

แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี

(56-1)

สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2553

บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

Nation Multimedia Group Public Company Limited

สารบัญ

		หน้า
ส่วนที่ 1	บริษัทที่ออกหลักทรัพย์	
	1. ข้อมูลทั่วไป	1
	2. ปัจจัยความเสี่ยง	3
	3. ลักษณะการประกอบธุรกิจ	10
	4. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์	19
	5. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ	74
	6. ข้อพิพาททางกฎหมาย	78
	7. โครงสร้างเงินทุน	79
	8. โครงสร้างการจัดการ	81
	9. การควบคุมภายใน	114
	10. รายการระหว่างกัน	116
	11. ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน	122
	12. ข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง	146
ส่วนที่ 2	การรับรองความถูกต้องของข้อมูล	
เอกสารแนบ 1	ประวัติกรรมการและผู้บริหาร	
เอกสารแนบ 2	รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการของบริษัทย่อย	
เอกสารแนบ 3	รายงานคณะกรรมการตรวจสอบ	

ส่วนที่ 1 บริษัทที่ออกหลักทรัพย์

1. ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ชื่อบริษัท	:	บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107536001524
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	ประกอบด้วย 7 สาขาธุรกิจ ดังนี้
		1. สาขาธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ ดำเนินงานโดยบริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) 2. สาขาธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และเนชั่นสุดสัปดาห์ ดำเนินงานโดยบริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM) 3. สาขาธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ ผลิตหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น , เนชั่นดูเนียร์ ธุรกิจอบรมสัมมนา และทักษะการสื่อสาร ดำเนินงานโดยบริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN) 4. สาขาธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง เจ้าของและผู้ดำเนินงานสถานีข่าวเนชั่น แชนแนล, MangoTV ผลิตรายการเพื่อออกอากาศในทีวีสถานีต่างๆ, ผลิตรายการวิทยุ, New Media ดำเนินงานโดยบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC) 5. สาขาธุรกิจเอ็ดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศ ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและการศึกษา ผลิตหนังสือเล่มในนามสำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์, ตัวแทนโฆษณาและจัดจำหน่ายให้สิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ดำเนินงานโดยบริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนลเอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) 6. สาขาธุรกิจด้านการพิมพ์ ดำเนินธุรกิจรับจ้างพิมพ์ ดำเนินงานโดยบริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) 7. สาขาธุรกิจด้านการขนส่ง ดำเนินงานโดยบริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด (NML)
ทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว :		1,647,740,300 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 164,774,030 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553)
นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้น :		รายละเอียดตามหัวข้อโครงสร้างการประกอบธุรกิจและการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทเนชั่น ปี 2553
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ :		1854 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260 เว็บไซต์ www.nationgroup.com
โทรศัพท์ :		02-338-3333
โทรสาร :		02-338-3938
เลขานุการบริษัท :		02-338-3456

(Signature)

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 อาคารเอ็มโพรเวอ์ทาวเวอร์ ชั้น 21 ถนนสาทร เขตยานนาวา กทม. 10120
โทร. (66) 2677-2000
- ที่ปรึกษากฎหมาย : บริษัท สำนักงานกฎหมายและภาษี เอส.เอ.ที. แอสโซซิเอท จำกัด
702 อาคารเจ้าพระยาทาวเวอร์ (โรงแรมแวงคารี-ลา)
เลขที่ 89 ซอยวัดสวนพลู ถนนเจริญกรุง เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
โทร (66) 2630-7637-8
บริษัท เกา แอนด์ แอสโซซิเอตส์ ลอว์ ออฟฟิศ จำกัด
2 อาคารทีลมเซ็นเตอร์ ชั้น 20 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก
กรุงเทพมหานคร 10500
โทร (66) 2632-6697
บริษัท ที่ปรึกษากฎหมายธนาธิป แอนด์ พาร์ทเนอร์ส จำกัด
ชั้น 17 ดันสนทาวเวอร์ 900 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กทม. 10330
โทร (66) 2689-4925
- ที่ปรึกษาทางการเงิน : บริษัท เจดี พาร์ทเนอร์ จำกัด
170/29-30 ชั้น 11 อาคารไอเชียนทาวเวอร์ 1 สุขุมวิท 16 ถนนรัชดาภิเษก
เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110
โทร (66) 2661-8803-5

2.ปัจจัยความเสี่ยง

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทมีปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อกลุ่มบริษัท และหรือผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งบริษัทได้มีมาตรการรองรับความเสี่ยงดังกล่าวโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

1.1 ความเสี่ยงจากผลการดำเนินงานขึ้นอยู่กับภาวะอุตสาหกรรมโฆษณา

เนื่องด้วยรายได้หลักของบริษัทมาจากธุรกิจหนังสือพิมพ์ ซึ่งรายได้หลักของธุรกิจประเภทนี้มาจากรายได้ค่าโฆษณา โดยปี 2553 บริษัทมีรายได้จากการขายโฆษณารวมเท่ากับ 1,857 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 เมื่อเทียบกับปีก่อนที่รายได้จากการขายโฆษณาเท่ากับ 1,488 ล้านบาท โดยรายได้จากการขายโฆษณาคิดเป็นร้อยละ 69 ของรายได้จากการขายและบริการรวม ในขณะที่โครงสร้างต้นทุนส่วนใหญ่เป็นต้นทุนคงที่ ผลการดำเนินงานของบริษัทจึงขึ้นอยู่กับภาวะอุตสาหกรรมโฆษณาเหมือนกับหนังสือพิมพ์ในประเทศส่วนใหญ่ยังคงต้องพึ่งพารายได้ค่าโฆษณาเป็นหลักเช่นเดียวกัน ซึ่งหากภาวะเศรษฐกิจและการดำเนินงานของบริษัทจะดี เหมือนกับปี 2553 ที่อัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจภายในประเทศขยายตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปลายปี 2552 แต่ได้ช่วยลดตัวเล็กน้อยจากเหตุการณ์ทางการเมืองในประเทศ และเริ่มกลับมาขยายตัวต่อเนื่องหลังจากเหตุการณ์สงบลง ส่งผลให้ผู้บริโภคสินค้ามีความมั่นใจ ทำให้ภาคธุรกิจมีการใช้งบโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้า อย่างไรก็ตามหากเศรษฐกิจชะลอตัวก็จะส่งผลในทางกลับกัน

ดังนั้นเพื่อลดผลกระทบจากความไม่แน่นอนจากภาวะเศรษฐกิจ บริษัทจึงได้มีการกำหนดมาตรการ/แผนงาน/กิจกรรม เพื่อที่จะลดความเสี่ยงหรือผลกระทบดังกล่าวที่จะเกิดขึ้น ด้วยการให้ความสำคัญได้เปรียบจากการที่บริษัทมีช่องทางการเผยแพร่สินค้าและบริการผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลาย ด้วยการพัฒนากลยุทธ์การขาย การสร้าง Total Media Solution ให้ได้เปรียบคู่แข่งในตลาด รวมทั้งเน้นการหารายได้โดยสร้างสรรคกิจกรรม Below-the-Line ให้กับลูกค้าทั้งภาครัฐและเอกชนให้มากขึ้น เช่น การจัดกิจกรรมสัมมนาให้กับลูกค้ารายใหญ่ ซึ่งจะสามารถช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพทางด้านรายได้ไม่ให้เกิดลงขณะเดียวกันยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายอย่างรัดกุม และเหมาะสม

1.2 ความเสี่ยงจากการจัดการบริษัทย่อย

บริษัทได้มีการแบ่งโครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจให้มีความชัดเจน เนื่องจากบริษัททำธุรกิจต่อครบวงจรและกิจกรรมที่สนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจการพิมพ์, ธุรกิจขนส่ง, ธุรกิจกระจายภาพและเสียงที่วางธุรกิจเป็น Content Provider, ธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการแยกเป็นบริษัทย่อยเพื่อให้การประกอบธุรกิจในอนาคตเกิดประโยชน์สูงสุดรวมทั้งทำให้เกิดความชัดเจนในด้านความสัมพันธ์กับบริษัทแม่ และการบริหารที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนั้นหากไม่มีการบริหารจัดการและกำกับดูแลบริษัทในกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อาจก่อให้เกิดความไม่สอดคล้องกันระหว่างทิศทางกลยุทธ์ของบริษัท รวมทั้งความขัดแย้งทางผลประโยชน์อาจทำให้เกิดการแข่งขันกันเองระหว่างบริษัทในกลุ่ม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์โดยรวมของบริษัท

ดังนั้นเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงบริษัทได้มุ่งเน้นให้มีการบริหารจัดการกลุ่มบริษัท โดยยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อเป็นพื้นฐานการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืนและให้เกิดการสร้างมูลค่ารวมสูงสุดของกลุ่มบริษัท โดยบริษัทได้มีการแต่งตั้งผู้บริหารระดับสูงเป็นกรรมการบริหารหรือผู้บริหารระดับสูงในบริษัทที่บริษัทถือหุ้นอยู่ เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงในเรื่องนโยบาย กลยุทธ์ และทิศทางในการดำเนินธุรกิจไปสู่วิธีปฏิบัติในกลุ่ม และสามารถกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทแม่ โดยในไตรมาส 4 ปี 2553 บริษัทได้ตั้งบริษัทย่อยเพิ่มเติม จากเดิมที่เป็น Business Unit ภายใต้ NMG ได้แก่

3

1. บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) เพื่อดำเนินธุรกิจด้านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อที่เกี่ยวข้องกับ Content ทางด้านธุรกิจ โดยมีสื่อหลัก คือ หนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ (เริ่มดำเนินการในไตรมาส 4 ปี 2553) NMG ถือหุ้น 99.99%

2. บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM) เพื่อดำเนินธุรกิจด้านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อที่เกี่ยวข้องกับ Content ด้านข่าวภาษาไทยทั่วไป โดยมีสื่อหลัก คือหนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก และ นิตยสาร เนชั่นสุดสัปดาห์ (เริ่มดำเนินการในไตรมาส 4 ปี 2553) NMG ถือหุ้น 99.99%

นอกจากนี้ยังมี บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ก จำกัด (NNN) ดำเนินธุรกิจด้านสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อที่เกี่ยวข้องกับ Content ข่าวภาษาอังกฤษ โดยมีสื่อหลัก คือ หนังสือพิมพ์ The Nation นิตยสาร Nation Junior ได้แยกบริษัทและเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2552 แล้ว โดยเป็นบริษัทย่อยที่ NMG ถือหุ้น 99.99%

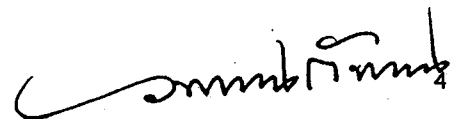
ทั้งนี้เพื่อรองรับการปรับโครงสร้างดังกล่าว ของ KTM และ KMM กลุ่มบริษัทได้โอนพนักงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับบริษัทดังกล่าว ซึ่งได้แก่ ฝ่ายกองบรรณาธิการ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบัญชีและการเงินบางส่วน ส่วนหน่วยงานที่ยังต้องใช้ประโยชน์ร่วมกัน จะยังอยู่ที่บริษัทแม่ ได้แก่กองบรรณาธิการของสำนักข่าวเนชั่น ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบัญชีการเงิน ศูนย์ช่างภาพ หน่วยงานสนับสนุน เช่น รุกรการ บุคคล จัดซื้อ นอกจากนี้เพื่อให้เกิด Synergy ในการขายและการคงคุณภาพการให้บริการด้านการขายของกลุ่มแก่ลูกค้าฝ่ายหารายได้จะยังคงอยู่ที่ NMG

สำหรับประโยชน์ในการแยกหน่วยธุรกิจที่มีความแข็งแกร่งเป็นบริษัทย่อยนั้น จะเป็นการสร้างโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจ และเพิ่มความคล่องตัวด้านการบริหาร และแข็งแกร่งด้วยพลังบูรณาการที่คุณภาพของเครือเนชั่น จะเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมสร้างสังคมคุณภาพให้กับประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามยังมีบริษัทย่อยอีกส่วนหนึ่งที่ยังมีผลประโยชน์อยู่ ซึ่งบริษัทต้องดำเนินการปรับปรุงคุณภาพการบริหาร และประสิทธิภาพการดำเนินงาน เพื่อให้ทุกหน่วยงานเข้มแข็ง และสนับสนุนกันและกัน อย่างมีประสิทธิภาพตามเป้าหมาย

2 ความเสี่ยงด้านการผลิต ได้แก่

2.1 ความเสี่ยงจากการผลิตข่าว (Content) ในการผลิตสิ่งพิมพ์ เนื้อหาข่าว (Contents) หรือคุณภาพของเนื้อหาเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้บริโภค มี Royalty ต่อตัวสินค้า สินค้าหลักของกลุ่มบริษัท คือสิ่งพิมพ์ ภายใต้อัฒตาง ๆ ได้แก่ The Nation , กรุงเทพธุรกิจ , คมชัดลึก ฯลฯ นอกจากสื่อสิ่งพิมพ์แล้ว ยังมีสื่ออื่น ๆ ได้แก่ ทีวี, วิทยุ, อินเทอร์เน็ต, มือถือ เป็นต้น สื่อสิ่งพิมพ์แต่ละหัวจะมีแนวทางการนำเสนอเนื้อหาที่ชัดเจน การควบคุมคุณภาพของการนำเสนอเนื้อหา จึงมีความสำคัญ และเป็นปัจจัยหลัก ที่มีผลต่อ Royalty ของผู้บริโภค ซึ่งการได้มาซึ่งเนื้อหาข่าวนั้นจะต้องประกอบด้วยขั้นตอนการผลิตข่าวที่เป็นระบบและการทำงานที่เป็นทีมของกองบรรณาธิการข่าว รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรในการจัดทำ และนำเสนอข่าวซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการทำสื่อ ดังนั้นกลุ่มบริษัทจึงมีความเสี่ยงหากเนื้อหาข่าว (Content) ไม่มีคุณภาพ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของสิ่งพิมพ์ของบริษัท

ดังนั้นเพื่อให้ขั้นตอนการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ กองบรรณาธิการข่าวจะเน้นการทำงานเป็นทีมแบ่งแยกหน้าที่ เพื่อให้ครอบคลุมทุกเนื้อหาข่าวที่กว้างขวาง โดยเฉพาะการเจาะลึกประเด็นข่าว บริษัทจึงได้มีการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตด้วยการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในการทำงานให้สะดวกรวดเร็วลดต้นทุนการผลิต รวมทั้งการอบรมพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถทำงานเป็นทีมทดแทนกันได้ เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากรซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของเนื้อหาข่าว



2.2 ความเสี่ยงด้านการรักษาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและความสามารถ

เนื่องจากภาพลักษณ์ของกลุ่มบริษัท เป็นองค์กรสื่อสารมวลชนที่ได้รับความยอมรับจากประชาชน ในความเป็นมืออาหิขของวงการสื่อสารมวลชน ซึ่งบุคลากรเป็นปัจจัยหลักในการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ บริษัทจึงได้ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรด้านกองบรรณาธิการ โดยได้เน้นการพัฒนาความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นทีมโดยไม่ยึดติดกับตัวบุคคล ส่งผลให้ความเสี่ยงในการสูญเสียทีมงานมีน้อยและมีผลกระทบต่อบริษัทไม่มากนัก โดยปัจจุบันบุคลากรในกองบรรณาธิการของ The Nation, กรุงเทพธุรกิจ และ คม-ชัด ดึก ประกอบด้วยผู้สื่อข่าว ผู้เขียนข่าว บรรณาธิการ ฝ่ายผลิต รวมประมาณ 366 คน ซึ่งแยกอยู่ในบริษัทย่อย ได้แก่ NNN, KTM และ KMM ส่วนกองบรรณาธิการที่เป็นศูนย์ข่าวที่ยังสามารถใช้ Content รวมกันได้ เช่น ศูนย์ข่าวภูมิภาค, ศูนย์ช่างภาพ ยังคงบริหารโดยบริษัท

นอกจากฝ่ายกองบรรณาธิการแล้ว ผู้บริหารระดับสูงจากหน่วยงานต่างๆ ของบริษัท ทั้ง ฝ่ายขาย การจัดทำหน้าและหน่วยงานสนับสนุน ส่วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จ ซึ่งทีมงานและบุคลากรส่วนนี้อยู่ภายใต้การบริหารของบริษัทฯ

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาทรัพยากรบุคคล โดยบริษัทได้จัดหลักสูตรการอบรมทั้งภายใน และภายนอกให้บุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและเทคโนโลยีอยู่เสมอ รวมถึงการสร้าง Successor ที่ผู้บริหารระดับสูงจะได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในการบริหารและการตัดสินใจ อีกทั้งเป็นการกระจายอำนาจ และความรับผิดชอบให้ผู้บริหารในระดับรองลงมา โดยอยู่ภายใต้โครงสร้างที่ให้ความสำคัญต่อการกระจายความรับผิดชอบและการะหน้าที่ ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความคล่องตัว มุ่งเน้นประสิทธิภาพในการทำงานให้มากยิ่งขึ้น และลดความซ้ำซ้อนในระบบการทำงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง การแข่งขัน และความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมายได้ทันการณ์ พร้อมทั้งสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ให้แก่กลุ่มเพื่อสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยคงไว้ซึ่ง ความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ การร่วมมือที่ดี การให้บริการ และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็น Core Value (คุณค่าขององค์กร) ของกลุ่มเนชั่น

ดังนั้นหากบริษัทขาดบุคลากรสำคัญท่คนใดคนหนึ่งไปจะ ไม่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท เนื่องจากผู้บริหารในระดับสูงสุดได้จัดสรรและแบ่งงานอย่างสอดคล้องกันไปถึงผู้บริหารในระดับรองลงมา ในขณะที่วกันการที่ผลิตธุรกิจยังคงต้องรักษาความร่วมมือประสานงานกันในทุกสื่อ เพื่อสร้าง Synergy ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อกลุ่มเนชั่น

2.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

ถึงแม้ว่าการพัฒนาเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น ทำให้เกิดการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างอิ่งต่อพัฒนาการของอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน และโทรคมนาคม เช่นการเปลี่ยนผ่านจากเทคโนโลยีอนาล็อก (Analog) มาเป็นเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital) การสื่อสารแบบไร้สาย (Wireless) ทำให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลถึงกันได้อย่างไร้ขีดจำกัด โดยบริษัทเล็งเห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในองค์กร ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยง และการสูญเสียโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่องค์กร บริษัทยังคงพัฒนาระบบการจัดเก็บและบริหารข้อมูล และการผลิตข่าวโดยใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อช่วยด้านความเร็วและความหลากหลายของประเภทสื่อรวมถึงการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่าย สร้างความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงจากยุคการบริโภคข่าวสารทางสื่อถึงพิมพ์ไปสู่การรับข้อมูลทางสื่อ Digital โดยมีนโยบายที่จะทดลองและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับการนำเสนอผ่านสื่อรูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและสังสมประสบการณ์ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการเจาะตลาดลูกค้าเป้าหมายในอนาคต

วชิรวิทย์ กิ่งกมล

2.4 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่สำคัญของธุรกิจหนังสือพิมพ์คือกระดาษคิดเป็นต้นทุนประมาณร้อยละ 30 ของค่าใช้จ่ายต้นทุนขายตามงบการเงินรวม และคิดเป็นร้อยละ 70 ของต้นทุนวัตถุดิบรวม โดยสัดส่วนปริมาณการตั้งซื้อกระดาษในปีที่ผ่านมา ระหว่างกระดาษนำเข้า และการซื้อในประเทศคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 58 ต่อ 42 โดยกระดาษจัดเป็นสินค้าประเภท Commodity ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาแปรผันตามความต้องการของผู้บริโภคและปริมาณการผลิตของผู้ผลิต (Demand & Supply) ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดราคาอ้างอิงในตลาดโลก ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการผันผวนของราคากระดาษ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและกำไรสุทธิของบริษัท

ทั้งนี้จากประสบการณ์ในธุรกิจสิ่งพิมพ์และการติดตามราคากระดาษอย่างใกล้ชิดมาเป็นระยะเวลายาวนาน ทำให้ฝ่ายบริหารเข้าใจในวงจรของราคากระดาษเป็นอย่างดี โดยในปี 2553 จากภาวะเศรษฐกิจโลกที่เริ่มมีการฟื้นตัว และมีอัตราการแข่งขันในตลาดเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ทำให้ปริมาณการความต้องการของผู้บริโภค มีมากกว่าการผลิต รวมถึงปัญหาภัยพิบัติทางธรรมชาติของประเทศ จีดีพี ส่งผลให้ราคากระดาษปรับตัวเพิ่มขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา ประมาณ 5% -10% อย่างไรก็ตามราคากระดาษที่เพิ่มขึ้น ส่งผลต่อต้นทุนของบริษัทในช่วงปี 2553 ไม่มากนัก เนื่องจากเงินบาทแข็งค่าขึ้น อย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงนโยบายควบคุมต้นทุนการใช้กระดาษอย่างเคร่งครัด เช่น การบริหารการวางจุดจำหน่ายหนังสือที่มีประสิทธิภาพขึ้น เพื่อลดปริมาณหนังสือคืน นอกจากนี้บริษัทได้บริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนโดยการทำ Forward Contract ไว้ตามปริมาณกระดาษที่ตั้งซื้อทันที ดังนั้นราคากระดาษยังไม่มีผลกระทบอย่างเป็นนัยสำคัญต่อต้นทุนการผลิตของบริษัท อย่างไรก็ตามบริษัทเฝ้าติดตามสถานการณ์ราคากระดาษอย่างใกล้ชิด

3 ความเสี่ยงจากการบริหารจัดการ

การกำหนดนโยบายของฝ่ายบริหาร

ธุรกิจสื่อสารมวลชน เป็นสื่อกลางสำคัญในการกระจายข่าวสารไปยังประชาชนทั่วไป ซึ่งมีผลต่อการชี้นำความเห็นให้ประชาชนในด้านการเมือง เศรษฐกิจ ดังนั้นธุรกิจสื่อจำเป็นต้องมีผู้บริหารที่มีประสบการณ์เชี่ยวชาญในสาขาสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะ และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีจรรยาบรรณ โปร่งใส ผู้บริหารจึงมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดนโยบาย จุดยืนในการนำเสนอข่าวอย่างมีจรรยาบรรณ วิธีการเขียนที่นำเสนอข่าวที่มีความเป็นกลาง โดยคณะกรรมการบริษัทและผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทต้องเห็นความสำคัญในประเด็นนี้ จึงให้ความสำคัญของการนำเสนอข่าว และไม่เข้ามาเกี่ยวข้องนโยบายการนำเสนอข่าวในแต่ละวัน แต่ได้กำหนดแนวทางการนำเสนอข่าวของกองบรรณาธิการทุกสื่อในเครือไว้ ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัท และคอยกำกับให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายที่กำหนดไว้

4 ความเสี่ยงด้านการเงิน ได้แก่

4.1 ความเสี่ยงจากภาระหนี้สิน

ณ 31 ธันวาคม 2553 บริษัทและบริษัทย่อยมีการเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน จำนวน 1,641 ล้านบาท โดยเป็นส่วนของเงินกู้ยืมระยะสั้น ที่เป็นเงินทุนหมุนเวียน ในวงเงินเบิกเกินบัญชี เจ้าหนี้ที่รื้อมีจำกัด และคำสัญญาใช้เงินระยะสั้น รวม 653 ล้านบาท มีเงินกู้ระยะยาว รวม 988 ล้านบาท ทั้งนี้บริษัทมีความเสี่ยงหากบริษัทไม่สามารถชำระหนี้ และไม่สามารถรักษาสัญญาข้อกำหนดอัตราส่วนทางการเงิน รวมถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ในสัญญาเงินกู้ดังกล่าวได้ อาจส่งผลให้เจ้าหนี้มีสิทธิสามารถเรียกชำระคืนหนี้ได้ทันที

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงบริษัทได้มีการจัดทำประมาณการทางการเงิน โดยมีสมมุติฐานอยู่บนหลักความระมัดระวัง โดยได้นำเสนอแก่ผู้ถือหุ้นได้พิจารณาแล้ว เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดให้อยู่ภายใต้ข้อกำหนดทางการเงิน และเงื่อนไขต่าง ๆ ตามสัญญา รวมทั้งควบคุมและเข้มงวดในการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของกลุ่มบริษัทเท่านั้น



4.2 ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน

ระบบอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในปัจจุบันเป็นแบบลอยตัว (Managed Float) ซึ่งการกำหนดราคาขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการในสกุลเงินนั้น ๆ ดังนั้นอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จึงมีความผันผวนตามภาวะเศรษฐกิจซึ่งส่งผลกระทบต่อบริษัทในส่วนของการต้นทุนการผลิต เนื่องจากวัตถุดิบหลักของบริษัท คือกระดาษหนังสือพิมพ์ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 84 ของปริมาณกระดาษที่ใช้ทั้งหมด และมีต้นทุนเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการผันผวนของค่าเงินบาทในการซื้อกระดาษจากต่างประเทศ

อย่างไรก็ตามบริษัทมีนโยบายป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Hedge) โดยการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forward Contract) ตามแผนการตั้งซื้อกระดาษ ทั้งนี้ขอแจ้งให้ค่ากระดาษต่างประเทศ ณ 31 ธันวาคม 2553 คิดเป็นร้อยละ 5 ของหนี้สินรวม ซึ่งไม่เป็นสาระสำคัญที่จะกระทบต่อการดำเนินงาน หากอัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวนมาก

4.3 ความเสี่ยงจากการจัดหาเงินทุนจากแหล่งภายนอก

บริษัทมีแหล่งเงินทุนภายนอกอื่น ได้แก่ วงเงินสินเชื่อจากธนาคารและสถาบันการเงินต่างๆ โดย ณ 31 ธันวาคม 2553 บริษัทและบริษัทย่อยมีวงเงินสินเชื่อรวม 2,891 ล้านบาท และมียอดใช้วงเงินสินเชื่อ 1,660 ล้านบาท โดยมีวงเงินสินเชื่อหมุนเวียนที่ยังสามารถใช้ได้อีก 795 ล้านบาท หรือร้อยละ 28 ของวงเงินสินเชื่อรวม

ในปัจจุบันบริษัทไม่มีนโยบายที่ลงทุนเพื่อขยายธุรกิจเพิ่มเติม ดังนั้นแหล่งเงินทุนภายนอกดังกล่าว จึงเพียงพอต่อการดำเนินงานของบริษัท

4.4 ความเสี่ยงจากการค้ำประกันของลูกหนี้การค้า

ในการตั้งสำรองหนี้สูญเป็นไปตามนโยบายบัญชีของบริษัทซึ่งระบุไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินคือบริษัทมีนโยบายการจัดเก็บหนี้และการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ โดยพิจารณาตามจำนวนหนี้ที่คาดว่าจะไม่สามารถเรียกเก็บจากลูกหนี้ได้โดยประมาณการจากฐานะปัจจุบันของลูกหนี้ควบคู่กับประสบการณ์ในการเรียกเก็บหนี้ในอดีต นอกจากนี้บริษัทมีนโยบายตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญตามสัดส่วนร้อยละของรายได้คือ รายได้ประเภทโฆษณาจะตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญไว้ที่ร้อยละ 1 ของรายได้โฆษณา ส่วนรายได้จากการขายสิ่งพิมพ์ผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) จะตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญของหนี้สินในประเทศที่ 25% และ หนี้สินต่างประเทศที่ 65% และบริษัทมีนโยบายลดสัดส่วนของลูกหนี้การค้าที่มีอายุเกินกว่า 12 เดือนให้มากที่สุด โดยลูกหนี้ที่มีอายุเกินกว่า 12 เดือน (งบการเงินรวม) ณ 31 ธันวาคม 2553 มีจำนวน 94 ล้านบาท ขณะที่ที่มีอายุ 6-12 เดือน จำนวน 34 ล้านบาท ซึ่งบริษัทได้ตั้งสำรองหนี้สูญได้ครอบคลุมจำนวนดังกล่าวแล้ว โดยมีค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ (งบการเงินรวม) ณ 31 ธันวาคม 2553 รวม 140 ล้านบาท และค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ 24 ล้านบาท นอกจากนี้บริษัทยังมีหน่วยงานเร่งรัดหนี้สินซึ่งทำหน้าที่ในการติดตามหนี้ที่มีปัญหาอย่างต่อเนื่อง

4.5 ความเสี่ยงเรื่องผลกระทบจากการใช้มาตรฐานการบัญชี ฉบับใหม่ IFRS (International Financial Reporting Standards)

เนื่องด้วยสภาวิชาชีพบัญชีได้เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการบัญชีไทย (TAS) ให้เป็นมาตรฐานการบัญชีฉบับสากล IFRS (International Financial Reporting Standards) เพื่อให้เป็นมาตรฐานการบัญชีรูปแบบเดียวกันทั่วโลก โดยบริษัทจะได้รับผลกระทบในบางมาตรฐาน คือ มาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 16 เรื่องที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ และ มาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 19 เรื่องผลประโยชน์ของพนักงาน ซึ่งจะเริ่มมีผลบังคับใช้กับทุกบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ในปี 2554 ดังนี้

1. มาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 16 เรื่อง ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ได้กำหนดให้เปลี่ยนวิธีการคิดค่าเสื่อมราคาของทรัพย์สินถาวร โดยต้องแยกคิดค่าเสื่อมของทรัพย์สินถาวรที่มีหลายส่วนประกอบ (component approach) ซึ่ง

วณบ.ก.ท.ท.

บริษัทจะได้รับผลกระทบของการติดตามมูลค่าทรัพย์สินถาวร ได้แก่ เครื่องจักร ซึ่งต้องเปลี่ยนวิธีการคิดค่าเสื่อมราคาแยกตามส่วนประกอบของเครื่องจักร โดยบริษัทอยู่ระหว่างการดำเนินการให้วิศวกรคำนวณอายุการใช้งานของแต่ละส่วนประกอบของเครื่องจักรเพื่อนำมาคิดค่าเสื่อมราคาจากเดิมคิดค่าเสื่อมราคาเท่ากัน คือ 10 ปี

2. มาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 19 เรื่องผลประโยชน์ของพนักงาน ได้กำหนดให้ตั้ง Provision สำหรับเงินชดเชยตามกฎหมายแรงงาน สำหรับพนักงานทุกคน โดยหากมีการตั้งสำรองดังกล่าว บริษัทจะรับได้ผลกระทบทางบัญชี ซึ่งจะทำให้กำไรสะสมลดลงจากการตั้งสำรอง

ทั้งนี้ผู้บริหารกำลังพิจารณาถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้มาตรฐานการบัญชีและมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่ออกและปรับปรุงใหม่ดังกล่าวต่อการเงินรวมหรืองบการเงินเฉพาะกิจการ

5 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อผู้ลงทุน

5.1 ความเสี่ยงจากการขาดทุนสะสม

บริษัทมีความเสี่ยงจากการขาดทุนสะสม โดย ณ 31 ธันวาคม 2553 บริษัท (งบเฉพาะกิจการ) มีขาดทุนสะสมเท่ากับ 789.20 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากปีก่อน 135 ล้านบาท โดยสาเหตุหลักของขาดทุนสะสมเกิดจากรายการทางบัญชี ได้แก่ ในปี 2549 บริษัทรับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุน จำนวน 74.07 ล้านบาท, หนี้สงสัยจะสูญ 47.72 ล้านบาท ปี 2550 บริษัทรับรู้ผลขาดทุนจากการซื้อขายของทรัพย์สิน จำนวน 560 ล้านบาท, ค้างค่าเพื่อหนี้สงสัยจะสูญ 94 ล้านบาท เป็นต้น ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของบริษัทที่มีแนวโน้มดีขึ้น ประกอบกับนโยบายการจัดโครงสร้างของบริษัท แบบแตกเพื่อได้อย่างยั่งยืนที่ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากการนำบริษัทย่อย 2 บริษัท คือ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC) และ บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็นเตอร์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ MAI ในปี 2552 และ ปี 2553 ตามลำดับ นั้น ทำให้บริษัทย่อยแต่ละบริษัท เริ่มแข่งขันส่งผลต่อการเงินของบริษัทฯ อย่างเห็นได้ชัด อีกทั้งเงินปันผลที่บริษัทได้รับจากบริษัทย่อยทั้ง 2 ก็ได้นำมาลดหนี้ ซึ่งทำให้ฐานะการเงินของบริษัทเริ่มดีขึ้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทย่อยที่มีอยู่หลายบริษัทมีศักยภาพและมีความเข้มแข็ง จากการแตกเป็นบริษัทย่อย ทำให้สามารถขยายงานเพิ่มช่องทางหารายได้มากขึ้น สร้างทีมงานบริหารที่เข้มแข็งเพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้ภาพรวมการดำเนินงานของบริษัท เติบโตตามไปด้วย ในขณะที่ยังมีบริษัทย่อยบางบริษัทที่ยังมีผลขาดทุนอยู่ บริษัทฯ จะกำกับการดูแลในการบริหารจัดการ ปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพให้สามารถทำกำไรได้ และคาดว่าในปีนี้ผลประกอบการของบริษัทย่อยที่ยังมีผลขาดทุนอยู่จะปรับตัวดีขึ้น

5.2 ความเสี่ยงจากการลดลงของส่วนแบ่งกำไรหรือสิทธิในการออกเสียงของผู้ถือหุ้นสามัญ จากการนำบริษัทย่อยเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

ในปี 2553 บริษัทได้นำบริษัทย่อย คือ เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็นเตอร์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ MAI และเสนอขายหุ้นเพิ่มทุน จำนวน 15,000,000 หุ้น (ทำให้หุ้นจดทะเบียนจากเดิม 70,000,000 หุ้น เพิ่มขึ้นเป็น 85,000,000 หุ้น) พร้อมกับการเสนอขายหุ้นสามัญเดิมที่บริษัทถืออยู่ใน NINE จำนวน 4,000,000 หุ้นรวมเป็น 19,000,000 หุ้นให้แก่ประชาชนและบุคคลทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) ในราคาหุ้นละ 2.40 บาท และเสนอสิทธิในการซื้อหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัททุกรายตามสัดส่วนการถือหุ้นที่มีอยู่ (Pre-emptive right) จำนวน 9,000,000 หุ้น ซึ่งภายหลังจากการขายหุ้นดังกล่าวทำให้สัดส่วนหุ้นที่ NMG ถืออยู่ใน NINE ลดลงจากร้อยละ 99.99 เป็นร้อยละ 77.65 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมดของ NINE ซึ่งเท่ากับ 85,000,000 หุ้น

โดยเงินทุนที่บริษัทได้รับจากการขายหุ้น IPO ของ NINE หลังหักค่าใช้จ่ายจำนวน 9.31 ล้านบาท บริษัทได้นำมาชำระคืนเงินกู้ในเดือน พฤศจิกายน 2553 สำหรับเงินทุนที่ NINE ได้รับเงินจากการขายหุ้นรวม 36 ล้านบาท นั้น NINE มีแผนในการใช้เงินลงทุนภายในปี 2554 เพื่อขยายการดำเนินงานของบริษัท อาทิเช่น การขยายธุรกิจสิ่งพิมพ์ การพัฒนาธุรกิจบนสื่อใหม่, การผลิตรายการการ์ตูน และรายการที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนเพื่อแพร่ภาพผ่านทางสื่อโทรทัศน์, การบริหารตัวการ์ตูน (Character



Management) ลงทุนเพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศและประสิทธิภาพในการบริหารสินค้าคงคลัง และเป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท เป็นต้น

สัดส่วนการถือหุ้นที่ลดลงใน NINE จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อบริษัทและผู้ถือหุ้นของบริษัท ดังนี้

1. Control Dilution เนื่องจากสัดส่วนที่บริษัทฯ ถือหุ้นในบริษัทย่อยลดลง จึงทำให้สัดส่วนการควบคุมในบริษัทนั้นลดลงไปตามสัดส่วนการถือหุ้น อย่างไรก็ตามภายหลัง IPO ของบริษัทย่อยเสร็จสิ้น NMG ยังคงเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สุด โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 ถือหุ้นร้อยละ 77.65 ใน NINE ซึ่งการถือหุ้นเกินกว่าร้อยละ 50 นี้ ทำให้ NINE จึงยังคงมีสถานะเป็นบริษัทย่อยของ NMG เช่นเดิม
2. Price Dilution เนื่องจากการ Spin-off บริษัทย่อยนี้ มิใช่เป็นการออกหุ้นเพิ่มทุนของบริษัทเอง ฐานทุนและจำนวนหุ้นของบริษัทฯ ยังคงเป็นเช่นเดิม ดังนั้น NMG คาดว่าจะไม่มีการเกิด Price Dilution ต่อหุ้นของบริษัท โดยตรง เช่น กรณี NINE ก่อนการขายหุ้น NMG มีราคาหุ้นเฉลี่ยใน 30 วันก่อนการขายหุ้น เท่ากับ 9.02 บาท ปัจจุบันราคาหุ้นในเดือน ธันวาคม 2553 เฉลี่ยเท่ากับ 11.36 บาท ทั้งนี้บริษัทมีกำไรการขายหุ้น NINE ในปี 2553 เท่ากับ 5.60 ล้านบาท

อย่างไรก็ตามการที่บริษัทขายหุ้นของ NINE ออกไปส่งผลให้สัดส่วนกำไรที่บริษัทฯ เคยรับรู้จากผลประกอบการของบริษัทย่อยลดลง ซึ่งการที่บริษัทรับรู้กำไรของ NINE ลดลง อาจส่งผลให้กำไรตามงบการเงินของบริษัทลดลง อย่างไรก็ตามก็คิดว่าภายหลังจากที่ NINE เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แล้ว กำไรของ NINE จะมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นจากประโยชน์ที่ได้รับจากการระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์ นอกจากนั้นจากการที่บริษัทขายหุ้นสามัญเดิมที่ถืออยู่ใน NINE ออกพร้อม IPO ของบริษัทย่อย ทำให้บริษัทได้รับกำไรจากการทำรายการดังกล่าว จำนวน 5.60 ล้านบาท รวมทั้งได้รับเงินปันผลที่ NINE ประกาศจ่ายในเดือน พ.ค. 53 ในราคา 0.21 บาท ต่อหุ้น จำนวน 14.70 ล้านบาท และในเดือน ธ.ค. 53 ในราคา 0.10 บาท ต่อหุ้น จำนวน 6.50 ล้านบาท รวมทั้งรวม 21.20 ล้านบาท

วาทะสิทธิ์

3. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

3.1 ความเป็นมา

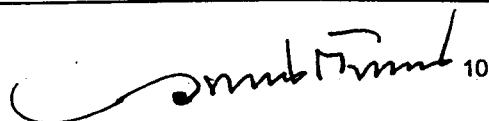
หนังสือพิมพ์ The Nation ภายใต้อำนาจ “บริษัท บิซซิเนสสรีวิว จำกัด” เริ่มประกอบธุรกิจในปี 2519 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท ในปี 2531 บริษัทได้เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป จำกัด” และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปีเดียวกัน และในปี 2539 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)” ปี 2549 ถึง ปัจจุบัน บริษัทมีโครงสร้างธุรกิจแบ่งออกเป็น 7 สายธุรกิจหลักดังนี้ :

1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย
2. สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย
3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ
4. สายธุรกิจด้านเอ็นดูเทนเมนต์และต่างประเทศ
5. สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง
6. สายธุรกิจด้านการพิมพ์
7. สายธุรกิจด้านการขนส่ง

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการบริหารงานในระยะเวลา 3 ปี ดังนี้

ด้านเงินทุนของบริษัท

ปี 2551	- เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2551 บริษัทได้ชำระคืนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยของหุ้นกู้ชุดที่ 2 (ทยอยชำระคืนเงินต้นที่ออกเมื่อปี 2547 มูลค่า 1,000 ล้านบาท) โดยชำระคืนในงวดแรกวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2551 จำนวน 500 ล้านบาท ตามเงื่อนไขกำหนด และในวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2551 ได้มีมติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นในการอนุมัติให้ลดถอนหุ้นกู้ส่วนที่เหลือ 500 ล้านบาทก่อนกำหนดจากเดิมวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2552 เป็นวันที่ 18 มีนาคม 2551 โดยใช้แหล่งเงิน จากสัญญาเงินกู้ร่วมที่ได้รับจากสถาบันการเงินในเดือนสิงหาคม 2550 ดังนั้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551 บริษัทไม่มีหุ้นกู้ค้างชำระอีกต่อไป - วันที่ 30 เมษายน 2551 บริษัทได้จำหน่ายที่ดิน และอาคารสำนักงานใหญ่ของบริษัท และพื้นที่สำนักงาน อาคารเนชั่นทาวเวอร์ ให้กับ บริษัท ข. ธารอนันตพาณิชย์ จำกัด เป็นเงิน 955 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดภาระหนี้สิน ลดค่าใช้จ่ายทางด้านดอกเบี้ย และค่าใช้จ่ายในการบริหารพื้นที่สำนักงาน - เดือน พฤศจิกายน 2551 บริษัท เนชั่น มีเดีย อินเตอร์เนชันแนล จำกัด (NBI) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ NMG ได้จดทะเบียนแปรสภาพจาก บริษัทจำกัด เป็นบริษัทมหาชนจำกัด พร้อมกับเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชันแนล เอ็นดูเทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) (NINE) โดย NINE ได้เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิมหุ้นละ 100 บาท เป็นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท และได้เพิ่มทุนจดทะเบียนอีกจำนวน 15 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 15 ล้านหุ้น ทำให้ทุนจดทะเบียนเพิ่มขึ้นจากเดิม 70 ล้านบาท เป็น 85 ล้านบาท เพื่อสำรองไว้เสนอขายให้กับประชาชนและบุคคลทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO)
ปี 2552	วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2552 บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด ได้มีมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นให้ลดทุนจดทะเบียนจาก 240 ล้านบาท เป็นทุนจดทะเบียน 120 ล้านบาท โดยการลดหุ้นลงจำนวน 12 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท เพื่อชดเชยผลขาดทุนสะสม โดยได้จดทะเบียนลดทุนดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2552



- วันที่ 20 มีนาคม 2552 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท ได้มีมติอนุมัติดังต่อไปนี้

