่างไรก็ตาม ในบางครั้ง บริษัทฯ อาจพิจารณาเลือกใช้ช่องทางการจำหน่ายผ่านพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น ร้านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่ม FON เป็นต้น เพื่อกระจายสินค้าและบริการของบริษัทฯ ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้างขวางมากที่สุด

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

1.) สถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี

สถานีโทรทัศน์ของบริษัทและรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีหรือผู้ผลิตรายการภายนอก มีปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ได้แก่ บุคลากร ฐานข้อมูลข่าว สถานที่ และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ทั้งนี้ บริษัทฯ แบ่งรูปแบบการผลิตและจัดหารายการออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.1 รายการที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตเอง

■ รายการข่าวและรายการที่เกี่ยวข้องกับข่าว

ฝ่ายข่าวทำหน้าที่เป็นผู้จัดหาและผลิตข่าวทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม ต่างประเทศ บันเทิง ภูมิภาค เพื่อนำเสนอในรูปแบบต่างๆ เช่น รายการข่าว รายการสัมภาษณ์ข่าว รายการสนทนา และวิเคราะห์ข่าว เป็นต้น ซึ่งจะมีบรรณาธิการข่าวแต่ละสายข่าวทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลงานข่าว ตั้งแต่กำหนดงานข่าวให้ผู้สื่อข่าวไปทำข่าวเพื่อนำมาผลิตออกอากาศ พิจารณาคัดเลือกข่าวที่มีคุณค่าน่าสนใจออกอากาศ และตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาข่าว โดยในแต่ละสายข่าว จะประกอบด้วยทีมข่าว ซึ่งประกอบด้วย ผู้สื่อข่าว ช่างภาพ และผู้ช่วยช่างภาพ

■ รายการอื่นๆ

บริษัทฯ มีฝ่ายรายการทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตรายการ โทรทัศน์ประเภทอื่นๆ ที่นอกเหนือจากรายการข่าว และรายการที่เกี่ยวข้องกับข่าว ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นรายการสาระความรู้ รายการวาไรตี้ไลฟ์สไตล์ และรายการสารคดีสั้นในเรื่องที่

เป็นประโยชน์ (Filler) ซึ่งแต่ละรายการ จะมีผู้ควบคุมรายการ (Producer) ทำหน้าที่ควบคุมดูแลให้การผลิตรายการเป็นไปตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้

1.2 รายการที่ร่วมผลิตกับผู้ผลิตภายนอก

บริษัทฯ มีการตกลงร่วมผลิตรายการกับพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นผู้ผลิตอิสระมืออาชีพ ซึ่งบริษัทฯ จะคัดเลือกบริษัทผู้ผลิตภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในวงการต่างๆ ทั้งนี้ รายการที่ร่วมผลิตกับผู้ผลิตภายนอกส่วนใหญ่เป็นรายการประเภทสาระความรู้และวาไรตี้ไลฟ์สไตล์ เช่น รายการรู้เรื่องรถกับพัฒนเดช อยู่สบาย แบไต๋ไฮเทค ดิจิไลฟ์ เป็นต้น โดยบริษัทฯ สามารถมีส่วนร่วมในการวางแผนทิศทางของรายการ เพื่อให้รายการมีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่สอดคล้องกับนโยบายสถานี รวมถึงเป็นผู้พิจารณาตรวจสอบคุณภาพรายการก่อนนำแพร่ภาพออกอากาศต่อไป ทั้งนี้รายการที่บริษัทฯ ร่วมผลิตกับผู้ผลิตภายนอกมีทั้งลักษณะการร่วมผลิตในลักษณะแบ่งเวลาโฆษณา (Time Sharing) ซึ่งจะแบ่งเวลาในการขายโฆษณาตามสัดส่วนที่ตกลงกัน และการร่วมผลิตในลักษณะแบ่งรายได้โฆษณา (Revenue Sharing) ที่จะนำรายได้ทั้งหมดที่ทั้งสองฝ่ายร่วมกันขายโฆษณามาแบ่งกันตามสัดส่วนที่ตกลงกันไว้

1.3 รายการที่ให้ผู้ผลิตภายนอกเช่าเวลาออกอากาศ

เป็นรายการที่ผู้เช่าเวลาออกอากาศจ่ายค่าตอบแทนการเช่าเวลาให้กับบริษัทฯ ตามอัตราที่ตกลงกัน โดยผู้เช่าเวลาออกอากาศเป็นผู้ลงทุนและดำเนินการผลิต และขายเวลาโฆษณาของรายการนั้น และรับรายได้จากการขายโฆษณาดังกล่าวเองทั้งหมด ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นรายการประเภทสาระความรู้ และวาไรตี้ไลฟ์ เช่น รายการสอโศกสายสุขภาพ นึกว่าไรตี้ บันทึกจากรอยล้อ มั่นนี้ทอล์ค โลกออนไลน์ เป็นต้น

1.4 รายการที่ร่วมผลิตกับสถาบันและหน่วยงานราชการต่างๆ

ในปี 2556 บริษัทฯ ได้รับผลิตรายการให้กับหน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษาหลายแห่ง และองค์กรทางวิชาชีพต่างๆ เช่นผลิตรายการ “สถานีประกันสังคม” ให้กับสำนักงานประกันสังคมทุกวันจันทร์-ศุกร์ วันละ 1 ชั่วโมง ในช่องคมชัดลึกทีวี และรับผลิตรายการ “HAPPY SMEs” ให้กับมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) ในช่องเนชั่นแซนด์ แล็บ 1 ชั่วโมง ผลิตรายการ “ทิศทางไทย” ร่วมกับสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย รวมถึงผลิตรายการและบริหารสถานีช่องรามแซนด์ แล็บให้กับคณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี เป็นต้น

ธุรกิจสื่อวิทยุ

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจสื่อวิทยุ

บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง จำกัด (มหาชน) ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ ดำเนินการผลิตรายการ เพื่อออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง มากกว่า 20 ปี โดยมีรายได้จากการขายโฆษณา ซึ่งปี 2556 บริษัทฯ เป็นผู้ร่วมผลิตรายการ และข่าว เพื่อออกอากาศทางสถานีวิทยุระบบ FM 2 สถานี และระบบ AM 1 สถานี ดังนี้

FM.90.5 MHz. (สถานีวิทยุกรมการพลังงานทหาร) ภายใต้ชื่อ “มิติข่าว 90.5” ที่เน้นผลิตข่าวสดขึ้นต้นชั่วโมง ข่าวเศรษฐกิจกลางชั่วโมง และรายการวิทยุ ที่รายงานข่าวความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ที่น่าสนใจ ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม การตลาด ต่างประเทศ การวิเคราะห์ข่าวสำคัญอย่างเจาะลึก และสัมภาษณ์บุคคลในข่าว ดำเนินรายการ โดยผู้ดำเนินรายการมืออาชีพ และผู้ดำเนินรายการชื่อดังจาก Nation Channel และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

FM.102 MHz. (สถานีวิทยุ ขส.ทบ.กรมการขนส่งทหารบก) ภายใต้ชื่อ “Working Station “คลื่นคนทำงาน” ผลิตรายการสาระความรู้ การเมือง เศรษฐกิจ และความเคลื่อนไหวต่างๆ ในสังคมคนทำงาน แนววาไรตี้ไลฟ์สไตล์ ที่จะประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของคนวัยทำงานขึ้นไป ดำเนินรายการโดยผู้ดำเนินรายการคุณภาพ และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

ระบบ AM 1107 KHz. (สถานีวิทยุ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์) ผลิตข่าวสดขึ้นต้นชั่วโมง ในรูปแบบสรุปสถานการณ์ข่าว และเหตุการณ์สำคัญ เน้นข่าวที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ต่อประชาชนส่วนใหญ่และที่อยู่ในท้องถิ่น

โดยมีรายละเอียดดังนี้

สถานีวิทยุ	วันและเวลาออกอากาศ / รัศมีพื้นที่ออกอากาศ	ลักษณะรายการ	กลุ่มเป้าหมาย
F.M. 90.5 MHz	วันจันทร์ – วันศุกร์/ เวลา 8.00 – 12.00 น. เวลา 13.00-15.00 น. และเวลา 18.30-20.00 น. วันเสาร์ เวลา 05.00-09.00 น. และเวลา 19.30-20.00 น. กรุงเทพฯ และปริมณฑล, พระนครศรีอยุธยา, ราชบุรี, เพชรบุรี, สุพรรณบุรี, ฉะเชิงเทรา, สมุทรสงคราม	- รายงานข่าวความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ที่ น่าสนใจ ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม การตลาด ต่างประเทศ รวมทั้งวิเคราะห์ข่าวสำคัญ อย่างเจาะลึก และสัมภาษณ์บุคคลในข่าวใหญ่ สำคัญ - รายงานข่าวสั้นเหตุการณ์สำคัญที่น่าสนใจ - รายงานข่าวสั้นทันธุรกิจกลางชั่วโมงน่าสนใจ - รายการสรุปข่าวกีฬาจากทั่วโลก - ข่าว ชุมชนข่าวใหญ่ ที่อยู่ในกระแสความสนใจ ของคน - สนทนาสุขภาพ ภาย ใจ ให้เคล็ดเคล็ดดูแลตัวเอง ทั้ง ความงาม อาหารการกิน และเหตุการณ์ความ เคลื่อนไหวที่น่าสนใจในสังคม - เน้นรายการโดยผู้ดำเนินรายการจากวิทยุเนชั่น สถานีข่าว Nation Channel และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ ด้าน	กลุ่มนักธุรกิจ ผู้บริหาร คนทำงาน นักศึกษา และ ประชาชนทั่วไปที่สนใจ ข่าวสาร อายุ 25 ปีขึ้นไป
F.M.102.0 MHz	วันจันทร์ – วันอาทิตย์ เวลา 05.00 – 23.30 น. กรุงเทพฯ และปริมณฑล	- รายการข่าว และสาระความรู้ แบบวาไรตี้ไลฟ์สไตล์ ที่ เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน - ดำเนินรายการ โดยผู้ดำเนินรายการวิทยุเนชั่น และจาก สถานีข่าว Nation Channel รวมถึงผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ ด้าน	กลุ่มคนทำงานทั่วไป อายุ 25 ปีขึ้นไป
สถานีวิทยุ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ A.M. 1107 KHz	ทุกวัน/ ออกอากาศทุกคืน ชั่วโมง/ ทั่วประเทศ	รายงานข่าวสั้นเหตุการณ์สำคัญ ที่น่าสนใจ	ประชาชนทั่วไป ที่สนใจข่าวสาร
สถานีวิทยุชุมชน ทั่วประเทศ จำนวนกว่า 30 สถานี	ทุกวัน/ ออกอากาศทุกคืน ชั่วโมง/ กรุงเทพฯ ปริมณฑล และ ต่างจังหวัด ทุกภูมิภาค	รายงานข่าวสั้นเหตุการณ์สำคัญ ที่น่าสนใจ	ประชาชนทั่วไป ที่สนใจข่าวสาร

ช่องทางการติดตาม และรับฟัง ข่าว และรายการของ Nation Radio

นอกจากการออกอากาศทางคลื่นวิทยุ บริษัทฯ ยังได้เผยแพร่รายการวิทยุ F.M. 90.5 MHz และ F.M. 102.0 MHz ผ่านสื่อ
รูปแบบใหม่ในรูปแบบต่างๆ เพื่อเพิ่มช่องทางให้ผู้ฟังสามารถรับฟังรายการวิทยุของบริษัทฯ ได้สะดวกมากขึ้น รวมทั้งเพื่อให้
สามารถรับฟังย้อนหลังได้ด้วยได้แก่

- การออกอากาศทางอินเทอร์เน็ต โดยสามารถรับฟังรายการผ่านเว็บไซต์ www.nationradio.co.th นอกจากนี้ยัง
สามารถรับฟังผ่านเว็บไซต์อื่น ที่ลิงค์สัญญาณไปด้วย อาทิ www.sanook.com

- การออกอากาศแบบ Radio on Mobile บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone Window Phone และผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ทวิตเตอร์ www.twitter.com/NTRadio_NBC เฟซบุ๊ก www.facebook.com/radio.nbc
- การส่งสัญญาณรายการวิทยุขึ้นดาวเทียม เพื่อเผยแพร่ไปยังครัวเรือนที่มีการติดตั้งเครื่องรับสัญญาณดาวเทียม โดย FM 90.5 MHz กระจายเสียงผ่านระบบ C-Band (จานดำ) และ FM 102 MHz กระจายเสียงผ่านระบบ KU-Band (จานเหลือง)

การตลาดและการแข่งขันของธุรกิจสื่อวิทยุ

1.) ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ในปี 2557 ผลสำรวจของ Nielsen พบว่า งบประมาณโฆษณาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง มีมูลค่า 6,600 ล้านบาท ซึ่งเรียกว่า มีอัตราการเติบโตในสัดส่วนที่ลดลง จากปี 2556 ซึ่งมีมูลค่าการตลาดอยู่ที่ 6,616 ล้านบาท และปี 2555 มูลค่าการตลาดอยู่ที่ 6,628 ล้านบาท โดยสาเหตุมาจากธุรกิจวิทยุ มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ในขณะที่งบประมาณในอุตสาหกรรมวิทยุ แทบจะคงที่ หรือลดลงด้วยซ้ำ นอกจากนี้ สื่อวิทยุยังได้รับผลกระทบจากการเติบโตของสื่อประเภทอื่นๆ เช่น สื่อรูปแบบใหม่ รวมถึงสื่อโรงภาพยนตร์ สื่อภายในร้านค้าที่ได้รับความนิยมสูงขึ้น ส่งผลให้ในปี 2557 มูลค่างบประมาณผ่านสื่อวิทยุลดลง แต่ยังคงอยู่ในอันดับที่ 5 รองจากสื่อโทรทัศน์ สือหนังสือพิมพ์ สื่อเคเบิลทีวี-ทีวีดาวเทียม และสื่อโรงภาพยนตร์ ตามลำดับ

ด้วยการเติบโตของสื่อประเภทอื่นๆ ตามการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรม และรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ส่งผลให้สื่อวิทยุต้องเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มขึ้น ทั้งการแข่งขันภายในธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการรายเดิม เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดและงบประมาณโฆษณาผ่านสื่อวิทยุที่มีแนวโน้มลดลง และการแข่งขันภายนอกธุรกิจกับสื่อประเภทอื่นๆ ที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ทำให้ในปี 2556 ผู้ประกอบการสถานีวิทยุต่างๆ ได้ปรับตัวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันหลายด้าน เช่น การเพิ่มช่องทางในการรับฟังรายการวิทยุไปยังสื่อรูปแบบใหม่อื่นๆ อาทิ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชัน ในโทรศัพท์มือถือ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการรับฟังรายการของกลุ่มผู้ฟัง

ภาวะการแข่งขันในธุรกิจสื่อวิทยุที่เกิดขึ้นในปี 2557 จะรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อ กสทช. ประกาศเตรียมเปิดประมูลให้บริการวิทยุกระจายเสียงความชัดเจนสูง จากล่าสุดที่ได้ออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ประกอบการกระจายเสียงเริ่มทดลองออกอากาศในระบบดิจิทัลไปแล้วกว่า 3,900 ราย ซึ่งเมื่อเปิดประมูลไปแล้ว ก็จะทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ธุรกิจนี้เพิ่มขึ้น การแข่งขันก็จะสูงขึ้นด้วย นอกจากนี้ ธุรกิจสื่อวิทยุยังปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอรายการผ่านสื่อรูปแบบใหม่เพิ่มขึ้นมากขึ้น หลังจากมีบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายใต้ระบบ 3G บนคลื่นความถี่ใหม่ย่าน 2.1 กิกะเฮิรตซ์ เพราะประเทศไทยมีโครงข่ายระบบการสื่อสารแบบไร้สายความเร็วสูงครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศ

2.) การตลาด

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสื่อวิทยุ

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจวิทยุ ดังนี้

- การกำหนดบุคลิกของรายการวิทยุแต่ละสถานีที่ชัดเจน

บริษัทฯ กำหนดตำแหน่งรายการวิทยุที่บริษัทฯ ร่วมผลิตแต่ละสถานีให้มีบุคลิกรายการที่ชัดเจน เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายให้ติดตามรับฟังรายการต่อเนื่องในระยะยาว และให้ลูกค้าโฆษณาตัดสินใจเลือกซื้อเวลาโฆษณาได้ง่ายขึ้น

- การผลิตผลงานที่มีคุณภาพ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของรายการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายและก้าวทันเทคโนโลยีสมัยใหม่ ด้วยการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ระบบข้อมูลข่าว และเครื่องมืออุปกรณ์ในการผลิตรายการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ล้วนมีส่วนช่วยพัฒนาให้รายการวิทยุของบริษัทฯ มีคุณภาพโดดเด่นทั้งในด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ เป็นที่ยอมรับของลูกค้าผู้ฟังและลูกค้าโฆษณา

- การกำหนดอัตราค่าโฆษณาที่เหมาะสมและมีความยืดหยุ่น

บริษัทฯ กำหนดอัตราค่าโฆษณาของรายการวิทยุ โดยพิจารณาจากความนิยมของรายการ ช่วงเวลาในการออกอากาศ และเทียบเคียงกับอัตราค่าโฆษณาของผู้ประกอบการอื่นในธุรกิจเดียวกัน นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการขายเวลาโฆษณาในลักษณะเป็นชุด (Package) เพื่อกระจายการลงโฆษณาทั้งในรายการที่ได้รับความนิยมจากผู้ฟังในระดับสูง และระดับปานกลางไปพร้อมกัน โดยมีชุดการขายอย่างหลากหลายในราคาที่มีส่วนลดอย่างคุ้มค่า เพื่อให้สอดคล้องกับงบประมาณของลูกค้า ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้การกำหนดอัตราค่าโฆษณามีความยืดหยุ่นและสนองตอบต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าโฆษณาได้มากขึ้น

นอกจากนี้ ยังจัดกิจกรรมต่างๆ ตามกระแสตลาด และความต้องการของลูกค้า โดยผูกโยงกับรายการที่มีอยู่ในคลื่น เพื่อสนับสนุนการขายโฆษณาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

■ การเพิ่มศักยภาพในการรับฟัง

บริษัทฯ ขยายช่องทางการรับฟังรายการวิทยุไปยังสื่ออื่นๆ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่เป็นที่นิยมของสังคมในขณะนั้น เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ การรับสัญญาณผ่านจานดาวเทียม เพื่อช่วยขยายฐานผู้ฟังรายการวิทยุของบริษัทฯ ให้กว้างขวางขึ้น

กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจของธุรกิจสื่อวิทยุ

รายการวิทยุและรายงานข่าวสั้นต้นชั่วโมงที่บริษัทฯ ร่วมผลิต มีกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ บริษัทตัวแทนโฆษณา และบริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าโดยตรง
- กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งมีความแตกต่างกันตามแนวคิดหลักของรายการ ดังนี้

รายการ	กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย
F.M. 90.5 MHz	กลุ่มนักธุรกิจ ผู้บริหาร คนทำงาน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป ที่สนใจข่าวสาร อายุ 25 ปีขึ้นไป
F.M.102.0 MHz	กลุ่มคนทำงานทั่วไป อายุ 25 ปีขึ้นไป
รายงานข่าวสั้นต้นชั่วโมง	ประชาชนทั่วไปที่สนใจข่าวสาร

การจัดจำหน่ายและช่องทางการจำหน่ายของธุรกิจสื่อวิทยุ

บริษัทฯ มีฝ่ายขายโฆษณาเฉพาะสื่อวิทยุของตนเอง เพื่อทำหน้าที่ติดต่อกับบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทเจ้าของสินค้าโดยตรง

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจสื่อวิทยุ

ปัจจัยหลักสำคัญในการผลิตรายการวิทยุ คือ บุคลากร และสถานที่เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ปัจจุบัน โดยบุคลากรส่วนงานสื่อวิทยุ แบ่งเป็น 1) ฝ่ายข่าวรับหน้าที่ในการผลิตข่าว อ่านข่าว และร่วมจัดรายการ 2) บุคลากรร่วมจัด โดยดึงผู้ประกาศข่าวจากฝ่ายที่มาร่วมอ่านข่าว เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงาน 3) ฝ่ายเทคนิค ทำหน้าที่ควบคุมการผลิตและการออกอากาศ โดยมีห้องจัดรายการจำนวน 4 ห้อง และห้องควบคุมหลัก (Master Control Room) 1 ห้อง ตั้งอยู่ที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ ซึ่งด้วยความพร้อมของปัจจัยหลักทั้ง 3 ด้าน ทำให้ในปัจจุบัน บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรายการวิทยุด้วยตนเองส่วนหนึ่ง และยังได้รับสนับสนุนจากฝ่ายทีวีอีกส่วนหนึ่ง โดยแบ่งรูปแบบรายการเป็นดังนี้

■ รายงานข่าวสั้นต้นชั่วโมง

ฝ่ายข่าววิทยุทำหน้าที่เป็นผู้จัดหาข่าวจากแหล่งข่าวต่างๆ และผลิตข่าว ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ต่างประเทศ และภูมิภาค เพื่อนำมาออกอากาศเป็นข่าวสั้นต้นชั่วโมงภายในระยะเวลาประมาณ 5 นาที/ครั้ง และข่าวสั้นกลางชั่วโมงระยะเวลาประมาณ 3 นาที/ครั้ง

■ รายการวิทยุ

รายการวิทยุที่ออกอากาศทาง F.M. 90.5 MHz และ F.M.102.0 MHz ประกอบด้วย รายการที่เกี่ยวข้องกับข่าว และรายการสาระความรู้ ไร่ดีไลฟ์สไตล์ โดยส่วนใหญ่มีรูปแบบการนำเสนอในลักษณะการพูดคุยสนทนาระหว่างผู้จัดรายการ และ

การสัมภาษณ์แหล่งข่าวหรือวิทยากรผู้เชี่ยวชาญนอกที่รับเชิญพิเศษในแต่ละตอน ซึ่งแต่ละรายการ ฝ่ายข่าวและผู้จัดรายการจะร่วมกันกำหนดประเด็นหลักในการนำเสนอ รวบรวมข้อมูล นัดหมายแหล่งข่าวที่เกี่ยวข้องในการให้สัมภาษณ์ รวมทั้งจัดทำบทรายการและดูแลการผลิต เพื่อให้รายการดำเนินไปด้วยความราบรื่น

ธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

บริษัทฯ นำข้อได้เปรียบที่มีความพร้อมด้านเนื้อหาและพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการด้านข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ผ่านสื่อรูปแบบใหม่ อันได้แก่ เว็บไซต์ และอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone แท็บเล็ต เพื่อรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการรับข้อมูลข่าวสารของคนยุคใหม่ผ่านสื่อต่างๆ ที่มีความหลากหลายมากขึ้น ตลอดจนการทดลองค้นคว้า และพัฒนาการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในรูปแบบใหม่ ให้ทันกับเทคโนโลยีที่ก้าวไปข้างหน้าอย่างรวดเร็ว ตริยความพร้อมในการก้าวเข้าสู่ดิจิทัลทีวี

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

1.) ธุรกิจเว็บไซต์

บริษัทฯ จัดทำเว็บไซต์เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ของบริษัทฯ โดยทั้งหมดเป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารและสาระความรู้ โดยบริษัทฯ มีรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาบนเว็บไซต์ ซึ่งในปี 2556 บริษัทฯมีเว็บไซต์ของตนเองทั้งหมด ดังนี้

ชื่อเว็บไซต์	รูปแบบ
www.nationchannel.com	เว็บไซต์ที่นำเสนอรายการโทรทัศน์ของสถานีข่าว Nation Channel
www.oknation.net	บล็อกที่ให้ประชาชนทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอข้อมูลข่าวสาร
http://radio.nationchannel.com/	เว็บไซต์ที่นำเสนอรายการวิทยุที่บริษัทฯ ร่วมผลิต ซึ่งออกอากาศทางสถานีวิทยุ F.M. 90.5 MHz และ F.M.102.0 MHz
http://breakingnews.nationchannel.com	นำเสนอข่าวสั้นจากสถานีข่าว Nation Channel และสำนักข่าวเนชั่น ส่งให้เว็บไซต์ในเครือเนชั่นฯ และเว็บไซต์อื่นๆ ที่เป็นพันธมิตรธุรกิจ
www.247friend.net	กิจกรรมทบทวนความรู้ด้านวิชาการสำหรับเยาวชนที่เตรียมตัวสอบเข้ามหาวิทยาลัย

นอกจากนี้ ในปี 2556 บริษัทฯ ยังเป็นตัวแทนจำหน่ายพื้นที่โฆษณาให้กับบริษัทภายนอกทั่วไป โดยมีรายได้จากส่วนแบ่งค่าโฆษณาในสัดส่วนที่แตกต่างกันตามข้อตกลงที่ได้ทำกันไว้ ซึ่งในปัจจุบัน มีเว็บไซต์ของบริษัทภายนอกที่อยู่ในการดูแลของบริษัทฯ คือ

- www.pantip.com : เว็บบอร์ดชุมชนที่เป็นแหล่งข้อมูลใหญ่ที่สุดในประเทศไทย
- www.exteen.com : บล็อกที่ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอข้อมูลข่าวสาร

2.) ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

บริษัทฯ นำข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุของบริษัทฯ และพันธมิตรทางธุรกิจมาพัฒนาให้มีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่สามารถตอบรับกับวิถีการใช้ชีวิตที่ทันสมัยของคนยุคใหม่ ซึ่งนิยมรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อรูปแบบใหม่ๆ เพิ่มขึ้น โดยในปี 2556 บริษัทฯ ให้บริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ประเภทต่างๆ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone แท็บเล็ต ดังนี้

- บริการส่งข่าวหรือรายงานเหตุการณ์ต่างๆ ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบข้อความสั้น (SMS: Short Message Service) และภาพเคลื่อนไหวพร้อมเสียง (MMS : Multimedia Messaging Service) ซึ่งสามารถให้บริการส่งข่าวผ่านระบบ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครือข่าย และทุกประเภทข่าวตามความต้องการของลูกค้า เช่น ข่าวธุรกิจ ข่าวภาษาอังกฤษ และข่าวสารทั่วไป เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทฯ มีรายได้จากค่าสมาชิกรายเดือนของผู้ใช้บริการ SMS และ MMS ที่เป็นบริการของบริษัทฯ และได้รับส่วนแบ่งรายได้ค่าสมาชิก SMS และ MMS ของพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งบริษัทฯ ให้บริการเป็นตัวแทนดำเนินกิจกรรมด้านการตลาด

ในปี 2556 เป็นปีที่บริการส่งข่าวผ่านโทรศัพท์มือถือในรูปแบบข้อความสั้น (SMS, MMS) อยู่ในภาวะทรงตัวและมีแนวโน้มที่จะลดลง บริษัทฯ จึงขยายบริการออกไปในกลุ่มบันเทิงและไลฟ์สไตล์ ซึ่งยังได้รับการตอบรับจากผู้ให้บริการค่อนข้างสูง คือ บริการดูดวง “Horo Daily” ร่วมกับหนังสือพิมพ์พิมพ์มัลติมีเดีย คอลัมน์ “ดูดวงเคล็ด กับ หมอดูต๊อปปี้ A4” ส่งวันละ 1 ข้อความ ข้อความละ 3 บาท ปรากฏว่าได้รับผลตอบรับที่ดี ปัจจุบันมีสมาชิกประมาณ 5,000 ราย นอกจากนี้ยังได้จัดทำ MMS ข่าวภาษาพม่า ชื่อบริการ “Myanmar Tadin” เป็นบริการแบบ MMS (ส่งภาพพร้อมข้อความและเสียง) ข้อความละ 3 บาท ร่วมกับ บริษัท Eleven Media สื่อยักษ์ใหญ่ประเทศพม่า ซึ่งเป็นพันธมิตรของเนชั่นกรุ๊ป นอกจากนี้ยังร่วมกับ DTAC โอเพอร์เรเตอร์ที่ให้บริการซิมในระบบ Pre paid แก่แรงงานชาวพม่ามากที่สุด ปัจจุบัน ประเทศไทยมีแรงงานพม่าเข้ามาทำงานมากกว่า 3 ล้านราย บริษัทฯ เล็งเห็นว่า ตลาดนี้เป็นตลาดใหม่ และมีศักยภาพที่จะสร้างรายได้เพื่อทดแทนรายได้ในส่วนบริการข่าวทั่วไป ขณะนี้มีจำนวนสมาชิกกว่า 1.7 หมื่นราย หลังจากเปิดให้บริการประมาณ 3 เดือน และกำลังวางแผนที่จะขยายบริการข่าวด้านอื่นๆ ด้วย ได้แก่ บริการดูดวง และบันเทิง ภาษาพม่า

- บริการ Application สำหรับใช้ในการรับชมข้อมูลข่าวสารผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่รูปแบบต่างๆ เช่น โทรศัพท์ เคลื่อนที่ Smart Phone แท็บเล็ต โดยบริษัทฯ มีรายได้จากค่าบริการในการดาวน์โหลด Application ทั้งนี้ ตัวอย่าง Application ที่บริษัทฯ เป็นผู้พัฒนาและนำเสนอแก่ลูกค้าในปี 2556 มีดังนี้

- Application สำหรับรับชมรายการของสถานีข่าว Nation Channel ให้บริการ Application ดังกล่าวแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย เพื่อเป็นการเพิ่มช่องในการเผยแพร่สถานีโทรทัศน์ของบริษัทฯ ให้เข้าถึงผู้ชมได้กว้างขวางขึ้น ในปี 2556 ที่ผ่านมามียอดดาวน์โหลดมากกว่า 3.1 แสนครั้ง เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วประมาณ 100% แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนใช้โทรศัพท์มือถือในการรับชมข้อมูลข่าวสารเพิ่มมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงนี้ จะเอื้อประโยชน์ต่อการขายโฆษณาในสถานีโทรทัศน์ดังกล่าวมากขึ้น นอกจากนี้ยังได้ ทดลองและพัฒนาระบบโฆษณานบนโทรศัพท์มือถือมาติดตั้งในแอปพลิเคชัน เพื่อเป็นช่องทางใหม่ในการหารายได้

การตลาดและการแข่งขันของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

• ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) ร่วมกับศูนย์ศึกษาความร่วมมือระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และสถาบันวิจัยประชากรและสังคมมหาวิทยาลัยมหิดล ดำเนินการพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย ระหว่างปี 2555-2556 พบว่า ประเทศไทยมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นทั้งในรูปแบบการเชื่อมต่อผ่านทางโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) บริการโทรศัพท์มือถือเป็นบริการที่คนไทยทุกพื้นที่นิยมใช้สูงสุดถึง 93.5% โดยใช้บริการเสียงคิดเป็น 99.9% และการใช้อินเทอร์เน็ตมีอัตราสูงขึ้นเป็น 31.9% จาก 18.4% ในปีที่ผ่านมา

สถิติผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือของประเทศไทยในปี 2556 จากผู้ให้บริการหลัก 3 รายของประเทศไทย คือ AIS, dtac, True Move พบว่าในไตรมาสแรกของปี 2556 มีผู้ใช้งานรวมทั้งสิ้น 81.89 ล้านราย โดยมีสัดส่วนดังนี้ AIS 35.7 ล้านราย คิดเป็น 43.6% , dtac 25.3 ล้านราย คิดเป็น 30.9% และ True Move 20.89 ล้านรายคิดเป็น 25.5%

ในขณะที่อัตราการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของประเทศไทยอยู่ที่ 25 ล้านคน มีอัตราเติบโตค่อนข้างต่ำเนื่องจากผู้บริโภคนิยมที่จะใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือมากกว่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ประกอบกับ ปี 2556 เมื่อ กสทช. จัดสรรคลื่นความถี่ 2.1 กิกะเฮิร์ต และโอเพอเรเตอร์ทั้ง 3 รายได้เปิดให้บริการ 3G อย่างเป็นทางการ แล้วแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือจึงเติบโตสูงกว่าอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

จากผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2556 โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ สพอ. พบว่า มีการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันมากขึ้น ประมาณ 32 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ในขณะที่ปี 2544 มีการใช้อินเทอร์เน็ต 18 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ บริการเครือข่ายออนไลน์ เป็นบริการที่มีการใช้งานสูงที่สุดถึง 93.8% โดยเฟซบุ๊ก ได้รับความนิยมอันดับ 1 รองลงมาคือ กูเกิลพลัส และ โลก

จากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตอันเกิดจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ส่งผลให้สื่อรูปแบบใหม่ เป็นสื่อที่ได้รับความสนใจจากบริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) และบริษัทเจ้าของสินค้า ในการใช้เป็นช่องทางโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น

ข้อมูลจากนิลเสน และ สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) หรือ DAAT ระบุว่า ยอดเงินในการโฆษณาบนสื่อดิจิทัลมีอัตราสูงขึ้น โดยในปี 2556 ที่ผ่านมามีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 3,733 ล้านบาท หรือ 34% เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา และคาดว่าจะเติบโตมากกว่า 37% ในปี 2557

● การตลาด

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

ช่องทางการสื่อสารและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง จากการขยายตัวของ Platform และช่องทางการสื่อสารต่างๆ ที่เข้าถึงผู้บริโภครวดเร็ว ตรงกลุ่มเป้าหมาย ทุกที่ที่เวลา ผู้บริโภคใช้ Smart Phone เป็นช่องทางเข้าถึงข้อมูล พฤติกรรมการดูทีวี หลากหลายช่องทาง การใช้ second screen ในการมีส่วนร่วมกับรายการทีวี ทำให้การวางกลยุทธ์การตลาดมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่ ดังนี้

2.1) ธุรกิจเว็บไซต์

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขัน เพื่อเพิ่มความนิยมเว็บไซต์ของบริษัทฯ และรายได้จากการขายโฆษณาในเว็บไซต์ของบริษัทฯ และเว็บไซต์ของพันธมิตรทางธุรกิจ ดังนี้

■ การพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของเว็บไซต์

บริษัทฯ ดำเนินการติดตามเพื่อพัฒนาเนื้อหาข้อมูลและระบบการใช้งานในเว็บไซต์ให้มีความถูกต้อง ทันสมัย สอดคล้องความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และก้าวหน้าเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายหลัก คือ 5 Screen นั้นหมายถึง ผู้บริโภค จะเข้าถึงเนื้อหา ข้อมูลของบริษัทฯ ได้ในทุกช่องทาง และการนำเสนอจะต้องมีความแตกต่างจากช่องทางหลัก

■ การใช้โซเชียลมีเดียช่วยในการประชาสัมพันธ์ โดย NBC และเนชั่นกรุ๊ป มีผู้ติดตามในเครือข่ายโซเชียลมีเดียมากกว่า 2.5 ล้านคน และในปี 2556 บริษัทฯ ได้รับรางวัลยอดเยี่ยมเหรียญทองจากงาน Digital Media Awards 2013 ประจำปีภูมิภาคเอเชีย สาขา Best in Social media

■ การแสวงหาความร่วมมือพันธมิตรทางธุรกิจรายใหม่

■ กลยุทธ์การขายแบบผสม (Total Media Solution) และการขายในลักษณะข้ามสื่อ (Cross Selling)

จากการที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายโฆษณาของเว็บไซต์ต่างๆ ซึ่งเป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่แลกเปลี่ยนข่าวสารสาระความรู้ที่ครอบคลุมหลายกลุ่มลูกค้า เช่น นักธุรกิจ คนทำงาน นักเรียน นักศึกษา บริษัทฯ จึงมีการขายโฆษณาแบบผสม เพื่อให้ลูกค้าโฆษณาสามารถเลือกเงื่อนไขพิเศษในการลงโฆษณาในเว็บไซต์ต่างๆ ได้พร้อมกัน ในราคาที่มีส่วนลด นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการเสนอขายโฆษณาข้ามสื่อทุกประเภทของบริษัทฯ ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ และ เว็บไซต์ โดยกำหนดส่วนลดราคาที่ตั้งลูกค้าโฆษณา เพื่อให้สนองตอบต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าโฆษณาได้มากขึ้น อีกทั้ง ยังเป็นการกระจายการลงโฆษณาทั้งในสื่อที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าโฆษณาในระดับสูงอย่างสื่อโทรทัศน์ และสื่อที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าโฆษณาระดับปานกลางอย่างสื่อเว็บไซต์ไปพร้อมกัน

2.2) ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ดังนี้

■ พัฒนาคุณภาพบริการเดิมและสร้างสรรค์บริการใหม่

บริษัทฯ ดำเนินการพัฒนาคุณภาพของบริการเดิม เพื่อให้บริการของบริษัทฯ คงได้รับความนิยมนอกจากสมาชิกเดิม และดึงดูดใจสำหรับการขยายฐานไปสู่กลุ่มลูกค้ารายใหม่ด้วย ขณะเดียวกันบริษัทฯ มีการพัฒนาการให้บริการด้านข้อมูลสำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ในรูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องความต้องการใช้งานของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม และก้าวทันการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี รวมถึงกระแสความนิยมของสังคมอยู่เสมอ เช่น Application ในการรับข้อมูลข่าวสารจากสถานีข่าวผ่านโทรศัพท์ Smart Phone และแท็บเล็ต

■ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย

บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เพื่อขยายฐานสมาชิกใหม่เพิ่มขึ้น และรักษาสมาชิกเดิมให้ยังคงรับบริการของบริษัทฯ ต่อเนื่องไปในระยะยาว เช่น การให้สมัครทดลองใช้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแก่สมาชิกใหม่ การเพิ่มระยะเวลาให้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแก่สมาชิกเดิม เป็นต้น

2.3) ธุรกิจจัดการสัมมนาและกิจกรรมเกี่ยวกับธุรกิจนิวมีเดีย

บริษัทฯ มีการสัมมนาเกี่ยวกับธุรกิจนิวมีเดีย เช่น งานสัมมนา Digital Marketing Summit ที่จัดเป็นประจำทุกปี ถือเป็นงานใหญ่ทางด้าน Digital Marketing ที่ผู้เกี่ยวข้องให้ความสนใจ รวมไปถึงการจัดสัมมนากลุ่มย่อยให้กับองค์กรที่สนใจในเรื่องโซเชียลมีเดีย นอกจากนี้ยังจัดให้มีการประกวด Thailand Blog Awards เพื่อสรรหาบล็อกเกอร์ที่มีความสามารถสูง และเป็นแรงจูงใจที่ทำให้บล็อกเกอร์ต่างๆ พัฒนาฝีมือการเขียนและผลงานให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งในปัจจุบันบล็อกเกอร์มีบทบาทและมีความสำคัญมากขึ้น ในฐานะ "ผู้มีอิทธิพล" (Influencer) ทางความคิดที่จะช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค สินค้าและบริการต่างๆ นิยมให้บล็อกเกอร์เขียนแนะนำและรีวิวสินค้า ซึ่งเป็นพื้นฐานของผู้บริโภคที่จะเชื่อในสิ่งที่ผู้บริโภคด้วยกันมากกว่าการโฆษณา

2.4) ธุรกิจการให้บริการและจัดการประชาสัมพันธ์องค์กรผ่านเครือข่ายสังคม

บริษัทฯ ให้บริการประชาสัมพันธ์และบริหารโซเชียลมีเดียให้กับองค์กรที่สนใจ ปัจจุบันบริษัทต่างๆ ให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดียเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นโอกาสที่ก่อให้เกิดธุรกิจการให้บริการจัดการประชาสัมพันธ์และบริหารโซเชียลมีเดียให้กับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ ที่ต้องการทำประชาสัมพันธ์ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านโซเชียลมีเดีย ปัจจัยหลักในการให้บริการธุรกิจบริการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย คือ การรุกเข้าสู่โซเชียลมีเดียของเนชั่นกรุ๊ป อย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่องทำให้ เนชั่นกรุ๊ป และ NBC เป็นสื่อกลุ่มเดียวที่มีบุคลากรและการรายงานข่าวผ่านทางโซเชียลมีเดียมากที่สุดในประเทศไทย ประกอบกับโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดียได้รับความนิยมอย่างสูงในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา โดยเจ้าหน้าที่จะดำเนินการคิดแผนการตลาดออนไลน์และวิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียลมีเดียให้กับลูกค้าที่ต้องการเข้าถึงลูกค้าในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีนิยมนิเทศสื่อสารผ่านทางออนไลน์ นอกจากนี้ NBC มีความได้เปรียบในธุรกิจนี้ในฐานะที่เป็นพันธมิตรกับเว็บไซต์คอมมูนิตี้ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ได้แก่ บล็อกแก๊งค์, เอ็กซ์ทีเอ็น และยังเป็นเจ้าบล็อกอีเคเนชั่น รวมถึงการมีผู้ติดตามและแฟนเพจในโซเชียลมีเดียมากกว่า 2 ล้านคน

กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

- ธุรกิจเว็บไซต์ กลุ่มลูกค้าแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ บริษัทตัวแทนโฆษณา และบริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าโดยตรง
- กลุ่มผู้เข้าชมเป้าหมาย ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละเว็บไซต์ เช่น เว็บไซต์สถานีโทรทัศน์ของบริษัทฯ อาทิ

www.nationchannel.com มีกลุ่มผู้เข้าชมเป้าหมาย คือ ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสาร ขณะที่เว็บไซต์ของพันธมิตรทางธุรกิจ ที่บริษัทฯ ให้บริการเป็นตัวแทนจำหน่ายพื้นที่โฆษณา

- ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับรู้ข่าวสารอย่างทันเหตุการณ์

การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

- ธุรกิจเว็บไซต์

บริษัทฯ มีฝ่ายขายพื้นที่โฆษณาในเว็บไซต์ของตนเอง ทำหน้าที่ติดต่อกับบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทเจ้าของสินค้าโดยตรง ปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ดำเนินการปรับปรุงเว็บไซต์ เพื่อวัตถุประสงค์ในการเพิ่มรายได้ ดังต่อไปนี้

- เพิ่มทราฟฟิกให้กับเว็บไซต์ โดยการปรับปรุงเว็บไซต์ ออกแบบให้น่าสนใจและมีเนื้อหาที่หลากหลายขึ้น การอัปเดตข่าวที่รวดเร็ว และการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย
- จัดทำระบบ Social Monitoring สำหรับนักข่าวโซเชียลมีเดีย ข่าวกระแสที่กำลังจะเกิดขึ้น ซึ่งส่งผลให้บริษัทฯ เป็นผู้นำในการเสนอข่าวได้อย่างรวดเร็ว นำกระแส
- จัดทำระบบ Keyword Center เชื่อมโยงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกัน อำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้ในกรณีที่ต้องการอ่านข่าวต่อเนื่อง หรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
- สร้าง Loyalty โดยใช้โซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือในการสร้างความผูกพันกับผู้ใช้
- ทำการตลาดผ่านโซเชียลมีเดียเพื่อหาลูกค้ากลุ่มใหม่
- ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

บริษัทฯ ได้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการต่างๆ ของบริษัทฯ ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และเว็บไซต์ ของบริษัทฯ รวมทั้งผ่านสื่อหนังสือพิมพ์และเว็บไซต์ของพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทฯ โดยผู้บริโภคที่ประสงค์จะใช้บริการข้อมูลดังกล่าวสามารถสมัครใช้บริการด้วยตนเองผ่านทางอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น การสมัครรับ SMS MMS ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การดาวน์โหลด Application ต่างๆ นอกจากนี้ยังขยายการพัฒนาแอปพลิเคชันไปยังระบบอื่นๆ ได้แก่ วินโดวส์โฟน, แบล็กเบอร์รี่ เพื่อรองรับผู้ใช้กลุ่มใหม่ด้วย

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

1.) ธุรกิจเว็บไซต์

ปัจจัยหลักสำคัญในการดำเนินการธุรกิจเว็บไซต์ คือ บุคลากร ฐานข้อมูลข่าว และเครื่องมืออุปกรณ์ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจุบัน บริษัทฯ ใช้บริการ Cloud Service เพื่อความเสถียรและรองรับการขยายตัวของทราฟฟิกที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่เกิดสถานการณ์ไม่ปกติ

ฝ่ายการตลาด

ทำหน้าที่วางแผนกลยุทธ์การตลาดผ่านการจัดกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ บนเว็บไซต์ เพื่อสนับสนุนให้เว็บไซต์ของบริษัทฯ เป็นที่รู้จักในวงกว้างและได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมาย เช่น ร่วมตอบแบบสอบถามเพื่อชิงรางวัล ดาวน์โหลด (Download) คู่มือส่วนลดร้านอาหาร เป็นต้น

2.) ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

ปัจจัยหลักสำคัญในจัดหาบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ได้แก่ บุคลากร ฐานข้อมูลหรือเนื้อหา และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต โดยเจ้าหน้าที่ส่วนงานดังกล่าวมีหน้าที่นำฐานข้อมูลหรือเนื้อหาในรูปแบบต่างๆ เช่น สัญญาณภาพและเสียงของรายการโทรทัศน์หรือข่าว MMS ข้อความ SMS มาจัดทำในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลให้พร้อมจัดส่งไปยังระบบของผู้ให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือรองรับต่อการใช้ผ่าน Application ของอุปกรณ์เคลื่อนที่ของค่ายผู้ผลิตต่างๆ รวมทั้งเป็นผู้พัฒนา Application สำหรับใช้รองรับบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่รูปแบบต่างๆ

ทั้งนี้บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC) ให้ความสำคัญในธุรกิจนี้มีเดียมาโดยตลอด จะเห็นว่าในแต่ละปี NBC ไม่หยุดนิ่งในการพัฒนาและศึกษาค้นคว้าเทคโนโลยีสื่อสารใหม่ๆ เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคในยุคที่มีความต้องการบริโภคข้อมูลข่าวสารผ่าน "มัลติสกรีน" เช่น การเข้าร่วมเป็นพันธมิตร กับ โอเปอร์เรเตอร์ทุกบริษัท เพื่อกระจายแอปพลิเคชัน ให้ถึงมือผู้บริโภคมากที่สุด

2.2.6 สายธุรกิจโรงพิมพ์

ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) เป็นบริษัทย่อยที่บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 84.5%ทุนจดทะเบียน 500 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์หนังสือพิมพ์ โดยการพิมพ์หลักจะรับพิมพ์หนังสือพิมพ์ของเครือเนชั่น กรุ๊ป รวมถึงการให้บริการงานพิมพ์สิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่น ป็อกเก็ตบุ๊ก นิตยสาร ของในเครือเนชั่น กรุ๊ป และรับจ้างพิมพ์สิ่งพิมพ์คุณภาพสูงเช่นนิตยสาร แคลตลิ่ง ไขป๊อปปี้ แผ่นพับ สำหรับลูกค้าภายนอกด้วย

การบริการงานพิมพ์ของ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด

1. ดำเนินธุรกิจด้วยเครื่องพิมพ์ป้อนม้วน

บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัดดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์หนังสือพิมพ์ ใช้เครื่องจักรCold-set Web Offset ซึ่งรับงานพิมพ์จากบริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด, บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด และบริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด ได้แก่ หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก, กรุงเทพธุรกิจ, The Nation หนังสือรายปักษ์และรายสัปดาห์ – NJ Magazine และเนชั่นสุดสัปดาห์ และแบบการเรียนการสอนจากลูกค้าภายนอกเช่น อักษรเจริญทัศน์รวมทั้งสำนักพิมพ์เจ้าของหนังสือพิมพ์ต่างประเทศได้แก่ The Wall Street Journal Asia และ Yomiuri Shimbun ซึ่งได้จ้างบมจ. เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็นเตอร์ เอ็ดดูเทนเมนท์ (NINE) ดำเนินการจัดพิมพ์ จัดจำหน่าย และขนส่ง ตามลำดับ และ NINEได้ใช้บริการโรงพิมพ์ในเครือ ได้แก่ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้จัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ดังกล่าว

สิทธิและข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

-ไม่มี-

กลยุทธ์ทางการตลาด

ให้บริการงานด้านการพิมพ์ที่มีคุณภาพอย่างครบวงจร โดยการใช้เครื่องจักร, อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัย และระบบบริหารคุณภาพ เพื่อการพัฒนาคุณภาพบริการการพิมพ์ให้ดียิ่งขึ้น โดยทีมงานที่มีประสบการณ์สูงทางด้านการพิมพ์

ในปี 2556 บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ได้รับรางวัลคุณภาพการพิมพ์จากงานประกวดสิ่งพิมพ์แห่งชาติ ครั้งที่ 8 (8th Thai Print Award 2013) สองรางวัลด้วยกัน คือ รางวัลเหรียญทอง Gold Award ประเภทงานพิมพ์จากเครื่องป้อนม้วน กระดาษเคลือบผิว 70 แกรมและมากกว่า (Web Offset-Coated Stock 70 gsm and up) และรางวัลเหรียญทองแดง Bronze Award ประเภทงานพิมพ์จากเครื่องป้อนม้วน กระดาษเคลือบผิว 65 แกรมหรือน้อยกว่าและมากกว่า (Web Offset-Coated Stock 65 gsm and less)

นอกจากนี้ บริษัทยังร่วมกับบริษัทในกลุ่มเนชั่นคือ บริษัท เอ็มเอ็มแอล จำกัด (บริษัทย่อยที่บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นอยู่ 99.99%) ให้บริการเพิ่มเติมที่โรงพิมพ์อื่นไม่สามารถทำได้ คือบริการด้านการจัดส่ง (Logistic) ตรงถึงลูกค้าตามบ้านหรือส่งถึงเอเยนต์หนังสือ เพื่อบริการลูกค้าอย่างครบวงจร

ลักษณะของลูกค้า

ในปี 2555ลูกค้าส่วนใหญ่ประมาณ 96% คือบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ นอกจากนี้มีการขยายตลาดงานด้านการพิมพ์ไปยังลูกค้าภายนอกเครือ อาทิเช่น อักษรเจริญทัศน์ ซึ่งเป็นลูกค้าประเภท Web Offset

ภาวะการแข่งขัน

เนื่องจากบริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ให้บริการพิมพ์สิ่งหนังสือพิมพ์ของเนชั่น กรุ๊ปเป็นหลัก จึงมิได้มีการแข่งขันในส่วนนี้ นอกจากนี้มีช่วงเวลาว่างจากงานหลักจะรับพิมพ์งานประเภทหนังสือแบบเรียนได้

เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต

บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัดมีเครื่องจักร Cold-set Web Offset ใช้สำหรับการพิมพ์หนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดยใช้กระดาษที่เป็นม้วน

กำลังการผลิต แยกตามประเภทการผลิตสินค้าและเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องดังนี้

กำลังการผลิตหนังสือพิมพ์

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

อัตรากำลังคนในด้านการผลิตหนังสือพิมพ์

ปัจจุบันโดยเฉลี่ยการทำงานเป็น 2 กะ จำนวนกะละ 8 ชั่วโมง และใช้เวลาในการพิมพ์เฉลี่ยวันละ 16 ชั่วโมง โดยมีตารางเวลาสลับการทำงานของเครื่องพิมพ์ ณ 31 ธันวาคม 2555 บริษัทฯมีพนักงานในสายธุรกิจการพิมพ์รวมประมาณ 125 คน

วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตหนังสือพิมพ์แบ่งได้ดังต่อไปนี้

หน่วย : ร้อยละของมูลค่าวัตถุดิบรวม

วัตถุดิบ	ผลิตหนังสือพิมพ์และนิตยสาร
กระดาษหนังสือพิมพ์	81%
หมึกพิมพ์	7%
เพลท	10%
อื่นๆ (เช่น น้ำยาล้างเพลท)	2%
รวม	100%

ในปี 2556 วัตถุดิบส่วนใหญ่ คือ กระดาษหนังสือพิมพ์ ซึ่ง บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จะเป็นผู้จัดหา เพื่อจัดส่งให้บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินการผลิตส่วนวัตถุดิบอื่นๆ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัดเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดหาวัตถุดิบ

แหล่งที่มาของวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญ คือ กระดาษหนังสือพิมพ์ ซึ่งในปี 2556 บริษัทฯสั่งซื้อกระดาษหนังสือพิมพ์จากต่างประเทศเป็นหลัก เช่น NP Trading, Paper Right และ Focus Corporation เป็นต้นคิดเป็น 65 % ของยอดการสั่งซื้อทั้งหมด ที่เหลือสั่งซื้อจากผู้ผลิตในประเทศ เช่น บริษัท ผลิตภัณฑ์กระดาษไทย จำกัด, บริษัท ฟินิกซ์ พัลพ แอนด์ เพเพอร์ จำกัด (มหาชน) , บริษัท นอร์สเก้ จำกัด เป็นต้น โดยผู้จำหน่ายกระดาษดังกล่าว ไม่มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมกับบริษัทหรือผู้บริหาร แต่จะพิจารณาเลือกซื้อจากการเปรียบเทียบราคาและความต้องการใช้งานเป็นสำคัญ โดยปัจจุบันมีผู้จัดหากระดาษเป็นจำนวนมาก ทำให้มีการแข่งขันสูง บริษัทฯ จึงไม่ประสบกับปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ หากสูญเสียแหล่งวัตถุดิบบางแหล่งไป สำหรับการสั่งซื้อกระดาษหนังสือพิมพ์ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่มีการสั่งซื้อกับรายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 50

ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ หมึกพิมพ์ เพลท และน้ำยาต่างๆ ซึ่งมีสัดส่วนรวมประมาณร้อยละ 19 ของมูลค่าวัตถุดิบรวมในปี 2555 บริษัทฯ ได้สั่งซื้อจากบริษัทตัวแทนในประเทศทั้งหมดเพราะมีผู้ขายเป็นจำนวนมาก โดยไม่ผูกพันกับรายใดรายหนึ่ง

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากการผลิตหนังสือพิมพ์ของบริษัทฯ ใช้วัตถุดิบน้อยประเภทโดยร้อยละ 81 ของวัตถุดิบหลัก คือ กระดาษ ส่วนที่เหลือเป็นวัสดุสิ้นเปลืองได้แก่ เพลา, หมึก, ฟิล์ม, น้ำยาเคมี ซึ่งเมื่อผ่านกระบวนการผลิตแล้ว บริษัทฯ จะนำมาจำหน่ายให้แก่ผู้รับซื้อสินค้าเก่า โดยเฉพาะวัสดุสิ้นเปลืองที่เป็นวัตถุเคมี จะต้องพิจารณาผู้รับซื้อที่ต้องได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม ด้วยดังนั้นบริษัทจึงไม่มีวัตถุดิบหรือน้ำยาเคมีที่ใช้แล้ว เป็นมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังอยู่ภายใต้การควบคุมของ กรมโรงงานอุตสาหกรรม สำนักงานเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อมโรงงาน ซึ่งในทุกๆ ปี หน่วยงานดังกล่าวได้เข้ามาตรวจสอบสภาพและประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้วมีความเห็นว่าบริษัทไม่ได้สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

1. ดำเนินธุรกิจงานพิมพ์คุณภาพสูงแบบป้อนม้วนและป้อนแผ่น(Commercial Web & Sheet Fed)

ดำเนินธุรกิจตั้งแต่เดือน เมษายน 2550 ดำเนินการโดย บริษัทร่วมทุน คือ บริษัท เกียวโด เนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส จำกัด (KNP) เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่าง บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และ Kyodo Printing Co (S'Pore) PTE Ltd ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ Kyodo Printing Co.,Ltd ในประเทศญี่ปุ่น และ San-Mic Trading(Thailand) ในสัดส่วน 49:49:2 ตามลำดับ มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์หนังสือทั้งในประเทศและต่างประเทศไม่ว่าจะเป็น งานหนังสือปกแข็ง, ตำราเรียน Encyclopedia , การ์ตูน, ป๊อปปูล่าร์และนิตยสาร รวมถึงงานพิมพ์คุณภาพอื่นๆ

ต่อมาในเดือนมิถุนายน 2553 WPS ได้เข้าถือหุ้นเพิ่มเติมจากร้อยละ 49 เป็นร้อยละ 99.99 และเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท เนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส จำกัด (NPS) และในที่สุด WPS ได้รับโอนกิจการจาก NPS เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2554

ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

งานพิมพ์ภายในประเทศแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่

1. ลูกค้าในกลุ่มการพิมพ์เนชั่น อันได้แก่ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน), บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน), บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด , บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด เป็นต้น โดยงานพิมพ์สำหรับลูกค้ากลุ่มนี้ ส่วนใหญ่เป็นงานการ์ตูน, ป๊อปปูล่าร์ และสิ่งพิมพ์โฆษณา
2. ลูกค้านอกกลุ่มเนชั่น ด้วยกำลังการผลิตที่สูงและกระบวนการผลิตที่ครบวงจร จึงได้มีการเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าที่มีงานพิมพ์ที่เน้นด้านคุณภาพและยอดการพิมพ์สูง ทางบริษัทฯ สามารถรองรับงานพิมพ์ประเภทนิตยสาร, วารสาร, แคตตาล็อก โบปปลิวและแผ่นพับฯลฯ

สิทธิและข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

รับงานพิมพ์ที่เน้นคุณภาพสูงและยอดการพิมพ์สูง

กลยุทธ์ทางการตลาด

ให้บริการงานด้านการพิมพ์ที่มีคุณภาพสูงอย่างครบวงจร โดยใช้เครื่องจักร, อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัย จนถึงการบริหารจัดหีบห่อ และระบบบริหารคุณภาพ (QC) เพื่อการพัฒนาคุณภาพบริการการพิมพ์ให้ดียิ่งขึ้น โดยทีมงานที่มีประสบการณ์สูงด้านการพิมพ์

นอกจากนี้ บริษัทยังร่วมกับบริษัทในกลุ่มเนชั่นคือ บริษัท เอ็มเอ็มแอล จำกัด (บริษัทย่อยที่บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นอยู่ 99.99%) ให้บริการเพิ่มเติมที่โรงพิมพ์อื่นไม่สามารถทำได้ คือบริการด้านการจัดส่ง (Logistic) ตรงถึงลูกค้าตามบ้านหรือส่งถึงเอเยนต์หนังสือ เพื่อบริการลูกค้าอย่างครบวงจร

ลักษณะของลูกค้า

บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด มีรายได้ค่าบริการงานพิมพ์จากลูกค้าภายนอกที่มีลักษณะเน้นงานพิมพ์ที่มีปริมาณสูงและต่อเนื่องต่อเนื่อง เช่น Catalogue สินค้า, Direct Mail, คู่มือการใช้สินค้า, นิตยสารของสายการบิน เป็นต้น

ภาวะการแข่งขัน

เนื่องจากWPS ในส่วนงานคอมเมอร์เชียล มีศูนย์การพิมพ์ครบวงจรและมีเครื่องจักรที่ทันสมัย ได้แก่ เครื่องพิมพ์ป้อนแผ่น (Commercial Printing) และเครื่องพิมพ์คุณภาพและความจำสูง (Commercial Heat-set web Offset) รวมทั้งมีเครื่องจักรที่ให้บริการในการจัดหีบหรือรูปแบบอย่างครบวงจร ซึ่งในธุรกิจประเภทเดียวกันมีเพียง บริษัท ศิริวัฒนา อินเทอร์เน็ต และบริษัท ไซเบอร์พริ้นท์เท่านั้น ดังนั้นการเน้นคุณภาพงานพิมพ์, ลดต้นทุนให้ต่ำลงและการส่งมอบตรงเวลา จึงเป็นภารกิจที่ทางบริษัทฯ ต้องบรรลุ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้

เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต

สำหรับธุรกิจการบริการงานพิมพ์ มีเครื่องจักรที่ใช้ในการพิมพ์แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

1. เครื่องจักร Commercial Printing ใช้สำหรับการพิมพ์นิตยสาร, การ์ตูน และพ็อกเก็ตบุ๊กส์, หนังสือทั่วไป
2. เครื่องจักร Commercial Heat-set web offset ใช้สำหรับการพิมพ์หนังสือ นิตยสาร, โบชัวร์ ที่มีปริมาณสูงและต้องการความรวดเร็ว

นอกจากนี้ยังมีเครื่องจักรอื่นที่ช่วยให้การบริการงานพิมพ์เป็นแบบครบวงจร ได้แก่ เครื่องอัดเพลต CTP Systems เครื่องพับ, เครื่องเก็บเล่ม, เครื่องเข้าเล่ม ซึ่งมีทั้ง เครื่องเข้าเล่มปกแข็ง เครื่องเข้าเล่มปกปก เครื่องไสกาว เครื่องเย็บมุงหลังคา เครื่องเย็บที่รวมไปถึง เครื่องเคลือบปกลามิเนต เครื่องเคลือบยูวี และเครื่องใส่ถุงพลาสติก

กำลังการผลิต แยกตามประเภทการผลิตสินค้าและเครื่องจักร

กำลังการผลิตของเครื่องพิมพ์

ปัจจุบันบริษัทฯ มีเครื่องพิมพ์ทั้งหมด จำนวน 9 เครื่อง แบ่งเป็น

- เครื่องพิมพ์สี่สีจำนวน 5 เครื่องกำลังการผลิตเฉลี่ย 13,000 แผ่นต่อชั่วโมง
- เครื่องพิมพ์สองสีจำนวน 2 เครื่องกำลังการผลิตเฉลี่ย 8,000 แผ่นต่อ ชั่วโมง
- เครื่องพิมพ์สีจำนวน 1 เครื่องกำลังการผลิต 13,000 แผ่นต่อ ชั่วโมง
- เครื่องพิมพ์สี่สีแบบ Web Offset จำนวน 1 เครื่องกำลังการผลิต 50,000 แผ่นต่อชั่วโมง

โดยเครื่องจักรทั้ง 9 เครื่องจะใช้ในการพิมพ์ 2 กะ จำนวนกะละ 8 ชั่วโมง ปัจจุบันบริษัทฯ มีอัตราการใช้กำลังการผลิตจากเครื่องจักรทั้ง 9 เครื่อง ประมาณร้อยละ 50 - 60

อัตรากำลังคน

ปัจจุบันโดยเฉลี่ยการทำงานเป็น 2 กะ จำนวนกะละ 8 ชั่วโมง และใช้เวลาในการพิมพ์เฉลี่ยวันละ 16 ชั่วโมง โดยมีตารางเวลาสลับการทำงานของเครื่องพิมพ์ ณ ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีพนักงานรวมประมาณ 105 คน

วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตหนังสือแบ่งได้ดังต่อไปนี้

หน่วย : ร้อยละของมูลค่าวัตถุดิบรวม

วัตถุดิบ	สัดส่วน
กระดาษ	81%
หมึกพิมพ์	7%
เพลท	4%
กาว	2%
วัตถุดิบ	สัดส่วน
ฟ้ายาง,พลาสติก	2%
อื่นๆ (เช่น ฟิล์มเคลือบ, กระดาษทำปกแข็ง)	4%
รวม	100%

แหล่งที่มาของวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญ คือ กระดาษซึ่งมีทั้งกระดาษที่นำเข้ามาจากต่างประเทศและสั่งซื้อจากผู้ผลิตในประเทศ เช่น UPM Asia Pacific , บริษัท ผลิตภัณฑ์กระดาษไทย จำกัด, บริษัท เปเปอร์กรีน จำกัด, บริษัท ซีเคแปเปอร์ จำกัด เป็นต้น

ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ หมึกพิมพ์ กาว ฟิล์ม และน้ำยาต่างๆ ซึ่งมีสัดส่วนรวมประมาณร้อยละ 19 ของมูลค่า วัตถุดิบรวม ในปี 2556 โดยส่วนใหญ่บริษัทได้สั่งซื้อจากบริษัทตัวแทนในประเทศเพราะมีผู้ขายเป็นจำนวนมาก โดยไม่ผูกพันกับรายใดรายหนึ่ง ยกเว้นวัตถุดิบบางอย่างที่คุณภาพของในประเทศไม่ได้คุณภาพก็จะมีคำสั่งซื้อมาจากต่างประเทศบ้าง

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากการผลิตหนังสือของบริษัทฯ วัตถุดิบที่ใช้ร้อยละ 81 ของวัตถุดิบหลัก คือ กระดาษ ส่วนที่เหลือเป็นวัสดุสิ้นเปลืองได้แก่เพลท, หมึก, ฟิล์มเคลือบ, น้ำยาเคมี ซึ่งเมื่อผ่านกระบวนการผลิตแล้ว บริษัทฯ จะนำมาจำหน่ายให้แก่ผู้รับซื้อสินค้าเก่า ดังนั้นบริษัทจึงไม่มีวัตถุดิบหรือน้ำยาเคมีที่ใช้แล้ว เป็นมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้บริษัทฯยังอยู่ภายใต้การควบคุมของ กรมโรงงานอุตสาหกรรม สำนักงานเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อมโรงงาน ซึ่งในทุกๆ ปี หน่วยงานดังกล่าวได้เข้ามาตรวจสอบสภาพและประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้วมีความเห็นว่าบริษัทไม่ได้สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

2.2.7 สายธุรกิจขนส่ง

บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด เป็นบริษัทในเครือเนชั่น กรุ๊ป ให้บริการด้านกิจกรรม Logistics เช่น บริการงานด้านกระจายสินค้า (distribution) บริการด้านการส่งสื่อทางการตลาดไปสู่มือผู้บริโภคโดยตรง (leaflet & direct mail) การทำพิธีกรรมทางศุลกากร (import/export) การขนส่งสินค้าไปสู่มือผู้บริโภคโดยตรง (B2C) และการขนส่งไปสู่ศูนย์ธุรกิจร้านค้า ทั้งแบบเก่าและแบบสมัยใหม่ (B2B)

ด้วยความพร้อมจากทีมรถขนส่ง มากกว่า 120 คันทั่วประเทศ/วัน ทีมรถมอเตอร์ไซด์กว่า 300 คัน ระบบสารสนเทศ ศูนย์กระจายและรับสินค้าขนาด 2,000 ตร.ม. ในเขตปริมณฑล และยังมีศูนย์กระจายสินค้าขนาดมากกว่า 500 ตร.ม. ในจังหวัดหัวเมืองขนาดใหญ่ 3 แห่ง และมีจุดพักสินค้าขนาดประมาณ 100 ตร.ม. อีกกว่า 14 แห่งกระจายอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ

บริการของ NML

1. การขนส่งสินค้าแบบด่วนพิเศษ (Next day & 1-3 days)

ปัจจุบัน NML ให้บริการขนส่งแบบด่วนพิเศษ ในลักษณะขนส่งแบบ B2B คือ (จากผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้า/เจ้าของสินค้า ไปสู่ร้านค้าปลีก/ส่ง ทั้งในรูปแบบการค้า แบบเก่า และแบบสมัยใหม่) ในพื้นที่ธุรกิจของทุกภูมิภาคของประเทศ

- กทม. และปริมณฑล 60 เขต/อำเภอ
- ภาคกลาง 143 อำเภอจาก 197 อำเภอ
- ภาคเหนือ 88 อำเภอจาก 177 อำเภอ
- อีสาน 127 อำเภอ จาก 333 อำเภอ
- ภาคใต้ 87 อำเภอ จาก 159 อำเภอ

รวม 505 อำเภอ จากทั้งหมด 926 อำเภอของประเทศไทย อีกทั้ง NML มีการให้บริการรับสินค้าจากภูมิภาคต่างๆมาที่กรุงเทพฯอีกด้วย เช่น

- ขนส่งสินค้า OTOP และ CO-OP
- รับเก็บสินค้าคืนจากลูกค้าปลายทาง จากต่างจังหวัด-กทม.