1. อนุมัติแผนการนำ 2 บริษัทย่อย คือ บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) และ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC) เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
2. อนุมัติจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทย่อย 2 บริษัท คือ NINE และ NBC ให้แก่ผู้ถือหุ้นของ NMG ตามสัดส่วน (Pre-emptive Right) เป็นจำนวน 9 ล้านหุ้น และ 20 ล้านหุ้น ตามลำดับ
3. รับทราบการขายหุ้นสามัญเดิมที่ NMG ถือใน NINE และ NBC จำนวนไม่เกิน 14 ล้านหุ้น และ 15 ล้านหุ้น ตามลำดับ พร้อมกับการทำ IPO ของทั้ง 2 บริษัท

หลังจากการที่บริษัทเสนอขายหุ้นเดิมที่ถือในบริษัทย่อย NINE และ NBC พร้อมกับการขายหุ้น IPO ของบริษัทย่อยทั้ง 2 บริษัทแล้ว บริษัทจะถือหุ้นในบริษัทย่อยดังกล่าวจากเดิมถืออยู่ 99.99% เป็น 65.88% และ 61.76% ตามลำดับ

- วันที่ 4 พฤษภาคม 2552 บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้งคอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย จดทะเบียนแปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชน ชื่อ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC) พร้อมกับได้เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิมมูลค่าหุ้นละ 10 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 1 บาท และได้เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท จากเดิม 120 ล้านบาท เป็น 170 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 50 ล้านหุ้น เพื่อเสนอขายแก่ประชาชนและบุคคลทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) และขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของ NMG ตามสัดส่วน (Pre-emptive Right)

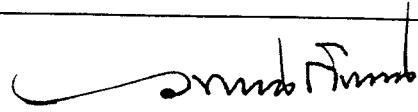
- วันที่ 19 มิถุนายน 2552 NINE ได้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลในอัตราหุ้นละ 0.50 บาท จำนวน 35 ล้านบาท ซึ่งบริษัทถือหุ้นในสัดส่วน ร้อยละ 99.99% ของทุนที่เรียกชำระแล้ว ได้รับเงินประมาณ 35 บาท

- วันที่ 28 ตุลาคม 2552 ถึง 4 พฤศจิกายน 2552 NMG ได้รับเงินจำนวน 43.5 ล้านบาท จากการเสนอขายหุ้น NBC ที่ถืออยู่จำนวน 15 ล้านหุ้น พร้อมกับการขายหุ้น IPO ของ NBC จำนวน 50 ล้านหุ้น ในราคา 2.90 บาท ต่อหุ้น โดย NBC ได้รับเงินจากการขายหุ้น IPO จำนวน 145 ล้านบาท

สำหรับวัตถุประสงค์ของเงินเพิ่มทุนที่ได้รับจากการเสนอขายหุ้นในครั้งนี้ เพื่อขยายการค้าและดำเนินงานของ NBC ในโครงการปรับปรุงเครื่องมืออุปกรณ์ในธุรกิจสื่อโทรทัศน์ให้เป็นระบบดิจิทัล โครงการลงทุนช่องรายการโทรทัศน์ใหม่ โครงการพัฒนาศักยภาพเว็บไซต์ โครงการขยายธุรกิจสู่การเป็นผู้ให้บริการข้อมูลข่าวสารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่รูปแบบใหม่ๆ และเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานของบริษัท ปัจจุบัน NBC มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 170 ล้านบาท คิดเป็นจำนวนหุ้นสามัญ 170 ล้านหุ้น ในมูลค่าหุ้นละ 1 บาท

สำหรับ NMG ได้รับเงินจากการขายหุ้น NBC ที่ถืออยู่ จากการขาย IPO จำนวน 15 ล้านหุ้น ในราคาหุ้นละ 2.90 บาท เป็นเงิน 43.50 ล้านบาท ได้นำไปชำระคืนเงินกู้ระยะยาวของบริษัทแล้วเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2552

- เดือน พฤศจิกายน 2552 NBC ได้ประกาศจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลสำหรับผลการดำเนินงานรอบระยะเวลา 9 เดือน ให้กับผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 0.15 บาท รวมเป็นเงิน 25.5 ล้านบาท โดยกำหนดจ่ายในวันที่ 25 ธันวาคม 2552 NMG ถือหุ้นจำนวน 104,999,940 หุ้น ได้รับเงินปันผลเป็นเงินประมาณ 15.74 ล้านบาท เงินดังกล่าวได้นำไปชำระคืนเงินกู้ระยะยาวแล้วตั้งแต่วันที่ 30 ธันวาคม 2552



ปี 2553	- เดือน เมษายน 2553 ที่ประชุม AGM ของ NBC เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2553 ได้อนุมัติออกไปสำคัญแสดงสิทธิ จำนวน 8.5 ล้านหน่วย ให้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทภายใต้โครงการ ESOP อายุ 3 ปี อัตราการใช้สิทธิ 1 ใบสำคัญแสดงสิทธิ ต่อ 1 หุ้นสามัญใหม่ ในราคาใช้สิทธิหุ้นละ 3.33 บาท (เว้นแต่มีการปรับสิทธิ) กำหนดการใช้สิทธิทุกวันที่ 15 ของเดือน พฤษภาคม และ พฤศจิกายน ของแต่ละปี โดยกำหนดใช้สิทธิครั้งแรกวันที่ 15 พฤศจิกายน 2553 - เดือน พฤษภาคม 2553 NBC ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้จ่ายเงินปันผล สำหรับผลการดำเนินงานประจำปี 2552 “เพิ่ม” ให้กับผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 0.18 บาท รวมเป็นเงิน 49.83 ล้านบาท โดยกำหนดจ่ายในวันที่ 21 พฤษภาคม 2553 ซึ่ง NMG ถือหุ้นจำนวน 106,807,974 หุ้น ได้รับเงินปันผลเป็นเงินประมาณ 19.23 ล้านบาท เงินดังกล่าวได้นำไปชำระคืนเงินกู้ระยะยาวแล้วตั้งแต่วันที่ 31 พฤษภาคม 2553 - เดือน มิถุนายน 2553 NBC ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลสำหรับผลการดำเนินงาน ไตรมาส 1 ปี 2553 ให้กับผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 0.10 บาท รวมเป็นเงิน 27.7 ล้านบาท โดยกำหนดจ่ายในวันที่ 28 มิถุนายน 2553 NMG ถือหุ้นจำนวน 107,042,251 หุ้น ได้รับเงินปันผลเป็นเงินประมาณ 10.70 ล้านบาท ซึ่งเงินดังกล่าวได้นำไปชำระคืนเงินกู้ระยะยาวแล้วตั้งแต่วันที่ 30 มิถุนายน 2553 - เดือน กันยายน 2553 NBC ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลสำหรับผลการดำเนินงาน ไตรมาส 2 ให้กับผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 0.12 บาท รวมเป็นเงิน 33.25 ล้านบาท โดยกำหนดจ่ายในวันที่ 3 กันยายน 2553 ซึ่ง NMG ถือหุ้นจำนวน 107,042,251 หุ้น ได้รับเงินปันผลเป็นเงินประมาณ 12.85 ล้านบาท ซึ่งเงินดังกล่าวได้นำไปชำระคืนเงินกู้ระยะยาวแล้วตั้งแต่วันที่ 30 กันยายน 2553 - วันที่ 27 ตุลาคม 2553 ถึง 4 พฤศจิกายน 2553 NMG ได้รับเงินจำนวน 9.6 ล้านบาท จากการเสนอขายหุ้น NINE ที่ถืออยู่จำนวน 4 ล้านหุ้น พร้อมกับการขายหุ้น IPO ของ NINE จำนวน 15 ล้านหุ้น ในราคา 2.40 บาท ต่อหุ้น โดย NINE ได้รับเงินจากการขายหุ้น IPO จำนวน 36 ล้านบาท สำหรับวัตถุประสงค์ของเงินเพิ่มทุนที่ได้รับจากการเสนอขายหุ้นในครั้งนี้ เพื่อขยายการดำเนินงานของ NINE ในอนาคต และเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานของบริษัท ปัจจุบัน NINE มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 85 ล้านบาท คิดเป็นจำนวนหุ้นสามัญ 85 ล้านหุ้น ในมูลค่าหุ้นละ 1 บาท สำหรับ NMG เงินที่ได้รับจากการขายหุ้น NINE ที่ถืออยู่ ในราคา IPO ของ NINE ราคาหุ้นละ 2.40 บาท จำนวน 4 ล้านหุ้น เป็นเงิน 9.6 ล้านบาท ได้นำไปชำระคืนเงินกู้ระยะยาวของบริษัทแล้วเมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2553 - เดือน พฤศจิกายน 2553 มีกรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NBC ใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ ครั้งแรก ทั้งสิ้นจำนวน 156 ราย นับจำนวนหุ้นได้ 2,259,000 หุ้น เป็นเงิน 7.53 ล้านบาท และหลังจากการใช้สิทธิ ESOP ดังกล่าวแล้ว NBC มีทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว 172.26 ล้านบาท เงินทุนที่ได้รับดังกล่าว NBC จะนำมาเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานของบริษัท - เดือน พฤศจิกายน 2553 NINE ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้ประกาศจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลสำหรับผลการดำเนินงานรอบระยะเวลา 9 เดือน ให้กับผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 0.10 บาท รวมเป็นเงิน 8.5 ล้านบาท โดยกำหนดวันจ่ายในวันที่ 21 ธันวาคม 2553 NMG ถือหุ้นจำนวน 65,999,986 หุ้น ได้รับเงินปันผลเป็นเงินประมาณ 6.59 ล้านบาท โดยเงินดังกล่าวได้นำไปชำระคืนเงินกู้ระยะยาวแล้วตั้งแต่วันที่ 30 ธันวาคม 2553
---------	---

วราวุธ กิ่งแก้ว 12

	เดือน ธันวาคม 2553 NBC ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลสำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 3 ให้กับผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 0.12 บาท รวมเป็นเงิน 33.25 ล้านบาท โดยกำหนดวันจ่ายในวันที่ 3 ธันวาคม 2553 NMG ถือหุ้นจำนวน 107,042,251 หุ้น ได้รับเงินปันผลเป็นเงินประมาณ 12.85 ล้านบาท ซึ่งเงินดังกล่าวได้นำไปชำระคืนเงินกู้ระยะยาวแล้วตั้งแต่วันที่ 30 ธันวาคม 2553
--	---

ด้านการดำเนินงานธุรกิจ

ปี 2551	- วันที่ 4 มีนาคม 2551 บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้เปิดตัวหนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาอังกฤษ Free Sheet ขนาด Compact ฉบับแรกในประเทศไทย ในนาม Daily Xpress เพื่อตอบสนองความต้องการข่าวสารของคนรุ่นใหม่ ด้วยรูปลักษณ์ ที่อินเตอร์แอนด์ ตามกระแสนิยมของสื่อสิ่งพิมพ์ในโลกปัจจุบัน - เดือนพฤศจิกายน 2551 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ได้มีมติให้จัดตั้งบริษัทย่อยใหม่ชื่อ บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN) (NMG ถือหุ้น 99.99%) มีทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท เป็นจำนวน 10 ล้านหุ้น หุ้นละ 10 บาท ชำระแล้ว 25% หรือ 25 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความชัดเจนในสายธุรกิจด้านข่าว ภาษาอังกฤษ ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หลักคือ หนังสือพิมพ์ The Nation และ Nation Junior - เดือนธันวาคม 2551 บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด ได้เพิ่มทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท ในวันที่ 22 ธันวาคม 2551 จากเดิมที่มีทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท เป็น 10 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท โดยเรียกชำระเต็มมูลค่าแล้ว ซึ่ง NMG ถือหุ้น 99.99%
ปี 2552	- ในปี 2552 บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ปรับโครงสร้างการประกอบธุรกิจเพื่อให้มีความชัดเจน และความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้ - โอนธุรกิจ New Media จากเดิมที่ดำเนินงานโดย NMG ไปอยู่ภายใต้สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง ดำเนินงานโดย NBC - โอนธุรกิจ Bizbook ซึ่งอยู่ภายใต้สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ไปอยู่ภายใต้สายธุรกิจเอดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศดำเนินงานโดย NINE - บริษัทได้ปรับหนังสือพิมพ์ Daily Xpress มารวมเป็น section หนึ่งในหนังสือพิมพ์ The Nation เพื่อเพิ่มศักยภาพ และมูลค่าให้กับหนังสือพิมพ์ The Nation - เดือน ตุลาคม บริษัท เนชั่น นิวส์เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ NMG ได้เรียกชำระค่าหุ้นจากเดิม 25% เป็น 50% ปัจจุบันทุนเรียกชำระเป็น 50 ล้านบาท - เดือน ธันวาคม 2552 บริษัท เนชั่น เรดิโอเน็ตเวิร์ค จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ NBC ได้ทำการปิดบริษัท และชำระบัญชีกับกรมพัฒนาการค้ากระทรวงพาณิชย์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว
ปี 2553	เดือน มิถุนายน 2553 บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ NMG เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัทร่วม เกียวโด เนชั่น พรินติ้ง เซอร์วิส จำกัด (KNP) จากผู้ถือหุ้นซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ NMG และบริษัทย่อย โดยซื้อเพิ่ม 1.78 ล้านหุ้น ในราคาหุ้นละ 4.5 บาท (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท)

 13

	รวมเป็นเงินที่จ่ายในการซื้อหุ้นทั้งสิ้น 8.03 ล้านบาท และจากการซื้อหุ้นในครั้งนี้ทำให้ WPS เป็นผู้ถือหุ้นร้อยละ 99.99% (จากเดิมถืออยู่ 49%) และได้เปลี่ยนชื่อบริษัท KNP เป็น บริษัท เนชั่น พรินต์เซอร์วิส จำกัด (NPS) โดยมีวัตถุประสงค์ในการลงทุนเพิ่มเพื่อเป็นการควบคุมและปรับปรุงการดำเนินงานของธุรกิจให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น • เดือน ตุลาคม 2553 บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (NMG) ได้มีการปรับโครงสร้างโดยโอนการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก ไปอยู่ภายใต้บริษัทย่อย 2 บริษัทที่จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทไว้แต่ไม่มีการดำเนินงาน และเปลี่ยนชื่อใหม่ ดังนี้ - บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเคชั่น จำกัด เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท กรุงเทพธุรกิจมีเดีย จำกัด (KTM) ดำเนินธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย - บริษัท เนชั่น ดิจิตอล มีเดีย จำกัด เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM) ดำเนินธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย โดยทั้ง 2 บริษัทจะมีทุนจดทะเบียน 25 ล้านบาท ชำระแล้วเต็มมูลค่าภายในไตรมาส 4 ปี 2553 และในไตรมาส 1 ปี 2554 ตามลำดับ โดย NMG ถือหุ้น 100% โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความคล่องตัวด้านการบริหารและเป็นการสร้างโอกาสใหม่ๆ ทางธุรกิจในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัท เนื่องจากหน่วยธุรกิจที่แยกเป็นบริษัทย่อยทั้ง 2 บริษัทมีความแข็งแกร่งด้านการให้บริการข่าวสาร ข้อมูล และความรู้ทางธุรกิจออกไปในทุกช่องทาง
--	--

3.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท บริษัทย่อยและบริษัทร่วม

เนชั่น กรุ๊ป ประกอบธุรกิจให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย ผ่านสื่อหลากหลายทุกรูปแบบ โดยบริษัทได้แบ่งสายธุรกิจตามกลุ่มเป้าหมายและผู้บริโภคสื่อ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกกลุ่ม และเพิ่มช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารและความรู้ให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้บริโภคและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีนวัตกรรมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ดังนั้นเพื่อความเติบโตอย่างยั่งยืน และมีความคล่องตัวในการขยายงาน โดยไม่จำกัดตัวเองอยู่แต่สื่อใดสื่อเดียว ตามศักยภาพของแต่ละประเภทธุรกิจ เนชั่นกรุ๊ป ได้แยกธุรกิจออกเป็นสายๆ ตามกลุ่มธุรกิจ โดยมีหลักการที่จะดำเนินการทั้งเรื่องความพร้อมของบุคลากร เทคโนโลยี สารสนเทศ กระบวนการในการดำเนินงาน ตามประเภทและลักษณะของกลุ่มเป้าหมายของแต่ละสาย ซึ่งปัจจุบันธุรกิจของบริษัทสามารถแยกเป็นสายธุรกิจหลักได้ 7 สายธุรกิจ ดังนี้

1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ ดำเนินงานโดยบริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) เน้นกลุ่มผู้อ่านภาคธุรกิจ ทั้งเศรษฐกิจระดับมหภาค (Macro) และจุลภาค (Micro)
2. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และเนชั่นสุดสัปดาห์ ดำเนินงานโดย บริษัท คมชัดลึกมีเดีย จำกัด (KMM) เน้นกลุ่มลูกค้าประชาชนทั่วไป
3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ ผลิตหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น , เนชั่นจูเนียร์ ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ก จำกัด (NNN) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเน้นกลุ่มคนไทยที่ติดตามความเคลื่อนไหวของการเมืองและเศรษฐกิจ รวมทั้งชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย, กลุ่มวัยรุ่น นักเรียนระดับมัธยมศึกษา และกลุ่มคนทำงานที่ต้องการความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำไปใช้ประโยชน์กับหน้าที่การงานหรือชีวิตประจำวัน
4. สายธุรกิจกลุ่มกระจายภาพและเสียง ผลิตสื่อทีวี วิทยุ และ New Media ดำเนินงานโดย บมจ. เนชั่น บรอดแคสต์ติ้ง คอร์ปอเรชั่น (NBC) เป็นผู้ผลิตข่าวและรายการสถานีข่าว 24 ชั่วโมงรายแรกของประเทศไทยในนาม

 14

เนชั่นแซนด์ออกอากาศทางดาวเทียมและเคเบิลทีวี รวมถึงการผลิต/ร่วมผลิตรายการให้แก่สถานีโทรทัศน์ประเภท Free to air ได้แก่ ช่อง 3,5,9,11 และ TPBS เป็นต้นโดยเสนอการเกาะติดทันข่าว การวิเคราะห์เจาะลึก การอธิบายข่าว และการวิเคราะห์ข่าวที่มองไปข้างหน้า, สื่อวิทยุ (Radio) เป็นสื่อที่นำเสนอข่าวให้ผู้สนใจทางคลื่น FM 90.5 และ FM102, สื่อใหม่ (New Media) การนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อใหม่ๆ เช่น Internet Broadband และทางโทรศัพท์มือถือ โดยการส่งข่าวธุรกิจ ข่าวทั่วไปทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในรูปแบบ SMS MMS และอื่นๆ ตามเทคโนโลยีอำนาจของทุกเครือข่ายภายใต้ชื่อ Nation News on Mobile , และยังผ่านสื่อประเภทบล็อก Oknation.net, Facebook เพื่อให้ประชาชนทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและเผยแพร่สู่สาธารณชน

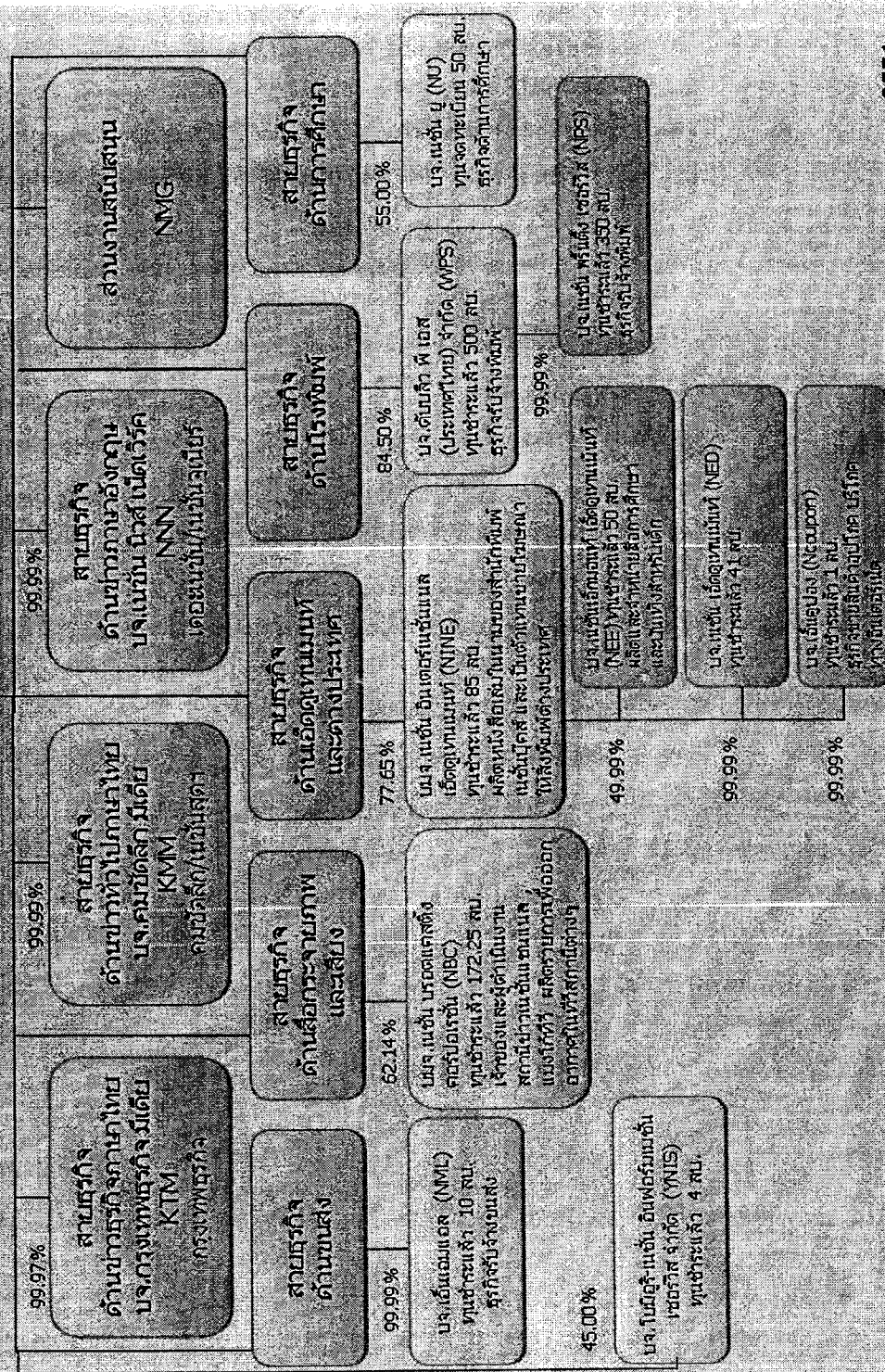
5. สายธุรกิจเอ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและการศึกษา , ตัวแทนขายสมาชิกและขายโฆษณาและจัดจำหน่ายให้สิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ดำเนินงานโดย บมจ. เนชั่น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ (NINE) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเน้นกลุ่มนักเรียนทั้งชาวไทยและต่างชาติ , กลุ่มนักศึกษา
6. สายธุรกิจด้านการพิมพ์ ดำเนินธุรกิจรับจ้างพิมพ์ โดยบริษัท คับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รับพิมพ์สิ่งพิมพ์ทุกประเภทให้กับบริษัทในเครือเนชั่น และลูกค้าภายนอก
7. สายธุรกิจด้านการขนส่ง ดำเนินธุรกิจรับจ้างขนส่งสินค้า (Logistics) ดำเนินงานโดยบริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมุ่งเน้นบริการขนส่งให้กับในเครือเนชั่น และลูกค้าภายนอกทั่วไป

นอกจากนี้ ในเดือน กุมภาพันธ์ 2554 คณะกรรมการบริษัทได้อนุมัติลงทุนในบริษัทย่อย ชื่อบริษัท เนชั่นยู จำกัด โดย NMG ถือหุ้นร้อยละ 55 จากทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท โดยมีทุนเรียกชำระแล้วร้อยละ 25 รวมเป็นเงินลงทุน 6.88 ล้านบาท และบริษัท เนชั่นยู จำกัด จะเข้าเป็นผู้ถือใบอนุญาตของ มหาวิทยาลัยโยนก ซึ่งจะเปลี่ยนชื่อเป็น “มหาวิทยาลัย เนชั่น” (Nation University) ถือเป็นส่วนสายธุรกิจใหม่ด้านการศึกษา ที่เริ่มดำเนินงานในปี 2554

อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงเดินหน้าในการปรับโครงสร้างของธุรกิจระบบการบริหารจัดการ ด้วยระบบสารสนเทศ และการสรรหาผู้บริหารรุ่นต่อไป เพื่อสร้างมูลค่าสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างยั่งยืน



โครงการสร้างธุรกิจและการถือหุ้นของบริษัท
บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)



ณ น.พ. 2554

โครงสร้างรายได้จากแต่ละกลุ่มธุรกิจ

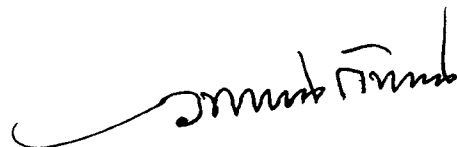
โครงสร้างรายได้จากการประกอบธุรกิจของบริษัท และบริษัทย่อย สำหรับ 3 ปี คือ 2551 - 2553

: ล้านบาท

รายได้จากการขายและบริการรวม	ถือหุ้นร้อยละ	2551	%	2552	%	2553	%
ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณา บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป (NMG) : รายได้จากการขายโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ : รายได้จากการขายหนังสือพิมพ์ : รายได้จากการพิมพ์, การขายกระดาษ รวม	100.00	1,340.88 585.35 31.91 1,958.14	44.41% 19.39% 1.06% 64.86%	883.21 478.81 29.10 1,391.12	34.92% 18.93% 1.15% 55.00%	826.53 384.65 3.53 1,214.71	28.16% 13.10% 0.12% 41.38%
บ. เนชั่น นิวส์เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (NNN) : รายได้จากการขายโฆษณา : รายได้จากการขายหนังสือพิมพ์ รวม	99.99	- - -	- - -	134.43 77.39 211.82	5.31% 3.06% 8.37%	176.32 66.80 243.12	6.00% 2.28% 8.28%
บ. กทม.คิก มีเดีย จำกัด (KMM) (เดิมชื่อ บ. เนชั่น คีจิตอล มีเดีย จำกัด) : รายได้จากการขายโฆษณา : รายได้จากการขายหนังสือพิมพ์ รวม	99.99	- - -	- - -	- - -	- - -	102.55 56.47 159.02	3.49% 1.92% 5.42%
บ. กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) (เดิมชื่อ บ. เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด) : รายได้จากการขายโฆษณา : รายได้จากการขายหนังสือพิมพ์ : รายได้จากธุรกิจอบรมสัมมนาและทักษะการสื่อสาร รวม	99.97	- - - -	- - - -	- - 1.51 -	- - 0.06% -	139.49 23.47 2.49 165.45	4.75% 0.80% 0.08% 5.64%
รวมรายได้จากธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ และโฆษณา		1,958.14	64.86%	1,604.45	63.43%	1,782.30	60.73%
ธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง บ. เนชั่น อินเทอร์เน็ตเอ็นแอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) : รายได้จากการผลิตและจำหน่ายพ็อคเก็ตบุ๊คส์	99.99	55.42	1.84%	52.43	2.07%	53.92	1.84%
บ. เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) ถือหุ้นโดย NINE (99.99%) : รายได้จากการนำเข้าและผลิตสิ่งพิมพ์การศึกษา	-	0.21	0.007%	-	-	0.19	0.007%
บ. เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด: (NEE) ถือหุ้นโดย NINE (49.99%) : รายได้จากการนำเข้าและผลิตสิ่งพิมพ์ (การ์ตูน) และผลิตสิ่งพิมพ์การศึกษา	-	216.18	7.16%	79.59	3.15%	68.57	2.34%
รวมรายได้จากธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง		271.81	9.00%	132.02	5.22%	122.68	4.19%
ธุรกิจกระจายภาพและเสียงและสื่อสมัยใหม่ บ.เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC) : รายได้จากธุรกิจโทรทัศน์ : รายได้จากธุรกิจวิทยุ : รายได้จากสื่อสมัยใหม่ Internet / SMS / web site รวมรายได้จากธุรกิจกระจายภาพและเสียง และสื่อสมัยใหม่	62.83	294.07 13.01 90.24 397.32	9.74% 0.43% 2.99% 13.16%	324.61 28.57 117.58 470.76	12.83% 1.13% 4.65% 18.61%	442.50 31.25 137.93 611.68	15.08% 1.06% 4.70% 20.84%
ธุรกิจด้านการพิมพ์ บ. ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) : รายได้จากการรับจ้างพิมพ์	84.50	54.03	1.79%	44.40	1.76%	29.83	1.02%
บ. เนชั่น พรินติ้ง เซอร์วิส จำกัด (NPS) (เดิมชื่อ บ. เทียวโค เนชั่น พรินติ้ง เซอร์วิส จำกัด) : รายได้จากการรับจ้างพิมพ์	-	-	-	-	-	73.55	2.51%
รวมรายได้จากธุรกิจการพิมพ์		54.03	1.79%	44.40	1.76%	103.38	3.53%

รายได้จากการขายและบริการรวม	ถือหุ้นร้อยละ	2551	%	2552	%	2553	%
ธุรกิจให้บริการบริหารจัดการสิ่งพิมพ์ บ. เอ็นเอ็มแอล จำกัด (NML) : รายได้จากการจัดตั้งสิ่งพิมพ์	99.99	48.72	1.61%	65.59	2.59%	76.66	2.61%
รายได้จากการขายและบริการ-สุทธิ		2,730.02	90.41%	2,317.23	91.61%	2,696.71	91.89%
รายได้ค่าเช่าและบริการ - สุทธิ - รายได้ค่าเช่าและบริการ - สุทธิ - รายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ (NINE)		23.82 110.96	0.79% 3.67%	12.09 96.08	0.48% 3.80%	6.37 86.55	0.22% 2.95%
รวม		134.78	4.46%	108.17	4.28%	92.92	3.17%
ดอกเบี้ยรับ		20.76	0.69%	21.60	0.85%	3.08	0.10%
กำไรจากการครองราคาซื้อ		-	-	-	-	90.83	3.09%
ส่วนได้เสียในกำไรสุทธิของบริษัทร่วม		1.61	0.05%	-	-	-	-
กลับรายการขาดทุนจากการซื้อขายสินทรัพย์		46.44	1.54%	-	-	-	-
เงินปันผลรับ		-	-	0.13	0.005%	0.31	0.01%
รายได้อื่น		85.90	2.84%	82.38	3.26%	51.12	1.74%
รายได้รวม		3,019.51	100.00%	2,529.51	100.00%	2,934.97	100.00%

- หมายเหตุ :
1. รายการข้างต้นหักรายการค้าระหว่างกันแล้ว
 2. รายได้ค่าพิมพ์ของ NMG เป็นรายได้ที่เกิดจากการเรียกเก็บค่าพิมพ์ และค่ากระดาษจากบริษัทภายนอก
 3. รายได้จากธุรกิจสื่อสมัยใหม่ส่วนใหญ่อยู่ภายใต้บริษัท NBC แต่มีบางส่วนยังอยู่ภายใต้ NMG เพราะรายได้ Internet มีทั้ง NBC และ NMG
 4. ได้จัดตั้ง บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN) เมื่อเดือนตุลาคม 2551 ดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ด้านข่าวภาษาอังกฤษ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ The Nation , นิตยสาร Nation Junior โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความชัดเจนในสายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ ซึ่งเดิมเป็นรายได้ส่วนหนึ่งของ NMG โดยเริ่มแยกรายได้ เมื่อเดือนมกราคม 2552
 5. ในไตรมาส 4 ปี 2553 บริษัทได้ตั้งบริษัทย่อยเพิ่มเติม จากเดิมที่เป็น Business Unit ภายใต้ NMG ซึ่งเดิมเป็น รายได้ส่วนหนึ่งของ NMG ได้แก่
 - บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) NMG ถือหุ้น 99.99% (เดิมชื่อ บจก. เนชั่น เอ็ดดูเคชั่น (NE)) เพื่อดำเนินธุรกิจด้านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อที่เกี่ยวข้องกับ Content ทางด้านธุรกิจ โดยมีสื่อหลัก คือ หนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ เริ่มดำเนินการ 1 ตุลาคม 2553
 - บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM) NMG ถือหุ้น 99.99% (เดิมชื่อ บจก. เนชั่น เอ็ดดูเคชั่น (NDM)) เพื่อดำเนินธุรกิจด้านสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับ Content ด้านข่าวภาษาไทยทั่วไป โดยมีสื่อหลัก คือหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และ นิตยสาร เนชั่นสุดสัปดาห์ เริ่มดำเนินการ 1 ตุลาคม 2553
 6. เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2553 WPS ได้ซื้อหุ้นของ NPS (เดิมชื่อ บจก. เกียวโด พรินต์ติ้ง เซอร์วิส (KNP) จำนวน ร้อยละ 51.01 จากผู้ถือหุ้นเดิม 2 ราย มีผลทำให้ WPS มีสัดส่วนการถือหุ้นใน NPS เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 48.99 เป็นร้อยละ 99.99 และเปลี่ยนสถานะจากบริษัทร่วมมาเป็นบริษัทย่อย ดังนั้นในปี 2553 กลุ่มบริษัทได้นำงบดุล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 และ งบกำไรขาดทุนสำหรับรอบระยะเวลาบัญชี ตั้งแต่ 22 มิถุนายน 2553 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2553 ของ NPS มาจัดทำงบการเงินรวมของกลุ่มบริษัท เนื่องจากกลุ่มบริษัทเริ่มมีอำนาจในการกำหนดนโยบายทางการเงินและการดำเนินงาน ของ NPS ตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน 2553
 7. ตั้งแต่ปี 2552 ได้จัดทำงบการเงินรวม NEE เข้าตามสัดส่วนกิจการค้าที่ควบคุมทางอ้อม คือมีอำนาจเข้าไปมีส่วนในการตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบายทางการเงิน และการดำเนินงาน แต่ไม่ถึงระดับที่จะควบคุมนโยบายดังกล่าว โดยงบการเงินได้รับรู้รายได้ ค่าใช้จ่าย ตามสัดส่วนการถือหุ้น 49.99%



4. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (NMG) และบริษัทย่อยให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารครอบคลุมสื่อทุกประเภท ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ The Nation, หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, หนังสือพิมพ์คมชัดลึก, นิตยสารเนชั่น สุดสัปดาห์ นิตยสารเนชั่นจูเนียร์ สื่อกระจายภาพและเสียงและสื่อใหม่ทางอินเทอร์เน็ตและมือถือ เช่น สถานีข่าวเนชั่นแซแนล Mango TV รายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี เช่น รายการข่าวข้นคนข่าว ซิฟงโลกกับสุทธิชัยหุ่่น สถานีวิทยุ FM 90.5 สถานีวิทยุ FM 102.0 New Media เช่น SMS MMS ,website www.nationmultimedia.com

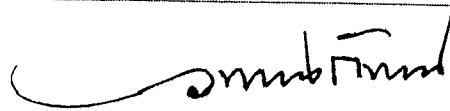
บริษัทมีลักษณะการประกอบธุรกิจ ประกอบด้วย 7 สายธุรกิจ ดังนี้

1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ดำเนินงานโดยบริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) ตั้งแต่ไตรมาส 4 ปี 2553
2. สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย ดำเนินงานโดย บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM) ตั้งแต่ไตรมาส 4 ปี 2553
3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN)
4. สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง ดำเนินงาน โดย บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC)
5. สายธุรกิจเอ็ดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศ ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) โดยมีบริษัทย่อยและบริษัทร่วมภายใต้บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) คือ บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) และ บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE)
6. สายธุรกิจด้านการพิมพ์ ดำเนินงานโดย บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด โดยมีบริษัทย่อยภายใต้ ชื่อบริษัท เนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส จำกัด (NPS)
7. สายธุรกิจด้านการขนส่ง ดำเนินงาน โดย บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด

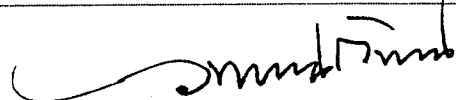
อย่างไรก็ตาม NMG ยังคงเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ และบริหารฝ่ายขาย ฝ่ายการตลาด กองบก.สำนักข่าว ศูนย์ช่างภาพ และฝ่ายงานสนับสนุน เพื่อสามารถบริการข้อมูลแก่ลูกค้าในสื่อที่หลากหลายได้ครบถ้วน

ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจ	ลักษณะผลิตภัณฑ์หลัก
สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย	บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) ผู้ผลิตและจำหน่าย : หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ : หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวันภาษาไทย ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย : นักธุรกิจ นักธุรกิจรุ่นใหม่ นักวิชาการ ข้าราชการ นักการตลาด นิสิต นักศึกษา และ ประชาชนที่มีการศึกษาาระดับกลาง ถึง ระดับสูง
สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย	บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM) ผู้ผลิตและจำหน่าย : หนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก : หนังสือพิมพ์ข่าวทั่วไปรายวันภาษาไทย นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ : นิตยสารวิเคราะห์ข่าวทั่วไปรายสัปดาห์ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย : ประชาชนทั่วไป
สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ	บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN) ผู้ผลิตและจำหน่าย : หนังสือพิมพ์ The Nation : หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ นิตยสาร Nation Junior : นิตยสารเพื่อการเรียนรู้ภาษาอังกฤษสำหรับเด็กและเยาวชนรายปี



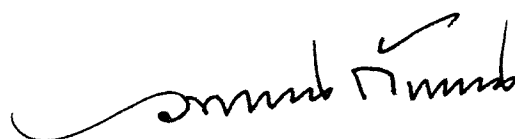
สายธุรกิจ	ลักษณะผลิตภัณฑ์หลัก
	Asia News Network : โครงการความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และภาพข่าวระหว่างหนังสือพิมพ์ภายในภูมิภาคเอเชีย รวม 21 ฉบับ ใน 18 ประเทศ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย : คนไทยที่ติดตามความเคลื่อนไหวของการเมืองและเศรษฐกิจ รวมทั้งชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย, กลุ่มวัยรุ่น และนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา กลุ่มคนทำงานที่ต้องการความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำไปใช้ประโยชน์กับหน้าที่การงานหรือชีวิตประจำวัน
สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง	บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ : - สถานีข่าว Nation Channel : เป็นสถานีข่าว 24 ชั่วโมง เน้นเสนอรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับข่าวสารสาระความรู้ - Mango TV : สถานีบันเทิงสายพันธุ์ใหม่ 24 ชั่วโมงแห่งแรกของประเทศ แพร่ภาพรายการผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ เคเบิลทีวีท้องถิ่น ทีวีดาวเทียม เว็บไซต์ หน้าจอรถไฟฟ้าบีทีเอส และโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีรายได้หลักจากการขายเวลาโฆษณา รับจ้างผลิตรายการ และค่าเช่าเวลา - รายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี : ดำเนินธุรกิจร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทรายการข่าวและสาระความรู้กับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีช่องต่างๆ โดยมีรายได้จากส่วนแบ่งการขายเวลาโฆษณา และการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการในรายการ - ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจในการร่วมผลิตรายการวิทยุและผลิตข่าวสั้นคันชั่วโมงออกอากาศทางสถานี FM 90.5 MHz และ FM 102.0 MHz - ร่วมกับบริษัทและพันธมิตรนำเนื้อหามาดัดแปลงเป็นผลิตภัณฑ์และบริการ ข่าวสาร เพื่อเผยแพร่ ผ่านสื่อรูปแบบใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และ e-reader ธุรกิจต่อเนื่อง : การผลิตและจำหน่ายVCD และ DVD, การจัดอบรมสัมมนา การจัดงานเที่ยว, การจัดกิจกรรมพิเศษ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย : ประชาชนทั่วไป
สายธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศ	บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) - ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์โดยผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือฟ็อกเก็ตบุ๊กส์ ที่ได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นกลุ่มผู้อ่านที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป - เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ต่างประเทศและนิตยสารต่างประเทศ ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นนักธุรกิจทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และกลุ่มนักศึกษา - เป็นตัวแทนขายสมาชิกและขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ที่พิมพ์ในประเทศไทย รับจ้างพิมพ์หนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia และ The Yomiuri Shimbun รวมถึงรับจัดส่งหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศอีกหลายฉบับด้วย



สายธุรกิจ	ลักษณะผลิตภัณฑ์หลัก
	บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) - ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์โดยผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนเพื่อการศึกษา และบันเทิง สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่เป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี โดยมุ่งเน้นหนังสือการ์ตูนยอดนิยมนิยมนที่ได้รับความนิยมจากสำนักพิมพ์ชั้นนำทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลี ฯ รวมทั้งการ์ตูนความรู้และวรรณกรรมเยาวชนต่างๆ บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE) - ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์โดยผลิต นำเข้า และจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนเพื่อการศึกษา บันเทิง และการเสริมทักษะ สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่เป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี ส่วนใหญ่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากกลุ่มประเทศแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย - รับจัดจำหน่ายหนังสือให้แก่ NED
สายธุรกิจด้านการพิมพ์	บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) - ดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์หนังสือพิมพ์ โดยการพิมพ์หลักจะรับพิมพ์หนังสือพิมพ์ของเครือ เนชั่น กรุ๊ป ได้แก่ หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก, กรุงเทพธุรกิจ, The Nation หนังสือรายปักษ์และรายสัปดาห์ - เนชั่นจูเนียร์และเนชั่นสุดสัปดาห์ และแบบการเรียนการสอนจากลูกค้าภายนอกอย่างเช่น อักษรเจริญทัศน์ รวมทั้งหนังสือพิมพ์ต่างประเทศได้แก่ The Wall Street Journal Asia และ Yomiuri Shimbun บริษัท เนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส จำกัด (NPS) - ดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์ที่เน้นด้านคุณภาพและปริมาณสูง โดยแบ่งลูกค้าเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ บริษัทในเครือเนชั่นเป็นงานพิมพ์ประเภทงานการ์ด, พ็อคเก็ตบุ๊ก และสิ่งพิมพ์โฆษณา และลูกค้าภายนอก ซึ่งเป็นงานพิมพ์ประเภทนิตยสาร, วารสาร, แคตตาล็อก และโบรชัวร์ โดยลูกค้าหลักในปัจจุบัน ได้แก่ บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ จำกัด, บริษัท เอ็ม ไอ ดับบลิว กรุ๊ป จำกัด และ บริษัท แฟมิลี่อินสวาว จำกัด
สายธุรกิจด้านการขนส่ง	บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด (NML) ดำเนินธุรกิจรับจ้างขนส่งสินค้า (Logistic) ได้แก่ขนส่งหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ เพื่อให้บริการลูกค้าในกลุ่ม เนชั่นกรุ๊ป และรองรับสายงานหลักในการจัดส่งหนังสือพิมพ์ ในเครือได้แก่ คมชัดลึก, กรุงเทพธุรกิจ, The Nation , The Wall Street Journal Asia และ Yomiuri Shimbun ทั้งในเขตกรุงเทพฯ-ปริมณฑล และต่างจังหวัดทั่วประเทศ รวมทั้งการรับงานบริการขนส่งให้กับลูกค้าภายนอกทั่วไป