โดยมีสินค้าหลากหลายประเภท เช่น ขนส่งสิ่งพิมพ์ในเครือ Nation Group และ สินค้าอื่นๆ เช่น ยารักษาโรค อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ สินค้าส่งเสริมการตลาด

2. Home delivery

ในปี 2556 NML สามารถให้บริการขนส่งแบบ B2C คือจากผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้า/เจ้าของสินค้าไปสู่มือผู้บริโภคโดยตรง ในปี 2556 NML สามารถให้บริการดังกล่าว ครอบคลุม เขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล และเขตพื้นที่อำเภอเมืองใหญ่ๆ เช่น อ.แม่ริม, อ.หางดง, อ.สารภี, อ.สันทราย, อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น อ.บางละมุง อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ อ.เกาะช้าง จ.ตราด อ.เมือง จ.ภูเก็ต และ อ.เมือง อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา

อย่างไรก็ตามในปี 2014 บริษัท มีแผนการรวบรวม เครือข่ายเพื่อขยายพื้นที่ให้บริการไปสู่พื้นที่อำเภอเมือง และอำเภอขนาดใหญ่เพิ่มขึ้น พื้นที่ปี 2556 จำนวนครัวเรือนที่ให้บริการครอบคลุมมากกว่า 2.5 ล้านครัวเรือน สำหรับปี 2557 จะขยายพื้นที่บริการให้มากขึ้นกว่าเดิม

3. งานกระจายสินค้า

เป็นเวลากว่า 20 ปีที่ NML ให้บริการกระจายสิ่งพิมพ์ในเครือ Nation Group ไปสู่มือผู้บริโภคโดยตรง และผ่านร้านค้าเครือข่าย ซึ่งตลอดระยะเวลาดังกล่าว NML ได้มีโอกาสพัฒนาระบบสารสนเทศให้เหมาะสมกับสภาพธุรกิจกระจายสินค้าในทุกมิติ เช่น การรับสินค้า การควบคุมปริมาณสินค้า และการรับและจัดการ order เพื่อให้เอื้อต่อการนำส่ง และโดยเฉพาะระบบการจัดการ order นั้น ระบบดังกล่าวสามารถรองรับรายการสั่งสินค้าได้มากกว่า 10,000 รายการ/วัน จากจำนวนสิ่งพิมพ์มากกว่า 890,000 ฉบับ/วัน

ซึ่งในปี 2556 NML ได้นำประสบการณ์และระบบสารสนเทศดังกล่าว มาให้บริการด้านการรับจัดเก็บ และกระจายสินค้าไปสู่ร้านค้าปลีก/ส่ง ทั้งในรูปแบบการค้า แบบเก่า และแบบสมัยใหม่ในพื้นที่ธุรกิจของทุกภูมิภาคของประเทศ

4. Leaflet & Direct mail

สำหรับเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล กว่า 10 ปีมาแล้วที่ NML ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าสำหรับการบริการนำส่งสิ่งพิมพ์ไปสู่ผู้บริโภคโดยตรง

จากการที่ NML เป็นบริษัทในเครือ Nation Group ซึ่งมีฐานลูกค้าสมาชิกหนังสือพิมพ์ และแมกกาซีน เป็นจำนวนมาก ซึ่งบริษัทได้ให้บริการส่งสิ่งพิมพ์สู่บ้านสมาชิกดังกล่าว มาเป็นเวลากว่า 40 ปี จากประสบการณ์การเรื่องพื้นที่ดังกล่าว ทำให้ NML มีทีมงานที่แข็งแกร่งด้านพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลเป็นอย่างดี อีกทั้ง NML ได้มีการสำรวจพื้นที่เพื่อจัดทำเป็นฐานข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงได้ลงทุนจัดซื้อ software แผนที่ GIS เพื่อให้การจัดการฐานข้อมูลเป็นไปอย่างถูกต้องแม่นยำ สามารถตอบโจทยความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมเช่น การกำหนดกลุ่มหมู่บ้าน หรือคอนโดมิเนียม ที่มีกำลังซื้อสูง ปานกลาง หรือการกำหนดพื้นที่การยื่นแจกแผ่นพับโฆษณาตามพื้นที่ธุรกิจสำคัญ เป็นต้น

Import/Export

จากประสบการณ์กว่า 30 ปี ที่ NML ได้ดำเนินพิธีการ การนำเข้าและส่งออกสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ ทำให้มีทีมงานที่เข้าใจวิธีการ ลงทะเบียน โดยผ่านพิธีการศุลกากรทางอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้เอกสาร (Paperless) ในการรับส่งข้อมูลใบขนสินค้าขาออกกับศุลกากร และออกใบขนสินค้าขาเข้าพร้อมแบบแสดงรายการภาษีสรรพสามิตและภาษีมูลค่าเพิ่ม และใบกำกับการขนย้ายสินค้าทางอากาศยาน เป็นอย่างดี

ทางบริษัทฯ ได้เล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจนำเข้า และส่งออก และเพื่อให้การบริการมีความหลากหลาย สามารถตอบโจทยความต้องการของลูกค้าได้ครบวงจรมากยิ่งขึ้น

ในปี 2557 บริษัทจึงได้เตรียมความพร้อมโดยการจัดการฝึกอบรมจาก สถาบันธุรกิจการbinนิคส์ (NICS) ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการนำเข้า-ส่งออก และพิธีการศุลกากร เพื่อให้พนักงานมีทักษะ ความรู้ ความสามารถ เพื่อตอบสนองความต้องการ และสามารถเสนอแนะขั้นตอนที่ถูกต้องและมีประโยชน์แก่ลูกค้า ในด้านการนำเข้าและส่งออกสำหรับสินค้าประเภทอื่นๆ เพิ่มเติม

บริษัท NML มีประสบการณ์ที่แข็งแกร่งในด้านการจัดส่งสิ่งพิมพ์ ไปยังประเทศเพื่อนบ้านข้างเคียง ไม่ว่าจะเป็นขนส่งทางบก หรือ ทางอากาศ และเรามีความเชื่อมั่นว่าในปี 2557 เป็นต้นไป ทางเราจะสามารถพัฒนาและสร้างธุรกิจนี้ ให้เติบโตและมีศักยภาพที่ดีต่อไปได้ในอนาคต

จำนวนบุคลากร

ณ 31 ธันวาคม 2556 บริษัท เนชั่นยู จำกัด มีบุคลากร ทั้งหมดประมาณ 600 คน แบ่งเป็น พนักงานประจำ 149 คน และพนักงานว่าจ้างตามสัญญารายปี 300 คน และรถขนส่ง (Out source) ประมาณ 87 สาย

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

2.2.8 ธุรกิจการศึกษา

ดำเนินการโดย บริษัท เนชั่นยู จำกัด (Nation U Co., Ltd.: NU) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจในการบริหาร “มหาวิทยาลัยเนชั่น” มาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2554

โดย มหาวิทยาลัยเนชั่น ยังคงมุ่งมั่นที่จะผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพเพื่อเข้าสู่ความเป็นสากล โดยเฉพาะเพื่อการรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(Asean Economics Community : AEC) ในปี 2558 ที่กำลังจะมาถึงให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ทั้ง 3 ด้านคือ : ทักษะด้านวิชาชีพ (Professional Skill) ทักษะด้านการสื่อสาร (Communication Skill) และทักษะด้านภาษาอังกฤษ (English Skill) ด้วยการเรียนการสอนที่เน้นผล (outcome-based learning) เป็นสำคัญ โดยได้มีการจัดการเรียนการ

สอน โดยอาศัยความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจต่างๆ จากกลุ่มเนชั่น และจากภายนอกเครือข่าย ซึ่งมีผู้ทรงคุณวุฒิครอบคลุมในสายงานด้านต่างๆ ที่สำคัญ เช่น การบริหารธุรกิจ การบริหารสื่อ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความสามารถตรงตามเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยคือ “การเรียนรู้กับมืออาชีพ” และ “บัณฑิตจิตอาสา” โดยมีการจัดการเรียนการสอน ที่เน้นการลงมือปฏิบัติจริงในสถานที่ทำงานจริง มีการฝึกงานไปเรียนไปตั้งแต่ชั้นปีที่1 เพื่อให้ นักศึกษาได้เรียนรู้วิธีการปฏิบัติงานที่แท้จริงในองค์กร ซึ่งนับว่าเป็นประโยชน์กับนักศึกษาอย่างยิ่ง เพื่อที่นักศึกษาจะได้สังสรรค์ทักษะความรู้ที่ได้รับจากในห้องเรียน และนำมาปรับใช้กับการทำงานในชีวิตจริงได้

ในด้านกิจกรรมต่างๆของมหาวิทยาลัย ยังได้เน้นการจัดกิจกรรมไปในเชิงสร้างสรรค์ โดยมีการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบต่างๆ ให้นักศึกษาได้เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งมีทั้งโครงการประกวดภาพถ่ายในช่วงเทศกาลต่างๆ การอบรมการถ่ายภาพ การอบรมภาษาอังกฤษ การเรียนรู้การพัฒนาและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น เพื่อพัฒนาด้านจิตใจในการเป็นผู้ให้และรู้จักการเสียสละเวลา แรงกาย แรงใจ เพื่อช่วยเหลือผู้อื่น และเพื่อให้มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีการพัฒนาการศึกษาในมิติใหม่ ที่เน้นว่า บัณฑิตนั้น จะได้เรียนรู้กับมืออาชีพ และจบอย่างมืออาชีพ เพื่อให้บัณฑิตทุกคนที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเนชั่น มีความพร้อมทั้งทางด้านวิชาชีพ ด้านจิตใจที่มีคุณธรรม จริยธรรม และมีจิตสำนึกสาธารณะ ในการปฏิบัติงานตามสายอาชีพ เพื่อที่จะสร้างสรรค์สังคมและประเทศชาติให้เป็นสังคมที่มีคุณภาพต่อไปในภายภาคหน้า

นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยยังเปิดโอกาสทางการศึกษา โดยมีการมอบทุนการศึกษา ประเภทต่างๆ แก่นักศึกษาที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด ดังนี้

ทุนเรียนดี

- เกรดเฉลี่ยสะสม ตั้งแต่ 3.00-3.24 จะได้รับทุนส่วนลดค่าเล่าเรียนจำนวน 20%
- เกรดเฉลี่ยสะสม ตั้งแต่ 3.25-3.49 จะได้รับทุนส่วนลดค่าเล่าเรียนจำนวน 50%
- เกรดเฉลี่ยสะสม ตั้งแต่ 3.50-4.00 จะได้รับทุนส่วนลดค่าเล่าเรียนจำนวน 100%

ทุนเด็กดีที่เรียน (โครงการ สกอ.-สพม.ได้รับทุน 20% ตลอดหลักสูตร)

ผู้ได้รับทุน ต้องเป็นผู้มีความประพฤติดี มีคุณธรรม จริยธรรม ทำกิจกรรมที่สร้างชื่อเสียงให้กับโรงเรียน และต้องได้รับหนังสือรับรองจากทางโรงเรียน

ทุนชายแดนใต้ (ได้รับทุน 100% ตลอดหลักสูตร)

ผู้ได้รับทุน ต้องมีภูมิลำเนาอยู่ใน 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ ยะลา ปัตตานี นราธิวาส และสตูล โดยมีคะแนนเฉลี่ยรวม 2.00 ขึ้นไป

ทุนความร่วมมือโรงเรียนเครือข่าย

ผู้ได้รับทุนต้องจบการศึกษาจากโรงเรียนที่มีเครือข่ายกับมหาวิทยาลัยเนชั่น (ตามข้อตกลง) และในปี 2556 มหาวิทยาลัยเนชั่น ได้ร่วมกับธนาคารไทยพาณิชย์ เปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต และหลักสูตรบัญชีบัณฑิต สาขาวิชาโท การเงินการธนาคาร ซึ่งหลักสูตรนี้จะเปิดสอนในวิชาที่ตรงกับความต้องการของตลาด ทำการสอนโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการเงินการธนาคารจากธนาคารไทยพาณิชย์ พร้อมฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา เป็นระยะเวลา 6 เดือนที่ธนาคารไทยพาณิชย์ทุกสาขาทั่วประเทศ และหากนักศึกษาที่จบในหลักสูตรนี้ มีเกรดเฉลี่ย 2.75 ขึ้นไป จะได้รับการพิจารณาเข้าทำงานกับธนาคารไทยพาณิชย์ทันที โดยนักศึกษาในทุกคณะสามารถเลือกเรียนหลักสูตรการเงินการธนาคารเป็นวิชาโทได้

ปัจจุบัน มหาวิทยาลัยเนชั่น เปิดการเรียนการสอนทั้งในหลักสูตรปริญญาตรีและปริญญาโท โดยแบ่งการจัดการเรียนการสอน ณ มหาวิทยาลัยเนชั่น ลำปาง และ ศูนย์การศึกษาเนชั่นบางนา

ในปีการศึกษา 2556 มีนักศึกษาที่กำลังศึกษา อยู่ระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ทั้งมหาวิทยาลัยเนชั่นและศูนย์เนชั่นบางนา รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน 1,182 คน

หลักสูตรที่มหาวิทยาลัยเนชั่นเปิดสอน มีดังนี้

มหาวิทยาลัยเนชั่น ลำปาง

ระดับปริญญาตรี

คณะนิเทศศาสตร์

- หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชานิเทศศาสตร์)

คณะบริหารธุรกิจ เปิดสอนใน 2 หลักสูตร

- หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด)
- หลักสูตรบัญชีบัณฑิต (สาขาวิชาการบัญชี)

คณะวิทยาศาสตร์สุขภาพ

- หลักสูตรสาธารณสุขศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์)

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

- หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์)

คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ (เรียนเสาร์-อาทิตย์)

- หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์)

ระดับปริญญาโท

คณะบริหารธุรกิจ

- หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

- หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการบริหารการศึกษา)
- หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการบริหารท้องถิ่น)

มหาวิทยาลัยเนชั่น ศูนย์เนชั่นบางนา

ระดับปริญญาตรี

คณะบริหารธุรกิจ

- หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

คณะนิเทศศาสตร์

- หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

ระดับปริญญาโท

คณะบริหารธุรกิจ

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยง

การดำเนินงานของธุรกิจของกลุ่มบริษัทมีปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อกลุ่มบริษัท และหรือผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งบริษัทได้มีมาตรการรองรับความเสี่ยงดังกล่าวโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

1.1 ความเสี่ยงจากผลการดำเนินงานขึ้นอยู่กับภาวะอุตสาหกรรมโฆษณา

เนื่องด้วยรายได้หลักของบริษัทมาจากธุรกิจหนังสือพิมพ์ ซึ่งรายได้หลักของธุรกิจประเภทนี้มาจากรายได้ค่าโฆษณา โดยปี 2556 บริษัทมีรายได้จากการขายโฆษณารวมเท่ากับ 1,952 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 เมื่อเทียบกับปีก่อนที่รายได้จากการขายโฆษณาเท่ากับ 1,882 ล้านบาท โดยรายได้จากการขายโฆษณาคิดเป็นร้อยละ 68 ของรายได้จากการขายและบริการรวม ในขณะที่โครงสร้างต้นทุนส่วนใหญ่เป็นต้นทุนคงที่ ผลการดำเนินงานของบริษัทจึงขึ้นอยู่กับภาวะอุตสาหกรรมโฆษณา ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณาจะผันแปรไปตามสภาวะเศรษฐกิจ หากภาวะเศรษฐกิจโดยรวมมีแนวโน้มขยายตัว จะส่งผลให้มีการใช้งบโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มากขึ้น อย่างไรก็ตามหากภาวะเศรษฐกิจมีการชะลอตัวก็จะส่งผลถึงอุตสาหกรรมโฆษณา ในทางตรงกันข้ามเช่นเดียวกัน ดังนั้นเพื่อลดผลกระทบจากความไม่แน่นอนจากภาวะเศรษฐกิจ บริษัทจึงได้มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ของทุกหน่วยธุรกิจและบริษัทในกลุ่มให้สอดคล้องกับนโยบายและวิสัยทัศน์ขององค์กรให้ไปในทิศทางเดียวกัน โดยมุ่งเน้นการขยายรักษาความสามารถเชิงแข่งขัน มาใช้เพื่อที่จะลดความเสี่ยงหรือผลกระทบดังกล่าวที่จะเกิดขึ้น ด้วยการใช้ความได้เปรียบจากการที่บริษัทมีช่องทางการเผยแพร่สินค้าและบริการผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลาย ด้วยการผสมผสานทุกสื่อเข้าด้วยกัน เพื่อตอบสนองความต้องการด้านการตลาด กลายเป็น Total Media Solution แก่ผู้ลงโฆษณา ตลอดจนการนำสื่อแบบเดิมก้าวเข้าสู่เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในทุกแพลตฟอร์ม โดยคำนึงถึงเนื้อหาที่สอดคล้องและเป็นไปได้ของธุรกิจ ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มผู้รับสื่อเพื่อให้ได้เปรียบคู่แข่งในตลาด รวมถึงเน้นการหารายได้โดยสร้างสรรค์กิจกรรม Below-the-Line ให้กับลูกค้าทั้งภาครัฐและเอกชนให้มากขึ้น เช่น การจัดกิจกรรมสัมมนาให้กับลูกค้ารายใหญ่ ซึ่งจะสามารถช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพทางด้านรายได้ไม่ให้เกิดลงขณะเดียวกันยังก่อให้เกิดความสำคัญกับการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายอย่างรัดกุมและเหมาะสม

ทั้งนี้เนื่องจากจากสื่อโทรทัศน์มีส่วนแบ่งรายได้ของอุตสาหกรรมโฆษณาสูงสุดมากถึงร้อยละ 58 ของค่าใช้จ่ายโฆษณารวม 1.19 แสนล้านบาท ซึ่งมากกว่ารายได้ค่าโฆษณาจากสิ่งพิมพ์ประมาณ 4 เท่า อีกทั้งโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผ่านมาก็อยู่ในภาวะชะลอตัว จากสถานการณ์ดังกล่าว กลุ่มบริษัทจึงได้ปรับทิศทางธุรกิจด้วยการมุ่งเข้าสู่ธุรกิจโทรทัศน์ โดยเริ่มจากสถานีโทรทัศน์ที่แพร่ภาพบนสัญญาณดาวเทียม และเคเบิล ภายใต้การบริหาร 4 สถานี คือ ช่อง เนชั่น แชนแนล สถานีข่าว 24 ชั่วโมง , ช่อง กรุงเทพธุรกิจทีวี สถานีข่าวธุรกิจและการลงทุน , ช่อง คมชัดลึก ทีวี , และ ช่อง คิดโซนทีวี (KidZone TV) ช่องทีวีในรูปแบบ Kid Edutainment และได้ขยายเข้าสู่ธุรกิจทีวีดิจิทัลที่มีการเปิดประมูลไปเมื่อปลายเดือน ธันวาคม 2556 โดยกลุ่มบริษัทได้ชนะการประมูลใบอนุญาตใช้คลื่นความถี่ 2 ประเภท คือ ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ในหมวดหมู่ทั่วไป แบบความคมชัดปกติ (SD ทั่วไป) และ ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ ในหมวดหมู่ข่าวสารและสาระ (SD ข่าว) โดยทีวีดิจิทัลถือเป็นสื่อที่มีโอกาสเติบโตสูงในอนาคต และเป็นตลาดที่มีเม็ดเงินโฆษณาสูงกว่าทีวีดาวเทียม ดังนั้นจะทำให้บริษัทสามารถกระจายความเสี่ยงจากผลกระทบที่สื่อใหม่อาจจะเข้ามาทดแทนธุรกิจสิ่งพิมพ์ในอนาคต รวมถึงการทำ ธุรกิจ Digital Media ในรูปแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากรายได้จากค่าโฆษณา เช่น Isnap, E-commerce, M-commerce, หรือ S-Commerce (Social Media Commerce) , E-Education หรือ Digital Games ต่าง ๆ หรือ Entertainment เป็นต้น

1.2 ความเสี่ยงจากกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

เนื่องด้วยบริษัททำธุรกิจสื่อครบวงจร บริษัทได้มีการแบ่งโครงสร้างการดำเนินธุรกิจให้มีความชัดเจนเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารงาน และการประเมินผลงานตามยุทธศาสตร์เชิงเป้าหมาย (Target-Based Strategy) ให้สอดคล้องกับนโยบายและวิสัยทัศน์ขององค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมุ่งเน้นการรักษาความสามารถเชิงการแข่งขัน และนำความได้เปรียบในทางการแข่งขัน มาใช้ในการขยายธุรกิจ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ โดยแยกกลุ่มธุรกิจได้ดังนี้ สื่อสิ่งพิมพ์ และโฆษณา ได้แก่ บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด มีสื่อหลักคือ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด มีสื่อหลักคือ หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และ บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด มีสื่อหลักคือ หนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น , ธุรกิจขนส่ง, ธุรกิจโรงพิมพ์, ธุรกิจกระจายภาพและเสียง ที่วางธุรกิจเป็น Content Provider , ธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ, ธุรกิจด้านการศึกษา และ ธุรกิจทีวีดาวเทียม รวมถึงได้ขยายเข้าสู่ธุรกิจทีวีดิจิทัล ที่กลุ่มบริษัทได้ชนะการประมูลใบอนุญาตใช้คลื่นความถี่ 2 ประเภท คือ ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ในหมวดหมู่ทั่วไป แบบความคมชัดปกติ (SD ทั่วไป) ดำเนินงานโดย บริษัท แบบคอก บิสซิเนส บรอดแคสต์ติ้ง จำกัด (บริษัทย่อยของ บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด) และ ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ในหมวดหมู่ข่าวสารและสาระ (SD ข่าว) ดำเนินงานโดย บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด บริษัทย่อยของ บริษัท เนชั่น บรอดแคสต์ติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ทั้งนี้การแยกเป็นบริษัทย่อยเพื่อการประกอบธุรกิจในอนาคตเกิดประโยชน์สูงสุดรวมทั้งทำให้เกิดความชัดเจนในด้านความสัมพันธ์กับบริษัทแม่ และการบริหารที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนั้นหากไม่มีการบริหารจัดการและกำกับดูแลบริษัทในกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อาจก่อให้เกิดความไม่สอดคล้องกันระหว่างทิศทางกลยุทธ์ของบริษัท รวมทั้งความขัดแย้งทางผลประโยชน์อาจทำให้เกิดการแข่งขันกันเองระหว่างบริษัทในกลุ่ม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์โดยรวมของบริษัท

ดังนั้นเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงบริษัทได้มุ่งเน้นให้มีการบริหารจัดการกลุ่มบริษัท โดยได้จัดทำแผนกลยุทธ์ของทุกหน่วยธุรกิจและบริษัทในกลุ่มให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มุ่งเน้นการรักษาความสามารถเชิงแข่งขันและนำความได้เปรียบในทางการแข่งขันดังกล่าวมาใช้ในการลงทุนขยายธุรกิจ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ รวมทั้งยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อเป็นพื้นฐานการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยบริษัทได้แต่งตั้งผู้บริหารระดับสูงเป็นกรรมการบริหารในบริษัทที่บริษัทถือหุ้นอยู่ เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยง ในเรื่องนโยบาย กลยุทธ์ และทิศทางการดำเนินธุรกิจ ไปสู่บริษัทในกลุ่ม และสามารถกำกับดูแลการขยายงานของบริษัทในกลุ่มให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทแม่

สำหรับประโยชน์ในการแยกหน่วยธุรกิจที่มีความแข็งแกร่งเป็นบริษัทย่อยนั้น จะเป็นการขยายธุรกิจ และสร้างโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจ และเพิ่มความคล่องตัวด้านการบริหาร และแข็งแกร่งด้วยพลังบูรณาการสื่อคุณภาพของเครือเนชั่น จะเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมสร้างสังคมคุณภาพให้กับประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามยังมีบริษัทย่อยอีกส่วนหนึ่งที่ยังมีผลประโยชน์ขาดทุนอยู่ ซึ่งบริษัทต้องดำเนินการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานควบคุมค่าใช้จ่าย เพื่อให้ทุกหน่วยงานเข้มแข็ง และสนับสนุนกันและกัน อย่างมีประสิทธิภาพตามเป้าหมาย

อย่างไรก็ตามมีบริษัทย่อยเพียง 1 บริษัท จากทั้งหมด 9 บริษัท ที่ยังมีผลประกอบการขาดทุนอยู่เท่านั้น โดยบริษัทย่อยอีก 8 บริษัท มีศักยภาพและมีความเข้มแข็ง ทำให้สามารถขยายงานเพิ่มช่องทางหารายได้มากขึ้น สร้างทีมงานบริหารที่เข้มแข็งเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ภาพรวมการดำเนินงานของบริษัทเติบโตตามไปด้วย บริษัทจะกำกับดูแลในการบริหารจัดการ ปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพให้บริษัทที่ยังคงขาดทุน สามารถทำกำไรได้โดยเร็ว และคาดว่าในปี 2557 ผลประกอบการของบริษัทย่อยดังกล่าว ที่ขาดทุนอยู่จะปรับตัวดีขึ้น

1.3 ความเสี่ยงจากการลงทุนในโครงการทีวีดิจิทัล

การจัดสรรคลื่นความถี่สำหรับ “ทีวีดิจิทัล” ของ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ในปี 2556 ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญอีกจุดหนึ่งของอุตสาหกรรมในประเทศไทย เพราะเป็นจุดเริ่มต้นของระบบใบอนุญาต ภายใต้คลื่นความถี่ใหม่ จากที่ถูกผูกขาดโดยระบบทีวีของ รัฐ-สัมปทานของรัฐ ในทีวี analog (Analog) เดิมมาหลายสิบปี การเปลี่ยนผ่านมาสู่ระบบใบอนุญาตทีวีดิจิทัล จะเป็น โอกาสให้กลุ่มทุนหน้าใหม่เข้าร่วมดำเนิน

ธุรกิจโทรทัศน์ แบบฟรีทีวี (Free-to-air) มากขึ้น ซึ่งทีวีดิจิทัลเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง และเป็นสื่อที่มีโอกาสเติบโตสูงในอนาคต เพราะสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย มีอัตราการเข้าถึงประชากรร้อยละ 98 เป็นแหล่งรวมเม็ดเงินจากการโฆษณามูลค่ามหาศาล

บริษัทจึงมีแผนการขยายเข้าสู่ธุรกิจทีวีดิจิทัล ด้วยการประมูลใบอนุญาตดำเนินธุรกิจทีวี ประเภทหมวดหมู่ทั่วไป แบบความคมชัดปกติ (SD Variety) ผ่านบริษัทย่อยในกลุ่ม ทำให้บริษัทมีสื่อที่ครบวงจรครอบคลุมสื่อทุกชนิด และเป็นการต่อยอดธุรกิจปัจจุบัน รวมทั้งเพิ่มโอกาสเติบโตในระยะยาวของบริษัท โดยบริษัทมีความเสี่ยงอันอาจเกิดจากการลงทุนในทีวีดิจิทัล ขึ้นกับปัจจัยหลายประการ ได้แก่ การแข่งขัน และการลงทุนที่สูง จากต้นทุนการประมูลใบอนุญาต, ค่าเช่าโครงข่าย และต้นทุนการผลิตรายการ ดังนั้นเพื่อบรรเทาความเสี่ยงจากการลงทุน กลุ่มบริษัทได้จัดหาแหล่งเงินทุนโดยการเพิ่มทุนเพื่อรองรับการลงทุนในทีวีดิจิทัล รวม 2,000 ล้านบาท อีกทั้งการชำระค่าประมูล เป็นการทยอยชำระ ในระยะเวลา 5 ปี ซึ่งจะไม่กระทบกับกระแสเงินสดที่มีอยู่ นอกจากนี้ได้เตรียมความพร้อมทั้งบุคคลากร เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ และเนื้อหาไว้พร้อมที่จะดำเนินธุรกิจทันที ทั้งนี้บริษัทเชื่อว่าใน 3-5 ปีข้างหน้าธุรกิจโทรทัศน์จะสามารถสร้างรายได้หลักให้กับกลุ่มบริษัทได้เป็นอย่างดี

2. ความเสี่ยงด้านการผลิต ได้แก่

2.1 ความเสี่ยงจากการผลิตข่าว (Content)

ในการผลิตสิ่งพิมพ์ เนื้อหาข่าว (Content) หรือคุณภาพของเนื้อหาเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้บริโภค มี Royalty ต่อตัวสินค้า สินค้าหลักของกลุ่มบริษัท คือสิ่งพิมพ์ ภายใต้วงศ์ต่าง ๆ ได้แก่ The Nation , กรุงเทพธุรกิจ , คมชัดลึก ฯลฯ นอกจากสิ่งพิมพ์แล้ว ยังมีสื่ออื่น ๆ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ , สื่อใหม่ , การศึกษา เป็นต้น โดยสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละหัวจะมีแนวทางการนำเสนอเนื้อหาที่ชัดเจน การควบคุมคุณภาพของการนำเสนอเนื้อหา จึงมีความสำคัญ และเป็นปัจจัยหลัก ที่มีผลต่อ Royalty ของผู้บริโภค ซึ่งการได้มาซึ่งเนื้อหาข่าวนั้นจะต้องประกอบด้วยขั้นตอนการผลิตข่าวที่เป็นระบบและการทำงานที่เป็นทีมของกองบรรณาธิการข่าว รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรในการจัดทำ และนำเสนอข่าวซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการทำสื่อ ดังนั้นกลุ่มบริษัทจึงมีความเสี่ยงหากเนื้อหาข่าว (Content) ไม่มีคุณภาพ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของสิ่งพิมพ์ของบริษัท

ดังนั้นเพื่อให้ขั้นตอนการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ และรองรับการเปลี่ยนแปลงทิศทางการทำงานในอุตสาหกรรมสื่อตามกระแสเทคโนโลยีได้อย่างรวดเร็ว ทำให้กลุ่มบริษัทได้พัฒนา Content ไปสู่รูปแบบ Multi Channel Multi Platform เพื่อให้ตอบโจทย์การบริโภคข่าวสารที่หลากหลายช่องทางในปัจจุบัน ด้วยการพัฒนารูปแบบการสร้างสรรค์เนื้อหาข่าวที่เรียกว่า “Convergence Newsroom” คอนเวอร์เจนซ์ นิวส์รูม อีกทั้งยังใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในการทำงานให้สะดวกรวดเร็วลดต้นทุนการผลิต รวมทั้งอบรมพัฒนาบุคลากรข่าวอย่างต่อเนื่อง โดยให้มีทักษะทำข่าวแบบ “มัลติแพลตฟอร์ม” โดยนักข่าว 1 คนสามารถทำงานข้ามสื่อได้ในตัวเอง และสามารถทำงานเป็นทีมทดแทนกันได้ เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากรซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของเนื้อหาข่าว

2.2 ความเสี่ยงด้านการรักษาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและความสามารถ

เนื่องจากภาพลักษณ์ของกลุ่มบริษัท เป็นองค์กรสื่อสารมวลชนที่ได้รับความนิยมยอมรับจากประชาชน ในความเป็นมืออาชีพของวงการสื่อสารมวลชน ซึ่งบุคลากรเป็นปัจจัยหลักในการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ บริษัทจึงได้ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรด้านกองบรรณาธิการ โดยได้เน้นการพัฒนาความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นทีมโดยไม่ยึดติดกับตัวบุคคล ส่งผลให้ความเสี่ยงในการสูญเสียทีมงานมีน้อยและมีผลกระทบต่อบริษัทไม่มากนัก โดยปัจจุบันบุคลากรในกองบรรณาธิการของ The Nation, กรุงเทพธุรกิจและ คมชัดลึก ประกอบด้วยผู้สื่อข่าว ผู้เขียนข่าว บรรณาธิการ ฝ่ายผลิต รวมประมาณ 556 คน ซึ่งแยกอยู่ในบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด , บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัดและ บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด รวมถึงฝ่ายขายโฆษณา Display ของแต่ละสิ่งพิมพ์ ได้แก่ The Nation , กรุงเทพธุรกิจ และ คมชัดลึก ก็แยกอยู่ในบริษัทดังกล่าวข้างต้น ส่วนฝ่ายขายส่วนกลางที่ดูแลลูกค้ากลุ่ม ลูกค้ารายใหญ่ และทีมราชการยังคงอยู่กับบริษัทเหมือนเดิม

สำหรับกองบรรณาธิการที่เป็นศูนย์กลางที่ยังสามารถใช้ Content ร่วมกันได้ เช่น ศูนย์ข่าวภูมิภาค , ศูนย์ช่างภาพ สำนักข่าวเนชั่น ยังคงบริหารโดยบริษัท

นอกจากฝ่ายกองบรรณาธิการแล้ว ผู้บริหารระดับสูงจากหน่วยงานต่างๆ ของบริษัท ทั้ง ฝ่ายขาย การจัดจำหน่ายและหน่วยงานสนับสนุน ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จ ซึ่งทีมงานและบุคลากรส่วนนี้อยู่ภายใต้การบริหารของบริษัทฯ

โดยการดำเนินธุรกิจภายใต้ภาวะแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง จำเป็นอย่างยิ่งในการเตรียมความพร้อมให้แก่ บุคลากร เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร ไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยบริษัทได้จัดหลักสูตรการอบรมทั้งภายใน และภายนอก ให้บุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและเทคโนโลยี อยู่เสมอ ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแนวทางการทำธุรกิจมากยิ่งขึ้น และยังให้ความสำคัญต่อผลตอบแทนและสวัสดิการสำหรับบุคลากรเพื่อให้เทียบเคียง กับบริษัทอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน รวมถึงการสร้าง Successor ที่ผู้บริหารระดับสูงจะได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในการบริหารและการตัดสินใจ อีกทั้งเป็นการกระจายอำนาจ และความรับผิดชอบให้ผู้บริหารในระดับรองลงมา โดยอยู่ภายใต้โครงสร้างที่ให้ความสำคัญต่อการกระจายความรับผิดชอบและการะหน้าที่ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความคล่องตัว มุ่งเน้นประสิทธิภาพในการทำงานให้มากยิ่งขึ้น และลดความซ้ำซ้อนในระบบการทำงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง การแข่งขัน และความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมายได้ทันการณ์ พร้อมทั้งสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ให้แก่กลุ่มเพื่อสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยคงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ การร่วมมือที่ดี การให้บริการ และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็น Core Value (คุณค่าขององค์กร) ของกลุ่มเนชั่น

ดังนั้นหากบริษัทขาดบุคลากรสำคัญท่านใดท่านหนึ่ง ไปจะไม่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท เนื่องจากผู้บริหารในระดับสูงสุดได้จัดสรรและแบ่งงานถ่ายทอดต่อกันไปถึงผู้บริหารในระดับรองลงมา ในขณะที่เดียวกันการดำเนินธุรกิจยังคงต้องรักษาความร่วมมือประสานงานกันในทุกสื่อ เพื่อสร้าง Synergy ร่วมกันในการบริหารภาพรวมของธุรกิจเครือเนชั่น

นอกจากนี้เพื่อให้ปฏิบัติงานของพนักงานทุกระดับสอดคล้องในทิศทางเดียวกันกับเป้าหมาย และวิสัยทัศน์ขององค์กร บริษัทจึงได้มีการประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยใช้ดัชนีวัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Index : KPI) โดยมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ของงาน โดยมีการถ่ายทอดเป้าหมายขององค์กรลงสู่ระดับสายงานและฝ่าย รวมทั้งมีการผูกโยง KPI กับระบบการปรับเงินเดือนประจำปีของพนักงาน โดยจะแตกต่างกันตามผลการดำเนินงาน และพฤติกรรมการทำงานรวมทั้งความสามารถในการพัฒนาตนเอง เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรให้สามารถแข่งขันได้ในเชิงธุรกิจมากยิ่งขึ้น

2.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน นำมาสู่การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital) , การสื่อสารแบบไร้สาย (Wireless) ที่ทำให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลถึงกันได้อย่างรวดเร็ว จัดจำกั ดทำให้เกิดธุรกิจ New Media ใหม่ ๆ ขึ้นมากมาย ส่งผลให้มีการนำเสนอข่าวสารข้อมูลผ่านสื่อได้หลากหลายมากขึ้น ผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารมีทางเลือกในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากมาย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อค่านิงานของธุรกิจสื่อในปัจจุบัน และอนาคต

ดังนั้นเพื่อเป็นการลดความเสี่ยง และการสูญเสียโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่องค์กร บริษัทได้พัฒนาระบบ การบริหารฐานข้อมูลให้มีประสิทธิภาพ และการผลิตข่าวโดยใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อช่วยด้านความรวดเร็ว และ การผสมผสานสื่อใหม่ ๆ เข้าด้วยกันเพื่อให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับเทคโนโลยีและนิมิตเดีย รวมถึงการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่าย โดยจะเน้นการผสมผสานรูปแบบสื่อและเทคโนโลยีไว้ด้วยกัน เพื่อรองรับความต้องการในการรับสารทุกช่องทาง ทุกแพลตฟอร์ม ไม่ว่าจะเป็น iSnap แอปพลิเคชัน ที่ทำลายข้อจำกัดของหนังสือพิมพ์ด้าน Space ออกไป รวมทั้งเป็นการสร้างสรรค์หนังสือพิมพ์ให้มีชีวิต ตลอดจนการใช้โซเชียลทีวี ซึ่งเป็นการผสมผสานเทคโนโลยี บรอดแคส และนิมิตเดีย เข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ใหม่ของวงการที่นำไปโลกยุคใหม่ ที่ผู้คนสามารถติดตามข่าวสารได้ตลอดเวลา โดยไม่มี ไรท์ไทม์อีกต่อไป เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมกรรับข่าวสารของผู้บริโภคข่าวสารในปัจจุบัน

และยังคงมีนโยบายที่จะทดลองและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับการนำเสนอผ่านสื่อผสมรูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและตั้งสมประสงค์ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการเจาะตลาดลูกค้าเป้าหมายในอนาคต

2.4 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาดัชนี

วัตถุดิบหลักที่สำคัญของธุรกิจหนังสือพิมพ์คือกระดาษคิดเป็นต้นทุนประมาณร้อยละ 21 ของค่าใช้จ่ายต้นทุนขาย ตามงบการเงินรวม และคิดเป็นร้อยละ 67 ของต้นทุนวัตถุดิบรวม โดยสัดส่วนปริมาณการสั่งซื้อกระดาษในปีที่ผ่านมา ระหว่างกระดาษนำเข้า และการซื้อในประเทศคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 81 ต่อ 19 โดยกระดาษจัดเป็นสินค้าประเภท Commodity ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาแปรผันตามความต้องการของผู้บริโภคและปริมาณการผลิตของผู้ผลิต (Demand & Supply) ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดราคาอ้างอิงในตลาดโลก ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการผันผวนของราคากระดาษ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและกำไรสุทธิของบริษัท

ทั้งนี้จากประสบการณ์ในธุรกิจสิ่งพิมพ์และการติดตามราคากระดาษอย่างใกล้ชิดมาเป็นระยะเวลานาน ทำให้ฝ่ายบริหารเข้าใจในวงจรของราคากระดาษเป็นอย่างดี โดยมี การติดตามและวางแผนการจัดซื้อล่วงหน้า และ Stock กระดาษในปริมาณที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการผลิต อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงนโยบายควบคุมต้นทุนการใช้กระดาษอย่างเคร่งครัด เช่น การบริหารการวางจุดจำหน่ายหนังสือที่มีประสิทธิภาพขึ้น เพื่อลดปริมาณหนังสือคืน นอกจากนี้บริษัทได้บริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนโดยการทำ Forward Contract ไว้ตามปริมาณกระดาษที่สั่งซื้อทันที ดังนั้นราคากระดาษยังไม่มีผลกระทบอย่างเป็นนัยสำคัญต่อต้นทุนการผลิตของบริษัท อย่างไรก็ตามบริษัทเฝ้าติดตามสถานการณ์ราคากระดาษอย่างใกล้ชิด

3 ความเสี่ยงจากการบริหารจัดการ

3.1 การกำหนดนโยบายของฝ่ายบริหาร

ธุรกิจสื่อสารมวลชน เป็นสื่อกลางสำคัญในการกระจายข่าวสารไปยังประชาชนทั่วไป ซึ่งมีผลต่อการขึ้นราคาความเห็นให้ประชาชนในด้านการเมือง เศรษฐกิจ ดังนั้นธุรกิจสื่อจำเป็นต้องมีผู้บริหารที่มีประสบการณ์เชี่ยวชาญในสาขาสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะ และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีจรรยาบรรณ โปร่งใส ผู้บริหารจึงมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดนโยบาย จุดยืนในการนำเสนอข่าวอย่างมีจรรยาบรรณ วิธีการเขียนที่นำเสนอข่าวที่มีความเป็นกลาง โดยคณะกรรมการบริษัทและผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทเล็งเห็นความสำคัญในประเด็นนี้ จึงให้ความสำคัญของการนำเสนอข่าว และไม่เข้ามาก้าวก่ายนโยบายการนำเสนอข่าว แต่ได้กำหนดแนวทางการนำเสนอข่าวของกองบรรณาธิการทุกสื่อในเครือไว้ ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัท และคอยกำกับให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายที่กำหนดไว้

4 ความเสี่ยงด้านการเงิน ได้แก่

4.1 ความเสี่ยงจากภาระหนี้สิน

ณ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทและบริษัทย่อยมีภาระเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน จำนวน 566 ล้านบาท โดยเป็นส่วนของเงินกู้ยืมระยะสั้น ที่เป็นเงินทุนหมุนเวียน ในวงเงินเบิกเกินบัญชี เจ้าหนี้ทรัพย์สินฯ และตั๋วสัญญาใช้เงินระยะสั้น รวม 294 ล้านบาท มีเงินกู้ระยะยาว รวม 272 ล้านบาท ซึ่งจะครบกำหนดชำระในปี 1 ปี รวม 120 ล้านบาท และชำระในปี 2558 - 2559 รวม 152 ล้านบาท

ทั้งนี้บริษัทมีความเสี่ยงหากบริษัทไม่สามารถชำระหนี้ และไม่สามารถรักษาสัญญาข้อกำหนดอัตราส่วนทางการเงิน รวมถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ในสัญญาเงินกู้ดังกล่าวได้ อาจส่งผลให้เจ้าหนี้มีสิทธิสามารถเรียกชำระคืนหนี้ได้ทันที เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงบริษัทได้มีการจัดทำประมาณการทางการเงิน โดยมีสมมุติฐานอยู่บนหลักความระมัดระวัง โดยได้นำเสนอแก่ผู้ถือหุ้นได้พิจารณาแล้ว เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดให้อยู่ภายใต้อัตราส่วนทางการเงิน และเงื่อนไขต่าง ๆ ตามสัญญา

4.2 ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน

การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการในสกุลเงินนั้น ๆ ดังนั้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จึงมีความผันผวนตามภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อบริษัทในส่วนของการผลิต เนื่องจากวัตถุดิบหลักของบริษัท คือกระดาษหนังสือพิมพ์ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 67 ของปริมาณกระดาษที่ใช้ทั้งหมด และมีต้นทุนเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการผันผวนของค่าเงินบาทในการซื้อกระดาษจากต่างประเทศ

ดังนั้นเพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริษัทได้ทำการป้องกันความเสี่ยง โดยการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forward Contract) ตามแผนการสั่งซื้อกระดาษ ทั้งนี้ยอดเจ้าหน้าที่กระดาษต่างประเทศ ณ 31 ธันวาคม 2556 คิดเป็นร้อยละ 6 ของหนี้สินรวม ซึ่งไม่เป็นสาระสำคัญที่จะกระทบต่อการดำเนินงาน หากอัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวนมาก

4.3 ความเสี่ยงจากการจัดหาเงินทุนจากแหล่งภายนอก

บริษัทมีแหล่งเงินทุนภายนอกอื่น ได้แก่ วงเงินสินเชื่อจากธนาคารและสถาบันการเงินต่างๆ โดย ณ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทและบริษัทย่อยมีวงเงินสินเชื่อรวม 1,475 ล้านบาท และมียอดใช้วงเงินสินเชื่อ 589 ล้านบาท โดยมีวงเงินสินเชื่อหมุนเวียนที่ยังสามารถใช้ได้อีก 1,161 ล้านบาท หรือร้อยละ 79 ของวงเงินสินเชื่อรวม ซึ่งแหล่งเงินทุนภายนอกที่เหลือดังกล่าวเพียงพอต่อการดำเนินงานของบริษัท

โดยการประกอบธุรกิจของบริษัท มุ่งเน้นการสร้างรายได้ที่มั่นคงในระยะยาว ทำให้ผลประกอบการของบริษัทมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง มีแผนงานเพื่อขยายธุรกิจอย่างระมัดระวัง และได้จัดโครงสร้างเงินทุนที่สามารถดำรงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญต่าง ๆ ให้เหมาะสม บริษัทจึงมีความเชื่อว่าจะสามารถจัดหาเงินทุนเพื่อการขยายธุรกิจในอนาคตได้อย่างเพียงพอ ด้วยต้นทุนทางการเงินที่เหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทมีแหล่งเงินทุนภายนอกเพิ่มเติม ดังนี้

- จากการใช้สิทธิเพิ่มทุนของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 3 (NMG-W3) ที่บริษัทจัดสรรให้ผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน (Right Offering) เมื่อกลางปี 2556 จำนวน 1,647,740,300 หน่วย ในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 1 หุ้น ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ ในราคาใช้สิทธิ หุ้นละ 1 บาท ในระยะเวลา 5 ปี โดยสามารถใช้สิทธิได้ทุก ๆ 6 เดือน ในเดือน มิถุนายน และ เดือน ธันวาคม ของแต่ละปี โดยสามารถใช้สิทธิครั้งแรก 15 ธันวาคม 2556 ครั้งสุดท้ายวันที่ 19 มิถุนายน 2561 ถ้าใช้ครบเต็มจำนวนบริษัทจะได้รับเงินเพิ่มทุน รวม 1,647.74 ล้านบาท ซึ่งจนถึง 31 ธันวาคม 2556 ใช้สิทธิไปแล้ว 1,881,570 หน่วย คงเหลือ 1,645,858,730 หน่วย
- จากการใช้สิทธิเพิ่มทุนของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ที่จัดสรรให้แก่ กรรมการผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัท และ/หรือบริษัทย่อย ครั้งที่ 2 (“ESOP-WB”) รวม 82,387,015 หน่วย เมื่อเดือน สิงหาคม 2556 โดยมีอัตราการใช้สิทธิ 1 ใบสำคัญแสดงสิทธิ สามารถซื้อหุ้นสามัญได้ 1 หุ้นในราคาหุ้นละ 1 บาท ในระยะเวลา 5 ปี โดยสามารถใช้สิทธิได้ทุก ๆ 6 เดือน ใช้สิทธิครั้งแรก 15 พฤศจิกายน 2556 ครั้งสุดท้าย วันที่ 14 สิงหาคม 2561 หากผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ ใช้สิทธิทั้งหมด บริษัทจะได้รับเงินทั้งหมด รวม 82.37 ล้านบาท โดย ณ 31 ธันวาคม 2556 ใช้สิทธิแล้ว 6,639,400 หน่วย คงเหลือ 75,747,615 หน่วย

ดังนั้นในระบะเวลาดังกล่าว คาดว่าจะมีผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิทั้ง 2 ประเภท เต็มจำนวนตามสิทธิที่ได้รับ โดยบริษัทสามารถนำแหล่งเงินดังกล่าวมาใช้เพื่อรองรับการลงทุนเพิ่มเติม ได้อย่างเพียงพอ

4.4 ความเสี่ยงจากการด้อยค่าของลูกหนี้การค้า

ในการตั้งสำรองหนี้สูญเป็นไปตามนโยบายบัญชีของบริษัทซึ่งระบุไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินคือบริษัทมีนโยบายการจัดเก็บหนี้และการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ โดยพิจารณาตามจำนวนหนี้ที่คาดว่าจะไม่สามารถเรียกเก็บจากลูกหนี้

ได้โดยประมาณการจากฐานะปัจจุบันของลูกหนี้ควบคู่กับประสบการณ์ในการเรียกเก็บหนี้ในอดีต นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญตามสัดส่วนร้อยละของรายได้ไว้ที่ร้อยละ 1 ของรายได้โฆษณา ส่วนรายได้จากการขายสิ่งพิมพ์ผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) จะตั้งสำรองค่าเผื่อสินค้ารับคืนของหนังสือในประเทศที่ร้อยละ 30 และ หนังสือต่างประเทศที่ร้อยละ 65 และบริษัทมีนโยบายลดสัดส่วนของลูกหนี้การค้าที่มีอายุเกินกว่า 12 เดือนให้มากที่สุด โดยลูกหนี้ที่มีอายุเกินกว่า 12 เดือน (งบการเงินรวม) ณ 31 ธันวาคม 2556 มีจำนวน 85 ล้านบาท และมีอายุ 6-12 เดือน จำนวน 37 ล้านบาท โดยมูลค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ (งบการเงินรวม) ณ 31 ธันวาคม 2556 รวม 98 ล้านบาท และค่าเผื่อสินค้ารับคืน 21 ล้านบาท นอกจากนี้บริษัทยังมีหน่วยงานเร่งรัดหนี้สินซึ่งทำหน้าที่ในการติดตามหนี้ที่มีปัญหาอย่างต่อเนื่อง

5. ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อผู้ลงทุน

5.1 ผลกระทบต่อผู้ถือหุ้น (Dilution Effect) จากการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิ “NMG-W3”

ในเดือนมิถุนายน 2556 บริษัทได้มีการออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน NMG-W3 จำนวน 1,647,740,300 หน่วย อายุ 5 ปี โดยไม่คิดค่าตอบแทนในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 1 หุ้น ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ยังคงเหลือใบสำคัญแสดงสิทธิที่ยังไม่ได้ใช้จำนวนทั้งสิ้น 1,645,858,730 หน่วย

ในการนี้หากผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิทำการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัทเพิ่มจำนวน ผู้ถือหุ้นสามัญของบริษัทอาจได้รับผลกระทบจาก Dilution Effect ทั้งในเรื่องของราคาหุ้นในตลาดที่อาจปรับตัวลดลง และสัดส่วนการถือหุ้นที่ลดลงดังต่อไปนี้

ก่อนการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเพิ่มจำนวน (31 ธันวาคม 2556)

จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	3,304,001,570	หุ้น
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นก่อนการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ	100	%

หลังการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเพิ่มจำนวน (NMG-W3)

จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	4,949,860,300	หุ้น
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นภายหลังการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ	66.75	%
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นที่ลดลง	33.25	%

5.2 ผลกระทบต่อผู้ถือหุ้น (Dilution Effect) จากการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิ “NMG-WB”

ในเดือน สิงหาคม 2556 บริษัทได้มีการออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัท และ/หรือ บริษัทย่อย (ESOP) จำนวน 82,387,015 หน่วย ชนิดไม่มีมูลค่า อายุ 5 ปี อัตราการใช้สิทธิ ใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วยต่อหุ้นสามัญ 1 หุ้น ราคาในการใช้สิทธิ 1 บาท ต่อ 1 หุ้นสามัญ ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ยังคงเหลือใบสำคัญแสดงสิทธิที่ยังไม่ได้ใช้จำนวนทั้งสิ้น 75,747,615 หน่วย

ในการนี้หากผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิทำการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัทเพิ่มจำนวน ผู้ถือหุ้นสามัญของบริษัทอาจได้รับผลกระทบจาก Dilution Effect ทั้งในเรื่องของราคาหุ้นในตลาดที่อาจปรับตัวลดลง และสัดส่วนการถือหุ้นที่ลดลงดังต่อไปนี้

ก่อนการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเต็มจำนวน (31 ธันวาคม 2556)

จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	3,304,001,570	หุ้น
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นก่อนการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ	100	%

หลังการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเต็มจำนวน (NMG-WB)

จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	3,379,749,185	หุ้น
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นภายหลังการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ	97.75	%
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นที่ลดลง	2.25	%

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1.1 สินทรัพย์หลักของบริษัทและบริษัทย่อย คือ ที่ดิน อาคารและเครื่องจักรต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิต ดังรายละเอียดต่อไปนี้