4.1 - 4.3 สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ข่าวทั่วไปภาษาไทย และข่าวภาษาอังกฤษ

โดยรายได้หลักของสายธุรกิจกลุ่มนี้ มาจาก 2 ทาง ได้แก่ รายได้จากโฆษณาประมาณร้อยละ 46 และรายได้จากการจำหน่ายหนังสือประมาณร้อยละ 18 โดยรายได้ของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 64 ของรายได้รวมทั้งกลุ่ม และมีค่าใช้จ่ายหลักดังต่อไปนี้



- ค่าพิมพ์ร้อยละ 18 ซึ่งจ้างบริษัทย่อย คือ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) เป็นผู้รับจ้างพิมพ์
- ค่ากระดาษร้อยละ 18
- ค่าใช้จ่ายเงินเดือน ค่าเรื่อง ค่าข่าวของกองบรรณาธิการร้อยละ 15

1. กลยุทธ์ทางการตลาด

เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วยสื่อหลายประเภท ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งมีทั้งหนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสารรายสัปดาห์ ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ซึ่งสามารถครอบคลุมลูกค้าได้ทุกกลุ่ม และเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าซึ่งถือเป็นจุดที่ได้เปรียบคู่แข่ง

1.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

1) คุณภาพข่าวและการพิมพ์ บริษัทฯนำเสนอข่าวแบบฉบับไว ถูกต้องเที่ยงตรง กล่าวเสนอความจริง วิเคราะห์เจาะลึกและมีความเป็นกลาง รวมทั้งการเสนอข่าวที่สร้างสรรค์เป็นประโยชน์และสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของประชาชนด้านคุณภาพในการพิมพ์ บริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพงานพิมพ์ คมชัด สีสวยไม่ผิดเพี้ยน การวาง Lay Out และรูปแบบหนังสือให้สวยงาม เพื่อให้ผู้อ่านรู้สึกสบายตา อ่านง่าย ส่งผลต่อโฆษณาของลูกค้าที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์และนิตยสารของบริษัท

2) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ซึ่งครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทุกประเภท เพื่อเป็นการขยายฐานรายได้ โดยแต่ละผลิตภัณฑ์จะมีแนวเนื้อหาการนำเสนอ และมุ่งกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน เนื่องจากกลุ่มคนอ่านมีความหลากหลาย ทั้งเพศ วัย ชนชั้นทางสังคม และรายได้ บริษัทจึงมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อสามารถตอบสนองและเข้าถึงลูกค้าแต่ละกลุ่ม ได้แก่

- หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มุ่งเน้นกลุ่มตลาดในแวดวงนักธุรกิจ นักลงทุน
- หนังสือพิมพ์คมชัดลึก เป็นหนังสือพิมพ์รายวันที่เน้นจุดเด่นในด้านความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ โดย

นำเสนอข่าวด้วยความรับผิดชอบต่องสังคม เหมาะสำหรับผู้คนในครอบครัว

- นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ เป็นนิตยสารข่าวรายสัปดาห์ที่อัดแน่นไปด้วยเนื้อหา และประเด็นข่าวที่น่าสนใจ เหมาะกับครอบครัว และแทรกเรื่องเบาๆ วรรณกรรมต่างๆ

- The Nation มุ่งมั่นในการนำเสนอข่าวที่ถูกต้องและหลากหลายในทุกๆด้าน ทั้งเศรษฐกิจ และสถานการณ์บ้านเมือง จึงเหมาะกับประชาชนทั่วไป และชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย

- Nation Junior นิตยสารภาษาอังกฤษที่ตอบสนองความต้องการของวัยรุ่น ที่ช่วยให้ภาษาอังกฤษเป็นเรื่องง่ายๆ ในชีวิตประจำวัน

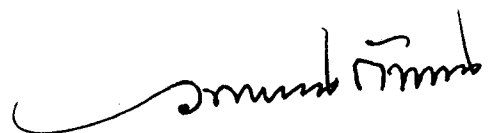
1.2 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย

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

1.3 กลยุทธ์ด้านราคา

ด้านโฆษณา

1) กลยุทธ์การขายในรูปแบบของ “Combined” จากการที่กลุ่มบริษัทมีสิ่งพิมพ์ที่หลากหลายครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่ม ทั้งสื่อหนังสือพิมพ์รายวันและรายสัปดาห์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวม 5 ฉบับ ได้แก่ กรุงเทพธุรกิจ, The Nation , คม ชัด ลึก เนชั่นสุดสัปดาห์ และ Nation Junior ดังนั้นจึงเป็นข้อเสนอที่เป็นจุดแข็งสำหรับลูกค้าในการเลือกโฆษณา 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 SMS MMS และกิจกรรมพิเศษ มาผสมผสานสร้างคุณค่า (VAS : Value Added Service) ตามความเหมาะสมและความต้องการของลูกค้าในราคาพิเศษและประหยัดกว่าราคาของการโฆษณาแยกสื่อมา

ด้านการจำหน่ายสิ่งพิมพ์

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

1.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

กลยุทธ์การส่งเสริมการขายของกลุ่มบริษัท แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) การส่งเสริมการขายตามผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท กลุ่มบริษัทมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี แต่ละผลิตภัณฑ์จะมีการส่งเสริมการขายของตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไปตามกิจกรรม เช่น เพื่อเพิ่มยอดขายไม่จำเป็นการขายโฆษณา หรือสิ่งพิมพ์ หรือทั้ง 2 ส่วนร่วมกัน หรือมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ากลุ่มต่างๆ หรือเพื่อตอบแทนสินค้าที่ลูกค้าไปซื้อและผู้อ่านและผู้ลงโฆษณา ทั้งนี้แล้วแต่ความเหมาะสม เช่น คมชัดลึก Award จุดประกายคอนเสิร์ตของกรุงเทพธุรกิจ , Nation Hole in One เป็นต้น

2) การส่งเสริมการขายในลักษณะสหพันธ์สื่อ (Total Media Solution) เนื่องจากกลุ่มบริษัทดำเนินธุรกิจสื่อครบวงจร และเป็นกลุ่มบริษัทที่มีสื่อมากที่สุดในประเทศ จึงสามารถสร้างความได้เปรียบในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ โดยการนำสื่อหลายๆ สื่อมาทำกิจกรรมส่งเสริมการขายพร้อมกัน เช่น Green Academy Forum เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้รู้จักผลิตภัณฑ์ในเครือของบริษัท รวมทั้งรู้จักบริษัท จุดยืนและความน่าเชื่อถือในฐานะบริษัทสื่ออีกด้วย

2. การขายโฆษณาและช่องทางการจำหน่าย

การขายโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ของกลุ่มบริษัทฯ แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. การโฆษณาให้ลูกค้าโดยตรง (Direct Customers) เป็นการติดต่อโดยตรงระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้า ผู้เป็นเจ้าของสินค้าที่มีความสนใจที่จะลงโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ

2. การจำหน่ายสื่อโฆษณาผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) เป็นการติดต่อระหว่างบริษัทฯ กับบริษัทตัวแทนโฆษณาโดยบริษัทตัวแทนโฆษณาจะเป็นผู้เสนอจัดสรรและวางแผนการใช้สื่อโฆษณาของลูกค้าผู้เป็นเจ้าของสินค้า บริษัทตัวแทนโฆษณาดังกล่าวเป็นบริษัททั่วไปในธุรกิจโฆษณาซึ่งมีผู้เป็นจำนวนมาก บริษัทไม่มีการทำสัญญาผูกมัดใดๆ และกับบริษัทใดๆ รวมถึงไม่มีลูกค้ารายใหญ่ที่มีมูลค่ารายการเกินร้อยละ 30 ของรายได้โฆษณาของบริษัท

ตารางแสดงสัดส่วนการจำหน่ายสื่อโฆษณาของบริษัทผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ในปี 2553

ช่องทางการจัดจำหน่ายโฆษณา	สัดส่วนการจำหน่าย (หน่วย : ร้อยละ)
การจัดจำหน่ายโดยตรง (Direct Customer)	53%
การจัดจำหน่ายผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency)	47 %
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 , KTC ,KBANK, BAY, SCB เป็นต้น
- การจำหน่ายสิ่งพิมพ์ให้แก่ลูกค้าสถาบัน โรงแรม สายการบิน โรงเรียน เป็นการขายในปริมาณมากตามที่ตกลงกัน โดยไม่มีการรับคืน

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

ตารางแสดงสัดส่วนการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ของบริษัทผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ในปี 2553

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

3. ลักษณะของลูกค้า แบ่งเป็นกลุ่มผู้อ่าน และกลุ่มผู้ลงโฆษณา

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ เป็นลูกค้าระดับกลางถึงระดับสูงที่มีความสนใจในข่าวสาร ซึ่งส่วนใหญ่มีพื้นฐานการศึกษาในระดับอุดมศึกษาขึ้นไป นักธุรกิจ ข้าราชการระดับสูง โดยลูกค้าส่วนใหญ่บอกรับเป็นสมาชิกรายปี กลุ่มผู้ลงโฆษณาส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสินค้าบริการที่มีราคาขายระดับกลางถึงระดับสูง เช่น ธุรกิจการเงินการธนาคาร อสังหาริมทรัพย์ บ้านจัดสรร รถยนต์ อุปกรณ์ไอที ธุรกิจการสื่อสาร โทรคมนาคม หรือ อุตสาหกรรมเวชภัณฑ์สมุนไพร 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 เป็นสินค้า



คุณภาพดี ราคาสูง เป็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะเจาะจง เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจขายอสังหาริมทรัพย์ หรือ สินค้าและบริการ Brand Name ต่างๆ เป็นต้น

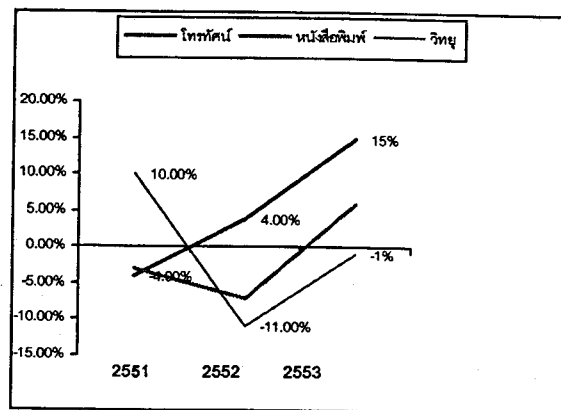
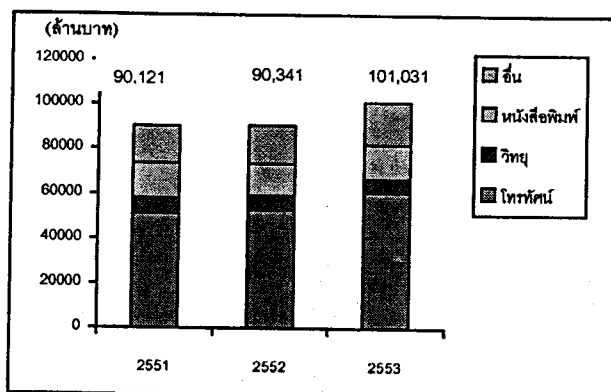
4. การแข่งขัน

ภาวะการแข่งขันโดยรวม

ภาพรวมเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวตั้งแต่ปลายปี 2552 แต่ได้ชะลอตัวในช่วงไตรมาส 2 จากเหตุการณ์ทางการเมืองในประเทศ และเริ่มกลับมาขยายตัวต่อเนื่องหลังจากเหตุการณ์สงบลง รวมถึงผลจากการเร่งทำการตลาดของภาคธุรกิจในมหกรรมการแข่งขันฟุตบอลโลก 2010 ในช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม ทำให้ตลาดโฆษณากลับมาคึกคัก ส่งผลให้ทิศทางการเติบโตของธุรกิจโฆษณาปรับตัวดีขึ้นกว่าปี 2552

ปี 2553 มีค่าใช้จ่ายของการโฆษณาทั้งระบบเท่ากับ 101,031 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12% หรือ 10,690 ล้านบาท จากปี 2552 ที่มีมูลค่าเท่ากับ 90,341 ล้านบาท

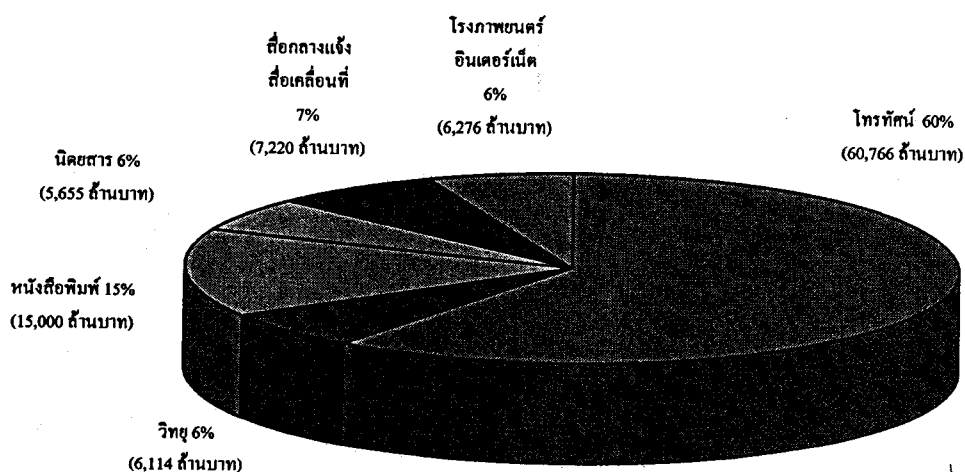
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาทั้งระบบ และอัตราการเติบโตภายในระยะเวลา 3 ปี สำหรับปี 2551-ปี 2553



ค่าใช้จ่ายโฆษณา

อัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมโฆษณา
ที่มา : นีลสัน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย)

ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาแยกตามสื่อในปี 2553 มูลค่า 101,031 ล้านบาท



(Signature)

จากข้อมูลของนิลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) พบว่าอุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2553 มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 101,031 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 12 % โดยผู้ประกอบการมีการเลือกใช้สื่อที่มีการให้บริการแบบครบวงจรในราคาที่ไม่สูงมากนัก และสื่อเหล่านั้นจะต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสื่อสิ่งพิมพ์มีมูลค่าโฆษณาในปี 2553 เท่ากับ 15,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 15 ของค่าใช้จ่ายโฆษณาทั้งหมด โดยเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับสองรองจากสื่อโทรทัศน์ โดยปีที่ผ่านมาอัตราการเติบโต เพิ่มขึ้น 6 %

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

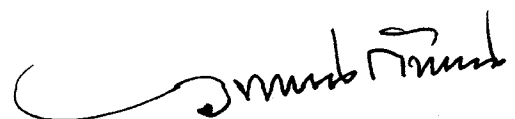
ปัจจัยหนุนที่ทำให้อุตสาหกรรมโฆษณากลับมาเติบโต คือ การแข่งขันฟุตบอลโลก ถึงแม้จะมีการชะลอการใช้งบโฆษณาและการตลาด ในช่วงที่เกิดการชุมนุมทางการเมืองในเดือนมี.ค.-พ.ค. 2553 แต่หลังสถานการณ์การเมืองสงบ ภาคธุรกิจเร่งวางแผนขยายกิจกรรมทางการตลาด รวมถึงการเพิ่มงบการโฆษณาเพื่อกระตุ้นกำลังซื้อที่มีในช่วงต้นปีให้ต่อเนื่อง รวมทั้งในช่วงปลายปี ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตสินค้าและบริการต่างๆ เร่งกระตุ้นยอดขาย เพราะเป็นช่วงไฮซีซั่น ที่ตรงกับเทศกาลสำคัญ ผู้บริโภคจึงมักมีการจับจ่ายสูงกว่าช่วงปกติ ทำให้ภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณาเติบโตสูงขึ้น

ส่วนภาพรวมในปี 2554 คาดว่าน่าจะมีอัตราการเติบโตเท่ากับปี 2553 หรือเติบโตประมาณ 11-12% ประกอบกับมีปัจจัยบวกหลายด้าน โดยเฉพาะการเลือกตั้งที่กำลังจะมาถึง ซึ่งไม่สามารถคาดได้ว่าจะมีเม็ดเงินมากน้อยเพียงใด และถ้าไม่มีเหตุการณ์รุนแรงหลังจากการเลือกตั้ง เชื่อว่าจะทำให้ตลาดมีอัตราการเติบโตที่ต่อเนื่อง รวมถึงแนวโน้มการฟื้นตัวของภาคส่งออก การท่องเที่ยว โดยเฉพาะตลาดในประเทศ การขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ ธุรกิจสังหาริมทรัพย์ และค้าปลีก กลุ่มดิสเคาท์ สโตร์ จากปัจจัยการซื้อกิจการคาร์ฟูร์ ของบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ส่งผลให้ธุรกิจนี้มีการแข่งขันด้านการตลาดอย่างคึกคักในปี 2554

การเติบโตในกลุ่มสื่อหลักยังคงเป็นโทรทัศน์ เพราะสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคในวงกว้าง แต่ด้วยข้อจำกัดด้านเวลาโฆษณาและราคาที่ค่อนข้างสูง จะทำให้มีเม็ดเงินโฆษณาไหลไปยังสื่อใหม่ สื่อดิจิทัลมีเดีย รวมทั้งสื่อในกลุ่มเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียม เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ และได้รับการยอมรับจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ และเอเจนซี่โฆษณา ว่ามีราคาถูกกว่าสื่อฟรีทีวี และยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงกว่า

สำหรับปี 2554 (ข้อมูลจาก : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม) คาดว่าเศรษฐกิจโดยรวมมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง โดยภาครัฐคาดว่าอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) น่าจะขยายตัว 5.5% - 6.5% เนื่องจากมีปัจจัยบวกทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยการบริโภคและลงทุนของภาคเอกชนตลอดจนการส่งออกที่ยังคงมีแนวโน้มขยายตัว ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยสนับสนุนการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม

ทั้งนี้ปัจจัยเสี่ยงของอุตสาหกรรมโฆษณาก็คือ ปัญหาเสถียรภาพทางการเมือง แม้ว่ารัฐบาลในปัจจุบันมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจทำให้มีเม็ดเงินหมุนเวียนอยู่ในระบบ แต่หากมีการยุบสภาหรือมีความเคลื่อนไหวทางการเมืองเกิดขึ้นเหมือนปีที่ผ่านมา จะทำให้การดำเนินงานตามโครงการอาจจะสะดุด และมีผลต่อเศรษฐกิจ รวมถึงความมั่นใจในการลงทุนของภาคเอกชน ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความเปราะบาง ผลกระทบจากความผันผวนของค่าเงินบาท และราคาน้ำมันในตลาดโลกที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ประกอบกับการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ จึงส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ซึ่งปัญหาเหล่านี้ผู้ประกอบการมักจะมีการปรับตัว และมีการวางแผนรับมือไว้แล้ว เพื่อให้บริษัทอยู่รอด ปลอดภัย และยังคงอยู่ในตลาดได้



สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม โดยพิจารณาตามประเภทสายธุรกิจดังนี้

สายธุรกิจด้านข่าว ธุรกิจภาษาไทย	หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวัน : กรุงเทพธุรกิจ ถือเป็นผู้นำของกลุ่มหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวันโดยมีส่วนแบ่งตลาดด้านพื้นที่โฆษณา (คอลัมน์นี้) ประมาณร้อยละ 63 อย่างไรก็ตามในตลาดยังมีหนังสือพิมพ์ประเภทเดียวกัน คือ Post Today โดยมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 26 และASTV ผู้จัดการรายวันเฉลี่ยประมาณร้อยละ 11
สายธุรกิจด้านข่าว การบ้านการเมือง ทั่วไปภาษาไทย	หนังสือพิมพ์รายวันทั่วไป : คมชัดลึก คมชัดลึกมีส่วนแบ่งการตลาดทางด้านพื้นที่โฆษณาประมาณร้อยละ 20 ในขณะที่ไทยรัฐ และเดลินิวส์ มีส่วนแบ่งการตลาดด้านพื้นที่โฆษณาประมาณร้อยละ 60 และ 21 ตามลำดับ
สายธุรกิจด้านข่าว ภาษาอังกฤษ	หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ : The Nation มีคู่แข่งเพียงฉบับเดียวคือ Bangkok Post โดยผู้อ่านหนังสือพิมพ์กลุ่มนี้ค่อนข้างคงที่และจำกัด โดยส่วนใหญ่เป็นสมาชิกประจำ ปัจจุบัน The Nation มีส่วนแบ่งการตลาดด้านพื้นที่โฆษณา (คอลัมน์นี้) ประมาณ ร้อยละ 38 และ Bangkok Post ประมาณ ร้อยละ 62

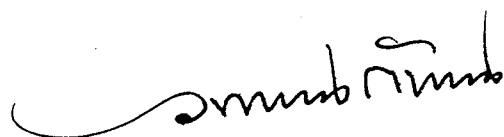
การผลิตหรือการจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

1. การผลิตหนังสือพิมพ์

	2551	2552	2553
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 คับบลิวทีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 84.50%) ซึ่งดำเนินธุรกิจโรงพิมพ์ การรับจ้างพิมพ์ ดังนั้นในส่วนของการผลิตเครื่องจักร วัตถุดิบจะกล่าวในส่วนของสายธุรกิจโรงพิมพ์

อย่างไรก็ตามวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตหนังสือพิมพ์ คือกระดาษหนังสือพิมพ์ (Newsprint) มีสัดส่วนประมาณ 70% ของมูลค่าวัตถุดิบรวม ซึ่งบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบดังกล่าวเอง ปัจจุบันบริษัทฯ สามารถสั่งซื้อได้ทั้งภายในประเทศ และนำเข้าจากต่างประเทศ โดยไม่มีข้อผูกพันกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะ แต่จะพิจารณาตามราคาขายที่แต่ละรายเสนอมา เพื่อให้ได้วัตถุดิบในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพที่ต้องการ



สภาพปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ (Newsprint)

จากข้อมูลในอดีตพบว่าราคากระดาษหนังสือพิมพ์จะมีการเปลี่ยนแปลงระดับราคาขึ้นลงไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับราคาเยื่อกระดาษ และปัจจัยที่มีผลได้แก่ราคาน้ำมัน โดยกระดาษหนังสือพิมพ์เป็นสินค้าประเภท Commodity ซึ่งมีราคาตลาดโลกอ้างอิง ทำให้สามารถเปรียบเทียบราคาจากผู้จำหน่ายแต่ละรายได้ ซึ่งในปี 2553 ภาวะการผลิต การนำเข้า การส่งออกกระดาษ และสิ่งพิมพ์ มีอัตราเพิ่มขึ้นจากปี 2552 เป็นผลมาจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ การเลือกตั้งซ่อมในหลายพื้นที่ของไทย และการแข่งขันฟุตบอลโลก 2010 ส่งผลให้กำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น ก่อให้เกิดประโยชน์โดยตรงกับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายที่ต้องการนำวัตถุดิบมาผลิตเพื่อบริโภคมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม หากในบางช่วงที่ราคากระดาษ Newsprint เริ่มปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน ทำให้บริษัทต้องยืดหยุ่นนโยบายในการสั่งซื้อกระดาษตามความเหมาะสมของสถานการณ์ ทั้งนี้ บริษัทจะพิจารณาเลือกซื้อวัตถุดิบจากแหล่งต่างๆ โดยการเปรียบเทียบราคา เปรียบเทียบราคา และพิจารณาเงื่อนไขการจัดส่งที่เกี่ยวข้อง

อย่างไรก็ตามเพื่อเป็นการสำรองวัตถุดิบในการผลิต บริษัทฯ ได้ซื้อวัตถุดิบทั้งในประเทศและต่างประเทศ และเพื่อเป็นการถ่วงดุลอำนาจการต่อรองของผู้ผลิตวัตถุดิบแต่ละราย โดยส่วนใหญ่บริษัทจะสั่งซื้อเป็นการล่วงหน้าประมาณ 3-4 เดือน ยกเว้นกรณีที่สามารถพยากรณ์ได้ว่าแนวโน้มราคาจะสูงขึ้นบริษัทจะสำรองสั่งซื้อกระดาษเพิ่มขึ้นเพื่อลดผลกระทบด้านราคา

สำหรับต้นทุนกระดาษที่นำเข้าเป็นเงินตราต่างประเทศ บริษัทฯ ได้มีนโยบายป้องกันความเสี่ยงโดยการทำ Forward Contract ไว้ล่วงหน้าตามแผนการสั่งซื้อในแต่ละปี ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ หมึกพิมพ์ เพลท ฟิล์ม และน้ำยาต่างๆ ซึ่งมีสัดส่วนรวมประมาณ 25% ของมูลค่ารวมของวัตถุดิบ ในปี 2553 บริษัทฯ ได้สั่งซื้อจากบริษัทตัวแทนในประเทศทั้งหมดเพราะมีผู้ขายเป็นจำนวนมาก

2. การผลิตข่าว (Content)

ทรัพยากรที่สำคัญสำหรับการผลิตหนังสือพิมพ์คือ เนื้อหาข่าว (Contents) ซึ่งการได้มาซึ่งเนื้อหาข่าวนั้นจะต้องประกอบด้วยขั้นตอนการผลิตข่าวที่เป็นระบบและการทำงานเป็นทีมของกองบรรณาธิการข่าว รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรในการจัดทำ และนำเสนอข่าวซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการทำสื่อ ดังนั้นจึงได้มีการอบรมพัฒนาบุคลากร อย่างต่อเนื่อง โดยสามารถทำงานเป็นทีมทดแทนกันได้ เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากรซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ปัจจุบันบุคลากรในกองบรรณาธิการของ The Nation กรุงเทพมหานคร, คม ชัด ลึก ประกอบด้วยผู้สื่อข่าว ผู้เขียนข่าว บรรณาธิการข่าว Sub-Editor รวมทั้งหมด 366 คน และมีส่วนงานศูนย์กลางที่มีทั้ง ฝ่ายข่าว ทำหน้าที่เป็นตัวแทนทำข่าว โดยข้อมูลข่าวที่ได้จะเก็บไว้ในดังข่าว IES (Integrated Editorial System) ซึ่งเมื่อแต่ละทีมกองบรรณาธิการต้องการข้อมูลในการทำข่าว ก็สามารถมาดูได้จากดังข่าว IES จึงเป็นการใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด



4.4 สายธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียง ดำเนินงานโดย บมจ. เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น (NBC)

1. สื่อโทรทัศน์

บริษัทฯ เป็นผู้จัดหาและผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวและสาระความรู้ในรูปแบบต่างๆ เพื่อแพร่ภาพผ่านสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีช่องต่างๆ และโทรทัศน์ประเภทบอกรับสมาชิก เช่น เคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้นำทรัพยากร อาทิเช่น ข้อมูลข่าวและภาพข่าว คุณภาพบุคลากรทีมข่าว มาต่อยอดขยายธุรกิจไปยังธุรกิจเกี่ยวเนื่องต่างๆ

ภาพรวมของอุตสาหกรรมและภาวะการแข่งขัน

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจจัดหาและผลิตข้อมูลข่าวสาร (Content Provider) เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อประเภทต่างๆ อันได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อรูปแบบใหม่ บริษัทฯ จึงแบ่งลักษณะการประกอบธุรกิจเป็น 3 กลุ่ม ให้สอดคล้องกับประเภทของธุรกิจ คือ ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ ธุรกิจสื่อวิทยุ และธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

การกระจายเม็ดเงินโฆษณาของผู้ประกอบการสินค้าและบริการ มักพิจารณาจากพฤติกรรมและแนวโน้มการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคในท้องตลาด ซึ่งภาพรวมเศรษฐกิจของไทยได้เริ่มฟื้นตัวตั้งแต่ปลายปี 2552 แต่ได้ชะลอตัวลงในช่วงไตรมาส 2 ที่ผ่านมาจากเหตุการณ์ทางการเมืองในประเทศ และเริ่มกลับมาขยายตัวต่อเนื่องหลังจากเหตุการณ์สงบลง รวมถึงผลจากการเร่งทำการตลาดของภาคธุรกิจในมหกรรมการแข่งขันฟุตบอลโลก 2010 ช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคมที่ผ่านมา ทำให้ตลาดโฆษณากลับมาคึกคักอีกครั้ง

จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์ว่าธุรกิจโฆษณาสำหรับสื่อทีวีปี 2554 จะมีเม็ดเงินหมุนเวียนไม่ต่ำกว่า 97,000 ล้านบาท หรือ ขยายตัวได้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 7.5 จากปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นการขยายตัวที่ต่อเนื่องจากช่วงที่ผ่านมาของปี 2553 โดยมีปัจจัยหนุนจากภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวต่อเนื่อง การจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคที่เริ่มปรับตัวเพิ่มขึ้น ภาคธุรกิจจึงต่างเร่งวางแผนขยายกิจกรรมทางการตลาด รวมถึงการเพิ่มงบการโฆษณาเพื่อกระตุ้นกำลังซื้อที่มีให้ต่อเนื่อง อีกทั้ง ปกติแล้วในช่วงปลายปีมักเป็นช่วงที่ผู้ประกอบการผู้ผลิตสินค้าและบริการต่างเร่งกระตุ้นยอดขาย เพราะเป็นช่วงไฮซีซั่น ที่ตรงกับเทศกาลสำคัญ ซึ่งผู้บริโภคมีการจับจ่ายสูงกว่าช่วงปกติ

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1.) สถานีข่าว Nation Channel

บริษัทฯ ก่อตั้งสถานีข่าว 24 ชั่วโมงแห่งแรกของประเทศ ภายใต้ชื่อ Nation Channel ในปี 2543 โดยบริษัทฯ เป็นผู้บริหารจัดการ รวมทั้งเป็นผู้ดำเนินการผลิตและจัดหารายการ ขยายเวลาโฆษณา ให้เช่าเวลาออกอากาศ และแพร่ภาพรายการโทรทัศน์ของสถานีข่าว Nation Channel ผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ เคเบิลทีวีท้องถิ่น ทีวีดาวเทียม เว็บไซต์ ทรูโฟฟฟ้าบีทีเอส และโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีรายได้หลักจากการขายเวลาโฆษณา รับจ้างผลิตรายการ ผลิตสารคดีสั้น และค่าเช่าเวลา

ฝั่งสัดส่วนรายการของสถานีข่าว Nation Channel

ตารางสัดส่วนรายการของสถานีโทรทัศน์ Nation Channel ปี 2553 และ ปี 2552

สัดส่วนรายการ	ปี 2553 (%)	ปี 2552 (%)
ผลิตเอง	74%	64%
พันธมิตร	5%	9%
ให้เช่า	21%	27%
รวมทั้งสิ้น	100%	100%



2.) สถานีโทรทัศน์ Mango TV

วันที่ 12 มิถุนายน 2553 บริษัทฯ ก่อตั้งสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมและบันเทิงสายพันธุ์ใหม่ 24 ชั่วโมงแห่งแรกของประเทศไทย ภายใต้ชื่อ Mango TV โดยบริษัทฯ เป็นผู้บริหารงาน รวมทั้งเป็นผู้ดำเนินการผลิตและจัดหารายการ ขยายเวลาโฆษณาให้เข้าเวลาออกอากาศ และแพร่ภาพรายการโทรทัศน์ของสถานี Mango TV ผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ เคเบิลทีวีท้องถิ่น ทีวีดาวเทียม เว็บไซต์ หน้าจอรถไฟฟ้ามหานคร และโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีรายได้หลักจากการขยายเวลาโฆษณา รับจ้างผลิตรายการ และค่าเช่าเวลา

2.1) สัดส่วนรายการและผังรายการของสถานีข่าวบันเทิง Mango TV

ด้วยความเป็นรายการใหม่ที่สอดคล้องกับตลาดรส หลากสไตล์ในสังคม บริษัทจึงแบ่งสัดส่วนให้ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นพันธมิตร (FOM) แต่ละแขนงมาดูแลเรื่อง Content ในแต่ละรายการร่วมกับทางบริษัท เพื่อให้เข้าถึงแก่นและมีความสอดคล้องกับแต่ละ Lifestyle

ภายใต้คอนเซ็ปต์ของความมีสีสัน สดใหม่ น่าเชื่อถือที่บ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ของช่องแมงโกทีวีจึงทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่อายุระหว่าง 20-40 ปีได้ สิ่งสำคัญที่ทำให้สถานีแมงโกทีวีสามารถแข่งขันในตลาดทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวีได้ ประกอบด้วย 5 ปัจจัยหลักคือ การรับชมได้หลายช่องทาง การมีพันธมิตรที่ดี การใช้ Social Network ให้เป็นประโยชน์ การมีเนื้อหาที่หลากหลาย และการได้มีอาชีพมาดูแล

ตารางสัดส่วนรายการของสถานีโทรทัศน์ข่าวบันเทิง Mango TV ปี 2553

สัดส่วน	ปี 2553
ผลิตเอง	ร้อยละ 50
พันธมิตร FOM	ร้อยละ 50

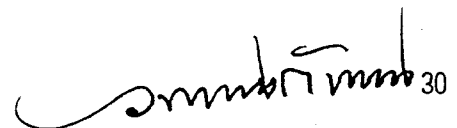
2.2) ช่องทางแพร่ภาพ

ช่องทางแพร่ภาพของสถานีโทรทัศน์ Mango TV ปัจจุบัน ณ 28 กุมภาพันธ์ 2554

ช่องทางแพร่ภาพออกอากาศ	พื้นที่ให้บริการ
1. เคเบิลทีวีท้องถิ่น	ทั่วประเทศไทย
2. ทีวีดาวเทียม PSI รุ่น O2 ระบบ C-Band ช่อง 12	ทั่วประเทศไทย และบางประเทศในทวีปเอเชีย
3. ทีวีดาวเทียม Infosat รุ่น Zimple ช่อง 8	ทั่วประเทศไทย และบางประเทศในทวีปเอเชีย
4. ทีวีดาวเทียม ไทยคม-5 ระบบ C-Band ความถี่ 3958 MHz	ทั่วประเทศไทย และบางประเทศในทวีปเอเชีย
5. ทีวีดาวเทียมจานเหลือง DTV ระบบ KU-Band ช่อง 34	ทั่วประเทศไทย และบางประเทศในทวีปเอเชีย
6. เว็บไซต์ www.mangotv.tv	ทั่วโลก
7. Application ผ่าน iPad และ iPhone	ทั่วโลก

3.) รายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทรายการข่าวและสาระความรู้กับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีช่องต่างๆ โดยมีรายได้จากส่วนแบ่งการขยายเวลาโฆษณา และการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการในรายการ

 30

รายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี ณ กุมภาพันธ์ 2554

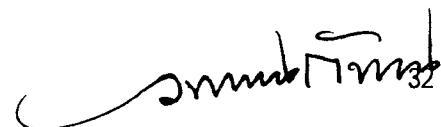
Channel	Program	Target/Detail	ON AIR
	“เรื่องเด่นเย็นนี้” โดยคุณธีระ ฐัญไพบูรณ์ คุณวรากรณ์ สมพงษ์	ประชาชนทั่วไป ที่ต้องการ รับรู้ข่าวสารประจำวันนั้นๆ เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่ กำลังจะเกิดขึ้น	MON - SUN (ยกเว้น TUE-THU) 17.30-18.30 น.
	“4-4-2 Weekendเยี่ยมยุทธ์ ฟุตบอล” โดย คุณนันทขว้าง สิริสุนทร	เจาะเบื้องลึก เบื้องหน้าและ หลังเกมการแข่งขันฟุตบอล ทั้งในและต่างประเทศ	SUN 01.00-01.30 น.
	“ข่าวข้นคนข่าว” คุณกนก รัตนวงศ์สกุล คุณธีระ ฐัญไพบูรณ์	ข่าว(สด)	MON - FRI 21.50-22.50 น.
	“เช้าข่าวข้น..คนข่าวเช้า” คุณกนก รัตนวงศ์สกุล คุณจอมขวัญ หลาวเพชร	ข่าว(สด)	MON-FRI 06.00 - 07.30 น.
	“อับกระแสดังโลก”	ข้อยข่าวต่างประเทศที่ใกล้ตัว ให้ประชาชนเข้าใจ	THU 21.00-22.00 น.
	“ฉีกกรอบคิดกับคนรุ่นใหม่”	เวทีระดมสมองของคนรุ่น ใหม่ แสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ สังคม	SUN 22.00-23.00 น.

4.) ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

จากการที่ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ของบริษัทฯ อันได้แก่ สถานีข่าว Nation Channel , Mango TV และรายการโทรทัศน์ต่างๆ ในสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี ประสบความสำเร็จได้รับความนิยมจากผู้ชม บริษัทฯ จึงมีนโยบายที่จะนำข้อได้เปรียบที่มีอยู่ทั้งด้าน เนื้อหาข้อมูล คุณภาพบุคลากร ความพร้อมของเครื่องมืออุปกรณ์ และชื่อเสียงของบริษัทฯ มาต่อยอดขยายธุรกิจไปยังธุรกิจที่ เกี่ยวเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทฯ โดยการนำเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมหรือข่าวเหตุการณ์ที่อยู่ ในความสนใจของกระแสสังคมมาสร้างสรรค์เป็นสินค้าหรือกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของ ผู้บริโภค และเพิ่มศักยภาพในการหารายได้ของบริษัทฯ รวมทั้ง ยังเป็นการสร้างเสริมชื่อเสียงและภาพลักษณ์อันดีของบริษัทฯ ให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้ชมและลูกค้าเป้าหมายได้กว้างขวางมากขึ้น โดยลักษณะสินค้า บริการ หรือกิจกรรมที่บริษัทฯ ได้ ดำเนินการ ณ ปัจจุบัน มีดังนี้



ลักษณะสินค้าหรือบริการ	รูปแบบ
การผลิตและจำหน่าย VCD และ DVD	- นำเทปบันทึกภาพรายการที่ได้รับความนิยมจากผู้ชม มาจัดทำเป็น VCD และ DVD จำหน่ายแก่ประชาชนทั่วไป ซึ่งรายการส่วนใหญ่ที่นำมาจัดทำจะเป็นรายการประเภทวไรตี้ ไลฟ์สไตล์ และรายการสารคดี โดยบริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายเองโดยตรงและมีการจัดจำหน่ายผ่านร้านหนังสือชั้นนำทั่วประเทศ และศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - ตัวอย่างของ VCD และ DVD ที่บริษัทฯ ผลิตในช่วงปี 2552 และ 2553 ได้แก่ การลงทุนทำอาร์ทเมนต์หอเพียง ชุด 7 บล็อกเกอร์มีอาชีพ (คุณก็เป็นได้) ชื่อนานานหัวมังกร (ย่านเขาวราช) จีพอร์โลกกับ สุทธิชัย หยุ่น ชุดมรดกโลก ตอน อู่อารยธรรมอิหร่าน กอล์ฟเอ็กซ์ชอตทริก ชุด 1 สารคดีแม่น้ำโขง อาร์ทเมนต์ไม้บานชุด 8 สารคดี ZEN 2010 จากสวนโมกข์สู่หมู่บ้านธรรม โดยคุณสุทธิชัย หยุ่น เป็นต้น
การจัดอบรมสัมมนา	บริษัทฯ ได้นำเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่แพร่ภาพทางสถานีข่าว Nation Channel ที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมในระดับสูง เหตุการณ์หรือสิ่งที่อยู่ในความสนใจของกระแสสังคม และข้อได้เปรียบของบริษัทฯ ที่มีบุคลากรข่าวที่มีประสบการณ์และความสามารถ มาจัดเป็นหลักสูตรการอบรมสัมมนาให้กับประชาชนทั่วไปที่สนใจ เช่น การอบรมเรื่อง “อาร์ทเมนต์ไม้บาน” การอบรมเรื่อง “สานฝันผู้ประกาศ” การอบรมเรื่อง “เพาะกล้าผู้ผลิตรายการ” เป็นต้น
การจัดนำเที่ยว	บริษัทฯ จัดกิจกรรมนำเที่ยวเพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้ชมที่ชื่นชอบและติดตามชมรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งประชาชนทั่วไปได้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวไปกับผู้ดำเนินรายการและทีมงานผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ ในลักษณะท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เชิงวิชาการ และศึกษาดูงานด้านธุรกิจการค้า โดยปี 2553 NBC ร่วมกับช่อง 9 ได้จัดนำเที่ยวทั้ง 12 เดือน ใน “โครงการตามรอยพระราชดำริ”
การจัดกิจกรรมพิเศษ	จากข้อได้เปรียบของบริษัทฯ ที่มีสื่อในการเผยแพร่ข้อมูลหลากหลายช่องทาง ประกอบกับความพร้อมด้านเครื่องมืออุปกรณ์และทีมงานผู้มีประสบการณ์ รวมถึง มีพันธมิตรทางธุรกิจที่แข็งแกร่งในหลากหลายธุรกิจ บริษัทฯ จึงมีบริการรับจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างครบวงจร และในทุกรูปแบบทั้งกิจกรรมเพื่อสังคม กิจกรรมสนับสนุนการ กิจกรรมวิชาการ ตั้งแต่การคิดสร้างสรรค์รูปแบบกิจกรรม ดำเนินการจัดกิจกรรมผลิตและเผยแพร่สื่อโฆษณา ซึ่งกิจกรรมพิเศษที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการในปี 2553 โครงการทบทวนความรู้สู่มหาวิทยาลัยกับมา มา ครั้งที่ 13 การแข่งขันบาสเกตบอลออลสตาร์ บาสเกตบอลออลสตาร์ชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 7 และโครงการแนะนำ ม.โหนดปี 53 เป็นต้น



การจัดการผลิตภัณฑ์และบริการ

1.) สถานีข่าว Nation Channel

รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศสถานีข่าว Nation Channel มีปัจจัยการผลิตหลัก ได้แก่ บุคลากร ฐานข้อมูลข่าว สถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ทั้งนี้ บริษัทฯ แบ่งรูปแบบการผลิตและจัดหารายการออก เป็น 3 ประเภท โดยมีสัดส่วนและรายละเอียดของรายการประเภทต่างๆ ซึ่งพิจารณาตามรูปแบบการผลิตและจัดหารายการเป็นดังนี้

สัดส่วนรายการประเภทต่างๆ โดยพิจารณาตามรูปแบบของการผลิตและจัดหารายการโดยบริษัทฯ

รูปแบบการผลิตรายการ	ปี 2553	ปี 2552
รายการที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตเอง	74%	64%
รายการที่บริษัทฯ ร่วมผลิตกับพันธมิตร	5%	9%
รายการที่ผู้เช่าเวลาเป็นผู้ผลิต	21%	27%

1.1 รายการที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตเอง

บริษัทฯ มีความพร้อมทั้งด้านบุคลากรและเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ทำให้ในปัจจุบัน บริษัทฯ มีสัดส่วนรายการที่ผลิตเองร้อยละ 74 ของเวลาการออกอากาศทั้งหมด ซึ่งแบ่งรูปแบบรายการเป็นดังนี้

1.1.1) รายการข่าวและรายการที่เกี่ยวข้องกับข่าว

ฝ่ายข่าวทำหน้าที่เป็นผู้จัดหาและผลิตข่าวทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม ต่างประเทศ บันเทิง ภูมิภาค เพื่อนำเสนอในรูปแบบต่างๆ เช่น รายการข่าว รายการสัมภาษณ์ข่าว รายการสนทนาและวิเคราะห์ข่าว เป็นต้น

1.1.2) รายการอื่นๆ

บริษัทฯ มีฝ่ายรายการทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทอื่นๆ ที่นอกเหนือจากรายการข่าวและรายการที่เกี่ยวข้องกับข่าว ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นรายการสาระความรู้ รายการวาไรตี้ไลฟ์สไตล์ และรายการสารคดีสั้นในเรื่องที่เป็นประโยชน์ (Filler) เช่น ห้องรับแขกของชาติ, ขั้วประชิด, ถัดเวลาพาเที่ยว เป็นต้น

1.2 รายการที่ร่วมผลิตกับผู้ผลิตภายนอก

บริษัทฯ มีการตกลงร่วมผลิตรายการกับพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นผู้ผลิตอิสระมืออาชีพ ซึ่งบริษัทฯ จะคัดเลือกบริษัทผู้ผลิตภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในวงการต่างๆ ทั้งนี้ รายการที่ร่วมผลิตกับผู้ผลิตภายนอกส่วนใหญ่เป็นรายการประเภทสาระความรู้และวาไรตี้ไลฟ์สไตล์ เช่น รายการรู้เรื่องรถกับพัฒนาเดช อยู่สบาย แบไต๋ไฮเทค เป็นต้น ปัจจุบันรายการที่ผลิตกับผู้ผลิตภายนอกมีสัดส่วนร้อยละ 5 ของเวลาในการออกอากาศทั้งหมด โดยบริษัทฯ สามารถมีส่วนร่วมในการวางแผนคิดของรายการ เพื่อให้รายการมีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่สอดคล้องกับนโยบายสถานี รวมถึงเป็นผู้พิจารณาตรวจสอบคุณภาพรายการก่อนนำแพร่ภาพออกอากาศต่อไป ทั้งนี้ รายการที่บริษัทฯ ร่วมผลิตกับผู้ผลิตภายนอกมีทั้งลักษณะการร่วมผลิตในลักษณะแบ่งเวลาโฆษณา (Time Sharing) ซึ่งจะแบ่งเวลาในการขายโฆษณาตามสัดส่วนที่ตกลงกัน และการร่วมผลิตในลักษณะแบ่งรายได้โฆษณา (Revenue Sharing) ที่จะนำรายได้ทั้งหมดที่ทั้งสองฝ่ายร่วมกันขายโฆษณา มาแบ่งกันตามสัดส่วนที่ตกลงกันไว้

1.3) รายการที่ให้ผู้ผลิตภายนอกเช่าเวลาออกอากาศ

เป็นรายการที่ผู้เช่าเวลาออกอากาศจ่ายค่าตอบแทนการเช่าเวลาให้กับบริษัทฯ ตามอัตราที่ตกลงกัน โดยผู้เช่าเวลาออกอากาศเป็นผู้ลงทุนและดำเนินการผลิต และขายเวลาโฆษณาของรายการนั้น และรับรายได้จากการขายโฆษณาดังกล่าวเองทั้งหมด ซึ่งปัจจุบัน รายการลักษณะดังกล่าวมีสัดส่วนร้อยละ 21 ของเวลาในการออกอากาศทั้งหมด ส่วนใหญ่จะเป็นรายการ



ประเภทสาระความรู้และวาไรตี้ โลฟิสไคด์ ออกอากาศในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ เช่น รายการฮอตไลน์สายสุขภาพ บุกวาไรตี้ บันทึกจากรอยล้อ มั่นนี้ทอล์ค โลกรถยนต์ เป็นต้น

2.) สถานีบันเทิงสายพันธุ์ใหม่ Mango TV

รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศสถานีบันเทิงสายพันธุ์ใหม่ Mango TV มีปัจจัยการผลิตหลัก ได้แก่ บุคลากร ฐานข้อมูลข่าว สถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ทั้งนี้ บริษัทฯ แบ่งรูปแบบการผลิตและจัดการรายการออก เป็น 2 ประเภท โดยมีสัดส่วนและรายละเอียดของรายการประเภทต่างๆ ซึ่งพิจารณาตามรูปแบบการผลิตและจัดหา เป็นดังนี้

สัดส่วนรายการประเภทต่างๆ โดยพิจารณาตามรูปแบบของการผลิตและจัดหาโดยบริษัทฯ

รูปแบบการผลิตรายการ	ปี 2553
รายการที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตเอง	ร้อยละ 50
รายการที่บริษัทฯ ร่วมผลิตกับพันธมิตร FOM	ร้อยละ 50

2.1) รายการที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตเอง

บริษัทฯ มีความพร้อมทั้งด้านบุคลากร และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ทำให้ในปัจจุบัน บริษัทฯ มีสัดส่วนรายการที่ผลิตเองร้อยละ 50 ของเวลาการออกอากาศทั้งหมด ซึ่งแบ่งรูปแบบรายการเป็นดังนี้

2.1.1) รายการข่าวบันเทิงและรายการที่เกี่ยวข้องกับข่าวบันเทิง

ฝ่ายข่าวทำหน้าที่เป็นผู้จัดหาและผลิตข่าวทั้งด้านศิลปะ วัฒนธรรม บันเทิง ภูมิภาค และ ต่างประเทศ เพื่อนำเสนอในรูปแบบต่างๆ เช่น รายการข่าว รายการสัมภาษณ์ข่าว รายการสนทนาและวิเคราะห์ข่าว เป็นต้น ปัจจุบัน บริษัทฯ มีบุคลากรฝ่ายข่าวและฝ่ายรายการโดยจำแนกสายงานการทำงานข่าวของบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 2 สายข่าว ได้แก่ ศิลปะ วัฒนธรรมบันเทิงในประเทศ และ ศิลปะ วัฒนธรรมบันเทิงต่างประเทศ ซึ่งจะมีบรรณาธิการข่าวแต่ละสายข่าวทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลงานข่าว ตั้งแต่กำหนดงานข่าวให้ผู้สื่อข่าวไปทำข่าวเพื่อนำมาผลิตออกอากาศ พิจารณาคัดเลือกข่าวที่มีคุณค่าน่าสนใจออกอากาศ และตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาข่าว โดยในแต่ละสายข่าว จะประกอบด้วยทีมข่าว ซึ่งประกอบด้วย ผู้สื่อข่าว ช่างภาพ และผู้ช่วยช่างภาพ

2.1.2) รายการอื่นๆ

บริษัทฯ มีฝ่ายรายการทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทอื่นๆ ที่นอกเหนือจากรายการข่าวและรายการที่เกี่ยวข้องกับข่าว ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นรายการสาระความรู้ รายการ วาไรตี้โลฟิสไคด์ เช่น Weekend Club เป็นต้น

2.2) รายการที่ร่วมผลิตกับผู้ผลิตภายนอก

บริษัทฯ มีการตกลงร่วมผลิตรายการกับพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นผู้ผลิตอิสระมืออาชีพหรือเรียกกันว่า Friend of Mango (FOM) ซึ่งบริษัทฯ จะคัดเลือกบริษัทผู้ผลิตภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในวงการต่างๆ ทั้งนี้ รายการที่ร่วมผลิตกับผู้ผลิตภายนอกส่วนใหญ่เป็นรายการประเภทสาระความรู้และวาไรตี้โลฟิสไคด์ เช่น Lisa Guru , Fukduk TV เป็นต้น ปัจจุบันรายการที่ผลิตกับผู้ผลิตภายนอกมีสัดส่วนร้อยละ 50 ของเวลาในการออกอากาศทั้งหมด โดยบริษัทฯ สามารถมีส่วนร่วมในการวางแนวคิดของรายการ เพื่อให้รายการมีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่สอดคล้องกับนโยบายสถานี รวมถึงเป็นผู้พิจารณาตรวจสอบคุณภาพรายการก่อนนำแพร่ภาพออกอากาศต่อไป ทั้งนี้ รายการที่บริษัทฯ ร่วมผลิตกับผู้ผลิตภายนอกมีทั้งลักษณะการร่วมผลิตในลักษณะแบ่งเวลาโฆษณา (Time Sharing)

3.) รายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี

ต้นทุนการผลิตหลักในการผลิตรายการโทรทัศน์ร่วมกันสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีช่องต่างๆ ได้แก่ เงินเดือนบุคลากรฝ่ายข่าว ค่าตอบแทนของผู้ดำเนินรายการ ค่าใช้จ่ายในการผลิต โดยมีขั้นตอนในการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนี้

การจัดหาสถานีโทรทัศน์และช่วงเวลาออกอากาศ บริษัทฯ ต้องนำเสนอรูปแบบรายการต่อสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีแต่ละแห่งเพื่อให้สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีพิจารณาอนุมัติทุกปี โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้



1. การคิดสร้างสรรค์รูปแบบรายการและนำเสนอต่อสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี

บริษัทฯ จะต้องรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับรายการด้านข่าวและสาระของสถานีโทรทัศน์ชั้นนำในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรับข่าวสารและความสนใจของผู้บริโภค มาทำการศึกษาวิเคราะห์และคิดสร้างสรรค์เป็นรายการที่มีแนวคิดหลักและรูปแบบการนำเสนอที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากรายการที่เผยแพร่อยู่ในปัจจุบัน ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและนโยบายด้านข่าวของสถานีโทรทัศน์เป้าหมาย โดยจัดทำเป็นข้อเสนอ (Proposal) เพื่อเสนอให้สถานีโทรทัศน์เป้าหมายพิจารณา

2. การพิจารณาของสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี

สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีแต่ละแห่งมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาแตกต่างกันไป โดยหลักเกณฑ์สำคัญสำหรับรายการใหม่ ได้แก่ รูปแบบรายการ แนวโน้มความนิยมรายการ ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมาของผู้ผลิตรายการ และสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีจะพิจารณาจากความนิยมรายการนั้นๆ ในช่วงเวลาที่ผ่านมาเป็นสำคัญ

3. รูปแบบการทำสัญญากับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี

สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีจะเป็นผู้กำหนดรูปแบบการทำสัญญาในการออกอากาศกับสถานีฟรีทีวี 2 รูปแบบ ดังนี้

- การแบ่งเวลาโฆษณาตามสถานีโทรทัศน์ (Time Sharing) บริษัทฯ ไม่ต้องชำระค่าเช่าเวลาแก่สถานีโทรทัศน์ แต่จะแบ่งเวลาในการขายโฆษณาตามสัดส่วนที่ตกลงกัน
- การเช่าเวลาออกอากาศจากสถานีโทรทัศน์ โดยบริษัทฯ ทำสัญญาเช่าเวลากับสถานีโทรทัศน์แบบปีต่อปี ชำระค่าเช่าและรับรายได้ค่าขายเวลาโฆษณาทั้งหมดเอง

4) ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

ปัจจัยหลักสำคัญของธุรกิจเกี่ยวเนื่อง คือ บุคลากร และการนำข้อได้เปรียบและจุดเด่นของบริษัทฯ มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยทีมงานจะนำสถานการณ์ข่าวสาร หรือกระแสความนิยมในเรื่องต่างๆ ที่อยู่ในความสนใจของกลุ่มผู้ชมประจำรายการของบริษัทฯ หรือสังคมโดยทั่วไป มาคิดสร้างสรรค์เป็นสินค้า บริการ หรือกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ที่จะก่อให้เกิดการนำข้อได้เปรียบและทรัพยากรที่บริษัทฯ มี เช่น ความพร้อมด้านข้อมูลข่าวสารและเครื่องมืออุปกรณ์ในฐานะสื่อสารมวลชน การมีผู้ดำเนินรายการที่มีความสามารถและชื่อเสียงเป็นที่นิยม การมีพันธมิตรในหลากหลายธุรกิจ เป็นต้น มาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด ซึ่งโดยส่วนใหญ่ บริษัทฯ จะดำเนินการว่าจ้างกลุ่มบุคคลหรือบริษัทภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาช่วยดำเนินงาน ขณะที่ทีมงานของบริษัทฯ จะเป็นผู้ควบคุมดูแลให้การดำเนินงานสำเร็จเป็นไปตามแผนงานและเป้าหมายที่วางไว้ นอกจากนี้ภายหลังจากเสร็จสิ้นโครงการ ทีมงานจะมีการประเมินผลสำเร็จของงาน พร้อมทั้ง รวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้าและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เพื่อนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาพัฒนาให้สินค้า บริการหรือกิจกรรมที่บริษัทฯ มีแผนงานจะดำเนินงานในอนาคตสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้อย่างสูงสุด

การตลาดและการแข่งขัน

1.) การตลาดภาพรวมอุตสาหกรรมและภาวะการแข่งขัน

ปัจจุบัน ประเทศไทยมีสถานีโทรทัศน์ที่ให้บริการแก่ผู้ชมทั่วประเทศโดยไม่เก็บค่าบริการ (Free TV) จำนวนทั้งหมด 6 สถานี ได้แก่ ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 ช่อง 11 ออกอากาศในระบบ VHF (Very High Frequency) และช่อง 3 ช่องทีพีเอส ออกอากาศในระบบ UHF (Ultra High Frequency) โดยทุกช่องมีพื้นที่ออกอากาศครอบคลุมทั่วประเทศ นอกจากนี้ ยังมีผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์แบบมีค่าใช้จ่ายในการรับชม (Pay TV) ได้แก่ บริษัท ทู วิชั่นส์ จำกัด (มหาชน) และผู้ประกอบการเคเบิลทีวีท้องถิ่น ซึ่งผู้ชมต้องเสียค่าใช้จ่ายในการรับชมในรูปแบบค่าสมาชิกรายเดือน รวมถึงผู้ประกอบการช่องทีวีดาวเทียม ซึ่งผู้ชมต้องติดตั้งจานดาวเทียมเพื่อรับสัญญาณภาพช่องรายการจากผู้ประกอบการทีวีดาวเทียมต่างๆ ทั้งนี้ธุรกิจเคเบิลทีวีเติบโตต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2551 จากการประกาศใช้ พ.ร.บ.การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ที่กำหนดให้ กทช.ออกใบอนุญาตชั่วคราว 1 ปี ในกิจการนี้ระหว่างรอการจัดตั้ง กสทช. และเปิดโอกาสให้หารายได้จากโฆษณาได้ 6 นาทีต่อชั่วโมง เป็นปัจจัยหลักสนับสนุนการลงทุน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการเคเบิลทีวีท้องถิ่นราว 300-400 รายทั่วประเทศ



ในปี 2553 เป็นการขยายตัวท่ามกลางปัญหาหุนหันทางการเมือง ตัวแปร คือ รูปแบบการรับชมทีวีของครัวเรือนไทย ที่สมาคมโทรทัศน์ดาวเทียม (ประเทศไทย) รายงานว่าการรับชมแบบ "ไร้สายกลางแจ้ง" คือ ชมทางเคเบิลทีวี และจานรับสัญญาณดาวเทียม จะมี 9.1 ล้านครัวเรือน จาก 20 ล้านครัวเรือนไทย คาดว่าการรับชมแบบไร้สายในปี 2554 จะมีจำนวน 13 ล้านครัวเรือน ในปี 2555จะมีจำนวน 18.9 ล้านครัวเรือน และในปี 2556 จะมีจำนวน 27 ล้านครัวเรือน ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่าหนึ่งครัวเรือนไทยจะมีทีวีมากกว่า 1 เครื่อง ที่รับชมผ่านเคเบิล จานดาวเทียม และ บรอดแบนด์ทีวี

สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีส่วนใหญ่มีรายได้หลักจากการขายเวลาโฆษณา ยกเว้นช่องทีบีเอสที่ปรับเปลี่ยนเป็นสื่อสาธารณะ ทำให้ไม่สามารถขายเวลาโฆษณาได้ โดยผลสำรวจของ AGB Nielsen ระบุว่าในปี 2554 มูลค่าโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์มีสัดส่วนสูงที่สุดในบรรดาสื่อโฆษณาทั้งหมด เนื่องจากเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสามารถเข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่มอย่างทั่วถึงกว่าสื่อโฆษณาประเภทอื่น อุตสาหกรรมโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์เติบโตกว่า 15% จากปีที่ผ่านมา มูลค่ารวมราว 6 หมื่นล้านบาท สำหรับแหล่งรายได้ของผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์แบบมีค่าใช้จ่ายในการรับชม หรือแบบบอกรับสมาชิก ได้แก่ ทีวีชั้นดีและเคเบิลทีวีท้องถิ่น เดิมรายได้หลักมาจากค่าสมาชิกรายเดือนอย่างเดียว ขณะที่ช่องทีวีดาวเทียม มีรายได้หลักจากผู้สนับสนุนรายการ (Sponsor) แต่ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการเคเบิลทีวีและช่องทีวีดาวเทียมสามารถมีรายได้เพิ่มจากการเป็นช่องทางการโฆษณาให้กับบริษัทผู้ผลิตสินค้าและบริการเช่นเดียวกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี สาเหตุมาจากการบังคับใช้ของพรบ.การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2551 ซึ่งอนุญาตให้การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ สามารถมีโฆษณาได้สูงสุดไม่เกิน 6 นาทีต่อชั่วโมง และเมื่อรวมเวลาโฆษณาในแต่ละวันแล้วจะต้องไม่เกิน 5 นาทีต่อชั่วโมง ส่งผลให้ภาวะการแข่งขันภายในธุรกิจสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันมีความรุนแรงมากขึ้น โดยสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี ผู้ประกอบการเคเบิลทีวีและช่องทีวีดาวเทียมต่างแข่งขันกันนำเสนอรายการที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย เพื่อเพิ่มปริมาณผู้ชมและความนิยมที่มีต่อรายการต่างๆของตน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่บริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทเจ้าของสินค้าใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อเวลาโฆษณา ด้านสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีพบว่า ทุกช่องได้มีการปรับผังรายการและรูปแบบในการนำเสนอรายการเพื่อเพิ่มความนิยมจากผู้ชมควบคู่กับการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ผลิตรายการรายใหญ่ๆ เพิ่มมากขึ้น โดยประเภทรายการที่ได้รับความนิยมและเพิ่มสัดส่วนมากขึ้นในช่วง 1-2 ปี ที่ผ่านมามีคือ รายการประเภทข่าวซึ่งนำเสนอในรูปแบบต่างๆ เช่น รายการข่าวปกติ รายการสนทนาข่าว และรายการสาระความรู้เชิงข่าว เห็นได้จากการปรับผังรายการของสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีช่องต่างๆ ที่เพิ่มสัดส่วนของรายการข่าวให้มากยิ่งขึ้น และตัวเลขอัตราความนิยมของผู้ชมต่อรายการข่าวและอัตราค่าโฆษณารายการข่าวของบางสถานีที่มีอัตราสูงขึ้น

ทั้งนี้ จากความต้องการรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพทั้งด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอของผู้ประกอบการเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียม เพื่อรองรับการเติบโตของจำนวนผู้ชม การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายโฆษณา และการแข่งขันชิงความนิยมกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีนั้น นับเป็นโอกาสทางธุรกิจแก่ผู้ผลิตรายการ (Content Provider) เช่น NBC ในการขยายฐานผู้ชม

อย่างไรก็ดี ตั้งแต่ปี 2554 นี้ สื่อโทรทัศน์ประเภทเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมจะเพิ่มบทบาทมากขึ้น โดยเป็นตัวเลือกใหม่ในการลงโฆษณาที่ได้รับความนิยมจากบริษัทตัวแทนโฆษณา และบริษัทเจ้าของสินค้าโดยตรง เนื่องจากเป็นสื่อที่มีการจัดแบ่งกลุ่มผู้ชมเป้าหมายอย่างชัดเจนและตรงตามเนื้อหาของแต่ละช่องรายการ ทำให้สามารถเข้าถึงผู้ชมเฉพาะกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้ง อัตราค่าเวลาโฆษณาของเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมในปัจจุบันยังอยู่ในระดับต่ำมากเมื่อเทียบกับอัตราค่าเวลาโฆษณาของสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี ขณะที่จำนวนผู้ชมเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นเหตุเป็นผลให้โอกาสทางการตลาดของเคเบิลทีวีและธุรกิจดาวเทียมเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

1.1) กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขัน เพื่อเพิ่มความนิยมรายการและรายได้ของสถานีข่าว Nation Channel สถานีบันเทิงสายพันธุ์ใหม่ Mango TV รายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ดังนี้



- การกำหนดเอกลักษณ์ของสถานีที่ชัดเจน

บริษัทฯ ได้กำหนดตำแหน่งหรือแนวคิดทางการตลาดของสถานีให้แตกต่างจากสถานีโทรทัศน์รายอื่นๆ โดยเน้นการนำเสนอรายการข่าวและสาระความรู้เป็นหลัก เพื่อให้เป็นทางเลือกที่แตกต่างสำหรับกลุ่มผู้ชมที่สนใจติดตามข่าวสาร โดยที่มีความเที่ยงตรง เป็นกลาง และนำเสนอแบบวิเคราะห์เจาะลึกในทุกด้านอย่างตรงไปตรงมา ด้วยทีมงานข่าวที่มีประสบการณ์ ซึ่งบริษัทฯ ได้จัดทำผังรายการให้สอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว โดยมีประเภทรายการหลากหลายตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้ชมหลักของสถานี และมีการกำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมายในแต่ละรายการที่ชัดเจน เพื่อช่วยให้บริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าโดยตรงและบริษัทตัวแทนโฆษณาตัดสินใจซื้อเวลาโฆษณาได้ง่ายขึ้น

- การพัฒนาคุณภาพรายการอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ มีนโยบายการนำเสนอรายการข่าวและสาระความรู้ บนพื้นฐานข้อมูลที่มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ครอบคลุม เป็นกลาง และทันเหตุการณ์ รวมทั้ง ให้ความสำคัญต่อคุณภาพของผู้ดำเนินรายการ ซึ่งต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ด้านข่าวสาร มีความสามารถในการวิเคราะห์ การสัมภาษณ์และมีทักษะในการสื่อสารกับผู้ชมที่ดี ซึ่งที่ผ่านมา บริษัทฯ นำข้อได้เปรียบด้านฐานข้อมูลข่าว ความสามารถในการสื่อสารและความรู้ด้านข่าวของผู้ดำเนินรายการ รวมทั้ง ประสบการณ์ความเชี่ยวชาญของทีมงาน มาเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาคุณภาพรายการ เพื่อขยายฐานผู้ชมและความนิยมของผู้ชมที่มีต่อสถานีข่าว Nation Channel และรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี ให้เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

- การเป็นผู้นำเพื่อสร้างสรรค์รูปแบบรายการใหม่ๆ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการคิดสร้างสรรค์รายการข่าวและสาระความรู้ที่มีรูปแบบรายการใหม่ๆ เฉพาะตัวและแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ เพื่อให้รายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ ได้รับความนิยมจากผู้ชมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นการขยายโอกาสให้รายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ ได้รับคัดเลือกเพื่อเผยแพร่ในสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีช่องต่างๆ เพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกับกลยุทธ์ของธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ซึ่งบริษัทฯ มีนโยบายมุ่งเป็นผู้นำในการคิดริเริ่มและนำเสนอสินค้า บริการ และกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในรูปแบบใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับความสนใจหรือความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- การกำหนดอัตราค่าโฆษณาที่เหมาะสม

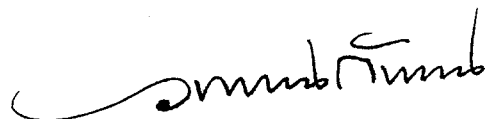
บริษัทฯ มีนโยบายกำหนดอัตราค่าโฆษณาของสถานีข่าว Nation Channel และ Mango TV ให้มีความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย คือ คำนึงต่อลูกค้าผู้ลงโฆษณา เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว รวมถึงเป็นอัตราที่บริษัทฯ สามารถดำรงอยู่และแข่งขันในธุรกิจได้ ซึ่งการกำหนดอัตราค่าโฆษณา บริษัทฯ จะพิจารณาจากความนิยมของรายการ ช่วงเวลาในการออกอากาศ และเทียบเคียงกับอัตราค่าโฆษณาของผู้ประกอบการอื่นในธุรกิจเดียวกัน

- การขายเวลาโฆษณาในลักษณะเป็นชุด (Package)

บริษัทฯ มีการขายเวลาโฆษณาของสถานีข่าว Nation Channel และ Mango TV รวมไปถึงรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีในลักษณะเป็นชุด ซึ่งเป็นการขายเวลาโฆษณาในช่วงเวลาที่มีความต้องการลงโฆษณาไม่สูง (Non-Primetime) ไปพร้อมกับช่วงเวลาที่มีความต้องการลงโฆษณาสูง (Primetime) โดยกำหนดราคาขายให้มีส่วนลดราคาที่ดีดึงดูดกลุ่มลูกค้าผู้ลงโฆษณา ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้การกำหนดอัตราค่าโฆษณา มีความยืดหยุ่นและสนองตอบต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าผู้ลงโฆษณาได้มากขึ้น อีกทั้ง ช่วยเพิ่มรายได้จากการขายโฆษณาในช่วงเวลาที่มีผู้ชมรายการไม่สูงมากนักได้ด้วย

- การให้บริการทางการตลาดในลักษณะการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ

จากข้อได้เปรียบของบริษัทฯ ที่มีช่องทางในการแพร่ภาพรายการโทรทัศน์ที่หลากหลาย ทั้งสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี เคเบิลทีวี ทีวีดาวเทียม เว็บไซต์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ประกอบกับสื่อประเภทอื่นๆ ที่บริษัทฯ มี และการประสานความร่วมมือทางธุรกิจกับ NMG ที่เป็นผู้นำด้านสื่อหนังสือพิมพ์ ทำให้บริษัทฯ มีนโยบายที่จะเพิ่มการให้บริการทางการตลาดในลักษณะการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ด้วยการทำการตลาดสินค้าหรือบริการผ่านสื่อหลายรูปแบบในเวลาเดียวกัน โดยบริษัทฯ มีความพร้อมทั้งด้านเครื่องมืออุปกรณ์และทีมงานที่จะให้บริการอย่างครบวงจร ตั้งแต่การผลิตสื่อโฆษณาที่มีคุณภาพน่าสนใจ การวางแผนการใช้สื่อให้เหมาะสมกับงบประมาณและตรงกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการนำเสนองานโฆษณาสู่สาธารณชนผ่านสื่อต่างๆ ของบริษัทฯ



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

- การมีทีมขายโฆษณาที่มีประสบการณ์

บริษัทฯ มีทีมขายโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการขายโฆษณาทั้งโฆษณาทางสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีในรูปแบบโฆษณาที่ออกอากาศในช่วงคั่นต่อรายการ (Loose Spot) และสถานีข่าว Nation Channel ที่มีรูปแบบโฆษณาหลากหลาย

1.2) กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจ

1.2.1) สถานีข่าว Nation Channel

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

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

- บริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าโดยตรง ได้แก่ บริษัททั่วไปที่กำหนดแนวทางโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้เอง โดยบริษัทเหล่านี้จะติดต่อซื้อเวลาโฆษณาจากบริษัทฯ โดยตรง

- กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

สถานีข่าว Nation Channel รายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี มีกลุ่มผู้ชมเป้าหมายหลักคือ ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับรู้ข่าวสารประจำวันหรือสนใจข้อมูลวิเคราะห์เชิงลึก เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่กำลังจะเกิดขึ้น ซึ่งจากผลสำรวจกลุ่มผู้ชมของสถานีข่าว Nation Channel จะอยู่ในช่วงอายุ 30-40 ปี โดยเฉลี่ย

1.2.2) สถานีข่าวบันเทิง Mango TV

ภายใต้คอนเซ็ปต์ของข่าวบันเทิงที่มีความมีสีสัน ทันใหม่ น่าเชื่อถือที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่อายุระหว่าง 20-40 ปี โดยเฉลี่ย ซึ่งสอดคล้องกับ Lifestyle ของแต่ละบุคคลได้ สิ่งสำคัญที่ทำให้สถานีแมงโก้ทีวีสามารถแข่งขันในตลาดโทรทัศน์เคเบิลทีวีได้ประกอบด้วย 5 ปัจจัยหลักคือ การรับชมได้หลายช่องทาง การมีพันธมิตรที่ดี การใช้ Social Media ให้เป็นประโยชน์ การมีเนื้อหาที่หลากหลาย และการได้มีอาชีพมาดูแล

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- บริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) คือ บริษัทที่ให้บริการวางแผนการโฆษณาและจัดสรรเวลาโฆษณาให้กับลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ โดยลูกค้าในกลุ่มนี้จะซื้อเวลาโฆษณาและการประชาสัมพันธ์กับบริษัทฯ ในลักษณะเป็นชุด (Package) หลายรูปแบบในหลายรายการ และหลายช่วงเวลา โดยเป็นการซื้อล่วงหน้า

- บริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าโดยตรง ได้แก่ บริษัททั่วไปหรือบริษัทในกลุ่ม FOM ที่กำหนดแนวทางโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้เอง โดยบริษัทเหล่านี้จะติดต่อซื้อเวลาโฆษณาจากบริษัทฯ โดยตรง

- กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

สถานีข่าวบันเทิง Mango TV มีกลุ่มผู้ชมเป้าหมายหลักคือ ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับรู้ข่าวสารในวงกว้างบันเทิงหรืออัปเดตข่าวสารเบาๆ สนทนาๆ รวมไปถึง Lifestyle เพื่อให้ทันต่อ Trend และ Fashion ที่กำลังจะเกิดขึ้น

(ลายเซ็น)

รายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี

Program	Target/Detail
“เรื่องเด่นเย็นนี้” โดยคุณธีระ ธัญไพฑูรย์ คุณวราภรณ์ สมพงษ์	ประชาชนทั่วไป ที่ต้องการรับรู้ข่าวสารประจำวันนั้นๆ เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่กำลังจะเกิดขึ้น
“4-4-2 Weekendเย็นยูธรัฟฟุตบอล” โดย คุณนันทขว้าง สิริสุนทร	เจาะเบื้องลึก เบื้องหน้าและหลังเกมการแข่งขันฟุตบอลทั้งในและต่างประเทศ
“ข่าวข้นคนข่าว” คุณกนก รัตนวงศ์สกุล คุณธีระ ธัญไพฑูรย์	ข่าว(สด)
“เช้าข่าวข้น..คนข่าวเช้า” คุณกนก รัตนวงศ์สกุล คุณจอมขวัญ หลาวเพ็ชร	ข่าว(สด)
“จับกระแสนโลก”	ย่อยข่าวต่างประเทศที่ใกล้ตัวให้ประชาชนเข้าใจ
“ฉีกกรอบคิดกับคนรุ่นใหม่”	เวทีระดมสมองของคนรุ่นใหม่ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ สังคม

1.2.3) ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

สำหรับธุรกิจเกี่ยวเนื่อง นอกจากบริษัท จะนำข้อได้เปรียบและจุดเด่นในด้านต่างๆ ที่มี เช่น ความพร้อมด้านแหล่งข้อมูลข่าวสาร ทักษะความสามารถและชื่อเสียงอันเป็นที่รู้จักของผู้ดำเนินรายการ ภาพลักษณ์อันดีของบริษัทฯ ในฐานะต้นแบบสถานีข่าวคุณภาพ เป็นต้น มาค้อยอดขยายโอกาสทางธุรกิจไปยังสินค้า บริการ หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทฯ แล้ว บริษัทฯ ยังนำข้อได้เปรียบดังกล่าวนี้ มาใช้เป็นจุดขายเพื่อให้สินค้า บริการ และกิจกรรมของบริษัทฯ มีความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสให้ได้รับความสนใจและการตอบรับจากลูกค้ากลุ่มลูกค้าและกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

1.3) การจัดทำนายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ มีฝ่ายขายโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญด้านการขายรายการของสถานีข่าว Nation Channel สถานีข่าวบันเทิง Mango TV และรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีของตนเอง ที่มีทำหน้าที่ติดต่อกับบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทเจ้าของสินค้าโดยตรง โดยรูปแบบการจำหน่ายมีทั้งการขายเวลาโฆษณา (Air Time) และการเป็นผู้สนับสนุนรายการเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการในรายการด้วยรูปแบบต่างๆ เช่น การขึ้นโลโก้สินค้าบนจอภาพตามบริเวณฉากหลังของผู้ประกาศ การ Tie-in โดยการให้ผู้ประกาศพูดประชาสัมพันธ์ในรายการ หรือตั้งสินค้าบนโต๊ะผู้ประกาศ หรือนำสินค้ามาแจกผ่านรายการ เป็นต้น

สำหรับธุรกิจเกี่ยวเนื่องและพันธมิตรของบริษัทฯ ทางทีมโฆษณาก็จะเป็นผู้จัดทำนายสินค้าและบริการต่างๆ ด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ โดยใช้ชื่อของ บริษัทฯ และ NMG เป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทราบ อย่างไรก็ตาม ในบางครั้ง บริษัทฯ อาจพิจารณาเลือกใช้ช่องทางการจำหน่ายผ่านพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น ร้านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และกลุ่ม FOM ที่มีพันธมิตรเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ เป็นต้น เพื่อกระจายสินค้าและบริการของบริษัทฯ ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้างขวางมากที่สุด



2.) ความนิยมและคู่แข่ง

1. สถานีข่าว Nation Channel

จากผลสำรวจทัศนคติผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ และช่องทีวีดาวเทียมปรากฏว่า Nation Channel ได้รับการจัดลำดับความนิยมในกลุ่มของสถานีข่าวตามการจัดลำดับผลสำรวจของ AGB Nielsen พบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่เห็นว่ารายการข่าวของสถานีข่าว Nation Channel มีความโดดเด่นเหนือกว่าสถานีโทรทัศน์ทุกช่องใน 3 ด้าน คือ 1.) การติดตามเสนอข่าวประเด็นสำคัญได้อย่างต่อเนื่อง 2.) การเสนอข่าวมีความน่าเชื่อถือ และ 3.) การเป็นต้นแบบของสถานีข่าวโทรทัศน์ รวมทั้ง ได้รับคะแนนค่อนข้างสูงอยู่ในกลุ่มผู้นำเท่ากับหรือใกล้เคียงกับช่อง 3 ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีผู้ชมรายการประเภทข่าวมากที่สุด Nation Channel มีการวิเคราะห์เชิงลึกและเจาะลึกในประเด็นข่าวสำคัญ รายงานข่าวได้รวดเร็วทันเหตุการณ์ และเป็นสถานีข่าว 24 ชั่วโมงที่ติดตามเสนอข่าวอย่างใกล้ชิดทันเหตุการณ์

คู่แข่งของรายการโทรทัศน์ที่บริษัท ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2554

รายการของ Nation Channel ที่บริษัท ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี	คู่แข่ง
เรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3 ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 17.30-18.30 น.	ข่าวภาคค่ำ ช่อง 7, ข่าวภาคค่ำ ช่อง 11, ทันข่าวเด่น ช่องไทยพีบีเอส
ข่าวข้น คนข่าว ช่อง 9 ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 21.30-22.15 น.	NBT Hot News ช่อง 11, ที่นี้ ทีวีไทย ช่องไทยพีบีเอส
เช้าข่าวข้น คนข่าวเช้า ช่อง 9 ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 06.00-08.00 น.	เรื่องเล่าเช้านี้ ช่อง 3, สยามเช้านี้ ช่อง 5, เช้านี้ที่หมอชิต ช่อง 7, NBT Morning News ช่อง 11, ข่าวเช้า ช่องไทยพีบีเอส

2.) สถานีข่าวบ้านเที่ยง Mango TV

ปัจจุบันเนื่องจากสถานีข่าวบ้านเที่ยง Mango TV เพิ่งเริ่มแพร่ภาพออกอากาศยังไม่ครบกำหนด 1 ปี จึงยังไม่มีข้อมูลการวางตำแหน่งทางการตลาดและลำดับที่เป็นรูปธรรมนัก

3.) ข้อจำกัดการประกอบธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจสถานีข่าว Nation Channel และสถานีบ้านเที่ยงสายพันธุ์ใหม่ Mango TV ของบริษัทฯ ในปัจจุบันอยู่ภายใต้บังคับของ พรบ.องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพทางวิทยุโทรทัศน์ การประกอบกิจการฯ โดยภายใต้กฎหมายดังกล่าว ได้กำหนดให้ กสทช. เป็นผู้มีหน้าที่จัดทำแผนแม่บทการกระจายเสียงและโทรทัศน์แห่งชาติ จัดสรรคลื่นความถี่เกี่ยวกับการออกอากาศ การให้ใบอนุญาตในการประกอบกิจการ รวมถึงการกำกับดูแลการเชื่อมต่อการบริการของผู้ประกอบการแต่ละราย ซึ่ง กสทช.จะทำหน้าที่กำกับดูแลในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แทนหน่วยงานเดิม อันได้แก่ กรมประชาสัมพันธ์ องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย และหน่วยงานราชการอื่นๆ เช่น กระทรวงกลาโหม เป็นต้น

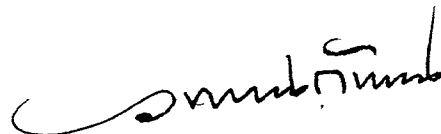
2 ธุรกิจสื่อวิทยุ

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ปัจจุบัน วิทยุเนชั่น ผลิตข่าว และรายการ ออกอากาศทางคลื่นมิดิข่าว FM 90.5 MHz และคลื่นคนทำงาน FM 102 MHz นอกจากนี้ ยังผลิตข่าวต้นคันชั่วโมง ป้อนให้กับวิทยุของสถานีการศึกษา อาทิ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ AM มก.1107 MHz และวิทยุชุมชนในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ รวมกว่า 30 สถานี ทั้งนี้ บริษัทมุ่งขยายช่องทาง การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้น แต่ขณะเดียวกัน ยังเน้นข่าวทันสถานการณ์ และรายการประเภทข่าวสาร และสาระน่ารู้ที่เข้มข้น

อย่างไรก็ตาม ภาวะการแข่งขันในวงการวิทยุเกิดขึ้นตลอดเวลา โดยเฉพาะเมื่อมีวิทยุชุมชนเกิดขึ้นจำนวนมาก มีการเบียดแทรกของสัญญาณ ที่ส่งผลกระทบต่อกระจายเสียงของสถานีหลัก ประกอบกับมีเงินโฆษณาในธุรกิจวิทยุลดลง ทำให้สถานีวิทยุคลื่นต่างๆ ต้องปรับตัวรับสถานการณ์เหล่านี้

ด้วยเหตุนี้ วิทยุเนชั่น จึงได้ปรับตัวเข้าหาช่องทางใหม่ของการกระจายเสียงสู่ความเป็น New Media โดย นอกเหนือจากการออกอากาศทางเครื่องรับวิทยุแล้ว ยังสามารถฟังผ่านอินเทอร์เน็ตได้ ที่ <http://www.nationradio.co.th> ซึ่ง



สามารถรับฟังได้ทั่วโลก ทั้งแบบฟังการออกอากาศสด (Live) และฟังย้อนหลังในแต่ละรายการได้ นอกจากนี้วิทยุเนชั่น ยังส่งสัญญาณขึ้นดาวเทียม ไปยังทุกบ้านที่มีเครื่องรับสัญญาณ โดย FM 90.5 MHz กระจายเสียงผ่านระบบ C-Band (จานดำ) และ FM 102 MHz กระจายเสียงผ่านระบบ KU-Band (จานเหลือง)

พร้อมกันนี้ วิทยุเนชั่น ยังเพิ่มช่องทางในการสื่อสารกับผู้ฟัง ผ่านทางทวิตเตอร์ @nation_radio

www.twitter.com/nation_radio และเฟสบุ๊ค www.facebook.com/radio.nbc เพื่อเข้าถึงและสื่อสารสองทางกับผู้ฟังอีกทางหนึ่ง

ภาพรวมอุตสาหกรรมโทรคมนาคมการสื่อสารในปี 2554 มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์เคลื่อนที่(มือถือ) ที่โตขึ้นเกือบ 100 % อีกทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์มีสเปคสูงขึ้น เพียงพอที่จะรองรับระบบไฟล์ภาพ และเสียง

ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจในการร่วมผลิตรายการวิทยุเพื่อออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงระบบ F.M. โดยมีรายได้จากการขายเวลาโฆษณา ซึ่งในปี 2554 บริษัทฯ เป็นผู้ร่วมผลิตรายการวิทยุเพื่อออกอากาศทางสถานีวิทยุ F.M. 90.5 MHz และ F.M. 102.0 MHz นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็นผู้ร่วมผลิตรายการข่าวสั้นคืนชั่วโมง เพื่อออกอากาศทางสถานีวิทยุ F.M. 90.5 MHz F.M. 102.0 MHz A.M. 1107 KHz และสถานีวิทยุชุมชน (โดยผังรายการวิทยุสามารถดูได้จากรายแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 53 (56-1) ของ NBC หัวข้อการประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์)