มูลค่าทางบัญชีของสินทรัพย์หลักของบริษัทและบริษัทย่อย

มูลค่าทางบัญชีของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	581.17	เป็นเจ้าของ	ค้ำประกันตามสัญญาร่วมให้กู้
อาคาร และส่วนปรับปรุง	338.63	เป็นเจ้าของ	ค้ำประกันตามสัญญาร่วมให้กู้
ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์ที่เช่า	78.17	ตามสัญญาเช่า	
เครื่องจักรและอุปกรณ์	517.08	เป็นเจ้าของ	ค้ำประกันเงินกู้ระยะยาวของบริษัทย่อย และค้ำประกันตามสัญญาร่วมให้กู้
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	195.64	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
ยานพาหนะ	27.42	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง	1.94	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวมที่ดินอาคารและอุปกรณ์	1,740.05		

คำอธิบายเพิ่มเติม :

- ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน ที่ดินของกลุ่มบริษัทมีทั้งหมดประมาณ 218 ไร่ - NMG ประมาณ 34 ไร่ มีมูลค่าตามบัญชี 342.53 ล้านบาท WPS ประมาณ 23 ไร่ มูลค่าตามบัญชี 104.38 ล้านบาท และ NTU ประมาณ 161 ไร่ มูลค่าตามบัญชี 134.26 ล้านบาท ซึ่งที่ดินของ WPS และ NMG บางส่วน จำนวนประมาณ 51 ไร่ ใช้เป็นหลักประกันตามสัญญาร่วมให้กู้
- อาคารสำนักงาน เป็นอาคารสำนักงานโรงพิมพ์ของ WPS ที่ กม. 29 ใช้เป็นหลักประกันตามสัญญาเงินกู้ระยะยาว บริษัทและบริษัทย่อยยกเว้น บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ได้เช่าพื้นที่สำนักงานจาก กองทุนรวม อสังหาริมทรัพย์ ไทยคอมเมอร์เชียล อินเวสเมนต์ ซึ่งกลุ่มบริษัทได้ทำเป็นสัญญาเช่า โดยวัตถุประสงค์ของการเช่าพื้นที่สำนักงานเพื่อประโยชน์ในการประกอบกิจการของบริษัท สัญญาจะหมดอายุในเดือนพฤศจิกายน 2557
- เครื่องจักรและอุปกรณ์ เป็นเครื่องจักรของ WPS มูลค่าสุทธิ 515.99 ล้านบาท และ NMG 1.09 ล้านบาท
- เครื่องตกแต่งติดตั้ง และอุปกรณ์สำนักงาน เป็นของ NMG มูลค่าสุทธิ 41.30 ล้านบาท และ อุปกรณ์ Electronic ของบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีมูลค่าทางบัญชีประมาณ 100.37 ล้านบาท และของบริษัทย่อยอื่นรวม 53.97 ล้านบาท
- สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง เป็นสินทรัพย์ที่ใช้เกี่ยวกับการธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ของ NBC 1.94 ล้านบาท

4.1.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตนของบริษัทและบริษัทย่อย คือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และค่าลิขสิทธิ์

มีมูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2556 ดังต่อไปนี้

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	41.52
ค่าลิขสิทธิ์	41.64
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ระหว่างติดตั้ง	0.77
รวม	83.93

คำอธิบายเพิ่มเติม

- โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เป็นส่วนของ NMG มีมูลค่าตามบัญชี 30.43 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาระบบสารสนเทศ เช่น การพัฒนาระบบบัญชีและระบบ Video Wall เป็นต้น ส่วนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ระหว่างติดตั้งเป็นของ NMG ได้แก่ การออกแบบพัฒนาและติดตั้งระบบ Editorial System เป็นต้น
- ค่าลิขสิทธิ์ เป็นค่าลิขสิทธิ์หนังสือของกลุ่มบริษัทย่อยที่ดำเนินธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์ โดยเป็นผู้นำเข้า ผลิตและจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมี บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) เป็นบริษัทใหญ่ของกลุ่มธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์ กลุ่มบริษัทย่อยดังกล่าว มีนโยบายการตัดจำหน่ายค่าลิขสิทธิ์ โดยพิจารณาจากจำนวนที่สูงกว่าระหว่างวิธีเส้นตรงภายในระยะเวลา 3-5 ปี ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยอายุสัญญาลิขสิทธิ์ของกลุ่มบริษัทย่อยดังกล่าว และการคำนวณตามจำนวนเล่มของสื่อสิ่งพิมพ์ที่จำหน่ายได้ภายใต้สัญญาสิทธิขันั้น ๆ โดยเริ่มตัดจำหน่ายเมื่อผลิตสิ่งพิมพ์เรียบร้อยแล้ว

4.2 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัท

ณ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีเงินลงทุนตามวิธีราคาทุน-สุทธิจากค่าเผื่อการด้อยค่าในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในธุรกิจต่าง ๆ รวม 2,023.69 ล้านบาท ดังนี้

ประเภทธุรกิจ	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน %
บริษัทย่อย		
ธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณา	78.60	3.88%
ธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียงและสื่อสมัยใหม่	984.80	48.67%
ธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง	372.99	18.43%
ธุรกิจบริการด้านการพิมพ์	422.50	20.88%
ธุรกิจด้านการขนส่ง และอื่น ๆ	163.00	8.05%
บริษัทร่วม		
ธุรกิจตัวแทนขายหนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่น	1.80	0.09%
รวม	2,023.69	100.00%

บริษัทฯ มีนโยบายในการลงทุนและเข้าบริหารบริษัทดังกล่าว โดยส่งตัวแทนในฐานะผู้ถือหุ้นเข้าร่วมเป็นกรรมการ

นโยบายการลงทุน

บริษัทฯ ไม่เน้นการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร (Hardware) แต่จะเน้นการให้บริการในฐานะเป็นผู้ให้บริการข้อมูลข่าวสาร หรือ Content Provider ซึ่งสามารถให้บริการได้ในทุกๆ สื่อ และจะพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักเท่านั้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการลงทุนขยายเครือข่ายธุรกิจหลักให้ครบวงจร

โดยบริษัทร่วมกำหนดนโยบายและเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหาร โดยประกอบไปด้วย 8 สายธุรกิจ ดังนี้

1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย เป็นผู้ผลิตและจำหน่าย หนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ ดำเนินงานโดย บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) เริ่มดำเนินการในไตรมาส 4 ปี 2553 NMG ถือหุ้น 99.99%
2. สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และ นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ ดำเนินงานโดย บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM) เริ่มดำเนินการในไตรมาส 4 ปี 2553 NMG ถือหุ้น 99.99%
3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น และ นิตยสาร Nation Junior ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN) ตั้งแต่ปี 2552
4. ธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียงและสื่อสมัยใหม่

ดำเนินงานภายใต้บริษัทย่อย คือ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC) ประกอบธุรกิจจัดหาและผลิตข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่าง ๆ (Content Provider) เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อกระจายภาพและเสียงทางโทรทัศน์ ทั้งในส่วนของสถานีข่าว 24 ชั่วโมง Nation Channel ที่เผยแพร่สัญญาณผ่านทางระบบดาวเทียม และเคเบิลทีวีท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวที่ทันต่อเหตุการณ์ เจาะลึก และวิเคราะห์เนื้อหาอย่างเป็นกลาง และเป็นผู้ให้บริการข้อมูลข่าว (Content Provider) โดยผลิตรายการและร่วมผลิตรายการเพื่อให้กับสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ได้แก่ ช่อง 3 , ช่อง 5 และผลิตรายการโทรทัศน์ให้กับสถานีโทรทัศน์รวมถึงการดำเนินงานในการผลิตรายการวิทยุให้กับสถานี F.M. 90.5 และ F.M. 102

ในช่วงปลายปี 2555 มีการก่อตั้งบริษัท บริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง จำกัด (“BBB”) เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์และให้บริการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นบริษัทที่บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 99.99 เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2556 BBB ได้เข้าร่วมการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ และเป็น 1 ใน 7 ของผู้ชนะการประมูลที่เสนอราคาสูงสุด โดย BBB เสนอราคาใบอนุญาตทีวีดิจิทัลหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ จำนวน 2,200.00 ล้านบาท ภาพรวมการประกอบธุรกิจ BBB เป็นผู้บริหารและดำเนินการสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีในระบบดิจิทัลหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ ภายใต้ชื่อช่องรายการ “NOW” โดยออกอากาศภายใต้ช่องหมายเลข 26 ภายใต้แนวคิด Biz – Life Variety ซึ่ง มุ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตและการทำงานสำหรับคนรุ่นใหม่ ทั้ง ด้านเศรษฐกิจ หุ่น การลงทุน การสร้างแรงบันดาลใจสู่ความสำเร็จ และรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เช่น วัฒนธรรม กีฬา สิ่งแวดล้อม ครอบครัว และอื่นๆ เพื่อตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนเมืองโดยออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง

และมีการก่อตั้งบริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด (“NNV”) เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์และให้บริการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ เป็นบริษัทที่บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 99.99 เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2556 NNV ได้เข้าร่วมการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ และเป็น 1 ใน 7 ของผู้ชนะการประมูลที่เสนอราคาสูงสุด โดย NNV เสนอราคาใบอนุญาตทีวีดิจิทัลหมวดหมู่ข่าวสารและสาระจำนวน 1,338.00 ล้านบาท ภาพรวมการประกอบธุรกิจ NNV เป็นผู้บริหารและดำเนินการสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีในระบบดิจิทัล หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ ภายใต้ชื่อช่องรายการ “NationTV” โดยออกอากาศภายใต้ช่องหมายเลข 22 ภายใต้แนวคิดสถานีข่าวและสาระความรู้ 24 ชั่วโมง ซึ่งมุ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง เป็นกลาง ทันเหตุการณ์ พร้อมบทวิเคราะห์และข้อมูลเชิงลึกอย่างรอบด้านจากทีมงานข่าวที่มีประสบการณ์

5. ธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ

ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและเยาวชน โดยได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ, ผลิตหนังสือเล่มในนามของสำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊คส์” โดยได้รับลิขสิทธิ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยอยู่ภายใต้การบริหารงานของบริษัทย่อย 3 บริษัทคือ บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) (เดิมชื่อ บริษัท เนชั่น บุ๊คส์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด) , บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) และ บริษัท เนชั่นเอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE) โดยมี NINE

เป็นบริษัทแม่ของกลุ่มธุรกิจ ทั้งนี้ NINE ได้เข้าจดทะเบียนพร้อมกับเสนอขายหุ้นให้แก่ประชาชน และบุคคลทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) ในตลาดหลักทรัพย์ MAI เรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2553

ในปี 2555 ได้ขยายไปสู่ธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมสำหรับเยาวชน ในนาม KIDZONE และมีธุรกิจการบริหารลิขสิทธิ์ ตัวการ์ตูนอีก คือ CANIMALS และ YooHoo & Friend เพื่อเป็นช่องทางธุรกิจสำหรับกลุ่มเป้าหมายเด็กและเยาวชนเพิ่มขึ้น

6. ธุรกิจบริการด้านการพิมพ์

ดำเนินธุรกิจรับจ้างพิมพ์ภายใต้บริษัทย่อย คือ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) (NMG ถือหุ้น 84.50%) โดยให้บริการพิมพ์หนังสือพิมพ์ และหนังสืออื่น ๆ ได้แก่ การ์ตูน ฝึกอบรม บัณฑิต และนิตยสาร รวมถึงงานพิมพ์ที่มีคุณภาพอื่น เป็นต้น

ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2553 WPS ได้ซื้อหุ้นของ เนชั่น พรินติ้ง เซอร์วิส จำกัด (NPS) (เดิมชื่อ บริษัท เกียวโด เนชั่น พรินติ้ง เซอร์วิส จำกัด จากผู้ถือหุ้นเดิม 2 ราย มีผลทำให้ WPS มีสัดส่วนการถือหุ้นใน NPS เพิ่มจากร้อยละ 48.99 เป็นร้อยละ 99.99 และเปลี่ยนสถานะจากบริษัทร่วมมาเป็นบริษัทย่อย โดย NPS ดำเนินธุรกิจด้านบริการรับพิมพ์งานในลักษณะ Commercial printing ได้แก่การพิมพ์ Magazines และ Pocket Book เฉพาะในประเทศ แต่ไม่รวมการพิมพ์หนังสือพิมพ์ (ซึ่งจะยังคงดำเนินงานโดยบริษัท WPS)

7. ธุรกิจบริการการขนส่ง และอื่น ๆ

ดำเนินธุรกิจบริการขนส่ง (Logistic) ภายใต้บริษัทย่อย คือ บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด (NML) NMG ถือหุ้น 99.99% โดยรับบริการขนส่งทั้งหนังสือพิมพ์ และหนังสือ Pocket book และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ให้กับ NMG และบริษัทในเครือ รวมทั้งรับงานบริการขนส่งให้กับบริษัทภายนอก งานแจกใบปลิว โบชัวร์สินค้า เพื่อส่งเสริมการขายให้กับลูกค้า ภายนอกด้วย

8. ธุรกิจการศึกษา

ในปี 2554 บริษัทได้ตั้งบริษัทย่อย คือ บริษัท เนชั่นยู จำกัด โดย NMG ถือหุ้น ร้อยละ 55 โดยจะรับโอนใบอนุญาตมหาวิทยาลัยโยนก และเปลี่ยนชื่อเป็น มหาวิทยาลัยเนชั่น ตั้งอยู่จังหวัดลำปางต่อมา บริษัทได้ซื้อหุ้นเพิ่มอีกร้อยละ 35 ทำให้บริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นเป็นร้อยละ 90

การควบคุมดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ จะควบคุมและกำหนดนโยบายของบริษัทย่อยโดยจะส่งกรรมการของ NMG ไปเป็นกรรมการ ในบริษัทย่อย จำนวน 2-3 ท่าน และหากบริษัทย่อยมีการดำเนินธุรกิจที่กระทบต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทย่อยจะต้องเสนอเรื่องและขอ อนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทก่อน สำหรับกรณีที่บริษัทร่วม, บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน บริษัทฯจะส่งกรรมการ เข้าไปเป็นตัวแทนเฉลี่ย 1-2 คน ตามสัดส่วนการถือหุ้น

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

-ไม่มี-

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

- ชื่อบริษัท : บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
- เลขทะเบียนบริษัท : 0107536001524
- ลักษณะการประกอบธุรกิจ : ประกอบด้วย 8 สายธุรกิจ ดังนี้
1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ , รายการสถานีข่าวธุรกิจทีวีดาวเทียม ภายใต้อัฒิ กรุงเทพธุรกิจทีวี ดำเนินงานโดยบริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) และเจ้าของ ช่องทีวีดิจิตอล ประเภท หมวดยุทธวิธีไปแบบความคมชัดปกติ (SD Variety) ภายใต้อัฒิ NOW ดำเนินงานโดยบริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง จำกัด
 2. สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และเนชั่นสุดสัปดาห์ ดำเนินงานโดยบริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM)
 3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ ผลิตหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น, เนชั่นจูนีย์ ธุรกิจอบรมสัมมนา และทักษะการสื่อสาร ดำเนินงานโดยบริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN) นอกจากนี้ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ร่วมทุน กับ บริษัท อีเลฟเวน มีเดีย กรุ๊ป จำกัด ในประเทศพม่า เพื่อจัดตั้งบริษัทร่วมทุน ชื่อ บริษัท อีเลฟเวน-เนชั่น มีเดีย จำกัด ที่เมืองย่างกุ้ง ประเทศพม่า โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 49 เพื่อประกอบกิจการสื่อและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยมีเป้าหมายที่จะขยายธุรกิจสู่ประเทศพม่า ด้วยการทำหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษรายวันทั่วไปในประเทศพม่า โดยคาดว่าจะเริ่มดำเนินการได้ภายในไตรมาส 1 ปี 2557
 4. สายธุรกิจเอดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศ ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและการศึกษา ผลิตหนังสือเล่มในนามสำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊กส์, ตัวแทนโฆษณาและจัดจำหน่ายให้สิ่งพิมพ์ต่างประเทศ, รายการทีวีสำหรับเด็กทางทีวีดาวเทียม ภายใต้อัฒิ KidZone ดำเนินงานโดยบริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนลเอดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) และสถาบันกวดวิชา ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทุกแขนง ดำเนินงานโดย บริษัท ไนน์ บี ไบรท์ จำกัด (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ NINE)
 5. สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง เจ้าของและผู้ดำเนินงานสถานีข่าวเนชั่นแซนแนล ผลิตรายการเพื่อออกอากาศในทีวีสถานีต่างๆ, ผลิตรายการวิทยุ, New Media ดำเนินงานโดยบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC) และเจ้าของ ช่องทีวีดิจิตอล ประเภท หมวดยุทธวิธีข่าวสารและสาระ (SD News) ภายใต้อัฒิ Nation TV ดำเนินงานโดยบริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด
 6. สายธุรกิจด้านการพิมพ์ ดำเนินธุรกิจรับจ้างพิมพ์ดำเนินงานโดยบริษัท คับบลิว พีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS)
 7. สายธุรกิจด้านการขนส่งดำเนินงานโดยบริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด (NML)
 8. สายธุรกิจการศึกษา เปิดสอนระดับปริญญาตรี, ปริญญาโท และ หลักสูตรบริหาร Executive MBA ในมหาวิทยาลัย เนชั่น โดยมี 2 วิทยาเขต คือ วิทยาเขตกรุงเทพ และวิทยาเขตลำปาง ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น ยู จำกัด (NU)

ทุนจดทะเบียน (ณ 31 ธันวาคม 2556)	:	2,663,572,194.95 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 5,025,607,915 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.53 บาท
ทุนเรียกชำระแล้ว (ณ 31 ธันวาคม 2556)	:	1,751,120,832.10 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 3,304,001,570 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.53 บาท
นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้น	:	รายละเอียดตามหัวข้อโครงสร้างการประกอบธุรกิจและการถือหุ้นของกลุ่ม บริษัท ปี 2556
โทรศัพท์	:	02-338-3333
โทรสาร	:	02-338-3938
เลขานุการบริษัท	:	02-338-3612, 02-338-3290-91
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	1858/118-119,121-122,124-130 อาคารทีซีไอเอฟ ทาวเวอร์ ชั้น 27-32 ถ.บางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร เว็บไซต์ www.nationgroup.com

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556)

รายละเอียดสามารถดูได้จาก นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ ในหัวข้อ ข้อมูลบริษัทย่อย บริษัทร่วม และกิจการที่
ควบคุมร่วมกันของ NMG ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

6.2 บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้น 4 ถนนรัชดาภิเษก กรุงเทพมหานคร 10110 โทร. (66) 2229-2800
ผู้สอบบัญชี	:	สำนักงานสอบบัญชีบริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด 195 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 50-51 ถนนสาทร เขตยานนาวา กทม. 10120 โทร. (66) 2677-2000
ที่ปรึกษากฎหมาย	:	บริษัท เภา แอนด์ แอสโซซิเอตส์ ลอว์ ออฟฟิศ จำกัด 2 อาคารสีลมเซ็นเตอร์ ชั้น 20 ถนนสีลม แขวงสุริยวงส์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 โทร (66) 2632-6697 บริษัท ที่ปรึกษากฎหมายธนาธิป แอนด์ พาร์ทเนอร์ส จำกัด 900 ถนนสุขุมวิท ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทร (66) 2689-4925 บริษัท สำนักกฎหมายสากล ธีรคุปต์ จำกัด 900 ถนนสุขุมวิท ชั้น 12 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทร (66) 2252-1588
ที่ปรึกษาทางการเงิน (กรณีการเพิ่มทุน)	:	บริษัท เจดี พาร์ทเนอร์ จำกัด 170/29-30 ชั้น 11 อาคารโอเชียนทาวเวอร์ 1 สุขุมวิท 16 ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทร (66) 2661-8803-5

ส่วนที่ 2

การจัดการและการกำกับดูแลกิจการ

7. ข้อมูลหลักทรัพ์และผู้ถือหุ้น

7.1 จำนวนหุ้นและทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วของบริษัท

บริษัทมีทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 จำนวน 2,663,572,194.95 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 5,025,607,915 หุ้นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.53 บาท ทุนที่เรียกชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 จำนวน 1,751,120,832.10 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 3,304,001,570 หุ้นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.53 บาท

สรุปยอดคงเหลือหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่ออกใหม่เพื่อรองรับการจัดสรรดังกล่าว ดังนี้

ประเภทหลักทรัพย์	จำนวนที่จัดสรร (หน่วย)	ยอดสะสมที่ใช้สิทธิแล้ว (หน่วย) จนถึงวันที่ 31 ธ.ค.56	คงเหลือ (หน่วย)
NMG-W3	1,647,740,300	1,881,570	1,645,858,730
NMG-WB	82,387,015	6,639,400	75,747,615

7.2 ผู้ถือหุ้น

รายชื่อผู้ถือหุ้น 10 รายแรก และสัดส่วนการถือหุ้น ณ วันปิดสมุดทะเบียน 27 ธันวาคม 2556

กลุ่มผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้นที่ถือ	ร้อยละ
1. นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	304,101,742	9.204
2. นายเสริมสิน สมะลาภา	300,000,000	9.080
3. นายเจษฎา เลิศนันทปัญญา	164,837,200	4.989
4. DOW JONES & COMPANY, INC., NEW YORK	120,000,000	3.632
5. บริษัทกรีนสยาม จำกัด	81,588,411	2.469
6. น.ส.วารุณี ดันตสุรฤกษ์	73,000,000	2.209
7. นางสุกศรี คุณประภากร	71,805,404	2.173
8. บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด	63,243,277	1.914
9. น.ส.ศิริมา เอนจินดวงศ์	47,986,600	1.452
10. นายประสิทธิ์ พญาพรพงศ์	40,000,000	1.211
อื่นๆ	2,037,438,936	61.667
รวม	3,304,001,570	100.00

หมายเหตุ

กลุ่มผู้ถือหุ้นที่จัดอยู่ในกลุ่มเดียวกันและออกเสียงไปในทางเดียวกัน ได้แก่

- นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท และดำรงตำแหน่งเป็นประธานกรรมการของบริษัท
- นายเสริมสิน สมะลาภาผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท และดำรงตำแหน่งเป็นรองประธานกรรมการของบริษัท

2.) ประเภทผู้ถือหุ้น

ผู้ถือหุ้นแบ่งตามสัญชาติ	จำนวนราย	จำนวนหุ้น	ร้อยละ
สัญชาติไทย	11,516	3,147,531,928	95.26
ผู้ถือหุ้นต่างชาติ	32	156,469,642	4.74
รวมทั้งสิ้น	11,548	3,304,001,570	100.00

7.3 การออกหลักทรัพย์อื่น

เมื่อวันที่ 25 เดือนพฤษภาคม 2556 ได้มีมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2556 อนุมัติให้ออกและเสนอขาย ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ดังนี้

- 1 อนุมัติออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน โดยไม่คิดค่าตอบแทน ในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 1 หุ้น ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ จำนวน 1,647,740,300 หน่วย (NMG-W3) มีอายุใบสำคัญแสดงสิทธิ 5 ปี และกำหนดการใช้สิทธิทุกวันที่ 15 ของเดือนมิถุนายนและเดือนธันวาคมของแต่ละปี เริ่มใช้สิทธิครั้งแรกในวันที่ 15 ธันวาคม 2556 และสามารถใช้อัตราการใช้สิทธิครั้งสุดท้ายได้ในวันที่ 19 มิถุนายน 2561 อัตราการใช้สิทธิ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ ต่อ 1 หุ้นสามัญ ในราคาใช้สิทธิ 1 บาทต่อหุ้นสามัญ
- 2 อนุมัติออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิ ที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย ครั้งที่ 2 (NMG-WB จำนวนไม่เกิน 82,387,015 หน่วย มีอายุใบสำคัญแสดงสิทธิ 5 ปี กำหนดการใช้สิทธิทุกวันที่ 15 ของเดือนพฤษภาคมและเดือนพฤศจิกายนของแต่ละปี กำหนดการใช้สิทธิครั้งแรกในวันที่ 15 พฤศจิกายน 2556 และกำหนดการใช้สิทธิครั้งสุดท้ายในวันที่ 14 สิงหาคม 2556 อัตราการใช้สิทธิ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ ต่อ 1 หุ้นสามัญ ในราคาใช้สิทธิ 1 บาทต่อ 1 หุ้นสามัญ

7.4 นโยบายการจ่ายเงินปันผล

นโยบายจ่ายเงินปันผลของบริษัทและบริษัทย่อย

บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป (NMG) : ไม่เกินร้อยละ 65 ของกำไรสุทธิ (ตามงบการเงินเฉพาะบริษัท) หลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล และหลังหักสำรองตามกฎหมาย และเงินสำรองอื่นๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแผนการลงทุน ความจำเป็น ความเหมาะสมอื่นๆ ในอนาคตทั้งนี้ มติของคณะกรรมการบริษัทที่อนุมัติให้จ่ายเงินปันผล จะต้องได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น เว้นแต่เป็นการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลซึ่งคณะกรรมการบริษัทมีอำนาจอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลได้ แล้วให้รายงานให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบในการประชุมคราวต่อไป

บมจ.เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น (NBC) : ไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล และหลังหักสำรองตามกฎหมาย และเงินสำรองอื่นๆ ที่จำเป็นและเหมาะสม ทั้งนี้อัตราการจ่ายเงินปันผลดังกล่าว อาจเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน แผนการลงทุน ความจำเป็นและความเหมาะสมอื่นๆ ในอนาคตตามที่คณะกรรมการบริษัทฯ และ/หรือ

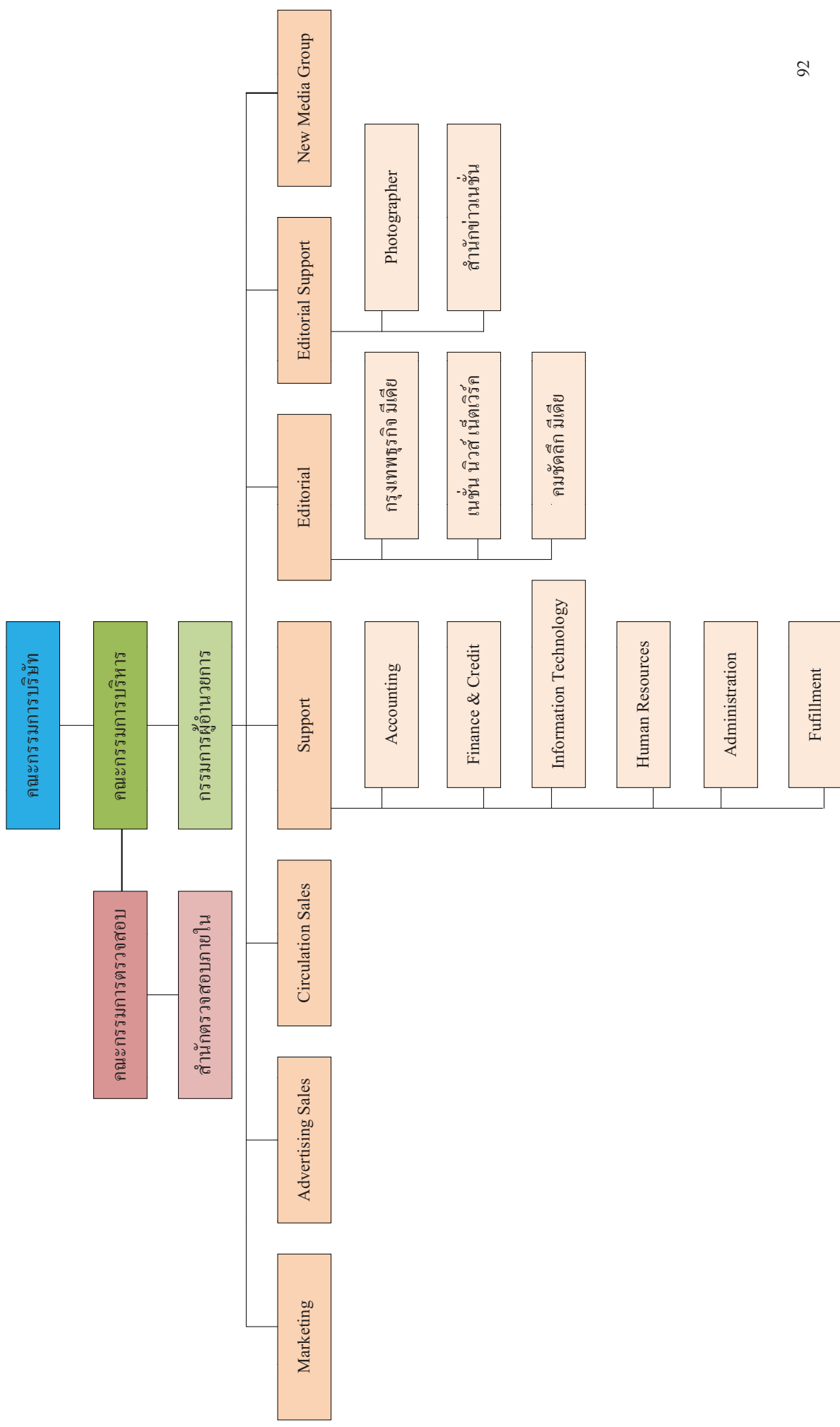
ผู้ถือหุ้นเห็นสมควร ทั้งนี้ มติของคณะกรรมการบริษัทที่อนุมัติให้จ่ายเงินปันผลจะต้องได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น เว้นแต่เป็นการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลซึ่งคณะกรรมการบริษัทมีอำนาจอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลได้ แล้วให้รายงานให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบในการประชุมคราวต่อไป

บมจ.เนชั่น อินเตอร์เนชันแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ (NINE) : ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของกำไรสุทธิ (ตามงบการเงินเฉพาะบริษัท) หลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล สรรองตามกฎหมาย และสำรองอื่นๆ ที่จำเป็นและเหมาะสมภายใต้เงื่อนไขการดำเนินการดังกล่าวจะต้องก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ มติของคณะกรรมการบริษัทที่อนุมัติให้จ่ายเงินปันผลจะต้องถูกต้องนำเสนอเพื่อขออนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น เว้นแต่เป็นการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลซึ่งคณะกรรมการบริษัทมีอำนาจอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลได้ แล้วให้รายงานให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบในการประชุมคราวต่อไป

ประวัติการจ่ายปันผลในระยะเวลา 5 ปี ที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2552-2556 บริษัทไม่มีการจ่ายเงินปันผล เนื่องจากบริษัทฯ ต้องสำรองเงินสดไว้สำหรับแผนการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิมของบริษัท และเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบธุรกิจของบริษัท

8 โครงสร้างการจัดการ

บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)



คำอธิบายเพิ่มเติมของโครงสร้างการจัดการ

ปัจจุบันกลุ่มบริษัทได้แบ่งสายธุรกิจออกเป็น 8 สายธุรกิจ ประกอบด้วย 1. ธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย 2. ธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย 3. ธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ 4. ธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง 5. ธุรกิจด้านเอน터테인먼트และต่างประเทศ 6. ธุรกิจด้านการพิมพ์ 7. ธุรกิจด้านขนส่ง และ 8. ธุรกิจด้านการศึกษา

โดยแต่ละสายธุรกิจประกอบด้วยกรรมการผู้ำนวยการของบริษัทย่อย (President) ซึ่งเป็นผู้บริหารสูงสุดของแต่ละสายธุรกิจบรรณาธิการ (Editor) ฝ่ายขายฝ่ายการตลาดและฝ่ายจัดจำหน่าย

1. สายธุรกิจทั้ง 8 สาย ดูแลภาพรวมโดยกรรมการผู้ำนวยการ (President)
2. กองบรรณาธิการแยกตามบริษัทย่อยขึ้นตรงกับ กรรมการผู้ำนวยการของบริษัทย่อย(President) สำหรับด้านนโยบายการนำเสนอข่าวจะปรึกษากับบรรณาธิการอำนาจการ (Editor in Chief)
3. หน่วยงานสนับสนุนส่วนกลางของทั้งกลุ่มบริษัทประกอบด้วยกองบรรณาธิการกลาง,แผนกการเงิน, บัญชี, เครดิต, IT Center, พัฒนารูปภาพและนักกลุ่่นสัมพันธ, ทรัพยากรบุคคล, ธุรกิจ, จัดจำหน่าย, จัดซื้อ, ทะเบียน และธุรการ โฆษณาขึ้นตรงกับ กรรมการผู้ำนวยการ (President)

โดยมีนางสาวมัธยา โอสถานนท์ ดำรงตำแหน่งเลขานุการ มีผลตั้งแต่วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2556 เป็นต้นไป

8.1 คณะกรรมการบริษัท

โครงสร้างกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการทั้งหมด 3ชุด คือ คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบและกรรมการบริหารโดยมีรายละเอียดดังนี้

คณะกรรมการบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีคณะกรรมการบริษัท จำนวน 10 ท่าน ดังนี้

รายชื่อ	ตำแหน่ง	การประชุมคณะกรรมการ	
		จำนวนครั้ง การประชุม	จำนวนครั้ง ที่เข้าร่วมประชุม
1. นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	ประธานกรรมการและประธานกรรมการบริหาร	7	7
2. นายเสริมสิน สมะลาภา	รองประธานกรรมการและรองประธาน กรรมการบริหาร	7	7
3. นางสาวดวงกมล โชติชนะ	กรรมการผู้ำนวยการ	7	7
4. นายปกรณ์ ปริมาสพร	กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ	7	7
5. นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	7	7
6. นางสาวเข็มกร วชิรวารการ ⁽²⁾	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	7	1
7. นายเทพชัย แซ่หย่อง ⁽¹⁾	กรรมการ	7	5
8. นายอดิศักดิ์ ลิ้มปฐุมพัฒน์กิจ	กรรมการ	7	7
9. นายพนา จันทรวโรจน์	กรรมการ	7	7
10. นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์	กรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร	7	7

หมายเหตุ :-

1. เมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2556 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2556 มีมติแต่งตั้งนายเทพชัย แซ่หย่อง เป็นกรรมการบริษัทแทน นายนิสสัย เวชชาชีวะ กรรมการบริษัทที่ลาออก
2. เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2556 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2556 มีมติแต่งตั้ง นางสาวเข็มกร วชิรวารการ เป็นกรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบของบริษัทฯ แทนนายโยธิน เนื่องจากรับผิดชอบ กรรมการอิสระที่ลาออก

8.2 ผู้บริหาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ผู้บริหาร/1 ตามนิยามของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ประกอบด้วยผู้บริหารจำนวน 5 ท่าน ดังนี้

รายชื่อ	ตำแหน่ง
1. นางสาวดวงกมล โชติธนา	กรรมการผู้อำนวยการ
2. นายเทพชัย แซ่หย่อง	บรรณาธิการเครือเนชั่น
3. นางสาวฉวีธรา แสงวารินทร์	ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์
4. นายสุพจน์ เพียรศิริ	ผู้อำนวยการอาวุโส ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายบัญชี
5. นางสาวมัทธา โอสถานนท์	ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายการเงิน และเลขานุการบริษัท

หมายเหตุ :-

- ^{1/} “ผู้บริหาร” หมายความว่า กรรมการ ผู้จัดการ หรือผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารที่รายแรกนับต่อจากผู้จัดการลงมา (ผู้ดำรงตำแหน่งสูงสุดของบริษัท) ผู้ซึ่งดำรงตำแหน่งเทียบเท่ากับผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารรายที่สี่ทุกรายและให้หมายความรวมถึงผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารในสายบัญชีหรือการเงินที่เป็นระดับผู้จัดการฝ่ายขึ้นไปหรือเทียบเท่า

8.3 เลขานุการบริษัท

เลขานุการบริษัท คือ ผู้ที่คณะกรรมการแต่งตั้งเพื่อทำหน้าที่ดูแลกิจกรรมต่างๆของคณะกรรมการ และช่วยให้คณะกรรมการและบริษัทฯ ปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง

คณะกรรมการบริษัทฯ ได้มีมติแต่งตั้งให้ นางสาวมัทธา โอสถานนท์ ดำรงตำแหน่งเป็นเลขานุการบริษัท ตั้งแต่วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2556

โดยมีหน้าที่ความรับผิดชอบตามที่กำหนดใน พ.ร.บ. กำกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ฯ และทำหน้าที่สรุปสาระสำคัญเกี่ยวกับแนวปฏิบัติ และข้อบังคับที่ปรับปรุงใหม่ ของสำนักงาน ก.ล.ต.และตลาดหลักทรัพย์ฯ รวมถึงสรุปสาระสำคัญของกฎหมายที่เพิ่งตราขึ้นใหม่ ที่คณะกรรมการต้องทราบในการทำหน้าที่กรรมการของบริษัทฯ ให้คณะกรรมการรับทราบ เป็นผู้ช่วยเหลือประธานกรรมการ ในการกำกับดูแลให้การดำเนินงานของคณะกรรมการบริษัท กรรมการชดเชย และกรรมการบริษัททุกท่าน เป็นไปตามกรอบของบทบาทหน้าที่ตามที่กฎหมาย ข้อบังคับ และระเบียบที่เกี่ยวข้องกำหนดไว้ ตลอดจนมีหน้าที่ในการจัดเตรียมเอกสารประกอบวาระการประชุมให้เพียงพอต่อการพิจารณาและตัดสินใจของคณะกรรมการ บันทึกรายงานการประชุมอย่างรัดกุม ถูกต้อง เพื่อแสดงให้เห็นว่าคณะกรรมการได้พิจารณาเรื่องต่างๆที่นำเสนอ อย่างรอบคอบ ระมัดระวัง ซื่อสัตย์สุจริตและมีความรับผิดชอบโดยใช้วิจารณญาณเชิงวิญญูชน ที่ประกอบธุรกิจนั้นพึงกระทำในสถานการณ์เดียวกัน อีกทั้งมีหน้าที่ในการเก็บรักษาทะเบียนกรรมการ จดหมายเชิญประชุม รายงานการประชุมของการประชุมคณะกรรมการและการประชุมผู้ถือหุ้น รายงานการมีส่วนได้เสีย และรายงานการถือครองหลักทรัพย์ของกรรมการและผู้บริหาร ซึ่งเลขานุการบริษัทได้ปฏิบัติหน้าที่ตามกรอบอย่างครบถ้วน

โดยคุณสมบัติของผู้ดำรงตำแหน่งเป็นเลขานุการบริษัทปรากฏในเอกสารแนบ 1

8.4 ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร

หลักเกณฑ์และรูปแบบในการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร บริษัทได้พิจารณาความเหมาะสมและความรับผิดชอบของกรรมการและผู้บริหาร ตามประสบการณ์ ภาระหน้าที่ สภาพแวดล้อม สภาพเศรษฐกิจ และสอดคล้องเปรียบเทียบกับได้กับบริษัทในธุรกิจอุตสาหกรรมเดียวกันและมีนโยบายจ่ายค่าตอบแทนกรรมการอิสระที่ทำหน้าที่ที่ประธานกรรมการตรวจสอบ กรรมการอิสระที่ทำหน้าที่กรรมการตรวจสอบ กรรมการอิสระ และกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร เป็นรายปีโดยไม่มีค่าตอบแทนในรูปแบบอื่น สำหรับปี 2556 ประธานกรรมการจะได้รับค่าตอบแทนในอัตราเดียวกันกับประธานกรรมการตรวจสอบ และ กรรมการ

ที่เป็นผู้บริหารจะได้รับค่าตอบแทนในอัตราเดียวกันกับกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร อนึ่งค่าตอบแทนกรรมการได้ผ่านการอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นเป็นประจำทุกปี

คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้ประเมินผลงานของกรรมการผู้อำนวยการเป็นประจำทุกปี เพื่อนำไปใช้ในการพิจารณา กำหนดค่าตอบแทนของกรรมการผู้อำนวยการโดยใช้บรรทัดฐานที่ได้ตกลงกันล่วงหน้า กับกรรมการผู้อำนวยการตามเกณฑ์ที่เป็นรูปธรรม ซึ่งรวมถึงผลการปฏิบัติงานทางการเงิน ผลการปฏิบัติงานตามวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ในระยะยาวและการพัฒนาผู้บริหาร

ค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูง เป็นไปตามนโยบายที่คณะกรรมการกำหนด ระดับค่าตอบแทนเป็นเงินเดือน สวัสดิการ และผลตอบแทนงูใจในระยะยาว บริษัทจะพิจารณาให้ สอดคล้องกับผลงานของบริษัทและผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารแต่ละคน

การพัฒนากรรมการและผู้บริหารระดับสูง

ทุกครั้งที่มีการประชุมและผู้บริหารระดับสูงเข้าใหม่ คณะกรรมการจะจัดให้มีเอกสารข้อมูล และการบรรยายสรุปจากประธานกรรมการและกรรมการผู้อำนวยการ ซึ่งจะเป็ประโยชน์ ต่อการปฏิบัติงาน รวมถึงการแนะนำลักษณะธุรกิจ และแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้แก่กรรมการและผู้บริหารระดับสูงใหม่ได้รับทราบ

คณะกรรมการจะส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้มีการฝึกอบรมและการให้ความรู้แก่กรรมการกรรมการตรวจสอบผู้บริหาร เลขานุการบริษัท ตามที่ทางตลาดหลักทรัพย์ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยและสถาบันที่เกี่ยวข้องจัดขึ้น เพื่อส่งเสริมความรู้ ให้เป็นไปตามระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการบริหารความเสี่ยงของบริษัท เพื่อให้มีการปรับปรุงการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง

8.4.1 ค่าตอบแทนกรรมการของบริษัทและบริษัทย่อย สำหรับปี 2556

(1) ค่าตอบแทนกรรมการบริษัทที่เป็นตัวเงิน

บริษัทมีนโยบายจ่ายค่าตอบแทนกรรมการเป็นรายไตรมาส โดยไม่มีนโยบายจ่ายค่าตอบแทนในรูปแบบอื่น

กรรมการบริษัทมีจำนวนทั้งสิ้น 10 คน แบ่งเป็นกรรมการที่มีฐานะเป็นพนักงานบริษัทและบริษัทย่อย 6 คน กรรมการอิสระ 3 คนและกรรมการภายนอกที่ไม่ใช่ผู้บริหาร 1 คนโดยในปี 2556 บริษัทจ่ายค่าตอบแทนให้กับประธานกรรมการบริษัทในอัตราเดียวกันกับประธานกรรมการตรวจสอบ และกรรมการที่เป็นผู้บริหารได้รับค่าตอบแทนในอัตราเดียวกับกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร และกำหนดการจ่ายเป็นรายไตรมาส โดยแยกการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการเป็นรายบุคคลดังนี้

(หน่วย : บาท)

รายชื่อ	ตำแหน่ง	ปี 2555		ปี 2556	
		ค่าตอบแทน	เบี้ยประชุม	ค่าตอบแทน	เบี้ยประชุม
1.นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	กรรมการที่เป็นผู้บริหารและประธานกรรมการ	400,000	-	400,000	-
2.นายปรกรณ์ ปริมาศพร	กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ	400,000	-	400,000	-
3.นายเชวง จริยะพิสุทธ์	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	300,000	-	300,000	-
4.นายโยธิน เนื่องจำนง	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	300,000	-	-	-
5.นางสาวเขมกร วชิรวารการ ⁽³⁾	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	-	-	150,000	-

รายชื่อ	ตำแหน่ง	ปี 2555		ปี 2556	
		ค่าตอบแทน	เบี้ยประชุม	ค่าตอบแทน	เบี้ยประชุม
6.นายนิสสัย เวชชาชีวะ	กรรมการอิสระ	200,000	-	-	-
7.นายนิวัฒน์ แจ่มวิทยวงศ์	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร	200,000	-	200,000	-
8.นางคริสติน ดิไบเอส เบรนเดล ⁽¹⁾	กรรมการอิสระ	200,000	-	-	-
9.นายเสริมสิน สมะลาภา	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร	200,000	-	200,000	-
10.นางสาวดวงกมล โชตะนา	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร	200,000	-	200,000	-
11.นายอดิศักดิ์ ลิ้มปัฐพัฒนกิจ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร	150,000	-	200,000	-
12.นายพนา จันทรวโรจน์	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร	150,000	-	200,000	-
13. นายเทพชัย แซ่หย่อง ⁽¹⁾	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร	-	-	150,000	-
รวมเป็นเงิน		2,700,000	-	2,400,000	-

หมายเหตุ : ในปี 2556

- เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2556 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2556 ได้มีการแจ้งขอลาออกจากตำแหน่งกรรมการบริษัท คือ นางคริสติน ดิไบเอส เบรนเดล ซึ่งเป็นการออกตามวาระครบกำหนด
- เมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2556 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2556 มีมติแต่งตั้ง นายเทพชัย แซ่หย่อง เป็นกรรมการบริษัทแทนนายนิสสัย เวชชาชีวะ มีผลตั้งแต่ 10 พฤษภาคม 2556
- เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2556 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2556 มีมติแต่งตั้ง นางสาวเขมกร วชิรวิภากร เป็นกรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบของบริษัทฯ แทนนายโยธิน เนื่องจากรายงาน มีผลตั้งแต่ 18 ตุลาคม 2556

(2) ค่าตอบแทนอื่นๆ

-ไม่มี-

8.4.2 ค่าตอบแทนกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทและบริษัทย่อย สำหรับปี 2556

(1) ค่าตอบแทนผู้บริหารและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทและบริษัทย่อยที่เป็นตัวเงิน

ค่าตอบแทนที่เป็นเงินเดือน โบนัสและค่าพาหนะแก่กรรมการและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯและบริษัทย่อย กรรมการในฐานะพนักงานบริษัทและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทและบริษัทย่อย มีจำนวนรวม 10 ท่าน ได้รับค่าตอบแทนที่เป็นเงินเดือน โบนัส และค่าพาหนะ ในปี 2556 เป็นจำนวน 23,870,100 บาท

(2) ค่าตอบแทนอื่นๆ

บริษัทให้เงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของกรรมการที่อยู่ในฐานะเป็นพนักงานบริษัทและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทและบริษัทย่อย รวม 10 ท่านในปี 2556 เป็นจำนวน 1,411,515 บาท

- ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2556 ได้อนุมัติให้เสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ให้แก่ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือ บริษัทย่อย (“ใบสำคัญแสดงสิทธิ-ESOP ครั้งที่ 2”) จำนวน 82,387,015 หน่วย เพื่อให้รางวัลและตอบแทนการปฏิบัติงานของกรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือ บริษัทย่อย ตลอดจนเป็นแรงจูงใจเพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน มีความตั้งใจในการทำงานและสร้างประโยชน์สูงสุดให้แก่บริษัทฯ ในระยะยาวโดยมีหลักเกณฑ์การจัดสรร ดังนี้

1. บริษัทฯจะดำเนินการจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิ-ESOP ครั้งที่ 2 จำนวน 82,387,015 หน่วย ให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย ณ วันที่ออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิ-ESOP ครั้งที่ 2 โดยไม่มีกรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานรายใดได้รับการจัดสรรเกินกว่าร้อยละ 5 ของจำนวนใบสำคัญแสดงสิทธิที่เสนอขายให้แก่

กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานในครั้งนี และบริษัทฯ จะไม่นำไปสำคัญแสดงสิทธิ-ESOP ครั้งที่ 2 ซึ่งกรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานที่ลาออกหรือพ้นจากตำแหน่งมาจัดสรรให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานรายอื่นในอนาคต ทั้งนี้ให้เป็นไปตามรายละเอียดที่ระบุไว้เงื่อนไขสำหรับการใช้สิทธิ

2. ผู้ที่ได้รับการจัดสรรต้องมีสถานภาพเป็นกรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย ณ วันที่ทำการจัดสรร

3. จำนวนใบสำคัญแสดงสิทธิ-ESOP ครั้งที่ 2 ที่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อยได้รับในแต่ละรายไม่จำเป็นต้องมีจำนวนเท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับตำแหน่ง และศักยภาพที่จะทำประโยชน์ให้แก่บริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย

4. ใบสำคัญแสดงสิทธิ-ESOP ครั้งที่ 2 ที่จะเสนอขายต่อกรรมการและผู้บริหารจะมีราคาเสนอขายรวมทั้งข้อกำหนด และเงื่อนไขที่ไม่ดีไปกว่าใบสำคัญแสดงสิทธิ-ESOP ที่จะเสนอขายต่อพนักงาน

ทั้งนี้ใบสำคัญแสดงสิทธิ-ESOP ครั้งที่ 2 ที่จะซื้อหุ้นสามัญดังกล่าวมีอัตราการใช้สิทธิ 1 ใบสำคัญแสดงสิทธิต่อ 1 หุ้นสามัญของบริษัท และมีราคาการใช้สิทธิซื้อหุ้น 1 บาท โดยผู้บริหารของบริษัทจำนวน 5 ราย ได้รับการจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นบริษัทคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21 เมื่อเทียบกับใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นบริษัทของทั้งโครงการ

8.5 บุคลากร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 กลุ่มบริษัทมีพนักงานรวมทั้งรวม 2,076 คน แบ่งเป็นพนักงานของบริษัท จำนวน 408 คน และพนักงานของบริษัทย่อยจำนวน 1,668 คน

บริษัท	จำนวนพนักงาน (คน)
บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (NMG)	408
บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM)	293
บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM)	174
บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN)	129
บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเอ็นเนลเอดคูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) และบริษัทย่อย	154
บริษัท เนชั่น บรอดแคสต์ติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC) และบริษัทย่อย	357
บริษัท ดับบลิว พีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS)	233
บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด (NML)	191
บริษัท เนชั่น ยู จำกัด (NU)	137
รวมทั้งสิ้น	2,076

โดยมีผลตอบแทนของพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย 8 บริษัทในปี 2556 ซึ่งแบ่งเป็นเงินเดือน เท่ากับ 694.58 ล้านบาท และโบนัสเท่ากับ 43.78 ล้านบาทตามลำดับ ในส่วนของเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของบริษัทและบริษัทย่อยรวมเท่ากับ 36.01 ล้านบาท

บริษัทไม่มีข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา

นโยบายในการบริหารทรัพยากรบุคคล

1. การจ้างงานและบรรจุพนักงานบริษัทมีนโยบายจ้างงานและบรรจุพนักงานตามความจำเป็นและความเหมาะสมของงาน โดยพนักงานที่ได้รับการว่าจ้างและบรรจุต้องมีคุณสมบัติ ประสบการณ์ และความสามารถเหมาะสมกับตำแหน่งงาน และมีคุณสมบัติตามระเบียบ ข้อบังคับของบริษัทฯ กรณีที่ตำแหน่งงานว่าง บริษัทจะให้โอกาส และพิจารณาคัดเลือกพนักงานของบริษัทที่มีอยู่ให้

ดำรงตำแหน่งที่ว่างนั้นเสียก่อน หากไม่สามารถสรรหาพนักงานจากภายในบริษัทได้แล้ว จึงจะดำเนินการกระบวนการสรรหาและว่าจ้างบรรจบุคคลภายนอก

2. โครงสร้างสายการบังคับบัญชาและการแบ่งส่วนงาน บริษัทกำหนดโครงสร้างสายการบังคับบัญชา และการแบ่งส่วนงานของบริษัท โดยมีขอบข่ายความรับผิดชอบของส่วนงาน และตำแหน่งงานอย่างชัดเจน และเหมาะสมกับประเภทหรือลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัท และมีการทบทวนเป็นระยะเพื่อความเหมาะสมกับสถานการณ์

3. การบริหารค่าตอบแทน

3.1 เงินเดือนและค่าจ้าง บริษัทบริหารเงินเดือนและค่าจ้างให้เป็นไปอย่างยุติธรรม โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ได้แก่ คุณวุฒิ ประสบการณ์ ระดับ ตำแหน่ง หน้าที่ความรับผิดชอบ เทียบเคียงกับอัตราเงินเดือนของบริษัทอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกับบริษัท อัตราค่าจ้างแรงงานของตลาดในประเทศ และสถานการณ์ความจำเป็นของบริษัท

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

4. สวัสดิการ บริษัทมีนโยบายที่จะดูแลให้พนักงานมีสุขภาพอนามัยที่ดี เพื่อที่จะปฏิบัติงานให้บริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีนโยบายแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของพนักงาน โดยจัดให้มีสวัสดิการรักษายาบาลสำหรับพนักงาน และครอบครัวพนักงานบางส่วน รวมทั้งสวัสดิการอื่นๆ ทั้งนี้สวัสดิการที่พนักงานได้รับ บริษัทจะเทียบเคียงกับอุตสาหกรรมในลักษณะเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน หรือตามที่กฎหมายกำหนด

นอกจากนี้บริษัทสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆตามที่กฎหมายกำหนด เช่น กรรมการกองทุนสวัสดิการและเงินกู้ซึ่งแบ่งตามหน่วยงาน การจัดตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์ เนชั่นมัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด การจัดตั้งชมรมกีฬา และสันทนาการด้านต่างๆ การมีคณะกรรมการลูกจ้าง ซึ่งจะเป็นตัวแทนของพนักงานเข้ามาช่วยกลั่นกรองความต้องการและข้อเสนอแนะของพนักงาน ในเรื่องการจัดสวัสดิการ และสถานประกอบการ และนำเข้าหารือในที่ประชุมกับผู้บริหารของบริษัทเป็นประจำ รวมถึงการจัดตั้งสหภาพแรงงานสื่อสารมวลชนไทย ตาม พ.ร.บ. แรงงานสัมพันธ์ 2518 ได้ เพื่อคุ้มครองผลประโยชน์เกี่ยวกับสภาพการจ้างงาน

5. สภาพแวดล้อมในการทำงาน บริษัทมีนโยบายให้พนักงานทำงานในบริษัทอย่างมีความสุข ปลอดภัย ดังนั้นจึงได้จัดสถานที่ทำงาน อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องแบบในการปฏิบัติงาน ให้เหมาะสมกับลักษณะงาน อีกทั้งจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆให้แก่พนักงาน เช่น ที่จอดรถ ห้องพยาบาล

6. การพัฒนาพนักงาน บริษัทมีนโยบายส่งเสริมพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ ทักษะ และทัศนคติเกี่ยวกับงาน เป็นไปตามความสามารถที่ตำแหน่งงานนั้นๆต้องการ โดยมีแนวทางในการพัฒนาที่หลากหลาย ได้แก่ ส่งเสริมให้พนักงานเพิ่มพูนความรู้ให้ตัวเองโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ การจัดอบรมสัมมนาโดยวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถจากภายนอกองค์กรการฝึกอบรมจากผู้มีประสบการณ์ในองค์กร การสอนงานโดยหัวหน้างาน(Coaching)การเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง (On the Job Training) การศึกษาดูงานทั้งภายในและภายนอกประเทศ การถ่ายทอดความรู้ระหว่างเพื่อนร่วมงาน และการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้บริหารและพนักงานตามแนวทาง Learning Organization

นอกจากนี้บริษัทได้พยายามปรับกระบวนการทำงานของแต่ละส่วนงาน เพื่อให้การทำงานมีความคล่องตัว มีประสิทธิภาพ และจัดสรรพนักงานให้มีโอกาสปฏิบัติงานในส่วนงานที่พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในงานนั้น ๆ เป็นอย่างดี สอดคล้องกับแผนการสืบทอดงานในทุกส่วนงาน

9 กำกับดูแลกิจการ

9.1 นโยบายกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เชื่อมมั่นเป็นอย่างยิ่งว่าระบบและการกำกับดูแลกิจการที่ดี จะทำให้บริษัทมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ยกระดับการดำเนินงานอย่างยั่งยืน และเป็นหัวใจสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จ และบรรลุเป้าหมายที่สำคัญที่สุดของบริษัท ได้แก่การเพิ่มมูลค่าสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น

คณะกรรมการบริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการ ที่สอดคล้องตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี code of best practices ของ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกำหนด และดูแลให้มีการปฏิบัติตามนโยบายและข้อปฏิบัติที่ระบุไว้อย่างเคร่งครัด และจะติดตามปรับปรุงให้เหมาะสมกับเวลาและสถานการณ์ สอดคล้องกับประโยชน์ และความคาดหวังของผู้ถือหุ้นอยู่ตลอดเวลา และให้เป็นที่ยอมรับของผู้ถือหุ้นว่าผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นได้รับการดูแลอย่างดี

นโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัทได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการและประกาศใช้ ครั้งแรก เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2549 และได้ดำเนินการทบทวนปรับปรุงเนื้อหาเป็นประจำทุกปี ให้เหมาะสมและสอดคล้องเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2555 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยฉบับที่ใช้ล่าสุดนี้ได้ทบทวนเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2556 และประกาศให้พนักงานทุกระดับทราบและถือปฏิบัติโดยเคร่งครัด

การสื่อสารนโยบายการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการตระหนักดีว่า การดำเนินการเรื่องการกำกับดูแลกิจการนั้น เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ปัจจัยหลักที่เป็นตัวขับเคลื่อนการดำเนินงานคือพนักงานทุกคนของบริษัทและบริษัทในกลุ่ม จึงได้ประกาศแจ้งพนักงาน และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์สื่อสารภายในองค์กร และได้จัดพิมพ์ Nation way เป็นคู่มือแจกให้พนักงาน นอกเหนือจากการอ่านจากเว็บไซต์ถือเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินงานด้วย รวมถึงฝ่ายบริหารได้ติดตามกำกับให้มีการดำเนินงานตามนโยบายในทุกด้านอย่างใกล้ชิด นอกจากนั้นเพื่อสร้างความเข้าใจกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มบริษัทได้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีดังกล่าวผ่านเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อให้ประชาชนทั่วไปและผู้ลงทุนรับทราบด้วยและหากผู้ถือหุ้นประสงค์จะขอรับนโยบายดังกล่าวเป็นเอกสาร สามารถติดต่อได้ที่ฝ่ายเลขานุการบริษัท โดยใช้แบบฟอร์มขอรับเอกสารที่ส่งพร้อมรายงานประจำปี ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท

การติดตามการปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ

จากความมุ่งมั่นในการปรับปรุงธรรมาภิบาลของบริษัทอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ได้มีการประกาศใช้นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีในปี 2549 ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทและการจัดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทได้พัฒนาดีขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

- ผลประเมินจากการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2556 ซึ่งจัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) มีคะแนนในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ “ดีมาก” (4 ดาว) ซึ่งพิจารณาจากข้อมูลที่บริษัทเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลอดจนเอกสารเผยแพร่อื่นๆ ของบริษัท

- ผลประเมินคุณภาพการประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2556 ซึ่งจัดโดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย สมาคมบริษัทจดทะเบียนและสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ อยู่ในระดับ “ดีเยี่ยม และสมควรเป็นตัวอย่าง” โดยบริษัทได้รับต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 และเป็น 1 ใน 96 บริษัทจดทะเบียนที่ได้รับคะแนนเต็ม 100 คะแนน จากจำนวนบริษัทจดทะเบียนที่เข้าร่วมโครงการประเมินทั้งหมด 475 บริษัท

9.2 คณะกรรมการชุดย่อย

โครงสร้างกรรมการของบริษัทฯ ประกอบด้วยคณะกรรมการทั้งหมด 3 ชุด คือ คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริหาร โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

คณะกรรมการบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีคณะกรรมการบริษัท จำนวน 10 ท่าน ดังนี้

รายชื่อ	ตำแหน่ง	การประชุมคณะกรรมการ	
		จำนวนครั้ง การประชุม	จำนวนครั้ง ที่เข้าร่วมประชุม
1. นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	ประธานกรรมการและประธานกรรมการบริหาร	7	7
2. นายเสริมสิน สมะลาภา	รองประธานกรรมการและรองประธาน กรรมการบริหาร	7	7
3. นางสาวดวงกมล โชตะนา	กรรมการผู้อำนวยการ	7	7
4. นายปกรณ์ ปริมาสพร	กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ	7	7
5. นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	7	7
6. นางสาวเขมกร วชิรवारการ ⁽²⁾	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	7	1
7. นายเทพชัย แซ่หย่อง ⁽¹⁾	กรรมการ	7	5
8. นายอดิศักดิ์ ลิ้มปฐุมพัฒน์กิจ	กรรมการ	7	7
9. นายพนา จันทรวโรจน์	กรรมการ	7	7
10. นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์	กรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร	7	7