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

1) ขั้นตอนการผลิต

ปัจจัยหลักสำคัญในการผลิตรายการวิทยุ คือ บุคลากร และสถานที่เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ปัจจุบัน บริษัทฯ มีบุคลากรส่วนงานสื่อวิทยุทั้งหมด แบ่งเป็นฝ่ายข่าว รับหน้าที่ในการผลิตข่าว อ่านข่าว และร่วมจัดรายการ และฝ่ายเทคนิค ทำหน้าที่ควบคุมการผลิตและการออกอากาศ โดยมีห้องจัดรายการจำนวน 4 ห้อง และห้องควบคุมหลัก (Master Control Room) 1 ห้อง ตั้งอยู่ที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ ซึ่งด้วยความพร้อมของปัจจัยหลักทั้ง 2 ด้าน ทำให้ในปัจจุบัน บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรายการวิทยุด้วยตนเองทั้งหมด ซึ่งแบ่งรูปแบบรายการเป็นดังนี้

1.1) รายการข่าวสั้นคืนชั่วโมง

ฝ่ายข่าวทำหน้าที่เป็นผู้จัดหาและผลิตข่าว ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ต่างประเทศ และภูมิภาคเพื่อนำมาออกอากาศเป็นข่าวสั้นคืนชั่วโมงภายในระยะเวลาประมาณ 5 นาที/ครั้ง

1.2) รายการวิทยุ

รายการวิทยุที่ออกอากาศทาง F.M. 90.5 MHz “มิติข่าว 90.5” และ F.M.102.0 MHz “คลื่นคน ทำงาน” ประกอบด้วยรายการที่เกี่ยวข้องกับข่าว และรายการสาระความรู้ ทั่วไปที่ไลฟ์สไตล์ โดยส่วนใหญ่มีรูปแบบการนำเสนอในลักษณะการพูดคุยสนทนาระหว่างผู้จัดรายการ และการสัมภาษณ์แหล่งข่าวหรือวิทยากรผู้เชี่ยวชาญภายนอกที่รับเชิญพิเศษในแต่ละตอน

2) เทคนิคและเทคโนโลยีการกระจายเสียง

วิธีการส่งกระจายเสียงรายการวิทยุและรายการข่าวคืนชั่วโมงของบริษัทฯ เป็นดังนี้

2.1) การส่งกระจายเสียงวิทยุโดยใช้วิธีเชื่อมโยงสัญญาณผ่านโครงข่ายใยแก้วนำแสงดิจิทัล (Leased Line) ซึ่งจะมีการเชื่อมโยงสัญญาณจากห้องส่งที่อยู่ภายในบริเวณสำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ ไปยังเครื่องส่ง ซึ่งตั้งอยู่ ณ สถานีวิทยุกรรมการพลังงานทหาร สถานีวิทยุของกรมการขนส่งทหารบก สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และสถานีวิทยุเครือข่ายในจังหวัดต่างๆ เพื่อที่จะทำการส่งกระจายเสียงออกอากาศต่อไป โดยพื้นที่ให้บริการครอบคลุมทั้งกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัดกว่า 27 จังหวัด ทุกภูมิภาค

2.2) การส่งกระจายเสียงวิทยุผ่านดาวเทียม บริษัทฯ นำส่งสัญญาณเสียงรายการวิทยุไปยังบริษัทผู้ให้บริการเพื่อแปลงสัญญาณให้เป็นสัญญาณในระบบดิจิทัล และนำส่งสัญญาณดังกล่าวผ่านสายเคเบิลไฟเบอร์ออฟติกความเร็วสูงต่อไปยังการสื่อสารแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นผู้นำส่งสัญญาณขึ้นสู่ดาวเทียม ST-1 จากนั้น สถานีวิทยุกรรมการพลังงานทหาร สถานีวิทยุของกรมการขนส่งทหารบก สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และสถานีวิทยุเครือข่ายในจังหวัดต่างๆ จะรับสัญญาณเสียง

จากดาวเทียมเพื่อที่จะทำการส่งกระจายเสียงออกอากาศต่อไป โดยพื้นที่ให้บริการครอบคลุมทั้งกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัดกว่า 27 จังหวัดทุกภูมิภาค

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ทำการส่งสัญญาณเสียงรายการวิทยุที่ออกอากาศทาง F.M. 90.5 MHz “มิดิข่าว 90.5” และ F.M.102.0 MHz “คลื่นคนทำงาน” ผ่านเว็บไซต์ www.nationradioonline.com โดยบริษัทฯ จะส่งสัญญาณเสียงรายการวิทยุดังกล่าวในรูปแบบดิจิทัลผ่านระบบอินเทอร์เน็ตไปยังระบบคอมพิวเตอร์ที่เป็นศูนย์อินเทอร์เน็ต ในการให้บริการข้อมูลข่าวสาร (Server) เพื่อให้ผู้ฟังสามารถรับฟังรายการวิทยุของบริษัทฯ ทางเว็บไซต์ www.nationchannel.com ได้อีกช่องทางหนึ่ง

การตลาดและการแข่งขัน

1) การตลาด

ภาพรวมอุตสาหกรรมโทรคมนาคมการสื่อสารในปี 2554 มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์เคลื่อนที่ (มือถือ) ที่โตขึ้นเกือบ 100 % อีกทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์มีสเปคสูงขึ้น เพียงพอที่จะรองรับระบบไฟล์ภาพ และเสียง

2) การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

วิทยุชุมชนจึงพัฒนาการออกอากาศผ่านอินเทอร์เน็ตโฉมใหม่ ภายใต้ชื่อ I-Radio เพื่อให้ผู้ฟังสามารถได้ยิน และเห็นภาพผู้จัดรายการไปพร้อมกัน ขณะเดียวกัน หากผู้จัดต้องการให้ผู้ฟังเห็นภาพอื่นๆ ไปด้วย ก็สามารถนำขึ้นแสดงเห็นพร้อมๆ กัน และเปิดให้ผู้ฟังส่งภาพเข้ามาร่วมนำเสนอในรายการ ได้ด้วย ซึ่งจะเป็นมิติใหม่ของการออกอากาศรายการวิทยุทางอินเทอร์เน็ต ขณะเดียวกัน ยังมุ่งขยายช่องทางการกระจายเสียงถึงผู้ฟัง ในช่องทางอื่นๆ นอกจากเหนืออินเทอร์เน็ต ในระบบ I-Radio ยังมีเครื่องรับวิทยุ ดาวเทียม โทรศัพท์เคลื่อนที่ และ podcast ด้วย

3.) ความนิยมและคู่แข่ง

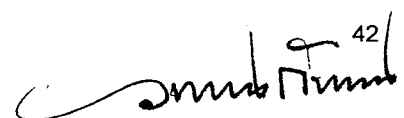
รายการวิทยุที่มีลักษณะบุคลิกรายการและกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายใกล้เคียงกับรายการของบริษัทฯ มีดังนี้

รายการวิทยุที่ร่วมผลิตโดยบริษัทฯ และคู่แข่งรายการของบริษัท

ลักษณะบุคลิกรายการ/ กลุ่มเป้าหมาย	รายการวิทยุร่วมผลิตโดยบริษัทฯ	รายการวิทยุของคู่แข่ง
- สถานีข่าววิทยุที่เน้นการนำเสนอข่าวและรายการสาระความรู้ - กลุ่มนักธุรกิจ ผู้บริหาร คนทำงาน นักศึกษา และประชาชนทั่วไปที่สนใจข่าวสาร อายุ 25 ปีขึ้นไป	F.M. 90.5 MHz “มิดิข่าว 90.5”	- F.M. 100.5 MHz “News Station” - F.M. 101.0 MHz “Radio Report ONE”
- สถานีวิทยุที่เน้นการนำเสนอรายการสาระความรู้ - กลุ่มคนทำงานทั่วไป อายุ 25 ปีขึ้นไป	F.M.102.0 MHz “คลื่นคนทำงาน”	- F.M. 96.5 MHz “คลื่นความคิด” - F.M. 106.0 MHz “วิทยุครอบครัวข่าว”

3 ธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

จากการที่เทคโนโลยีการสื่อสารมีการพัฒนาในรูปแบบการใช้งานหลากหลายมากขึ้น ทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ (New Media) ผ่านอินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์เคลื่อนที่ ประกอบกับวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่เล็งเห็นศักยภาพของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่ดังกล่าว บริษัทฯ ร่วมกับกลุ่มบริษัท NMG จึงได้นำข้อได้เปรียบที่มีความพร้อมด้านเนื้อหา (Content) มาพัฒนาต่อเป็นผลิตภัณฑ์และบริการด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อรูปแบบใหม่ อันได้แก่ เว็บไซต์ และโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการรับข้อมูลข่าวสารของคนยุคใหม่ผ่านสื่อต่างๆ ที่มีความหลากหลายมากขึ้น



ภาพรวมอุตสาหกรรมและภาวะการแข่งขัน

จากเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป ข้อจำกัดในการรับชมสื่อออนไลน์ ในปี 2553 พฤติกรรมใช้โปรแกรมประยุกต์ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีมากขึ้น อุปกรณ์และ Application ต่างๆ ที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ ถูกนำมาประยุกต์ใช้มากขึ้นเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เช่นความนิยมในการใช้สังคมออนไลน์ผ่านระบบมือถือขนาดเล็กและความนิยมในการอ่านหนังสือในรูปแบบดิจิทัล

จากข้อมูลรายงานของศูนย์วิจัยเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ปี 2553 แนวโน้มในการประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ไม่ว่าจะเป็น Smart Phone และเครื่องอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนเพิ่มขึ้นทุกปี โดยปัจจุบันมีสถิติอ้างอิงจากสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU) E-Reader ประมาณการว่ามีผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ประมาณ 5.3 พันล้านคนหรือประมาณร้อยละ 78 ของโลก คำว่า สะดวก รวดเร็ว ทุกที่ทุกเวลา หลากหลายประโยชน์ น่าจะเป็นเหตุผลที่เหมาะสมที่สุดในการอธิบายภาพรวมของตลาดออนไลน์

แนวโน้มธุรกิจโฆษณาในปี 2554 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าสื่อสมัยใหม่ โดยเฉพาะสื่อดิจิทัล ซึ่งรวมถึงสื่ออินเทอร์เน็ต และอื่นๆ ซึ่งเกิดขึ้นจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ก็คาดว่าจะยังมีอัตราการเติบโตสูง เนื่องจากตลาดยังมีความต้องการใช้ เพราะสามารถเข้าถึงตัวผู้บริโภคได้ง่ายจากกระแสโลกเครือข่ายสังคมออนไลน์ และมีราคาถูกกว่าสื่อในช่องทางอื่นๆ โดยเปรียบเทียบ อย่างไรก็ตาม เม็ดเงินโฆษณายังคงไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับสื่อหลัก

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1.) ธุรกิจเว็บไซต์

บริษัทฯ จัดทำเว็บไซต์เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ของบริษัทฯ โดยทั้งหมดเป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารและสาระความรู้ โดยบริษัทฯ มีรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาบนเว็บไซต์ ซึ่ง ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2554 บริษัทฯ มีเว็บไซต์ทั้งหมด ดังนี้

รายชื่อเว็บไซต์ของบริษัทฯ

ชื่อเว็บไซต์	รูปแบบ
www.nationchannel.com	เว็บไซต์ที่นำเสนอรายการโทรทัศน์ของสถานีข่าว Nation Channel
www.oknation.net	บล็อกที่ให้ประชาชนทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอข้อมูลข่าวสาร
http://radio.nationchannel.com/	เว็บไซต์ที่นำเสนอรายการวิทยุของบริษัทฯ ร่วมผลิต ซึ่งออกอากาศทางสถานีวิทยุ F.M. 90.5 MHz และ F.M.102.0 MHz
http://76nationchannel.com	เว็บไซต์ที่เป็นศูนย์รวมคลิปวิดีโอภาพข่าวเหตุการณ์จาก 76 จังหวัดทั่วประเทศ
http://breakingnews.nationchannel.com	เว็บไซต์ที่นำเสนอสรุปข่าวสั้นจากสถานีข่าว Nation Channel และหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น เพื่อส่งไปให้เว็บไซต์ในเครือ NMG และเว็บไซต์อื่นๆ ที่เป็นพันธมิตรธุรกิจ
www.247friend.net	เว็บไซต์กิจกรรมทบทวนความรู้ด้านวิชาการสำหรับเยาวชนที่เตรียมตัวสอบเข้ามหาวิทยาลัย

นอกจากนี้ในปี 2553 บริษัทฯ ยังเป็นผู้ให้บริการในการดูแลและพัฒนาเว็บไซต์ต่างๆ ของเว็บไซต์ของกลุ่มบริษัท NMG รวมทั้ง เป็นตัวแทนจำหน่ายพื้นที่โฆษณาบนเว็บไซต์ของกลุ่มบริษัท NMG และบริษัทภายนอกทั่วไป โดยมีรายได้จากส่วนแบ่งค่าโฆษณาในสัดส่วนที่แตกต่างกันตามข้อตกลงที่ได้ทำกันไว้ ซึ่งในปัจจุบัน มีเว็บไซต์ในการดูแลของบริษัทฯ คือ

- www.pantip.com (เว็บไซต์บล็อกที่เป็นแหล่งข้อมูลใหญ่ที่สุดในประเทศไทย)
- www.exteen.com (บล็อกที่ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอข่าว)
- www.beartai.com (เว็บไซต์และบล็อกที่นำเสนอข้อมูลด้านไอที)

- www.eduzone.com (เว็บไซต์และบล็อกการศึกษา)
- www.siamha.com (เว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลของวัยรุ่น)

2.) ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

บริษัทฯ นำข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุของบริษัทฯ รวมทั้ง สื่อหนังสือพิมพ์ของ NMG มาพัฒนาให้มีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่สามารถตอบรับกับวิถีการใช้ชีวิตที่ทันสมัยของคนยุคใหม่ ซึ่งนิยมรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อรูปแบบใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น โดยบริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการส่งข่าวหรือรายงานเหตุการณ์ต่างๆ ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบข้อความสั้นๆ (SMS: Short Message Service) และภาพเคลื่อนไหวพร้อมเสียง (MMS : Multimedia Messaging Service) ซึ่งสามารถให้บริการส่งข่าวผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครือข่าย และทุกประเภทข่าวตามความต้องการของลูกค้า เช่น ข่าวธุรกิจ ข่าวภาษาอังกฤษ และข่าวสารทั่วไป เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทฯ มีรายได้จากค่าสมาชิกรายเดือนของผู้ใช้บริการ SMS และ MMS ที่เป็นบริการของบริษัทฯ นอกจากนี้ ยังมีรายได้จากส่วนแบ่งรายได้ค่าสมาชิก SMS และ MMS ของกลุ่มบริษัท NMG จากการที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดบริการดังกล่าวแก่กลุ่มบริษัท NMG ด้วย

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

1.) ธุรกิจเว็บไซต์

ปัจจัยหลักสำคัญในการดำเนินการธุรกิจเว็บไซต์ คือ บุคลากร ฐานข้อมูลข่าว และเครื่องมืออุปกรณ์ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจุบัน บริษัทฯ มีบุคลากรส่วนงานสื่อรูปแบบใหม่ที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ จำนวน 24 คน ซึ่งมีโครงสร้างและหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

ฝ่ายผลิต

- Web Master ทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลเว็บไซต์ในภาพรวม ให้มีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอเป็นไปตามแนวคิดหลักที่ได้กำหนดไว้ และอยู่ภายใต้กรอบกฎหมาย รวมทั้งเป็นผู้ทำหน้าที่ประสานงานกับฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เว็บไซต์สามารถดำเนินการต่อไปได้โดยราบรื่น

- Web Programmer ทำหน้าที่เขียนโปรแกรม ออกแบบและพัฒนาระบบฐานข้อมูลและแอปพลิเคชันบนเว็บไซต์ รวมทั้งดูแล ตรวจสอบ และแก้ไขข้อผิดพลาดของระบบงาน เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้งานเว็บไซต์ทุกฝ่าย ทั้งเจ้าหน้าที่ของบริษัทฯ ให้สามารถดำเนินการปรับปรุง เพิ่มเติม หรือแก้ไขข้อมูลต่างๆ ได้โดยไม่มีอุปสรรคขัดขวาง ขณะที่ผู้ใช้งานภายนอกสามารถเข้าถึงข้อมูลส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์ได้ด้วยความสะดวกเร็ว

- Web Designer ทำหน้าที่ออกแบบหน้าเว็บไซต์และกราฟฟิคต่างๆ ในเว็บไซต์ ให้สวยงาม น่าสนใจ สอดรับกับแนวคิดหลักของเว็บไซต์นั้นๆ

- Web Editor ทำหน้าที่ดูแลในการปรับปรุง เพิ่มเติม และแก้ไขข้อมูลต่างๆ ภายในเว็บไซต์ให้มีความถูกต้องทันเหตุการณ์อยู่เสมอ

ฝ่ายการตลาด

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

2.) ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัยหลักสำคัญในการจัดหาบริการ SMS และ MMS ของบริษัทฯ คือ บุคลากร ฐานข้อมูลข่าว และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ปัจจุบัน บริษัทฯ มีบุคลากรส่วนงานสื่อรูปแบบใหม่ที่เกี่ยวกับการผลิต SMS และ MMS จำนวน 9 คน โดยขั้นตอนการผลิตข่าว SMS เริ่มต้นจากทีมงานคัดเลือกข่าวสำคัญต่างๆ ที่เกิดขึ้นในรอบชั่วโมงที่ผ่านมาจากแหล่งข่าวหลัก อัน



ได้แก่ สำนักข่าวเนชั่นของ NMG ที่อยู่ในฐานข้อมูลกลางในระบบคอมพิวเตอร์ และข่าวจากสำนักข่าวต่างประเทศที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทฯ นำมาจัดทำเป็นบทข่าวที่สั้น กระชับ จำนวนไม่เกิน 70 ตัวอักษรต่อข่าว และส่งต่อไปบรรณาธิการข่าวที่รูปแบบใหม่เป็นผู้พิจารณาความถูกต้องเหมาะสมของข่าวดังกล่าวอีกครั้ง ก่อนจัดส่งผ่านสายเคเบิลไฟเบอร์ออฟติกความเร็วสูงไปยังระบบ SMS Gateway เพื่อจัดส่งไปยังระบบของผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบต่างๆ ให้กระจายส่งต่อไปยังสมาชิกที่สมัครใช้บริการ

สำหรับบริการข่าวรูปแบบ MMS ที่มีภาพและเสียง ทีมงานจะนำไฟล์ภาพและไฟล์เสียงอ่านข่าวของผู้ประกาศที่ได้บันทึกไว้ในรูปแบบดิจิทัล จัดส่งไปยังระบบ SMS Gateway เพื่อจัดส่งไปยังระบบของผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบต่างๆ ให้กระจายส่งต่อไปยังสมาชิกที่สมัครใช้บริการ

การตลาดและการแข่งขัน

1.) การตลาด

1.1) กลยุทธ์การดำเนินงาน

1.1.1) ธุรกิจเว็บไซต์

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขัน เพื่อเพิ่มความนิยมเว็บไซต์ของบริษัทฯ และรายได้จากการขายโฆษณาในเว็บไซต์ของบริษัทฯ และเว็บไซต์ของพันธมิตรทางธุรกิจ ดังนี้

- การพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของเว็บไซต์

บริษัทฯ ได้ดำเนินการติดตามเพื่อพัฒนาเนื้อหาและระบบการใช้งานในเว็บไซต์ให้มีความถูกต้อง ทันสมัย สอดคล้องความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และก้าวทันเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอ

- 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 และสื่อที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าโฆษณาในระดับปานกลางอย่างสื่อเว็บไซต์ไปพร้อมกัน

1.1.2) ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขัน เพื่อเพิ่มจำนวนสมาชิกของบริการส่งข่าวหรือรายงานเหตุการณ์ต่างๆ ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนี้

- รูปแบบบริการที่หลากหลาย

บริษัทฯ มีรูปแบบบริการ SMS และ MMS อย่างหลากหลายครอบคลุมผู้บริโภคทุกกลุ่ม เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับบริการได้ตรงตามความต้องการ โดยบริษัทฯ จะสร้างสรรค์บริการใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และความต้องการด้านข่าวสารของผู้บริโภคอยู่เสมอ

- การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย

บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เพื่อขยายฐานสมาชิกใหม่เพิ่มขึ้น และรักษาสถานะสมาชิกเดิมให้ยังคงรับบริการของบริษัทฯ ต่อเนื่องไปในระยะยาว เช่น การให้สมัครทดลองใช้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแก่สมาชิกใหม่ การเพิ่มระยะเวลาให้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแก่สมาชิกเดิม เป็นต้น



1.2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1.2.1) ธุรกิจเว็บไซต์ กลุ่มลูกค้าแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ บริษัทตัวแทนโฆษณา และบริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าโดยตรง
- กลุ่มผู้เข้าชมเป้าหมาย

กลุ่มผู้เข้าชมเป้าหมายของเว็บไซต์ของบริษัทฯ และเว็บไซต์ที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายโฆษณา มีความแตกต่างกัน (สำหรับรายละเอียดผู้เข้าชมเป้าหมายของเว็บไซต์ สามารถดูได้จาก 56-1 ของ NBC ในหัวข้อลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจเว็บไซต์)

1.2.2) ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับรู้ข่าวสารอย่างทันเหตุการณ์

1.3) การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

1.3.1) ธุรกิจเว็บไซต์

บริษัทฯ มีฝ่ายขายพื้นที่โฆษณาในเว็บไซต์ของตนเอง ทำหน้าที่ติดต่อกับบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทเจ้าของสินค้าโดยตรง

1.3.2) ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

บริษัทฯ ได้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการ SMS และ MMS ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และเว็บไซต์ต่างๆ ของบริษัทฯ และสื่อหนังสือพิมพ์และเว็บไซต์ของกลุ่มบริษัท NMG โดยผู้บริโภคที่ประสงค์จะใช้บริการดังกล่าว สามารถสมัครใช้บริการด้วยตนเองผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

2.) ความนิยมและคู่แข่ง

2.1) ธุรกิจเว็บไซต์

บริษัทฯ มีการเก็บรวบรวมสถิติจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ ทั้งเว็บไซต์ของบริษัทฯ เว็บไซต์ที่บริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการในการดูแลและพัฒนาระบบ และเว็บไซต์ที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายโฆษณา ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความนิยมของเว็บไซต์ได้ทางหนึ่ง โดยสถิติจำนวนผู้เยี่ยมชมของเว็บไซต์ต่างๆ เป็นดังนี้

สถิติผู้เข้าชมเว็บไซต์บริษัทฯ และเว็บไซต์ที่บริษัทฯ เป็นผู้ดูแลและพัฒนาระบบหรือเป็นตัวแทนจำหน่ายโฆษณา

เจ้าของเว็บไซต์	เว็บไซต์	จำนวนผู้เข้าชม หรือจำนวนสมาชิก ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2554
บมจ. เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น	www.nationchannel.com	262,103
	www.oknation.net	345,932
	www.247friend.net	2,559
บริษัทภายนอกทั่วไป	www.pantip.com	3,926,673
	www.exteen.com	726,489
	www.beartai.com	77,910 (2553)
	www.eduzone.com	1,891,211
	www.siamha.com	407,233

ที่มา : Website Truehit และ ข้อมูลจากเจ้าของเว็บไซต์

(ลายเซ็น)

2.2) ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ก้าวมามีบทบาทสำคัญในการเพิ่มอัตราการเติบโตของรายได้ให้แก่ผู้ให้บริการ สืบเนื่องจากความนิยมในการใช้บริการเสริมที่ขยายตัวต่อเนื่อง ประกอบกับผู้ให้บริการเองก็เร่งนำเสนอโปรโมชั่นบริการเสริม เพื่อชดเชยรายได้จากบริการเสียงที่มีแนวโน้มลดลงจากการแข่งขันลดค่าโทรอย่างรุนแรงที่ผ่านมา ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ตลาดบริการเสริมปี 2554 น่าจะมีมูลค่าประมาณ 27,000-28,000 ล้านบาท ขยายตัวต่อเนื่องร้อยละ 10.5-14.6 จากปีที่ผ่านมาที่ขยายตัวร้อยละ 15.22 หรือมีมูลค่าตลาด 24,433.62 ล้านบาท โดยสัดส่วนรายได้จากบริการเสริมต่อรายได้ทั้งหมดน่าจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 17-19 จากปี 2553 ที่มีสัดส่วนร้อยละ 15.7

แนวโน้มจากการเปลี่ยนแปลงของ Smart Phone สามารถเปลี่ยนแปลงโครงสร้างรายได้ให้ขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยมีการคาดการณ์ว่ายอดขายดาวน์โหลด Application บนมือถือเพิ่มขึ้นจาก 7 พันล้านครั้งในปี 2552 เป็น 50 พันล้านครั้งในปี 2555 ซึ่งเฉลี่ยแล้วสูงถึงร้อยละ 92 ต่อปี

การขยายตัวดังกล่าวได้รับปัจจัยบวกจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ราคาสมาร์ตโฟนที่ถูกลงอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เปิดตัวสินค้าหลายรุ่นเพื่อจับกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อแตกต่างกัน ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ขณะที่ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เองก็เข้ามามีบทบาทในการจำหน่ายเครื่องโทรศัพท์มากขึ้น ซึ่งมักจะใช้กลยุทธ์เสนอขายตัวเครื่องควบคู่กับการเสริมเพื่อจูงใจผู้ใช้

3.) ข้อจำกัดการประกอบธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจด้านเว็บไซต์ของบริษัทฯ ในปัจจุบันอยู่ภายใต้บังคับของพระราชบัญญัติการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 ที่เริ่มมีผลใช้บังคับเมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2550 และประกาศกระทรวงเรื่อง หลักเกณฑ์การเก็บรักษาข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ของผู้ให้บริการ พ.ศ. 2550 ซึ่งกำหนดให้ผู้ให้บริการต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติ มาตรา 26 แห่งพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว ที่ระบุว่า "ผู้ให้บริการต้องเก็บรักษาข้อมูลจราจรคอมพิวเตอร์ ไว้ไม่น้อยกว่า 90 วันนับแต่วันที่ข้อมูลนั้นเข้าสู่ระบบ แต่ในกรณีที่เป็นพนักงานเจ้าหน้าที่จะสั่งให้ผู้ให้บริการผู้ใดเก็บรักษาข้อมูลจราจรคอมพิวเตอร์ไว้เกิน 90 วัน แต่ไม่เกิน 1 ปี เป็นกรณีพิเศษเฉพาะรายและเฉพาะคราวก็ได้ ผู้ให้บริการจะต้องเก็บรักษาข้อมูลของผู้ใช้บริการเท่าที่จำเป็นเพื่อให้สามารถระบุตัวผู้ใช้บริการนับตั้งแต่เริ่มใช้บริการและต้องเก็บรักษาไว้เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 90 วันนับตั้งแต่การให้บริการสิ้นสุด ผู้ให้บริการรายใดไม่ปฏิบัติตามนี้ ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 5 แสนบาท"

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากกรณีดังกล่าว จึงได้ดำเนินการจัดหาระบบสารสนเทศในการจัดเก็บข้อมูลจราจร และระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้องเพื่อสามารถระบุตัวผู้ใช้บริการได้ รวมทั้ง จัดให้มีการอบรมความรู้แก่พนักงานเกี่ยวกับข้อบังคับ วิธีปฏิบัติ สิ่งที่ต้องหลีกเลี่ยง ข้อควรระวังและภัยประเภทต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นกับบริษัทฯ และพนักงาน หากไม่มีการดำเนินการรักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึงและเพียงพอ

4.5 สายธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ ดำเนินงานโดย บมจ. เนชั่น อินเตอร์เนชันแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ (NINE)

1) ธุรกิจสำนักพิมพ์

1.1 สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเด็ก

1.1.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิต นำเข้าและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กเพื่อการศึกษา บันเทิง และการเสริมทักษะ ผ่าน NED และ NEE ในนามสำนักพิมพ์ "เนชั่นเอ็ดดูเทนเมนท์" และ "เนชั่นเอ็กมอนท์" โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

ก) สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย

NED ได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศในทวีปเอเชีย โดยได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ชั้นนำของประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย อาทิเช่น Shueisha Inc., Shogakukan, Kodansha และ Futabasha เป็นต้น ในปี 2553 NED ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชน ทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 280 เรื่อง หรือมากกว่า 2,200 ปก ซึ่งดำเนินการในรูปแบบดังต่อไปนี้

- 1) นิตยสารการ์ตูนภายใต้ชื่อ “Boom” ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ เป็นเจ้าของหัวหนังสือ เป็นนิตยสารรายสัปดาห์ที่รวบรวมการ์ตูนญี่ปุ่นยอดนิยมหลากหลายเรื่องจากนิตยสารการ์ตูนรายสัปดาห์อันดับหนึ่งของญี่ปุ่นคือ “Shonen Jump” และการ์ตูนไทยไว้น่าสนใจด้วย โดยมีขอยกจำหน่ายอันดับ 1 ในประเทศไทย (ที่มา: ฝ่ายการตลาด บริษัท ธันวาคม 2553)

นอกจากนี้ในเดือนตุลาคม 2553 กลุ่มบริษัทฯ ได้เปิดตัวนิตยสารการ์ตูนรายปักษ์เล่มใหม่ชื่อ “Jiro” ซึ่งรวบรวมการ์ตูน จากหลากหลายค่าย หลายรสชาติ ให้นักอ่านได้เพลิดเพลินมากขึ้น อาทิ การ์ตูนทะเล้นสุดขีด “เครยอนชินจัง” จากค่าย Futabasha, “คุณชายพันธุ์โระ” จาก Kodansha, และเรื่องใหม่ล่าสุด Aphorism อักษรสะบายดี จาก Square-Enix เป็นต้น และผลงานจากนักเขียนการ์ตูนไทยหน้าใหม่ แต่ผลงานไม่แพ้ญี่ปุ่น

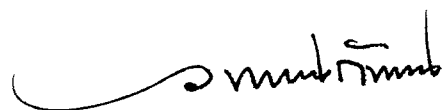
- 2) หนังสือการ์ตูน (Comic Collection) หมายถึงหนังสือการ์ตูนรวมเล่มและหนังสือการ์ตูนในรูปแบบพิเศษ (Limited Edition) ซึ่งได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางทั้งจากประเทศญี่ปุ่น และประเทศอื่นๆ ในเอเชียรวมทั้งประเทศไทย ส่วนใหญ่ของหนังสือการ์ตูนในกลุ่มนี้เป็นการรวมเล่มจากการ์ตูนที่ลงเป็นตอนๆ ในนิตยสารการ์ตูน “Boom” อาทิ “Slam Dunk” “Dragon Ball” “นินจาคาถาโอ้โฮเฮะ (นารูโตะ)” “Hunter x Hunter” “Death Note” “Bleach เทพมรณะ” “บุรุษลานจอมภูต” “Eyeshield 21” “Sket Dance” การ์ตูนไทย อาทิ “มิดที่ 13” “อภัยมณีซาก้า” “Demonic Corey” และ “JOE Sea-Cret Agent” เป็นต้น

หนังสือการ์ตูนเรื่องอื่นๆ ที่ไม่ได้มาจากนิตยสารการ์ตูน “Boom” อาทิหนังสือชุด “โครา เอมอน” รวมผลงานการ์ตูนของ Fujiko F.Fujio ผู้เขียนโคราเอมอน ชุด “Path of Fujiko F.Fujio” “เครยอนชินจัง” “คิจิทัลดี้” “Pluto” “วันรักนักดนตรี-Nodame Cantabile” “Pokémon” “Wild Life” “Rainbow” และ “Vagabond” เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีหนังสือการ์ตูนกลุ่มรักประทับใจภายใต้ตรา “Cute Comic” อาทิ “คราบวันฟ้าใส-March comes in like a lion” “ล่านารักจากดวงดาว-Singing Star” “ซากุโมะ นักสืบวิญญาน” จากประเทศญี่ปุ่นและ ชุด “Full House-สะอึกที่หักใจ” จากประเทศเกาหลี เป็นต้น

- 3) สมุดภาพ (Art Book) ซึ่งเป็นหนังสือที่รวบรวมภาพที่สวยงามจากหนังสือการ์ตูน “Your Eyes Only” “Clamp Art Works – North Side” “Clamp Art Works – South Side” และ “Meed Tii Sipsam History” เป็นต้น
- 4) พ็อกเก็ตบุ๊กส์ (Pocket Book) ประกอบด้วยวรรณกรรมเยาวชน เป็นหนังสือวรรณกรรมแปลภาษาไทยสำหรับเยาวชน มีเนื้อหาเกี่ยวกับสืบสวนสอบสวน ผจญภัย แฟนตาซี อาทิ หนังสือลิขสิทธิ์ของ Kodansha ประเทศญี่ปุ่น “ชุดบันทึกคดีเด็ดขุมมนักสืบคอมพิวเตอร์” และ “ชุดบันทึกคดีเด็ดนักสืบคัง ยูเมมิลี คิโยะชิโร่” ซึ่งเป็นหนังสือที่ได้รับความนิยมอย่างสูง หรือวรรณกรรมจากการ์ตูนยอดนิยม อาทิ “Death Note : Another Note” “L Change the World” รวมถึงหนังสือประเภท comic essay ซึ่งมีเนื้อหาผสมผสานระหว่างการ์ตูนกับความเรียงล้อเลียน การมองโลกเชิงบวก ภาษารื่นเริงไม่ซับซ้อนและกำลังได้รับความนิยมในญี่ปุ่น อาทิ “ชีวิต 150 ชม.” “ชีวิตหญิงเดี่ยวห้าสมัยซ้อน” “ชีวิต 150 ชม. 3” “คุณแม่ 30 คะแนน” ของ TAKAGI Naoko “เผ่หลาพาสุขใจ in อิตาลี่” จากประเทศญี่ปุ่น “มาดามวาชามิอะดุยแคนกิมจิ” และ “Luna Park” จากประเทศเกาหลี รวมถึง “YYไม่คายก็ได้พะ” จากประเทศจีน เป็นต้น

- 5) หนังสือการ์ตูนความรู้ (Edutainment Comics) เป็นการ์ตูนสาระบันเทิง แบ่งเป็นช่องทำนองเดียวกับการ์ตูนญี่ปุ่น มีการแทรกความรู้ต่างๆ และคำอธิบายเชิงวิชาการ ผ่านการเล่าเรื่องที่สนุกสนาน มีทั้งแบบสี่สีและภาพดำขาว



สำนักพิมพ์ชั้นนำของญี่ปุ่น และเกาหลี อาทิ “ชีวิตส์ควมหัสจรรย์ท่องโลกดึกดำบรรพ์” และ “ท่องโลกได้สมุทร” ลิขสิทธิ์ของ Kodansha “Doraemon English Vocabulary” ของ Fujiko F Fujio ลิขสิทธิ์ของ Shogakukan ประเทศญี่ปุ่น การ์ตูนความรู้ชุด “ท่องโลกแสนสนุกกับ Pucca” ลิขสิทธิ์ของ Vooz Firm และการ์ตูนความรู้ชุด “Magic Science School” และ “Dreaming Einstein” “Galilei Returns” ลิขสิทธิ์ของ DongaScience “Aha! Series Exciting” ลิขสิทธิ์ของ Gimm-young Magic English Comics, “Exciting Knowledge”, “Economics”, “Invention”, “Future”, “Science Space” ในชุด Classroom IQ series ลิขสิทธิ์ของ GANA ประเทศเกาหลี และ “The Universe”, “Computer The Human Body”, “Mathematics” ลิขสิทธิ์ของ HCE จากไต้หวัน

- 6) หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ (Activity Book) เป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก ประกอบด้วยรูปภาพเป็นส่วนใหญ่ ความรู้พร้อมความบันเทิง ผ่านกิจกรรมต่างๆ อาทิ การระบายสี การวาดรูปต่างๆ การลากเส้น เกมทดสอบความจำ สี ตัวเลข หรือคำศัพท์ต่างๆ โดยใช้ตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงที่เด็กชื่นชอบ อาทิ กิจกรรมชุด “โดราเอมอน” “คิจินอน” “เชลโล่ คิตตี้” จากญี่ปุ่น และหนังสือกิจกรรมเสริมทักษะชุด Sheldon ของประเทศไทย

ข) สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย

NEE ได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ผลิต นำเข้า และจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย อาทิเช่น Walt Disney, Warner Bros. Simon & Schusters ประเทศสหรัฐอเมริกา Hit Entertainment, Chorion, Orchard Book, Scholastic UK, Egmont UK, Dorling Kindersley ประเทศอังกฤษ, VGS ในเครือของ EGMONT, Verlagsgesellschaften ประเทศเยอรมัน, Larousse ประเทศฝรั่งเศส, Casterman ประเทศเบลเยียม, Paramon ประเทศสเปน และ Blake Education, Wendy Pye Publishing Ltd. ประเทศออสเตรเลีย เป็นต้น โดยผลิตเป็นภาษาไทย หรือ 2 ภาษา ซึ่งมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในเล่มเดียวกัน

ในปี 2553 NEE ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย ทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 700 เรื่อง ซึ่งดำเนินการในรูปแบบดังต่อไปนี้

- 1) นิตยสารสำหรับเด็กชื่อ “Disney & Me” เป็นนิตยสารรายเดือนสำหรับเด็กอายุ 5-8 ปี ลิขสิทธิ์จาก Disney ซึ่งให้ทั้งความรู้พร้อมความบันเทิงโดยการรวมนิทานภาพและกิจกรรมเสริมทักษะไว้ในเล่มเดียวกัน เช่น การระบายสี รูปภาพ ลากเส้น เกมทดสอบความจำ สี ตัวเลข นอกจากนี้ยังได้สอดแทรกความรู้ด้านภาษาอังกฤษ เช่น abc หรือ คำศัพท์ต่างๆ ฯลฯ นิตยสารฉบับนี้จัดพิมพ์เป็นสองภาษา (ไทย-อังกฤษ) เพื่อช่วยให้ผู้ปกครองเลือกซื้อให้แก่บุตรหลาน และให้ครูพิจารณาใช้เป็นหนังสือเสริมหลักสูตรในโรงเรียน
- 2) หนังสือนิทานภาพ (Story-telling book) ซึ่งได้คัดสรรจากนิทานที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางจากทั้งในและต่างประเทศ อาทิ นิทานจากภาพยนตร์ เช่น “Lion King” “Toy story” “Finding Nemo” “Up” “Bolt” นิทานชุด “Disney Classics” “Disney Princess” “Pooh First Reader” ของ Disney นิทานคลาสสิกของอันส์ คริสเตียนแอนเดอร์สัน “Scooby-Doo” ของ Warner Bros. “Barney” และ “Thomas & Friends” ของ Hit Entertainment เป็นต้น นอกจากนี้ NEE ยังได้พัฒนาหนังสือนิทานประกอบกับชุดอ่านออกเสียงทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Read Along) ได้แก่ ชุด “Disney Princess” “Disney Pixar” “Disney Collection” และ “Winnie the Pooh” ของ Disney และ “Thomas & Friends” ของ Hit Entertainment อีกด้วย
- 3) หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ (Activity Book) เป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก ประกอบด้วยรูปภาพเป็นส่วนใหญ่ ความรู้พร้อมความบันเทิง ผ่านกิจกรรมต่างๆ อาทิ การระบายสี การวาดรูป การลากเส้น เกมทดสอบความจำ สี ตัวเลข หรือคำศัพท์ต่างๆ ฯลฯ จัดพิมพ์เป็นสองภาษา (ไทย-อังกฤษ) ส่วนใหญ่มีเนื้อหาเกี่ยวกับตัวการ์ตูนที่เป็นที่นิยมระดับนานาชาติ ตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์ในประเภทนี้ ได้แก่ หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะชุด “Read and Learn”



- “Read with Princess” “Read with Prince” ของ Disney, หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะชุด “Barney’s Beginnings” หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะชุด “Scooby-Doo” รวมถึงหนังสือกิจกรรมเสริมทักษะชุด “Thomas & Friends”
- 4) **วรรณกรรมเยาวชน (Junior Novel)** เป็นวรรณกรรมแปลที่มีตัวอักษรมากกว่ารูปภาพ มีเนื้อเรื่องที่อ่านและเข้าใจได้ง่าย ส่วนใหญ่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสืบสวนสอบสวน ผจญภัย แฟนตาซี และมีหลายเรื่องที่จัดพิมพ์เป็นสองภาษา (ไทย-อังกฤษ) ตัวอย่างหนังสือในประเภทนี้อาทิ ชุด “Tiara Club” ของ Vivian French ชุด “The Naughtiest Girl” และ “โรงเรียนเซนต์แคลร์ (St. Claire’s)” ของ Enid Blyton ชุด “Airy Fairy” และ “Pickle Hills” ชุด “Captain Fact” “ชุดไขปริศนากับสตูปี้ดู” ชุด “Fairies และ Witch” ของ Disney, ชุด “Katie Cat” และ “The Star” ของ Thomas Brezina เป็นต้น
 - 5) **หนังสือการ์ตูน** เป็นหนังสือที่มีการเล่าด้วยภาพแบ่งเป็นช่องๆ มีการวางภาพคล้ายการ์ตูนญี่ปุ่น มีทั้งแบบพิมพ์สี่สีเดียวและที่ตีอาทิ “การผจญภัยของดิน ดิน (Tin Tin)” ชุด Manga Shakespeare เช่น “Romeo & Juliet” “Hamlet” และ “Tempest” เป็นต้น
 - 6) **หนังสือสาระความรู้สำหรับเด็ก** เป็นหนังสือที่ให้ความรู้ในเรื่องต่างๆ ที่เข้าใจง่ายและมีรูปภาพประกอบ และวิธีการเล่าที่ดึงดูดความสนใจของเด็ก ขณะเดียวกันก็สอดแทรกเป็นความรู้เฉพาะด้านควบคู่ไปด้วย ซึ่งอาจนำไปใช้เป็นหนังสืออ่านนอกเวลาสำหรับเด็กและเยาวชน บางเล่มได้มีการจัดพิมพ์เป็นสองภาษา (ไทย-อังกฤษ) เพื่อเสริมทักษะภาษาอังกฤษอีกด้วย เช่น ชุด “Petite Encyclopedia” ชุด “My Name is ...” ชุด “Mega Bites” ชุด “คลื่นความคิด อัจฉริยะ by the Brainwave” ชุด “Environmental” ชุด “Explosion Zone-โลกอัจฉริยะ” ชุด “Whiz Kids-หนูรู้ไหม” และชุด “Go Facts” ชุด “มหัศจรรย์ใกล้ตัว” ชุด “วิกฤตสิ่งแวดล้อม” และชุด “ฉลาดล้ำ-Brainwave” เป็นต้น
 - 7) **หนังสือสารานุกรมสำหรับเด็กและเยาวชน** เป็นหนังสือที่เน้นให้ความรู้เชิงวิชาการในหัวข้อต่างๆ และมีรูปภาพประกอบเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของเด็กและเยาวชน สามารถนำไปใช้เป็นหนังสืออ้างอิงหรือสื่อประกอบการเรียนการสอน เพื่อเสริมสร้างความรู้ที่จำเป็นสำหรับเด็กและเยาวชน ตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์ในประเภทนี้ ได้แก่ สารานุกรม ชุด “Your World” ชุด “Children Encyclopedia” ชุดสารานุกรมชุด “Kingfisher Knowledge” ของ Kingfisher “Picture Dictionary” ของ Disney “E-Encyclopedia” และ “How Cool Stuff Works” ของ Dorling Kindersley เป็นต้น
 - 8) **สื่อการเรียนภาษาอังกฤษ** เป็นชุดสื่อที่ช่วยพัฒนาการเรียนรู้ภาษาอังกฤษสำหรับเด็กและเยาวชน ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ และสื่อต่างๆ ทั้ง หนังสือ วิกิทัศน์ และซีดี เช่น สื่อชุด “Key Words”

1.1.2 ลูกค้ำกลุ่มเป้าหมาย

ลูกค้ำกลุ่มเป้าหมายแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

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

โดยหนังสือของกลุ่มบริษัท เนชั่น มีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ำกลุ่มเป้าหมายในพิสัยที่ต่างๆ กันดังนี้

- หนังสือการ์ตูนและนิยายสารการ์ตูน มีกลุ่มลูกค้ำเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น และอาจรวมไปถึงผู้ใหญ่ที่มีความชื่นชอบในการอ่านหนังสือการ์ตูน เนื่องจากเป็นความบันเทิงรูปแบบหนึ่งที่มีต้นทุนที่ต่ำ
- นิทาน/ หนังสือภาพ/ หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ มีกลุ่มลูกค้ำเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มเด็กเล็ก
- วรรณกรรมเยาวชนมีลักษณะเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ จึงมีกลุ่มลูกค้ำเป้าหมายครอบคลุมกลุ่มเด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น
- หนังสือสาระความรู้มีความละเอียดของเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ ครอบคลุมลูกค้ำเป้าหมายตั้งแต่กลุ่มเด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น



- หนังสือสารานุกรม มีความละเอียดของเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ ครอบคลุมกลุ่มลูกค้า เด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น

1.1.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ก) สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย

การจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชียนั้น NED ซึ่งเป็นผู้ผลิตจะขายสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตทั้งหมดให้แก่ NEE ซึ่งเป็นการขายบนเงื่อนไขไม่มีการรับคืน เพื่อให้ NEE นำไปจำหน่ายต่อไปให้กับเอเจนต์ที่จัดจำหน่ายการ์ตูน และผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ที่มีร้านหนังสือหลายสาขา ซึ่งเป็นการขายที่อาจมีการรับคืนได้ในภายหลัง โดยเอเจนต์เหล่านี้จะกระจ่ายสินค้าต่อไปยังร้านหนังสือค้าปลีกรายย่อยซึ่งจะจำหน่ายต่อไปให้แก่ผู้อ่านอีกต่อหนึ่ง และ NEE ยังมีการจัดจำหน่ายโดยตรงแก่ผู้อ่านผ่านระบบสมาชิก

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2553 NEE จัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชียส่วนใหญ่ผ่านเอเจนต์การ์ตูน รองลงมาได้แก่ ร้านหนังสือ ร้านค้าโมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ และ ร้านค้าที่ไม่ได้จำหน่ายหนังสือเป็นหลัก และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ ได้แก่ จำหน่ายตรงผ่านบูธ งาน event ตามลำดับ รวมจุดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 2,050 จุด (ที่มา: บริษัทฯ)

ข) สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย

NEE จะทำการจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลียซึ่งตนเป็นผู้ผลิตผ่านผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ที่มีร้านหนังสือหลายสาขา และร้านค้าโมเดิร์นเทรด ซึ่งมีเงื่อนไขการขายที่อาจมีการรับคืนได้ในภายหลัง โดยร้านค้าเหล่านี้จะจำหน่ายต่อไปให้แก่ผู้อ่านอีกต่อหนึ่ง นอกจากนั้น NEE ยังมีการจัดจำหน่ายโดยตรงแก่สถาบันการศึกษา และผู้อ่านผ่านระบบสมาชิกด้วย

ในปี 2553 NEE จัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย ส่วนใหญ่ผ่านร้านหนังสือ รองลงมาได้แก่ ร้านค้าโมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ และ ร้านค้าที่ไม่ได้จำหน่ายหนังสือเป็นหลัก นอกจากนั้น มีการจำหน่ายตรงผ่านบูธ โรงเรียน และองค์กรต่างๆ และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ รวมจุดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 2,000 จุด (ที่มา: บริษัทฯ)

1.1.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

1) คัดเลือก สร้างสรรค์ พัฒนาสื่อที่มีคุณภาพ

บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนที่มีคุณภาพ ความเหมาะสม และตอบสนองความต้องการของกลุ่มเด็กและเยาวชน รวมทั้งส่งเสริมความรู้ด้านต่างๆ โดยเฉพาะความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์หลายประเภทของกลุ่มบริษัทฯ มีภาษาไทยควบคู่กับภาษาอังกฤษ

2) คัดเลือก สร้างสรรค์สื่อที่ทันสมัยและได้รับความนิยมระดับนานาชาติ

กลุ่มบริษัทฯ จะใช้ข้อได้เปรียบสำนักพิมพ์อื่นๆ จากการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ในการพิจารณาคัดเลือกสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมสูงจากต่างประเทศ และมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมในประเทศมาทำการผลิต และจัดจำหน่ายได้ตามเป้าหมาย



- 3) พัฒนาสื่อที่สอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอย่างรวดเร็ว
กลุ่มบริษัทฯ มีการติดตามผลตอบรับของการ์ตูนเรื่องต่างๆ ที่ลงในนิตยสาร Boom ของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อคัดเลือกเรื่องที่ได้รับความนิยมสูง มาจัดพิมพ์รวมเล่มออกวางจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านและเพิ่มรายได้จากการ์ตูนเรื่องดังกล่าว
นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับสำนักพิมพ์อื่นๆ ในตลาดได้ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อหนังสือ เช่น จัดจำหน่ายหนังสือเป็นชุดในราคาพิเศษ หรือให้ส่วนลดพิเศษพร้อมของสมนาคุณ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ไม่มีนโยบายทำการตลาดด้วยราคาต่ำกว่าคู่แข่ง (Price War)
- 4) สร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อการมีส่วนร่วมของลูกค้า และกิจกรรมเพื่อสังคม
กลุ่มบริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่างๆ ร่วมกับร้านหนังสือ และในสถานที่สาธารณะอื่นๆ เช่น การจัดงานเพื่อส่งเสริมการแสดงผลงานความสามารถของเด็กและเยาวชน ได้แก่ งาน Japanese Festival ซึ่งประกอบด้วยการประกวดการแต่งตัวเลียนแบบตัวการ์ตูน (cos' play) และการประกวดดนตรีแนวญี่ปุ่น (J-rock), งาน Comics Cosmo เพื่อคั่นหานักเขียนการ์ตูนไทยหน้าใหม่ และเป็นการรวมตัวกันของสังคมผู้ชื่นชอบการ์ตูน การจัดกิจกรรม Disney and Me Talent Contest กิจกรรมส่งเสริมกีฬา เช่น Kiddy League มหกรรมกีฬาอนุบาล และการแข่งขันสกีบาสเก็ตบอล Dunk Anti Drug รวมถึงการเข้าร่วมออกงานและกิจกรรมส่งเสริมการอ่านในงานมหกรรมหนังสือต่างๆ เป็นต้น
- 5) พัฒนานักเขียนไทยให้มีคุณภาพ และก้าวสู่ระดับสากล
กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสร้างนักเขียนการ์ตูนไทยหน้าใหม่ เห็นได้จากการจัดประกวดนักเขียนการ์ตูนไทยมาตลอดระยะเวลากว่า 10 ปี การจัดสัมมนาหรือ workshop แก่เด็กและเยาวชนผู้สนใจ การพิจารณาตีพิมพ์การ์ตูนจากนักเขียนการ์ตูนไทยในนิตยสารรายสัปดาห์ "Boom" และหนังสือเล่ม และหนึ่งในความสำเร็จของโครงการนี้คือการที่สำนักพิมพ์ชั้นนำจากประเทศฝรั่งเศส และเบลกาเรีย ได้ซื้อลิขสิทธิ์การ์ตูนไทยเรื่อง "อภิมหิชาเก้า" ไปตีพิมพ์
- 6) พัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม
กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการกระจายสื่อที่คัดสรรแล้วว่ามีคุณภาพและมีเนื้อหาเหมาะสมไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ได้แก่ การให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่ายทั้งช่องทางดั้งเดิม และผ่านสื่อใหม่ หรือวิธีการใหม่ๆ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังเห็นการเข้าถึงเด็กและเยาวชนผ่านการขายตรงเพื่อเข้าถึงผู้ปกครองของเด็กและเยาวชน รวมถึงการขายตรงเข้าสู่โรงเรียน โดยผ่านทางห้องสมุดหรือ ครู เพื่อเสนอทางเลือกในการใช้ประกอบการเรียนการสอน หรือมีไว้ให้นักเรียนค้นคว้าประจำห้องสมุด

1.2 หนังสือเพื่อเด็กยุคนี้

1.2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

หนังสือเพื่อเด็กยุคนี้ของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 หมวดหลักดังนี้

(1) หมวดบริหารและจัดการ (Business and Management)

หนังสือในกลุ่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการบริหารและจัดการในหัวข้อต่างๆ รวมถึงเศรษฐศาสตร์ การเงิน การบัญชี การตลาด ภาษีและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การจัดการเชิงกลยุทธ์ และกรณีศึกษาทางธุรกิจ ตัวอย่างหนังสือที่ได้รับความนิยมอย่างสูงระดับนานาชาติในกลุ่มนี้ เช่น "กลยุทธ์น่านน้ำสีคราม(Blue Ocean)" โดย W. Chan Kim & Renee Mauborgner , "เจาะจุดแข็ง(Now, Discover Your Strength)" โดย Marcus Buckingham & Donald O. Clifton, "แต่เก่งไม่พอ(Talent is Never Enough)" "ทะยานไกลให้ถึงฝัน(Put Your Dream to the test)" โดย John C. Maxwell , "Think! Before it's too late" โดย

วชิระกิตติ

Dr. Edward de Bono, “Digimarketing:เปิดโลกนิเวศเดียวและการตลาดดิจิทัล” โดย Ken wartime & Ian Fenwick, “The Long Tail” และ “Free:สารพัดวิธีรวยด้วยฟรี” โดย Chris Anderson

นอกจากนี้ยังมีงานเขียนของนักคิด นักเขียนไทยในกลุ่มการบริหารและจัดการที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่านในวงกว้าง อาทิ “จนเครียดเก็บคังค์ลี” โดย พงษ์ คงกลาย, “บทเรียนร่อนจากซิลิคอน วเลจ” และ “ตามล่าSearchหาฝัน” โดย กระทั่ง พูนผล, “มนุษย์เศรษฐกิจ2.0” โดย นรินทร์ โอฬารกิจอนันต์, “2530-2551 จาก Black Monday ถึง Hamburger Crisis”, “ผู้ตายฟื้น Crisis 1, 2 และ 3” โดย กองบรรณาธิการ Bizweek แห่งหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, “The Signature1 และ2” โดย11ซีอีโอชื่อดังของเมืองไทย, “ทศวรรษแห่งวิกฤติ” โดย ดร.ปิยะศักดิ์ มานะสันต์, “After Shock : วิกฤติการเงินสะท้านโลก” โดย ดร.ศุภวุฒิ สายเชื้อ, “บริหารคนเหนือตำรา” โดย คุณจากรุจน์ อธิธาวัชรกุล, “พิชิตหุ่นด้วยกราฟแท่งเทียน” โดย ป.ดิษฐ์ (ประจวบ วงษ์นิยม)

(2) หมวดนิยาย และวรรณกรรม(Fiction & Literature)

หนังสือในกลุ่มนี้เป็นนวนิยายและวรรณกรรมของนักเขียนไทยและนักเขียนต่างประเทศที่แปลเป็นภาษาไทย เช่น “ป๊อโรว์...พันธุกรรมอำพราง” โดย Isaka Kotaro, “GOTH...คดีคดข้อมือ” โดย Otsuichi, “ปริศนาหน้ากากมนุษย์” โดย Keigo Higashino และผลงานของนักเขียนไทย “Reborn...มิดที่13” โดย นพ วิบุรุษทอง นอกจากนี้ยังมีนวนิยายและวรรณกรรมที่ได้รับความนิยมจนทำให้ถูกนำไปสร้างเป็นภาพยนตร์ อาทิ “ตำนานสไปเดอร์วิก(The Spiderwick Chronicles)” ของ Tony DiterLizzi & Holly Black, “My Sassy Girl” ของเกาหลี, “บัญชีสาวชื่อนักสืบ” โดย Shinya Yamada, รวมทั้ง “ร่าง...อุบิรักข้ามดวงดาว”(The Host) โดย Stephenie Meyer นักเขียนเจ้าของผลงาน Twilight Saga ซึ่งติดอันดับขายดีระดับโลกและได้รับการนำไปทำเป็นภาพยนตร์ชุดฮิตที่โด่งดังไปทั่วโลก

(3) หมวดภาษา และการเรียนรู้ (Language and Learning)

หนังสือในกลุ่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะด้านภาษาและการทดสอบความถนัดด้านต่างๆ ซึ่งหนังสือในกลุ่มพัฒนาทักษะด้านภาษาที่ได้รับความนิยม เช่น “Just Speak Out” By Nina โดย กุลนัฏดา ปิยะมิตรสวัสดิ์, “Chris Delivery1-2” “Chris Unseen1-2” “ภาษาอังกฤษแค่ครึ่งก็มันส์แล้ว” โดย คริสโตเฟอร์ ไรท์, “DIY Mind Map : พูดยาอังกฤษจากจิตใต้สำนึกอย่างอัตโนมัติ” โดย ดร.วราวรรณ ฤทธิรงค์

หนังสือกลุ่มทดสอบความถนัด อาทิ “เลขคณิตพิชิตสมองเสื่อม เล่ม 1-2” ซึ่งมียอดขายกว่า 3 ล้านเล่มในประเทศญี่ปุ่น และพิมพ์ซ้ำไปแล้ว 7 ครั้งในประเทศไทย

หนังสือชุดทดสอบความสามารถและทักษะด้านต่างๆ ได้แก่ “คู่มือทดสอบความถนัดด้านทัศนคติ”(The Aptitude Test Work Book) “คู่มือทดสอบไอคิวและความถนัด” (IQ And Aptitude Test) “คู่มือทดสอบความถนัด บุคลิกภาพและแรงจูงใจ” (Aptitude, Personality & Motivation Test) “คู่มือทดสอบความคิดสร้างสรรค์” (Test Your Creative Thinking) “คู่มือทดสอบความถนัดด้านตัวเลข”(Test Your Numerical Aptitude) “คู่มือทดสอบความฉลาดทางอารมณ์” (Test Your EQ) และ “คู่มือทดสอบความฉลาดและศักยภาพของพลังสมอง”(Test and Access your Brain Quotient) “ชุด 50 ปริศนา ทำคิดนอกกรอบ, ทำคิดสร้างสรรค์, ทำคิดเชิงตรรกะ, ทำคิดให้ฉับไว, ทำคิดเชิงกลยุทธ์ และทำคิดเป็นรูปภาพ” โดย Charles Phillips, “Keep Your Brain Fit : ออกกำลังกายความคิดพิชิตสมอง” โดย Gareth Moore, “Max Your Brain” สมองพิชิตไหวพริบเต็ม100! โดย James Harrison, “พิชิตสมองให้คิดได้สองด้าน(Left Brain Right Brain)” โดย Charles Phillips และหนังสือชุดไขสมการชีวิต 4 เล่ม คือ “ไข100 สมการอายุยืน”(The Long Life Equation) “ไข 100 สมการความสุข”(The Happiness Equation) “ไข 100 สมการชีวิตปลอดภัย”(The Environment Equation) และ “ไข 100 สมการอัจฉริยภาพ”(The Intelligence Equation)



(4) หมวดศาสนาและปรัชญา (Religion and Philosophy)

หนังสือในกลุ่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อ คำสอนทางศาสนา และปรัชญา เช่น หนังสือ “สติ มรรคาแห่งสันติ”, “รู้คืนรู้เบิกบาน”, “สงบเย็นเป็นประโยชน์” ตลอดจน “แกะรอยกรรม” ผลงานธรรมะชั้นดีของพระไพศาล วิสาโล นอกจากนี้ก็ยังมี “ถอดใจทุกข์ก็พบสุข”

นอกจากนี้ยังมีหนังสือแปลเกี่ยวกับศาสตร์ด้านโหราศาสตร์และดวงชะตา ผลงานของ Joey Yap ปรมาจารย์และที่ปรึกษาผู้มีชื่อเสียงระดับโลก ผลงานของเขาได้รับการแปลเป็นภาษาไทยและมียอดขายที่น่าทึ่งมาก เช่น “อ่านคนได้ใจคนเป็น” “เบญจลักษณ์บนใบหน้า” “ปฏิทินฤกษ์มงคล 2011” “ดวงชะตาในบ้าน” และ “ดวงชะตาในบ้าน”

(5) หมวดทั่วไป (General Interest)

หนังสือในกลุ่มนี้เป็นหนังสือที่มีเนื้อหาหลากหลาย ครอบคลุมความสนใจด้านต่างๆ ของผู้อ่านในวงกว้าง อาทิ สุขภาพและความงาม อาหาร บ้านและการตกแต่ง การพัฒนาตนเอง สัตว์เลี้ยง และไลฟ์สไตล์ ตลอดจนเรื่องชีวิตคนดัง เช่น “E-Kim คนเร่ใจไม่รัก” โดย เจนนิเฟอร์ คิม, “บรีซ์เจ้าใจ” โดย จี๊ด ใจกุล และ “สักยันต์ กันภัย” โดย อ.หนู กันภัย

หมวดบ้านและที่อยู่อาศัย “อยู่สบาย 1-2” “แต่งบ้านให้ใจดี 1-3” “Junk Style” โดย เมลานี โมเลตเวิร์ธ และ “Series 101” ได้แก่ “101 ห้องนั่งเล่น ตกแต่งอย่างมีสไตล์” “101 ห้องครัว ตกแต่งอย่างมีสไตล์” “101 ห้องน้ำตกแต่งอย่างมีสไตล์” “101 ห้องนอนตกแต่งอย่างมีสไตล์” โดย สำนักพิมพ์ BBC Good Homes

หมวดสัตว์เลี้ยง ได้แก่ “ง่ายพิริบตา ผูกหมาแสนรู้” โดย ครูอี, “เลือกหมาให้เหมาะกับคุณ” โดย Gwen Bailey, “หมาทำแบบนี้ทำไม” โดย มาร์ติ เบ็คเกอร์ และ จินา สปากาไฟร์ “คู่มือฝึกหมาขั้นเทพ” ผลงานของ เดวิด เทย์เลอร์

ในส่วนหมวดอาหาร ได้แก่ หนังสือ “ปรุงด้วยใจสไตล์นูร” “ของว่างคาว-หวาน ตำราใจ” “ทำกินง่าย ทำขายรวย” โดย นูรอ โซะมีณี สเต็ปเป้ หนังสือ “Remix” ผลงานของคุณ พล ดัชนีเดช, “เคล็ดลับคู่ครัวคุณหรีด อร่อยคุณ 3” “เคล็ดลับคู่ครัวคุณหรีด 2” โดย รพีพรพร เหลืองอร่ามรัตน์ และ “สุดช็อคความอร่อย” โดย ไชยแสง กิระชัยนิช นอกจากนี้ก็ยังมี “100 สูตรช็อคอาหารเพื่อความอ่อนเยาว์” กับ “100 สูตรช็อคอาหารกระตุ้นภูมิคุ้มกัน”

หมวดสุขภาพ ได้แก่ “โยคะบำบัดสำหรับสาวออฟฟิศ” “รู้ดีรู้จริงกับครูโยคะ” “แม่สมส่วน ลูกสมบูรณ์คุณทำได้” “10 ระบบเปลี่ยนแปลงเมื่อวัยเปลี่ยนไป” โดย ถิศจิต ฐิตินาโยธิน “หน้า ผม นม ผิว” โดย บลูแองเจี หนังสือชุด “Top 100 สูตรช็อคอาหารเพื่อสุขภาพ” “หอมสวยกล้วยช่วยคุณได้ เล่มที่ 1” และ “หอมสวยกล้วยช่วยคุณได้ เล่มที่ 2” โดย ฮามจิ และที่สำคัญคือ หนังสือชุด “ใครไม่ป่วยยกมือขึ้น เล่ม 1 และ เล่ม 2” และ “คนไทยต้องหายป่วย” ที่ขายดีติดอันดับยาวนาน เป็นต้น นอกจากนี้หนังสือเล่มที่ออกมาแล้วและกำลังทำออกขายได้ดียิ่ง ได้แก่ “โส บ๊ิง สวย ด้วยโยคะใบหน้า” และ “หมอเทวดา ผู้รักษามะเร็งรอด”

นอกจากนี้ยังมีหนังสืออื่นๆ ที่น่าสนใจอีก อาทิ “รู้เรื่องรถกับพัฒนาคน คอนไรรถอย่างไรไม่เจ็บตัว” โดย พัฒนเศรษฐพรพิภ “โรมแนคไม่เลือกที่” โดย กองบรรณาธิการจุดประกาย-เสาร์สวัสดิ์ แห่งหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

นับตั้งแต่เริ่มดำเนินธุรกิจมาจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2553 ทางบริษัทฯ ได้จัดพิมพ์หนังสือที่ออกแล้วมากกว่า 650 ปก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นหนังสือหมวดทั่วไป (General Interest) รองลงมา ได้แก่ หมวดบริหารและการจัดการ (Business and Management) หมวดภาษาและการเรียนรู้ (Language and Learning) หมวดศาสนา จิตวิทยา และปรัชญา (Religion and Philosophy) และหมวดนิยาย - วรรณกรรม (Fiction and Literature) ตามลำดับ (ที่มา: บริษัทฯ)

1.2.2 ลูกค้ายุคใหม่เป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือผู้ที่มิใช่ผู้สูงอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเองในแง่มุมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทักษะในการทำงาน การใส่ใจสุขภาพ การพัฒนาความคิดและปรัชญาการดำเนินชีวิต และมีความชื่นชอบในการอ่านหนังสือเพื่อความบันเทิงและสาระความรู้

อภินันท์

1.2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบัน บริษัทฯ ทำการจัดจำหน่ายหนังสือเพื่อเกิดมูลค่าผ่านช่องทางการจำหน่ายประเภทต่างๆ ดังนี้

1. **ร้านหนังสือ** เป็นช่องทางจัดจำหน่ายหนังสือเพื่อเกิดมูลค่าที่ใหญ่ที่สุดของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่ผ่าน บมจ.ซีอีดียูเคชั่น ซึ่งจะจำหน่ายหนังสือในร้านหนังสือของคนเองที่มีหลายสาขา และกระจายหนังสือสู่ร้านค้าและร้านหนังสือชั้นนำอื่นๆต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการวางจำหน่ายเองผ่านร้านหนังสืออื่นๆ ได้แก่ ร้านดับเบิลยูมิว ทาวเวอร์
2. **บูทจำหน่ายหนังสือ** เป็นการเปิดบูทจำหน่ายหนังสือแก่ผู้อ่านโดยตรงในงานต่างๆ ที่สำคัญ คือ งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ และงานมหกรรมหนังสือ เป็นต้น
3. **จำหน่ายตรงแก่องค์กร** เป็นการจำหน่ายหนังสือแก่ผู้บริหารที่เป็นบริษัทเอกชน โรงเรียน มหาวิทยาลัย และหน่วยงานราชการอื่นๆ ที่มีความต้องการใช้หนังสือเพื่อเกิดมูลค่าของบริษัทฯ
4. **ช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ** เช่น การจำหน่ายหนังสือให้แก่บริษัทในเครือเนชั่นกรุ๊ปฯ เพื่อใช้เป็นของขวัญปีใหม่หรือของสมนาคุณแก่ลูกค้า และการจำหน่ายผ่านทางไปรษณีย์ และอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ www.nationbook.com ซึ่งให้ส่วนลดเป็นพิเศษแก่ผู้สั่งซื้อ และเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสำหรับผู้อ่านมากยิ่งขึ้น

ในปี 2553 สำนักพิมพ์ "เนชั่นบุ๊คส์" ได้จัดจำหน่ายหนังสือเพื่อเกิดมูลค่าผ่านช่องทางการจำหน่ายหลักคือร้านหนังสือ รองลงมาได้แก่จำหน่ายตรงผ่านบูธ โรงเรียน และองค์กรต่างๆ และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ ตามลำดับ รวมจุดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 2,500 จุด (ที่มา: บริษัทฯ)

1.2.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตและจำหน่ายหนังสือเพื่อเกิดมูลค่าที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายครอบคลุมความต้องการของนักอ่านทุกกลุ่มอายุ เพศ และอาชีพ โดยพิจารณาคัดเลือกหนังสือทั้งในแง่ของเนื้อหา คุณภาพ และความเหมาะสม เพื่อให้หนังสือของบริษัทฯ สามารถเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างความบันเทิง และความรู้ของผู้อ่านให้ทันต่อยุคสมัย
- 2) เนื่องจากบริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้เปรียบสำนักพิมพ์อื่นๆ ดังกล่าวในการคัดเลือกผลงานของนักเขียน และสำนักพิมพ์ที่เป็นที่ชื่นชอบของนักอ่านชาวไทย และมีคุณภาพระดับโลกโดยมียอดขายในอันดับต้นๆ (Bestsellers) มานำเสนอ
- 3) ในส่วนของหนังสือเพื่อเกิดมูลค่าที่เป็นหนังสือแปลจากภาษาต่างประเทศ บริษัทฯ ได้มีการมุ่งเน้นคุณภาพการแปลให้มีความถูกต้องตรงกับต้นฉบับมากที่สุด โดยไม่ละทิ้งความสละสลวยของบทความ เพื่อเป็นการเสริมสร้างอรรถรสในการอ่านหนังสือ และเสริมสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้อ่านมากที่สุด
- 4) บริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาจำหน่ายหนังสือที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับสำนักพิมพ์อื่นๆ ในตลาดได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อหนังสือ เช่น จัดจำหน่ายหนังสือในราคาพิเศษ หรือให้ส่วนลดพิเศษสำหรับหนังสือบางหมวด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่มีนโยบายทำการตลาดด้วยราคาค่าต่ำกว่าคู่แข่ง (Price War)
- 5) บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่างๆ เช่น การเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือต่างๆ การเปิดตัวหนังสือ การพบปะนักเขียน การจัดส่งหนังสือให้แก่สื่อต่างๆ รวมถึงนักวิจารณ์ เป็นต้น
- 6) บริษัทฯ ได้มีการประชาสัมพันธ์ชื่อของสำนักพิมพ์ "เนชั่นบุ๊คส์" ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักอ่าน โดยการจัดโครงการประกวดเรื่องสั้นแนววิทยาศาสตร์ (Nation Books Award) และเปิดโอกาสให้นักเขียนสมัครเล่นสามารถลงเรื่องสั้นหรือบทความของตนเองในเว็บไซต์ของบริษัทฯ www.nationbook.com หรือส่งมาทางไปรษณีย์ ซึ่งเป็นการเปิด



โอกาสให้ประชาชนทั่วไปได้แสดงความสามารถด้านการเขียน นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังได้รู้จักนักเขียนหน้าใหม่ที่จะได้รับความนิยมนในอนาคต

1.3 การจัดหาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

1.3.1 การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

กลุ่มบริษัทฯ จะทำการพิจารณาแนวโน้มอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เพื่อวางแผนกำหนดประเภทสิ่งพิมพ์และรูปแบบเนื้อหาที่จะดำเนินการผลิตในแต่ละปี หลังจากนั้น กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการจัดหาและผลิตสิ่งพิมพ์ โดยมีขั้นตอนหลักในการดำเนินการดังต่อไปนี้

(1) การคัดสรรสื่อสิ่งพิมพ์

กลุ่มบริษัทฯ จะจัดส่งบรรณาธิการ และทีมงานไปเยี่ยมชมงานเทศกาลหนังสือในต่างประเทศ (Book Fairs) เพื่อดูแนวโน้มของสิ่งพิมพ์โลก และสรรหารายชื่อสิ่งพิมพ์ที่น่าสนใจ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีการสำรวจตลาดเพื่อสอบถามหรือหาข้อมูลของประเภทหรือรายชื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายโดยตรง ในบางกรณีนักเขียนหรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์อาจทำการติดต่อขอจำหน่ายลิขสิทธิ์ในการผลิตและจัดจำหน่ายแก่กลุ่มบริษัทฯ โดยตรง เนื่องจากชื่อเสียงของกลุ่มบริษัทฯ เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือที่ออกเกี่ยวกับด้านเศรษฐกิจ และการจัดการ และ Self Improvement ของกลุ่มบริษัทฯ

หลังจากนั้น คณะทำงานเพื่อคัดเลือกหนังสือของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหาร บรรณาธิการ และ ฝ่ายการตลาด จะทำการคัดเลือกสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมในการผลิตและจัดจำหน่ายซึ่งมีคุณสมบัติเบื้องต้นดังนี้

- 1.1) มีรูปแบบและเนื้อหาที่คาดว่าจะตรงกับความต้องการและได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่องจากกลุ่มผู้อ่านเป้าหมาย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีขนาดที่เหมาะสมในการจัดพิมพ์สิ่งพิมพ์นั้นๆ
- 1.2) ไม่มีเนื้อหาที่แสดงความรุนแรงและขู่ทางเพศ
- 1.3) มีต้นทุนในการซื้อลิขสิทธิ์ที่เหมาะสม และสามารถขายได้ในราคาของกลุ่มบริษัทฯ สามารถทำกำไรจากการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์นั้นได้

(2) ติดต่อ เจริญ และทำสัญญาซื้อลิขสิทธิ์

หลังจากที่ได้รายชื่อสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมแล้ว ทางกลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อเจรจาราคา และเงื่อนไขในการซื้อลิขสิทธิ์กับนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ สำหรับหนังสือที่ออกเกี่ยวกับด้านหมวดทั่วไปบางเล่ม กลุ่มบริษัทฯ อาจดำเนินการติดต่อนักเขียนที่คาดว่าจะเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้อ่านมาเพื่อเขียนหนังสือให้แก่กลุ่มบริษัทฯ จากนั้นจึงทำสัญญากับนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์

(3) การจัดเตรียมต้นฉบับภาษาไทย

3.1) การแปล ในกรณีที่หนังสือเป็นภาษาต่างประเทศ กลุ่มบริษัทฯ จะติดต่อผู้แปลที่มีความเหมาะสมกับประเภทหนังสือ เพื่อดำเนินการแปลเป็นภาษาไทย และ ติดต่อผู้ที่มีความเหมาะสมกับประเภทหนังสือดังกล่าวเพื่อทำหน้าที่บรรณาธิการเล่มตรวจสอบความถูกต้องของต้นฉบับแปล ซึ่งภายหลังจากที่ผู้แปลทำการลงนามในสัญญาและได้รับต้นฉบับสิ่งพิมพ์ภาษาต่างประเทศจากกลุ่มบริษัทฯ เรียบร้อยแล้ว ก็จะดำเนินการแปล โดยระยะเวลาในการแปลนั้นขึ้นอยู่กับประเภทสิ่งพิมพ์ ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลาไม่เกิน 1-2 เดือน จากนั้นผู้แปลจะดำเนินการส่งผลงานแปลฉบับสมบูรณ์ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ เพื่อส่งต่อเล่มให้แก่บรรณาธิการดำเนินการตรวจสอบและแก้ไข ภายหลังจากบรรณาธิการตรวจต้นฉบับที่แปลเป็นภาษาไทยสมบูรณ์แล้ว ก็จะดำเนินการส่งให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ในกรณีที่สิ่งพิมพ์เป็นหนังสือการ์ตูน กลุ่มบริษัทฯ จะมีการนำต้นฉบับหนังสือการ์ตูนภาษาต่างประเทศมาทำการสแกนเพื่อนำคำแปลลงประกอบภาพการ์ตูน



3.2) การจัดรูปเล่ม ภายหลังจากที่กลุ่มบริษัทฯ ได้รับต้นฉบับสิ่งพิมพ์ภาษาไทยฉบับสมบูรณ์ ก็จะนำมาดำเนินการจัดเรียงภาพ เนื้อหา และจัดรูปเล่มให้เหมาะสม ในบางกรณีที่เป็นสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ อาจถูกจำกัดให้จัดเรียงและจัดทำรูปแบบให้เหมือนต้นฉบับภาษาต่างประเทศ นอกจากนั้น กลุ่มบริษัทฯ จะทำการออกแบบปกหนังสือ และจัดทำปกในกรณีที่เจ้าของลิขสิทธิ์มีได้บังคับให้ใช้ปกหนังสือของต้นฉบับ หรือในกรณีที่กลุ่มบริษัทฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าปกเดิมไม่เหมาะสม

(4) การจัดเตรียมการพิมพ์

4.1) การเตรียมกระดาษ กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อผู้ค้ากระดาษเพื่อดำเนินการสั่งจองกระดาษที่ใช้ในการจัดพิมพ์ ในระหว่างการจัดเตรียมต้นฉบับ โดยปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ซื้อกระดาษเพื่อใช้ผลิตสิ่งพิมพ์จากบริษัทในเครือเนชั่นกรุ๊ป และผู้จัดจำหน่ายกระดาษภายในประเทศในราคาตลาด

4.2) การจัดหาโรงพิมพ์ ในระหว่างการจัดเตรียมต้นฉบับ กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อโรงพิมพ์เพื่อกำหนดรูปแบบการพิมพ์ ค่าจ้างพิมพ์ และวันกำหนดส่งของ โดยมีการเปรียบเทียบและเจรจาต่อรองเพื่อให้ค่าจ้างพิมพ์ต่ำที่สุดภายใต้รูปแบบสิ่งพิมพ์ที่กลุ่มบริษัทฯ ต้องการ ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ใช้บริการโรงพิมพ์จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ บจก. เนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส จำกัด บจก. คับบลิวพีเอส จำกัด บจก. เอช-เอ็น กรุ๊ป และ บจก. พรินต์โฟร

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

(5) การพิมพ์และจัดส่ง

กลุ่มบริษัทฯ จะจัดส่งไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ต้นฉบับสิ่งพิมพ์ให้แก่โรงพิมพ์เพื่อดำเนินการพิมพ์ เมื่อโรงพิมพ์ดำเนินการพิมพ์เรียบร้อยแล้ว โรงพิมพ์จะจัดส่งมาเพื่อจัดเก็บที่คลังสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ

1.3.2 สรุปสาระสำคัญของสัญญาลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

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

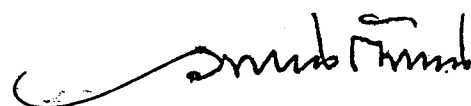
- 1) ค่าลิขสิทธิ์ขั้นต่ำซึ่งเป็นจำนวนคงที่ (minimum guarantee) กำหนดจากยอดพิมพ์เริ่มต้นขั้นต่ำ หรือประมาณการยอดขาย ชำระ ณ วันที่ลงนามในสัญญา หรือ ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้
- 2) ค่าลิขสิทธิ์แปรผันที่คำนวณจากยอดขายสิ่งพิมพ์หรือยอดพิมพ์ ซึ่งส่วนใหญ่มีการจ่ายทุกครึ่งปี หรือ หนึ่งปี

ทั้งนี้ ประเภทของค่าลิขสิทธิ์ รวมทั้งจำนวน และกำหนดเวลาการชำระค่าลิขสิทธิ์ของแต่ละสัญญานั้น ขึ้นอยู่กับการต่อรองระหว่างกลุ่มบริษัทฯ และเจ้าของลิขสิทธิ์

1.4 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจสำนักพิมพ์

1.4.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมธุรกิจสำนักพิมพ์

หนังสือเป็นช่องทางในการให้สาระ ความรู้ และความบันเทิงแก่ผู้อ่านที่เกิดขึ้นมานานที่สุดช่องทางหนึ่ง และยังคงมีบทบาทอย่างต่อเนื่องโดยมีการพัฒนารูปแบบและเนื้อหาไปตามกาลเวลา ธุรกิจสำนักพิมพ์จัดเป็นธุรกิจที่สร้างภูมิปัญญาให้กับ



สังคมและประเทศชาติ โดยมีส่วนสนับสนุนระบบการศึกษาและการเรียนรู้ของประชาชนในประเทศ ซึ่งการอ่านหนังสือถือได้ว่ามีความสำคัญเป็นลำดับต้นของการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ โดยเฉพาะในเด็กและเยาวชน

สำหรับประเทศไทยนั้น แม้ว่าคนไทยใช้เวลาว่างในการอ่านหนังสือเพียงประมาณปีละ 5 เล่ม (ที่มา: เอกสารวิเคราะห์ธุรกิจสำนักพิมพ์ และหนังสือเล่มในประเทศไทยปี 2552 และแนวโน้มปี 2553, สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย) แต่ธุรกิจสำนักพิมพ์มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านปริมาณสิ่งพิมพ์ มูลค่ายอดขาย และจำนวนร้านจำหน่ายหนังสือที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจสำนักพิมพ์ยังคงมีแนวโน้มของการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ก) ยอดจำหน่ายหนังสือ

ยอดการจำหน่ายหนังสือของประเทศไทยมีความสัมพันธ์และเติบโตตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศ โดยยอดการจำหน่ายหนังสือมีสัดส่วนอยู่ที่ประมาณร้อยละ 0.20 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศไทย (GDP) ซึ่งยอดการจำหน่ายหนังสือในประเทศไทยนั้นมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ระหว่างปี 2547 - 2552 ที่ร้อยละ 7.49

หมวดที่มีหนังสือใหม่ออกมากที่สุดประจำปี 2553 (จำนวนเล่ม) ได้แก่ อันดับที่ 1 หมวดวรรณกรรม โดยมีอัตราเติบโตสูงกว่าปี 2552 คือ ประมาณร้อยละ 13 เมื่อเทียบกับปี 2552 อีกทั้งยังมีราคาปกเฉลี่ยสูงขึ้นด้วย อันดับ 2 หนังสือสำหรับเด็ก มีอัตราเติบโตประมาณร้อยละ 9 ซึ่งเป็นอัตราที่เติบโตน้อยกว่าปี 2552 อันดับ 3 หมวดคู่มือเรียน สอบ มีอัตราเติบโตมากที่สุดใกล้เคียงกับอันดับ 4 หมวดจิตวิทยา และอันดับ 5 คือ หนังสือจิตวิทยาพัฒนาตนเอง

(ที่มา : เอกสาร “ที่สรุปในธุรกิจหนังสือปี 2553 จากฐานข้อมูลซีอีเอ็มบีแคร์เนชั่น” รวบรวมโดย ซีอีเอ็มบีแคร์เนชั่น จำกัด (มหาชน) 15 กุมภาพันธ์ 2554)

ข) จำนวนการใช้จ่ายเงินซื้อหนังสือต่อคนต่อปี

ในส่วนของจำนวนการใช้จ่ายเงินซื้อหนังสือต่อคนต่อปีมีแนวโน้มสูงขึ้นตามรายได้ต่อหัวของประชากรในประเทศไทย โดยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ระหว่างปี 2547 - 2552 ร้อยละ 7.49 อย่างไรก็ตาม การใช้จ่ายในการซื้อหนังสือของประชากรไทยยังอยู่ในระดับที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับต่างประเทศ

หมวดหนังสือที่คนไทยซื้ออ่านมากที่สุด (จำนวนเล่ม) ได้แก่ อันดับที่ 1 หมวดวรรณกรรม ซึ่งเป็นหมวดที่มีหนังสือใหม่ออกมากที่สุด อันดับ 2 หนังสือสำหรับเด็ก อันดับ 3 หมวดคู่มือเรียน/ สอบ อันดับ 4 หมวดการ์ตูนความรู้ และ อันดับ 5 หมวดความรู้ทั่วไป นอกจากนี้ มีหมวดหนังสือ ที่มีอัตราการซื้ออ่านเพิ่มขึ้น อย่างน่าสนใจ (จำนวนเล่ม) ได้แก่ หมวดสังคมศาสตร์ หมวดการจัดการศึกษา หมวดท่องเที่ยว หมวดวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และหมวดการ์ตูนความรู้

(ที่มา : เอกสาร “ที่สรุปในธุรกิจหนังสือปี 2553 จากฐานข้อมูลซีอีเอ็มบีแคร์เนชั่น” รวบรวมโดย ซีอีเอ็มบีแคร์เนชั่น จำกัด (มหาชน) 15 กุมภาพันธ์ 2554)

ปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจสำนักพิมพ์

ทิศทางอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์และแนวโน้มปี 2554 ยังเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์จะมีอัตราการเติบโตไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 หรือมีมูลค่าตลาดระหว่าง 21,000-22,000 ล้านบาท จากปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญคือ

1. การเติบโตของเศรษฐกิจ อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ สำหรับปี 2554 อยู่ที่ประมาณ 4.5%
2. มาตรการการสนับสนุนการอ่านจากรัฐ ได้แก่ การที่รัฐบาลกำหนดให้ ปี 2552-2561 เป็น “ทศวรรษแห่งการอ่านของชาติ” เพื่อเพิ่มค่าเฉลี่ยการอ่านหนังสือของคนไทยจาก 5 เล่มต่อปีเป็น 10 เล่มต่อปี ในปี 2555 และมาตรการทางภาษี ที่คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติมาตรการทางภาษีเกี่ยวกับการลดหย่อนค่าใช้จ่ายจากการบริจาคหนังสือเพื่อส่งเสริมการอ่าน ซึ่งจะมีผลบังคับใช้ในปี 2554