หมายเหตุ :-

1. ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 3/2556 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2556 ได้มีมติอนุมัติแต่งตั้งนายเทพชัย แซ่หย่อง เป็นกรรมการบริษัทแทน นายนิสสัย เวชชาชีวะ มีผลตั้งแต่วันที่ 10 พฤษภาคม 2556
2. ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 6/2556 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2556 ได้มีมติอนุมัติแต่งตั้งนางสาวเขมกร วชิรवारการ เป็นกรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบแทนนายโยธิน เนื่องจากรายงาน มีผลตั้งแต่วันที่ 18 ตุลาคม 2556

องค์ประกอบคณะกรรมการบริษัท

1. คณะกรรมการของบริษัทมีจำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน ประกอบด้วยกรรมการอิสระ (Independent Director) จำนวนไม่น้อยกว่าหนึ่งในสามของคณะกรรมการทั้งคณะและไม่น้อยกว่า 3 คนต้องมีกรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 3 คนจำนวนที่เหลือเป็นกรรมการที่เป็นผู้บริหาร (Executive Director) และกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร (Non-Executive Director)

กรรมการอิสระ (Independent Director) หมายถึง กรรมการบริษัทที่ไม่ได้บริหารจัดการกิจการของบริษัท บริษัทย่อย บริษัทร่วม มีความเป็นอิสระจากผู้ถือหุ้นใหญ่ และ ผู้บริหารของบริษัท ไม่มีความสัมพันธ์อันอาจเป็นการขัดขวางการใช้ วิจารณ์อย่างอิสระของตน

กรรมการที่เป็นผู้บริหาร (Executive Director) หมายถึง ผู้บริหารที่ได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการของบริษัท ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจของบริษัท ไม่เป็นบุคคลต้องห้ามเป็นกรรมการบริษัทตามกฎหมายหรือข้อกำหนดของสำนักงาน กสท.หรือตลาดหลักทรัพย์ฯ

กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร (Non-Executive Director) หมายถึง กรรมการบริษัทที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ และประสบการณ์ เฉพาะด้านที่เป็นประโยชน์กับบริษัท และไม่บุคคลต้องห้ามเป็นกรรมการบริษัทตาม กฎหมายหรือข้อกำหนดของสำนักงาน กสท.หรือตลาดหลักทรัพย์ฯ

2. คณะกรรมการจะพิจารณาคัดสรรคุณสมบัติ ของผู้ที่ดำรงตำแหน่งกรรมการของบริษัทตามเกณฑ์ทักษะ ประสิทธิภาพ ความสามารถเฉพาะด้านที่หลากหลาย เป็นประโยชน์กับบริษัท มีความซื่อสัตย์ สุจริต มีจริยธรรมในการดำเนิน ธุรกิจ สนใจในกิจการของบริษัทอย่างแท้จริง และมีความตั้งใจที่จะดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสามารถอุทิศเวลา และความ พยายามในการปฏิบัติหน้าที่
3. คณะกรรมการที่พ้นจากตำแหน่งตามวาระ อาจได้รับการแต่งตั้งกลับเข้าดำรงตำแหน่งใหม่ได้
4. ประธานกรรมการบริหาร รองประธานกรรมการบริหาร กรรมการบริหาร กรรมการผู้่อำนวยการ สามารถเป็น กรรมการบริษัทจดทะเบียน ได้ไม่เกิน 5 บริษัทโดยการดำรงตำแหน่งกรรมการดังกล่าว ต้องแจ้งให้คณะกรรมการรับทราบและ เห็นชอบ
5. กรรมการของบริษัทจะไม่เป็นกรรมการในบริษัทที่เป็นคู่แข่งของบริษัทฯ และ บริษัทฯ ได้เปิดเผยรายชื่อ บริษัท ประเภทของธุรกิจ และตำแหน่งที่กรรมการของบริษัทไปดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นไว้ในทะเบียนประวัติกรรมการ
6. ประธานกรรมการไม่ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้่อำนวยการ

กรรมการผู้่อำนวยการผูกพันตามหนังสือรับรองของบริษัทฯ

นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น นายเสริมสิน สมะลาภา นางสาวดวงกมล โชตะนา นายพนา จันทรวโรจน์ นายเทพชัย แซ่หย่อง กรรมการสองในห้าคนนี้ลงลายมือชื่อร่วมกันและประทับตราสำคัญของบริษัท

บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท

1. กรรมการต้องปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัทตลอดจนมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และระมัดระวังรักษาผลประโยชน์ของบริษัท
2. ทำหน้าที่พิจารณาให้ความเห็นชอบในเรื่องที่สำคัญเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัทเช่นวิสัยทัศน์และภารกิจ กลยุทธ์ เป้าหมายทางการเงิน ความเสี่ยง แผนงาน และงบประมาณ รวมทั้งกำกับควบคุมดูแล (Monitoring and Supervision) ให้ฝ่ายจัดการดำเนินงานตามนโยบายและแผนงานที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ สูงสุดให้แก่กิจการและความมั่งคั่งสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น (Maximize Economic Value and Shareholders' Wealth)
3. จัดให้มีนโยบายการกำกับดูแลกิจการ ของบริษัทเป็นลายลักษณ์อักษร ให้ความเห็นชอบนโยบาย ดังกล่าวพร้อม ทบทวนนโยบายและการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ
4. ส่งเสริมให้จัดทำจริยธรรมธุรกิจเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนเข้าใจถึง มาตรฐานด้านจริยธรรม ที่บริษัทใช้ในการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งติดตามให้มีการปฏิบัติตามจริยธรรมดังกล่าวอย่างจริงจัง
5. พิจารณาเรื่องความขัดแย้งของผลประโยชน์อย่างรอบคอบ พิจารณาการทำรายการที่อาจมีความขัดแย้งของ ผลประโยชน์ โดยมีแนวทางที่ชัดเจนและเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ของบริษัทและผู้ถือหุ้นโดยรวมเป็นสำคัญ สำหรับผู้มีส่วนได้ เสียจะไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจพร้อมทั้งกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามข้อกำหนดเกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินการและการ เปิดเผยข้อมูลของรายการที่อาจมีความขัดแย้งของผลประโยชน์ อย่างถูกต้อง ครบถ้วนมีมาตรฐาน และโปร่งใส
6. จัดให้มีระบบการควบคุมด้านการดำเนินงาน ด้านรายงานทางการเงิน และด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบและ นโยบาย และจัดให้มีบุคคลหรือหน่วยงานที่เป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ เป็นผู้รับผิดชอบในการตรวจสอบระบบการควบคุม ดังกล่าว และมีการทบทวนระบบต่างๆอย่างสม่ำเสมอ
7. กำหนดนโยบายด้านการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Policy) ให้ครอบคลุมทั้งองค์กร โดยให้ฝ่ายจัดการ เป็นผู้ปฏิบัติตามนโยบายและรายงานให้คณะกรรมการทราบเป็นประจำ จัดให้มีการทบทวนระบบหรือประเมินประสิทธิภาพของ การจัดการความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ และในทุกๆระยะเวลาที่พบว่าระดับความเสี่ยงมีการเปลี่ยนแปลงภายในทิศทางที่กำหนด ตลอดจนให้ความสำคัญกับสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้าและรายการผิดปกติต่างๆ

8. แต่งตั้งคณะกรรมการหรือบุคคลใด เพื่อทำหน้าที่ช่วยดูแล ติดตาม และควบคุมการบริหารงานของบริษัท ในเรื่องที่เป็นสาระสำคัญภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการบริษัท รวมทั้งประเมินผลการปฏิบัติงานและกำหนดค่าตอบแทนของคณะกรรมการหรือบุคคลดังกล่าว หรือมอบอำนาจเพื่อให้คณะกรรมการหรือบุคคลดังกล่าวมีอำนาจตามที่คณะกรรมการเห็นสมควร และภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการเห็นสมควร ซึ่งคณะกรรมการอาจยกเลิก เพิกถอน เปลี่ยนแปลง หรือแก้ไขอำนาจนั้นๆ ได้

ทั้งนี้การมอบอำนาจแก่คณะกรรมการหรือบุคคลใดดังกล่าวข้างต้น จะไม่รวมถึงการมอบอำนาจที่ทำให้คณะกรรมการหรือบุคคลดังกล่าว หรือผู้รับมอบอำนาจจากคณะกรรมการหรือบุคคลดังกล่าว สามารถอนุมัติรายการที่ตนหรือบุคคลอาจมีความขัดแย้ง มีส่วนได้เสีย หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในลักษณะอื่นใดที่จะทำขึ้นกับบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย รวมทั้งกำหนดให้ต้องขอความเห็นชอบจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน และการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สินที่สำคัญของบริษัทฯ เพื่อให้สอดคล้องตามข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และ/หรือ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ในกรณีที่การดำเนินการเรื่องใดที่กรรมการท่านใดหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง (ตามประกาศสำนักงาน กสท. และ/หรือตลาดหลักทรัพย์ฯ) มีส่วนได้เสียหรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ กรรมการและบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งนั้นไม่มีสิทธิออกเสียงหรืออำนาจอนุมัติการดำเนินการในเรื่องดังกล่าว

นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณามอบอำนาจให้แก่คณะกรรมการหรือบุคคลใดดังกล่าวข้างต้นในการทำธุรกรรมที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและการลงทุนตามปกติธุรกิจของบริษัทฯ โดยได้มีการกำหนดขอบเขตและวงเงินในแต่ละระดับอย่างชัดเจน ทั้งนี้ ไม่มีการมอบอำนาจในลักษณะไม่จำกัดวงเงินแต่อย่างใด

9. จัดทำรายงานคณะกรรมการประจำปี และรับผิดชอบต่อการจัดทำและการเปิดเผยการเงินเพื่อแสดงถึงฐานะการเงินและผลการดำเนินงานในรอบปีที่ผ่านมา เพื่อนำเสนอต่อผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ ได้มีการทบทวนขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทฯ ให้สอดคล้องกับนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance Policy)

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี กรรมการบริษัท จำนวน 11 ท่าน ได้ผ่านการอบรมหลักสูตรที่ส่งเสริมการทำหน้าที่คณะกรรมการบริษัทฯ อาทิ หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) , หลักสูตร Director Certification Program (DCP) ,หลักสูตร Finance for Non Finance Director (FND) ,หลักสูตร Audit Committee(ACP) เป็นต้น ซึ่งจัดโดย สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors)

บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของประธานกรรมการ

ประธานกรรมการมีบทบาทหน้าที่เป็นประธานที่ประชุม ควบคุม ดูแล จัดสรรเวลาในแต่ละวาระ สำหรับให้กรรมการที่จะอภิปรายแสดงความเห็นในประเด็นที่สำคัญอย่างเพียงพอ และเป็นผู้ลงคะแนนเสียงชี้ขาดในกรณีที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทมีการลงคะแนนเสียง และคะแนนเสียง 2 ฝ่ายเท่ากัน และรับผิดชอบในฐานะผู้นำของคณะกรรมการในการวางกรอบและติดตามดูแลการกำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการขององค์กร และเป็นประธานการประชุมผู้ถือหุ้นประจำปีของบริษัท

การประชุมคณะกรรมการบริษัท

- บริษัทฯกำหนดให้มีการประชุมคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง โดยแจ้งกำหนดการประชุมตลอดทั้งปีเป็นการล่วงหน้า แก่กรรมการทุกท่านเพื่อสามารถจัดเวลาเข้าร่วมประชุมได้

- ประธานกรรมการและกรรมการผู้อำนวยการร่วมกันพิจารณาเลือกเรื่องเข้าบรรจุเป็นวาระการประชุมคณะกรรมการ

- บริษัทเปิดโอกาสให้กรรมการแต่ละคนสามารถเสนอเรื่องเข้าสู่วาระการประชุมของคณะกรรมการได้ โดย

เสนอผ่านประธานกรรมการ

- หนังสือเชิญประชุมพร้อมแจ้งวาระการประชุม จะส่งให้แก่กรรมการก่อนวันประชุมไม่น้อยกว่า 7 วัน ยกเว้นกรณีเร่งด่วนฉุกเฉิน

- บริษัทจะจัดส่งเอกสารประกอบการประชุมให้แก่กรรมการเป็นการล่วงหน้า เพื่อประกอบการพิจารณา หากกรรมการท่านใดต้องการข้อมูลเพิ่มเติมสามารถขอได้ที่เลขานุการบริษัท
- บริษัทมีนโยบายให้กรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหารมีโอกาสที่จะประชุมกันเองเพื่ออภิปรายปัญหาเกี่ยวกับการจัดการที่อยู่ในความสนใจ โดยไม่มีฝ่ายจัดการร่วมอยู่ด้วย

กรรมการอิสระ (Independent Director)

กรรมการอิสระ คือ กรรมการที่ไม่ได้บริหารจัดการกิจการของบริษัท บริษัทย่อย บริษัทร่วม มีความเป็นอิสระจากผู้ถือหุ้นใหญ่ และ ผู้บริหารของบริษัท ไม่มีความสัมพันธ์อันอาจเป็นการขัดขวางการใช้วิจารณญาณอย่างอิสระของตน ทั้งนี้ขณกรรมการอิสระของบริษัทเท่ากับข้อกำหนดขั้นต่ำของสำนักงานคณะกรรมการกำกับตลาดทุนและตลาดหลักทรัพย์ฯ

คุณสมบัติกรรมการอิสระ

1. ถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 1 ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท ทั้งนี้ให้นับรวมหุ้นที่ถือโดยผู้ที่เกี่ยวข้องตามมาตรา 258 ของพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ของกรรมการอิสระรายนั้น ๆ ด้วย
2. ไม่เป็นหรือเคยเป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมในการบริหารงาน พนักงาน ลูกจ้าง ที่ปรึกษาด้านอื่นใดที่ได้รับผลตอบแทนประจำ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทย่อยลำดับเดียวกัน ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือของผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนวันที่ได้รับการแต่งตั้ง ทั้งนี้ ลักษณะต้องห้ามดังกล่าวไม่รวมถึงกรณีที่กรรมการอิสระเคยเป็นข้าราชการ หรือที่ปรึกษาของส่วนราชการซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท
3. กรรมการอิสระจะต้องไม่มีหรือเคยมีความสัมพันธ์ทางการค้า ทางธุรกิจ ส่วนได้เสียทางการเงินหรือผลประโยชน์อื่น ๆ ในการบริหารจัดการ ทั้งในทางตรงหรือทางอ้อมกับบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท ในลักษณะที่อาจเป็นการขัดขวางการใช้วิจารณญาณอย่างอิสระของตน หรือไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัย หรือผู้มีอำนาจควบคุมของผู้ที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทเว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนวันที่ได้รับการแต่งตั้ง
4. กรรมการอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์ทางสายโลหิตหรือโดยการจดทะเบียนตามกฎหมายในลักษณะที่เป็นบิดามารดา คู่สมรส พี่น้องและบุตร รวมทั้งคู่สมรสของบุตร กับผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุม หรือนิติบุคคลที่ได้รับการเสนอชื่อเป็นผู้บริหารหรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทหรือบริษัทย่อย
5. กรรมการอิสระจะต้องไม่ทำการเป็นตัวแทนอย่างเปิดเผยหรือไม่เปิดเผยของกรรมการบริษัท ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ถือหุ้นใดซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่คนใดหรือกลุ่มผู้ถือหุ้นใดของบริษัท
6. กรรมการอิสระจะต้องทำหน้าที่และใช้วิจารณญาณของตน โดยไม่ได้รับอิทธิพลจากกรรมการ ผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ รวมทั้งบุคคลที่เกี่ยวข้องหรือญาติ
7. กรรมการอิสระจะต้องไม่เป็นหรือเคยเป็น ผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท และไม่เป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัย ผู้มีอำนาจควบคุม หรือหุ้นส่วนผู้จัดการของนิติบุคคลที่เป็นสำนักงานสอบบัญชี ซึ่งมีผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทสังกัดอยู่ เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนวันที่ได้รับการแต่งตั้ง
8. กรรมการอิสระจะต้องไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ให้บริการทางวิชาชีพใดๆ ซึ่งรวมถึงการให้บริการเป็นที่ปรึกษากฎหมายที่ปรึกษาทางการเงิน หรือผู้ประเมินราคาทรัพย์สิน ซึ่งได้รับค่าบริการเกินกว่า 2 ล้านบาทต่อปีจากบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ให้บริการทางวิชาชีพเป็นนิติบุคคล ให้รวมถึงการเป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัย ผู้มีอำนาจควบคุม หรือหุ้นส่วนผู้จัดการของผู้ให้บริการทางวิชาชีพนั้นด้วย เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนวันที่ได้รับการแต่งตั้ง

9. กรรมการอิสระจะต้องไม่มีลักษณะอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถให้ความเห็นอย่างเป็นทางการเป็นการดำเนินงานของบริษัท

(2) คณะกรรมการตรวจสอบ (Audit Committee)

คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อช่วยงานของคณะกรรมการบริษัทในการปฏิบัติหน้าที่รับผิดชอบในการสอดส่องดูแลคุณภาพและความน่าเชื่อถือของระบบบัญชี ระบบตรวจสอบ ระบบควบคุมภายใน ตลอดจนกระบวนการรายงานทางการเงินของบริษัท

คุณสมบัติกรรมการตรวจสอบ

1. กรรมการตรวจสอบทุกคนต้องเป็นกรรมการอิสระ
2. กรรมการตรวจสอบต้องได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการหรือผู้ถือหุ้น
3. กรรมการตรวจสอบต้องไม่เป็นกรรมการที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทให้ตัดสินใจในการดำเนินกิจการของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทย่อยลำดับเดียวกันหรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งกัน
4. ไม่เป็นกรรมการของบริษัทใหญ่ บริษัทย่อย และบริษัทย่อยลำดับเดียวกัน
5. มีกรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 1 คน ที่มีความรู้ความชำนาญทางบัญชีหรือการจัดการด้านการเงินที่เกี่ยวข้องตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และมีประสบการณ์เพียงพอที่จะทำหน้าที่ในการสอบทานความน่าเชื่อถือของงบการเงินได้

องค์ประกอบและการประชุม

คณะกรรมการตรวจสอบต้องประกอบด้วยกรรมการอย่างน้อย 3 ท่าน กรรมการแต่ละท่านต้องเป็นกรรมการอิสระสามารถใช้ดุลพินิจของตนอย่างเป็นอิสระ และสามารถอ่านและเข้าใจพื้นฐานของงบการเงินซึ่งจำเป็นต้องมีในการทำหน้าที่กรรมการตรวจสอบ กรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 1 ท่าน ต้องมีความรู้ความชำนาญทางบัญชีหรือการจัดการด้านการเงินที่เกี่ยวข้องตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คณะกรรมการตรวจสอบสามารถติดต่อสื่อสารโดยตรงกับผู้สอบบัญชีภายนอก ผู้ตรวจสอบภายใน และฝ่ายจัดการของบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบแต่งตั้งกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการตรวจสอบต้องจัดให้มีการประชุมอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง หรือมากกว่าหากจำเป็น โดยประธานกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่จัดการประชุม ทำหน้าที่เป็นประธานในที่ประชุม ให้ความเห็นชอบกับวาระการประชุม ตลอดจนรายงานผลการประชุมให้คณะกรรมการบริษัททราบอย่างสม่ำเสมอ

คณะกรรมการตรวจสอบมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี โดยกรรมการตรวจสอบซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับการแต่งตั้งอีกก็ได้ ในกรณีที่ตำแหน่งกรรมการตรวจสอบว่างลงเพราะเหตุอื่น ที่นอกจากถึงคราวออกตามวาระให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนเป็นกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้คณะกรรมการตรวจสอบมีจำนวนครบตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด โดยบุคคลที่เข้าเป็นกรรมการตรวจสอบแทนสามารถอยู่ในตำแหน่งได้เพียงเท่าที่วาระที่ยังเหลืออยู่ของกรรมการตรวจสอบซึ่งตนทดแทน

คณะกรรมการตรวจสอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัท มีจำนวน 3 ท่าน ซึ่งประกอบด้วยกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน โดยกรรมการทั้ง 3 ท่าน เป็นผู้มีความรู้ ความเข้าใจ หรือมีประสบการณ์ด้านบัญชีหรือการเงิน ประกอบด้วย

รายชื่อ	ตำแหน่ง	การประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ	
		จำนวนครั้ง การประชุม	จำนวนครั้ง ที่เข้าร่วมประชุม
นายปกรณ์ บริมาสพร	กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ	4	4
นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	4	4
นางสาวเขมกร วชิรวารการ	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	4	1

หมายเหตุ : โดยมี นางสาวมัธยา โอสถานนท์ ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายการเงิน เป็นเลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ

บทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ

คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่ความรับผิดชอบดังนี้

1. สอบทานให้บริษัทมีรายงานทางการเงิน (รายไตรมาสและประจำปี) ที่ถูกต้องและเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องของบริษัทอย่างเพียงพอก่อนเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท
2. สอบทานให้บริษัทมีระบบควบคุมภายในและระบบตรวจสอบภายในที่เหมาะสม เพียงพอ และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งพิจารณาความเป็นอิสระของหน่วยงานตรวจสอบภายใน ตลอดจนให้ความเห็นชอบในการพิจารณาแต่งตั้ง โยกย้าย เลิกจ้าง หัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายใน หรือหน่วยงานอื่นใดที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการตรวจสอบภายใน
3. สอบทานให้บริษัทมีระบบการประเมินความเสี่ยงการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมเพียงพอ และมีประสิทธิภาพ
4. สอบทานให้บริษัทปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท
5. พิจารณาคัดเลือกเพื่อเสนอแต่งตั้งบุคคลซึ่งมีความเป็นอิสระและกำหนดค่าตอบแทนผู้สอบบัญชีของบริษัท ประสานงานกับผู้สอบบัญชีเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการดำเนินการตรวจสอบ ขอบเขต แนวทาง แผนงาน และปัญหาที่พบระหว่างการตรวจสอบ และประเด็นที่ผู้สอบบัญชีเห็นว่าเป็นสาระสำคัญ รวมทั้งเข้าร่วมประชุมกับผู้สอบบัญชีโดยไม่มีฝ่ายจัดการเข้าร่วมประชุมด้วยอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
6. พิจารณารายการที่เกี่ยวข้องกัน หรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้มีความถูกต้องและครบถ้วน ให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ฯ รวมทั้งเปิดเผยข้อมูลในการเข้าทำรายการดังกล่าวอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่ารายการดังกล่าวสมเหตุสมผลและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท
7. จัดทำรายงานผลการกำกับดูแลกิจการของคณะกรรมการตรวจสอบ โดยเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปีของบริษัท ซึ่งรายงานดังกล่าวต้องลงนามโดยประธานกรรมการตรวจสอบประกอบด้วยข้อมูลดังต่อไปนี้
 - ความเห็นเกี่ยวกับความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นที่เชื่อถือได้ของรายงานทางการเงินของบริษัท
 - ความเห็นเกี่ยวกับความเพียงพอของระบบควบคุมภายในของบริษัท
 - ความเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท
 - ความเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของผู้สอบบัญชี
 - ความเห็นเกี่ยวกับรายงานที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์
 - จำนวนการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบและการเข้าร่วมประชุมของกรรมการตรวจสอบแต่ละท่าน
 - ความเห็นชอบหรือข้อสังเกตโดยรวมที่คณะกรรมการตรวจสอบได้รับจากการปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย

• รายการอื่นที่เห็นว่าผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนทั่วไปควรทราบ ภายใต้ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท

8. ปฏิบัติหน้าที่อื่นๆตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทด้วยความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบในการปฏิบัติหน้าที่ คณะกรรมการตรวจสอบมีความรับผิดชอบต่องานของบริษัทโดยตรงและคณะกรรมการของบริษัทยังคงมีความรับผิดชอบในการดำเนินงานของบริษัทต่อบุคคลภายนอก

คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่สอดส่องดูแล ฝ่ายจัดการมีหน้าที่รับผิดชอบต่อการจัดเตรียมงบการเงินของบริษัทและผู้สอบบัญชีภายนอกมีหน้าที่ตรวจสอบงบการเงินดังกล่าว คณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทรับทราบร่วมกันว่า ฝ่ายจัดการ ผู้ตรวจสอบภายในและผู้สอบบัญชีภายนอกมีทรัพยากรและเวลา ตลอดจนข้อมูลความรู้เรื่องบัญชี การตรวจสอบ ระบบควบคุมภายใน และกระบวนการจัดทำรายงานทางการเงินของบริษัทมากกว่าคณะกรรมการตรวจสอบ ฉะนั้นบทบาทการสอดส่องดูแลของคณะกรรมการตรวจสอบไม่ได้ให้ประกันเป็นพิเศษในงบการเงินและข้อมูลการเงินที่บริษัทนำเสนอให้กับผู้ถือหุ้นและบุคคลอื่นๆ

ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทมีอำนาจในการแก้ไข เปลี่ยนแปลง นโยบายและคุณสมบัติของกรรมการอิสระ และคุณสมบัติขอบเขตอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของสำนักงาน ก.ล.ต. ตลาดหลักทรัพย์ฯ คณะกรรมการกำกับตลาดทุน และ/หรือ บทบัญญัติของกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

(3) คณะกรรมการบริหาร (Executive Director)

คณะกรรมการบริหารมีอำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบในการบริหารงานในเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินงานตามปกติธุรกิจและงานบริหารของบริษัท กำหนดนโยบาย แผนธุรกิจ งบประมาณ โครงสร้างการบริหารงาน และอำนาจการบริหารต่าง ๆ ของบริษัท หลักเกณฑ์ในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ และแนวนโยบายที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท เพื่อเสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทพิจารณาและอนุมัติและ/หรือให้ความเห็นชอบ รวมตลอดถึงการตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทตามนโยบายที่คณะกรรมการกำหนด

คณะกรรมการบริหาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีคณะกรรมการบริหาร จำนวน 6 ท่าน ดังนี้

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
1.นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	ประธานกรรมการบริหาร
2.นายเสริมสิน สมะลาภา	รองประธานกรรมการบริหาร
3.นางสาวดวงกมล โชตะนา	กรรมการผู้อำนวยการ
4. นายเทพชัย แซ่หย่อง	บรรณาธิการเครือเนชั่น
5. นายอดิศักดิ์ ลิ้มปฐมนิก	กรรมการ
6. นายพนา จันทรวโรจน์	กรรมการ

ขอบเขตอำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบ

โดยสรุปอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบที่สำคัญได้ดังนี้

1. ควบคุมดูแลกิจการ และกำหนดนโยบาย ทิศทางและกลยุทธ์ทางธุรกิจให้ดำเนินการตามนโยบายและเป้าหมายของคณะกรรมการบริษัท รวมทั้งนำเสนอ นโยบาย แผนธุรกิจ งบประมาณ ทิศทางในการดำเนินธุรกิจและแผนงานให้คณะกรรมการบริษัทอนุมัติ

2. พิจารณาโครงสร้างองค์กร มีอำนาจกำหนดการบริหารจัดการ โครงสร้างเงินเดือนของบริษัทฯ รวมถึงการคัดเลือก การฝึกอบรม การแต่งตั้ง การว่าจ้าง การโยกย้าย การกำหนดเงินค่าจ้าง ค่าตอบแทน โบนัสพนักงานระดับผู้บริหาร และการเลิก

จ้างพนักงานของบริษัทฯ โดยอาจมอบหมายให้ กรรมการผู้อำนวยการของบริษัท หรือ กรรมการผู้อำนวยการของบริษัทย่อย เป็นผู้ดำเนินงานแทนบริษัทฯ ในการลงนามในสัญญาจ้างแรงงาน

3. พิจารณานุมัติการดำเนินงานที่เป็นธุรกรรมตามปกติธุรกิจของบริษัทฯ เช่น การจัดซื้อสินค้า การจัดซื้อลิขสิทธิ์ การลงทุนในสินทรัพย์ การทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคาร/สถาบันการเงิน ในเรื่องการเปิดบัญชี การให้กู้ยืมเงิน การกู้ยืมเงิน การจัดหาเงินสินเชื่อ จำนำ จำนอง ค้ำประกัน และอื่นๆ รวมถึงการซื้อขายและจดทะเบียน กรรมสิทธิ์ที่ดินใดๆ เพื่อการดำเนินงานตามปกติธุรกิจภายในวงเงินสำหรับแต่ละรายการ เป็นไปตามระเบียบอำนาจอนุมัติและสั่งการที่คณะกรรมการของบริษัทอนุมัติแล้ว

4. กำหนดแผนธุรกิจ งบประมาณและหลักในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท และให้มีอำนาจควบคุมดูแลการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯให้เป็นไปตามนโยบายธุรกิจแผนธุรกิจและกลยุทธ์ทางธุรกิจที่คณะกรรมการบริษัทได้อนุมัติแล้วซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมาย เงื่อนไข กฎระเบียบ และข้อบังคับของบริษัทฯ

5. มีอำนาจดำเนินการตามนโยบายของคณะกรรมการบริษัทที่เกี่ยวกับการดำเนินงานตามธุรกิจ ซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมาย เงื่อนไข กฎระเบียบและข้อบังคับของบริษัทฯ เว้นแต่รายการที่คณะกรรมการบริหาร อาจมีความขัดแย้งหรือมีส่วนได้เสีย หรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทหรือบริษัทย่อย ซึ่งจะกระทำได้อีกเมื่อได้รับมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทที่มีกรรมการอิสระเข้าประชุมด้วยเท่านั้น ส่วนรายการที่เกี่ยวข้องกันและการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัทฯให้เป็นไปตามระเบียบวิธีปฏิบัติตามที่ตลาดหลักทรัพย์ และ ก.ล.ด.กำหนด

6. พิจารณาผลกำไรขาดทุนของบริษัทฯ และการเสนอจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล หรือเงินปันผลประจำปี เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท

7. พิจารณาเรื่องอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท ทั้งนี้ การได้รับมอบหมายอำนาจดังกล่าวข้างต้น ต้องไม่มีลักษณะเป็นการมอบอำนาจ หรือมอบอำนาจช่วงที่ทำให้คณะกรรมการบริหาร หรือผู้รับมอบอำนาจจากคณะกรรมการบริหารสามารถอนุมัติรายการที่ตนหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง มีส่วนได้เสีย หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ใดตามที่ทางก.ล.ด. กำหนด กับบริษัทหรือบริษัทย่อย ยกเว้นเป็นการอนุมัติรายการที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติไว้

อย่างไรก็ดี การอนุมัติรายการที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ดังกล่าวจะต้องดำเนินการตามประกาศของตลาดหลักทรัพย์ฯ คณะกรรมการกำกับตลาดทุน และ/หรือสำนักงาน ก.ล.ด. เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และการเปิดเผยรายการที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทจดทะเบียน

ทั้งนี้ กรรมการบริหารของบริษัทฯ อาจได้รับการแต่งตั้ง หรือถอดถอนโดยที่ประชุมคณะกรรมการ หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ

(4) ผู้บริหาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีคณะผู้บริหารระดับสูง จำนวน 10 ท่าน ดังนี้

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	ประธานกรรมการบริหาร
2. นายเสริมสิน สมะลาภา	รองประธานกรรมการบริหาร
3. นางสาวดวงกมล โชตะนา	กรรมการผู้อำนวยการ
4. นายเทพชัย แซ่หย่อง	บรรณาธิการเครือเนชั่น
5. นายพนา จันทรวโรจน์	กรรมการผู้อำนวยการสายธุรกิจต่างประเทศ
6. นายวิฑูร พึ่งประเสริฐ	ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย
7. นางสาวฉัฐวรา แสงวารินทร์	ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการ ฝ่ายการตลาด และประชาสัมพันธ์

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
8. นายธงชัย บุญสุถาวรนนท์	กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจโรงพิมพ์
9. นายสุพจน์ เพียรศิริ	ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายบัญชี
10. นางสาวมัทธยา โอสธานนท์	ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายการเงิน

ขอบเขตอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของกรรมการผู้อำนวยการ

- ควบคุมดูแลการดำเนินงานกิจการและ/หรือบริหารงานประจำวันของบริษัท
 - ดำเนินการหรือบริหารงานให้เป็นไปตามนโยบาย เป้าหมาย แผนการดำเนินงาน และงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการและ/หรือคณะกรรมการบริหารของบริษัท
 - เป็นผู้รับมอบอำนาจของบริษัทในการบริหารกิจการของบริษัทให้เป็นตามวัตถุประสงค์ข้อบังคับนโยบายระเบียบข้อกำหนด คำสั่ง มติที่ประชุมผู้ถือหุ้นและ/หรือมติที่ประชุมคณะกรรมการและคณะกรรมการบริหารของบริษัททุกประการ
 - มีอำนาจแต่งตั้งและบริหารงานคณะกรรมการทำงานชุดต่างๆ เพื่อประโยชน์และประสิทธิภาพการจัดการที่ดี และโปร่งใส และให้มีอำนาจในการมอบอำนาจช่วง และ/หรือมอบหมายให้บุคคลอื่นปฏิบัติงานเฉพาะอย่างแทนได้ โดยการมอบอำนาจช่วง และ/หรือการมอบหมายดังกล่าวให้อยู่ภายใต้ขอบเขตแห่งการมอบอำนาจตามหนังสือมอบอำนาจและ/หรือให้เป็นไปตามระเบียบอำนาจอนุมัติและสั่งการที่คณะกรรมการของบริษัทอนุมัติแล้ว
 - กำหนดภารกิจ วัตถุประสงค์ แนวทาง นโยบายของบริษัท รวมถึงการสั่งการและกำกับดูแลการดำเนินงานโดยรวม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการบริหารงาน
 - ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ และมีหน้าที่รายงานผลการดำเนินงาน การบริหารจัดการ ความคืบหน้าในการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ และ คณะกรรมการบริษัท
 - มีอำนาจพิจารณาอนุมัติการใช้จ่ายเงินในการดำเนินการตามปกติธุรกิจของบริษัท แต่ละรายการที่กำหนดไว้ในระเบียบอำนาจอนุมัติและสั่งการที่คณะกรรมการของบริษัทอนุมัติแล้ว
 - พิจารณาอนุมัติการเข้าทำสัญญาเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจปกติของบริษัท โดยแต่ละรายการที่กำหนดไว้ในระเบียบอำนาจอนุมัติและสั่งการที่คณะกรรมการของบริษัทอนุมัติแล้ว
 - มีอำนาจพิจารณาว่าจ้างพนักงาน และบรรจุแต่งตั้ง ตลอดจนการโอน โยกย้ายข้ามสายงาน/ฝ่าย/แผนกหรือการพ้นจากการเป็นพนักงาน กำหนดอัตราค่าจ้าง ค่าตอบแทน เงินเดือน โบนัส รวมถึงสวัสดิการ เกี่ยวกับพนักงานของบริษัท ตามกรอบนโยบายที่คณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการบริษัทกำหนด
 - มีอำนาจ ออกคำสั่ง ระเบียบ ประกาศ บันทึกลง เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามนโยบายและผลประโยชน์ของบริษัท และเพื่อรักษาระเบียบ วินัย การทำงานภายในองค์กร
 - ปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทหรือคณะกรรมการบริหารเป็นคราว ๆ ไป
- ทั้งนี้การมอบหมายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการผู้อำนวยการนั้นจะไม่มีลักษณะเป็นการมอบอำนาจหรือมอบอำนาจช่วงที่ทำให้กรรมการผู้อำนวยการหรือผู้รับมอบอำนาจจากกรรมการผู้อำนวยการสามารถอนุมัติรายการที่ตนหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง(ตามนิยามของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนด) มีส่วนได้เสียหรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์อื่นใดกับบริษัทหรือบริษัทย่อยเว้นแต่เป็นการอนุมัติรายการที่เป็นไปตามปกติธุรกิจที่มีการกำหนดขอบเขตชัดเจน
- กรรมการผู้อำนวยการของบริษัทฯ อาจได้รับการแต่งตั้ง หรือถอดถอนโดยที่ประชุมคณะกรรมการ หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ

รายงานการถือครองหลักทรัพย์ของคณะกรรมการบริษัท

ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น			สัดส่วนการถือครองหุ้นของบริษัท (%)	หมายเหตุ
	31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2555	จำนวนหุ้น เพิ่ม(ลด) ระหว่างปี (หุ้น)		
1.นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	304,101,742	165,480,540	138,621,202	9.20	รวมการถือหุ้นของกลุ่มสมรส
2.นายเสริมสิน สมะลาภา	300,000,000	165,000,000	135,000,000	9.08	
3.นายปรกรณ์ บริมาสาร	587,708	269,000	318,708	0.02	
4.นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	-	-	-	-	
5.นางสาวเขมกร วชิรวารการ ⁽¹⁾	10,000,000	-	10,000,000	-	
6.นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์	2,000,000	-	2,000,000	0.06	
7.นางสาวดวงกมล โชตะนา	20,908,200	10,044,100	10,864,100	0.63	
8.นายอดิศักดิ์ ลิ้มปฐมนิกิจ	15,900,000	10,000,000	5,900,000	0.48	รวมการถือหุ้นของกลุ่มสมรส
9.นายพนา จันทรวโรจน์	20,249,000	10,124,500	10,124,500	0.61	รวมการถือหุ้นของกลุ่มสมรส
10.นายเทพชัย แซ่หย่อง	-	-	-	-	

หมายเหตุ 1. ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2556 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2556 ได้มีมติอนุมัติแต่งตั้งนางสาวเขมกร วชิรวารการ เป็นกรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบของบริษัทฯ แทนนายโยธิน เนื่องจากรายงาน มีผลตั้งแต่วันที่ 18 ตุลาคม 2556

รายงานการถือครองหลักทรัพย์ของผู้บริหารระดับสูง

ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น			สัดส่วนการถือครองหุ้นของบริษัท (%)	หมายเหตุ
	31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2555	จำนวนหุ้น เพิ่ม(ลด) ระหว่างปี (หุ้น)		
1.นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	304,101,742	165,480,540	138,621,202	9.20	รวมการถือหุ้นของกลุ่มสมรส
2.นายเสริมสิน สมะลาภา	300,000,000	165,000,000	135,000,000	9.08	
3.นางสาวดวงกมล โชตะนา	20,908,200	10,044,100	10,864,100	0.63	
4.นายเทพชัย แซ่หย่อง	-	-	-	-	
5.นายพนา จันทรวโรจน์	20,249,000	10,124,500	10,124,500	0.61	รวมการถือหุ้นของกลุ่มสมรส
6. นายวิฑูร พิธีประเสริฐ	200,050	50,000	150,000	0.01	รวมการถือหุ้นของกลุ่มสมรส
7. นางสาวณัฐวรา แสงวารินทร์	320,100	100	320,000	0.01	
8. นายธงชัย บุญสุถุการณ์	100,000	-	100,000	0.01	รวมการถือหุ้นของกลุ่มสมรส
9. นายสุพจน์ เพียรศิริ	300,000	-	300,000	0.01	
10. นางสาวมรียา โอสถานนท์	260,000	-	260,000	0.01	

9.3 การสรรหากรรมการและผู้บริหาร

บริษัทฯ ตระหนักว่า ธุรกิจสื่อของบริษัท มีความสำคัญต่อการขึ้นาคำคิดของสังคม ดังนั้นบุคคลที่จะเป็นผู้บริหารหรือกรรมการของบริษัท ต้องเป็นผู้ที่มีความเข้าใจบทบาทหน้าที่ของการเป็นสื่อที่มีจริยธรรมและยึดมั่นในจรรยาบรรณทางวิชาชีพ และจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อสามารถวางแผนนโยบายในการนำเสนอเนื้อหาอย่างเป็นกลาง สร้างสรรค์ ไม่บิดเบือน จึงเห็นว่าการคัดสรรบุคคลเพื่อดำรงตำแหน่งกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทเป็นเรื่องสำคัญจึงควรเป็นหน้าที่โดยตรงของคณะกรรมการทั้งคณะ

บริษัทฯ จึงไม่มีการแต่งตั้งคณะกรรมการสรรหา(Nominating Committee) โดยกำหนดให้ คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้ทำหน้าที่สรรหากรรมการ โดยจะเป็นผู้ทำหน้าที่เสนอชื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะเป็น กรรมการบริษัท และกรรมการอิสระ จากนั้นประธานกรรมการเป็นผู้เสนอรายชื่อบุคคลที่จะแต่งตั้งเป็นกรรมการบริษัท และกรรมการอิสระ ต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณา

นอกจากนี้บริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อย รายเดียวหรือหลายรายรวมกัน ซึ่งถือหุ้นของบริษัทฯ ต่อเนื่องเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี และต้องถือหุ้นในวันที่เสนอชื่อกรรมการ พร้อมเอกสารรับรองการถือครองหลักทรัพย์จากบริษัทฯ เสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการได้ โดยเสนอชื่อผ่านประธานกรรมการ ล่วงหน้า 3 เดือนก่อนวันประชุมใหญ่สามัญประจำปีผู้ถือหุ้น พร้อมข้อมูลประกอบการพิจารณาด้านคุณสมบัติและการให้ความยินยอมของผู้ได้รับการเสนอชื่อ

การแต่งตั้งกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทจะทำหน้าที่เป็นคณะกรรมการสรรหาและคัดเลือกบุคคลที่จะเข้าดำรงตำแหน่งคณะกรรมการบริษัทโดยได้พิจารณาจากความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทหรือพิจารณาจากกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่อย่างไรก็ตามการแต่งตั้งกรรมการใหม่จะต้องผ่านการพิจารณาจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทซึ่งประกอบด้วยกรรมการอิสระและคณะกรรมการตรวจสอบร่วมอยู่ด้วยนอกจากนี้การแต่งตั้งกรรมการจะต้องผ่านมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามข้อบังคับของบริษัททั้งนี้ข้อบังคับของบริษัทกำหนดให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นเลือกตั้งกรรมการตามหลักเกณฑ์และวิธีการดังต่อไปนี้

1. ผู้ถือหุ้นคนหนึ่งมีคะแนนเสียงเท่ากับ 1 หุ้นต่อ 1 เสียง
2. การเลือกตั้งกรรมการจะลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเป็นรายบุคคลหรือหลายคนเป็นกรรมการก็ได้ทั้งนี้แต่ที่ประชุมผู้ถือหุ้นจะเห็นสมควร โดยในการออกเสียงลงคะแนนไม่ว่าจะเป็นการเลือกตั้งเป็นรายบุคคลหรือหลายคนบุคคลแต่ละคนที่ผู้ถือหุ้นออกเสียงเลือกตั้งจะได้รับคะแนนเสียงจากผู้ถือหุ้นตามจำนวนหุ้นที่ผู้ถือหุ้นมีอยู่ทั้งหมดตาม (1) โดยผู้ถือหุ้นดังกล่าวจะแบ่งคะแนนเสียงให้แก่ผู้หนึ่งผู้ใดมากหรือน้อยเพียงใดไม่ได้
3. บุคคลซึ่งได้รับคะแนนเสียงสูงสุดตามลำดับลงมาเป็นผู้ได้รับการเลือกตั้งเป็นกรรมการเท่าจำนวนกรรมการที่จะพึงมีหรือจะพึงเลือกตั้งในครั้งนั้น ในกรณีที่บุคคลซึ่งได้รับการเลือกตั้งในลำดับถัดมามีคะแนนเสียงเท่ากันเกินจำนวนกรรมการที่จะพึงมีหรือจะพึงเลือกตั้งในครั้งนั้นให้ผู้เป็นประธานออกเสียงชี้ขาด

ทั้งนี้การพ้นวาระตำแหน่งของกรรมการจะสลับหมุนเวียนในอัตราส่วน 1 ใน 3 ของกรรมการซึ่งต้องพ้นวาระทุกปีตามมติที่ประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้นแต่กรรมการชุดเดิมอาจได้รับการแต่งตั้งกลับเข้ามาใหม่ได้

9.4 การดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายใน

บริษัทมีนโยบายและวิธีการในการดูแลกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานของบริษัท ในการนำข้อมูลภายในของบริษัทไปใช้ ดังนี้

1. กรรมการ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ จะรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ และ/หรือข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัทฯ เป็นความลับ เว้นแต่การเปิดเผยข้อมูลนั้นเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
2. กรรมการ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และพนักงานของบริษัทฯ จะไม่เปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับ และ/หรือข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัทฯ โดยมีเป้าหมายเพื่อผลประโยชน์ของตนเองหรือผู้อื่น ไม่ว่าทางตรง หรือทางอ้อม โดยไม่คำนึงว่าจะได้รับผลประโยชน์ดังกล่าวหรือไม่
3. กรรมการ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ จะไม่ขาย ชื่อ โอน หรือรับโอนหลักทรัพย์ของบริษัทฯ โดยข้อมูลที่เป็นความลับ และ/หรือข้อมูล ภายในของกลุ่มบริษัทฯ และ/หรือการเข้าทำรายการใด ๆ โดยข้อมูลที่เป็นความลับ

และ/หรือ ข้อมูลภายในกลุ่มบริษัทฯ ในทางที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อกลุ่มบริษัทฯ ไม่ว่าทางตรง หรือ ทางอ้อม ข้อกำหนดนี้ยังครอบคลุมไปถึงคู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะของกรรมการ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ

4. ภายหลังเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรรมการ ผู้บริหาร ผู้จัดการ ผู้ที่รับผิดชอบต่อการดำเนินงาน ผู้สอบบัญชี เจ้าหน้าที่ หรือพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ ที่ซื้อหรือขาย เสนอซื้อ หรือ เสนอขาย หรือซื้อหรือขายให้บุคคลอื่น ซื้อ ขาย หรือ เสนอซื้อ หรือ เสนอขาย หุ้นของบริษัทฯ ในลักษณะที่เป็นการหาประโยชน์จากบุคคลอื่น โดยการใช้ข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งยังไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณะ และเป็นข้อมูลที่ได้มาจากการใช้ตำแหน่งหน้าที่ในการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในราคาหุ้นของบริษัทฯ ไม่ว่าการกระทำดังกล่าว จะทำไปเพื่อประโยชน์ของบุคคลนั้นเอง หรือบุคคลอื่นก็ตาม หรือการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวจะทำให้บุคคลผู้นั้น ได้รับการพิจารณาจากบุคคลผู้ซึ่งเกี่ยวข้องกับการกระทำดังกล่าว บุคคลผู้นั้นมีความผิดตามกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลภายในอันเนื่องมาจากการละเมิดดังกล่าว

ทั้งนี้ กรรมการ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งอยู่ในหน่วยงานที่ได้รับทราบข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัทฯ จะไม่ทำการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ในช่วงระยะเวลา 1 เดือนก่อนการเปิดเผยงบการเงินต่อสาธารณชน

9.5 ค่าตอบแทนผู้สอบบัญชี

(1) ค่าตอบแทนจากการสอบบัญชี (audit fee)

บริษัทและบริษัทย่อยรวม 13 บริษัท (รวม NBC และ NINE) จ่ายค่าตอบแทนการสอบบัญชี ในปี 2556 เป็นจำนวนเงินรวม 6,480,000 บาท

(2) ค่าบริการอื่น (non-audit fee)

-ไม่มี-

9.6 การปฏิบัติตามหลักการค้ากับดูแลกิจการที่ดีในเรื่องอื่นๆ

การปฏิบัติตามหลักการค้ากับดูแลกิจการที่ดี ในปี 2556 ของบริษัทฯ ได้ครอบคลุมเนื้อหา 5 หมวด ได้แก่

- 1) สิทธิของผู้ถือหุ้น
- 2) การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน
- 3) บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย
- 4) การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส
- 5) ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ

1. สิทธิของผู้ถือหุ้น

บริษัทตระหนักดีว่า ผู้ถือหุ้นมีสิทธิในความเป็นเจ้าของโดยควบคุมบริษัทผ่านการแต่งตั้งคณะกรรมการให้ทำหน้าที่แทนตนและมีสิทธิในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของบริษัท โดยกำหนดไว้ในนโยบายการค้ากับดูแลกิจการ บริษัทได้ให้ความสำคัญและเคารพสิทธิของผู้ถือหุ้น โดยปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

บริษัทมีนโยบายปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน โดยตระหนักถึงสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลของบริษัทอย่างเพียงพอ และทันเวลา ได้ให้การดูแลผู้ถือหุ้นมากกว่าสิทธิที่กฎหมายกำหนด จึงจัดให้มีหน่วยงานผู้ลงทุนสัมพันธ์ (Investor Relation) ทำหน้าที่รับผิดชอบดูแล ให้ข้อมูล ตอบคำถามต่างๆ และจัดให้มีการเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศต่างๆของบริษัทไว้ที่เว็บไซต์ www.nationgroup.com เพื่อให้ข้อมูลของบริษัทต่อผู้ถือหุ้นและนักลงทุนทั่วไปทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ซึ่งได้แก่ ข้อมูลสำคัญล่าสุด จดหมายแจ้งข่าวสารถึงผู้ลงทุน นัดพบปะนักลงทุนเป็นประจำอย่างน้อยปีละ 4 ครั้งตามกำหนดการที่ตลาดหลักทรัพย์จัดเตรียม รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นได้แสดงความคิดเห็น ขอคำอธิบาย หรือตั้งคำถามใดๆ ได้อย่างเท่าเทียมกัน การจัดประชุมผู้ถือหุ้น

คณะกรรมการบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดประชุมสามัญประจำปี เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นได้ทราบผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และร่วมตัดสินใจในเรื่องสำคัญของบริษัทฯ รวมทั้งตรวจสอบการดำเนินงานของคณะกรรมการบริษัทฯ และฝ่ายจัดการ บริษัทฯ จึงได้จัดประชุมผู้ถือหุ้นให้เป็นไปตามกฎหมายและเป็นไปตามแนวทางในคู่มือ AGM Checklist ซึ่งจัดทำขึ้นโดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย สมาคมบริษัทจดทะเบียน และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

ในปี 2556 บริษัทฯ จัดให้มีการประชุมผู้ถือหุ้น 1 ครั้ง เป็นการประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2556 ซึ่งจัดขึ้นในวันที่ 25 เมษายน 2556 ในการนี้ บริษัทฯ ได้มอบให้บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์(แห่งประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นนายทะเบียนหุ้นของบริษัทฯ เป็นผู้จัดส่งหนังสือเชิญประชุมให้แก่ผู้ถือหุ้นเป็นการล่วงหน้าก่อนวันประชุมประมาณ 21 วัน และได้นำหนังสือเชิญประชุมเผยแพร่ไว้ในเว็บไซต์ของบริษัทฯ ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ ล่วงหน้าก่อนวันประชุม 1 เดือน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้ศึกษาข้อมูลก่อนวันประชุม

- ประสานกรรมการและประธานกรรมการบริหาร รองประธานกรรมการและรองประธานกรรมการบริหาร กรรมการผู้อำนวยการ ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ กรรมการตรวจสอบ กรรมการอิสระ กรรมการที่เป็นผู้บริหาร ผู้บริหาร และผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ จากบริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย จำกัด เข้าร่วมประชุม เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นซักถามเรื่องที่เกี่ยวข้องได้

- บริษัทฯ ได้เผยแพร่จดหมายถึงผู้ถือหุ้นผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์ฯ และทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ที่ถือหุ้นในสัดส่วน 1 หุ้นขึ้นไป และถือหุ้นอย่างต่อเนื่องนับจากวันที่ถือหุ้นจนถึงวันที่เสนอเรื่องการพิจารณาเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี สามารถเสนอชื่อบุคคลเข้าเป็นกรรมการบริษัทฯ ผ่านคณะกรรมการบริษัทฯ ได้ตั้งแต่วันที่ 26 พฤศจิกายน 2555 ถึงวันที่ 31 มกราคม 2556 พร้อมข้อมูลประกอบการพิจารณาด้านคุณสมบัติและการให้ความยินยอมของผู้ได้รับการเสนอชื่อปรากฏว่า ไม่มีผู้ถือหุ้นเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการ

- บริษัทฯ เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเสนอวาระการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีครั้งนี้โดยเสนอ ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ ตั้งแต่วันที่ 26 พฤศจิกายน 2555 ถึงวันที่ 31 มกราคม 2556 ผลปรากฏว่า ไม่มีผู้ถือหุ้นท่านใดเสนอเพิ่มวาระการประชุม

- ทั้งนี้บริษัทฯ ได้รายงานผลการใช้สิทธิผู้ถือหุ้นเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการพิจารณาเลือกตั้งเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทฯ และสิทธิการเสนอวาระการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ ในวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2556

- สำหรับการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2556 บริษัทฯ เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นจัดส่งคำถามล่วงหน้า ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ หรือทางโทรสาร 0-2338-3938 และ 0-2338-3334 ต่อ 3291 ตั้งแต่วันที่ 22 มีนาคม 2556 ถึงวันที่ 12 เมษายน 2556 เพื่อให้คณะกรรมการและฝ่ายบริหารได้รวบรวมและเตรียมข้อมูลเพื่อชี้แจงต่อผู้ถือหุ้นในวันประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ปรากฏว่าไม่มีผู้ถือหุ้นเสนอคำถามล่วงหน้าเข้ามาแต่อย่างใด

- หนังสือเชิญประชุมมีการให้ข้อมูล วัน เวลา สถานที่ และวาระการประชุม ตลอดจนข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ต้องตัดสินใจในที่ประชุมแก่ผู้ถือหุ้นอย่างเพียงพอ พร้อมรับทราบกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ในการประชุม รวมถึงขั้นตอนการออกเสียงลงมติ

- ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี บริษัทฯ นำเสนอคำตอบแทนกรรมการให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นอนุมัติเป็นประจำทุกปี โดยนำเสนอข้อมูลการจ่ายคำตอบแทนกรรมการเป็นรายบุคคลเปรียบเทียบกับปีก่อน รวมถึงนโยบายและหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนเกี่ยวกับการกำหนดคำตอบแทนกรรมการให้ผู้ถือหุ้นรับทราบและพิจารณา

- สำหรับผู้ถือหุ้นที่ไม่สามารถเข้าร่วมประชุมด้วยตนเอง บริษัทฯ ได้เสนอให้มอบอำนาจให้ กรรมการอิสระ 1 ท่าน ซึ่งไม่มีส่วนได้ส่วนเสียในเรื่องที่ต้องพิจารณาเป็นผู้รับมอบอำนาจเข้าประชุมและลงคะแนนเสียงแทน โดยบริษัทฯ ได้แนบหนังสือมอบฉันทะ (แบบ ข.) ซึ่งเป็นแบบที่ผู้ถือหุ้นสามารถกำหนดทิศทางการลงคะแนนเสียงได้เองในแต่ละวาระ ไปพร้อมหนังสือนัดเชิญประชุม

ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2556 บริษัทฯ ได้เสนอนายปกรณ์ ปริมาสพร กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบเป็นผู้รับมอบอำนาจ มีผู้ถือหุ้นจำนวน 188 ราย มอบฉันทะให้กรรมการอิสระที่บริษัทฯ เสนอเป็นผู้รับมอบอำนาจให้ออกเสียงแทน

- ก่อนเริ่มการประชุม บริษัทได้ชี้แจงกฎเกณฑ์ที่ใช้ในการประชุม วิธีการลงคะแนน การนับคะแนน การใช้บัตรลงคะแนน ให้ที่ประชุมรับทราบ และประธานฯได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นได้ซักถามและแสดงความคิดเห็นอย่างเปิดเผย กว้างขวาง พร้อมให้ กรรมการผู้อำนวยการ และ กรรมการบริหาร บางท่าน ได้ตอบคำถามของผู้ถือหุ้นทุกคำถาม และได้บันทึกสาระสำคัญของคำถาม คำตอบ และข้อสรุปเรื่องนั้นๆในรายงานการประชุมอย่างครบถ้วน
- บริษัทได้ใช้ระบบสารสนเทศแบบบาร์โค้ด มาใช้ในการลงทะเบียนเข้าร่วมประชุมและในการนับคะแนนเสียงในการประชุมแต่ละวาระ และในวาระการเลือกตั้งกรรมการบริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเลือกตั้งกรรมการเป็นรายบุคคล และได้บันทึกวิธีการลงคะแนน วิธีนับคะแนน มติที่ประชุม โดยแยกเป็นคะแนนที่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย และงดออกเสียง ในรายงานการประชุมอย่างครบถ้วน
- บริษัทได้จัดส่งรายงานการประชุมผู้ถือหุ้น ซึ่งจัดบันทึกรายงานการประชุมและบันทึกการออกเสียงรวมทั้งข้อซักถามของผู้ถือหุ้นในแต่ละวาระอย่างละเอียดให้ตลาดหลักทรัพย์ฯ และคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์ฯภายในกำหนด 14 วัน รวมถึงเผยแพร่เว็บไซต์ ภาพ และเสียงของการประชุม และรายงานการประชุมบนเว็บไซต์ของบริษัท

2. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

คณะกรรมการดูแลและสอบทานกรอบโครงสร้างของการกำกับดูแลกิจการเป็นประจำ เพื่อให้สามารถสร้างความมั่นใจว่าการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกราย ซึ่งรวมถึงผู้ถือหุ้นรายย่อยและผู้ถือหุ้นต่างชาติมีความเท่าเทียมกันและยุติธรรม และให้กระบวนการดูแลผู้ถือหุ้นไม่มีความยุ่งยากหรือมีต้นทุนสูงโดยไม่จำเป็น ผู้ถือหุ้นมีสิทธิที่จะเข้าร่วมในการตัดสินใจและได้รับทราบถึงผลของการตัดสินใจของบริษัทสำหรับเหตุการณ์ที่สำคัญตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัท ดังนี้

- ในการประชุมผู้ถือหุ้น บริษัทมีนโยบายที่จะรักษาสีสิทธิของผู้ถือหุ้นทุกราย ไม่เพิ่มระเบียบวาระในที่ประชุมหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลสำคัญโดยไม่ได้แจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้า และไม่ได้แจกเอกสารที่มีข้อมูลสำคัญเพิ่มเติมในที่ประชุมผู้ถือหุ้นอย่างกระตือรือร้น เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้มีโอกาสศึกษาข้อมูลของระเบียบวาระการประชุมก่อนลงมติ
- ผู้ถือหุ้นของบริษัททุกรายมีสิทธิออกเสียงตามจำนวนหุ้นที่ถืออยู่ โดยหุ้นแต่ละหุ้นมีสิทธิออกเสียงหนึ่งเสียง และไม่มีหุ้นใดมีสิทธิพิเศษ
- เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นตั้งแต่ 1 หุ้นขึ้นไป สามารถเสนอระเบียบวาระการประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี 2556 รวมทั้งเสนอชื่อผู้มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าเป็นกรรมการระหว่างวันที่ 26 พฤศจิกายน 2555 ถึงวันที่ 31 มกราคม 2556 โดยประกาศให้ทราบโดยผ่านช่องทางของ ตลาดและบนเว็บไซต์ของบริษัท โดยมีขั้นตอนและวิธีปฏิบัติที่ชัดเจน โปร่งใส สอดคล้องกับแนวปฏิบัติเพิ่มเติมเรื่องการให้สิทธิแก่ผู้ถือหุ้นส่วนน้อย อย่างไรก็ตามในปี 2556 ไม่มีผู้ถือหุ้นเสนอระเบียบวาระการประชุมและเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท
- เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นที่ไม่สามารถเข้าร่วมประชุมด้วยตนเอง สามารถใช้สิทธิออกเสียงโดยการมอบฉันทะให้กับกรรมการอิสระ ซึ่งไม่มีประเด็นเรื่องความขัดแย้งทางผลประโยชน์เกี่ยวกับวาระการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี เป็นทางเลือกให้กับผู้ถือหุ้นสามารถมอบฉันทะให้ลงคะแนนเสียงได้ และอำนวยความสะดวกให้ผู้ถือหุ้นสามารถดาวน์โหลดหนังสือมอบฉันทะผ่านเว็บไซต์ของบริษัทได้
- ไม่มีการทำรายการระหว่างกันกับบริษัทรวม หรือบริษัทที่เกี่ยวข้อง ที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างเป็นสาระสำคัญ