3) การเพิ่มขึ้นของจำนวนร้านหนังสือและแผงหนังสือ

ร้านหนังสือและแผงหนังสือเป็นช่องทางการจำหน่ายหนังสือและสิ่งพิมพ์ที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้อ่านมากที่สุด ซึ่งจำนวนร้านหนังสือในประเทศไทยมีการปรับตัวเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ร้านหนังสือและแผงหนังสือยังคงมีปริมาณไม่มากเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งประเทศ ซึ่งหากมีการกระจายร้านหนังสือให้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในต่างจังหวัด อาจส่งผลให้จำนวนผู้อ่านหนังสือ รวมถึงยอดจำหน่ายหนังสือปรับตัวเพิ่มขึ้น

1.4.2 สภาพการแข่งขัน

ธุรกิจสำนักพิมพ์ซึ่งผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือ เป็นธุรกิจที่ยังคงมีการเจริญเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้มีผู้สนใจเข้ามาในธุรกิจสำนักพิมพ์โดยตลอด อีกทั้งธุรกิจสำนักพิมพ์เป็นประเภทธุรกิจที่มีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก มีขนาดของผู้ประกอบการที่แตกต่างกันอย่างหลากหลาย ประกอบกับประเภทและลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือหนังสือ ก็มีความแตกต่างกันอย่างหลากหลายเช่นกัน ดังนั้น การประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ประกอบด้วยกับปัจจัยหลัก สรุปได้ดังนี้

ก) เนื้อหา เนื้อหาสาระของหนังสือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้อ่าน ดังนั้น สำนักพิมพ์ที่ประสบความสำเร็จ ต้อง มีการคัดเลือกเนื้อหาที่ตรงต่อความต้องการของผู้อ่านและสามารถสร้างความแตกต่างได้ภายใต้ทางเลือกหลากหลายที่มีอยู่ในตลาด

ข) การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายและสินค้าคงคลัง สำนักพิมพ์ควรบริหารช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมและทันเวลา รวมทั้งควรบริหารระดับของยอดคินหนังสือและสินค้าคงคลังให้เหมาะสมเพื่อลดเงินทุนหมุนเวียน

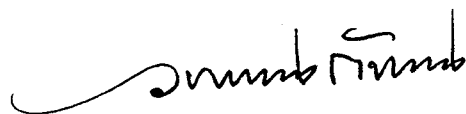
ค) พันธมิตรธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นทำให้สำนักพิมพ์จำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์อย่างทันทั่วถึง โดยนอกเหนือจากการพึ่งพิงความสามารถในการแข่งขันของตนเองแล้ว สำนักพิมพ์อาจจำเป็นต้องหาพันธมิตรธุรกิจด้านต่างๆ เช่น สำนักพิมพ์เจ้าของลิขสิทธิ์ชั้นนำในต่างประเทศ และตัวแทนจำหน่ายหนังสือขนาดใหญ่ เป็นต้น

ในการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์การ์ตูนสำหรับเด็กเยาวชน กลุ่มบริษัทฯ เป็นหนึ่งใน 5 สำนักพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูงที่สุดในประเทศไทย โดยสำนักพิมพ์คู่แข่ง 4 บริษัท ได้แก่ สำนักพิมพ์วิบูลย์กิจ สำนักพิมพ์สยามอินเตอร์คอมิกส์ สำนักพิมพ์บุรพัฒน์ และสำนักพิมพ์บงกช พับลิชชิ่ง ซึ่งสำนักพิมพ์ดังกล่าวผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูนจากประเทศญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่ และไม่มีร้านหนังสือเป็นของตนเองยกเว้นสำนักพิมพ์สยามอินเตอร์คอมิกส์

ในการผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือฟ็อกเก็ตบุ๊กส์ บริษัทฯ มีสำนักพิมพ์ที่เป็นคู่แข่งกันในตลาดแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

ก) สำนักพิมพ์ที่ไม่มีร้านหนังสือเป็นของตนเอง เช่น สำนักพิมพ์ เอ.อาร์.อินฟอร์เมชั่น แอนด์ พับลิเคชั่น และสำนักพิมพ์เอ็กซ์เปอร์เน็ทบุ๊กส์ เป็นต้น

ข) สำนักพิมพ์ที่มีร้านหนังสือของตนเอง เช่น บมจ. ซีเอ็ดดูเคชั่น สำนักพิมพ์โน้ตบุ๊ก บมจ. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง และ บมจ. นิตยสาร สำนักพิมพ์ นานมีบุ๊กส์ เป็นต้น



2. ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศและบริการที่เกี่ยวข้อง

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศชั้นนำและบริการที่เกี่ยวข้องผ่านตัวบริษัทฯ เอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 สิ่งพิมพ์ที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายมีทั้งหมด 117 ฉบับ ประกอบด้วยหนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศและนิตยสารภาษาต่างประเทศ ดังรายชื่อที่แสดงในตารางด้านล่าง ซึ่งธุรกิจดังกล่าวรวมถึงการเป็นตัวแทนขายสมาชิกและเป็นตัวแทนขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ฉบับที่พิมพ์ในประเทศไทย การรับจ้างพิมพ์ อาทิ หนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia และ The Yomiuri Shimbun รวมถึง การจัดตั้ง ให้แก่หนังสือพิมพ์และนิตยสารอีกหลายฉบับด้วย ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางด้านล่างเช่นกัน ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางด้านล่างเช่นกัน โดยการให้บริการดังกล่าวของบริษัทฯ เป็นแบบ One Stop Service เพื่อความสะดวกของเจ้าของสิ่งพิมพ์ในการติดต่อประสานงาน และแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่ได้รับลิขสิทธิ์ในสิ่งพิมพ์เหล่านี้

ลำดับที่	ประเภท/หมวด/ ชื่อหนังสือ	จำนวนเล่ม	บริการที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ *
1	หนังสือพิมพ์	2	
	1. The Yomiuri Shimbun	1	1,2,3,4,5
	2. The Wall Street Journal	1	1,2,4,5
2	นิตยสาร	115	
	1. Automotive & Motorcycle	10	2,5
	2. Business & Finance	6	2,5
	3. Computer & Electric	5	2,5
	4. Entertainment	10	2,5
	5. Health & Fitness	9	2,5
	6. Home & Garden	12	2,5
	7. Kids & Teen	11	2,5
	8. Men	6	2,5
	9. News & Current Affair	17	1,2,5
	10. Science & Nature	5	2,5
	11. Sport & Recreation	6	2,5
	12. Women	18	2,5
รวมทั้งหมด		117	

ที่มา: บริษัทฯ

หมายเหตุ: * บริการที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ

1. ตัวแทนจำหน่ายวารสาร
2. ตัวแทนขายสมาชิก
3. ตัวแทนขายโฆษณา
4. รับจ้างพิมพ์
5. รับจ้างจัดตั้ง

2.2 ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ในกรณีหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่นนั้น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ ชาวญี่ปุ่นและครอบครัวที่มาพักและทำงานในประเทศไทยทั้งชั่วคราวและเป็นระยะเวลานาน แต่มีการสมัครสมาชิกเป็นรายเดือนเท่านั้น ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้พยายามขยายตลาด โดยเพิ่มทางเลือกในการเป็นสมาชิกระยะยาว เช่น 2 ปี 1 ปี และ 6 เดือนเป็นต้น ในส่วน

วาทะสิทธิ์สิทธิ์ 60

หนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia. ปัจจุบันบริษัทฯ กำลังขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มผู้สนใจในนิตยสารต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น สำหรับนิตยสาร เพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้ตรงกลุ่มมากขึ้น บริษัทได้แบ่งสินค้าออกเป็น 12 หมวด ดังนี้

Automotive & Motorcycle กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ เป็นเจ้าของร้านขายรถยนต์ และผู้ที่ชื่นชอบการขับรถ และผู้ที่ติดตามการออกรถรุ่นใหม่ ๆ

Business & Finance มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ และนักบัญชีการเงิน ทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่อยู่ในประเทศไทย แต่ปัจจุบัน บริษัทฯ กำลังขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มนักศึกษาที่กำลังศึกษาด้านธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันมีความสนใจในนิตยสารภาษาต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

Computer & Electric มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นผู้ประกอบการด้านคอมพิวเตอร์ และ อิเลคทรอนิกส์ ต่างๆ รวมถึงคนทำงานด้าน IT นักศึกษา และคนทั่วไปที่สนใจในด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และการสื่อสารทุกชนิด

Entertainment มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานชื่นชอบการติดตามข่าวของดารา ภาพยนตร์ และข่าวบันเทิงต่างๆ

Health & Fitness มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นสถานประกอบการด้านสุขภาพ เช่น ร้านสปา ร้านอาหาร โรงพยาบาลสถานที่ออกกำลังกาย และรวมถึงคนทั่วไปที่รักสุขภาพ

Home & Garden มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นพ่อบ้าน แม่บ้าน และคนทำงานที่สนใจในเรื่องตกแต่งบ้าน และสวนของตนเอง และผู้ที่กำลังทำธุรกิจบ้านและสวน เพื่อดูแนวโน้มความต้องการของลูกค้า

Kids & Teen มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็น เด็ก และเด็กวัยรุ่น ตั้งแต่ 7-19 ปี

Men มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นผู้ชาย ที่ชอบติดตามดาราคนโปรดของตนเอง ผ่านภาพและเนื้อข่าวที่น่าสนใจ

News & Current Affair มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ นักวิชาการ กลุ่มนักศึกษา ที่ชื่นชอบการติดตามข่าว และสนใจในการวิเคราะห์ข่าวในเชิงลึก

Science & Nature มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นนักวิชาการ นักธรรมชาตินิยม นักศึกษาที่สนใจวิทยาศาสตร์ และธรรมชาติ

Sport & Recreation มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นทุกเพศ ทุกวัยที่รักในกีฬาที่ตนเองชื่นชอบ เช่น ฟุตบอล กอล์ฟ บาสเก็ตบอล รวมถึงนักเดินทางที่สนใจสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

Women มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นบุคคลทั่วไปที่สนใจในเรื่องแฟชั่น ดารา ข่าวบันเทิงต่างๆ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงมากกว่าชาย

2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศของบริษัทฯ จะมีช่องทางการจำหน่ายที่แตกต่างกันไปตามที่สำนักพิมพ์เจ้าของลิขสิทธิ์ให้สิทธิไว้ในสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายของแต่ละสิ่งพิมพ์ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

ก) ร้านหนังสือ และแผงหนังสือ (Newsstand): บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายให้แก่ร้านหนังสือ และแผงหนังสือเพียงรายเดียวในประเทศไทย (Exclusive) ซึ่งนำไปจำหน่ายต่อไปให้กับผู้อ่านโดยตรง ซึ่งบริษัทฯ มีจุดกระจายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศผ่านช่องทางนี้รวมกันทั้งสิ้นมากกว่า 400 แห่ง

ข) สมาชิก: บริษัทฯ เป็นตัวแทนในการบอกรับสมาชิกสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งระยะเวลาการเป็นสมาชิกล้วนมีความหลากหลายขึ้นกับประเภทหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร เช่น ราย 1 เดือน ราย 1 ปี ราย 2 ปี เป็นต้น สิ่งพิมพ์ดังกล่าวจะถูกจัดส่งถึงสถานที่ที่ผู้เป็นสมาชิกระบุไว้ โดยผู้จัดส่งที่บริษัทฯ หรือผู้ผลิตสิ่งพิมพ์เป็นผู้จ้าง

ค) Bulk: ในช่องทางนี้ บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศจำนวนหลายเล่มให้แก่ผู้รับเพียงรายเดียว เช่น โรงแรม สายการบิน และองค์กรต่างๆ เป็นต้น โดยสำนักพิมพ์เจ้าของลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ต่างประเทศนั้นๆ จะมีการกำหนดลักษณะการจำหน่ายและจำนวนเล่มที่จำหน่ายในแบบ Bulk ที่แตกต่างกันไป



ตารางแสดงรายละเอียดช่องทางการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศต่างๆ ของบริษัทฯ

ลำดับที่	ประเภท/หมวด/ ชื่อหนังสือ	แผงหนังสือและ ร้านหนังสือ	สมาชิก	Bulk
1	หนังสือพิมพ์			
	1. The Yomiuri Shimbun	x	x	x
	2. The Wall Street Journal	x	x	
2	นิตยสาร			
	1. Automotive & Motorcycle		x	
	2. Business & Finance		x	
	3. Computer & Electric		x	
	4. Entertainment		x	
	5. Health & Fitness		x	
	6. Home & Garden		x	
	7. Kids & Teen		x	
	8. Men		x	
	9. News & Current Affair		x	x
	10. Science & Nature		x	
	11. Sport & Recreation		x	
	12. Women		x	

2.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

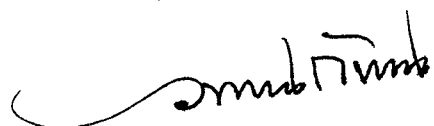
เนื่องจาก หากบริษัทฯ สามารถทำยอดขายเพิ่มขึ้น บริษัทฯ จะได้รับค่าคอมมิชชั่นหรือส่วนลดในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน บริษัทฯ จึงมีนโยบายมุ่งเน้นการเพิ่มยอดขายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายอยู่แล้วในปัจจุบันจากการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังช่องทางใหม่ๆ เช่น การจำหน่ายแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ซึ่งเป็นการจัดจำหน่ายที่มีต้นทุนต่ำและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว และการจำหน่ายผ่านศูนย์บริการการขายสมาชิก (Subscription Center) ซึ่งบริษัทฯ มีแผนที่จะจัดตั้งขึ้นโดยรวบรวมสิ่งพิมพ์ของบริษัทฯ เองและพันธมิตรทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้อ่าน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีเป้าหมายในการเพิ่มการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศให้ใหม่ โดยมุ่งเน้นสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจและสิ่งพิมพ์ที่เป็นภาษาคำต่างประเทศอื่นนอกจากภาษาอังกฤษ และ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านทุกกลุ่ม และเพิ่มความหลากหลายของสิ่งพิมพ์ ในปี 2554 บริษัทฯ จึงได้แบ่งการขายสิ่งพิมพ์ออกเป็น 2 ประเภทคือหนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดยในส่วนของนิตยสารได้แบ่งสินค้าออกเป็น 12 กลุ่ม ดังนั้นพนักงานของบริษัทฯ สามารถเจาะตลาดตามลูกค้าให้ตรงกลุ่มได้

บริษัทฯ จะพิจารณาความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทยจากปริมาณการขายตามแผงหนังสือและร้านหนังสือ เมื่อบริษัทฯ เห็นแนวโน้มความเป็นไปได้ในการทำกำไรจากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ดังกล่าวแล้ว บริษัทฯ จะทำการติดต่อสำนักพิมพ์เจ้าของสิ่งพิมพ์เพื่อขอเป็นตัวแทนจำหน่ายต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีกลยุทธ์เฉพาะในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายดังนี้

ก) ร้านหนังสือ และแผงหนังสือ (Newsstand)

บริษัทฯ มุ่งเน้นการติดต่อ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับร้านหนังสือขนาดใหญ่เป็นหลัก เนื่องจากมีสาขามาก และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากกว่าร้านหนังสือ หรือแผงหนังสือที่มีขนาดเล็ก

 62

ข) สมาชิกแก่บุคคลทั่วไป (Subscription)

บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมการตลาดโดยจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศอื่นๆ ให้แก่สมาชิกในราคาที่ต่ำกว่าราคาหน้าปก หรือ ต่ำกว่าราคาที่จำหน่าย ณ แดงหนังสือ รวมถึงมีการแจกของชำร่วยในกรณีสมัครเป็นสมาชิกสิ่งพิมพ์กับบริษัทฯ อีกด้วย ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการชักชวนให้ผู้อ่านสมัครสมาชิกกับบริษัทฯ โดยผ่านช่องทางหลัก คือ การชักชวนทางโทรศัพท์ การออกร้านในงานสัปดาห์หนังสือ และการส่งเอกสารไปยังบ้านของผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เป็นต้น

ค) สมาชิกแก่โรงแรม องค์กรทั่วไป (Bulk)

บริษัทฯ มีทีมการขายที่ติดต่อกับ สายการบิน โรงแรม สถาบันการศึกษา และ องค์กรอื่นๆ โดยตรงเพื่อชักชวนให้องค์กรเหล่านั้นซื้อสิ่งพิมพ์ต่างประเทศแบบ Bulk จากบริษัทฯ

2.5 การจัดหาสิ่งพิมพ์ต่างประเทศเพื่อจัดจำหน่าย

ปัจจุบัน สำนักพิมพ์เจ้าของหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun และ The Wall Street Journal Asia ได้ว่าจ้างบริษัทฯ ให้ดำเนินการจัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ดังกล่าว โดยบริษัทฯ ได้ใช้บริการโรงพิมพ์ในเครือเนชั่น ได้แก่ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ในการจัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ดังกล่าว หลังจากนั้นสำนักพิมพ์เจ้าของสิ่งพิมพ์ทั้ง 2 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

ขบวนการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของกลุ่มลูกค้าของสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

ก) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาพักในโรงแรมต่างๆ ทั่วประเทศไทย ถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักในการจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศของบริษัทฯ จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่าปี 2552 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยจำนวน 14.09 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 6.33 ล้านคนในปี 2541 โดยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ระหว่างปี 2541 -2552 ที่ร้อยละ 6.80

ข) กลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย

ชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทยเป็นเวลา 1 เดือนขึ้นไป ถือเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่สนใจอ่านนิตยสารและหนังสือพิมพ์ต่างประเทศ จากข้อมูลสำนักตรวจคนเข้าเมือง พบว่าในปี 2552 ชาวต่างชาติที่อาศัยชั่วคราวในประเทศไทยซึ่งรวมถึงผู้มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย ผู้ที่เข้ามาประกอบธุรกิจ นักการทูต และข้าราชการ เป็นต้น มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 1,076,203 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 573,480 คนในปี 2545 โดยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ระหว่างปี 2545 -2552 ที่ร้อยละ 9.41

ค) กลุ่มคนไทยที่สนใจสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

คนไทยกลุ่มวัยทำงานและนักธุรกิจซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และนักศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปให้ความสนใจข่าวสารต่างประเทศ ถือเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่สนใจอ่านนิตยสารและหนังสือพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้มีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อยๆ

ในส่วนสภาวะการแข่งขันของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศประเภทสมาชิกมีคู่แข่งน้อยราย โดยมีคู่แข่งหลักจำนวน 3 ราย ได้แก่ บริษัท แมกกาซีน อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท โพสท์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน) และกลุ่มบริษัท นิวสเปเปอร์ไคเร็กซ์ จำกัด ส่วนตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทแผงหนังสือหรือร้านค้า มีคู่แข่งจำนวนมากหลายราย ซึ่งประกอบด้วยคู่แข่งที่เป็นร้านหนังสือขนาดใหญ่ที่มีจำนวนหลายสาขา เช่น บริษัท เอเซียบุ๊คส์ จำกัด เป็นต้น และคู่แข่งที่เป็นเอเยนต์หรือร้านหนังสือขนาดเล็ก

4.6 สายธุรกิจโรงพิมพ์

ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

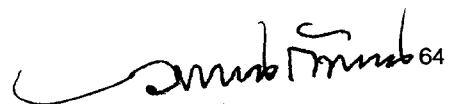
บริษัท คัมบิลวทีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) เป็นบริษัทย่อยที่บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 84.5% ทุนจดทะเบียน 500 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์หนังสือพิมพ์ โดยโรงพิมพ์หลักจะรับพิมพ์หนังสือพิมพ์ของเครือ เนชั่น กรุ๊ป

ในปี 2550 WPS ได้ร่วมทุนกับ Kydo Printing Co., Ltd. (KP) จากประเทศญี่ปุ่น และ San-Mic Trading (Thailand) Co., Ltd. จัดตั้งบริษัท เกียวโด เนชั่น พรินติ้ง เซอร์วิส จำกัด (WPS ถือหุ้น 49%) มีทุนจดทะเบียน 350 ล้านบาท เพื่อให้บริการ Commercial Printing บริการงานพิมพ์หนังสือทั้งในประเทศและต่างประเทศ งานหนังสือปกแข็ง ตำราเรียน Encyclopedia การ์ตูน หอสมุดแห่งชาติและนิตยสาร โดยเริ่มดำเนินการในเดือนเมษายน 2550 ทั้งนี้เพื่อใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินที่มีอยู่ โดย WPS ลงทุนด้วยเครื่องจักรและอุปกรณ์ส่วนที่เกี่ยวข้อง กับงานพิมพ์ Commercial Printing รวมทั้งเป็นการขยายตลาดการให้บริการไปยังต่างประเทศ

WPS ได้จำหน่ายเครื่องพิมพ์ Commercial Printing และ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานพิมพ์ให้แก่ บริษัทร่วมทุน Kyodo Nation Printing Services Co., Ltd (KNP) ซึ่ง KNP ดำเนินธุรกิจด้าน Commercial Printing โดยตรง เพื่อเป็นการใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด และ Kydo Printing Co (S'Pore) PTE Ltd. ได้มีการโยนย้ายฐานการผลิตจากสิงคโปร์มาที่ประเทศไทยเพื่อเพิ่มศักยภาพงานบริการทางด้านการพิมพ์ให้มี ประสิทธิภาพสูงสุด และให้บริการตรงกับความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด

ในวันที่ 22 มิถุนายน 2553 WPS ได้ทำการซื้อหุ้น KNP จาก KP และ SAN-MIC จำนวน 51% ในมูลค่า 8.3 ล้านบาท และทำการเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท เนชั่น พรินติ้ง เซอร์วิส จำกัด (NPS) ทำให้ WPS ถือหุ้นใน NPS จำนวน 99.99% เปลี่ยนสถานะของ NPS จากบริษัทร่วมเป็นบริษัทย่อย

ณ วันที่ WPS เข้าซื้อหุ้นใน KNP นั้น KNP มีมูลค่าสินทรัพย์มากกว่าหนี้สิน 193.8 ล้านบาท ดังนั้นเมื่อคิดเป็นสัดส่วนของกิจการที่ได้เพิ่มขึ้น 51% เท่ากับได้มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ 98.8 ล้านบาท (193.8 * 51%) ในขณะที่ตกลงซื้อขายจำนวน 8.03 ล้านบาท จึงทำให้มีกำไรจากการต่อรองราคาซื้อ 90.8 ล้านบาท (รายละเอียดอ่านเพิ่มเติมได้จากหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 4 เรื่องการเปลี่ยนสถานะเป็นบริษัทย่อยจากการซื้อธุรกิจ)

 64

การบริการงานพิมพ์ของ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัดดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์หนังสือพิมพ์ ใช้เครื่องจักร Cold-set Web Offset ซึ่งรับงานพิมพ์จาก บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด ได้แก่ หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก, กรุงเทพธุรกิจ, The Nation หนังสือรายปักษ์และรายสัปดาห์ - เนชั่นจูเนียร์และเนชั่นสุดสัปดาห์ และแบบการเรียนการสอนจากลูกค้าภายนอกอย่างเช่น อักษรเจริญทัศน์ รวมทั้งสำนักพิมพ์เจ้าของหนังสือพิมพ์ต่างประเทศได้แก่ The Wall Street Journal Asia และ Yomiuri Shimbun ซึ่งได้ว่าจ้างบริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NINE) ดำเนินการจัดพิมพ์ จัดจำหน่าย และขนส่ง ตามลำดับ และ NINEได้ใช้บริการโรงพิมพ์ในเครือ ได้แก่ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้จัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ดังกล่าว

สิทธิและข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

-ไม่มี-

กลยุทธ์ทางการตลาด

ให้บริการงานด้านการพิมพ์ที่มีคุณภาพอย่างครบวงจร โดยการใช้เครื่องจักร, อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัย และระบบบริหารคุณภาพ เพื่อพัฒนาคุณภาพบริการการพิมพ์ให้ดียิ่งขึ้น โดยทีมงานที่มีประสบการณ์ด้านการพิมพ์มานานกว่า 39 ปี

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

นอกจากนี้ บริษัทยังร่วมกับบริษัทในกลุ่มเนชั่น คือ บริษัท เอ็มเอ็มแอล จำกัด (บริษัทย่อยที่ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นอยู่ 99.99%) ให้บริการเพิ่มเติมที่โรงพิมพ์อื่นไม่สามารถทำได้ คือบริการด้านการจัดส่ง (Logistic) ตรงถึงลูกค้าตามบ้านหรือส่งถึงเอเจนต์หนังสือ เพื่อบริการลูกค้าอย่างครบวงจร

ลักษณะของลูกค้า

ในปี 2553 ลูกค้าส่วนใหญ่ประมาณ 95 % คือบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ นอกจากนี้มีการขยายตลาดงานด้านการพิมพ์ไปยังลูกค้าภายนอกเครือ อาทิเช่น อักษรเจริญทัศน์ ซึ่งเป็นลูกค้าประเภท Web Offset

ภาวะการแข่งขัน

เนื่องจากบริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด มีศูนย์การพิมพ์ครบวงจร มีเครื่องจักรที่ทันสมัย ได้แก่ เครื่องพิมพ์เวป (Cold-set Web Offset) รวมทั้งมีเครื่องจักรที่ให้บริการในการจัดหีบห่อรูปเล่มอย่างครบวงจร

เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต

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



กำลังการผลิต แยกตามประเภทการผลิตสินค้าและเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องดังนี้

กำลังการผลิตหนังสือพิมพ์

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

อัตรากำลังคนในการผลิตหนังสือพิมพ์

ปัจจุบันโดยเฉลี่ยการทำงานเป็น 2 กะ จำนวนกะละ 8 ชั่วโมง และใช้เวลาในการพิมพ์เฉลี่ยวันละ 16 ชั่วโมง โดยมีตารางเวลาสลับการทำงานของเครื่องพิมพ์ ณ 31 ธันวาคม 2553 บริษัทฯมีพนักงานในสายธุรกิจการพิมพ์รวมประมาณ 129 คน

วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตหนังสือพิมพ์แบ่งได้ดังต่อไปนี้

หน่วย : ร้อยละของมูลค่าวัตถุดิบรวม

วัตถุดิบ	ผลิตหนังสือพิมพ์และนิตยสาร
กระดาษหนังสือพิมพ์	86%
หมึกพิมพ์	6%
เพลท	7%
อื่นๆ (เช่น น้ำยาล้างเพลท)	1%
รวม	100%

ในปี 2553 วัตถุดิบส่วนใหญ่ คือ กระดาษหนังสือพิมพ์ ซึ่ง บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จะเป็นผู้จัดหาเพื่อจัดส่งให้บริษัท คับบลิฟทีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินการผลิต (ดูรายละเอียดจากกลุ่มธุรกิจสิ่งพิมพ์) ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ บริษัท คับบลิฟทีเอส (ประเทศไทย) จำกัดเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดหาวัตถุดิบ

แหล่งที่มาของวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญ คือ กระดาษหนังสือพิมพ์ซึ่งส่วนใหญ่บริษัทฯสั่งซื้อจากผู้ผลิตในประเทศเป็นหลัก เช่น บริษัท ผลิตภัณฑ์กระดาษไทย จำกัด, บริษัท ฟินิกซ์ ฟิล์ม แอนด์ เพเพอร์ จำกัด (มหาชน), บริษัท นอร์สเทิร์น จำกัด เป็นต้น โดยผู้จำหน่ายกระดาษดังกล่าว ไม่มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมกับบริษัทหรือผู้บริหาร แต่จะพิจารณาเลือกซื้อจากการเปรียบเทียบราคาและความต้องการใช้งานเป็นสำคัญ โดยปัจจุบันมีผู้จัดจำหน่ายกระดาษเป็นจำนวนมากทำให้มีการแข่งขันสูง บริษัทฯ จึงไม่ประสบกับปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ หากสูญเสียแหล่งวัตถุดิบบางแหล่งไป สำหรับการสั่งซื้อกระดาษหนังสือพิมพ์ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่มีการสั่งซื้อกับรายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 50

ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ หมึกพิมพ์ เพลท และน้ำยาต่างๆ ซึ่งมีสัดส่วนรวมประมาณร้อยละ 22 ของมูลค่าวัตถุดิบรวม ในปี 2553บริษัทฯได้สั่งซื้อจากบริษัทตัวแทนในประเทศทั้งหมดเพราะมีผู้ขายเป็นจำนวนมาก โดยไม่ผูกพันกับรายใดรายหนึ่ง



ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากการผลิตหนังสือพิมพ์ของบริษัทฯ ใช้วัตถุดิบน้อยประเภทโดยร้อยละ 78 ของวัตถุดิบหลัก คือ กระดาษ ส่วนที่เหลือเป็นวัสดุสิ้นเปลืองได้แก่ เพลา, หมึก, ฟิล์ม, น้ำยาเคมี ซึ่งเมื่อผ่านกระบวนการผลิตแล้ว บริษัทฯ จะนำมาจำหน่ายให้แก่ผู้รับซื้อสินค้าเก่า โดยเฉพาะวัสดุสิ้นเปลืองที่เป็นวัตถุเคมี จะต้องพิจารณาผู้รับซื้อที่ต้องได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมด้วย ดังนั้นบริษัทจึงไม่มีวัตถุดิบหรือน้ำยาเคมีที่ใช่แล้ว เป็นมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังอยู่ภายใต้การควบคุมของ กรมโรงงานอุตสาหกรรม สำนักงานเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อมโรงงาน ซึ่งในทุกๆ ปี หน่วยงานดังกล่าวได้เข้ามาตรวจสอบสภาพและประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้วมีความเห็นว่าบริษัทไม่ได้สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

ก้าลงการผลิตบริการงานพิมพ์คุณภาพสูง (Commercial)

ดำเนินธุรกิจตั้งแต่เดือน เมษายน 2550 ดำเนินการโดย บริษัทร่วมทุน คือ บริษัท เกียวโด เนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส จำกัด (KNP) เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่าง บริษัท คับบลิวพีเอส (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, พ็อคเก็ตบุ๊กและนิตยสาร รวมถึงงานพิมพ์คุณภาพอื่นๆ

ต่อมาในเดือนมิถุนายน 2553 WPS ได้เข้าถือหุ้นเพิ่มเติมจากร้อยละ 49 เป็นร้อยละ 99.99 และเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท เนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส จำกัด (NPS) ตามที่กล่าวแล้ว

ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1. งานบริการการพิมพ์หนังสือเพื่อส่งออกต่างประเทศ

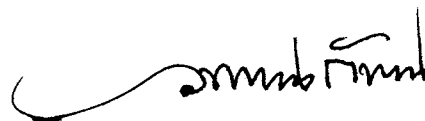
งานการพิมพ์ที่ส่งออกต่างประเทศ ซึ่งเป็นลูกค้าเดิมของ Kyodo Printing Co (S'Pore) PTE Ltd. ซึ่งได้ย้ายฐานการผลิตจากสิงคโปร์มายังประเทศไทย โดยลักษณะงานจะเป็นงานพิมพ์หนังสือปกแข็ง เล่มหนาใหญ่ และเน้นสีสดภายในเล่ม โดยเน้นคุณภาพการพิมพ์และการเข้าเล่มอย่างพิถีพิถัน โดยในปัจจุบันมีลูกค้าส่งออกยังประเทศสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย อังกฤษ นิวซีแลนด์ เยอรมัน เป็นต้น

หลัง WPS เข้าถือหุ้น 99.99% ใน NPS แล้ว บริษัทได้ปรับนโยบายไม่รับงานพิมพ์หนังสือเพื่อการส่งออกต่างประเทศเพิ่ม ในครึ่งปีหลังจึงเป็นการทำงานที่ค้างอยู่เพื่อส่งมอบให้ครบตามสัญญาเท่านั้น หลังจากนั้นได้ดำเนินการปิดสายการผลิตหนังสือปกแข็ง และได้จัดให้มีโครงการ early retirement สำหรับพนักงานกลุ่มหนึ่ง สำหรับเครื่องจักรที่ปิดสายการผลิตไปนั้น บริษัทมีแนวทางจะจำหน่ายออกไป โดย NPS ได้ทำการตั้งสำรองไว้เรียบร้อยแล้ว ส่วนเครื่องจักรอื่นๆที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานผลิตหนังสือปกแข็งยังใช้งานเป็นปกติ เพื่อให้บริการผลิตงานพิมพ์หนังสือภายในประเทศต่อไป

2. งานบริการการพิมพ์หนังสือภายในประเทศ

งานพิมพ์ภายในประเทศแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่

2.1 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 ส่วนใหญ่เป็นงานการตูน, พ็อคเก็ตบุ๊ก และสิ่งพิมพ์โฆษณา



2.2 ลูกค้านอกกลุ่มเนชั่น ด้วยกำลังการผลิตที่สูงและกระบวนการผลิตที่ครบวงจร จึงได้มีการเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าที่มีงานพิมพ์ที่เน้นด้านคุณภาพและขอการพิมพ์สูง ทางบริษัทฯสามารถรองรับงานพิมพ์ประเภทนิตยสาร, วารสาร, แคตตาล็อก และโบรชัวร์ โดยลูกค้าหลักในปัจจุบัน ได้แก่ บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ จำกัด, บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน), บริษัท เอ็ม ไอ คับบลิว กรุ๊ป จำกัด และ บริษัท เอส.บี. อุตสาหกรรมเครื่องเรือน จำกัด เป็นต้น

สิทธิและข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

รับงานพิมพ์ที่เน้นคุณภาพสูงและขอการพิมพ์สูง

กลยุทธ์ทางการตลาด

ให้บริการงานด้านการพิมพ์ที่มีคุณภาพสูงอย่างครบวงจร โดยใช้เครื่องจักร, อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัย จนถึงการบริการจัดหีบห่อ และระบบบริหารคุณภาพ (QC) เพื่อการพัฒนาคุณภาพบริการการพิมพ์ให้ดียิ่งขึ้น โดยทีมงานที่มีประสบการณ์ด้านการพิมพ์มานานกว่า 36 ปี

นอกจากนี้ บริษัทยังร่วมกับบริษัทในกลุ่มเนชั่น คือ บริษัท เอ็มเอ็มแอล จำกัด (บริษัทย่อยที่ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นอยู่ 99.99%) ให้บริการเพิ่มเติมที่โรงพิมพ์อื่นไม่สามารถทำได้ คือบริการด้านการจัดส่ง (Logistic) ตรงถึงลูกค้าตามบ้านหรือส่งถึงเอเจนต์หนังสือ เพื่อบริการลูกค้าอย่างครบวงจร

ลักษณะของลูกค้า

ในปี 2553 สัดส่วนลูกค้าในประเทศและลูกค้าต่างประเทศ คิดเป็น 72 : 28 โดยลูกค้าในประเทศส่วนใหญ่เป็นลูกค้าบริษัทในกลุ่มเนชั่น ซึ่งในปี 2553 บริษัทฯ มียอดขายจากลูกค้าภายนอกลดลง 11% จากปี 2552 ยอดขายจากลูกค้าภายนอกจะมีลักษณะเน้นงานพิมพ์ที่มีปริมาณสูงและต่อเนื่อง เช่น Catalogue สินค้า, Direct Mail, คู่มือการใช้สินค้า, นิตยสารของสายการบิน เป็นต้น นอกจากนี้ในส่วนของลูกค้าต่างประเทศมียอดขายลดลง 55% เมื่อเทียบกับปี 2552 โดยลูกค้าต่างประเทศส่วนใหญ่จะเป็นสำนักพิมพ์

ภาวะการแข่งขัน

เนื่องจากบริษัท เนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส จำกัด มีศูนย์การพิมพ์ครบวงจรและมีเครื่องจักรที่ทันสมัย ได้แก่ เครื่องพิมพ์ป้อนแผ่น (Commercial Printing) และเครื่องพิมพ์คุณภาพและความจำสูง (Commercial Heat-set web Offset) รวมทั้งมีเครื่องจักรที่ให้บริการในการจัดหีบห่อรูปเล่มอย่างครบวงจร ซึ่งในธุรกิจประเภทเดียวกันมีเพียง บริษัท ศิริวัฒนา อินเตอร์พรีตติ้งและบริษัท ไชเบอร์พรีตติ้งเท่านั้น แต่ด้วยสภาวะเศรษฐกิจถดถอย Hamburger Crisis ทำให้การแข่งขันในเรื่องราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ประเทศจีนเป็นคู่แข่งที่สำคัญ เนื่องจากจีนที่ต้นทุนการพิมพ์ที่ต่ำ ดังนั้นการเน้นคุณภาพงานพิมพ์, ลดต้นทุนให้ต่ำลงและการส่งมอบตรงเวลา จึงเป็นภารกิจที่ทางบริษัทฯต้องบรรลุ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้

เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต

สำหรับธุรกิจการบริการงานพิมพ์ มีเครื่องจักรที่ใช้ในการพิมพ์แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

1. เครื่องจักร Commercial Printing ใช้สำหรับการพิมพ์นิตยสาร, การ์ตูน และพ็อกเก็ตบุ๊กส์, หนังสือทั่วไป
2. เครื่องจักร Commercial Heat-set web offset ใช้สำหรับการพิมพ์หนังสือนิตยสาร, โบรชัวร์ ที่มีปริมาณสูงและต้องการความรวดเร็ว

นอกจากนี้ยังมีเครื่องจักรอื่นที่ช่วยให้บริการงานพิมพ์เป็นแบบครบวงจร ได้แก่ เครื่องพับ, เครื่องเก็บเล่ม, เครื่องเข้าเล่ม ซึ่งมีทั้ง เครื่องเข้าเล่มปกแข็ง, เครื่องเข้าเล่มปกปก, เครื่องไสกาว, เครื่องเย็บมุงหลังคา, เครื่องเย็บกี่ รวมไปถึง เครื่องเคลือบปกลามิเนต, เครื่องเคลือบยูวี และเครื่องใส่ถุงพลาสติก

บริษัทฯ มีเครื่องจักรทันสมัยสำหรับขั้นตอนเตรียมงานก่อนพิมพ์ อันได้แก่ เครื่องอัดเพลท CTP Systems และ Computer Graphics และ Printer for Plotter Proof ทำให้การควบคุมคุณภาพและเวลาเป็นไปได้แน่นอนมากขึ้น



กำลังการผลิต แยกตามประเภทการผลิตสินค้าและเครื่องจักร

กำลังการผลิตของเครื่องพิมพ์

ปัจจุบันบริษัทมีเครื่องพิมพ์ทั้งหมด จำนวน 9 เครื่อง แบ่งเป็น

- เครื่องพิมพ์สีสี่สีจำนวน 5 เครื่องกำลังการผลิตเฉลี่ย 13,000 แผ่นต่อชั่วโมง
- เครื่องพิมพ์สองสีจำนวน 2 เครื่องกำลังการผลิตเฉลี่ย 8,000 แผ่นต่อ ชั่วโมง
- เครื่องพิมพ์สีบสีจำนวน 1 เครื่องกำลังการผลิต 13,000 แผ่นต่อ ชั่วโมง
- เครื่องพิมพ์สีสี่แบบ 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 31 ธันวาคม 2553 บริษัทมีพนักงานรวมประมาณ 118 คน

วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตหนังสือแบ่งได้ดังต่อไปนี้

หน่วย : ร้อยละของมูลค่าวัตถุดิบรวม

วัตถุดิบ	สัดส่วน
กระดาษ	75%
หมึกพิมพ์	7%
เพลท	6%
กาว	3%
ผ้ายาง,พลาสติก	2%
อื่นๆ (เช่น ฟิล์มเคลือบ, กระดาษทำปกแข็ง)	7%
รวม	100%

แหล่งที่มาของวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญ คือ กระดาษซึ่งมีทั้งกระดาษที่นำเข้าจากต่างประเทศและสั่งซื้อจากผู้ผลิตในประเทศ เช่น NP Trading Co.,Ltd. , บริษัท ผลิตภัณฑ์กระดาษไทย จำกัด, บริษัท เปเปอร์กรีน จำกัด, บริษัท กระดาษสหไทย จำกัด (มหาชน) , บริษัท ซีเค เปเปอร์ จำกัด เป็นต้น

ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ หมึกพิมพ์ กาว ฟิล์ม และน้ำยาต่างๆ ซึ่งมีสัดส่วนรวมประมาณ 25% ของมูลค่า วัตถุดิบรวม ในปี 2553 โดยส่วนใหญ่บริษัทได้สั่งซื้อจากบริษัทตัวแทนในประเทศเพราะมีผู้ขายเป็นจำนวนมาก โดยไม่ผูกพันกับรายใดรายหนึ่ง ยกเว้นวัตถุดิบบางอย่างที่คุณภาพของในประเทศไม่ได้คุณภาพก็จะมีการสั่งซื้อมาจากต่างประเทศบ้าง

ผลกระทบต่องัดคล้อง

เนื่องจากการผลิตหนังสือของบริษัท วัตถุดิบที่ใช้ร้อยละ 75 ของวัตถุดิบหลัก คือ กระดาษ ส่วนที่เหลือเป็นวัสดุสิ้นเปลืองได้แก่ เพลท , หมึก, ฟิล์มเคลือบ, น้ำยาเคมี ซึ่งเมื่อผ่านกระบวนการผลิตแล้ว บริษัทฯ จะนำมาจำหน่ายให้แก่ผู้รับซื้อสินค้าเก่า ดังนั้นบริษัทจึงไม่มีวัตถุดิบหรือน้ำยาเคมีที่ใช้อยู่แล้ว เป็นมลภาวะต่องัดคล้อง

ธนบ กิตน

นอกจากนี้บริษัทยังอยู่ภายใต้การควบคุมของ กรมโรงงานอุตสาหกรรม สำนักงานเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อมโรงงาน ซึ่งในทุกๆ ปี หน่วยงานดังกล่าวได้เข้ามาตรวจสอบสภาพและประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้วมีความเห็นว่าบริษัทไม่ได้สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

4.7 สายธุรกิจขนส่ง

ดำเนินงานโดย บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด (NML) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 99.99% ก่อตั้งเมื่อปี 2549 โดยทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจรับจ้างขนส่งสินค้า (Logistics) ได้แก่ขนส่งหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ เพื่อให้บริการลูกค้าในกลุ่ม เนชั่นกรุ๊ป และรองรับสายงานหลักในการจัดส่งหนังสือพิมพ์ ในเครือได้แก่ คมชัดลึก, กรุงเทพธุรกิจ, เดอะเนชั่น, เดอะ วอลล์สตรีทเจอร์นอล และ โยมิอุริชิมบุน ทั้งในเขตกรุงเทพฯ - ปริมณฑล และต่างจังหวัดทั่วประเทศ รวมทั้งการรับงานบริการขนส่งให้กับลูกค้าภายนอกทั่วไป

โดยรายได้ส่วนใหญ่ของบริษัทจะมาจากการให้บริการขนส่งสินค้าให้กับบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือประมาณ 60% และรายได้จากการให้บริการลูกค้าภายนอกประมาณ 40 %