การป้องกันการใช้อิทธิพลภายใน

บริษัทฯ กำหนดนโยบายการป้องกันไม่ให้กรรมการและผู้บริหารใช้ตำแหน่งหน้าที่เพื่อประโยชน์แก่ตนเองในทางที่มิชอบ ซึ่งเป็นการเอาเปรียบผู้ถือหุ้นรายอื่น หรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ถือหุ้นโดยรวม เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรา 241 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 ดังนี้

1. ห้ามกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานของบริษัท ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลภายในไปเปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลภายนอกหรือบุคคลที่ไม่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง
2. ให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำรายงานทางการเงิน หรือ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องอื่น ระมัดระวังเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทในช่วงเวลาก่อนประกาศงบการเงิน และหากมีการซื้อขายในช่วงระยะเวลาดังกล่าวต้องแจ้งต่อคณะกรรมการบริษัทฯ ทันที

การเปิดเผยข้อมูลส่วนได้เสีย

คณะกรรมการบริษัทกำหนดแนวปฏิบัติให้กรรมการของบริษัท บริษัทย่อย และผู้บริหารเปิดเผยข้อมูลส่วนได้เสียของตนและผู้ที่มีความเกี่ยวข้อง ตามมาตรา 89/14 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ.2551 เพื่อความโปร่งใสและป้องกันปัญหาการขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยกำหนดให้กรรมการและผู้บริหารจะต้องรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ฯ และตลาดหลักทรัพย์ทุกครั้งที่มีการซื้อขาย โอน หรือ รับโอนหลักทรัพย์ภายใน 3 วัน นับแต่วันที่มีการซื้อขายหลักทรัพย์ต่อ ก.ล.ต. อีกทั้งกำหนดให้ คณะกรรมการและผู้บริหารรายงานข้อมูลแบบรายงานการมีส่วนได้เสียของกรรมการ ผู้บริหาร และบุคคลที่เกี่ยวข้อง ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ. 2/2552 ซึ่งบริษัทได้ประกาศให้ผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2552 ดังนี้

1. กำหนดให้กรรมการและผู้บริหาร จะต้องจัดทำรายงานการมีส่วนได้เสียของตนเองและบุคคลที่เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกปี และเลขานุการบริษัท เป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนได้เสียของ กรรมการ ผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้อง และดูแลให้ข้อมูลนั้นเป็นปัจจุบันเสมอ พร้อมสำหรับการเปิดเผยต่อคณะกรรมการเมื่อคณะกรรมการต้องพิจารณาธุรกรรมระหว่างบริษัท กับกรรมการ และหรือ ผู้บริหารที่มีส่วนได้เสียหรือมีส่วนเกี่ยวข้อง
 2. ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลรายงานการเปลี่ยนแปลงทันที และส่งรายงานภายใน 7 วัน นับแต่มีการเปลี่ยนแปลง
 3. ให้เลขานุการบริษัทจัดส่งสำเนารายงานการมีส่วนได้เสียให้ประธานกรรมการและประธานกรรมการตรวจสอบภายใน 7 วัน ทำการนับแต่วันที่บริษัทได้รับรายงานนั้น
- ในปี 2556 มีการรายงานทั้งสิ้น 1 ครั้ง และมีได้มีการทำรายการที่มีส่วนได้เสียกับบริษัท

การรายงานการถือครองหลักทรัพย์

คณะกรรมการบริษัทฯ และผู้บริหารบริษัทฯ ได้มีหนังสือแจ้งให้ทราบถึงภาระหน้าที่ในการรายงานการถือครองหลักทรัพย์ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตามมาตรา 59 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 พร้อมทั้งจัดส่งรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทฯ ทุกครั้งที่มีการซื้อ ขาย โอน หรือรับหลักทรัพย์

ในปี 2556 บริษัทได้กำหนดให้คณะกรรมการและผู้บริหาร รายงานการถือครองหลักทรัพย์ต่อที่ประชุมคณะกรรมการ และให้รายงานเป็นประจำทุกปี อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยกรรมการได้รายงานการถือครองหลักทรัพย์ของตนต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2557

ทั้งนี้ ในระหว่างปี 2556 ได้รายงานการถือครองหลักทรัพย์ โดยเปรียบเทียบ การเพิ่มขึ้น(ลดลง) ระหว่างวันที่ 31 ธันวาคม 2555 และวันที่ 31 ธันวาคม 2556 ดังนี้

(ทั้งนี้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2556 ได้อนุมัติการเพิ่มทุนให้ผู้ถือหุ้นเดิมในสัดส่วน 1 หุ้นเดิมต่อ 1 หุ้นใหม่ จึงทำให้กรรมการบางท่านที่ใช้สิทธิการเพิ่มทุน มีจำนวนหุ้นเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับสิ้นปีก่อน)

ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น			สัดส่วนการถือครองหุ้นของบริษัท (%)	หมายเหตุ
	31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2555	จำนวนหุ้น เพิ่ม(ลด) ระหว่างปี (หุ้น)		
1.นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	304,101,742	165,480,540	138,621,202	9.20	รวมการถือหุ้นของกลุ่มสมรส
2.นายเสริมสิน สมะลาภา	300,000,000	165,000,000	135,000,000	9.08	
3.นายปรกรณ์ บริมาสพร	587,708	269,000	318,708	0.02	
4.นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	-	-	-	-	
5.นางสาวเขมกร วชิรวรการ ⁽¹⁾	10,000,000	-	10,000,000	-	
6.นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์	2,000,000	-	2,000,000	0.06	
7.นางสาวดวงกมล โชตะนา	20,908,200	10,044,100	10,864,100	0.63	
8.นายอดิศักดิ์ ลิ้มปฐง์พัฒนกิจ	15,900,000	10,000,000	5,900,000	0.48	รวมการถือหุ้นของกลุ่มสมรส
9.นายพนา จันทรวโรจน์	20,249,000	10,124,500	10,124,500	0.61	รวมการถือหุ้นของกลุ่มสมรส
10.นายเทพชัย แซ่หย่อง	-	-	-	-	

หมายเหตุ 1. เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2556 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2556 มีมติแต่งตั้ง นางสาวเขมกร วชิรวรการ เป็นกรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบของบริษัทฯ แทนนายโยธิน เนื่องจากรับผิดชอบการอิสระที่ลาออก

การเข้าทำรายการระหว่างกันของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีนโยบายการทำรายการระหว่างกันของบริษัทและบริษัทย่อยกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ มีส่วนได้เสีย หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในอนาคต โดยกำหนดการปฏิบัติในการทำรายการให้เป็นไปตามลักษณะการดำเนินการค้าปกติซึ่งเกิดกับบุคคลภายนอก ในกรณีที่ไม่สามารถเปรียบเทียบราคากับบุคคลภายนอกได้ทั้ง 2 ฝ่ายจะร่วมกันพิจารณาเพื่อกำหนดอัตราค่าสินค้าและบริการที่เหมาะสมต่อไป โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความจำเป็นในการเข้าทำรายการและความเหมาะสมทางด้านราคา

ในปี 2556 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีการทำรายการระหว่างกันกับกิจการอื่นที่เกี่ยวข้องกัน โดยมีเงื่อนไขตามราคาตลาด และสำหรับรายการระหว่างกันอื่นๆ ได้ผ่านการพิจารณาความเหมาะสมและมูลค่าของการทำรายการจากคณะกรรมการตรวจสอบ สามารถดูเพิ่มเติมในหมายเหตุประกอบงบการเงิน

3. บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

นอกเหนือจากการดูแลและรักษาสิทธิของผู้ถือหุ้นแล้ว คณะกรรมการมีนโยบายที่จะดูแลสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม นอกจากเรื่องที่มีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจโดยตรงแล้ว ยังขยายไปสู่เรื่องที่คณะกรรมการเห็นว่าป็นหน้าที่ที่ควรทำต่อสังคมส่วนรวมด้วย ผู้มีส่วนได้เสียจะได้รับการดูแลจากบริษัทตามสิทธิที่มีตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คณะกรรมการได้พิจารณาให้มีการะบวนการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือ ระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสีย ในการสร้างความมั่นคง ความมั่นคงทางการเงิน และความยั่งยืนของกิจการ

ในระบบการกำกับดูแลกิจการ ผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญมีหลายกลุ่ม ประกอบด้วย พนักงาน ลูกค้า ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน คู่ค้า เจ้าหนี้ คู่แข่งทางการค้า สังคม ภาครัฐ ชุมชนที่บริษัทตั้งอยู่ และผู้สอบบัญชีอิสระ เป็นต้น คณะกรรมการมีนโยบายให้มีการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม โดยคำนึงถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียตามกฎหมายหรือตามข้อตกลงที่มีกับบริษัท ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในการเสริมสร้างผลการดำเนินงานของบริษัท เพื่อสร้างความมั่นคงอย่างยั่งยืนให้กับกิจการ และเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบข้อมูลอย่างเพียงพอ คณะกรรมการจึงกำหนดเป็นจริยธรรมขององค์กรในด้านต่างๆเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2549 และได้พิจารณาทบทวนล่าสุด ในปี 2556 เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2556 มีการ

ปรับแก้ไขเพิ่มเติม เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ (สามารถค้นหารายละเอียดคู่มือจริยธรรมของคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน เครือ เนชั่นกรุ๊ป ได้ที่เว็บไซต์ของบริษัท)

จริยธรรมของคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน เครือเนชั่นกรุ๊ป ประกอบด้วย

1. จริยธรรมว่าด้วยความรับผิดชอบต่อวิชาชีพสื่อสารมวลชน

ตลอดระยะเวลากว่า 43 ปี ที่ผ่านมามีบริษัทได้ยึดหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพของสื่อมวลชน เป็นประเพณีปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ซึ่งเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้สื่อและผู้ปฏิบัติงานของสื่อต่างๆ ในเครือฯ ได้รับความเชื่อถือและศรัทธาจากสังคมมาอย่างต่อเนื่อง แม้ในยามคับขันหรือในช่วงที่มีแรงกดดันทางการเมือง บริษัทก็สามารถทำหน้าที่ของสื่ออย่างแน่วแน่โดยไม่ละทิ้งหลักการ

หลักปฏิบัติกองบรรณาธิการ (Nation Way) ถูกสร้างขึ้นเพื่อกำหนดหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพให้เป็นแนวปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมร่วมกันสำหรับพนักงานทุกระดับของกองบรรณาธิการของทุกสื่อในเครือฯ โดยมีเนื้อหาครอบคลุมทั้งจรรยาบรรณเบื้องต้นในการปฏิบัติหน้าที่ของ ‘คนทำข่าว’ ในทุกระดับ ตลอดจนการวางตัวในสังคมและความประพฤติทั้งระหว่างปฏิบัติหน้าที่และนอกเวลางาน

พนักงานฝ่ายข่าวของทุกสื่อในเครือฯ ต้องยึดหลักปฏิบัติต่อไปนี้อย่างเคร่งครัดโดยไม่มีข้อยกเว้นเพื่อที่เราจะได้ช่วยกันธำรงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือและศรัทธาที่สังคมมีต่อสื่อในเครือเนชั่นฯ ต่อไป

หลักปฏิบัติกองบรรณาธิการ (Nation Way) แบ่งออกเป็นหมวด

- 3.1 ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ
- 3.2 จริยธรรมของสื่อในเครือเนชั่น
- 3.3 ความรับผิดชอบต่อผู้อ่าน ผู้ฟังและผู้ชม
- 3.4 ภาระผูกพันที่มีต่อวิชาชีพสื่อมวลชนและองค์กร
- 3.5 หลักการทำข่าวและการปฏิบัติตนต่อแหล่งข่าว
- 3.6 สิทธิพิเศษและผลประโยชน์ทับซ้อน (Conflict of Interest)
- 3.7 แนวทางปฏิบัติในเรื่องการมีส่วนร่วมทางการเมืองและกิจกรรมชุมชน
- 3.8 การปฏิบัติต่อฝ่ายโฆษณา ฝ่ายการตลาดและฝ่ายขาย
- 3.9 แนวทางปฏิบัติเรื่องลิขสิทธิ์ในงาน และการรับงานนอก
- 3.10 แนวปฏิบัติสำหรับผู้สื่อข่าวด้านต่างๆ
- 3.11 การแก้ไขข้อผิดพลาด
- 3.12 การรายงานข่าวเกี่ยวกับกิจกรรมของบริษัท
- 3.13 หลักปฏิบัติและจรรยาบรรณ Nation Social Media

บริษัทมีมาตรการ ในทางปฏิบัติเพื่อป้องกันปัญหาการละเมิดและหมิ่นประมาทจากการนำเสนอข่าว โดยการอบรมฝ่ายข่าว ให้ทราบถึงแนวทางการนำเสนอข่าว ข้อความและรูปภาพที่ควรกระทำและ สิ่งไม่ควรหลีกเลี่ยง พร้อมกำชับพนักงานผู้เกี่ยวข้องทุกคนปฏิบัติอย่างเคร่งครัด

2. จริยธรรมว่าด้วยความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น

บริษัทมุ่งมั่นที่จะรับผิดชอบต่อ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ถือหุ้นโดยคำนึงถึงการเจริญเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน และให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งจะดำเนินการอย่างโปร่งใส มีระบบบัญชีที่เชื่อถือได้ บริษัทมีหน่วยงานลงทุนสัมพันธ์เพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อซักถาม ชี้แจงและให้ข้อมูลแก่ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนทั่วไป

ในปี 2556 ผลการดำเนินงานบริษัทดีขึ้น โดยมีกำไรสุทธิ 125.62 ล้านบาทและมีกำไรสะสม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 จำนวน 280.61 ล้านบาทในงบการเงินเฉพาะกิจการ และคาดว่าภาพรวมอุตสาหกรรมในปี 2557 อาจชะลอตัวหาก

สถานการณ์ทางการเมืองมีความยืดหยุ่นเป็นเวลานาน อย่างไรก็ตามบริษัทมีปัจจัยบวกจากการประมูลได้ใบอนุญาตให้ดำเนินการดิจิทัลทีวี 2 ช่อง ได้แก่ หมวดช่องรายการทั่วไป (SD) และหมวดช่องรายการข่าวสารและสาระ ทำให้เป็นองค์กรสื่อที่ครบวงจรที่สุดในประเทศไทย โดยมีทั้งหนังสือพิมพ์ สื่อออนไลน์ วิทยุ ทีวี Edutainment และมหาวิทยาลัย จะส่งผลให้บริษัทมีโอกาสเติบโตเพิ่มขึ้น ทั้งนี้การดำเนินงานของบริษัทย่อยที่เคยขาดทุนอยู่ก็มีผลประกอบการดีขึ้น โดยเฉพาะบริษัท เอ็นเอ็มแอล ที่ประกอบธุรกิจด้านให้บริการขนส่ง แสดงให้เห็นว่าฐานะการเงินของบริษัทปรับตัวดีขึ้นกว่าเดิมมาก และจะมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ

3. จริยธรรมว่าด้วยความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการสร้างความพึงพอใจและความมั่นใจให้กับลูกค้าและประชาชน ที่จะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี มีคุณภาพ ในระดับราคาที่เหมาะสม โดยยกระดับมาตรฐานให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและจริงจัง รวมทั้งรักษาสัมพันธภาพที่ดีและยั่งยืน

บริษัทจัดกิจกรรมเพื่อสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าทุกกลุ่มของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น ลูกค้ากลุ่มสมาชิกสิ่งพิมพ์ในเครือ เนื่องจากลูกค้าประเภทนี้มีจำนวนมาก หลากหลายตามประเภทสินค้า บริษัทได้ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของลูกค้า มีการส่งแบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นด้านต่างๆ ได้แก่ เนื้อหา รูปเล่ม เป็นต้น รวมทั้งสนทนาคูณกันทำให้ลูกค้าโดยเชิญลูกค้ามาร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่บริษัทจัดไม่ว่าจะเป็นสัมมนาทางวิชาการ งานออกร้านขายสินค้า การส่งชิงรางวัลฯ การร่วมงานประกาศผลรางวัลต่างๆ ที่บริษัทฯ จัดขึ้น อาทิ การจัดแข่งแรลลี่ งานชมชัดลึกอวอร์ด การแข่งขันวิ่งมินิมาราธอนลอยฟ้า การเชิญชวนลูกค้าและสมาชิกหนังสือพิมพ์ เข้าร่วมโครงการแข่งขันกอล์ฟ “เนชั่น โฮล-อิน-วัน” ซึ่งจัดต่อเนื่องมาเป็นเวลากว่า 7 ปี เป็นต้น

4. จริยธรรมว่าด้วยความรับผิดชอบต่อพนักงาน

บริษัท ตระหนักดีว่าทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่สุด และเป็นปัจจัยสำคัญที่นำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ จึงมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพของพนักงาน เสริมสร้างวัฒนธรรม ส่งเสริมสุขภาพทั้งด้านร่างกายและจิตใจ สร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม เพื่อสร้างความมั่นใจให้พนักงาน สนับสนุนให้มีการเลือกตั้งกรรมการลูกจ้างเพื่อเป็นตัวแทนของพนักงานให้มีส่วนร่วมในการบริหาร จัดการสวัสดิการต่างๆ ตามที่กฎหมายกำหนด อีกทั้งเปิดโอกาสและอำนวยความสะดวกให้พนักงานสามารถจัดตั้ง “สหภาพแรงงานสื่อสารมวลชนไทย” ตามพรบ.แรงงานสัมพันธ์ 2518 ได้ ทั้งนี้เพื่อคุ้มครองผลประโยชน์เกี่ยวกับสภาพการจ้างงาน ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างและระหว่างลูกจ้างด้วยกัน กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพนักงานได้แก่ กิจกรรมที่ผู้บริหารและพนักงานทำบุญใส่บาตรร่วมกันเดือนละครั้ง กิจกรรม One Nation One Family การจัดงานปีใหม่ กิจกรรมชมรมต่างๆ เช่น ค่ายอาสาฯ ชมรมดนตรี ชมรมกีฬา

การจัดสวัสดิการให้พนักงาน บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาพนักงานและการดูแลในเรื่องของสวัสดิการแรงงานในการจัดระบบค่าจ้างและสวัสดิการให้กับพนักงานด้วยความเหมาะสม โดยพิจารณาจากความสามารถในการแข่งขันในตลาดแรงงาน การวางแผนเติบโตในสายงาน ศักยภาพ ค่าครองชีพ โดยค่าจ้างเริ่มต้นของพนักงาน สวัสดิการยังครอบคลุมถึงการลาหยุดในกรณีต่างๆ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เงินช่วยเหลือบุตร เงินยืมฉุกเฉิน ค่าเครื่องแต่งกาย ค่ารักษาพยาบาล เบี้ยเลี้ยงค่าใช้จ่ายในการเดินทาง รวมถึงการกำหนดแนวปฏิบัติด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชนต่างๆ เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดและมาตรฐานสากล สิทธิการจัดตั้งคณะกรรมการแรงงานหรือสหภาพแรงงานของพนักงาน รวมถึงการเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็น หรือร้องเรียนในเรื่องต่างๆ นอกจากนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญในเรื่องการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ อีกทั้งยังมีมาตรการช่วยเหลือพนักงานในกรณีการเกิดอุบัติเหตุขึ้น โดยมีการทำประกันชีวิตให้กับพนักงานทุกระดับในบริษัทฯ รวมถึงมี

การดูแลเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพอนามัยของพนักงานเป็นประจำ ดังนี้

1. จัดทำประกันชีวิต (ประกันอุบัติเหตุและประกันชีวิตกลุ่มให้กับพนักงานทุกระดับ)
2. มีการตรวจสุขภาพประจำปี โดยมีแพทย์ และพยาบาล จากโรงพยาบาล เข้ามาทำการตรวจ

3. จัดให้มีการฉีดวัคซีนเป็นประจำทุกปี เช่น วัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่
4. จัดเงินช่วยเหลือ กรณีพนักงานเจ็บป่วยรักษาตัวในโรงพยาบาล
5. จัดเงินช่วยเหลือ กรณี บิดา ภรรยา บุตร หรือตัวพนักงานเองเสียชีวิต

ในด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยในสถานที่ทำงาน บริษัทได้ให้ความสำคัญโดยอบรมและรณรงค์สร้างจิตสำนึกและความตระหนักต่อการดูแลสุขภาพสภาพแวดล้อมการทำงานให้มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของพนักงานอยู่เสมอ โดยในรอบปี 2556 ที่ผ่านมา ไม่มีการเกิดอุบัติเหตุ และการลาเจ็บป่วยจากการทำงาน เนื่องจากลักษณะการทำงานของบริษัทฯ เป็นการปฏิบัติงานในสำนักงานเป็นส่วนใหญ่ และทางบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีการดูแลอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้รวมถึงสถานประกอบการให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานและมีความปลอดภัยอยู่เสมอ

ในด้านการพัฒนาคุณภาพของพนักงาน บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาศักยภาพของพนักงานในทุกระดับ โดยมีการจัดการอบรมให้กับพนักงานทั้งจัดอบรมภายในบริษัท และจัดให้ไปอบรมกับสถาบันหรือหน่วยงานภายนอก เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้สามารถนำความรู้ที่ได้มาพัฒนารูปแบบการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการอบรมพนักงานนั้น บริษัทฯ กำหนดให้มีการอบรมอย่างถูกต้องตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ. 2545 ซึ่งกำหนดให้บริษัทที่มีจำนวนพนักงานมากกว่า 100 คนขึ้นไป ต้องจัดให้พนักงานได้รับการอบรมในอัตราส่วน 50% ของพนักงานทั้งหมด และต้องยื่นเรื่องรับรองหลักสูตรการอบรมต่อกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ซึ่งบริษัทฯ ได้ถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด สำหรับการจัดฝึกอบรมให้กับพนักงานของบริษัทฯ

ในปี 2556 บริษัทจัดการอบรมให้กับพนักงานคิดเป็นอัตราร้อยละ 81 ของพนักงานทั้งหมด โดยเป็นการจัดอบรมภายใน (In-House Training) คิดเป็นอัตราร้อยละ 94 และจัดส่งไปอบรมกับสถาบันหรือหน่วยงานภายนอก คิดเป็นอัตราร้อยละ 6 ในการฝึกอบรมและให้ความรู้พนักงานในการต่อต้านการทุจริต บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจและการบริหารงานอย่างมีคุณธรรมและโปร่งใส ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทก้าวหน้าและเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับสังคมและประเทศชาติ ดังนั้นจึงได้จัดทำคู่มือจริยธรรมสำหรับคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท เพื่อให้ยึดถือเป็นกรอบแนวทางในการทำงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีคุณธรรม ต่อต้านการทุจริต รวมถึงละเว้นการปฏิบัติที่จะนำไปสู่การทุจริตได้ เช่น ปฏิเสธการรับของขวัญที่มีมูลค่าสูง โดยได้มีการให้ความรู้กับพนักงานเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการปฐมนิเทศ และเน้นย้ำตลอดเวลาการทำงานกับบริษัท โดยผ่านทางผู้บริหาร และหัวหน้าสายงานแต่ละระดับ

บริษัทเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถ แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ข้อร้องเรียน หรือแจ้งเบาะแสการทุจริตถึงฝ่ายบริหารได้หลายช่องทาง ได้แก่ ผ่านตัวแทนของพนักงานที่ได้รับการคัดเลือกเป็นกรรมการลูกจ้างตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งประชุมร่วมกับฝ่ายบริหารเป็นประจำทุกเดือน แสดงความคิดเห็น หรือตั้งคำถามผ่าน Facebook/Twitter/Yammer ภายในองค์กร หรือเสนอความเห็นโดยตรงถึงผู้บริหารผ่านทาง e-mail ซึ่งผู้บริหารสามารถสื่อสารกับพนักงานได้จาก Facebook/Twitter/Yammer ของบริษัทด้วยอีกทางเช่นกัน

การบริหารค่าตอบแทนและผลประโยชน์ต่าง ๆ

เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม โปร่งใส และสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาและการเพิ่มศักยภาพของบุคลากรในองค์กร ตลอดจนนโยบายการสืบทอดตำแหน่งงาน บริษัทฯ จึงได้วางที่ปรึกษาด้านทรัพยากรมนุษย์ เข้ามาดำเนินการปรับปรุงการบริหารงานด้านทรัพยากรบุคคลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้แก่องค์กร และสร้างความมั่นคงอย่างยั่งยืน และเป็นธรรมในการจ้างงานให้แก่พนักงาน ตามมาตรฐานการบัญชีใหม่ (IFRS) เรื่องค่าตอบแทนพนักงานเมื่อเกษียณอายุ ที่เริ่มมีผลบังคับใช้ในปี 2554 บริษัทฯ ได้จัดหาผู้เชี่ยวชาญทางสถิติในการคำนวณผลตอบแทนพนักงานเมื่อเกษียณอายุ และได้บันทึกบัญชีรายการดังกล่าวในงบการเงินปี 2556 แล้ว

เพื่อสร้างหลักประกันทางการเงินให้แก่พนักงานเมื่อต้องออกจากงานหรือเกษียณอายุจากการทำงาน บริษัทฯ ได้จัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพให้กับพนักงาน ซึ่งเงินในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพจะมาจากเงินที่พนักงานจ่ายสะสม เงินของบริษัทที่จ่ายสมทบ และผลประโยชน์ที่เกิดจากเงินดังกล่าว

การเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทได้กำหนดหลักการในจรรยาบรรณทางธุรกิจว่าจะปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนด้วยความเคารพต่อปัจเจกชน และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และพนักงานจะต้องไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นการละเมิดหรือคุกคามไม่ว่าจะทางวาจา หรือการกระทำต่อผู้อื่นบนพื้นฐานของเชื้อชาติ เพศ ศาสนา อายุ ความพิการทางร่างกายและจิตใจ

ในปีที่ผ่านมา ไม่มีข้อพิพาทฟ้องร้องระหว่างบริษัทและพนักงาน และได้รับความร่วมมือจากสหภาพแรงงาน ในการช่วยประชาสัมพันธ์และสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างพนักงานกับองค์กร

5. จริยธรรมว่าด้วยความสัมพันธ์กับคู่ค้า คู่แข่งทางการค้า เจ้าหนี้ทางการค้า

บริษัทคำนึงถึงความเสมอภาค และความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจ และผลประโยชน์ร่วมกันกับคู่ค้า โดย เนชั่นกรุ๊ป พึงปฏิบัติตามกฎหมายและกติกาต่างๆ อย่างเคร่งครัด และมีจรรยาบรรณที่ดีในการดำเนินธุรกิจ ในส่วนของธุรกิจที่เป็นการแข่งขัน เนชั่นกรุ๊ป จะยึดถือกติกาของการแข่งขันที่ดี และจะยึดถือแนวทางการปฏิบัติที่ดีและเป็นธรรม ในการกู้ยืมเงินจากเจ้าหนี้ และการชำระคืน รวมทั้งการสร้างพันธมิตรทางการค้า

บริษัทได้รับการสนับสนุน วงเงินสินเชื่อรวมจากธนาคารใหญ่หลายธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารแลนด์แอนด์เอนเฮาส์ ซึ่งมีสัมพันธ์ทางการค้ากับบริษัทมายาวนาน และ จัดชั้นให้บริษัทเป็นลูกค้าชั้นดีบริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อกำหนดตามสัญญาอย่างสม่ำเสมอ

บริษัทฯ คำนึงถึงความสัมพันธ์กับคู่ค้ามาโดยตลอด อาทิ ความร่วมมือกับคู่ค้าในการให้บริการขนส่งสิ่งพิมพ์ของคู่ค้ากระจายตามจุดต่าง ๆ ที่ดำเนินงานโดย บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ในการใช้ทรัพยากรของแต่ละฝ่ายให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นอกจากนี้บริษัทไม่มีข้อพิพาทใดๆ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคู่ค้า คู่แข่งทางการค้า เจ้าหนี้การค้า และสถาบันการเงิน สำหรับเกณฑ์ในการคัดเลือกคู่ค้า มีดังนี้

1. มีประวัติทางการเงินที่เชื่อถือได้ และมีศักยภาพที่จะเติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ ได้ในระยะยาว
2. ผลิต หรือจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการ และสามารถตรวจสอบคุณภาพได้
3. ให้การสนับสนุนด้านการส่งเสริมการขาย และการให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้า

6. จริยธรรมว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ส่งเสริมให้มีการให้ความรู้แก่พนักงาน เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและมีประสิทธิภาพ ผ่านกระบวนการสื่อสารภายในบริษัทและส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมรณรงค์ลดภาวะโลกร้อนด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมลดการใช้พลังงาน, กิจกรรม 5 ส. พร้อมทั้งสนับสนุนให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและพลังงานที่บริษัทฯ จัดขึ้น

บริษัทฯ ในฐานะของผู้ผลิตสื่อครบวงจร มีความห่วงใยถึงคุณภาพชีวิตและการบริโภคข่าวสารของคนไทย จึงให้ความสำคัญอย่างยิ่งในเรื่องของการเสนอข่าวสารที่มีคุณภาพและมีประโยชน์ต่อสังคมและส่วนรวม รวมถึงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมไทยเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น นอกจากนี้ยังมีความห่วงใยและใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมในฐานะที่เป็นผู้ประกอบการรายหนึ่งในประเทศไทย ในรอบปี 2556 บริษัทมีกิจกรรมส่งเสริมสังคมเกือบทุกด้าน (รายละเอียดตามข้อมูลในรายงานประจำปี (56-2) หัวข้อกิจกรรมเพื่อสังคม)

ในฐานะที่บริษัททำธุรกิจด้านสื่อ กิจกรรมทางธุรกิจ และสังคมของบริษัท ต้องติดต่อพบบปะกับประชาชนกลุ่มต่างๆ อยู่แล้ว บริษัทจึงมีโอกา การรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะผ่านทางพนักงานที่ติดต่อกับผู้มีส่วนได้เสียด้านต่างๆ และจากการพบปะของผู้บริหาร กรรมการ ที่ได้มีโอกาสพบบปะกับผู้มีส่วนได้เสีย กลุ่มต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และ บริษัทมีระบบ call center ในการรับเรื่องร้องเรียนพร้อมประสานแก้ไขปัญหาด้านบริการ และประสานงานด้านอื่นๆ ภายในบริษัท เป็นประจำ บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุงเรื่องต่างๆ ตามข้อร้องเรียนนั้น อย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ใน ปี 2556 บริษัทได้เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มสามารถร้องเรียนเรื่องต่างๆ ถึงประธานกรรมการ หรือ คณะกรรมการตรวจสอบ หรือ กรรมการอิสระ ได้ทาง website:nationgroup.com หรือส่งทางไปรษณีย์มายังที่อยู่บริษัท ได้แก่ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เลขที่ 1858/118 - 119, 121 - 122, 124 - 130 ชั้น 27 - 32 ถนนบางนา - ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260

เลขานุการบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบในการรับเอกสารที่ส่งถึงคณะกรรมการและดำเนินการส่งให้คณะกรรมการชุดย่อย หรือกรรมการที่เกี่ยวข้องและจะสรุปข้อเสนอแนะและประเด็นต่างๆ ทั้งหมดเพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการทราบและพิจารณาต่อไป

4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

คณะกรรมการได้ดูแลให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ทั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่มีใช้ข้อมูลทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา โปร่งใส ผ่านช่องทางที่เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย มีความเท่าเทียมและเชื่อถือได้ บริษัทกำหนดไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ ทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงการถือครอง หลักทรัพย์ ให้กรรมการ และผู้บริหาร ต้องรายงานการถือครองหลักทรัพย์ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ฯ และสำเนาให้เลขานุการบริษัทเก็บรักษา เลขานุการบริษัทจะดำเนินการให้กรรมการและผู้บริหารรายงานข้อมูลปัจจุบันของตนอย่างน้อยปีละครั้ง ในเดือนพฤศจิกายนของทุกปี เพื่อรวบรวมส่งรายงานการถือครองหลักทรัพย์ รายงานต่อคณะกรรมการอย่างน้อยปีละครั้ง

บริษัทเล็งเห็นความสำคัญของการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับและหรือข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัท จึงได้ออกนโยบาย “การใช้ข้อมูลภายในของบริษัทฯ” กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และพนักงานของกลุ่มบริษัทต้องรักษาข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัท เป็นความลับ เว้นแต่การเปิดเผยข้อมูลนั้นเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ห้าม ขาย ซื้อ โอน หรือรับโอนหลักทรัพย์ของบริษัทฯ โดยข้อมูลที่เป็นความลับ และ/หรือข้อมูล ภายในของกลุ่มบริษัท และ/หรือการเข้าทำรายการใดๆ ในทางที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อกลุ่มบริษัทฯ ไม่ว่าทางตรง หรือ ทางอ้อม

ในรอบปีที่ผ่านมา บริษัทได้เปิดเผยข้อมูลของบริษัททั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่ไม่ใช่ข้อมูลทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา โปร่งใส และเป็นไปตามเกณฑ์ที่สำนักงานกต.และตลาดหลักทรัพย์ฯกำหนด ผ่านช่องทางเปิดเผยข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์ฯ และผ่านเว็บไซต์ของบริษัท โดยไม่ถูก สำนักงานกต.และตลาดหลักทรัพย์ฯดำเนินการเนื่องมาจากการเปิดเผยข้อมูลไม่เป็นไปตามข้อกำหนด

ในรายงานประจำปี 2556 บริษัทได้เปิดเผยข้อมูลดังต่อไปนี้

1. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าขององค์กร
2. รายชื่อกรรมการ พร้อมประวัติการทำงาน การศึกษา ความสัมพันธ์ทางครอบครัวกับ ผู้บริหาร การดำรงตำแหน่ง กรรมการในบริษัทจดทะเบียน การถือหุ้นในบริษัท
3. โครงสร้างผู้ถือหุ้น
4. ปัจจัยความเสี่ยง
5. รายงานการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี
6. นโยบายการกำกับดูแลกิจการและการปฏิบัติตามนโยบาย
7. คำตอบแทนกรรมการและ จำนวนครั้งที่กรรมการแต่ละคนเข้าร่วมประชุมกรรมการ
8. การทำหน้าที่ในปีที่ผ่านมาของคณะกรรมการและประวัติการอบรมของกรรมการ
9. การทำหน้าที่ในปีที่ผ่านมาของคณะกรรมการตรวจสอบ
10. นโยบายการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหารระดับสูง
11. คำตอบแทนการทำหน้าที่กรรมการ และการทำหน้าที่อื่นให้บริษัทและบริษัทย่อย
12. รายงานการดำเนินงานประจำปีของคณะกรรมการตรวจสอบ
13. รายการความรับผิดชอบของคณะกรรมการต่อรายงานทางการเงินที่มีเนื้อหาตามที่กำหนด

ซึ่งมีประธานกรรมการและกรรมการผู้อำนวยการลงนามรับรอง

14. คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของผู้บริหาร
15. รายงานทางการเงินที่มีข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน เป็นจริงตามมาตรฐานบัญชี
16. งบการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท

บริษัทได้เปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติมต่อไปในเว็บไซต์ www.nationgroup.com

1. บทบาทอำนาจหน้าที่ของกรรมการ กรรมการบริหาร กรรมการชุดย่อย ประธานกรรมการ และ กรรมการผู้อำนวยการ
2. รายการที่เกี่ยวข้องกันหรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์
3. จรรยาบรรณทางธุรกิจ
4. นโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัท
5. กฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ
6. งบการเงินรายไตรมาสและงบการเงินประจำปี

ส่วนนักลงทุนสัมพันธ์

ส่วนนักลงทุนสัมพันธ์ทำหน้าที่ติดต่อสื่อสารกับนักลงทุนสถาบัน ผู้ถือหุ้น รวมทั้งนักวิเคราะห์อย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม ตอบคำถามเกี่ยวกับบริษัทและการดำเนินงานของบริษัท แก่นักลงทุนตามที่ส่งคำถามผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทหรือโทรศัพท์ หรือช่องทางอื่นๆ บริษัทให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ข้อมูลที่สำคัญของบริษัท โดยในปี 2556

- บริษัทฯ ได้จัดงาน “Digital TV Landscape ภูมิทัศน์สื่อใหม่ และทิศทางการลงทุนในเครือเนชั่น” วันอังคารที่ 19 กุมภาพันธ์ 2556 เวลา 14.00 - 16.00น. ณ ห้องประชุมชั้น 27 A อาคารทีซีไอเอฟ ถ.บางนาตราด กม.4.5

- เข้าร่วมกิจกรรมบริษัทจดทะเบียนพบผู้ลงทุน (SET Opportunity Day) ซึ่งจัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 3 ครั้ง ในวันที่ 4 มีนาคม 2556, 23 พฤษภาคม 2556 และ 26 สิงหาคม 2556

- เสนอข่าวถึงฐานะการเงินของบริษัท ในสื่อหนังสือพิมพ์ และทางเว็บไซต์ จำนวน 4-6 ครั้ง

บทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

คณะกรรมการมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัท คณะกรรมการมีความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่ต่อผู้ถือหุ้นและเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการ ดังนั้นคณะกรรมการบริษัทจึงประกอบไปด้วยบุคคลที่มีความรู้และประสบการณ์ที่หลากหลาย ประกอบด้วยทักษะด้านธุรกิจ ด้านบัญชีการเงิน ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านกลยุทธ์ และด้านกฎหมาย

คณะกรรมการได้กำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ คณะกรรมการบริหาร ประธานกรรมการ และกรรมการผู้อำนวยการไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้กรรมการมีความเป็นอิสระในการตัดสินใจเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้ถือหุ้นโดยรวม รวมทั้งมีกระบวนการในการติดตามและกำกับดูแลให้การดำเนินกิจการของบริษัทเป็นไปตามกฎหมายและอยู่บนจริยธรรมทางธุรกิจที่คณะกรรมการกำหนด

บทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของประธานกรรมการ

ประธานกรรมการมีบทบาทหน้าที่เป็นประธานที่ประชุม ควบคุม ดูแล จัดสรรเวลาในแต่ละสัปดาห์ สำหรับให้กรรมการที่จะอภิปรายแสดงความเห็นในประเด็นที่สำคัญอย่างเพียงพอ และเป็นผู้ลงคะแนนเสียงชี้ขาดในกรณีที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทมีการลงคะแนนเสียง และคะแนนเสียง 2 ฝ่ายเท่ากัน และรับผิดชอบในฐานะผู้นำของคณะกรรมการในการวางกรอบ และติดตามดูแลการกำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการขององค์กร และเป็นประธานการประชุมผู้ถือหุ้นประจำปีของบริษัท

การถ่วงดุลของกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร

ในปี 2556 องค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการจำนวน 10 คน เป็นกรรมการอิสระจำนวน 3 คน กรรมการที่เป็นพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย จำนวน 6 คน และกรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหารจำนวน 1 คน บริษัทมีคณะกรรมการอิสระและกรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหารมากกว่า 1 ใน 3 ของกรรมการทั้งคณะ ทำให้เกิดการถ่วงดุลอำนาจในการบริหารงานได้

กรรมการอิสระจำนวน 3 คนนี้มีคุณสมบัติครบถ้วนตามนิยามกรรมการอิสระของบริษัทซึ่งได้ผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการแล้ว และเป็นไปตามข้อกำหนดในปี 2551 ของสำนักงาน ก.ล.ต. กรรมการอิสระจำนวน 3 คน ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการตรวจสอบ 1 คน และคณะกรรมการตรวจสอบ จำนวน 2 คน

การดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทของกรรมการและผู้บริหาร

ตามข้อบังคับของบริษัทกรรมการจำนวน 1 ใน 3 ต้องออกจากตำแหน่งตามวาระทุกปี บริษัทสามารถแต่งตั้งกรรมการที่ต้องออกจากตำแหน่งตามวาระกลับเข้าดำรงตำแหน่งต่อไปอีกวาระหนึ่งได้ โดยบริษัทได้มีข้อกำหนดเรื่องจำนวนวาระที่จะดำรงตำแหน่งติดต่อกันได้นานที่สุดของกรรมการไว้ตามข้อกำหนดของสำนักงาน ก.ล.ต. และบริษัทได้กำหนดนโยบายให้คณะกรรมการบริษัททุกคน ดำรงตำแหน่งในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ได้ไม่เกิน 5 บริษัท กรรมการของบริษัทจะไม่เป็นกรรมการในบริษัทที่เป็นคู่แข่งหรือมีผลประโยชน์ขัดแย้งทางธุรกิจกับบริษัท และเปิดเผยรายชื่อ ประเภทธุรกิจ และตำแหน่งที่กรรมการของบริษัทไปดำรงตำแหน่งไว้ในทะเบียนประวัติกรรมการ ในปี 2556 ไม่มีกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทท่านใดดำรงตำแหน่งกรรมการของบริษัทจดทะเบียนเกิน 5 บริษัท

บริษัทไม่มีนโยบายให้ผู้บริหารระดับสูงไปดำรงตำแหน่งในบริษัทอื่นนอกเหนือบริษัทย่อย และ บริษัทร่วม และให้รายงานการดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นของผู้บริหารระดับสูงไว้ในแบบรายงาน 56-1

บริษัทได้แต่งตั้งนางสาวมัทธยา โอสลาพันธ์ เป็นเลขานุการบริษัท ในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2556 โดยมีหน้าที่ความรับผิดชอบตามที่กำหนดในพ.ร.บ. กำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ฯ และทำหน้าที่สรุปสาระสำคัญเกี่ยวกับ แนวปฏิบัติ และข้อบังคับที่ปรับปรุงใหม่ ของสำนักงาน ก.ล.ต.และตลาดหลักทรัพย์ฯ รวมถึงสรุปสาระสำคัญของกฎหมายที่เพิ่งตราขึ้นใหม่ที่คณะกรรมการต้องทราบในการทำหน้าที่กรรมการของบริษัท ให้คณะกรรมการรับทราบ เป็นผู้จัดเก็บรวบรวม ข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ และผู้เกี่ยวข้อง ดูแลกิจกรรมของคณะกรรมการ ประสานงานกับฝ่ายบริหารให้มีการปฏิบัติตามมติของคณะกรรมการ

คณะกรรมการเป็นผู้พิจารณาอนุมัติให้ความเห็นชอบในเรื่องที่สำคัญเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท ได้แก่ แผนธุรกิจ งบประมาณการดำเนินงาน เป้าหมายทางการเงินและกลยุทธ์ทางธุรกิจ ที่กรรมการผู้อำนวยการ เป็นผู้นำเสนอ รวมทั้งติดตามการดำเนินงานตามนโยบายและแผนที่กำหนดไว้ อย่างสม่ำเสมอ

คณะกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยเพื่อช่วยกลั่นกรองรายละเอียดโดยกำหนดคุณสมบัติและขอบเขตความรับผิดชอบไว้ในระเบียบของแต่ละคณะ สมาชิกของคณะกรรมการชุดย่อยเป็นกรรมการอิสระ ประธานกรรมการไม่ดำรงตำแหน่งในคณะกรรมการชุดย่อย และกำหนดให้กรรมการอิสระเป็นประธานคณะกรรมการชุดย่อย

เพื่อให้ได้คณะกรรมการที่ทรงคุณวุฒิ มีภาวะผู้นำ วิสัยทัศน์ที่มีคุณสมบัติหลากหลาย ทั้งในด้านทักษะ ประสบการณ์ ความสามารถเฉพาะด้านที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งการอุทิศเวลาและความพยายามในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อเสริมสร้างให้บริษัทมีคณะกรรมการที่เข้มแข็ง โดยเฉพาะบริษัทซึ่งประกอบกิจการด้านสื่อ กรรมการที่เข้ามาทำหน้าที่ต้องมีความเป็นกลาง ไม่ควรมีส่วนเกี่ยวข้องกับการเมือง มีความเข้าใจในวัฒนธรรม และจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นอย่างดี คณะกรรมการจึงไม่ได้แต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยขึ้นมาทำหน้าที่คณะกรรมการสรรหา และคณะกรรมการพิจารณาตอบแทน โดยคณะกรรมการทั้งคณะจะร่วมกันเสนอชื่อ และเป็นผู้พิจารณาคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติ และความเหมาะสมของกรรมการที่จะ

เสนอแต่งตั้งจากแหล่งข้อมูลต่างๆ โดยเฉพาะฐานข้อมูลกรรมการ (Director Pool) ตามเกณฑ์ที่ไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย และมอบให้ประธานกรรมการเป็นผู้เสนอรายชื่อบุคคลที่สมควรเป็นกรรมการต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นจึงมั่นใจได้ในความโปร่งใส ปราศจากการครอบงำของฝ่ายบริหาร

ปัจจุบันบริษัทมีคณะกรรมการชุดย่อยเพียงคณะเดียวคือคณะกรรมการตรวจสอบ

ความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทได้เห็นความสำคัญในเรื่องนี้จึงได้ประกาศนโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ที่ห้ามกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทประกอบธุรกิจที่แข่งขันกับบริษัท หลีกเลี่ยงการทำรายการที่เกี่ยวข้องกับตนเอง ที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัท หากมีความจำเป็นต้องทำรายการดังกล่าวคณะกรรมการจะดูแลให้การทำรายการนั้นมีความโปร่งใส เทียบธรรม พิจารณาความเหมาะสมอย่างรอบคอบ เสมือนกับการทำรายการกับบุคคลภายนอก ทั้งนี้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานที่มีส่วนได้เสีย ในรายการนั้นจะไม่มีส่วนในการพิจารณาอนุมัติ รวมทั้งจัดให้มีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์อย่างเคร่งครัด สำหรับรายการระหว่างกันของบริษัท บริษัทย่อย และบริษัทร่วม ในปี 2556 ได้เสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัททราบแล้ว เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2557 และบริษัทได้เปิดเผยรายละเอียดของรายการ คู่สัญญา เหตุผล/ความจำเป็น ไว้ในรายงานประจำปี และแบบ (56-1) แล้ว

การประชุมคณะกรรมการ

การประชุมคณะกรรมการบริษัทจะกำหนดไว้ล่วงหน้าในแต่ละปีอย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้งและมีการประชุมพิเศษเพิ่มเติมตามความจำเป็น โดยมีการกำหนดวาระการประชุมชัดเจน ล่วงหน้า และมีวาระการติดตามผลการดำเนินงานเป็นประจำ ซึ่งเลขานุการบริษัทจะจัดส่งหนังสือเชิญประชุมตามวาระที่ผ่านการพิจารณาร่วมกันของประธานกรรมการและกรรมการผู้อำนวยการ พร้อมเอกสารประกอบวาระการประชุมให้คณะกรรมการทุกท่านทราบล่วงหน้าก่อนการประชุมเป็นเวลา 7 วัน เพื่อให้คณะกรรมการได้ศึกษาข้อมูลอย่างเพียงพอก่อนเข้าร่วมประชุม หากกรรมการท่านใดต้องการเสนอเรื่องเข้าเป็นวาระการประชุมหรือประสงค์ให้ฝ่ายบริหารรายงานความคืบหน้าเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นการเฉพาะ ก็สามารถแจ้งความประสงค์ได้ที่ประธานกรรมการ หรือเลขานุการบริษัท

โดยปกติการประชุมกรรมการแต่ละครั้งใช้เวลา 3-4 ชั่วโมง ประธานกรรมการได้เปิดโอกาสให้กรรมการทุกท่านสามารถอภิปรายแสดงความคิดเห็น และข้อสังเกตอย่างอิสระ คณะกรรมการเห็นว่าเพื่อป้องกันข้อมูลทางการเงินของบริษัทรั่วไหลโดยไม่มีเจตนา จึงให้ฝ่ายบริหารรายงานผลการดำเนินงานของบริษัทในการประชุมเดือนใดที่ไม่มีการประชุมก็ไม่ต้องรายงาน กรรมการอิสระและกรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหารได้มีการพบปะหรือติดต่อเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ในการบริหารโดยไม่มีฝ่ายบริหารร่วมด้วยกันเป็นประจำ หากมีประเด็นที่เป็นข้อสังเกตห่วงใย ก็จะแจ้งข้อกังวลหรือข้อห่วงใยนั้นต่อฝ่ายบริหารเพื่อดำเนินการปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2556 มีการประชุมคณะกรรมการบริษัทจำนวน 7 ครั้ง และบริษัทได้มีการจัดบันทึกรายงานการประชุมเป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งประกอบด้วยข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญอย่างครบถ้วน จัดเก็บรายงานการประชุมที่ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการบริษัท พร้อมให้กรรมการและผู้เกี่ยวข้องตรวจสอบได้

การเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการบริษัท แต่ละคนในปี 2556 สรุปได้ดังนี้

ลำดับที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง	การประชุมคณะกรรมการ	
			จำนวนครั้ง การประชุม	จำนวนครั้ง ที่เข้าร่วมประชุม
1.	นายสุทธิชัย แซ่เห่	ประธานกรรมการและประธานกรรมการบริหาร	7	7
2.	นายเสริมสิน สมะลาภา	รองประธานกรรมการและรองประธานกรรมการบริหาร	7	5
3.	นางสาวดวงกมล โชติชนะ	กรรมการผู้อำนวยการ	7	7

ลำดับที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง	การประชุมคณะกรรมการ	
			จำนวนครั้ง การประชุม	จำนวนครั้ง ที่เข้าร่วมประชุม
4.	นายปรกรณ์ ปริมาสพร	กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ	7	7
5.	นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	7	7
6.	นางสาวเขมกร วชิรวารการ ⁽²⁾	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	1	1
7.	นายเทพชัย แซ่หย่อง ⁽¹⁾	กรรมการ	5	4
8.	นายอดิศักดิ์ ลิ้มรุ่งพัฒนกิจ	กรรมการ	7	7
9.	นายพนา จันทรวโรจน์	กรรมการ	7	5
10.	นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์	กรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร	7	7

- หมายเหตุ 1. เมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2556 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2556 มีมติแต่งตั้งนายเทพชัย แซ่หย่อง เป็น กรรมการบริษัทแทน นายนิสสัย เวชชาชีวะ กรรมการบริษัทที่ลาออก มีผลตั้งแต่วันที่ 10 พฤษภาคม 2556
2. เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2556 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2556 มีมติแต่งตั้ง นางสาวเขมกร วชิรวารการ เป็นกรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบของบริษัทฯ แทนนายโยธิน เนื่องจางงค์ มีผลตั้งแต่วันที่ 10 พฤษภาคม 2556

การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทฯ ได้กำหนดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อย อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้คณะกรรมการได้พิจารณาทบทวนผลงาน ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานระหว่างปีที่ผ่านมา เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาการปฏิบัติงาน

โดยในปี 2556 คณะกรรมการบริษัทฯ จัดให้มีการประเมินผลคณะกรรมการบริษัทใน 2 รูปแบบ คือ การประเมินรายบุคคล (โดยตนเอง) และการประเมินทั้งคณะ ซึ่งอ้างอิงจากแบบประเมินของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ซึ่งผลคะแนนการประเมินแบ่งออกเป็น 4 = เห็นด้วยอย่างมาก, 3 = เห็นด้วยค่อนข้างมาก, 2 = เห็นด้วย, 1 = ไม่เห็นด้วย, 0 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

สรุปผลการประเมินได้ ดังนี้

- การประเมินรายบุคคล แบ่งตามหัวข้อ ได้แก่ ความพร้อมของกรรมการ การกำหนดกลยุทธ์และวางแผนธุรกิจ การจัดการความเสี่ยงและการควบคุมภายใน การดูแลไม่ให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การติดตามรายงานทางการเงินและการดำเนินการ และการประชุมคณะกรรมการ สรุปผลการประเมิน มีคะแนนประเมินส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยม 122 คะแนน จาก 216 คะแนน
- การประเมินทั้งคณะ แบ่งตามหัวข้อ ได้แก่ โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ การประชุมคณะกรรมการ การทำหน้าที่ของกรรมการ ความสัมพันธ์กับฝ่ายจัดการ การพัฒนาด้านของกรรมการและการพัฒนาผู้บริหาร สรุปผลการประเมิน มีคะแนนประเมินส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยม 199 คะแนน จาก 392 คะแนน
- นอกจากนี้คณะกรรมการบริษัทฯ ยังคงให้มีการประเมินของคณะกรรมการชุดย่อย คือ คณะกรรมการตรวจสอบ เช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา ซึ่งผลประเมินแบ่งออกเป็น ไข่ = เห็นด้วย, ไข่ = ไม่เห็นด้วย สรุปผลการประเมินได้ ดังนี้
- การประเมินของคณะกรรมการตรวจสอบ เป็นการประเมินในด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่ และในด้านการประชุม สรุปผลการประเมินมีคะแนนประเมินส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วย 32 คะแนน จาก 34 คะแนน

คำตอบแทนกรรมการ

บริษัทได้กำหนดนโยบายคำตอบแทนกรรมการไว้อย่างชัดเจนโปร่งใส โดยคำตอบแทนอยู่ในระดับเดียวกับอุตสาหกรรมสูงเพียงพอที่จะดึงดูดและรักษากรรมการที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการ และได้ขออนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นแล้ว กรรมการที่ได้รับมอบหมายให้มีหน้าที่และความรับผิดชอบมากขึ้น ได้รับคำตอบแทนที่เหมาะสมกับหน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายเพิ่มขึ้น

สำหรับหลักเกณฑ์ในการพิจารณาผลการดำเนินงานของกรรมการผู้อำนวยการและผู้บริหารระดับสูงเป็นไปตามหลักการและนโยบายที่คณะกรรมการกำหนด ซึ่งเชื่อมโยงกับการดำเนินงานของบริษัทและผลการดำเนินงานของผู้บริหารแต่ละคน คณะกรรมการเป็นผู้ประเมินผลการดำเนินงานของกรรมการผู้อำนวยการ และมอบหมายให้ประธานกรรมการแจ้งหลักเกณฑ์และผลการประเมินต่อกรรมการผู้อำนวยการ คณะกรรมการบริหารให้ความเห็นชอบการประเมินผลการดำเนินงานของผู้บริหารระดับสูงตามที่กรรมการผู้อำนวยการเสนอ คณะกรรมการได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารเป็นผู้พิจารณาคำตอบแทนที่เหมาะสมให้แก่กรรมการผู้อำนวยการและผู้บริหารระดับสูง

จำนวนคำตอบแทนในปี 2555 และ 2556 ซึ่งบริษัทได้จ่ายให้แก่กรรมการมีรายละเอียดดังนี้

กรรมการ / ตำแหน่ง	คำตอบแทนปี 2556				คำตอบแทนปี 2555			
	คำตอบแทน	เบี้ยประชุม	อื่นๆ	รวม	คำตอบแทน	เบี้ยประชุม	อื่นๆ	รวม
ประธานกรรมการ :								
- นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	400,000	-	-	400,000	400,000	-	-	400,000
ประธานกรรมการตรวจสอบ:								
- นายปกรณ์ บริมาสาร	400,000	-	-	400,000	400,000	-	-	400,000
กรรมการตรวจสอบ:								
- นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	300,000	-	-	300,000	300,000	-	-	300,000
- นายโยธิน เนื่องจำนง	-	-	-	-	300,000	-	-	300,000
- นางสาวเข็มกร วชิรวรการ ⁽³⁾	150,000	-	-	150,000	-	-	-	-
กรรมการอิสระ:								
- นายนิสสัย เวชชาชีวะ	-	-	-	-	200,000	-	-	200,000
กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร:								
- นายนิวัฒน์ แจ่มอริวงศ์	200,000	-	-	200,000	200,000	-	-	200,000
- นางคริสติน ดิไบเอส เบรนเดล ⁽¹⁾	-	-	-	-	200,000	-	-	200,000
กรรมการที่เป็นผู้บริหาร :								
- นายเสริมสิน สมะลาภา	200,000	-	-	200,000	200,000	-	-	200,000
- นางสาวดวงกมล โชตะนา	200,000	-	-	200,000	200,000	-	-	200,000
- นายอดิศักดิ์ ลิ้มปฐงพัฒน์กิจ	200,000	-	-	200,000	150,000	-	-	150,000
- นายพนา จันทวิโรจน์	200,000	-	-	200,000	150,000	-	-	150,000
- นายเทพชัย แซ่หย่อง ⁽²⁾	150,000	-	-	150,000	-	-	-	-
รวม	2,400,000	-	-	2,400,000	2,700,000	-	-	2,700,000

หมายเหตุ : ในปี 2556

- เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2556 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2556 ได้มีการแจ้งขอลาออกจากตำแหน่งกรรมการบริษัท คือ นางคริสติน ดิไบเอส เบรนเดล ซึ่งเป็นการออกตามวาระครบกำหนด

2. เมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2556 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2556 มีมติแต่งตั้ง นายเทพชัย แซ่หย่อง เป็นกรรมการบริษัทแทนนายนิสสัย เวชชาชีวะ มีผลตั้งแต่ 10 พฤษภาคม 2556
3. เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2556 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2556 มีมติแต่งตั้ง นางสาวเขมกร วชิรวรการ เป็นกรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบของบริษัทฯ แทนนายโยธิน เนื่องจางค์ มีผลตั้งแต่ 18 ตุลาคม 2556

การพัฒนากรรมการและผู้บริหาร

กรรมการเข้าใหม่ทุกคนจะได้รับการปฐมนิเทศ เบื้องต้นจากประธานกรรมการ เกี่ยวกับลักษณะการดำเนินธุรกิจ ประวัติและความเป็นมาของบริษัท ที่ตั้งสำนักงานและสาขา วัฒนธรรมองค์กร พร้อมรับคำชี้แจงจากกรรมการผู้อำนวยการและเลขานุการบริษัท เกี่ยวกับโครงสร้างองค์กร นโยบายการกำกับดูแลกิจการ ระบบการควบคุมภายใน พร้อมเอกสารประกอบ

คณะกรรมการบริษัทฯ สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาความรู้ให้กับกรรมการทุกคน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ บริษัทฯ มีนโยบายส่งเสริมให้กรรมการ เข้าร่วมสัมมนาและเข้าร่วมอบรมหลักสูตรต่างๆ ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือสถาบันอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาในส่วนของหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการ หรือแนวทางการบริหารจัดการแนวใหม่ เพื่อให้กรรมการทุกคนมีการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการนำความรู้ต่างๆ มาปรับใช้อย่างเหมาะสมเพื่อให้มีการปรับปรุงการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง และนำความรู้มาใช้ประโยชน์กับบริษัทฯ ต่อไป ซึ่งในปี 2556 ได้สนับสนุนกรรมการเข้าร่วมอบรม ดังนี้

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	หลักสูตรที่อบรมปี 2556
1.	นายปรกรณ์ บริมาสาร	กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ	- การเดินทางสู่การยกระดับการกำกับดูแลกิจการที่ดี ภายใต้ “ASEAN Corporate Governance Scorecard”
2.	นายเทพชัย แซ่หย่อง	กรรมการ	- หลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการบริษัท (DCP) รุ่น 177

แผนการสืบทอดงาน

คณะกรรมการตระหนักว่าคุณภาพขององค์กรจะสะท้อนออกมาจาก พนักงานผู้ปฏิบัติงาน ความเจริญเติบโตที่ยั่งยืนของบริษัท ขึ้นอยู่กับการสร้างบุคลากรที่มีความสามารถเพื่อส่งต่อภารกิจ และสืบทอดเจตนารมณ์ของผู้ก่อตั้ง รวมถึงวัฒนธรรมที่ดีงามขององค์กร ต่อไปจากรุ่นสู่รุ่น จึงได้มอบนโยบายให้ฝ่ายบริหาร ให้ความสำคัญกับการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรบุคคล อย่างมีประสิทธิภาพ มีทิศทาง เพื่อบรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมขององค์กร

บริษัทฯ มีการคัดเลือกบุคลากรที่จะเข้ามารับผิดชอบในตำแหน่งงานบริหารที่สำคัญทุกระดับให้เป็นไปอย่างเหมาะสมและโปร่งใส เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ ได้ผู้บริหารที่มีความเป็นมืออาชีพ มีความเป็นกลาง ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเมือง มีความเข้าใจในวัฒนธรรม และจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นอย่างดี ทั้งนี้ บริษัทมีการกำหนดแผนสืบทอดงาน ดังนี้

1. ประธานกรรมการ / กรรมการผู้อำนวยการ

เมื่อตำแหน่งผู้บริหารระดับประธานกรรมการบริหาร / กรรมการผู้จัดการว่างลงหรือผู้อยู่ในตำแหน่งไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งได้ บริษัทฯจะมีระบบการให้ผู้บริหารในระดับใกล้เคียง หรือระดับรองเป็นผู้รักษาราชการในตำแหน่งจนกว่าจะมีการสรรหาและคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทฯ กำหนด และต้องเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ ความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ ความเหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์กร โดยการพิจารณาของคณะกรรมการทั้งคณะ เพื่อนำเสนอประธานกรรมการเป็นผู้เสนอรายชื่อบุคคลที่สมควรเป็นกรรมการต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น

2. ผู้อำนวยการ

เมื่อตำแหน่งระดับผู้บริหารตั้งแต่ผู้อำนวยการขึ้นไปว่างลง หรือผู้อยู่ในตำแหน่งไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งได้ บริษัทฯ มีการวางแผนการสืบทอดตำแหน่งดังนี้

1. วิเคราะห์สถานการณ์การประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ในด้านกลยุทธ์ นโยบาย แผนการลงทุน แผนงานการขยายตัว
2. ประเมินความพร้อมของกำลังคนให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทฯ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว
3. กำหนดแผนสร้างความพร้อมของกำลังคน โดยพัฒนาพนักงานหรือสรรหาพนักงานเพื่อเตรียมทดแทนคนที่ลาออก
4. สร้างแผนสรรหาพนักงานและพัฒนาฝึกอบรมไว้ล่วงหน้า ก่อนพนักงานจะเกษียณหรือลาออกก่อนเวลา
5. กำหนดความสามารถ ซึ่งหมายถึง ความรู้ ทักษะ บุคลิกภาพ และทัศนคติที่พึงปรารถนาของพนักงานในตำแหน่งนั้นๆ และจัดทำแผนพัฒนาเป็นรายบุคคล
6. คัดเลือก ประเมินผลงาน และประเมินศักยภาพของพนักงานเพื่อพิจารณาความเหมาะสม
7. ใช้เครื่องมือ KPI ในการทดสอบและประเมินบุคลากร เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของพนักงาน

10. ความรับผิดชอบต่อสังคม

10.1 นโยบายภาพรวม

ในโลกที่ทุกสิ่งมีความเชื่อมโยงถึงกัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสื่อสารแบบไร้ขีดจำกัด ในสื่อวิทยุและโทรทัศน์ยุคทีวีดิจิทัล ที่กำลังเข้ามาแทนที่ทีวีระบบ อนาล็อก นับเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ และถือเป็นยุคทองของ คอนเทนต์ โปรดิวเซอร์

เนชั่น กรุ๊ป ในฐานะสื่อคุณภาพครบวงจรที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ ตระหนักดีถึงบทบาทภาระหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนทั้งทางบวกและทางลบ ในการให้ข้อมูลหรือชักจูงทางความคิดต่อประชาชนผู้รับข้อมูล เพื่อสร้างสรรค์สังคมที่ดีงาม รักษาวัฒนธรรม หรือเข้าร่วมกิจกรรมของหน่วยงานอื่น หรือชักชวนบริษัทหรือองค์กรต่างๆ ทำกิจกรรมเพื่อสังคมในทุกๆ ด้านมากมายอย่างต่อเนื่องในปี 2556 มีกิจกรรมที่บริษัทดำเนินการที่สำคัญๆ ทั้งของบริษัทและบริษัทในกลุ่ม ดังนี้

10.2 กิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (after process)

โครงการคลายหนาวให้น้อง ปีที่ 4

NMG จัดกิจกรรมโครงการคลายหนาวให้น้อง ซึ่งนับเป็นปีที่ 4 ที่บริษัทได้จัดขึ้น และร่วมกับบริษัท NBC และพันธมิตรองค์กรในเครือภาคเอกชน พร้อมพนักงานของบริษัท ร่วมกันบริจาคผ่านรายการข่าว “ข่าวข้น คนเนชั่น” เชิญชวนประชาชนร่วมกันบริจาคเงิน และสิ่งของ เครื่องนุ่งห่ม จัดทำคาราวานร่วมกับพันธมิตรไปมอบให้กับเด็กๆ และประชาชนในถิ่นทุรกันดารและชนบทห่างไกล ซึ่งในปี 2556 ได้จัดทำพวงพวงคาราวานไฟรวิไล และกลุ่มอาสาเพื่อแผ่นดิน พร้อมพนักงาน ไปมอบสิ่งของบริจาคให้กับโรงเรียนเย็นศิระ บ้านหมากแข้ง และบ้านหมื่นขาว จังหวัดเลย รวมนักเรียนกว่า 200 คน พร้อมกิจกรรมสันทนาการมากมาย

โครงการ CSR ของคมชัดลึก ปี 2556

1. โครงการแทนคุณแผ่นดิน

โครงการ “แทนคุณแผ่นดิน” ปี 2556 นับเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการทำความดีในสังคมไทย ด้วยการร่วมกันเสนอรายชื่อคนดี และเยาวชนต้นแบบ ที่จะเป็แรงบันดาลใจช่วยเสริมสร้างค่านิยมให้สังคมไทยทุกระดับเห็นคุณค่าของการทำความดีและเชิดชูผู้ที่ทำความดี มั่นใจว่าโครงการนี้จะเป็นอย่างและจุดประกายให้กับทุกภาคส่วนในสังคมได้ตระหนักถึงความสำคัญในการประกอบคุณงามความดีและร่วมมือร่วมใจเพื่อสร้างความร่มเย็นเป็นสุขให้กับชุมชนและสังคม ซึ่งการส่งเสริมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าและยั่งยืน เพราะคนคือผู้ขับเคลื่อนองค์กรและสังคม หากคนส่วนใหญ่ในสังคมเป็นคนที่มีความรู้ จริยธรรม สังคมไทยในภาพรวมก็จะเป็นสังคมที่สงบสุข และมีความสุขอย่างยั่งยืน

2. โครงการอาสา คม ชัด ลึก แทนคุณแผ่นดิน

ในปี 2556 “คม ชัด ลึก” มีนโยบายจัดกิจกรรมตอบแทนสังคมอย่างต่อเนื่อง ด้วยการจัดโครงการ “อาสา คม ชัด ลึก แทนคุณแผ่นดิน” เป็นปีที่ 3 เพื่อให้ความช่วยเหลือประชาชน เด็กด้อยโอกาสในชุมชน หรือพื้นที่ที่การช่วยเหลือเข้าไม่ถึง ในรูปแบบของการซ่อมสร้างห้องสมุดโรงเรียน โรงอาหารของโรงเรียน สนามเด็กเล่น ลานกีฬาชุมชน ช่วยเหลือประชาชน ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์อุทกภัยต่างๆ เช่น น้ำท่วม ภัยแล้ง ภัยหนาว

โดยได้เริ่มโครงการตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2553 โดยเปิดรับการขอความช่วยเหลือจากพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ หรือได้รับความเดือดร้อนโดยตรง การสำรวจความเสียหายโดยผู้สื่อข่าวภูมิภาคในจังหวัดต่างๆ จากกรณีอุทกภัยเฉพาะหน้า เช่น น้ำท่วม ภัยแล้ง ภัยหนาว หรือกรณีโรงเรียนหรือชุมชนต้องการความช่วยเหลือ และการได้รับข้อมูลจากตัวแทนคนดี ในโครงการ “แทนคุณแผ่นดิน” ในพื้นที่ต่างๆ พร้อมดำเนินการตั้งคณะกรรมการลงตรวจสอบพื้นที่ ตามที่ได้รับการร้องขอ โดย

ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่อาสาเข้าร่วมโครงการ เพื่อลงพื้นที่จริง แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ก่อนที่ทีมจิตอาสาจะลงพื้นที่เพื่อปฏิบัติงานให้ภารกิจลุล่วง

ในปีนี้ โครงการ “อาสา คม ชัด ลึก แทนคุณแผ่นดิน” ได้ดำเนินการช่วยเหลือโรงเรียน ในถิ่นทุรกันดาร ดังนี้

1. มอบเงินจำนวน 100,000 บาท สมทบทุนสร้างศาลาอเนกประสงค์ ให้กับ โรงเรียนบ้านชะบะครือ อ.หนองบุญมาก จ.นครราชสีมา เมื่อเดือน ตุลาคม 2556
2. ให้การช่วยเหลือโรงเรียนที่ถูกน้ำท่วมในปีการศึกษา 2556 จำนวน 2 โรงเรียนๆ ละ 200,000 บาท ได้แก่ โรงเรียนวัดหาดสูง อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี และ โรงเรียนวัดปากน้ำโจ้โล้ อ.บางกล่ำ จ.ระยอง ปลายเดือนตุศจิกายน 2556
3. มอบตุ๊กตาและสิ่งของที่จำเป็นต่อการพัฒนาการเจริญเติบโตของเด็กเล็กก่อนวัยเรียน เพื่อเป็นของขวัญวันเด็กประจำปี 2557 ให้กับเด็กในชุมชนร่มเกล้า ที่พ่อแม่ที่มีฐานะยากจนและนำมาฝากเลี้ยงช่วงกลางวัน ที่ ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กก่อนวัยเรียน ชุมชนมิตรสามัคคีพื้นนครร่มเกล้า ระยะ 5 โซน 11 แขวงคันนน เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 26 ธันวาคม 2556

โครงการ CSR ของ The Nation ปี 2556

The Nation ร่วมกับบริษัทในเครือ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และส่วนหนึ่งของสมาชิก Asia News Network ซึ่งมีพันธมิตรสื่อ 22 แห่ง จาก 19 ประเทศในทวีปเอเชีย จัดการณรงค์เรียไรเงินการกุศลเพื่อช่วยเหลือเหยื่อที่ได้รับผลกระทบจากพายุไต้ฝุ่นไห่เยี่ยน ซึ่งได้สร้างความเสียหายให้แก่ประเทศฟิลิปปินส์เป็นบริเวณกว้าง เงินการกุศลที่ได้มาถูกมอบให้กับสภาชาดของประเทศฟิลิปปินส์ผ่านทางหนังสือพิมพ์ Inquirer ซึ่งเป็นสมาชิกของ Asia News Network โดยการณรงค์นี้ได้รับการแจ้งจากสถานทูตฟิลิปปินส์ถึงประเทศไทยว่าสามารถรวบรวมเงินได้มากกว่า 160,000 ยูเอสดอลลาร์

11. ระบบการควบคุมภายในและการบริหารจัดการความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัทฯ ตระหนักถึงหน้าที่และความรับผิดชอบในฐานะกรรมการของบริษัทจดทะเบียนฯ ในการกำกับดูแลให้รายงานทางการเงินของบริษัทฯ ที่จัดทำขึ้นมีข้อมูลทางบัญชีที่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ โปร่งใส เปิดเผยอย่างเพียงพอที่จะดำรงรักษาไว้ซึ่งทรัพย์สินของบริษัทฯ ป้องกันการทุจริตและการดำเนินการที่ผิดปกติ รายการที่เกี่ยวข้องกันซึ่งอาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ซึ่งเป็นรายการทางการเงินที่อันเป็นธุรกิจปกติทั่วไป รวมทั้งได้ถือปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป ใช้นโยบายบัญชีที่เหมาะสมและถือปฏิบัติโดยสม่ำเสมอ ตลอดจนมีการพิจารณาถึงความสมเหตุสมผลประโยชน์สูงสุด การปฏิบัติตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ความรอบคอบระมัดระวังในการจัดทำงบการเงินและงบการเงินรวมของบริษัทฯ และบริษัทย่อย รวมถึงข้อมูลสารสนเทศทางการเงินที่ปรากฏในรายงานประจำปีของบริษัทฯ

ดังนั้นเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียเกิดความเชื่อมั่นต่อรายงานทางการเงินของบริษัทฯ คณะกรรมการบริษัทฯ จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ ประกอบด้วยกรรมการอิสระผู้ซึ่งมีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตามประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ทำหน้าที่สอบทานให้บริษัทฯ มีการรายงานทางการเงิน และการดำเนินงานอย่างถูกต้องเพียงพอ มีการเปิดเผยข้อมูลรายการที่เกี่ยวข้องกันหรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้มีความโปร่งใสถูกต้องและครบถ้วน รวมทั้งให้มีความเพียงพอของระบบบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน การตรวจสอบภายใน และการกำกับดูแลของบริษัทฯ ที่เหมาะสมและมีประสิทธิผล ตลอดจนมีความครบถ้วนเพียงพอ และเหมาะสมของกระบวนการติดตามการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ นโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน

บริษัทฯ ได้จัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบภายใน ทำหน้าที่รับผิดชอบงานด้านตรวจสอบภายในขององค์กร และรายงานผลการตรวจสอบต่อคณะกรรมการตรวจสอบและผู้บริหาร ซึ่งมีนางสาวกาญจนา ฤทธิรงค์จักร เป็นหัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายใน

ในปี 2556 คณะกรรมการตรวจสอบได้ประชุมร่วมกัน 4 ครั้ง แต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ 4 ชั่วโมง เพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับไว้ในกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบ นอกจากนี้ยังมีวาระการประชุมร่วมกับผู้สอบบัญชี วาระการประชุมร่วมกับหัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายใน ซึ่งได้รายงานผลการตรวจสอบและเสนอขอความเห็นชอบเรื่องกฎบัตรของหน่วยงานตรวจสอบภายในและแผนการตรวจสอบประจำปี รวมถึงประชุมกับผู้บริหารระดับสูงของบริษัทในวาระที่เกี่ยวข้องจากการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวคณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่า งบการเงินประจำปี 2556 ของบริษัทมีความเหมาะสมและไม่พบรายการใดที่อาจมีผลกระทบอันเป็นสาระสำคัญต่องบการเงิน ระบบควบคุมภายในของบริษัทมีความเหมาะสม เพียงพอและมีประสิทธิภาพ รายการที่เกี่ยวข้องกันเป็นรายการที่เป็นธุรกิจตามปกติทั่วไป สมเหตุสมผล และไม่พบรายการใดที่ผิดปกติ บริษัทได้ปฏิบัติตามกรอบของกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดและกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท และผู้สอบบัญชี ประจำปี 2556 ของบริษัท เป็นบุคคลที่เหมาะสมเพราะมีความเป็นอิสระและมีประสบการณ์ในการสอบบัญชีมาเป็นเวลายาวนาน

คณะกรรมการบริษัทฯ ได้รับทราบรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบไตรมาสละ 1 ครั้ง เกี่ยวกับการสอบทานงบการเงินและรายงานทางการเงิน รวมทั้งผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานตรวจสอบภายในที่มีพนักงานตรวจสอบภายในที่มีประสบการณ์จำนวน 3 ท่าน ซึ่งคณะกรรมการบริษัทฯ มีความเห็นว่าระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ โดยรวมอยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจ สามารถให้ความมั่นใจอย่างมีเหตุผลต่อความน่าเชื่อถือ ได้ของงบการเงินและงบการเงินรวมของบริษัทสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีการดูแลป้องกันทรัพย์สินมิให้ผู้บริหารและพนักงานนำไปใช้โดยมิชอบ การปฏิบัติงานเป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนด มีระบบการควบคุมภายในที่รัดกุมเพียงพอและเหมาะสมทั้งส่วนขององค์กรและสภาพแวดล้อม การบริหารความเสี่ยง การควบคุมการปฏิบัติงานของฝ่ายบริหาร ระบบสารสนเทศและการสื่อสารข้อมูล รวมถึงระบบการติดตามการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที

นอกจากนี้บริษัทได้จัดให้มีกระบวนการในการทบทวนและประเมินความเพียงพอและความเหมาะสมของระบบการควบคุมภายในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้การควบคุมภายในของบริษัท ทันสมัยต่อเหตุการณ์และสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปตลอดเวลา ไม่เกิดข้อบกพร่อง ซึ่งจะนำมาซึ่งความรวดเร็วและขาดประสิทธิภาพ

จากการตรวจสอบงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556 ผู้สอบบัญชีมีข้อสังเกตและข้อเสนอแนะ ซึ่งได้รายงานให้คณะกรรมการตรวจสอบรับทราบแล้ว เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2557 ซึ่งข้อสังเกตดังกล่าวไม่เป็นสาระสำคัญในการแสดงความเห็นต่องบการเงินของบริษัทแต่อย่างใด ซึ่งฝ่ายบริหารได้รับไปดำเนินการ ดังต่อไปนี้

- 1) ควรจัดทำสัญญาการปันส่วนของรายการระหว่างกันระหว่างบริษัทในกลุ่มให้ครบถ้วนชัดเจน
- 2) ควรติดตามรายได้ค้างรับที่ค้างนานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ออกใบแจ้งหนี้และเก็บเงินได้โดยเร็ว

นอกจากนี้ มีข้อสังเกตเกี่ยวกับการควบคุมภายในของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการบางส่วนแล้ว แต่ควรจะทบทวนให้มีเนื้อหาครบถ้วนและเหมาะสมอยู่เสมอ ได้แก่ การปรับปรุงทบทวนนโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติงานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทบทวนผู้ใช้งานที่มีสิทธิ์สูง (Super-user) เป็นรายคน ทบทวนบัญชีผู้ใช้งานในระบบต่างๆ เป็นประจำ เพื่อให้เป็นไปตามหน้าที่ความรับผิดชอบหรือความจำเป็นต้องเข้าใช้งาน เป็นต้น

ส่วนหน่วยงานตรวจสอบภายใน ในระหว่างปี 2556 มีข้อสังเกตเกี่ยวกับระบบการควบคุมภายในบางประการ ซึ่งบริษัทได้มีแนวทางในการดำเนินการเพื่อควบคุมและเร่งรัดการปฏิบัติงานในเรื่องดังกล่าวกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแล้ว สรุปดังนี้

- 1) ควรบันทึกข้อมูลการขายโฆษณาแบบมี iSnap ให้ถูกต้องและตรงตามประเภท เพื่อให้ข้อมูลในระบบตรงตามจริง และควรขายในราคาที่กำหนดไว้ เพื่อให้บริษัทมีรายได้ตามที่ควรจะเป็น
- 2) ควรนำส่งเงินสดที่เป็นค่าสมัครสมาชิกสิ่งพิมพ์ภายในเวลาที่กำหนด และควรจ่ายเอกสารใบรับเงินชั่วคราวตามลำดับเลขที่ของเอกสาร เพื่อให้การควบคุมเงินสดและเอกสารสำคัญเป็นไปอย่างรัดกุม
- 3) โรงพิมพ์ WPS ควรใช้ระบบช่วยในเก็บข้อมูลและคำนวณชั่วโมงการทำงานล่วงเวลา เพื่อใช้ประโยชน์จากระบบงานที่มีอยู่ให้คุ้มค่า

12. รายการระหว่างกัน

บริษัทและบริษัทย่อยมีรายการระหว่างกันกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันในกลุ่มบริษัท เฉพาะกรณีที่มีความจำเป็นอันเนื่องมาจากการดำเนินธุรกิจตามปกติทางการค้า โดยรายการที่เปิดเผยดังต่อไปนี้ เป็นรายการระหว่างกันระหว่างบริษัทและบริษัทย่อยที่มีกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งกัน และบุคคลที่เกี่ยวข้องกันที่ถือหุ้นในบริษัทย่อย กิจการที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วมและกิจการที่เกี่ยวข้องกันอื่นรวมกันแล้วเกินกว่าร้อยละ 10

ลักษณะความสัมพันธ์ของการถือหุ้น และการเป็นกรรมการร่วมกัน แสดงอยู่ในหัวข้อ ความสัมพันธ์ระหว่างกรรมการผู้บริหาร กับบุคคลที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน

ข้อมูลสรุปของรายการระหว่างกันที่สำคัญ ตามความหมายข้างต้นมีดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

บริษัทหรือบุคคล / ลักษณะธุรกิจ	ลักษณะความสัมพันธ์	ลักษณะรายการระหว่างกันที่สำคัญ	มูลค่ารายการ / ยอดคงเหลือ ปี 2556
บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) / ผลิตรายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ และให้บริการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุและสื่อรูปแบบใหม่	เป็นบริษัทย่อย บริษัทถือหุ้น ร้อยละ 71.30 และมีกรรมการร่วมกัน	ขายสินค้าและการให้บริการ	24.64
		รายได้จากการลงทุน	26.24
		รายได้อื่น	1.72
		ค่าพิมพ์ ต้นทุนการให้บริการ และค่าใช้จ่าย	14.77
		ลูกหนี้การค้า	2.37
		ลูกหนี้อื่น	0.72
		เจ้าหนี้การค้า	0.84
		เจ้าหนี้อื่น	0.79
บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) / นำเข้า ผลิต และจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์	เป็นบริษัทย่อย บริษัทถือหุ้น ร้อยละ 83.76 และมีกรรมการร่วมกัน	ขายสินค้าและการให้บริการ	14.16
		รายได้จากการลงทุน	10.00
		รายได้อื่น	3.35
		ค่าพิมพ์ ต้นทุนการให้บริการ และค่าใช้จ่าย	2.62
		ลูกหนี้การค้า	15.04
		ลูกหนี้อื่น	5.91
		เจ้าหนี้การค้า	1.19
		เจ้าหนี้อื่น	0.50
บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด / ผลิต และจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ฉบับภาษาอังกฤษ สิ่งพิมพ์และสื่อโฆษณา	เป็นบริษัทย่อย บริษัทถือหุ้น ร้อยละ 99.99 และมีกรรมการร่วมกัน	ขายสินค้าและการให้บริการ	51.69
		รายได้อื่น	3.60
		ค่าพิมพ์ ต้นทุนการให้บริการ และค่าใช้จ่าย	0.50
		ลูกหนี้การค้า	47.96
		ลูกหนี้อื่น	10.36
		เจ้าหนี้การค้า	86.24
		เจ้าหนี้อื่น	1.20

บริษัทหรือบุคคล / ลักษณะธุรกิจ	ลักษณะความสัมพันธ์	ลักษณะรายการระหว่างกัน ที่สำคัญ	มูลค่ารายการ / ยอดคงเหลือ ปี 2556
บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด / ผลิตและ จัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ และ สื่อโฆษณา	เป็นบริษัทย่อย บริษัทถือหุ้น ร้อยละ 99.99 และมีกรรมการ ร่วมกัน	ขายสินค้าและการให้บริการ	188.98
		รายได้อื่น	3.92
		ค่าพิมพ์ ต้นทุนการให้บริการ และค่าใช้จ่าย	5.66
		ลูกหนี้การค้า	186.14
		ลูกหนี้อื่น	12.12
		เจ้าหนี้การค้า	201.63
		เจ้าหนี้อื่น	4.22
บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด / ผลิต และจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ และสื่อโฆษณา	เป็นบริษัทย่อย บริษัทถือหุ้น ร้อยละ 99.99 และมีกรรมการ ร่วมกัน	ขายสินค้าและการให้บริการ	368.33
		รายได้อื่น	4.87
		ค่าพิมพ์ ต้นทุนการให้บริการ และค่าใช้จ่าย	1.78
		ลูกหนี้การค้า	65.09
		ลูกหนี้อื่น	2.33
		เจ้าหนี้การค้า	105.02
		เจ้าหนี้อื่น	4.73
บริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง จำกัด / ผลิตรายการโทรทัศน์และ ให้บริการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์	เป็นบริษัทที่บริษัท กรุงเทพ ธุรกิจ มีเดีย จำกัด ถือหุ้น ร้อยละ 99.99 และมีกรรมการ ร่วมกัน	ลูกหนี้อื่น	38.00
บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด / สิ่งพิมพ์	เป็นบริษัทที่บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดู เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 99.99 และมี กรรมการร่วมกัน	ขายสินค้าและการให้บริการ	3.39
		รายได้อื่น	0.01
		ลูกหนี้การค้า	11.50
		ลูกหนี้อื่น	0.75
บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ สกรีน จำกัด / ผลิต รายการโทรทัศน์และให้บริการโฆษณา ผ่านสื่อโทรทัศน์	เป็นบริษัทที่บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 99.99 และมีกรรมการร่วมกัน	ขายสินค้าและการให้บริการ	2.45
		รายได้อื่น	0.01
		ลูกหนี้การค้า	2.62
		ลูกหนี้อื่น	0.02
บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด / ผลิต รายการโทรทัศน์และให้บริการโฆษณา ผ่านสื่อโทรทัศน์	เป็นบริษัทที่บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 99.99 และมีกรรมการร่วมกัน	ขายสินค้าและการให้บริการ	3.06
		รายได้อื่น	0.10
		ลูกหนี้การค้า	3.27
		ลูกหนี้อื่น	0.11

บริษัทหรือบุคคล / ลักษณะธุรกิจ	ลักษณะความสัมพันธ์	ลักษณะรายการระหว่างกัน ที่สำคัญ	มูลค่ารายการ / ยอดคงเหลือ ปี 2556
บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด / บริการด้านการพิมพ์	เป็นบริษัทย่อย บริษัทถือหุ้น ร้อยละ 84.50 และมีกรรมการ ร่วมกัน	ขายสินค้าและการให้บริการ	15.55
		รายได้จากการลงทุน	15.32
		รายได้อื่น	0.30
		ค่าพิมพ์ ต้นทุนการให้บริการ และค่าใช้จ่าย	5.97
		ลูกหนี้การค้า	48.25
		ลูกหนี้อื่น	76.48
		เงินให้กู้ยืม	141.00
		เจ้าหนี้การค้า	0.22
		เจ้าหนี้อื่น	1.00
มหาวิทยาลัยเนชั่น / ให้บริการด้าน การศึกษา	เป็นมหาวิทยาลัยที่บริษัท เนชั่น ยู จำกัด รับ โอน ใบอนุญาต	ขายสินค้าและการให้บริการ	1.56
		รายได้อื่น	2.90
		ค่าพิมพ์ ต้นทุนการให้บริการ และค่าใช้จ่าย	3.00
		ลูกหนี้การค้า	0.11
		ลูกหนี้อื่น	109.91
		เจ้าหนี้อื่น	3.00
บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด / จัดส่ง สิ่งพิมพ์	เป็นบริษัทย่อย บริษัทถือหุ้น ร้อยละ 99.99 และมีกรรมการ ร่วมกัน	ขายสินค้าและการให้บริการ	15.66
		รายได้อื่น	1.22
		ค่าพิมพ์ ต้นทุนการให้บริการ และค่าใช้จ่าย	2.02
		ลูกหนี้การค้า	18.62
		ลูกหนี้อื่น	33.44
		เจ้าหนี้การค้า	0.32
บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด / สิ่งพิมพ์	เป็นกิจการที่ควบคุมร่วมกันที่ บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่น แนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 49.99 และมีกรรมการร่วมกัน	ขายสินค้าและการให้บริการ	72.75
		ดอกเบี้ยรับ	3.35
		รายได้อื่น	0.99
		ค่าพิมพ์ ต้นทุนการให้บริการ และค่าใช้จ่าย	7.17
		ลูกหนี้การค้า	84.16
		ลูกหนี้อื่น	13.39
		เจ้าหนี้การค้า	0.09
		เจ้าหนี้อื่น	1.60

บริษัทหรือบุคคล / ลักษณะธุรกิจ	ลักษณะความสัมพันธ์	ลักษณะรายการระหว่างกันที่สำคัญ	มูลค่ารายการ / ยอดคงเหลือ ปี 2556
บริษัท โยมิอุริ-เนชั่น อินฟอর্মเมชั่น เซอร์วิส จำกัด / ตัวแทนขายโฆษณาในหนังสือพิมพ์	เป็นบริษัทร่วม บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 45.00 และมีกรรมการร่วมกัน	ขายสินค้าและการให้บริการ	3.96
		ลูกหนี้การค้า	0.22
		ลูกหนี้อื่น	0.18

นโยบายรายการระหว่างกันของบริษัท กับ บริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วม และบริษัทย่อยในระดับเดียวกัน ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. มาตรการและขั้นตอนในการอนุมัติการทำรายการระหว่างกันของบริษัทกับบริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วม และบริษัทย่อยในระดับเดียวกัน
2. นโยบายหรือแนวโน้มนำการทำรายการระหว่างกันในอนาคตของบริษัทกับบริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วม และบริษัทย่อยในระดับเดียวกัน

1. มาตรการและขั้นตอนในการอนุมัติการทำรายการระหว่างกัน

บริษัทได้กำหนดมาตรการควบคุมการทำรายการระหว่างกันของบริษัทกับบริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วม และบริษัทย่อยในระดับเดียวกัน กับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ มีส่วนได้ส่วนเสีย หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในอนาคตตามประกาศของคณะกรรมการ กสท. และตลาดหลักทรัพย์ฯ

โดยคณะกรรมการตรวจสอบจะเป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความจำเป็นในการเข้าทำรายการและความเหมาะสมทางด้านราคาของรายการ โดยพิจารณาจากเงื่อนไขต่างๆ ให้เป็นไปตามลักษณะการดำเนินการค้าปกติในตลาด และมีการเปรียบเทียบราคาที่เกิดขึ้นกับบุคคลภายนอก ในกรณีที่ไม่สามารถเปรียบเทียบราคากับบุคคลภายนอกได้ ทั้ง 2 ฝ่ายจะร่วมกันพิจารณา เพื่อกำหนดอัตราค่าสินค้าและบริการที่เหมาะสมต่อไป

ในกรณีที่คณะกรรมการตรวจสอบไม่มีความชำนาญในการพิจารณารายการระหว่างกันที่เกิดขึ้น บริษัทจะจัดให้มีผู้เชี่ยวชาญอิสระหรือผู้สอบบัญชีของบริษัทเป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับรายการระหว่างกันดังกล่าว เพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจของคณะกรรมการบริษัท และ/หรือ คณะกรรมการตรวจสอบ และ/หรือ ผู้ถือหุ้น ตามแต่กรณี ซึ่งผู้ที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์หรือมีส่วนได้ส่วนเสียในการทำรายการระหว่างกันจะไม่มีสิทธิออกเสียงในการอนุมัติการทำรายการระหว่างกันดังกล่าว

นอกจากนั้น บริษัทจะดำเนินการเปิดเผยข้อมูลในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน และการได้มาหรือจำหน่ายไปของสินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัทและบริษัทย่อย ตามข้อกำหนดของคณะกรรมการ กสท. และตลาดหลักทรัพย์ฯ ตลอดจนถึงมาตรฐานบัญชีที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์

2. นโยบายหรือแนวโน้มนำการทำรายการระหว่างกันในอนาคต

บริษัท กับ บริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วม และบริษัทย่อยในระดับเดียวกัน อาจมีการเข้าทำรายการระหว่างกันกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในอนาคต

โดยหากเป็นรายการธุรกิจปกติและรายการสนับสนุนธุรกิจปกติซึ่งมีเงื่อนไขทางการค้าโดยทั่วไปกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยเฉพาะในกลุ่มบริษัทในเครือบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เช่น การจ้างพิมพ์ การจัดส่งสินค้า การซื้อกระดาษ การซื้อโฆษณาในสื่อต่างๆ และการเรียกเก็บค่าบริการระหว่างกัน เป็นต้น บริษัท ได้กำหนดนโยบายในการทำรายการระหว่างกันให้มีเงื่อนไขต่างๆ เป็นไปตามลักษณะการดำเนินการค้าปกติในราคาตลาด ซึ่งสามารถเปรียบเทียบได้กับราคาที่เกิดขึ้นกับบุคคลภายนอก ซึ่งเป็นไปตามหลักการที่คณะกรรมการบริษัทอนุมัติไว้แล้วตามที่กำหนดไว้ใน

พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และให้ปฏิบัติตามสัญญาที่ตกลงร่วมกันอย่างเคร่งครัดพร้อมทั้งกำหนดราคาและเงื่อนไขรายการต่างๆ ให้ชัดเจน เป็นธรรม และไม่ก่อให้เกิดการถ่ายเทผลประโยชน์

ทั้งนี้ ในกรณีที่มีการเข้าทำรายการใหม่ หรือมีการเปลี่ยนแปลงของราคาและเงื่อนไขที่แตกต่างจากเดิม ฝ่ายตรวจสอบภายในจะทำหน้าที่ตรวจสอบข้อมูลและจัดทำรายงานเพื่อให้คณะกรรมการตรวจสอบพิจารณาและให้ความเห็นถึงความเหมาะสมของราคาและความสมเหตุสมผลของการทำรายการดังกล่าวอย่างน้อยปีละครั้ง

ในกรณีรายการธุรกิจปกติและรายการสนับสนุนธุรกิจปกติซึ่งไม่มีเงื่อนไขทางการค้าโดยทั่วไปและรายการระหว่างกันอื่นๆ บริษัทจะดำเนินการตามมาตรการและขั้นตอนในการอนุมัติการทำรายการระหว่างกันที่ระบุไว้ข้างต้น ก่อนการทำรายการ

รายงานความเห็นคณะกรรมการตรวจสอบต่อรายการที่เกี่ยวข้องกัน ที่มีความเห็นแตกต่างจากมติกรรมการ

-ไม่มี-

ความจำเป็นและความสมเหตุสมผลของการทำรายการระหว่างกัน

ธุรกิจและการดำเนินงานส่วนใหญ่ของบริษัทและบริษัทย่อยมีความเกี่ยวพัน และ/หรือ สนับสนุนธุรกิจของบริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน สินทรัพย์ หนี้สิน รายได้ และค่าใช้จ่ายส่วนหนึ่งของบริษัท และบริษัทย่อยเป็นรายการที่เกิดขึ้นกับบริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน บริษัทเหล่านี้เกี่ยวข้องกันโดยการมีผู้ถือหุ้น และ/หรือ การเป็นกรรมการร่วมกันและผู้บริหารที่สำคัญ กรรมการและพนักงานซึ่งมีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการวางแผน สังการและควบคุมการดำเนินงานของบริษัท บริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน โดยบริษัทและบริษัทย่อยกำหนดนโยบายการคิดราคาโดยกำหนดหลักเกณฑ์ดังนี้

นโยบายการกำหนดราคา

- | | |
|--------------------------------------|---|
| • การขายสินค้า การให้บริการและอื่น ๆ | ราคาซื้อขายทางการค้าปกติตามราคาตลาดทั่วไป |
| • ดอกเบี้ยรับจากเงินกู้ยืม | อัตราซึ่งใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของสถาบันการเงิน |
| • ต้นทุนการให้บริการและค่าใช้จ่าย | อัตราต้นทุนปันส่วนตามราคาทุนที่เกิดขึ้นจริงและตามอัตราที่ได้ตกลงร่วมกัน |
| • ดอกเบี้ยจ่ายจากเงินกู้ยืม | อัตราซึ่งใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของสถาบันการเงิน |

รายการระหว่างกันข้างต้นเป็นรายการระหว่างบริษัท หรือบริษัทย่อย กับ บุคคลที่อาจมีความขัดแย้งกัน เป็นรายการปกติทางการค้าและไม่มีการกู้ยืมระหว่างกัน สำหรับขั้นตอนการอนุมัติการทำรายการระหว่างกันจะเป็นไปตามนโยบายบริษัท ซึ่งมีการกำหนดลำดับขั้นในการอนุมัติตามขนาดของรายการ และไม่ขัดต่อข้อบังคับของบริษัท นอกจากนี้รายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นใหม่และรายการที่มียอดคงค้างนั้น ทุกไตรมาสจะผ่านการสอบทานโดยผู้สอบบัญชีอิสระ และทุกสิ้นปีหากมีรายการใดที่เป็นสาระสำคัญ ผู้สอบบัญชีจะทำการตรวจสอบสัญญาและเอกสารสำคัญที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหากพบรายการใดที่เป็นสาระสำคัญก็จะเปิดเผยในหมายเหตุประกอบงบการเงิน ซึ่งงบการเงินดังกล่าวจะนำเสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทพิจารณา รวมทั้งงบการเงินประจำปีก็กรรมการบริษัทได้เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณา และเปิดโอกาสให้ซักถามได้ทุกประเด็น ซึ่งที่ผ่านมาได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นทุกครั้ง

สำหรับนโยบายที่เกี่ยวกับรายการระหว่างกัน บริษัทจะให้มีเฉพาะรายการทางการค้าที่มีความจำเป็นและเป็นรายการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักคือด้านสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และ โทรทัศน์ รวมทั้งมีนโยบายที่จะไม่ให้เงินกู้เพิ่มแก่ธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้หากมีรายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นและรายการดังกล่าวเกิดขึ้นกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ทางบริษัทจะจัดให้มีขั้นตอนการพิจารณาตามที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ และคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) กำหนด เพื่อเป็นมาตรการในการคุ้มครองผู้ลงทุน

ส่วนที่ 3

ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

13. ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ

งบการเงิน

รายงานการสอบบัญชี

(1) ผู้สอบบัญชี

รายนามผู้สอบบัญชีที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน และได้ลงนามในงบการเงินของบริษัท งบการเงินของบริษัทย่อย และงบการเงินรวม ตั้งแต่ปี 2554 ถึงปี 2556 มีดังนี้

ปี 2554 นายวิเชียร ธรรมตระกูล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3183

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิภาคไทย สอบบัญชี จำกัด

ปี 2555 นายวิเชียร ธรรมตระกูล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3183

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิภาคไทย สอบบัญชี จำกัด

ปี 2556 นายวินิจ ศิลามงคล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3183

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิภาคไทย สอบบัญชี จำกัด

โดยนายวินิจ ศิลามงคล เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทเป็นปีที่ 1 ทั้งนี้ไม่มีความสัมพันธ์และไม่มีส่วนได้เสียกับบริษัท / บริษัทย่อย / ผู้บริหาร / ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลดังกล่าว

(2) สรุปรายงานการตรวจสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีในระยะ 3 ปี ที่ผ่านมา

ผู้สอบบัญชีได้ให้ความเห็นในรายงานการตรวจสอบ โดยไม่มีเงื่อนไข ทั้ง 3 ปี

ค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชี

1. ค่าตอบแทนจากการสอบบัญชี (audit fee)

บริษัทและบริษัทย่อยรวม 18 บริษัท (รวม NBC และ NINE) จ่ายค่าตอบแทนการสอบบัญชี ในปี 2556 เป็นจำนวนเงินรวม 6,240,000 บาท เท่ากับปีก่อน

2. ค่าตอบแทนอื่น (non-audit fee)

-ไม่มี-

(ข) ตารางสรุปงบการเงินรวม

โดยรายการของงบการเงินทั้งหมดสามารถศึกษาได้จากงบการเงินของบริษัท

หน่วย : (พันบาท)

รายการในงบแสดงฐานะทางการเงิน	2554	%	2555	%	2556	%
เงินสดและเงินฝากธนาคารและเงินลงทุนระยะสั้น	181,820	5%	179,044	4%	1,606,169	30%
ลูกหนี้การค้า – สุทธิ	695,125	18%	768,633	19%	673,392	13%
รายได้ค้างรับ	106,918	3%	142,757	3%	165,421	3%

รายการในงบแสดงฐานะทางการเงิน	2554	%	2555	%	2556	%
ลูกหนี้และเงินให้กู้ยืมแก่บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน	61,372	2%	79,437	2%	97,987	2%
สินค้าคงเหลือ - สุทธิ	248,423	6%	247,198	6%	274,048	5%
เงินประกันการประมูลใบอนุญาตดิจิทัลทีวี		0%		0%	74,000	1%
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น - สุทธิ	319,177	8%	203,681	5%	183,644	3%
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,612,835	41%	1,620,750	39%	3,074,661	57%
รวมเงินลงทุนระยะยาว	49,543	1%	56,515	1%	61,581	1%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ – ราคาทุนสุทธิจากค่าเสื่อมราคาสะสม	1,855,045	48%	2,091,239	50%	1,861,979	35%
สินทรัพย์ภายในได้รอตัดบัญชี	139,160	4%	111,763	3%	98,775	2%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	235,389	6%	272,032	7%	255,722	5%
รวมสินทรัพย์	3,891,972	100%	4,152,300	100%	5,352,718	100%
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	762,580	20%	720,067	17%	293,916	5%
เจ้าหนี้การค้า	167,572	4%	167,030	4%	119,760	2%
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินและหนี้สินภายใต้สัญญาเช่าการเงิน ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	368,371		340,840	8%	128,157	2%
เจ้าหนี้อื่น		0%	130,000	3%	0	0%
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	8,082	0%	1,310	0%	2,795	0%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	554,058	14%	594,772	14%	583,936	11%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	1,860,663	48%	1,954,018	47%	1,128,564	21%
เงินกู้ยืมระยะยาว และหนี้สินภายใต้สัญญาเช่าการเงิน – สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	375,150	10%	329,211	8%	158,017	3%
ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	95,854	2%	81,987	2%	134,459	3%
หนี้สินอื่น	120,566	3%	150,012	4%	147,049	3%
รวมหนี้สิน	2,452,233	63%	2,515,228	61%	1,568,089	29%
หุ้นสามัญ –ชำระเต็มมูลค่าแล้ว	1,647,740	42%	873,302	21%	1,751,121	33%
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	4	0%	0	0%	784,501	15%
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญของบริษัทย่อย	75,590	2%	79,740	2%	94,372	2%
ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ					5,136	0%
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	2,090	0%	10,587	0%	11,979	0%
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-499,864	-13%	443,628	11%	662,540	12%
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	214,178	6%	229,815	6%	474,979	9%
ส่วนของผู้ถือหุ้นสุทธิ	1,439,737	37%	1,637,072	39%	3,784,629	71%

หน่วย: (พันบาท)

	2554	%	2555	%	2556	%
รายการในงบกำไรขาดทุน						
รายได้จากการขายและบริการ - สุทธิ	2,643,187	94.5%	2,936,869	94.7%	2,864,297	93.6%
รายได้ค่าเช่าและบริการ และอื่น ๆ	154,513	5.5%	165,006	5.3%	195,569	6.4%
รวมรายได้	2,797,700	100.0%	3,101,875	100.0%	3,059,866	100.0%
ต้นทุนขายและบริการ	1,637,271	58.5%	1,840,736	59.3%	1,795,387	58.7%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	843,413	30.1%	882,956	28.5%	839,818	27.4%
รวมค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	2,480,684	88.7%	2,723,693	87.8%	2,635,205	86.1%
กำไรจากการดำเนินงานก่อนดอกเบี้ยและภาษี	317,016	11.3%	378,182	12.00%	424,661	13.9%
ต้นทุนทางการเงิน	-119,996	-4.3%	-114,986	-3.7%	-76,674	-2.5%
ภาษีเงินได้	-46,326	-1.7%	-63,708	-2.1%	-71,157	-2.3%
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย	-68	0.0%	454	0.0%	806	0.0%
กำไรสุทธิ	150,626	5.4%	199,942	6.4%	277,636	9.1%
หักส่วนที่เป็นของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	-42,379	-1.5%	-30,892	-1.0%	-25,914	-0.8%
กำไรสุทธิ ส่วนของบริษัทใหญ่	108,247	3.9%	169,050	5.4%	251,722	8.2%

ตารางแสดงรายการในงบกระแสเงินสด

หน่วย: (พันบาท)

	2554	2555	2556
เงินสดที่ได้มาจากกิจกรรมดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	554,294	638,080	678,658
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้จ่ายใน) กิจกรรมดำเนินงาน	477,328	473,037	453,510
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้จ่ายใน) กิจกรรมการลงทุน	-154,449	-237,136	61,858
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้จ่ายใน) กิจกรรมจัดหาเงิน	-381,490	-242,042	773,437
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	-58,611	-6,141	1,288,805

ตารางแสดงกำไรจากการดำเนินงานก่อน ดอกเบี้ย, ภาษีเงินได้, ค่าเสื่อมราคา, รายจ่ายตัดบัญชี (EBITDA)

สำหรับปี 2554-2556

หน่วย: (พันบาท)

	2554	2555	2556
กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่ (หลังภาษีและดอกเบี้ยจ่าย)	146,656	199,942	277,636
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	119,996	114,986	76,674
บวก ภาษี	46,325	63,708	71,157
บวก ค่าเสื่อมราคาและรายจ่ายตัดบัญชี	228,617	264,828	270,486
กำไรจากการดำเนินงานก่อนค่าเสื่อมราคาและรายจ่ายตัดบัญชี (EBITDA)	541,596	643,464	695,952

(ก) อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางสรุปอัตราส่วนทางการเงินของงบการเงินรวม บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

สำหรับผลการดำเนินงานตามงบการเงินรวมปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2556

1. อัตราส่วนสภาพคล่อง

รายการ	2554	2555	2556
1.1 อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	0.87	0.83	2.72
1.2 อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	0.47	0.48	2.02
1.3 อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสดก่อนการเปลี่ยนแปลงเงินทุน หมุนเวียน(เท่า)	0.32	0.33	0.44
1.4 อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า (เท่า)	3.73	4.01	3.97
1.5 ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	96	90	91
1.6 อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (เท่า)	6.84	7.43	6.89
1.7 ระยะเวลาขายสินค้าคงเหลือ (วัน)	53	48	52
1.8 อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้ (เท่า)	5.26	5.32	5.86
1.9 ระยะเวลาชำระหนี้ (วัน)	68	68	61
1.10 Cash Cycle (วัน)	81	70	81

2. อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร

รายการ	2554	2555	2556
2.1 อัตรากำไรขั้นต้น (%)	38.06 %	37.32%	37.32%
2.2 อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (%)	6.00 %	7.26%	8.00%
2.3 อัตราส่วนเงินสดก่อนการเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนต่อการทำกำไร	19.81 %	20.57%	22.17%
2.4 อัตรากำไรสุทธิ	3.73 %	5.45%	8.22%
2.5 อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	7.24 %	10.33%	6.65%

3. อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

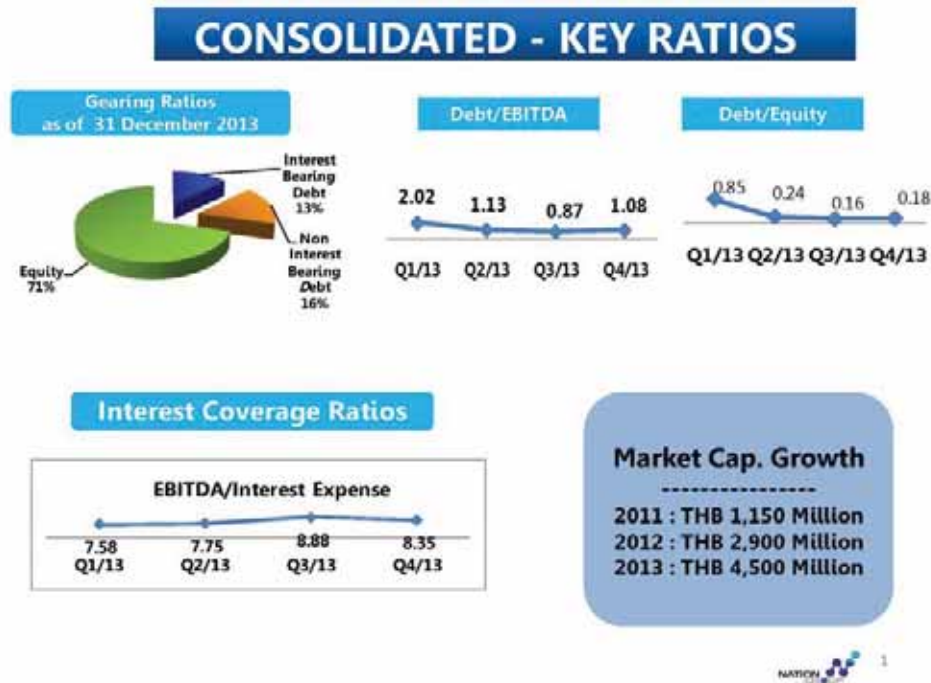
รายการ	2554	2555	2556
3.1 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (%)	2.74%	4.20%	5.30%
3.2 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ถาวร (%)	18.55 %	23.24%	27.74%
3.3 อัตราหมุนของสินทรัพย์ (เท่า)	0.74	0.77	0.64

4. อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน

รายการ	2554	2555	2556
4.1 อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	1.70	1.54	0.41
4.2 อัตราส่วนหนี้สินที่มีดอกเบี้ยรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า) D/E Ratio	1.05	0.85	0.15
4.3 อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย (เท่า)	6.01	7.10	10.78
4.4 อัตราส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ยก่อนภาษีต่อดอกเบี้ยจ่าย (เท่า)	2.61	3.29	5.54
4.5 อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน cash basis (เท่า)	1.07	0.99	0.79

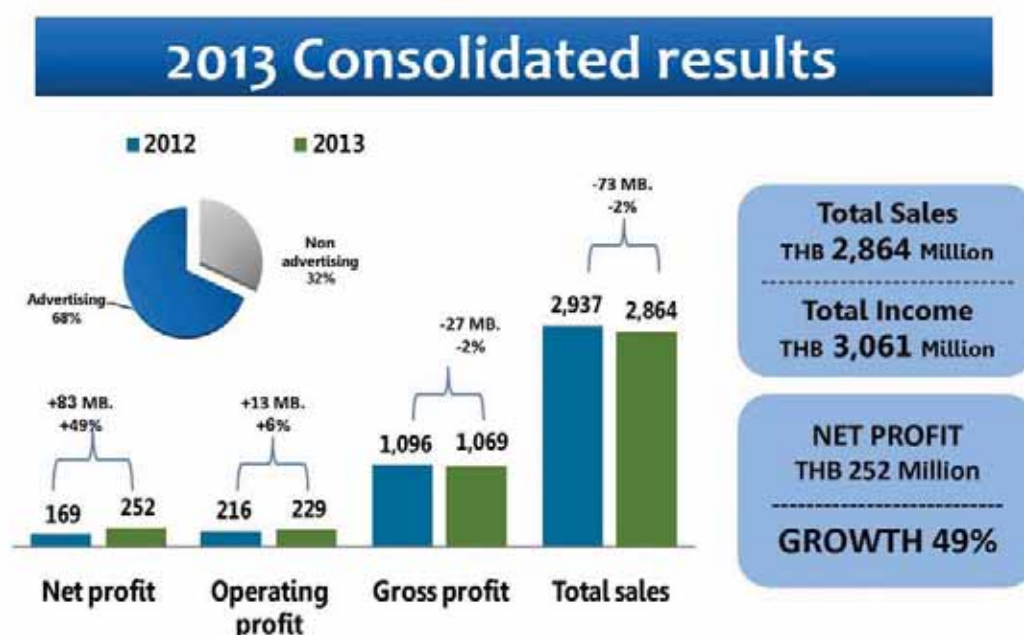
14. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

14.1 วิเคราะห์การดำเนินงานและฐานะทางการเงิน



ผลการปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานธุรกิจ ในกรณีที่เคยเปิดเผยเป้าหมายในการดำเนินงานธุรกิจในระยะเวลา 3-5 ปี ข้างหน้าไว้กับผู้ถือหุ้น - ไม่มี -

สรุปฐานะการเงินรวมของบริษัทและบริษัทย่อย สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2556



งบการเงินรวมของบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีกำไรสุทธิ 251.72 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 49% เมื่อเทียบกับปีก่อน ที่มีกำไรสุทธิ 169.05 ล้านบาท สรุปผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท ที่มีสาระสำคัญได้ดังนี้

1. รายได้จากการขายและบริการของปี 2556 ลดลง 2% เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากรายได้จากการขายโฆษณาเพิ่มขึ้น 4% มาจากรายได้โฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ ทวีและวิทยุเพิ่มขึ้น 3% และรายได้จากสื่อรูปแบบใหม่เพิ่มขึ้น 9% ส่วนรายได้จากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ลดลง 8% นอกจากนี้รายได้จากการศึกษาเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับปีก่อนที่เพิ่งเริ่มดำเนินการในเดือน มีนาคม 2555
2. ต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของปี 2555 ลดลง 3% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากกลุ่มบริษัทมีการบริหารจัดการควบคุมค่าใช้จ่ายทุกด้านอย่างต่อเนื่อง

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของแต่ละสายผลิตภัณฑ์ ปี 2556

สามารถศึกษาข้อมูลประกอบเพิ่มเติมในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 28 เรื่องส่วนงานดำเนินงาน

ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณา (Printing and Publishing Business)

ประกอบด้วย 3 สายธุรกิจ ได้แก่

- สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ดำเนินการภายใต้บริษัทย่อยชื่อบริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (NMG ถือหุ้น 99.99%)
- สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย ดำเนินการภายใต้บริษัทย่อยชื่อบริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (NMG ถือหุ้น 99.99%)
- สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ อยู่ภายใต้บริษัทย่อยชื่อบริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NMG ถือหุ้น 99.99%)

รายได้ :-

รายได้จากสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณาในปี 2556 ประกอบไปด้วยรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณา การจัดกิจกรรมพิเศษ และการจัดจำหน่ายในหนังสือพิมพ์ The Nation , กรุงเทพธุรกิจ, คม ชัด ลึก และนิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์, เนชั่นจูนีเยอร์ และรายได้จากการจำหน่ายหนังสือฉบับพิเศษ เริ่มมีรายได้จากกรุงเทพธุรกิจทีวีในช่วงไตรมาส 4 ปี 2555 ประมาณ 1.3.% ของรายได้จากการขายและบริการของส่วนสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณา (ในขณะที่ปี 2556 มีรายได้จากกรุงเทพธุรกิจทีวีเพิ่มขึ้น และได้รวมอยู่ในส่วนของรายได้ในสื่อกระจายภาพและเสียง ประมาณ 13%

รายได้จากการขายและบริการของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณาในปี 2556 (ไม่รวมรายการระหว่างกัน)เท่ากับ 1,596 ล้านบาท คิดเป็น 56% ของรายได้จากการขายและบริการตามงบการเงินรวมของกลุ่มบริษัท ลดลง 3% จากปีก่อนที่เท่ากับ 1,649 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากรายได้โฆษณาในสิ่งพิมพ์และรายได้จากการจัดกิจกรรมพิเศษที่เท่ากับ 1,173 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5% จากปีก่อน สำหรับรายได้จากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ ในปี 2556 เท่ากับ 423 ล้านบาท ลดลง 4% จากปีก่อนทั้งนี้หากรวมรายการระหว่างบริษัทในกลุ่มแล้วรายได้จากการขายและบริการของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณาในปี 2556 เท่ากับ 2,761 ล้านบาท ลดลง 5% จากปีก่อนที่เท่ากับ 2,908 ล้านบาท

โครงสร้างรายได้จากธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณาประกอบด้วย



รายได้โฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์และกิจกรรมพิเศษ สำหรับปี 2556 (ไม่รวมรายการระหว่างกัน) เท่ากับ 1,173 ลดลง 3% จากปีก่อนที่เท่ากับ 1,209 ล้านบาท เป็นผลมาจากโฆษณาประเภท Classified เท่ากับ 119 ล้านบาท ลดลง 6% จากปีก่อน โฆษณาประเภท Supplement เท่ากับ 46 ล้านบาท ลดลง 30% จากปีก่อน รายได้จากกิจกรรมพิเศษลดลงจากปีก่อนเช่นกัน อย่างไรก็ตามรายได้โฆษณาในสื่อหนังสือพิมพ์ประเภท Display เท่ากับ 964 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 9% จากปีก่อน จึงทำให้รายได้รวมลดลงไม่มากนัก

รายได้จากการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ ในปี 2556 เท่ากับ 423 ล้านบาท (ไม่รวมรายการระหว่างกัน) ลดลง 4% จากปีก่อน ในปี 2556 บริษัทยังคงไว้ซึ่งราคาขายของหนังสือพิมพ์เท่ากับปีก่อน โดย The Nation ราคาปลีกฉบับละ 30 บาท ราคาสมาชิกปีละ 4,900 บาท หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ราคาปลีกฉบับละ 20 บาท ราคาสมาชิกปีละ 5,475 บาท หนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก ราคาฉบับละ 10 บาท ราคาสมาชิกปีละ 3,650 บาท

ค่าใช้จ่าย:-

ค่าใช้จ่ายส่วนต้นทุนขายของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณา รวมในปี 2556 เท่ากับ 1,967 ล้านบาท ลดลง 4% จากปีก่อนที่เท่ากับ 2,051 ล้านบาท เนื่องจากต้นทุนกระดาษและวัตถุดิบลดลง 12% ส่วนต้นทุนกลุ่มค่าใช้จ่ายกองบรรณาธิการเพิ่มขึ้น 6% สำหรับต้นทุนขายประกอบด้วยต้นทุนที่ผันแปรตามจำนวนผลิต 986 ล้านบาท และต้นทุนคงที่ 981 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 50% และ 50% ตามลำดับเมื่อเทียบกับต้นทุนขายรวมของธุรกิจนี้

โดยส่วนของต้นทุนผันแปรจำนวนรวม 986 ล้านบาท จะผันแปรตามรายได้เฉพาะส่วนที่เป็นรายได้จากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ และรายได้จากการจำหน่ายวัตถุดิบในการรับจ้างพิมพ์สิ่งพิมพ์ต่างประเทศ (ซึ่งมีสัดส่วน 33% ของรายได้จากการขายและบริการรวม ไม่รวมรายได้จากสื่อโฆษณา หรือกิจกรรมพิเศษ) โครงสร้างต้นทุนขายผันแปรประกอบด้วย ต้นทุนกระดาษ, ต้นทุนการพิมพ์ และ ต้นทุนการผลิตหนังสือ

สำหรับต้นทุนคงที่มีจำนวนรวม 981 ล้านบาท ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเงินเดือนสวัสดิการ ค่าเรื่อง ค่าข่าว ส่วนกองบรรณาธิการรวม ค่าใช้จ่ายเดินทาง ค่าเสื่อมราคา เป็นต้น

สำหรับนโยบายในการควบคุมต้นทุนขาย หากราคากระดาษเพิ่มขึ้น บริษัทจะควบคุมยอดผลิตอย่างเข้มงวดโดยการควบคุมยอดรับคืน และปรับการจัดหน้าเนื้อหาข่าวให้เหมาะสมกับจำนวนหน้ากระดาษ หรือปรับลดจำนวนหน้าสี โดยต้นทุนกระดาษและ

ต้นทุนการพิมพ์ในปี 2556 รวม 358 ล้านบาท (ไม่รวมรายการระหว่างกัน) ลดลง 7% จากปีก่อนที่เท่ากับ 384 ล้านบาท จากปริมาณการใช้วัตถุดิบที่ลดลง 5% และจากราคากระดาษที่ลดลง 11%

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณา ในปี 2556 เท่ากับ 1,081 ล้านบาท ลดลง 4% จากปีก่อนที่เท่ากับ 1,130 ล้านบาท

สำหรับค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเงินเดือนฝ่ายขายและบริหาร 37%, ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย 22% ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าขนส่งหนังสือและค่าเดินทาง 17%, ค่าเสื่อมราคา 4% โดยค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ไม่แปรผันตามรายได้

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้นของธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณา ในปี 2556 เท่ากับ 794 ล้านบาท หรือ 28.8% เมื่อเทียบกับรายได้จากการขายและบริการ โดยลดลง 0.7% จากปี 2555 ที่เท่ากับ 29.5% เนื่องจากรายได้โฆษณาที่ลดลง 3%

กำไรสุทธิของธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณา ในปี 2556 มีผลกำไรสุทธิ 160 ล้านบาท ลดลง 10 ล้านบาทจากปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 170 ล้านบาท เนื่องจากกำไรขั้นต้นที่ลดลง แม้ว่าค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารจะลดลง 4% แต่เนื่องจากในปี 2556 มีรายการค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 28.3 ล้านบาท โดยเฉพาะมาจากบริษัทฯ คือ NMG ที่เพิ่งมีรายการค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ในปี 2556 จำนวน 24.3 ล้านบาท ในขณะที่ปีก่อนไม่มีเนื่องจากมีผลขาดทุนสะสมทางภาษี

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

รายได้ :-

รายได้จากบริการงานพิมพ์ ในปี 2556 ประกอบด้วยรายได้รวม 460 ล้านบาท ลดลง 12% จากปีก่อน ส่วนใหญ่เป็นการเรียกเก็บค่าบริการงานพิมพ์จากบริษัทแม่ และบริษัทในเครือ ประมาณ 80%-85% โดยสาเหตุที่รายได้ลดลงเนื่องจากมีรายได้จากงานพิมพ์ให้ลูกค้าภายนอกลดลง

รายได้ค่าเช่าและบริการ ในปี 2556 มีจำนวน 6 ล้านบาท เป็นการแบ่งพื้นที่บริเวณโรงพิมพ์ให้บริษัทในกลุ่มเช่าในการเก็บวัตถุดิบ หรือเก็บสินค้าเพื่อรอขนส่ง เป็นต้น

ค่าใช้จ่าย:-

ค่าใช้จ่ายส่วนต้นทุนขายของธุรกิจบริการงานพิมพ์ ในปี 2556 เท่ากับ 351 ล้านบาท ลดลง 6% จากปีก่อนที่เท่ากับ 372 ล้านบาท โครงสร้างของต้นทุนขายหลัก ประกอบด้วย ต้นทุนกระดาษและวัตถุดิบในการรับจ้างผลิต 42% เงินเดือนค่าจ้างส่วนงานผลิต 16% และค่าเสื่อมราคา 30% โดยสัดส่วนดังกล่าวใกล้เคียงปีก่อน

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของธุรกิจบริการงานพิมพ์ ในปี 2556 เท่ากับ 43 ล้านบาท คิดเป็น 9% ของรายได้ โดยค่าใช้จ่ายส่วนนี้ลดลง 19% จากปีก่อนที่เท่ากับ 53 ล้านบาท

สำหรับค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเงินเดือนฝ่ายขายและบริหาร 38% ค่าเสื่อมราคา 23% ค่าเดินทาง ค่าพาหนะ ค่าขนส่ง 7% โดยค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ไม่แปรผันตามรายได้

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้นของธุรกิจบริการงานพิมพ์ ในปี 2556 มีผลกำไรขั้นต้น 109 ล้านบาท หรือ 24% ของรายได้จากการขายและบริการ โดยผลกำไรขั้นต้นลดลงจากปีก่อน 41 ล้านบาท สาเหตุหลักเนื่องจากมีรายได้ลดลงจากงานพิมพ์ภายนอก ในขณะที่ต้นทุนขายลดลงในสัดส่วนน้อยกว่ารายได้ โดยเฉพาะต้นทุนค่าเสื่อมราคาที่เป็นต้นทุนคงที่จะใกล้เคียงเดิมปีก่อน

กำไรสุทธิของธุรกิจบริการงานพิมพ์ ในปี 2556 ผลกำไรสุทธิ 59 ล้านบาท ลดลง 28% เมื่อเทียบกับปีก่อนที่มีกำไรสุทธิที่เท่ากับ 81 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลมาจากกำไรขั้นต้นที่ลดลง

ธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง (Edutainment Business) อยู่ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัทย่อย 4 บริษัท ได้แก่ บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) หรือ NINE (NMG ถือหุ้น 83.7%) บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด หรือ NED (NINE ถือหุ้น 99.99%) และกิจการที่ควบคุมร่วมกัน คือ บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด หรือ NEE (NINE ถือหุ้น 49.9%) , บริษัทเนชั่น คิส์ จำกัด (NINE ถือหุ้น 99.99%)

รายได้ :-

รายได้รวมจากธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง ในปี 2556 ประกอบด้วยรายได้หลักจากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ เพื่อการศึกษาและหนังสือเล่ม การเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ รายได้จากรายการเด็กในทีวีดาวเทียม โดยในปี 2556 รายได้รวมของทั้ง 4 บริษัท ในสายธุรกิจนี้เท่ากับ 465 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5% จากปีก่อน ส่วนใหญ่มาจากรายได้จากรายการทีวีดาวเทียม คิส์โซน ที่เริ่มดำเนินการในปี 2556 ส่วนรายได้ของ NEE ซึ่งเป็นกิจการที่ควบคุมร่วมกันจะคำนวณตามสัดส่วนการลงทุน 49.9% สำหรับรายได้หลักประกอบด้วย

รายได้จากการจำหน่ายหนังสือการ์ตูนและหนังสือเพื่อการศึกษาในบริษัท NEE มีรายได้ตามสัดส่วนการลงทุนในกิจการที่ควบคุมร่วมกันเท่ากับ 78 ล้านบาท ลดลง 16 % จากปีก่อนที่เท่ากับ 93 ล้านบาท เนื่องจากลดควบคุมต้นทุนการพิมพ์ และการรับคินหนังสือ ทำให้ยอดส่งหนังสือลดลง

รายได้จากการจำหน่ายหนังสือเล่มใน NINE มีรายได้ 74 ล้านบาท ลดลง 6% จากปีก่อนที่เท่ากับ 79 ล้านบาท แม้ว่าในปีที่ผ่านมาจะมีหนังสือใหม่ที่เป็นที่สนใจ เช่น ชีวิตประวัติดาวน์โหลด แต่ยอดจำหน่ายไม่มากเท่าชีวิตประวัติดาวน์โหลดฉบับก่อน

รายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศใน NINE มีรายได้ 83 ล้านบาท ลดลง 11% จากปีก่อนที่เท่ากับ 93 ล้านบาท จากการควบคุมปริมาณการสั่งพิมพ์ของหนังสือพิมพ์ต่างประเทศ

ค่าใช้จ่าย:-

ค่าใช้จ่ายส่วนต้นทุนขายของธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิงรวม 4 บริษัท ในปี 2556 เท่ากับ 335 ล้านบาท ลดลง 8% จากปีก่อนที่เท่ากับ 309 ล้านบาท (คำนวณเปรียบเทียบโดยรวมค่าใช้จ่ายของ NEE ซึ่งเป็นกิจการที่ควบคุมร่วมกันตามสัดส่วนการลงทุน 49.9%) ต้นทุนขายหลักประกอบด้วยต้นทุนค่าหนังสือ รวมถึงต้นทุนการจ้างพิมพ์ ต้นทุนการผลิตต่าง ๆ ค่าลิขสิทธิ์ หนังสือ และลิขสิทธิ์นักเขียน คิดเป็นสัดส่วนรวม 86% ของต้นทุนขาย ซึ่งส่วนใหญ่จะแปรผันตามรายได้ ส่วนค่าใช้จ่ายเงินเดือน ฝ่ายบรรณาธิการ และฝ่ายผลิต ที่เป็นค่าใช้จ่ายคงที่มีสัดส่วน 14% ของต้นทุนขาย

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิงในปี 2556 เท่ากับ 93 ล้านบาท ลดลง 3% จากปีก่อนที่เท่ากับ 96 ล้านบาท โครงสร้างค่าใช้จ่ายประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเงินเดือนฝ่ายขายและบริหาร 43%, ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย 19% ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการขนส่งเดินทาง 3% โดยค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ไม่แปรผันตามรายได้

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้นของธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิงในปี 2556 มีกำไรขั้นต้นที่รวมรายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ (แยกแสดงเป็นรายได้ค่าเช่าและบริการ) เท่ากับ 130 ล้านบาท หรือ 28 % ของรายได้รวมลดลงจากปีก่อนที่เท่ากับ 30%

กำไร (ขาดทุน) สุทธิของธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิงในปี 2556 มีผลกำไรสุทธิรวม 4 บริษัทเท่ากับ 23 ล้านบาท หรือ 5% ของรายได้รวม โดยลดลง 1% จากปีก่อนที่เท่ากับ 6% เทียบโดยรวมกำไรสุทธิของ NEE ซึ่งเป็นกิจการที่ควบคุมร่วมกันตามสัดส่วนการลงทุน 49.9%)

กำไรสุทธิรวม 4 บริษัท จำนวน 23 ล้านบาท มาจากกำไรของ บริษัท NINE 20.5 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนที่เท่ากับ 28.8 ล้านบาท เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายทางการตลาดและบุคลากรเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับธุรกิจการบริหารคาแรคเตอร์ รายการทีวีดาวเทียมคัสโโซน ที่เริ่มออกอากาศในไตรมาส 4 ปี 2555

ส่วนบริษัท NEE มีกำไรสุทธิ 0.6 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 9.1 ล้านบาท (รับรู้ตามสัดส่วนการลงทุน 49.9% ในกิจการที่ควบคุมร่วมกัน) บริษัท NED มีผลกำไรสุทธิ 1.3 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนที่มีผลกำไรสุทธิ 5.8 ล้านบาท จากการควบคุมการผลิตหนังสือและจำนวนการกระจายให้ร้านหนังสือ

ธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียง และสื่อสมัยใหม่ (Broadcasting and New Media Business)

อยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) NBC ณ สิ้นปี 31 ธันวาคม 2556 NMG ถือหุ้น 71.3% บริษัท เอ็นบีซี เน็ทวิชั่น จำกัด หรือ NNV (NBC ถือหุ้น 99.99%) ประกอบธุรกิจรายการทีวีดาวเทียม ช่อง เนชั่น แชนแนล และ บริษัท เอ็นบีซี เน็ทสกรีน จำกัด หรือ NNS (NBC ถือหุ้น 99.99%) ประกอบธุรกิจรายการทีวีดาวเทียม ช่อง คมชัดลึก ทีวี

รายได้ :-

รายได้จากสายธุรกิจสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อสมัยใหม่ เท่ากับ 696 ล้านบาท ลดลง 6% จากปีก่อนที่เท่ากับ 737 ล้านบาท สำหรับรายได้ สายธุรกิจสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อสมัยใหม่(ในกลุ่ม NBC) คิดเป็น 23% ของรายได้จากการขายและบริการรวมของกลุ่ม บริษัทตามงบการเงินรวม ประกอบด้วยรายได้จากการขายสื่อโฆษณา รายการทีวีดาวเทียม ได้แก่ Nation Channel คมชัดลึก TV ช่อง ระวังภัย และรับจ้างผลิตหรือร่วมผลิตรายการให้กับสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ได้แก่ ช่อง 3, ช่อง 5 และ รายได้จากสื่อวิทยุ FM 90.5 FM 102 เป็นต้น โดยมีสัดส่วนรายได้ในธุรกิจโทรทัศน์และกิจกรรมพิเศษเท่ากับ 71% ธุรกิจวิทยุ 5% และธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่ 23% ดังนี้

รายได้โฆษณาจากสื่อโทรทัศน์และกิจกรรมพิเศษที่เกี่ยวข้อง ในปี 2556 รวมเท่ากับ 500 ล้านบาท ลดลง 11% เมื่อเทียบกับปีก่อนที่เท่ากับ 560 ล้านบาท เนื่องจากปีก่อนมีรายได้จากการร่วมผลิตรายการให้มูลนิธิรามาริบัติ รายได้จากละครเวที และรายได้จากการจัดกิจกรรมพิเศษลดลง เนื่องจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง ทำให้การจัดกิจกรรมพิเศษในช่วงไตรมาส 4 ขอลดลง อย่างไรก็ตามรายได้ที่ยังคงเติบโตคือรายได้จากทีวีดาวเทียม 352 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8% จากปีก่อน โดย NBC มีรายการออกอากาศทาง Nation Channel ที่ได้รับความนิยม เช่น รายการข่าวข้นคนเนชั่น ข่าวก้นรับอรุณ เป็นต้น

รายได้จากวิทยุในปี 2556 เท่ากับ 33 ล้านบาท เท่ากับปีก่อน จากรายได้โฆษณาในคลื่นวิทยุ FM 102 และ FM 90.5

รายได้จากสื่อรูปแบบใหม่ เกิดจากการให้บริการข้อมูลข่าวผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และธุรกิจเว็บไซต์ ของกลุ่มบริษัท และพันธมิตร ในปี 2556 รายได้กลุ่มนี้มีจำนวนรวม 163 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12% จากปีก่อนเท่ากับ 145 ล้านบาท เนื่องจาก NBC ได้รับเป็นตัวแทนโฆษณาใน Website ของสายธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในกลุ่มบริษัทด้วย ประกอบกับมีรายได้จากสื่อรูปแบบใหม่จากช่องทางใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น ได้แก่ Application ผ่าน Smart Phone, iPad, Tablet, Playbook, TV Internet Digital TV เป็นต้น

ค่าใช้จ่าย:-

ค่าใช้จ่าย ประกอบด้วย ส่วนที่เป็นค่าใช้จ่ายที่ผันแปรตามรายได้ ได้แก่ ต้นทุนการผลิตสื่อหรือผลิตรายการ ส่วนค่าใช้จ่ายคงที่ ได้แก่ ค่าเช่าสถานี ค่าใช้จ่ายเงินเดือนและสวัสดิการ ค่าเสื่อมราคา โดยแบ่งเป็นต้นทุนการให้บริการ และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารดังนี้

ค่าใช้จ่ายส่วนต้นทุนการให้บริการของธุรกิจสื่อโทรทัศน์และวิทยุ ในปี 2556 รวม 487 ล้านบาท ลดลง 10% เมื่อเทียบกับปีก่อนที่เท่ากับ 540 ล้านบาท สาเหตุหลักที่ลดลง เนื่องจากยกเลิกผลิตรายการ ช่อง คมชัดลึกทีวี ในไตรมาส 4 ปี 2556 และยกเลิกการรับจ้างผลิตรายการให้มูลนิธิรามาริบัติเมื่อกลางปี 2556 และไม่มีการผลิตละครเวทีในปีที่ผ่านมา โครงสร้างของต้นทุนขายหลักประกอบด้วยต้นทุนการผลิตสื่อ/รายการ 53% ค่าใช้จ่ายเงินเดือนส่วนบรรณาธิการและฝ่ายผลิต 25% ค่าเสื่อมราคา 9% ค่าพาหนะเดินทาง 2%

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ในปี 2556 เท่ากับ 163 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18% จากปีก่อนที่เท่ากับ 138 ล้านบาท จากค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายในโครงการกิจกรรมพิเศษ เช่น Rice for King เป็นต้น

โครงสร้างของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายที่ไม่แปรผันตามรายได้ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเงินเดือนและสวัสดิการของฝ่ายขายและบริหาร 33% ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย 27% ส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายของการจัดกิจกรรมพิเศษ ซึ่งส่วนใหญ่ผันแปรตามรายได้การจัดโครงการพิเศษ (Below the Line)

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้น ของธุรกิจโทรทัศน์ วิทยุและสื่อรูปแบบใหม่ในนาม NBC ในปี 2556 มีกำไรขั้นต้น 184 ล้านบาท หรือ เท่ากับ 26% ของรายได้ ใกล้เคียงปีก่อนที่มีกำไรขั้นต้น 27%

กำไรสุทธิ ของธุรกิจโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อรูปแบบใหม่ปี 2556 มีผลกำไรสุทธิ 45 ล้านบาท ลดลง 6% จากปีก่อนที่เท่ากับ 48 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นส่วนของกำไรสุทธิของ NBC (เฉพาะบริษัท) 51 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6% จากปีก่อนที่เท่ากับ 48 ล้านบาท ส่วน NNV ขาดทุนสุทธิ 7 ล้านบาท เนื่องจากเพิงโอนธุรกิจทีวีดาวเทียมจากบริษัทแม่ในช่วงต้นปี 2556

ธุรกิจรับบริการขนส่งสินค้า (Logistic Business)

อยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด หรือ NML ณ 31 ธันวาคม 2556 NMG ถือหุ้น 99.99%

รายได้ :-

รายได้จากสายธุรกิจรับบริการขนส่ง ในปี 2556 มีรายได้รวม 249 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3% เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากการรับบริการขนส่งภายนอกเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจะพิจารณาเฉพาะลูกค้าที่สามารถสร้างกำไรได้ในระดับที่น่าพอใจ สำหรับโครงสร้างรายได้แบ่งเป็นรายได้จากการให้บริการบริษัทในเครือ และบริษัทภายนอก ในสัดส่วน 70% ต่อ 30% ตามลำดับ หากไม่รวมรายการระหว่างบริษัทในเครือแล้ว ปี 2556 NML มีรายได้จากการรับบริการขนส่งสินค้าภายนอก 91 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 23% จากปีก่อนที่เท่ากับ 74 ล้านบาท คิดเป็น 3% ของรายได้จากการขายและบริการตามงบการเงินรวม โดยในปี 2556 มีลูกค้าที่ยังคงใช้บริการขนส่งต่อเนื่องได้แก่ การส่งหนังสือให้สมาชิก True Vision การแจก ใบปลิว เทสโก้ โลตัส McDonald IKEA เป็นต้น

ค่าใช้จ่าย:-

ค่าใช้จ่ายส่วนต้นทุนขายของธุรกิจรับบริการขนส่ง ในปี 2556 รวม 201 ล้านบาท ลดลง 12% จากปีก่อน เนื่องจากการควบคุมและลดต้นทุนค่าเชื้อเพลิง และการว่าจ้างรถรับจ้างภายนอกที่ลดลง 13% โครงสร้างต้นทุนขายส่วนใหญ่คือค่าเช่ารถ ค่าน้ำมัน มีสัดส่วนรวม 64% ส่วนเงินเดือนค่าจ้าง สวัสดิการของพนักงานบริการขนส่ง มีสัดส่วน 29% ของต้นทุนขาย

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ในปี 2556 เท่ากับ 25 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3% จากปีก่อนที่เท่ากับ 19 ล้านบาท ส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจาก ค่าใช้จ่ายเงินเดือนและสวัสดิการ ที่ให้ผลตอบแทนโบนัสแก่พนักงานเพิ่มขึ้นจากผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้น ของธุรกิจรับบริการขนส่งปี 2556 มีกำไรขั้นต้น 48 ล้านบาท สูงขึ้นกว่าปีก่อนมาก โดยปีก่อนมีกำไรขั้นต้น 13 ล้านบาท เนื่องจากรายได้ที่เพิ่มขึ้น 3% ประกอบกับสามารถควบคุมต้นทุนได้ลดลงถึง 12%

กำไรสุทธิ ของธุรกิจรับบริการขนส่งปี 2556 มีผลกำไรสุทธิ 20.1 ล้านบาท ในขณะที่ปีก่อนขาดทุนสุทธิ 4.7 ล้านบาท เป็นผลมาจากการควบคุมต้นทุนการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจมหาวิทยาลัย

อยู่ภายใต้การดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเนชั่น ซึ่งถือใบอนุญาตโดยบริษัทเนชั่น ยู จำกัด หรือ NU (ณ 31 ธันวาคม 2556 NMG ถือหุ้น 90.00%) เริ่มโอนใบอนุญาตเมื่อเดือน มีนาคม 2555

รายได้ :-

รายได้จากสายธุรกิจมหาวิทยาลัย ในปี 2556 มีรายได้รวม 81 ล้านบาท แบ่งเป็นรายได้จากการเรียนการสอน 57 ล้านบาท รายได้จากการจัดกิจกรรมพิเศษ 24 ล้านบาท โดยรายได้รวมเพิ่มขึ้น 45 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 36 ล้านบาท เนื่องจากจำนวนนักศึกษาที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจากคณะนิเทศศาสตร์ ของศูนย์บางนาที่รับนักศึกษาเป็นปีที่ 3 โดยปีการศึกษา 2556 มีนักศึกษารวม 1,107 คน เป็นนักศึกษาที่ศูนย์ลำปาง 617 คน และศูนย์บางนา 490 คน จำนวนนักศึกษารวมเพิ่มขึ้นจากปีการศึกษา 2555 ประมาณ 37%

ค่าใช้จ่าย:-

ค่าใช้จ่ายส่วนต้นทุนบริการของธุรกิจมหาวิทยาลัย ในปี 2556 เท่ากับ 38 ล้านบาท ลดลง 5% จากปีก่อนที่เท่ากับ 40 ล้านบาท โดยโครงสร้างต้นทุนขายส่วนใหญ่คือค่าจ้างอาจารย์ วิทยากร ผู้สอน มีสัดส่วนรวม 71% ของต้นทุนการให้บริการ

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ในปี 2556 เท่ากับ 55 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 31% จากปีก่อนที่เท่ากับ 42 ล้านบาท (เนื่องจากปีก่อนคิดผลการดำเนินงาน 10 เดือน หากเทียบเป็นต่อปีจะเท่ากับ 50 ล้านบาท) โดยโครงสร้างค่าใช้จ่ายหลัก ประกอบด้วย เงินเดือนและสวัสดิการ 36% ค่าเสื่อมราคา 26%

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้น ของธุรกิจมหาวิทยาลัยปี 2556 มีกำไรขั้นต้น 20 ล้านบาท หรือ 34% ของรายได้จากการเรียนการสอน ในขณะที่ปีก่อนขาดทุนขั้นต้น 4 ล้านบาท หรือ -11% เนื่องจากรายได้เพิ่มขึ้นจากนักศึกษาที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับสามารถควบคุมต้นทุนได้ลดลง 5%

กำไรสุทธิ ของธุรกิจมหาวิทยาลัยปี 2556 ขาดทุนสุทธิ 11 ล้านบาท ซึ่งผลขาดทุนสุทธิลดลงมากจากปีก่อนที่ขาดทุนสุทธิ 34 ล้านบาท อย่างไรก็ตามการขาดทุนส่วนหนึ่งมาจากค่าเสื่อมราคาในปี 2555 มีการลงทุนในอุปกรณ์ ปรับปรุงอาคารสถานที่ในปี 2555 ส่งผลให้ค่าเสื่อมราคาค่อนข้างสูงคือปีละประมาณ 14 ล้านบาท ดังนั้นหากไม่รวมค่าเสื่อมราคา ธุรกิจมหาวิทยาลัยจะมีกำไรสุทธิก่อนค่าเสื่อมราคาประมาณ 3 ล้านบาท

ฐานะการเงิน ณ 31 ธันวาคม 2556

งบดุลรวม สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2556 เปรียบเทียบกับปี 2555

สินทรัพย์รวม ณ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 5,353 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,201 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 4,152 ล้านบาท โดยมีรายการที่เปลี่ยนแปลงที่เป็นสาระสำคัญดังนี้

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 1,468 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนมากถึง 1,289 ล้านบาท โดยปีก่อนเท่ากับ 179 ล้านบาท แบ่งเป็นรายการเงินฝากธนาคารของ NMG 19 ล้านบาท ของกลุ่มธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง 303 ล้านบาท และธุรกิจสื่อโทรทัศน์ 1,089 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่เป็นเงินฝากธนาคารที่กลุ่มบริษัทได้จากการเพิ่มทุนในช่วงกลางปี 2556 และนำฝากธนาคารและสถาบันการเงินไว้ก่อนที่จะใช้ลงทุนในโครงการที่วิจิตรศิลป์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ในปี 2557

เงินลงทุนชั่วคราว เท่ากับ 138 ล้านบาท ในขณะที่ปีก่อนไม่มี เนื่องจากในระหว่างปี 2556 จากการที่บริษัทย่อยคือ NBC และ NINE เพิ่มทุนจึงจัดสรรการฝากบางส่วนเป็นเงินลงทุนในระยะ 4-6 เดือน โดยเป็นของ NBC 118 ล้านบาท และของ NINE 20 ล้านบาท

ลูกหนี้การค้า-สุทธิ (ไม่รวมลูกหนี้การค้าในกิจการที่เกี่ยวข้องกัน) เท่ากับ 673 ล้านบาท ลดลง 12% จากปีก่อนที่เท่ากับ 769 ล้านบาท เนื่องจากรายได้ที่เพิ่มขึ้น โดยบริษัทมีระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยของปี 2556 เท่ากับ 107 วัน ไกล่เคียงกับปีก่อนที่เท่ากับ 106 วัน

ลูกหนี้บริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทในเครือ-สุทธิ หลังหักสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญและค่าเผื่อสินค้ารับคืนเท่ากับ 84 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 79 ล้านบาท จากระายการลูกหนี้การค้ากิจการที่ควบคุมร่วมกัน (NEE) ที่ส่วนใหญ่เป็นรายการค้างชำระค่าผลิตหนังสือกับบริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED)

รายได้ค้างรับ เท่ากับ 165 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 23 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 143 ล้านบาท รายได้ค้างรับส่วนใหญ่เกิดจากรูทิงโทรศัพท์ที่เป็นรายการสัญญาโฆษณาที่คาบเกี่ยวระหว่างปี และยังไม่ออกใบแจ้งหนี้ นอกจากนี้ยังเกิดจากรายได้โครงการจากการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ ซึ่งมีการให้บริการบางส่วนแล้ว แต่จะออกใบแจ้งหนี้เมื่อเสร็จสิ้นโครงการ ทั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นลูกค้ายุทธศาสตร์ และรัฐวิสาหกิจ ที่มีขั้นตอนและระยะเวลาในการตรวจสอบเอกสารก่อนรับงาน

สินค้าคงเหลือ เท่ากับ 274 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 27 ล้านบาทจากปีก่อน ประกอบด้วย รายการสินค้าสำเร็จรูปของธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง จำนวน 147 ล้านบาท และรายการวัตถุดิบหลักคือ Newsprint ใน NMG 78 ล้านบาท และวัตถุดิบของธุรกิจโรงพิมพ์ 30 ล้านบาท ทั้งนี้เมื่อคำนวณระยะเวลาเก็บวัตถุดิบ เฉพาะ Newsprint ณ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 73 วัน ทั้งนี้คำนวณจากส่วนของต้นทุนขายเฉพาะที่เป็นต้นทุนกระดาษ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วน 22% ของต้นทุนขายรวมแต่หักคำนวณต้นทุนขายและสินค้าคงเหลือตามงบการเงินรวม จะมีระยะเวลาการขายสินค้าคงเหลือเท่ากับ 52 วัน เพิ่มขึ้น 4 วันจากปีก่อนที่เท่ากับ 48 วัน

เงินประกันการประมูลในใบอนุญาตของทีวีดิจิทัล เท่ากับ 74 ล้านบาท เกิดจากการที่บริษัทย่อยได้เข้าร่วมประมูลทีวีดิจิทัลตามเกณฑ์ กสทช. รวม 3 บริษัท ซึ่งต้องชำระเงินประกันการเข้าร่วมประมูลในอัตรา 10% ของราคาประมูลขั้นต่ำ ประกอบด้วย ในหมวดหมู่ทั่วไปความคมชัดปกติ 38 ล้านบาท ประมูลโดย บริษัทบางกอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง จำกัด (NMG ถือหุ้นทางอ้อม 99.99%) หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ 22 ล้านบาท ประมูลโดย บริษัทเอ็นบีซี เน็คควิน จำกัด (NMG ถือหุ้นทางอ้อม 71.3%) และหมวดหมู่เด็กเยาวชนและครอบครัว 14 ล้านบาท ประมูลโดยบริษัทเนชั่น คิวดีส จำกัด (NMG ถือหุ้นทางอ้อม 83.75%)

สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น เท่ากับ 184 ล้านบาท ลดลง 20 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 204 ล้านบาท

สินทรัพย์หมุนเวียนอื่นประกอบด้วย รายการภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่าย 40 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า 44 ล้านบาท ภาษีซื้อที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ 67 ล้านบาท เงินทดรองจ่ายพนักงาน 7 ล้านบาท และลูกหนี้อื่นสุทธิจากค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ 6 ล้านบาท รายการสินทรัพย์หมุนเวียนอื่นที่ลดลงมาจากรายการการใช้รายการภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่ายในการคำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคล

เงินลงทุนในหุ้นทุนของบริษัทร่วม กิจการที่เกี่ยวข้องกัน และบริษัทอื่น รวม 59 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 57 ล้านบาท ประกอบด้วยรายการเงินลงทุนในบริษัทร่วม คือ บริษัทโยมิอูริ เนชั่น อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด รวม 28 ล้านบาท และเงินลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ฯ หลายบริษัท เพื่อประโยชน์ในการเข้าหาแหล่งข่าวรวม 31 ล้านบาท

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ สุทธิ เท่ากับ 1,778 ล้านบาท ลดลง 209 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 1,987 ล้านบาท สาเหตุหลักจากตัดค่าเสื่อมราคาของอาคารและอุปกรณ์ในระหว่างปี 2556 รวม 215 ล้านบาท สำหรับรายการที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ เป็นที่ดินและส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เช่า (อาคารสำนักงาน) รวมจำนวน 537 ล้านบาท (30%) และเป็นของบริษัทย่อยในกลุ่มธุรกิจให้บริการงานพิมพ์ (โรงพิมพ์) จำนวน 854 ล้านบาท (48%) ของธุรกิจสื่อโทรทัศน์ 111 ล้านบาท (6%) และเป็นของ มหาวิทยาลัยเนชั่น 245 ล้านบาท (14%)

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน เท่ากับ 84 ล้านบาท ลดลง 20 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 104 ล้านบาท ประกอบด้วยสินทรัพย์ประเภทค่าลิขสิทธิ์หรือตัดบัญชีของกลุ่มธุรกิจเพื่อการศึกษาและบันเทิง รายการโปรแกรมสำเร็จรูป ที่ใช้งานทางด้านบัญชีการเงิน ระบบการจองหน้าโฆษณา ระบบการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ ระบบ Work Flow ระบบที่รองรับธุรกิจ New Media เป็นต้น

สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอตัดบัญชี เท่ากับ 99 ล้านบาท ลดลง 13 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 112 ล้านบาท เนื่องจากมีการใช้ประโยชน์ในการคำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับรายการนี้เป็นสินทรัพย์ของ NMG 55 ล้านบาท ของกลุ่มบริษัทย่อยในธุรกิจสิ่งพิมพ์รวม 14 ล้านบาท ของบริษัทย่อยในกลุ่มธุรกิจกลุ่มเพื่อการศึกษาและบันเทิง (กลุ่ม NINE) เท่ากับ 15 ล้านบาท และเป็นของกลุ่มสื่อกระจายภาพและเสียง 8 ล้านบาท

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น เท่ากับ 258 ล้านบาท ลดลง 14 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 272 ล้านบาท สาเหตุหลักจากการโอนรายการภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่ายที่ครบกำหนดขอคืนเกินกว่า 1 ปี จากระายการสินทรัพย์หมุนเวียนอื่น มาเป็นรายการไม่

หมุนเวียน โดยภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่าย เท่ากับ 218 ล้านบาท ลดลง 5 ล้านบาท จากปีก่อน นอกจากนี้ประกอบด้วย ค่าสิทธิสมาชิกสนามกอล์ฟ 9 ล้านบาท เงินมัดจำ 17 ล้านบาท เป็นต้น

หนี้สินรวม เท่ากับ 1,568 ล้านบาท ลดลง 947 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 2,515 ล้านบาท โดยสรุปรายการที่เปลี่ยนแปลงที่มีสาระสำคัญดังนี้

เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เท่ากับ 294 ล้านบาท ลดลง 426 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 720 ล้านบาท เนื่องจากได้ใช้เงินที่ได้รับจากการเพิ่มทุนมาชำระคืนเงินกู้ระยะสั้นเป็นการชั่วคราวเพื่อลดค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย ก่อนที่จะใช้ลงทุนในปี 2557

เจ้าหนี้การค้า เท่ากับ 120 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนที่เท่ากับ 167 ล้านบาท เมื่อคำนวณระยะเวลาชำระหนี้ในปี 2556 เฉลี่ยเท่ากับ 61 วัน ลดลง 7 วัน จากปีก่อนที่เท่ากับ 68 วัน

เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินรวม เท่ากับ 273 ล้านบาท ลดลง 349 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 622 ล้านบาท เนื่องจากการชำระคืนเงินกู้ระยะยาวในระหว่างปี

โดย ณ 31 ธันวาคม 2556 คงเหลือเงินกู้ระยะยาวและกำหนดชำระเงิน ดังนี้

- สัญญาเงินให้กู้ร่วมกับสถาบันการเงินในประเทศ 2 แห่ง ที่ทำสัญญาเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2555 วงเงิน 300 ล้านบาท ระยะเวลา 4 ปี โดยมีกำหนดชำระคืนเป็นรายเดือนตั้งแต่ ปี 2557-2559 ทั้งนี้บริษัทได้ค้ำประกันเงินกู้ข้างต้นโดยการจดจำนองที่ดินและเครื่องพิมพ์ของบริษัทกับบริษัทย่อย และต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อจำกัดต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ในสัญญาเงินกู้ โดยในเดือน ธันวาคม 2556 ได้จ่ายคืนเงินกู้ก่อนกำหนดจากการได้รับเงินปันผลจากบริษัทย่อย และจากการขายที่ดินที่ไม่ได้ใช้งานรวม 45 ล้านบาท จึงคงเหลือเงินกู้ที่จะต้องชำระตามเงื่อนไข 255 ล้านบาท โฉนดทยอยชำระเป็นรายเดือนตั้งแต่ มกราคม 2557- กรกฎาคม 2559

- วงเงินของบริษัทย่อย WPS ตามสัญญาเงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงินในประเทศแห่งหนึ่ง คงค้าง 21 ล้านบาท โดยกำหนดชำระคืนเป็นรายเดือนในจำนวนเงินเดือนละ 2.85 ล้านบาท สิ้นสุด กรกฎาคม 2557

หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าการเงิน ณ 31 ธันวาคม 2556 คงค้าง 14 ล้านบาท ลดลง 34 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 48 ล้านบาท โดยรายการหลักเป็นสัญญาเช่าเครื่องจักรของบริษัทย่อย WPS ที่ชำระค่าเช่าเป็นรายเดือนในจำนวนเงินที่แตกต่างกันเดือนละ 2.7 ล้านบาท สิ้นสุดกุมภาพันธ์ 2557 โดยแบ่งส่วนที่ครบกำหนดชำระภายใน 1 ปีรวม 8 ล้านบาท และส่วนที่เกิน 1 ปี รวม 5 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย คงค้าง ณ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 237 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 32 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 205 ล้านบาท โดยเป็นรายการใน NMG 74 ล้านบาท และของบริษัทย่อย 163 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นรายการค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นแล้ว แต่มีกำหนดจ่ายหลังวันสิ้นปี เช่น รายการค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมพิเศษในช่วงปลายปี นอกจากนี้ยังประกอบด้วย รายการเงินสมทบประกันสังคม ค้างจ่าย รายการเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพค้างจ่าย เป็นต้น

หนี้สินหมุนเวียนอื่น คงค้าง ณ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 347 ล้านบาท ลดลง 43 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 390 ล้านบาท ประกอบด้วยรายการเงินรับล่วงหน้า จากค่าสมาชิกสิ่งพิมพ์ที่รับเป็นรายปี และต้องทยอยบันทึกรายได้ตามระยะเวลา คงค้าง 180 ล้านบาท นอกจากนี้ประกอบด้วยรายการหลักได้แก่ ภาษีขายที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ 122 ล้านบาท เจ้าหนี้อื่น 20 ล้านบาท เจ้าหนี้กรมสรรพากร 11 ล้านบาท

ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน คงค้าง ณ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 134 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 52 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 82 ล้านบาท เนื่องจากได้คำนวณรวมโครงการให้สิทธิซื้อหุ้นแก่พนักงาน (ESOP) ที่เริ่มโครงการในปี 2556 ทั้งนี้ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงานเป็นรายการของ NMG 36 ล้านบาท และของบริษัทย่อยรวม 98 ล้านบาท ทั้งนี้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 19 เรื่องผลประโยชน์พนักงานที่เริ่มบังคับใช้ตั้งแต่ 1 มกราคม 2554

หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น ณ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 147 ล้านบาท ลดลง 3 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 150 ล้านบาท รายการหลัก เป็นรายการเงินกู้ระยะยาวจากบริษัทอื่น 110 ล้านบาทที่บริษัทได้ทำบันทึกข้อตกลงกับบริษัทในประเทศแห่งหนึ่ง

เพื่อให้โฆษณาและบริการ โดยได้ให้บริษัทกู้เงินจำนวน 150 ล้านบาท และจะจ่ายเงินกู้โดยนำมาหักจากเงินรับค่าโฆษณาสุทธิ โดยระหว่างปี 2556 ได้จ่ายเงินกู้รวม 6 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 3,785 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,148 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 1,637 ล้านบาท มาจากกำไรสุทธิของปี 2556 เท่ากับ 252 ล้านบาท และกำไรที่เป็นของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม 26 ล้านบาท รวมเป็นกำไรสุทธิทั้งปีรวม 278 ล้านบาท และรายการปรับปรุงกำไรจากทางบัญชี ได้แก่งวดทุนจากการประมาณการผลประโยชน์พนักงาน 45 ล้านบาท การกลับรายการภาษีเงินได้ 8 ล้านบาท

และในระหว่างปี 2556 NMG ได้ขออนุมัติผู้ถือหุ้นในการเพิ่มทุนจำนวน 1,647.74 ล้านบาท เป็นการเพิ่มทุนจากการใช้สิทธิผู้ถือหุ้นเดิม ในอัตราส่วน 1 หุ้นเดิม ต่อ 1 หุ้นใหม่ ในราคาเพิ่มทุนหุ้นละ 1.00 บาท ได้เงินครบทั้ง 1,647.74 ล้านบาท โดยผู้ถือหุ้นที่ใช้สิทธิเพิ่มทุนจะได้ใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หุ้นใหม่ ต่อ 1 ใบสำคัญแสดงสิทธิ เพื่อใช้สิทธิซื้อหุ้นบริษัทได้ในราคา 1.00 บาท ระยะเวลา 5 ปี กำหนดการใช้สิทธิปีละ 2 ครั้งในเดือนมิถุนายน และ ธันวาคมของทุกปี ตั้งแต่ธันวาคม 2556 ถึงมิถุนายน 2561

ในเดือนพฤศจิกายน 2556 มีการใช้สิทธิในใบสำคัญแสดงสิทธิของกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย (ESOP) ใช้สิทธิรวม 6.64 ล้านหน่วย ในราคาหุ้นละ 1 บาท รวม 6.64 ล้านบาท จากจำนวนใบสำคัญแสดงสิทธิทั้งหมด 82.38 ล้านหน่วย คงเหลืออีก 75.74 ล้านหน่วย

ในเดือนธันวาคม 2556 มีการใช้สิทธิของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ (NMG-W3) จำนวน 1.88 ล้านหน่วย เพื่อใช้สิทธิซื้อหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 1.88 ล้านหุ้น ในราคาหุ้นละ 1 บาท จากจำนวนสิทธิทั้งหมด 1,645.86 ล้านหน่วย

กำไรสะสม 659 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 215 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 444 ล้านบาท เกิดจากกำไรสุทธิของปี 2556 ที่รวมส่วนของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม รวม 278 ล้านบาท และกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น -41 ล้านบาท และรายการการได้มาซึ่งส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมโดยอำนาจควบคุมไม่เปลี่ยนแปลง 8 ล้านบาท

โครงสร้างส่วนของผู้ถือหุ้น 3,785 ล้านบาท ประกอบด้วย หุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว 1,751 ล้านบาท (จำนวนหุ้น 1,751 ล้านหุ้น ราคา Par หุ้นละ 0.53 บาท) รายการส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ 785 ล้านบาท และส่วนเกินมูลค่าหุ้นของบริษัทย่อย (NINE, NBC) รวม 94 ล้านบาท ทุนสำรองตามกฎหมาย 12 ล้านบาท องค์ประกอบอื่นของส่วนผู้ถือหุ้น (การเปลี่ยนแปลงในมูลค่ายุติธรรมของเงินลงทุน) 12 ล้านบาท กำไรสะสม 659 ล้านบาท และ ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย 477 ล้านบาท

ภาระผูกพัน ณ 31 ธันวาคม 2556 กลุ่มบริษัทมีภาระผูกพันตามสัญญาเช่าดำเนินงานรวม 241 ล้านบาทประกอบด้วยสัญญาเช่าและบริการสำนักงานในระยะเวลา 2-3 ปี สิ้นสุด พฤศจิกายน 2557 โดยมีเงื่อนไขต่ออายุสัญญาได้ และมีส่วนของบริษัทย่อยที่ทำสัญญาเช่าต่างประเทศ เป็นระยะเวลา 5 ปี สิ้นสุดสัญญา 31 พฤษภาคม 2559 นอกจากนี้มีสัญญาบริการส่งสัญญาณโทรทัศน์ดาวเทียมอายุสัญญา 5-10 ปีรวม 5 สัญญา โดยจะครบอายุสัญญาในระหว่างปี 2559-2563

นอกจากนี้บริษัทยังมีภาระผูกพันจากหนังสือค้ำประกันจากธนาคารของบริษัทและบริษัทย่อยรวม 26.5 ล้านบาท

เงินลงทุนระยะยาวในหุ้นทุนของบริษัทรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

หน่วย : พันบาท

	บริษัทร่วม	การถือหุ้น	ทุนชำระแล้ว	จำนวนเงินลงทุน	กำไร (ขาดทุน) เงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย	มูลค่าเงินลงทุน 31 ธ.ค. 2556
NMG	บริษัท โยมิอุริ - เนชั่น อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด	45.00%	4,000	1,800	25,991	27,791
	รวม					27,791

งบกระแสเงินสดรวม ณ 31 ธันวาคม 2556

งบกระแสเงินสดประจำปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีเงินสดที่ได้มาจากกิจกรรมดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานเท่ากับ 679 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 41 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 638 ล้านบาทเนื่องจากผลการดำเนินงานของธุรกิจโดยรวมมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 39%

เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน ในปี 2556 มาจากรายการกำไรสุทธิ 278 ล้านบาท กระทบรายการที่ไม่ใช่เงินสด และรายการที่ไม่ใช่กิจกรรมดำเนินงานดังนี้

- บวกลบด้วยค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่เงินสด รวม 295 ล้านบาท ประกอบด้วย ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายรวม 270 ล้านบาท ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน 11 ล้านบาท การจ่ายโดยใช้หุ้นเป็นเกณฑ์ (ESOP) 14 ล้านบาท
- ปรับปรุงรายการที่ไม่ใช่กิจกรรมดำเนินงาน รวม 121 ล้านบาท ประกอบด้วย รายการบวกลบต้นทุนทางการเงิน 77 ล้านบาท รายการหักดอกเบี้ยรับ 27 ล้านบาท รายการบวกลบภาษีเงินได้ 71 ล้านบาท
- หักรายได้หรือกำไรที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานรวม 15 ล้านบาท ได้แก่ การกลับรายการขาดทุนจากสินค้าล้าสมัย -8 ล้านบาท เนื่องจากในระหว่างปีสามารถขายสินค้าที่เคยตั้งสำรองได้ กำไรจากการจำหน่ายอุปกรณ์ -6 ล้านบาท ส่วนแบ่งกำไรสุทธิจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม -0.8 ล้านบาท

เมื่อปรับปรุงรายการดังกล่าวข้างต้น กลุ่มบริษัทมีเงินสดคงเหลือจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานรวม 679 ล้านบาท เมื่อกระทบกับรายการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานที่เป็นรายการเงินสดใช้ไปรวม -307 ล้านบาท และเป็นรายการได้มารวม +131 ล้านบาท จะทำให้คงเหลือเงินสดจากการดำเนินงานก่อนจ่ายดอกเบี้ยและภาษีเท่ากับ 502 ล้านบาท เมื่อหักรายการจ่ายภาษีเงินได้รวม 48 ล้านบาท จะคงเหลือเงินสดสุทธิที่ได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน 454 ล้านบาท

เงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน ในปี 2556 บริษัทมีเงินสดได้มาจากกิจกรรมลงทุนสุทธิ 62 ล้านบาท โดยรายการหลักเป็นรายการเงินสดรับจากการชำระค่าหุ้นของผู้ถือหุ้นรายย่อยของบริษัทย่อยรวม 401 ล้านบาท เงินสดรับจากการขายที่ดินที่ไม่ได้ใช้งาน อุปกรณ์และยานพาหนะรวม 51 ล้านบาท ในขณะที่มีรายการเงินสดจ่ายเพื่อซื้อปรับปรุงอาคาร สตูดิโอ พาหนะและอุปกรณ์รวม 45 ล้านบาท ซื้อสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน ได้แก่ ค่าลิขสิทธิ์ของบริษัทย่อยรวม 31 ล้านบาท และลงทุนเพิ่มทุนในบริษัทเนชั่นยู 130 ล้านบาท และลงทุนในเงินลงทุนชั่วคราวระยะเวลา 4-6 เดือน 138 ล้านบาท และจ่ายเงินประกันค่าประมวลใบอนุญาตทีวีดิจิทัล 74 ล้านบาท

เงินสดสุทธิจากกิจกรรมการจัดหาเงิน ในปี 2556 บริษัทมีเงินสดสุทธิที่ได้มาจากกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 773 ล้านบาท โดยในระหว่างปีได้เงินสดรับจากการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนสุทธิจากค่าใช้จ่าย 1,646 ล้านบาท เงินสดรับจากการใช้สิทธิใบสำคัญแสดงสิทธิของพนักงานและผู้ถือหุ้นรวม 8 ล้านบาท ขณะเดียวกันได้ใช้เงินเพื่อชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวตามข้อตกลงกับสถาบันการเงินรวม 352 ล้านบาท คืนเงินกู้ระยะสั้นชั่วคราว 426 ล้านบาท คืนหนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน 36 ล้านบาท ชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวในบริษัทอื่น 6 ล้านบาท จ่ายดอกเบี้ยรวม 43 ล้านบาท และบริษัทย่อยจ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นที่ไม่มีอำนาจควบคุม 17 ล้านบาท

รวมกระแสเงินสดที่ได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน, กิจกรรมลงทุน, และกิจกรรมการจัดหาเงิน สำหรับปี 2556 มีจำนวนเพิ่มขึ้น 1,289 ล้านบาท เมื่อรวมเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นปี 2556 จำนวน 179 ล้านบาท ทำให้มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 1,468 ล้านบาท

การเปลี่ยนแปลงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

สำหรับผลการดำเนินงานตามงบการเงินรวมปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2556

1. อัตราส่วนสภาพคล่อง

อัตราส่วนสภาพคล่อง ณ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 2.72 เท่า เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 1.89 เท่า เนื่องจากมีสินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้นจากรายการเงินสดและเงินฝากธนาคารที่เพิ่มขึ้นมากจากการเพิ่มทุนในระหว่างปี 2556 และด้วยเหตุผลเดียวกันทำให้ อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว ณ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 2.02 เท่า เพิ่มขึ้น 1.54 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 0.48 เท่า

Cash Cycle ในปี 2556 บริษัทมีระยะเวลาหมุนเวียนของเงินสดเท่ากับ 81 วัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 10 วัน ประกอบด้วยระยะเวลาในการเก็บหนี้ 91 วัน ใกล้เคียงกับปีก่อนที่เท่ากับ 90 วัน ส่วนระยะเวลาในการขายสินค้า เท่ากับ 52 วัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 4 วัน ในขณะที่ระยะเวลาชำระหนี้ เท่ากับ 61 วัน ลดลง 7 วันจากปีก่อน

2. อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร

อัตรากำไรขั้นต้นปี 2556 เท่ากับ 37.32% เท่ากับปีก่อน แม้ว่ารายได้จะลดลง 2.5% แต่สัดส่วนการลดลงของต้นทุนขายและบริการลดลงมากกว่าคือลดลง 2.6%

อัตรากำไรจากการดำเนินงานในปี 2556 เท่ากับ 8.00% เพิ่มขึ้น 0.89% จากปีก่อน ส่วนอัตรากำไรสุทธิเท่ากับ 8.22% เพิ่มขึ้น 2.77% จากจำนวนกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นถึง 49% เมื่อเทียบกับรายได้ที่ลดลงเพียง 3%

อัตราส่วนเงินสดก่อนการเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนต่อการทำกำไร เท่ากับ 22.17% เพิ่มขึ้น 1.6% จากปีก่อนเนื่องจากเงินสดคงเหลือจากการดำเนินงานในปี 56 เพิ่มขึ้น 41 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อน

อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ปี 2556 เท่ากับ 6.65% ลดลงจากปีก่อน 3.68% เนื่องจากฐานของส่วนของผู้ถือหุ้นที่เพิ่มขึ้นมากกว่าปีก่อน 1.3 เท่า เนื่องจากการเพิ่มทุนในระหว่างปี 2556

3. อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของ ปี 2556 เท่ากับ 5.30% เพิ่มขึ้น 1.1% จากปีก่อน ส่วนอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ถาวร เท่ากับ 27.74% เพิ่มขึ้น 4.5% จากปีก่อน เนื่องจากกำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้นมาก ส่วนอัตรามูลของสินทรัพย์เท่ากับ 0.64 เท่า เพิ่มขึ้น 0.16 เท่า จากปีก่อน

4. อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน

อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Total Liabilities to Equity Ratio) ณ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 0.41 เท่า เพิ่มขึ้น 1.13 เท่าจากปีก่อน เนื่องจากส่วนของผู้ถือหุ้นที่เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มทุนและจากผลกำไรสุทธิในระหว่างปี และด้วยเหตุผลเดียวกันทำให้ บริษัทมี อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น หรือ Debts to Equity Ratio ณ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 0.15 เท่า

อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ยในปี 2556 เท่ากับ 10.78 เท่า เพิ่มขึ้น 3.43 เท่าจากปีก่อน เนื่องจากปี 2556 บริษัทมีค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยลดลงถึง 34 ล้านบาท จากการชำระคืนเงินกู้ระยะยาวตามกำหนด และจากการนำเงินเพิ่มทุนมาชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น และด้วยเหตุผลเดียวกันทำให้ อัตราส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ย ก่อนภาษี ต่อดอกเบี้ยจ่าย เท่ากับ 5.54 เท่า เพิ่มขึ้น 2.16 เท่า

อัตราส่วนความสามารถในการชำระภาระผูกพัน เท่ากับ 0.79 เท่า ลดลง 0.2 เท่าจากปีก่อน เนื่องจากในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ จ่ายคืนเงินกู้ระยะสั้นจากการเพิ่มทุนถึง 426 ล้านบาท

ความเหมาะสมของโครงสร้างทางการเงิน

ณ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วเท่ากับ 1,751 ล้านบาท กำไรสะสมที่แบ่งเป็นทุนสำรองตามกฎหมาย 12 ล้านบาท และกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรร 648 ล้านบาท และรายการองค์ประกอบอื่นในส่วนของผู้ถือหุ้น ที่เกิดจากผลต่างของการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าสุทธิของเงินลงทุน 12 ล้านบาท และมีส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญของบริษัท 785 ล้านบาท และของบริษัทย่อยรวม 95 ล้านบาท ทำให้ ณ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นสุทธิเท่ากับ 3,310 ล้านบาท เมื่อรวมส่วนของผู้ถือหุ้นที่ไม่มีอำนาจควบคุม 475 ล้านบาท จะทำให้ส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเป็น 3,785 ล้านบาท

โดยโครงสร้างของสินทรัพย์รวม 5,353 ล้านบาท เป็นหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 29% ต่อ 71% หรือมีอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นรวม เท่ากับ 0.41 เท่า และ D/E Ratio (เฉพาะหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย) เท่ากับ 0.15 เท่า ซึ่งเป็นโครงการของเงินทุนที่แข็งแกร่งมาก เนื่องจากฐานส่วนของผู้ถือหุ้นที่เพิ่มขึ้น เพื่อสำรองสำหรับการขยายกิจการลงทุนในธุรกิจที่วิจิตรในปี 2557

บริษัทมีหนี้สินรวม 1,568 ล้านบาท แบ่งเป็นส่วนของหนี้สินหมุนเวียน และหนี้สินระยะยาว จำนวน 1,129 ล้านบาท และ 440 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วน 72% ต่อ 28% ลดลงจากปีก่อน โดยสัดส่วนของหนี้สินหมุนเวียนค่อนข้างสูงเนื่องจาก มีภาระหนี้สินหมุนเวียนเพิ่มขึ้น เช่น รายการภาษีหัก ณ ที่จ่าย ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย ในขณะที่หนี้สินระยะยาวมีจำนวนลดลงจากการทยอยชำระคืนเงินที่ระยะยาวตามกำหนด

โดย ณ 31 ธันวาคม 2556 จากงบการเงินรวม บริษัทมีเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินจำนวน 295 ล้านบาท (ลดลงจากปีก่อน 425 ล้านบาท) เงินกู้ระยะยาวจำนวน 272 ล้านบาท หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าการเงิน 14 ล้านบาท แบ่งเป็นส่วนที่ครบกำหนดชำระภายใน 31 ธันวาคม 2557 รวมเท่ากับ 128 ล้านบาท และส่วนที่ถึงกำหนดชำระตั้งแต่ปี 2558-2559 เท่ากับ 158 ล้านบาท

ผลกระทบของบริษัทย่อย บริษัทร่วม ต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท

กลุ่มบริษัทได้จัดโครงสร้างทางธุรกิจและการบริหารโดยได้แยกสายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย เป็นบริษัทย่อย ชื่อบริษัท กรุงเทพธุรกิจมีเดีย จำกัด หรือ KTM และ แยกสายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย เป็นบริษัทย่อยชื่อบริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด หรือ KMM และสายธุรกิจข่าวภาษาอังกฤษในนาม บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด หรือ NNN โดยทั้ง 3 บริษัท NMG ถือหุ้น 99.99%

การปรับโครงสร้างดังกล่าว เป็นแนวทางการสร้างผู้บริหารรุ่นใหม่ขึ้นมาดูแลแต่ละสายธุรกิจให้ชัดเจนและมีความคล่องตัวขึ้น ในขณะที่เดียวกันยังคงความโดดเด่นในฐานะ "สื่อครบวงจร" ด้วยการผนึกพลังแบบบูรณาการระหว่างบริษัทย่อย และเป็นการเสริมสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งเพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะธุรกิจที่แตกต่างกันและเป็นการสร้างโอกาสใหม่ๆ ของแต่ละสายธุรกิจ

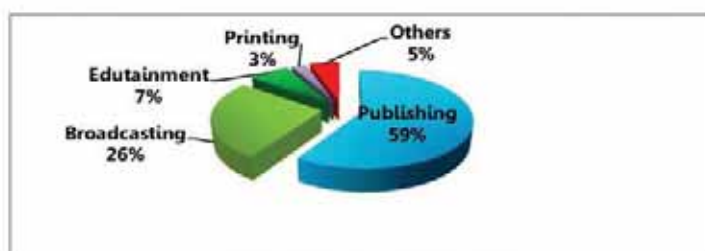
ทั้งนี้โครงสร้างการบริหารงานของบริษัทย่อยจะมีคณะกรรมการแยกแต่ละบริษัท ประกอบด้วยประธานกรรมการ ที่เป็นผู้บริหารระดับสูงจากบริษัทแม่ และกรรมการผู้อำนวยการที่มีความเชี่ยวชาญในสายธุรกิจนั้นๆ ในขณะที่ฝ่ายขาย และฝ่ายสนับสนุนอื่นๆ จะถูกรวมกันไว้ที่บริษัทแม่ เพื่อสร้างผลประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า

สำหรับโครงสร้างรายได้ในปี 2556 รายได้ส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทยังคงมีส่วนใกล้เคียงปีก่อนดังนี้

Organization structure



Revenue Breakdown by Business Segment



Year 2013

นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงในฐานะการเงินหรือการดำเนินงานของบริษัทย่อย บริษัทรวม จึงมีลักษณะการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และบริษัทยังคงถือหุ้นใหญ่กว่า 60% จึงถือว่ามีอำนาจในการบริหารจัดการก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทได้

14.2 ปัจจัยและอิทธิพลหลักที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือฐานะการเงินในอนาคต

1. สภาพเศรษฐกิจโดยรวม

ในปี 2556 การขยายตัวของเศรษฐกิจโลกจะลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากปัญหาต่างๆ เช่น เศรษฐกิจสหรัฐฯ ฟื้นตัวอย่างช้าๆ และถึงแม้เศรษฐกิจยุโรปเริ่มคลี่คลายแต่ปัญหานี้สาธารณะยังคงมีอยู่และอัตราการว่างงานยังคงอยู่ในระดับสูง เศรษฐกิจประเทศจีนชะลอตัวส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระทบต่อผู้ส่งออกสินค้าในกลุ่มประเทศเกิดใหม่ ส่วนในปี 2557 ปัจจัยที่อาจเพิ่มความเสี่ยงให้กับเศรษฐกิจไทย ได้แก่ ความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย การลงทุนของภาครัฐ แรงกดดันของต้นทุนการผลิต สถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น

ภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2557 ว่าจะเติบโตราว 5% หรือมูลค่า 1.46 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่ 1.39 แสนล้านบาท โดยสัดส่วนการใช้โฆษณาแบ่งเป็นฟรีทีวีที่ออกอากาศแบบอนาล็อก 48% เคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียม 10% ฟรีทีวีที่ออกอากาศแบบดิจิตอล 3% หนังสือพิมพ์ 15% สื่อในโรงภาพยนตร์ 5% วิชยู 5% นิตยสาร 4% ป้ายโฆษณา 3% อินสโตร์ 2% สื่อเคลื่อนที่ 3% และอินเทอร์เน็ต 3% ของภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณา

โดยพบว่าสัดส่วนการใช้โฆษณาผ่านฟรีทีวีแบบอนาล็อกและเคเบิลทีวีและดาวเทียมมีสัดส่วนลดลง เป็นผลเนื่องมาจากการเริ่มออกอากาศของฟรีทีวีในระบบดิจิตอลในไตรมาสที่ 2 ของปี 2557 โดยที่ ฟรีทีวีอนาล็อก มีสัดส่วนลดลงจาก 50% มาเป็น 48% ส่วนเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมลดลงจาก 11% เป็น 10% ขณะที่สัดส่วนของฟรีทีวีแบบดิจิตอลมี 3%

อย่างไรก็ตาม สื่อฟรีทีวีอนาล็อก แม้จะยังคงเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในปี 2557 แต่มีข้อจำกัดด้านเวลาโฆษณาที่กำหนดไว้ 12 นาทีต่อชั่วโมง ทำให้ในช่วงเวลาไพรม์ไทม์พื้นที่โฆษณาไม่เพียงพอความต้องการของลูกค้าและเป็นโอกาสให้เม็ดเงินโฆษณาระบายไปยังสื่อใกล้เคียง โดยเฉพาะช่องทีวีดาวเทียมที่มีเรตติ้งผู้ชมสูง และฟรีทีวีดิจิตอลที่เพิ่งเกิดใหม่

เหตุการณ์สำคัญเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจโลกได้แก่

เศรษฐกิจโลก เศรษฐกิจโลกปี 2556 IMF คาดว่าจะขยายตัว ร้อยละ 2.9 ภาพรวมเศรษฐกิจของโลกยังคงอ่อนแอ เศรษฐกิจหลาย ๆ ประเทศจะขยายตัวลดลงจากปี 2555

สถานการณ์การเงินโลก ธนาคารกลางหลาย ๆ ประเทศ มีแนวโน้มคงอัตราดอกเบี้ย นโยบายให้อยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากอัตราเงินเฟ้อยังคงอยู่ในระดับต่ำและเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวอย่างประปราย

เศรษฐกิจสหภาพยุโรป ในปี 2556 IMF คาดว่า GDP จะหดตัวร้อยละ 0.4 หดตัวลดลงเมื่อเทียบกับปี 2555 และแนวโน้มปี 2557 IMF คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 1 สถานการณ์ด้านการเงิน ธนาคารกลางยุโรป (European Central Bank : ECB) ได้มีมติลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายจากร้อยละ 0.50 เหลือร้อยละ 0.25 (เมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2556) เนื่องจากอุปสงค์ภายในประเทศยังคงอยู่ในระดับต่ำและภาวะซบเซาในตลาดการเงิน อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจสหภาพยุโรป

เศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา ในปี 2556 IMF คาดว่า GDP จะขยายตัวร้อยละ 1.6 ขยายตัวลดลงเมื่อเทียบกับปี 2555 และแนวโน้มปี 2557 IMF คาดว่า GDP จะขยายตัวร้อยละ 2.6 สถานการณ์ด้านการเงิน มติที่ประชุมของคณะกรรมการนโยบายการเงินของธนาคารกลางสหรัฐฯ (Fed) เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2556 ให้คงอัตราดอกเบี้ยอยู่ที่ร้อยละ 0.25 จนกว่าอัตราการว่างงานจะต่ำกว่าร้อยละ 6.5 นอกจากนี้ Fed ยังคงใช้มาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณ (QE)ต่อไปจนกว่าเศรษฐกิจจะขยายตัวอย่างยั่งยืน

ราคาน้ำมัน สถานการณ์ราคาน้ำมันโลกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเล็กน้อย กลุ่มประเทศโอเปกยังคงรักษาระดับการผลิตให้อยู่ราว 30 ล้านบาร์เรลต่อวัน เพื่อคงระดับราคาน้ำมันให้อยู่ในเกณฑ์ที่กลุ่มประเทศสมาชิกพอใจ เหตุการณ์ความรุนแรงในลิเบียยังคงกดดันราคาน้ำมันดิบในตลาดโลก และหากมีการผ่อนปรนมาตรการคว่ำบาตรประเทศอิหร่านอาจส่งผลให้ราคาน้ำมันดิบลดลงเล็กน้อยโดยราคาน้ำมันดิบ (Dubai) เฉลี่ย 11 เดือน อยู่ที่ 105.4 USD:Barrel โดยล่าสุดราคาน้ำมันดิบNYMEX ส่งมอบเดือนมกราคม (ณ วันที่ 6 ธันวาคม 2556) มีราคาอยู่ที่ 97.4 USD:Barrel

สำหรับประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คาดว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2556 จะขยายตัวร้อยละ 3.0 ซึ่งชะลอตัวลงจากปี 2555 ที่ขยายตัวร้อยละ 6.5 และเศรษฐกิจไทยในปี 2557 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 4.0 - 5.0 สำหรับภาพรวมภาวะอุตสาหกรรมไทยปี 2556 นั้น ในปี 2556 เป็นอีกหนึ่งปีที่ภาคอุตสาหกรรมต้องเผชิญบททดสอบสำคัญ ซึ่งได้แก่การชะลอตัวของอุปสงค์หรือความต้องการซื้อในเกือบทุกด้าน โดยเฉพาะแรงขับเคลื่อนทั้งจากอุปสงค์ในประเทศและการฟื้นตัวของภาคการส่งออกต่ำกว่าที่คาดไว้ โดยการบริโภคในประเทศ ภาคครัวเรือนระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้นตามภาระหนี้ที่เพิ่มขึ้นและความเชื่อมั่นที่ลดลง ขณะเดียวกันการส่งออกสินค้ามีแนวโน้มฟื้นตัวช้าตามแนวโน้มเศรษฐกิจประเทศสำคัญของโลก

สำหรับเศรษฐกิจไทยในปี 2557 สำนักงานเศรษฐกิจการคลังคาดว่า เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มฟื้นตัวขึ้นมาขยายตัวที่ ร้อยละ 4.0 (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 3.5 - 4.5) ลดลงจากที่คาดการณ์ไว้เดิมที่ร้อยละ 5.1 โดยมีปัจจัยหลักจากการลงทุนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงการลงทุนขนาดใหญ่ของภาครัฐที่อาจมีความล่าช้ากว่าที่คาด โดยเฉพาะการเบิกจ่ายเม็ดเงินตามแผนการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำที่ต้องมีการทำประชาพิจารณ์ตามคำสั่งของศาลปกครอง และการเบิกจ่ายเม็ดเงินตามแผนการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานของรัฐที่อยู่ระหว่างรอผลวินิจฉัยของศาลรัฐธรรมนูญ นอกจากนี้ การประกาศยุบสภาของรัฐบาลยังคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการเบิกจ่ายงบลงทุนของภาครัฐให้เกิดความล่าช้าได้ อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจไทยคาดว่าจะยังคงได้รับอานิสงส์จากเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าที่มีแนวโน้มฟื้นตัวดีขึ้น ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการขยายตัวของการส่งออกสินค้าและบริการ นอกจากนี้ สถานการณ์การจ้างงานที่ยังอยู่ในเกณฑ์ดีและภาวะทางการเงินที่ผ่อนคลายจากอัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในระดับต่ำจะช่วยสนับสนุนให้การบริโภคและการลงทุนภาคเอกชนสามารถขยายตัวได้ ในด้านเสถียรภาพภายในประเทศ คาดว่าอัตราเงินเฟ้อทั่วไปในปี 2557 จะอยู่ที่ร้อยละ 2.4 (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 1.9 - 2.9) ตามอุปสงค์ภาคเอกชนที่ดีขึ้น และหากปัญหาความไม่แน่นอนทางการเมืองยืดเยื้อออกไปจะส่งผลกระทบต่อทางลบต่อการท่องเที่ยวของไทย ผ่านจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามายังประเทศไทยที่คาดว่าจะลดลงถึง 3 ล้านคน และอาจส่งผลให้การเบิกจ่ายโครงการลงทุนของภาครัฐมีความล่าช้าออกไปอีก ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลให้อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 3.5 (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 3.0 - 4.0) นอกจากนี้ ในการประมาณการเศรษฐกิจยังต้องคำนึงถึงปัจจัยเสี่ยง อาทิ

การดำเนินนโยบายทางการเงินของประเทศพัฒนาแล้วที่อาจส่งผลกระทบต่อความผันผวนของการเคลื่อนย้ายเงินทุนของไทย ภัยธรรมชาติและโรคระบาด อีกทั้งปัญหาการขาดแคลนแรงงานในบางสาขาอุตสาหกรรม

2. ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

แนวโน้มของอุตสาหกรรมกระดาษและสิ่งพิมพ์ ในปี 2557 ภาวะอุตสาหกรรมกระดาษ และสิ่งพิมพ์ ปี 2557 คาดว่า การผลิตทั้งเยื่อกระดาษและกระดาษโดยรวม จะขยายตัวตามวัฏจักรเศรษฐกิจและมีทิศทางเดียวกันกับปี 2556 สำหรับการส่งออกเยื่อกระดาษและสิ่งพิมพ์ มีแนวโน้มขยายตัวแม้ว่าจะมีการใช้สื่อดิจิทัลอย่างกว้างขวาง แต่กระดาษยังคงเป็นที่ต้องการใช้ในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์เพื่อการบริโภคและอุปโภค ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีการวิจัยพัฒนานวัตกรรมและออกแบบใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคและกระแสอนุรักษ์ด้านสิ่งแวดล้อมทั้งในและต่างประเทศ

3. ธุรกิจสื่อโทรทัศน์

ปี 2557 เป็นช่วงเวลาที่ยุทธศาสตร์โทรทัศน์ไทย พัฒนามาถึงจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญ เมื่อกิจการโทรทัศน์ที่เดิมผูกขาดจากผู้เล่นเพียง 6 ราย 6 ช่อง เพิ่มจำนวนขึ้นเป็น 17 ราย 24 ช่องธุรกิจ ยังไม่รวมช่องบริการสาธารณะอีก 12 ช่อง ที่คาดว่าจะมีการพิจารณามอบใบอนุญาตให้ภายในปีนี้ รวมทั้งช่องรายการบริการชุมชนอีก 12 ช่องในอนาคต

โดยปลายปี 2556 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ประสานความสำเร็จในการจัดการประมูลคลื่นความถี่เพื่อประกอบกิจการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (Digital Terrestrial Television Broadcasting) แบบภาคพื้นดิน 24 ช่องรายการ และได้กำหนดให้ผู้ที่จะชนะการประมูล 17 ราย ดำเนินการแพร่ภาพรายการตามหมวดช่องรายการที่ตนเองได้รับอย่างเป็นทางการในวันที่ 1 เมษายน 2557

สำหรับกิจการโทรทัศน์ดิจิทัล แบบภาคพื้นดิน ประเภทธุรกิจ แบ่งเป็น 4 กลุ่มสำคัญ ได้แก่ กลุ่มช่องรายการเพื่อเยาวชนและครอบครัว จำนวน 3 ช่องรายการ กลุ่มช่องรายการข่าวสารและสาระ 7 ช่องรายการ กลุ่มช่องรายการทั่วไป แบบความคมชัดปกติ (Standard Definition : SD) 7 ช่องรายการ และกลุ่มช่องรายการทั่วไป แบบความคมชัดสูง (High Definition : HD) อีก 7 ช่องรายการ

ในบรรดาผู้เล่นในกลุ่มช่องรายการข้างต้น มีทั้งผู้เล่นรายเก่าและใหม่ โดยในกลุ่ม ช่องเด็ก เยาวชนและครอบครัว ผู้ชนะการประมูล คือ บีอีซี-มัลติมีเดีย (ช่อง 3), อสมท., และ ไทยทีวี (นิคมสารทีวีพูล) ส่วนกลุ่มช่องข่าวและสาระ ประกอบด้วย เอ็นบีซีเน็กซ์ วิชั่น (เครือเนชั่น), ไทย นิวส์ เน็ตเวิร์ค (กลุ่มทรูวิชั่นส์), ดีเอ็น บรอดคาสท์ (หนังสือพิมพ์เดลินิวส์), วอยซ์ทีวี, สปริงนิวส์ เทเลวิชั่น, ไทยทีวี และ 3เอ มาร์เก็ตติ้ง

ขณะที่กลุ่มช่องรายการทั่วไป แบบความคมชัดปกติ หรือ Standard Definition ได้แก่ ไทย บรอดคาสติ้ง (กลุ่มเวิร์คพอยท์), ทรู ดิจิทัล (กลุ่มทรูวิชั่นส์), จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทีวี (กลุ่มจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่) บีอีซี-มัลติมีเดีย, อาร์เอส เทเลวิชั่น, โมโน บรอดคาสท์ และแบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง (เครือเนชั่น)

ส่วนกลุ่มช่องรายการทั่วไป แบบความคมชัดสูง หรือ High Definition ได้แก่ บีอีซี-มัลติมีเดีย, บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง (ธุรกิจของนายแพทย์ปราเสริฐ ปราสาททองโอสถ), กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ (ช่อง 7), ทรูเปิด วิ บรอดคาสท์ (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ), อสมท., อมรินทร์ เทเลวิชั่น (เครืออมรินทร์) และ จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทีวี เครือ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ โดยทุกรายดังกล่าว จะดำเนินธุรกิจภายใต้ระบบใบอนุญาตของ กสทช. เป็นเวลา 15 ปี

นอกจากยังมีช่องรายการบริการสาธารณะ 12 ช่อง และช่องรายการบริการชุมชนอีก 12 ช่อง เมื่อรวมกับทีวีประเภทธุรกิจแล้วภายใน 1-2 ปี ประเทศไทยจะมี ฟรีทีวี ในระบบดิจิทัล เพิ่ม 48 ช่อง ส่งผลให้ภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape) ในกิจการโทรทัศน์เปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่

ทั้งนี้ กสทช. ได้กำหนดการขยายโครงข่ายส่งสัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ครอบคลุมการรับชมของครัวเรือนไทยทั่วประเทศรวมจำนวน 22 ล้านครัวเรือนเร็วมากขึ้นกว่าแผนที่กำหนดไว้เดิม คือ เริ่มการแพร่ภาพในระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดินอย่างเป็นทางการ

ทางการในวันที่ 1 เมษายน 2557 ครอบคลุม 4 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นครราชสีมา เชียงใหม่ สงขลา ขณะที่วันที่ 1 พฤษภาคม พื้นที่ครอบคลุมอีก 3 จังหวัด ได้แก่ อุบลราชธานี สุราษฎร์ธานี และระยอง และในวันที่ 1 มิถุนายน จะครอบคลุมเพิ่มอีก 4 จังหวัด ได้แก่ สิงห์บุรี สุโขทัย ขอนแก่นและอุดรธานี ซึ่งในช่วงครึ่งปีแรก โครงการทีวีดิจิตอล จะเข้าถึงประมาณ 50% หรือราว 11 ล้านครัวเรือน

ขณะเดียวกัน ผู้ให้บริการโครงข่าย อย่างเช่น สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5, อสมท, กรมประชาสัมพันธ์และ ไทยพีบีเอส คาดการณ์จะขยายพื้นที่ส่งสัญญาณครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดภายใน 2 – 3 ปีข้างหน้า ซึ่งเร็วกว่าแผนเดิมที่กำหนดไว้ว่าภายใน 4 ปี เริ่มจากปี 2557 กำหนดให้ส่งสัญญาณครอบคลุม 50% ถัดมา 80% และเพิ่มเป็น 90% ในปี 2559 และ 95% ภายในปี 2560

ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ประชาชนสามารถรับชมทีวีดิจิตอลได้เร็วขึ้น มาจากมาตรการสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านไปสู่ ทีวีดิจิตอล โดย กสทช. คาดว่าจะแจกอุปกรณ์ให้กับ 22 ล้านครัวเรือนทั่วประเทศ เพื่อนำไปเป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องรับโทรทัศน์ระบบดิจิตอล และกล่องแปลงสัญญาณระบบดิจิตอล (Set top box) โดยมูลค่าเบื้องต้นอยู่ที่ 690 บาท ซึ่งเป็นส่วนที่ได้จากการประเมินราคาตั้งต้นในการประมูลทีวีดิจิตอล ประเภทธุรกิจ ทั้ง 24 ช่อง ขณะที่หลังการประมูลดังกล่าวเสร็จสิ้นแล้วได้รายได้มากกว่าที่คาด จึงทำให้กสทช. มีแผนจะปรับเพิ่มมูลค่าอุปกรณ์อีก

สำหรับปัจจัยหนุนอนาคตของทีวีดิจิตอลระบบภาคพื้นดิน คือ การเร่งการยุติกิจการโทรทัศน์แบบอนาล็อก ระบบภาคพื้นดินเร็วกว่าที่กำหนด อย่างเช่น กสทช.บรรลุข้อตกลงในบันทึกความเข้าใจ (Memorandum of Understanding) กับ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในฐานะผู้ให้สัญญาสัมปทานกับ บริษัท กรุงเทพวิทยุและโทรทัศน์ ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ซึ่งถือว่าเป็นระยะเวลาสัมปทานที่สั้นลงสำหรับกิจการโทรทัศน์ในระบบอนาล็อกที่ยาวยาวนานที่สุด

ภายใต้บันทึกความเข้าใจดังกล่าวททบ. 5 จะเจรจากับ ช่อง 7 เพื่อย่นระยะเวลาสัมปทานลงจากเดิม 9 ปี เหลือ 5 ปี โดยที่กสทช.จะอนุมัติมอบโครงข่ายทีวีดิจิตอลเพิ่มให้ททบ.5 อีกหนึ่งโครงข่ายเป็นเงื่อนไขทดแทน

ทั้งนี้ ระยะเวลาสัมปทานที่ลดลงก็ใกล้เคียงกับอายุสัมปทานระหว่างอสมท.กับ บริษัท บางกอก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ขณะที่กสทช. กำหนดให้ช่อง 5 ช่อง 9 ช่อง 11 ต้องทำแผนคืนคลื่นความถี่ที่ใช้ในกิจการโทรทัศน์แบบอนาล็อกให้เสร็จสิ้นภายใน 5 ปี ส่วน ไทยพีบีเอส คาดว่าจะคืนคลื่นความถี่อนาล็อกภายใน 2 ปีข้างหน้า และนี่ถือเป็นการสิ้นสุดของยุคอนาล็อกและเป็นการการันตีความมั่นคงของกิจการโทรทัศน์ดิจิตอลระบบภาคพื้นดินในอนาคตอีกด้วย

นับตั้งแต่เดือนเมษายนนี้เป็นต้นไป ระบบดิจิตอล จะเริ่มเข้ามาทดแทนระบบอนาล็อก ครัวเรือนในประเทศไทยสามารถรับชมโทรทัศน์ ได้ 4 ช่องทางหลัก (Platform) คือ ฟรีทีวี ภาคพื้นดิน (Terrestrial Television) หรือ ฟรีทีวี 6 สถานี โดยมีจำนวนครัวเรือนที่เข้าถึงบริการโทรทัศน์ผ่านระบบภาคพื้นดิน 98% ระบบเคเบิลทีวี (Cable Television) ระบบโทรทัศน์ดาวเทียม (Satellite Television) โดยช่องทางการรับชมผ่านเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมเข้าถึงครัวเรือนไทยในปัจจุบันกว่า 60% และระบบดิจิตอลแบบภาคพื้นดิน (Digital Terrestrial Television) ซึ่งประกอบด้วย 24 ช่อง และคาดว่าจะครอบคลุม 50% ภายในเดือนมิถุนายนนี้ตามแผนการขยายโครงข่ายทีวีดิจิตอลของ กสทช.

สำหรับการคาดการณ์ตัวเลขการใช้โฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ในปี 2557 นั้น แยกเป็นโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ (ฟรีทีวี) มีมูลค่า 70,800 ล้านบาท เติบโต 2% จากปี 2556 เคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียม (cab/sat) มูลค่า 14,200 ล้านบาท ลดลง 6% จากปี 2556 สื่อวิทยุมูลค่า 6,600 ล้านบาท ไม่เติบโตจากปี 2556 สื่อหนังสือพิมพ์มูลค่า 21,400 ล้านบาท เติบโต 3% นิตยสาร มูลค่า 5,600 ล้านบาท ลดลง 3% จากปี 2556 สื่อในโรงภาพยนตร์มูลค่า 7,500 ล้านบาท ไม่เติบโตจากปีก่อน ป้ายโฆษณามูลค่า 3,900 ล้านบาท ลดลง 6% สื่อโฆษณาเคลื่อนที่ (Transit) มูลค่า 4,000 ล้านบาท เติบโต 14% จากปี 2556 สื่อโฆษณาในร้านค้า (In-store) มูลค่า 2,600 ล้านบาท ลดลง 1% จากปี 2556 โฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลมีมูลค่า 5,100 ล้านบาท เติบโต 37% จากปี 2556

4. ธุรกิจสื่อวิทยุ

ที่ผ่านมาในมุมมองของผู้โฆษณา สื่อวิทยุถือว่าเป็นสื่อที่ใช้เป็นส่วนหนึ่งในการทำแคมเปญการตลาดของสินค้า มากกว่าการใช้เป็นสื่อหลักในการสร้างแบรนด์ ดังนั้น ลูกค้านักโฆษณาจึงมีแนวโน้มที่จะตัดการใช้จ่ายงบประมาณผ่านสื่อวิทยุเป็นอันดับ

ต้นๆ หากว่ามีงบประมาณจำกัด จากแนวโน้มดังกล่าว ทำให้ สมาคมมีเดียเอเยนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทยคาดการณ์ไว้ว่า ในปี 2557 จะไม่พบอัตราการเติบโตในการใช้จ่ายงบประมาณผ่านสื่อวิทยุ ยิ่งในภาวะที่กำลังซื้อชะลอตัว ยังมีแนวโน้มที่งบประมาณผ่านสื่อวิทยุจะได้รับการชะลอการใช้จ่ายเช่นกัน

ในปี 2555 ข้อมูลจาก Nielsen, Intensive Watch และสมาคมโฆษณาดิจิทัลแห่งประเทศไทย (DAAT) สื่อวิทยุอาจจะไม่มีการเติบโต ในขณะที่เมื่อปี 2556 มีงบโฆษณาผ่านสื่อวิทยุมูลค่า 6,618 ล้านบาท โดยในปี 2557 คาดว่าจะมีงบโฆษณาผ่านสื่อวิทยุมูลค่า 6,600 ล้านบาท

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการได้เริ่มปรับตัวตามการพัฒนาของสื่อและพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคมาบ้างแล้วในหลายปีที่ผ่านมา บางรายขยายการผลิตรายการวิทยุไปสู่แพลตฟอร์มสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมมากขึ้น อย่างเช่น คลื่น กรีนเวฟ Green Wave ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) หันมาทำสถานีโทรทัศน์กรีน แชนแนล (Green Channel) และยังหารายได้เพิ่มขึ้นจากการทำกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ เช่น จัดคอนเสิร์ต จัดทริปท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งการขยายช่องทางการรับฟังไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น ทั้งออนไลน์ (Online) ผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ (mobile application)

ภาวะการแข่งขันในปี 2557 มีแนวโน้มไม่แตกต่างจากปี 2556 เนื่องจากผู้ประกอบการรายเดิมที่มีสัญญาสัมปทานยังได้รับการคุ้มครองต่อไปอีกราว 4-5 ปี ระหว่างที่หน่วยงานภาครัฐที่ถือครองคลื่นความถี่จะเร่งความจำเป็นในการถือครองคลื่นต่อ กสทช.

อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่น่าจับตามอง และทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในภูมิทัศน์สื่อวิทยุอีกครั้ง หลังจากที่ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ หรือ กสท. ได้พิจารณาความร่วมมือในการรับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัลร่วมกับ กระทรวง ทบวง กรม องค์กรอิสระตามรัฐธรรมนูญ หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐที่มีใช้รัฐวิสาหกิจ และกลุ่มผู้ผลิตรถยนต์ที่มีความสามารถในการติดตั้งเครื่องรับวิทยุในระบบดิจิทัล กลุ่มผู้ผลิตเครื่องรับวิทยุในระบบดิจิทัล ซึ่งที่ประชุม กสท. เห็นชอบให้สำนักงาน กสทช. ดำเนินการลงนามความร่วมมือตามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ในปี พ.ศ.2557 เพื่อขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านการรับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียง ในระบบดิจิทัลซึ่งจะเป็นแนวทางการแก้ปัญหาวิทยุกระจายเสียงในระยะยาวต่อไป

5. สื่อรูปแบบใหม่ (New Media)

จากข้อมูลของ มายด์แชร์ เอเจนซีโฆษณาชั้นนำ ในปี 2556 ระบุว่า ในประชากรทั้งหมด 67 ล้านคน มีผู้ใช้โทรศัพท์มือถือราว 90 ล้านเลขหมาย หากเทียบกับจำนวนของประชากรทั้งหมดแล้วจะพบว่า อัตราการเข้าถึงของโทรศัพท์มือถือสูง 120% ในจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์ทั้งหมด พบว่ามีผู้ใช้ทางอินเทอร์เน็ต ผ่านโทรศัพท์มือถือราว 27 ล้านคน คิดเป็นอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือราว 40%

ในแต่ละวันมีผู้ค้นหาข้อความในโซเชียลมีเดีย 1.6 พันครั้ง ในจำนวนดังกล่าวเป็นการค้นหาผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งแนวโน้มการค้นหาผ่านโทรศัพท์มือถือจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง หากพิจารณาการค้นหาผ่านคอมพิวเตอร์ส่วนตัวมีอัตราการเติบโตราว 25% เท่านั้น ขณะที่อัตราการค้นหาข้อมูลผ่านโทรศัพท์มือถือ เติบโตมากกว่า 120%

สำหรับพฤติกรรมการค้นหาหรือการบริโภคข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตนั้น บริษัทกูเกิล ประเทศไทยระบุว่า คนไทยสนใจในเนื้อหาที่เป็นวิดีโอ ผ่านเว็บไซต์ยูทูป และสังคมออนไลน์มากที่สุด

ขณะที่ตลาดโฆษณาออนไลน์ ในปี 2556 เติบโตเป็นไปตามคาด โดยที่ สมาคมโฆษณาดิจิทัลไทย ระบุว่า เป็นผลมาจากการเติบโตของการจำหน่ายสมาร์ตโฟนมากขึ้น เนื่องจากราคาสมาร์ตโฟนถูกลง เช่นเดียวกับราคาส่ง ซึ่งเป็นทางเลือกสำคัญให้กับผู้บริโภค ขณะเดียวกันการขยายโครงข่ายการให้บริการ 3G ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศมากขึ้น ทั้งหมดนี้จึงทำให้การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ หรือ Mobile Internet เพิ่มขึ้น

จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติระบุว่ามูลค่าซื้อขายบนตลาดออนไลน์หรืออี-คอมเมิร์ซในปีที่ผ่านมาเกือบ 8 แสนล้านบาท โดยเติบโตขึ้นจากปีก่อนประมาณ 20% ทั้งนี้ก็เป็นผลมาจากการขยายเครือข่าย 3G

ขณะที่ บริษัท มายค์แซร์ มีเดีย เอเจนซีรายใหญ่ ได้สำรวจพบว่า ปัจจุบันระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ ของกูเกิ้ล ครอบส่วนแบ่งการตลาดสมาร์ทโฟนถึง 68% ตามมาด้วยระบบปฏิบัติการไอโอเอส ของแอปเปิ้ล ครอบส่วนแบ่งการตลาดสมาร์ทโฟน 18% ขณะที่ระบบปฏิบัติการอื่นๆ ซึ่งรวมทั้ง ระบบปฏิบัติการวินโดวส์โฟน คิดเป็นสัดส่วน 14%

จากปัจจัยบวกทั้งหลาย ส่งผลให้ นิวมีเดีย กลายเป็นเช็กเตอร์ ดาวรุ่ง โดยสมาคมโฆษณาดิจิทัลแห่งประเทศไทย (DAAT) ระบุว่า ในปี 2557 งบโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต จะมีมูลค่าราว 5,100 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตจากปี 2556 ประมาณ 37% คิดเป็นมูลค่าราว 3,733 ล้านบาท นับเป็นปีที่ สื่อนิวมีเดีย มีอัตราการเติบโตที่สดใส

การรับรองความถูกต้องของข้อมูล

การรับรองความถูกต้องของข้อมูลในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีนั้น

“บริษัทได้สอบทานข้อมูลในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีฉบับนี้แล้ว ด้วยความระมัดระวัง บริษัทขอรับรองว่า ข้อมูลดังกล่าวถูกต้องครบถ้วน ไม่เป็นเท็จ ไม่ทำให้ผู้อื่นสำคัญผิด หรือไม่ขาดข้อมูลที่ควรต้องแจ้งในสาระสำคัญ นอกจากนี้ บริษัทขอรับรองว่า

(1) งบการเงินและข้อมูลทางการเงินที่สรุปมาในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีได้แสดงข้อมูลอย่างถูกต้องครบถ้วน ในสาระสำคัญเกี่ยวกับฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน และกระแสเงินสดของบริษัทและบริษัทย่อยแล้ว

(2) บริษัทได้จัดให้มีระบบการเปิดเผยข้อมูลที่ดี เพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทได้เปิดเผยข้อมูลในส่วนที่เป็นสาระสำคัญทั้งของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างถูกต้องครบถ้วนแล้ว รวมทั้งควบคุมดูแลให้มีการปฏิบัติตามระบบดังกล่าว

(3) บริษัทได้จัดให้มีระบบการควบคุมภายในที่ดี และควบคุมดูแลให้มีการปฏิบัติตามระบบดังกล่าว และบริษัทได้แจ้งข้อมูลการประเมินระบบการควบคุมภายใน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ต่อผู้สอบบัญชีและกรรมการตรวจสอบของบริษัทแล้ว ซึ่งครอบคลุมถึงข้อบกพร่องและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของระบบการควบคุมภายใน รวมทั้งการกระทำที่มีขอบที่อาจมีผลกระทบต่อการจัดทำรายงานทางการเงินของบริษัทและบริษัทย่อย

ในการนี้ เพื่อเป็นหลักฐานว่าเอกสารทั้งหมดเป็นเอกสารชุดเดียวกันกับที่บริษัทได้รับรองความถูกต้องแล้ว

บริษัทได้มอบหมายให้ นางสาวดวงกมล โชตะนา เป็นผู้ลงลายมือชื่อกำกับเอกสารนี้ ไว้ทุกหน้าด้วย หากเอกสารใดไม่มีลายมือชื่อของ นางสาวดวงกมล โชตะนา กำกับไว้ บริษัทจะถือว่าไม่ใช่อะไรข้อมูลที่บริษัทได้รับรองความถูกต้องของข้อมูลแล้วดังกล่าวข้างต้น”

ชื่อ

ตำแหน่ง

ลายมือชื่อ

นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น

ประธานกรรมการ

นางสาวดวงกมล โชตะนา

กรรมการผู้อำนวยการ

ผู้รับมอบอำนาจ



นางสาวดวงกมล โชตะนา

กรรมการผู้อำนวยการ

ที่ สจ.5000523



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

หนังสือรับรอง

ขอรับรองว่าบริษัทนี้ ได้จดทะเบียน เป็นนิติบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด
เมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2536 ทะเบียนเลขที่ 0107536001524 (เดิมเลขที่ บมจ.226)
ปรากฏข้อความในรายการตามเอกสารทะเบียน ณ วันออกหนังสือนี้ ดังนี้

1. ชื่อบริษัท บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

2. กรรมการของบริษัทมี 10 คน ตามรายชื่อดังต่อไปนี้

1.นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น

2.นายพนา จันทรวโรจน์

3.นายเชวง จริยะพิสุทธิ์

4.นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์

5.นายปกรณ์ บริมาสพร

6.นางสาวดวงกมล โชติตะนา

7.นายเสริมสิน สมะลาภา

8.นายอดิศักดิ์ ลิ้มปรั่งพัฒนกิจ

9.นายเทพชัย แซ่หย่อง

10.นางสาวเขมกร วชิรวิภากร/

3. ชื่อและจำนวนกรรมการซึ่งมีอำนาจลงลายมือชื่อแทนบริษัทคือ นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น

นายเสริมสิน สมะลาภา นางสาวดวงกมล โชติตะนา นายพนา จันทรวโรจน์

นายเทพชัย แซ่หย่อง กรรมการสองในห้าคนนี้ลงลายมือชื่อร่วมกันและ

ประทับตราสำคัญของบริษัท

ข้อจำกัดอำนาจของกรรมการ ไม่มี/

4.ทุน ทุนจดทะเบียน 2,663,572,194.95 บาท /

(สองพันหกร้อยหกสิบสามล้านห้าแสนเจ็ดหมื่นสองพันหนึ่งร้อยเก้าสิบสี่บาทเก้าสิบห้าสตางค์)

ทุนชำระแล้วเป็นเงิน 1,751,120,832.10 บาท /

(หนึ่งพันเจ็ดร้อยห้าสิบล้านหนึ่งแสนสองหมื่นแปดร้อยสามสิบสองบาทสิบสตางค์)

5. สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 1858/118-119,121-122,124-130 ชั้น 27-32 ถนนบางนา-ตราด

แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร/

6. วัตถุประสงค์ของบริษัทมหาชน จำกัดมี 15 ข้อ ดังปรากฏในสำเนาเอกสารแนบท้ายหนังสือรับรองนี้
จำนวน 2 แผ่น โดยมีลายมือชื่อนายทะเบียนซึ่งรับรองเอกสารและประทับตรากรมพัฒนาธุรกิจการค้าเป็นสำคัญ



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
Department of Business Development
Ministry of Commerce

บริการสร้างสรรค์
Creative Services
สายด่วน 1570 www.dbd.go.th

บริการเอกสารผ่าน www.dbd.go.th --> ชำระเงินทางธนาคาร --> บริการจัดส่ง โทร. 02 528 7600 ต่อ 3630, 3636 หรือ 02 547 5994

จัดพิมพ์ เมื่อเวลา 11:01 น.

ที่ สจ.5000523



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

หนังสือรับรอง

ออกให้ ณ วันที่ 4 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2557



รายการข้อควรทราบของนิติบุคคลมีดังนี้
ข้อควรทราบ

1. กรณีที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรรมการและผู้บริหารจะต้องมีคุณสมบัติ และไม่มีลักษณะต้องห้ามตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ.2535 โปรดตรวจสอบ รายละเอียดที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
2. บริษัทนี้เดิมชื่อ บริษัท เนชั่น พันธิขซึ่ง กรุป จำกัด ทะเบียนเลขที่ 0105519015049 ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2536 และได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2539/
3. นิติบุคคลนี้ได้ส่งงบการเงินปี 2555
4. หนังสือรับรองเฉพาะข้อความที่ทาง/บริษัทได้นำมาจดทะเบียนไว้เพื่อผลทางกฎหมายเท่านั้น ข้อเท็จจริงเป็นสิ่งที่ควรหาไว้พิจารณาฐานะ
5. นายทะเบียนอาจเพิกถอนการจดทะเบียน ถ้าปรากฏว่าข้อความอันเป็นสาระสำคัญของที่จดทะเบียน ไม่ถูกต้อง หรือเป็นเท็จ



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
Department of Business Development
Ministry of Commerce

บริการไม่เสียค่าบริการ
Creative Services
สายด่วน 1570 www.dbd.go.th

บริการขอเอกสารแบบ www.dbd.go.th --> เข้าระบบทางธนาคาร --> บริการจัดส่ง โทร. 02 528 7600 ต่อ 3630, 3636 หรือ 02 547 5994
จัดพิมพ์ เมื่อเวลา 11:01 น.

เอกสารแนบ 1

รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม และเลขานุการบริษัท

ชื่อ-สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนการ ถือหุ้นในบริษัท (%) ณ 27 ธันวาคม 2556 (นับรวมกลุ่มสมรส)	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี ก่อนหลัง		หน่วยงาน / บริษัท
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	
1. นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น ประธานกรรมการบริษัท และกรรมการ ผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทตามที่ กำหนดในหนังสือรับรอง	68	-ประกาศนียบัตรโรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชย กรุงเทพมหานคร (ACC)	9.20	-	2549-ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บจก.เอ็น เอ็ม แอล
		-โรงเรียนแสงทองวิทยา อ.หาดใหญ่			2551-ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บจก.เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค
		จ.สงขลา			2554-ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บมจ.เนชั่น บรอดแคสต์ติ้ง คอร์ปอเรชั่น
		-อบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) รุ่น 54 ของสมาคมส่งเสริม สถาบันกรรมการบริษัทไทย			2554-ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บจก.เนชั่น ยู จำกัด
		<u>การอบรมปี 2556</u>			2555-ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป
		-ไม่มี -			2555-ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บจก.เอ็นบีซี เน็กซ์มีเดีย
					2555-ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บจก.เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์
					2555-ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บจก.เนชั่น คิวดส์
					2555-ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บจก.ไนน์ บี ไบรท์
					26 ส.ค.56-ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บมจ.เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์

ชื่อ-สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนการ ถือหุ้นในบริษัท (%) ณ 27 ธันวาคม 2556 (นับรวมคู่สมรส)	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี ก่อนหลัง		หน่วยงาน / บริษัท
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	
2. นายเสริมสิน สมะลาภา รองประธานกรรมการบริษัท และ กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท ตามที่กำหนดในหนังสือรับรอง	46	-ปริญญาโท สาขาการพัฒนอสังหาริมทรัพย์ สถาบันเทคโนโลยี แห่งแมสซาชูเซตส์ (MIT) ประเทศสหรัฐอเมริกา -ปริญญาตรี สาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย -กลยุทธ์สำหรับบริษัทสื่อ หลักสูตรผู้บริหาร วิทยาลัยบริหารธุรกิจฮาวาร์ด มหาวิทยาลัยฮา วาร์ด ประเทศสหรัฐอเมริกา -อบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) รุ่น 24 ของสมาคมส่งเสริม สถาบันกรรมการบริษัทไทย <u>การอบรมปี 2556</u> - ไม่มี -	9.08	-	2542-ปัจจุบัน 2553-ปัจจุบัน 2553-ปัจจุบัน 2554-ปัจจุบัน 2554-ปัจจุบัน 2554-ปัจจุบัน 2555-ปัจจุบัน 26 ส.ค. 56-ปัจจุบัน	กรรมการ นายกสภา กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ รองประธานกรรมการ กรรมการ	บจก.ไทย พอร์ตทัล มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป บมจ.เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น บมจ.เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ บจก.เนชั่น ยู บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป บจก.ไนน์ บี โปรท์

ชื่อ-สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนการ ถือหุ้นในบริษัท (%) ณ 27 ธันวาคม 2556 (นับรวมคู่สมรส)	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี ย้อนหลัง		หน่วยงาน / บริษัท
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	
3. นางสาวดวงกมล โชตะนา กรรมการและกรรมการผู้อำนวยการและ กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท ตามที่กำหนดในหนังสือรับรอง	50	-ปริญญาตรี สาขานิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย -อบรมหลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของ การเป็นกรรมการบริษัท (DCP) รุ่น 144 ของ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -อบรมหลักสูตร Executive Development Program (EDP) รุ่นที่ 4 ของสมาคมบริษัทด ทะเบียนไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (TLCA) <u>การอบรมปี 2556</u> -ไม่มี-	0.63	-	2553-ปัจจุบัน	กรรมการและกรรมการ ผู้อำนวยการ	บจก.กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย
					2554-ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ.เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น
					2555-ปัจจุบัน	กรรมการและประธาน กรรมการ	บจก.ดับบลิวพีเอส (ประเทศ ไทย)
					2555-ปัจจุบัน	กรรมการและกรรมการ ผู้อำนวยการ	บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป
					2555-ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก.เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์
					2555-ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก.เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค
					2555-ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก.คมชัดลึก มีเดีย จำกัด
					2555-ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก.เอ็น เอ็ม แอล จำกัด
					2555-ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก.เนชั่น ยู จำกัด
					2555-ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก.เบงกอก บิสซิเนส บรอด แคสติ้ง

ชื่อ-สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนการ ถือหุ้นในบริษัท (%) ณ 27 ธันวาคม 2556 (นับรวมคู่สมรส)	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี ย้อนหลัง		หน่วยงาน / บริษัท
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	
4. นายปรกรณ์ ปริมาสพร กรรมการอิสระและประธานกรรมการ ตรวจสอบ	67	-ปริญญาโท สาขาวิศวกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย -ปริญญาตรี สาขาวิศวกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย -อบรมหลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของ การเป็นกรรมการ (DCP) รุ่นที่ 17 - Fellow Member ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการ บริษัทไทย -อบรมหลักสูตรผู้บริหารระดับสูง (วตท. รุ่นที่ 3) ของสถาบันวิทยาการตลาดทุน ตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย -อบรมหลักสูตร Executive Development Program (EDP) รุ่นที่ 1 ของสมาคมบริษัทจ ทะเบียนไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (TLCA) การอบรมปี 2556 -อบรมการเดินทางสู่การยกระดับการกำกับ ดูแลกิจการที่ดีภายใต้ “ASEAN Corporate Governance Scorecard” ของ บจ.เค พีเอ็มจี ภูมิไชย โฮลดิ้งส์	0.02	-	2536-ปัจจุบัน	กรรมการและประธาน เจ้าหน้าที่บริหาร	บมจ.ไคท์ดิง แอนด์ อีควิเมนต์
					2540-ปัจจุบัน	กรรมการอิสระและ ประธานกรรมการ ตรวจสอบ	บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป
					2542-ปัจจุบัน	ประธานกรรมการบริหาร	บจก.แอล แอนด์ อี แมนูแฟคเจอ ริง
					2547-ปัจจุบัน	ประธานกรรมการและ ประธานกรรมการ ตรวจสอบ	บมจ.พรพรหมเมืงทอล
					2553-ปัจจุบัน	ประธานกรรมการบริหาร	บจก.แอล แอนด์ อีโซลิตีสเตท

ชื่อ-สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนการ ถือหุ้นในบริษัท (%) ณ 27 ธันวาคม 2556 (นับรวมคู่สมรส)	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี ก่อนหลัง		หน่วยงาน / บริษัท
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	
5. นายเชวง จริยะพิสุทธิ์ กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	69	-ประกาศนียบัตร โรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชย กรุงเทพมหานคร (ACC)	-	-	2526-ปัจจุบัน	กรรมการบริหาร	บจก.สยามสตีล จำกัด
		-อบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) รุ่นที่ 36			2534-ปัจจุบัน	กรรมการบริหาร	บจก.สยามอินทรีเกรท
		-อบรมหลักสูตร Understanding Fundamental Statement (UFS) รุ่นที่ 2			2534-ปัจจุบัน	กรรมการบริหาร	บจก.เอส เอส ที โฮลดิ้ง จำกัด
		-อบรมหลักสูตร Finance for Non-Finance Director (FN) รุ่นที่ 31			2534-ปัจจุบัน	กรรมการบริหาร	บจก.สยามซินดิเคท เทคโนโลยี
		-อบรมหลักสูตร Monitoring the System Internal Control and Risk Mgmt. รุ่นที่ 1			2534-ปัจจุบัน	กรรมการบริหาร	บจก.สยามสตีลเวอร์คส์
		-อบรมหลักสูตร Audit Committee Program รุ่น 20 ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัท ไทย การอบรมปี 2556			2534-ปัจจุบัน	กรรมการอิสระและ กรรมการตรวจสอบ	บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป
		-ไม่มี-			2552-ปัจจุบัน	กรรมการบริหาร	บจก.สยาม เอเชีย เอ็นไวรอน เมนต์

ชื่อ-สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนการ ถือหุ้นในบริษัท (%) ณ 27 ธันวาคม 2556 (นับรวมคู่สมรส)	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี ก่อนหลัง		หน่วยงาน / บริษัท
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	
6. นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์ กรรมการ	71	-ปริญญาคุณวุฒิบัณฑิตกิตติมศักดิ์ สาขา บริหารธุรกิจ , มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย -ประกาศนียบัตร โรงเรียนอัสสัมชัญพานิชย์ กรุงเทพมหานคร (ACC) -อบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) รุ่นที่ 36 ของสมาคมส่งเสริม สถาบันกรรมการบริษัทไทย <u>การอบรมปี 2556</u> -ไม่มี-	0.06	-	2528-ปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการ	บจก.กรีนสยาม บจก.เอเวอร์กรีน อินเตอร์เนชั่น แนล โฮเต็ล พรอพเพอร์ตี้ (กรุงเทพ) บจก.เอเวอร์กรีน อินเตอร์เนชั่น แนล โฮเต็ล (ประเทศไทย) บจก.เอเวอร์กรีน คอนเทนเนอร์ เทอร์มินัล (ประเทศไทย) บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป บจก.เอเวอร์กรีน ชิปปิ้ง เอเชียน (ไทยแลนด์) บจก.เอเวอร์กรีน โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) บมจ.อีเทอเนล เอนเนอจี
					2532-ปัจจุบัน	กรรมการ	
					2533-ปัจจุบัน	กรรมการ	
					2534-ปัจจุบัน	กรรมการ	
					2540-ปัจจุบัน	กรรมการ	
					2544-ปัจจุบัน	ประธานและ กรรมการบริหาร	
					2546-ปัจจุบัน	กรรมการ	
					2553-ปัจจุบัน	กรรมการอิสระ	

ชื่อ-สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนการ ถือหุ้นในบริษัท (%) ณ 27 ธันวาคม 2556 (นับรวมคู่สมรส)	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี ก่อนหลัง		หน่วยงาน / บริษัท
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	
7. นางสาวเข็มกร วชิรวารการ กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	38	-ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (M.B.A.), University of Hawaii at Manoa, U.S.A. -ปริญญาตรีบัญชีบัณฑิต ภาควิชาอังกฤษ (B.B.A.), คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ -ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต การอบรมปี 2556 -ไม่มี –	0.30	-	2546-ปัจจุบัน 17 ต.ค.56-ปัจจุบัน	กรรมการ กรรมการอิสระและ กรรมการตรวจสอบ	บจก.ไอ ดู ไอเดีย บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป
8. นายอดิศักดิ์ ลิ้มปฐ์พัฒนกิจ กรรมการ	53	-ปริญญาตรี พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ -หลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของการ เป็นกรรมการบริษัท (DCP) รุ่นที่ 71 ของ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย การอบรมปี 2556 -ไม่มี-	0.48	-	2552-ปัจจุบัน 2553-ปัจจุบัน 2555-ปัจจุบัน 2555-ปัจจุบัน 2555-ปัจจุบัน 2555-ปัจจุบัน 2555-ปัจจุบัน	กรรมการผู้อำนวยการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ	บมจ.เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น บจก.คมชัดลึก มีเดีย บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป บจก.เอ็นบีซี เน็กซ์มีเดีย บจก.เอ็น เอ็ม แอล บจก.เนชั่น ยู บจก.เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น บจก.เอ็นบีซี เน็กซ์ สกรีน

ชื่อ-สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนการ ถือหุ้นในบริษัท (%) ณ 27 ธันวาคม 2556 (นับรวมคู่สมรส)	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี ย้อนหลัง		หน่วยงาน / บริษัท
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	
9. นายเทพชัย แซ่หย่อง กรรมการและกรรมการผู้มีอำนาจลงนาม ผูกพันบริษัทตามที่กำหนดในหนังสือ รับรอง	59	-มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนอัสสัมชัญ พาณิชยการ กรุงเทพมหานคร (ACC) การอบรมปี 2556 -อบรมหลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของ การเป็นกรรมการบริษัท (DCP) รุ่น 177 ของ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย	-	-	2551-2555	ผู้อำนวยการ	องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพ สาธารณะแห่งประเทศไทย (ไทย พีบีเอส) บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป บจก.เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค บมจ.เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ ปอเรชั่น บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป
					2555-ปัจจุบัน	บรรณาธิการเครือเนชั่น	
					2555-ปัจจุบัน	กรรมการ	
					24 เม.ย.56-ปัจจุบัน	กรรมการ	
10. นายพนา จันทวิโรจน์ กรรมการและกรรมการผู้มีอำนาจลงนาม ผูกพันบริษัทตามที่กำหนดในหนังสือ รับรอง	55	-ปริญญาโท : Tufts University, USA -อบรมหลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของ การเป็นกรรมการบริษัท (DCP) รุ่นที่ 71 ของ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -อบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การบริหาร ความเสี่ยงของสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (TLCA) การอบรมปี 2556 -ไม่มี-	0.61	-	2551-ปัจจุบัน	กรรมการผู้อำนวยการ	บจก. เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค บมจ.เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป บจก. โยมิอุริ-เนชั่น อินฟอर्मเมชั่น เซอร์วิส บจก.เนชั่น เอ็กมอนท์- เอ็ดดูเทนเมนท์
					2554-ปัจจุบัน	กรรมการ	
					2555-ปัจจุบัน	กรรมการ	
					2555-ปัจจุบัน	กรรมการ	
					2555-ปัจจุบัน	กรรมการ	

ชื่อ-สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนการ ถือหุ้นในบริษัท (%) ณ 27 ธันวาคม 2556 (นับรวมคู่สมรส)	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี ก่อนหลัง		หน่วยงาน / บริษัท
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	
11. นายวิฑูร พิงประเสริฐ ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย	60	-ปริญญาโท รัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร (นิด้า) -ปริญญาตรี สาขาวิชารัฐศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง การอบรมปี 2556 -Modern Managers Program : MMP ของคณะ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	0.01	-	2555-ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการ- ผู้อำนวยการหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก	บจก.คมชัดลึก มีเดีย
					2555-ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก.คมชัดลึก มีเดีย
12. นายธงชัย บุญสูงคารนนท์ กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านโรงพิมพ์	54	-ปริญญาตรี คณะนิติศาสตร์ สาขาวิชา นิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ -อบรมหลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของ การเป็นกรรมการบริษัท (DCP) รุ่น 143 ของ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย การอบรมปี 2556 -ไม่มี-	-	-	2553-ปัจจุบัน	กรรมการ และกรรมการ ผู้อำนวยการ สายธุรกิจ ด้านโรงพิมพ์	บจก.ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย)

ชื่อ-สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนการ ถือหุ้นในบริษัท (%) ณ 27 ธันวาคม 2556 (นับรวมคู่สมรส)	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี ก่อนหลัง		หน่วยงาน / บริษัท
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	
13. นางสาวฉัฐวรา แสงวารินทร์ ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการ ฝ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์	46	-ปริญญาโท คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สาขา การจัดการภาครัฐและเอกชน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) -ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต --อบรมหลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของ การเป็นกรรมการบริษัท (DCP) รุ่น 148 ของ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -อบรมหลักสูตร TLCA Executive Development Program (EDP) รุ่น 11 ของ สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย ตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย (TLCA) - อบรมหลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูง การ บริหารเศรษฐกิจสาธารณะ สำหรับนักบริหาร ระดับสูง รุ่นที่ 9 (ปศส) ของสถาบัน พระปกเกล้า <u>การอบรมปี 2556</u> -ไม่มี-	0.01	-	2555-ปัจจุบัน 2556-ปัจจุบัน	กรรมการ ผู้ช่วยกรรมการ- ผู้อำนวยการ	บจก.กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป

ชื่อ-สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนการ ถือหุ้นในบริษัท (%) ณ 27 ธันวาคม 2556 (นับรวมคู่สมรส)	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี ย้อนหลัง		หน่วยงาน / บริษัท
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	
14. นายสุพจน์ เพียรศิริ ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายบัญชี	45	-ปริญญาตรี บัญชีบัณฑิต (การสอบบัญชี) เกียรตินิยมอันดับ 2 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย -ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ทะเบียนเลขที่ 4666 การอบรมปี 2556 - The 7 Habits of Highly Effective People by PacRim Group	0.01	-	2549-ปัจจุบัน 2553-ปัจจุบัน 2553-ปัจจุบัน 2555 - ปัจจุบัน 2555-ปัจจุบัน 22 เม.ย.56-ปัจจุบัน 26 ต.ค. 56-ปัจจุบัน	กรรมการ กรรมการ กรรมการ ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายบัญชี กรรมการ กรรมการ	บจก. เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ บจก.คมชัดลึก มีเดีย บจก. กรุงเทพมหานคร มีเดีย บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป บจก.เบงคอก บิสซิเนส บรอด- แคสต์ติ้ง บจก.ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) บจก.ไนน์ บี ไบรท์
15. นางสาวมัทธา โอสถานนท์ ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายการเงิน /เลขานุการบริษัท	44	-ปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ การอบรมปี 2556 -ไม่มี-	0.01	-	2549-ปัจจุบัน 2551-ปัจจุบัน 2554-ปัจจุบัน 2555-ปัจจุบัน 2555-ปัจจุบัน 15 ก.พ.56-ปัจจุบัน 26 ต.ค.56-ปัจจุบัน	กรรมการ กรรมการ กรรมการ กรรมการ ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายการเงิน เลขานุการบริษัท กรรมการ	บจก. เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ บจก. เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค บจก.เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดู- เทนเมนท์ บริษัท เนชั่น คิด้ส์ จำกัด บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป บจก.ไนน์ บี ไบรท์



ข้อมูล ความสัมพันธ์ระหว่างกรรมการ ผู้บริหาร กับบุคคลที่มีผลประโยชน์ร่วม ณ 31 ธันวาคม 2556

เอกสารแนบ 2

		บริษัทย่อย									บริษัท ร่วมทุน	บริษัทย่อยทางอ้อม						กิจการควบคุมร่วมกัน ทางอ้อม
		NBC	NINE	WPS	NML	NNN	KTM	KMM	NU	BBB	YNIS	NEXT MEDIA	NNS	NNV	NED	NK	NBB	NEE
สายธุรกิจ		5	4	6	7	3	1	2	8	1		5	5	5	4	4	4	4
นายสุทธิชัย	แจ้ห่ม	X, //	X, //		X, //	X, //			X, //			X, //			X	X	X	X
นายเสริมสิน	สมะลาภา	/	/						/								/	
นายปกรณ์	บริมาสาร																	
นายเชวง	จริยะพิสุทธิ์																	
นายนิวัฒน์	แจ้ห่ม																	
นางสาวดวงกมล	โชคธนา	/		X, /	//	//	X	//	//	//					//			
นายเทพชัย	แจ้ห่ม	/				/												
นายอดิศักดิ์	ลิ้มปฐ์พัฒนกิจ	//			//			//	/			//	//	//				
นายพนา	จันทรวโรจน์		/			//					/							/
นายธงชัย	บุญศุภकरणนท์			//														
นางสาวฉัฐวรา	แสงวารินทร์						/											
นายวิฑูร	พิงประเสริฐ							//										
นายสุพจน์	เพ็ชรศิริ			/			/	/		/					/		/	
นางสาวมัยยา	โอสถานนท์		/			/									/	/	/	/

หมายเหตุ: x = ประธานกรรมการ // = กรรมการบริหาร / = กรรมการ V = ผู้บริหาร

สายธุรกิจ : 1 = สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย 2 = สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย 3 = สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ 4 = สายธุรกิจด้านเ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ

5 = สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง 6 = สายธุรกิจด้านการพิมพ์ 7 = สายธุรกิจด้านขนส่ง 8 = สายธุรกิจการศึกษา

บริษัทย่อย		สัดส่วนการถือหุ้น		บริษัทย่อยทางอ้อม		สัดส่วนการถือหุ้น	
		ณ 31 ธ.ค. 56	%			ณ 31 ธ.ค. 56	%
NBC	บมจ. เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น	ถือหุ้นโดยตรง	71.30%	NEXT MEDIA	บจก.เอ็นบีซี เน็กซ์มีเดีย	ถือหุ้นผ่าน NBC	71.30%
NINE	บมจ.เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์	ถือหุ้นโดยตรง	83.76%	NNS	บจก.เอ็นบีซี เน็กซ์ สกรีน	ถือหุ้นผ่าน NBC	71.30%
WPS	บจก.ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย)	ถือหุ้นโดยตรง	84.50%	NNV	บจก.เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น	ถือหุ้นผ่าน NBC	71.30%
NML	บจก.เอ็นเอ็มแอล	ถือหุ้นโดยตรง	99.99%	NED	บจก.เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์	ถือหุ้นผ่าน NINE	83.75%
NNN	บจก.เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค	ถือหุ้นโดยตรง	99.99%	NK	บจก.เนชั่น คิลส์	ถือหุ้นผ่าน NINE	83.75%
KTM	บจก.กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย	ถือหุ้นโดยตรง	99.99%	NBB	บจก.ไนน์ บีโบท	ถือหุ้นผ่าน NINE	83.75%
KMM	บจก.คมชัดลึก มีเดีย	ถือหุ้นโดยตรง	99.99%				
NU	บจก.เนชั่น ยู	ถือหุ้นโดยตรง	90.00%				
BBB	บจก.เบงกอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง	ถือหุ้นโดยตรง	99.99%				
บริษัทร่วมทุน		สัดส่วนการถือหุ้น		กิจการควบคุมร่วมกันทางอ้อม		สัดส่วนการถือหุ้น	
		ณ 31 ธ.ค. 56	%			ณ 31 ธ.ค. 56	%
YNIS	บจก.โฮมอิริ-เนชั่น อินฟอर्मเมชั่น เซอร์วิส	ถือหุ้นโดยตรง	45.00%	NEE	บจก.เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์	ถือหุ้นผ่าน NINE	41.87%



รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการของบริษัทย่อย ณ 31 ธันวาคม 2556

เอกสารแนบ 2

รายชื่อบริษัทย่อย รายชื่อกรรมการ	NBC	NINE	WPS	NML	NNN	KTM	KMM	NU	BBB	YNIS	NEXT MEDIA	NNS	NNV	NED	NK	NBB	NEE
นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	X, //	X, //		X, //	X, //			X, //			X, //			X	X	X	
นายเสริมสิน สมะลาภา	/	/						/								/	
นางสาวดวงกมล โชตะนา	/		X, //	//	//	X, //	//	//	//								
นายเทพชัย แซ่หย่อง	/				/												
นายพนา จันทรวโรจน์		/			//					/							/
นายอดิศักดิ์ ลิ้มปฐมพัฒน์กิจ	//			//			/	/			//	//	//				
นางสาวเอี่ยมศรี บุญหะยัรต์	//											/	/				
นายสุพจน์ สัมธนากุล	/																
นายเมธา สุนทรจิตร	/																
นายกิตติชัย สัทธิโสภณกุล	/																
นางสุภาณี เชาวบุรณานนท์	/																
นางเกษรี กาญจนะวณิช		/															
นายสมศักดิ์ เข็ญ จิระนคร		/															
นายสุธีร์ จินตนาณภูมิตร		/															
นายค่อบุญ พ่วงมหา		/								/				/	/		/
นางสาวคันธยา กิตติโกวิท		/															
นางลักขณา รัตนวงศ์กุล											/	/	/				
นางสาวนันทยา โอสถานนท์					/									/	/	/	/
นายสุพจน์ เพียรศิริ			/			/	/		/					/	/	/	
นายเซนริก โอซอลด์นีลเซน																	/
นายคาร์ล สดอฟมาค ปีเตอร์เซน																	/
นายแฟรงค์ ดีเทอร์ นาว																	/
นายทวีวัฒน์ อมรเชทวินทร์																/	
นางสาวอัมพัชร์ รัตตะรังสี																/	
นายตะวัน เทวอักษร			/														
นายวรสิทธิ์ เทวอักษร			/														
นางสาวสุภา หงษ์ทอง			/														
นายธงชัย บุญศฤงคารนนท์			//														
นางสาวเบญจวรรณ เผ่าจินดาบุษ						//			//								
นายวิฑูร พึ่งประเสริฐ							//										
นางสาวณัฐรา แสงวารินทร์						/											
นายโชะชิโอะ ชิยามัตสึ										//							
นายมาซาฮิโระ โกะจิมะ										//							
นายฉัทฑุฒิ พิษผล								/									

หมายเหตุ

1 /= กรรมการ x = ประธานกรรมการ //= กรรมการบริหาร

2 ชื่อย่อ

ชื่อบริษัท

NBC	บมจ.เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น
NINE	บมจ.เนชั่น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์
WPS	บจก.ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย)
NML	บจก.เอ็นเอ็มแอล
NNN	บจก.เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค
KTM	บจก.กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย
KMM	บจก.คมชัดลึก มีเดีย
NU	บจก.เนชั่น ยู
BBB	บจก.แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง

ชื่อย่อ

ชื่อบริษัท

YNIS	บจก.โยนิอุริ-เนชั่น อินฟอรมเมชั่น เซอร์วิส
Next Media	บจก.เอ็นบีซี เน็กซ์มีเดีย
NNS	บจก.เอ็นบีซี เน็กซ์ สกรีน
NNV	บจก.เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น
NED	บจก.เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์
NK	บจก.เนชั่น คีคส์
NBB	บจก.ไนน์ บีโพรท
NEE	บจก.เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์

เอกสารแนบ 3

รายละเอียดเกี่ยวกับหัวหน้างานตรวจสอบภายในและหัวหน้างานกำกับดูแลการปฏิบัติงานของบริษัท

ชื่อ-สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนการ ถือหุ้นในบริษัท (%) ณ 27 ธันวาคม 2556 (นับรวมคู่สมรส)	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี ย้อนหลัง		หน่วยงาน / บริษัท เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจบริษัท
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	
1. นางสาวกาญจนา ฤทธิรงค์จักร	46	<u>การศึกษา</u> - ปริญญาโท บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง - ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ - ผู้ตรวจสอบภายในรับอนุญาต เลขที่ 64667 การอบรมปี 2556 - สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช) - IT Audit workshop for Non – IT Auditor รุ่น 1	-	-	2551 – ปัจจุบัน	Senior Internal Audit Manager	บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป

ชื่อ-สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนการ ถือหุ้นในบริษัท (%) ณ 27 ธันวาคม 2556 (นับรวมคู่สมรส)	ความสัมพันธ์ ทางครอบครัว ระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์ทำงานในระยะ 5 ปี ย้อนหลัง		หน่วยงาน / บริษัท เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจบริษัท
					ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	
		- สภาวิชาชีพบัญชี - การตรวจสอบภายในแบบบูรณาการ (Integrated Audit) - สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย - วิธีการเข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต - แนวทางการจัดทำรายงานการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2556					

เอกสารแนบ 4

รายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน

- ไม่มี -