ลักษณะของการให้บริการ

1. บริการขนส่งสินค้าและกระจายสินค้า

NML ให้บริการด้วยรถขนส่งสินค้ามากกว่า 100 คัน ตลอด 24 ชั่วโมง ด้วยระบบการทำงานขนส่งที่ทันสมัยและรวดเร็ว ผู้ใช้บริการสามารถวางใจในคุณภาพงานขนส่งที่มาตรฐานและต้นทุนต่ำ

ประเภทของงานบริการด้านขนส่งของ NML

- การนำรถไปประจำที่โรงงานหรือคลังสินค้าของลูกค้า
- การขนส่งสินค้าแบบเหมาเที่ยว (Point - To - Point)
- การกระจายสินค้า (Distribution) เหมาะสำหรับออเดอร์ย่อยหรือปริมาณงานน้อยไม่สามารถจัดส่งสินค้าโดยตรงจากคลังสินค้าของลูกค้า NML จะนำสินค้ามารวมที่ศูนย์กระจายสินค้า (DC) ก่อนกระจายจาก DC จัดส่งไปปลายทาง เพื่อให้ลูกค้าสามารถจัดส่งสินค้าออเดอร์ย่อย ได้ในเวลาที่เหมาะสม โดยมีต้นทุนต่ำ
- การขนส่งสินค้าจากกลับ (Reverse Logistics)

การบริการงานขนส่งของ NML ได้มีการนำระบบ LTS (Logistics Tracking system) มาช่วยในการทำงาน ทำให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบสถานะการจัดส่งสินค้าได้แบบ Real Time จากรบบ LTS ผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งสะดวกสบายและลูกค้าสามารถมั่นใจได้ว่าสินค้าได้จัดส่งถึงปลายทางอย่างถูกต้องและทันเวลา

นอกจากการบริการขนส่งสินค้าและพัสดุทั่วประเทศให้กับเนชั่นกรุ๊ปแล้ว NML ยังให้บริการงานขนส่งให้กับผู้ให้บริการกว่า 10 หน่วยงาน เช่น

- บริษัท เอส เอ็น ซี ฟอเมอร์ จำกัด (มหาชน)
- บริษัท แอมเวย์ ประเทศไทย จำกัด
- บริษัทแมนโฮมส์ เอเชีย แปซิฟิก จำกัด
- บริษัท ดีเอสแอล เอ็กซ์เพรส ประเทศไทย จำกัด
- บริษัท โคเมสติก พาร์เซล เอ็กซ์เพรส จำกัด
- ร้านแมงป่อง

ฯลฯ

 70

2. บริการจัดส่งสื่อสิ่งพิมพ์

ภายใต้สโลแกนที่ว่า “รักษาและเพิ่มฐานสมาชิกผู้อ่าน และเพิ่มยอดขายรายสัปดาห์ของทุกท่านด้วยบริการของ NML” ซึ่งประกอบไปด้วยพนักงานจัดส่งสมาชิก, สายส่งและสายวางร้านที่มีประสบการณ์กว่า 500 คน ทำงานตลอด 24 ชั่วโมง ไม่มีวันหยุด จัดส่งสิ่งพิมพ์ของลูกค้านับล้านรายทั่วประเทศ โดย NML จะทำหน้าที่คัดแยก มัด และจัดส่งผลิตภัณฑ์สื่อสิ่งพิมพ์อย่างรวดเร็วภายในเวลาที่ต้องการ โดยใช้ระบบ GIS (Geographic Information System) ในการทำงานเรื่องงานจัดส่งสมาชิก, จัดส่งร้านหนังสือและเอเจนต์ เพื่อบันทึกตำแหน่ง, สถานที่จัดส่งหนังสือทุกเล่มของสมาชิกทุกราย และตำแหน่งของจุดส่งหนังสือทั้งหมด โดยระบบ GIS สามารถช่วยบริหารเส้นทางการจัดส่ง ช่วยวิเคราะห์การจัดส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจุบัน NML บริการจัดส่งในระบบสมาชิกหนังสือพิมพ์ นิตยสารในกลุ่มบริษัท ได้แก่สมาชิก หนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น, กรุงเทพธุรกิจ, คมชัดลึก, The Wall Street Journal Asia และ The Yomiuri Shimbun และยังมีหน่วยงานภายนอกหลายสำนักพิมพ์ที่ใช้บริการการจัดส่งสมาชิกของ NML เช่น True Visions Magazine, นสพ.คาราเดลี, นิตยสาร Go Genius, นิตยสารเล่มโปรด, นิตยสาร WHO, Seventeen, OK!, ZOO, ENTERTAIN, RAY, CAWAI, GO Magazine ฯลฯ

สำหรับงานบริการขนส่งสิ่งพิมพ์ไปยังจุดส่งทั่วประเทศ ปัจจุบันมีสำนักพิมพ์ชั้นนำกว่า 30 แห่ง ใช้บริการของ NML อาทิ

- บริษัท อมรินทร์บุ๊คเซ็นเตอร์ จำกัด
- สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา
- บริษัท ซีอีดี จำกัด (มหาชน)
- องค์การค้าของสทศ. (ร้านศึกษากิจ)
- ร้านหนังสือบุ๊คสโมล์
- บริษัท เอเชียบุ๊ค จำกัด
- บริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- บริษัท นานาสาส์นจัดจำหน่าย จำกัด
- ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช (ทวพ.)
- สถาบันพัฒนาคุณภาพวิชาการ (พว.)
- บริษัท เคล็ดไทย จำกัด
- บริษัท สดปรบุ๊คส์ จำกัด
- สนพ. ดวงกมลสมัย
- สนพ.อุดมศึกษา
- สนพ.แสงแดด
- สนพ.อานวยสาส์นการพิมพ์
- สนพ.แสงดาว
- สนพ.บุรพัฒน์

ฯลฯ

3. บริการขนส่งด่วน (NML Express)

เป็นบริการขนส่งสินค้าด่วนแบบ Door – To – Door ภายในกำหนดเวลาที่แน่นอนในเขต กรุงเทพฯ และปริมณฑล

- ผู้รับปลายทางจะได้รับสินค้าภายในวันเดียวกัน ในส่วนของที่ส่งในกรุงเทพฯ และปริมณฑลส่วนต่างจังหวัด ผู้รับสินค้าสามารถรับสินค้าเพียงข้ามคืนหรือวันทำการถัดไป หรือภายในวันที่กำหนด



- ผู้ใช้บริการสามารถติดตามสถานะสินค้าออนไลน์ของ NML Express ซึ่งรวดเร็วและแม่นยำโดยลูกค้าไม่ต้องติดต่อศูนย์บริการลูกค้าของ NML เพราะ NML สามารถให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับชิปเมนต์ของลูกค้าแบบเรียลไทม์ในขณะที่สินค้ากำลังเดินทางไปยังที่หมายปลายทาง
- หน่วยงานที่ให้บริการ NML Express ในปัจจุบัน ได้แก่
 - บริษัท แอมเวย์ ประเทศไทย จำกัด
 - บริษัท ดีเอสแอล เอ็กเพรส ประเทศไทย จำกัด
 - บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เป็น การส่งสินค้า 7 Catalog
 - บริษัท ไทยพรีวิลเลจ จำกัด
 - บริษัท ไออาร์ บิวคิน่า อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ฯลฯ

4. บริการงานเสริมต่าง ๆ โดยมีรูปแบบการให้บริการดังนี้

4.1 บริการด้านบรรจุภัณฑ์

- Packing and Bundling
- Labeling and tagging

4.2 บริการด้านไปรษณีย์ภัณฑ์ (mail Service)

- Handle Stock
- Process Labeling Tagging
- Process Packing
- Process Sorting By Post Code
- Deliver to Post Office
- Delivery By NML Messengers

4.3 บริการเรียกเก็บเงินและชำระค่าบริการ

4.4 บริการส่งเอกสารด่วน ด้วยทีมงานที่มีประสบการณ์กว่า 50 คน ในเขตกรุงเทพ ฯและปริมณฑล จัดส่งเอกสารและพัสดุด่วนถึงมือผู้รับปลายทางภายใน 4 ชั่วโมง

4.5 บริการแจกโบรชัวร์, ใบปลิว (Direct Mail) และสื่อการตลาดทางตรงอื่น ๆ ด้วยทีมแจก (Hand out) ที่มีประสบการณ์กว่า 100 คน จัดการให้โบรชัวร์, ใบปลิว, สื่อสิ่งพิมพ์ ถึงตัวกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพโดยมีลูกค้าที่ NML ให้บริการ เช่น Tesco Lotus, McDonald's เป็นต้น

สิทธิและข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

-ไม่มี-

กลยุทธ์ทางการตลาด

NML เน้นการให้บริการที่หลากหลายเพื่อเป็น Logistics Solution ให้กับผู้ใช้บริการ โดยมีบริการที่ใช้วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ควบคุมและบริหารการขนส่ง เช่น ระบบ GIS (Geographic Information System) เพื่อตรวจสอบตำแหน่งที่ตั้งของบ้านสมาชิกทุกราย เพื่อความรวดเร็วบริการถูกต้อง นอกจากนี้บริษัท มีทีมงานและบุคลากรที่มีประสบการณ์ความสามารถในการให้บริการขนส่งสินค้าทั่วประเทศ และบริษัทมุ่งเน้นที่ส่งเสริมให้บุคลากรของบริษัทได้ศึกษาอบรมงานให้บริการขนส่งอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรองรับกับการขยายตัวของธุรกิจในอนาคต

บริษัทยังมีเว็บไซต์ www.nml.co.th และระบบ LTS (Logistics Tracking System) เพื่อให้ลูกค้าของบริษัทสามารถตรวจสอบการขนส่งแบบเรียลไทม์ ติดต่อสอบถามและทราบข้อมูลข่าวสาร ราคาขนส่งและบริการอื่น ๆ ของบริษัทได้อย่าง

๗๓๖๖๓๖๖ ๒

รวดเร็วและทันสมัย พร้อมกับใช้โลโก้ของเอ็นเอ็มแอลในการสื่อถึงลูกค้า สร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์และให้รูปแบบของพนักงานที่ต้องติดต่อให้บริการกับลูกค้าเพื่อความเป็นหนึ่งเดียวและทำงานกันเป็นทีม

NML เน้นคุณภาพที่เชื่อถือได้ในการให้บริการกับลูกค้า โดยมีเกณฑ์วัด คำนึงชี้วัดข้อกำหนด เป้าหมายของการบริการในแต่ละด้าน และวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ (KPI) บริษัทสามารถจัดส่งสินค้าให้ถึงผู้รับปลายทางได้เร็วกว่าผู้ขนส่งรายอื่น รวมทั้งค่าบริการที่ต่ำกว่า ทีมงานมีประสบการณ์ในด้านงานขนส่งสิ่งพิมพ์มากกว่า 30 ปี และสนับสนุนการทำงานโดยมีระบบการบริหารงานจัดส่งสมาชิกที่มีประสิทธิภาพ สามารถกระจายส่งสินค้าได้ทั่วถึงทุกพื้นที่และใช้เวลาน้อยกว่าทั่วไป รวมถึงการมีทีม CS (Customer Service) รับฟังข้อมูลและดูแลลูกค้าทุกราย เพื่อนำข้อมูลจากผู้ให้บริการมาปรับปรุงการทำงานเพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพเป็นที่พอใจของผู้ใช้บริการกับ NML ทุกราย

ภาวะการแข่งขัน

ในปี 2554 ธุรกิจโลจิสติกส์ ได้มีการพัฒนาและแข่งขันกันสูง NML จึงมุ่งเน้นให้บริการด้านโลจิสติกส์ครบวงจร โดยมุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการให้มีประสิทธิภาพสูง รวมถึงพัฒนาการนำสื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริหารและบริการขนส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพเป็นที่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ในปัจจุบันนี้ NML ได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ในงานการให้บริการ เพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า จึงนำเทคโนโลยี Logistics Tracking Services (LTS) มาใช้ ทำให้ NML ได้รับความเชื่อมั่นและ ความไว้วางใจจากลูกค้าที่ใช้บริการของบริษัท อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าและบริการตรงต่อเวลา รวมทั้งการตรวจสอบเวลาและการลงสินค้าให้ครบถ้วน ถูกต้อง ไม่เสียหาย ใช้เชื้อเพลิงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพื่อลดต้นทุนการขนส่งทำให้ลูกค้ามีต้นทุนที่เหมาะสมในการขนส่งและสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายของลูกค้าได้มากกว่า

จำนวนบุคลากร

ณ 31 ธันวาคม 2553 บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด มีบุคลากร ทั้งหมดประมาณ 800 คน แบ่งเป็น พนักงานประจำ 200 คน และพนักงานว่าจ้างตามสัญญารายปี 500 คน และรถขนส่ง (Out source) ประมาณ 100 คน

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

 73

5. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

5.1 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

5.1.1 สินทรัพย์หลักของบริษัทและบริษัทย่อย คือ ที่ดิน อาคารและเครื่องจักรต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิต ดังรายละเอียดต่อไปนี้

มูลค่าทางบัญชีของสินทรัพย์หลักของบริษัทและบริษัทย่อย

มูลค่าทางบัญชีของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	472.18	เป็นเจ้าของ	ค้ำประกันตามสัญญาร่วมให้กู้
อาคาร และส่วนปรับปรุง	305.84	เป็นเจ้าของ	ค้ำประกันตามสัญญาร่วมให้กู้
ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์ที่เช่า	45.29	ตามสัญญาเช่า	
เครื่องจักรและอุปกรณ์	810.00	เป็นเจ้าของ	ค้ำประกันเงินกู้ระยะยาวของบริษัท ย่อย และค้ำประกันตามสัญญาร่วม ให้กู้
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	133.43	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
ยานพาหนะ	16.99	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและ ติดตั้ง	21.64	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวมที่ดินอาคารและอุปกรณ์	1,805.37		

คำอธิบายเพิ่มเติม :

- ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน ที่ดินของกลุ่มบริษัทมีทั้งหมดประมาณ 61 ไร่ แบ่งเป็นส่วนของ NMG 38 ไร่ มีมูลค่าตามบัญชี 367.13 ล้านบาท และของ WPS ประมาณ 23 ไร่ มูลค่าตามบัญชี 105.05 ล้านบาท ซึ่งที่ดินจำนวน 58 ไร่ ใช้เป็นหลักประกันตามสัญญาร่วมให้กู้
- อาคารสำนักงาน เป็นอาคารสำนักงานโรงพิมพ์ของ WPS ที่ กม. 29 ใช้เป็นหลักประกันตามสัญญาเงินกู้ระยะยาว
- บริษัทและบริษัทย่อย ได้เช่าพื้นที่สำนักงานจาก กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ ไทยคอมเมอร์เชียล อินเวสเมนต์ โดยกลุ่มบริษัทได้ทำสัญญาเช่าเป็นเวลา 2+1 ปี โดยวัตถุประสงค์ของการเช่าพื้นที่สำนักงานเพื่อประโยชน์ในการประกอบกิจการของบริษัท โดยมีเงื่อนไขการต่ออายุสัญญาได้ (สัญญาจะหมดอายุ 29 เมษายน 2555) ยกเว้น บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ใช้พื้นที่ซึ่งเป็นของบริษัทเอง
- เครื่องจักรและอุปกรณ์ เป็นเครื่องจักรของ WPS มูลค่าสุทธิ 422.20 ล้านบาท , NPS มูลค่าสุทธิ 378.46 ล้านบาท และ NMG 9.34 ล้านบาท
- เครื่องตกแต่งติดตั้ง และอุปกรณ์สำนักงาน เป็นของ NMG มูลค่าสุทธิ 42.98 ล้านบาท และ อุปกรณ์ Electronic ของ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีมูลค่าทางบัญชีประมาณ 70.89 ล้านบาท และของบริษัทย่อยอื่น 19.56 ล้านบาท
- สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง เป็นส่วนของการปรับปรุงพื้นที่โรงพิมพ์เป็นของ NMG 18 ล้านบาท และ WPS 3.64 ล้านบาท



5.1.2 สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนของบริษัทและบริษัทย่อย คือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และค่าลิขสิทธิ์ มีมูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2553 ดังต่อไปนี้

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	55.65
ค่าลิขสิทธิ์	29.04
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ระหว่างติดตั้ง	9.21
รวม	93.90

คำอธิบายเพิ่มเติม

- โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เป็นส่วนของ NMG มีมูลค่าตามบัญชี 54.65 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาระบบสารสนเทศ ได้แก่ การพัฒนาระบบโฆษณา, การพัฒนาระบบบัญชี, การพัฒนาระบบจัดจำหน่าย, การพัฒนาระบบบริหารงานบุคคล เป็นต้น ส่วนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ระหว่างติดตั้งเป็นของ NMG ได้แก่ การพัฒนาระบบ Digital Library, การพัฒนาระบบบัญชี เป็นต้น
- ค่าลิขสิทธิ์ เป็นค่าลิขสิทธิ์หนังสือของกลุ่มบริษัทย่อยที่ดำเนินธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ โดยมี บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชันแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) เป็นบริษัทแม่ของกลุ่มธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ เข้าไปถือหุ้นใน บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) และ บริษัท เนชั่น เอ็กมอนด์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE)
- ลิขสิทธิ์ดังกล่าว เป็นสัญญาสิทธิในลักษณะการให้บริการการพิมพ์และเป็นตัวแทนจำหน่าย โดยเป็นลิขสิทธิ์ประเภท Roll-Over หรือมีผลบังคับใช้ตราบนานเท่าที่ยังไม่มีการยกเลิกจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ซึ่งค่าลิขสิทธิ์จะคำนวณจากสัดส่วนตามยอดขายที่เกิดขึ้นจริง โดยสัดส่วนของแต่ละสัญญาจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความนิยมของแต่ละผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้สัญญาสิทธิในการแปลและพิมพ์ Pocket Book ซึ่งจะตกลงอัตราค่าลิขสิทธิ์จากราคาปกตามปริมาณการพิมพ์หรือยอดขายที่ตกลงกัน ซึ่งเป็นวิธีการคำนวณทั่วไปในธุรกิจ Pocket Book

5.2 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัท

ณ 31 ธันวาคม 2553 บริษัทฯ มีเงินลงทุนตามวิธีราคาทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในธุรกิจต่าง ๆ รวม 617.86 ล้านบาท ดังนี้

ประเภทธุรกิจ	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน %
บริษัทย่อย		
ธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณา	78.60	12.72%
ธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียงและสื่อสมัยใหม่	111.59	18.06%
ธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง	65.99	10.68%
ธุรกิจบริการด้านการพิมพ์	359.88	58.25%
บริษัทร่วม		
ธุรกิจตัวแทนขายหนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่น	1.80	0.29%
รวม	617.86	100.00%



บริษัทฯ มีนโยบายในการลงทุนและเข้าบริหารบริษัทดังกล่าว โดยส่งตัวแทนในฐานะผู้ถือหุ้นเข้าร่วมเป็นกรรมการนโยบายการลงทุน

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

(1) การลงทุนเพื่อขยายเครือข่ายธุรกิจหลักให้ครบวงจร

โดยบริษัทร่วมกันกำหนดนโยบายและเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหาร โดยประกอบไปด้วย 7 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, ช่อง 9, ช่อง 11 และผลิตรายการโทรทัศน์ให้กับสถานีโทรทัศน์ รวมถึงการดำเนินงานในการผลิตรายการวิทยุให้กับสถานี F.M. 90.5 และ F.M. 102

นอกจากนี้ในปี 2553 NBC ได้จัดตั้งสถานีบันทึกลงสายพันธุ์ใหม่ 24 ชั่วโมงแห่งแรกของประเทศ ภายใต้ชื่อ Mango TV ผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ เคเบิลทีวีท้องถิ่น ทีวีดาวเทียม เว็บไซต์ หน้าจอโทรศัพท์มือถือ และโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีรายได้หลักจากการขายเวลาโฆษณา รับจ้างผลิตรายการ และค่าเช่าเวลา

และดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น ธุรกิจอบรมสัมมนา ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่าย VCD และ DVD เป็นต้น นอกจากนี้ได้เพิ่มทางเลือกในการรับข้อมูลข่าวสารให้กับผู้ชมรายการผ่านทางสื่อรูปแบบใหม่ ให้เชื่อมโยงกับ Nation Channel โดยการให้บริการทาง Internet , Mobile รวมทั้งการร่วมมือกับพันธมิตร 5 แห่ง คือ www.pantip.com , www.exteen.com และ www.beartai.com , www.eduzone.com , www.siamha.com นอกจากนี้ยังได้จัดทำ BLOG เพื่อสร้างชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการนำเสนอข่าว โดยสามารถแสดงความคิดเห็นได้ที่ www.oknation.net ซึ่งบริษัทได้ผลิต Content เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของการบริโภคข่าวสารในอนาคต โดยผู้ชมสามารถชมรายการสดและย้อนหลังที่ Nation Channel และ Mango TV ผลิตได้ตลอดเวลาที่เว็บไซต์ www.nationchannel.com และ www.mangotv.tv ตามลำดับ

5. ธุรกิจด้านเ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ

ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและเยาวชน โดยได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ, ผลิตหนังสือเล่มในนามของสำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊กส์” และสำนักพิมพ์ “Bizbook” โดยได้รับลิขสิทธิ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยอยู่ภายใต้การบริหารงานของบริษัทย่อย 3 บริษัทคือ บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) (เดิมชื่อ บริษัท เนชั่น บুকส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด), บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) และ บริษัท เนชั่นเอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE) โดยมี NINE เป็นบริษัทแม่ของกลุ่มธุรกิจ ทั้งนี้ NINE ได้เข้าจดทะเบียน พร้อมกันเสนอขายหุ้นให้แก่ประชาชน และบุคคลทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) ในตลาดหลักทรัพย์ MAI เรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2553

 76

6. ธุรกิจบริการด้านการพิมพ์

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

ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2553 WPS ได้ซื้อหุ้นของ เนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส จำกัด (NPS) (เดิมชื่อ บริษัท เกียวโด เนชั่น พรินต์ติ้ง 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

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

(2) การลงทุนในบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน

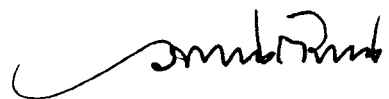
ณ 31 ธันวาคม 2553 บริษัทมีเงินลงทุนในหุ้นของบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน 1 บริษัท คือ บริษัท มีเดีย แม็กเน็ต จำกัด (NMG ถือหุ้น 8.64%) รวม 0.95 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.03 ของ สินทรัพย์รวม สำหรับนโยบายการลงทุนในอนาคตรับบริษัทมีแผนกระจายความเสี่ยงในการลงทุน หากจำเป็นต้องลงทุนจะพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง คือกลุ่มธุรกิจสิ่งพิมพ์, กลุ่มธุรกิจสื่อโทรทัศน์และวิทยุ หรือ ธุรกิจการศึกษา โดยบริษัทจะกระจายความเสี่ยงในการลงทุนโดยการหาผู้ร่วมลงทุน ในลักษณะบริษัทร่วมทุน เพื่อลดภาระต้นทุน และได้รับความร่วมมือ หรือ ได้งานจากพันธมิตรผู้ร่วมลงทุนเพิ่มเติม ซึ่งเมื่อมีกำไร บริษัทได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของเงินปันผลในอนาคต เป็นต้น

การควบคุมดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ จะควบคุมและกำหนดนโยบายของบริษัทย่อยโดยจะส่งกรรมการของ NMG ไปเป็นกรรมการ ในบริษัทย่อยจำนวน 2-3 ท่าน และหากบริษัทย่อยมีการดำเนินธุรกิจที่กระทบต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทย่อยจะต้อง เสนอเรื่องและขออนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทก่อน สำหรับกรณีที่บริษัทร่วม, บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน บริษัทฯจะส่งกรรมการเข้าไปเป็นตัวแทนเฉลี่ย 1-2 คน ตามสัดส่วนการถือหุ้น

6. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -



7. โครงสร้างเงินทุน

7.1 หลักทรัพย์ของบริษัท

(1) หุ้น

บริษัทมีทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 จำนวน 2,500,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 250,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท หุ้นที่เรียกชำระแล้ว จำนวน 1,647,740,300 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 164,774,030 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท คงเหลือหุ้นที่ยังมิได้จัดสรร 54,988,676 หุ้น

(2) พันธะผูกพันในการออกหุ้นในอนาคต

สรุปจำนวนหุ้นสามัญจดทะเบียนทั้งหมดของบริษัท ดังนี้

หุ้นที่เรียกชำระแล้วในปัจจุบัน (31 ธ.ค. 53)	164,774,030 หุ้น
บวก หุ้นที่มีภาระผูกพันในการออกหุ้นในอนาคต (ให้แก่พนักงานในวงจำกัด)	30,237,294 หุ้น
บวก หุ้นที่ยังไม่ได้จัดสรร	54,988,676 หุ้น
รวมเป็นทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น	250,000,000 หุ้น

7.2 ผู้ถือหุ้น

รายชื่อผู้ถือหุ้น 10 รายแรก และสัดส่วนการถือหุ้น ณ วันปิดสมุดทะเบียน 25 มกราคม 2554

กลุ่มผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้นที่ถือ	ร้อยละ
1. นายธนาชัย วีรพัฒน์วงศ์	17,272,309	10.48
2. นางมธุรี ศุภศรีวงศ์	16,972,938	10.30
3. นายสุทธธัช แซ่ห่อ	14,600,054	8.86
4. นายเสริมสิน สมะลาภา	14,000,000	8.50
5. Dow Jones & Company, Inc., New York	12,000,000	7.28
6. นายสุเทพ วงศ์วรเศรษฐ	10,000,000	6.07
7. Mr.Stephane Colette Alfred De Baets	5,442,900	3.30
8. นายวิทวัส เลิศบรรณพงษ์	5,000,000	3.03
9. น.ส.วราณี ดันตสุรฤกษ์	4,500,000	2.73
10. นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์	4,485,878	2.72
อื่นๆ	60,499,951	36.72
รวม	164,774,030	100.00

หมายเหตุ

1) กลุ่มผู้ถือหุ้นที่จัดอยู่ในกลุ่มเดียวกันและออกเสียงไปในทางเดียวกัน ได้แก่

นายธนาชัย วีรพัฒน์วงศ์

นายสุทธธัช แซ่ห่อ



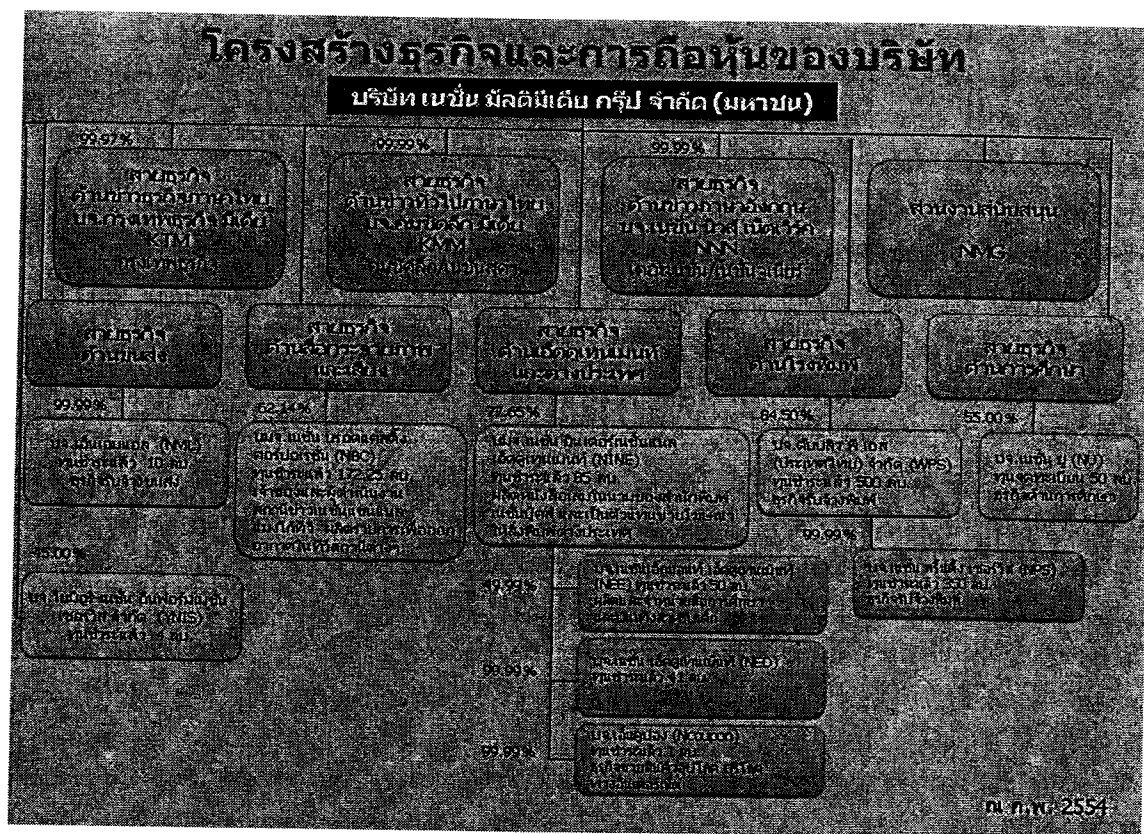
Dow Jones & Company, Inc., New York (เป็น Strategic Partner ที่มีความสัมพันธ์กับบริษัทมาช้านาน ในการประชุมผู้ถือหุ้นที่ผ่านมาได้มอบอำนาจให้คุณธนาชัย ธีรพัฒน์วงศ์ เป็นผู้อำนาจในการออกเสียงลงคะแนนทุกครั้ง)

2) นายนิวัฒน์ แจ่มภู่วงศ์ เกี่ยวข้องกับ บริษัท กรีนสยาม จำกัด

7.3 นโยบายจ่ายเงินปันผลของบริษัทและบริษัทย่อย

- บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป (NMG) : ไม่เกินร้อยละ 65 ของกำไรสุทธิ (ตามงบการเงินเฉพาะบริษัท) หลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล และหลังหักสำรองตามกฎหมาย และเงินสำรองอื่นๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแผนการลงทุน ความจำเป็น ความเหมาะสมอื่นๆ ในอนาคต ทั้งนี้มติของคณะกรรมการบริษัทที่อนุมัติให้จ่ายเงินปันผลจะต้องได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น เว้นแต่เป็นการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลซึ่งคณะกรรมการบริษัทมีอำนาจอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลได้ แล้วให้รายงานให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบในการประชุมคราวต่อไป
- บมจ. เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น (NBC) : ไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล และหลังหักสำรองตามกฎหมาย และเงินสำรองอื่นๆ ที่จำเป็นและเหมาะสม ทั้งนี้ อัตราการจ่ายเงินปันผลดังกล่าว อาจเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับการเงิน ผลการดำเนินงาน แผนการลงทุน ความจำเป็นและความเหมาะสมอื่นๆ ในอนาคตตามที่คณะกรรมการบริษัทฯ และ/หรือผู้ถือหุ้นเห็นสมควร ทั้งนี้ มติของคณะกรรมการบริษัทที่อนุมัติให้จ่ายเงินปันผลจะต้องได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น เว้นแต่เป็นการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลซึ่งคณะกรรมการบริษัทมีอำนาจอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลได้ แล้วให้รายงานให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบในการประชุมคราวต่อไป
- บมจ. เนชั่น อินเตอร์เนชันแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ (NINE) : ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของกำไรสุทธิ (ตามงบการเงินเฉพาะบริษัท) หลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล สำรองตามกฎหมาย และสำรองอื่นๆ ที่จำเป็นและเหมาะสมภายใต้เงื่อนไขที่การดำเนินการดังกล่าวจะต้องก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ มติของคณะกรรมการบริษัทที่อนุมัติให้จ่ายเงินปันผลจะต้องถูกต้องนำเสนอเพื่อขออนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น เว้นแต่เป็นการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลซึ่งคณะกรรมการบริษัทมีอำนาจอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลได้ แล้วให้รายงานให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบในการประชุมคราวต่อไป

8. โครงสร้างการจัดการ



คำอธิบายเพิ่มเติมของโครงสร้างการจัดการ

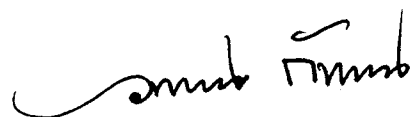
ปัจจุบันกลุ่มบริษัทได้แบ่งสายธุรกิจออกเป็น 7 สายธุรกิจ ประกอบด้วย

1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย: เป็นผู้ผลิตและจำหน่าย หนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ ดำเนินงานโดย บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด
2. สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย: ผู้ผลิตและจำหน่าย หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และ นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ ดำเนินงานโดย บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด
3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ: ผู้ผลิตและจำหน่าย หนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น และ เนชั่นทูเดย์ ดำเนินการโดย บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด
4. ประเภทธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง: ดำเนินงานภายใต้บริษัทย่อย คือ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เจ้าของและผู้ดำเนินงานสถานีข่าวเนชั่นแซนด์แนล, Mango TV ผลิตรายการและร่วมผลิตรายการเพื่อออกอากาศในทีวีสถานีต่างๆ ได้แก่ ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 9 และ Sattelite หรือ เคเบิลท้องถิ่นช่อง 28, ABTV 1 และดาวเทียมระบบ C Brand และ KU Brand และผลิตรายการวิทยุให้กับสถานี F.M 90.5 และ FM 102 เป็นต้น รวมทั้งให้บริการข่าวสารผ่านสื่อรูปแบบใหม่ (New Media) โดยนำเสนอผ่านสื่อใหม่ที่มีความนิยม โดยแบ่งการให้บริการออกเป็น 2 ช่องทางคือ ทางอินเทอร์เน็ต และ โทรศัพท์มือถือ ภายใต้ชื่อ Nation Mobile News ผ่านทาง SMS และ MMS และ WAP
5. สายธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศ: ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็ก เพื่อการศึกษา และบันเทิงโดยได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ, ผลิตหนังสือเล่มในนามของสำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์ โดยได้รับลิขสิทธิ์จากทั้งในประเทศและต่างประเทศ, ตัวแทนโฆษณาและจัดจำหน่ายให้กับสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ และประกอบกิจการค้าขายสินค้าหรือบริการอุปโภค บริโภค ผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยอยู่ภายใต้การบริหารงานของบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (เดิมชื่อ บริษัท เนชั่น บุกส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด), ซึ่งมีบริษัทย่อยและกิจการควบรวมกันได้แก่, บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด บริษัท เอ็นคูปอง จำกัด (เริ่มดำเนินการจริงในปี 2554) และบริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด ตามลำดับ
6. ประเภทธุรกิจด้านการพิมพ์: ดำเนินธุรกิจรับจ้างพิมพ์ภายใต้บริษัทย่อย คือ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัทย่อย คือ บริษัท เนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส จำกัด โดยให้บริการพิมพ์หนังสือพิมพ์และหนังสืออื่นๆ
7. ประเภทธุรกิจด้านขนส่ง: ดำเนินธุรกิจให้บริการรับจ้างขนส่งภายใต้บริษัทย่อย คือ บริษัท เอ็น เอ็ม แอล จำกัด (NMG ถือหุ้น 99.99%) ส่วนใหญ่ให้บริการขนส่งหนังสือพิมพ์, พ็อกเก็ตบุ๊คส์, การ์ตูน และนิตยสาร ของเนชั่นฯ และบริษัทในเครือ รวมทั้งรับงานของบริษัทภายนอก

โดยแต่ละสายธุรกิจประกอบด้วย กรรมการผู้อำนวยการ ของบริษัทย่อย (President) ซึ่งเป็นผู้บริหารสูงสุดของแต่ละสายธุรกิจ บรรณาธิการ (Editor) ฝ่ายขาย ฝ่ายการตลาด และฝ่ายจัดจำหน่าย

1. สายธุรกิจทั้ง 7 สาย ดูแลภาพรวมโดยประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (Chief Executive Officer)
2. กองบรรณาธิการแยกตามบริษัทย่อยขึ้นตรงกับ กรรมการผู้อำนวยการของบริษัทย่อย(President) สำหรับด้านนโยบายการนำเสนอข่าวจะปรึกษากับบรรณาธิการอำนาจการ(Editor in Chief)
3. หน่วยงานสนับสนุนส่วนกลางของทั้งกลุ่มบริษัท ประกอบด้วย กองบรรณาธิการกลาง แผนกการเงิน, บัญชี, เครดิต, IT Center, ตรวจสอบภายใน, พัฒนาธุรกิจและนักลงทุนสัมพันธ์, ทรัพยากรบุคคล, ธุรกิจ, จัดจำหน่าย, จัดซื้อ, ทะเบียน และธุรการโฆษณา ขึ้นตรงกับ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (Chief Executive Officer)

โดยมี นางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์ ทำหน้าที่ เลขานุการบริษัท

 82

8.1 โครงสร้างกรรมการบริษัท

โครงสร้างกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการทั้งหมด 3 ชุด คือคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ และ คณะกรรมการบริหาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. คณะกรรมการบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการทั้งสิ้น 11 คน ดังนี้

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	ประเภท
1. นายธนัชชัย ธีรพัฒน์วงศ์	ประธานกรรมการ	กรรมการที่เป็นผู้บริหาร
2. นายชนะชัย สันติชัยกุล	รองประธานกรรมการ	กรรมการที่เป็นผู้บริหาร
3. นายปกรณ์ บริมาศพร	ประธานกรรมการตรวจสอบ	กรรมการอิสระ
4. นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	กรรมการตรวจสอบ	กรรมการอิสระ
5. นายโยธิน เนื่องจางค์	กรรมการตรวจสอบ	กรรมการอิสระ
6. นายนิสสัย เวชชาชีวะ	กรรมการ	กรรมการอิสระ
7. นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์	กรรมการ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
8. นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	กรรมการ	กรรมการที่เป็นผู้บริหาร
9. นายพนา จันทรวโรจน์	กรรมการ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
10. นายเสริมสิน สมะลาภา*	กรรมการ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
11. นางคริสติน คีโยเอส เบรนเคต	กรรมการ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร

หมายเหตุ : * นายเสริมสิน สมะลาภา เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการแทน นายณรงค์ศักดิ์ โอปิลันธน ที่ขอลาออกจากการเป็น กรรมการบริษัทฯ ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2553

โครงสร้างคณะกรรมการ

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

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

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

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

2. คณะกรรมการจะพิจารณาคัดสรรคุณสมบัติ ของผู้ที่จะได้ดำรงตำแหน่งกรรมการของบริษัทตามเกณฑ์ทักษะ ประสิทธิภาพ ความสามารถเฉพาะด้าน ที่หลากหลาย เป็นประโยชน์กับบริษัท มีความซื่อสัตย์ สุจริต มีจริยธรรมในการดำเนิน ธุรกิจ สนใจในกิจการของบริษัทอย่างแท้จริง และมีความตั้งใจที่จะดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสามารถดูทิศทาง และ ความพยายามในการปฏิบัติหน้าที่

3. คณะกรรมการที่พ้นจากตำแหน่งตามวาระ อาจได้รับการแต่งตั้งกลับเข้าดำรงตำแหน่งใหม่ได้

วาทะสิทธิ์

4. ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการบริหาร กรรมการผู้อำนวยการ กรรมการอำนวยการ สามารถเป็นกรรมการบริษัทจดทะเบียนได้ไม่เกิน 5 บริษัทโดยการดำรงตำแหน่งกรรมการดังกล่าว ต้องแจ้งให้คณะกรรมการรับทราบและเห็นชอบ
5. กรรมการของบริษัทจะไม่เป็นกรรมการในบริษัทที่เป็นคู่แข่งของบริษัทฯ และ บริษัทฯ ได้เปิดเผยรายชื่อ บริษัทประเภทของธุรกิจ และตำแหน่งที่กรรมการของบริษัทไปดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นไว้ในทะเบียนประวัติกรรมการ
6. ประธานกรรมการไม่ดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

การถือครองหลักทรัพย์ของคณะกรรมการบริษัทฯ ในปี 2553 และ 2552 ตามมาตรา 258 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 และผู้ถือหุ้นที่อยู่ภายใต้มาตราดังกล่าวดังนี้

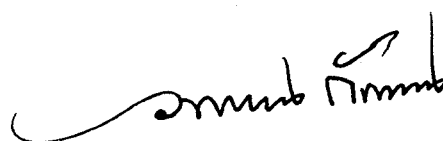
ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น			หมายเหตุ
	31 ธ.ค. 2553	31 ธ.ค. 2552	จำนวนหุ้น เพิ่ม(ลด) ระหว่างปี (หุ้น)	
1. นายธนาชัย ชีรพัฒน์วงศ์	17,272,309	16,272,309	+ 10,000,000	
2. นายธนะชัย สันติชัยกุล	307,966	307,966	-	รวมการถือหุ้นของคู่สมรส
3. นายปกรณ์ บริมาสพร	26,900	26,900	-	
4. นายเชวง จริยะพิสุทธิ	-	-	-	
5. นายโยธิน เนื่องจำนงค์	100,000	100,000	-	
6. นายนิสสัย เวชชาชีวะ	-	-	-	
7. นายนิวัฒน์ แจ่มอริวงศ์	4,485,878	4,485,878	-	
8. นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	14,600,054	14,600,054	-	
9. นายพนา จันทรวโรจน์	12,450	12,450	-	รวมการถือหุ้นของคู่สมรส
10. นายเสริมสิน สมะลาภา	14,000,000	-	+14,000,000	
11. นางคริสติน ดีไบเยส เบรนเดล	-	-	-	

หมายเหตุ : * นายเสริมสิน สมะลาภา เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการแทน นายณรงค์ศักดิ์ โอปรัตน์ ที่ขอลาออกจากการเป็นกรรมการบริษัทฯ ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2553

กรรมการผู้มีส่วนได้เสียผู้หนึ่งตามหนังสือรับรองบริษัท โดยนายธนาชัย ชีรพัฒน์วงศ์ นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น นายธนะชัย สันติชัยกุล 2 ใน 3 คนลงนามร่วมกันพร้อมประทับตราสำคัญ หรือ นายธนาชัย ชีรพัฒน์วงศ์ นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น นายธนะชัย สันติชัยกุล คนใดคนหนึ่งลงนามร่วมกับนายพนา จันทรวโรจน์ รวมเป็น 2 คน พร้อมประทับตราสำคัญ

บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

1. กรรมการต้องปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัท ตลอดจนมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และระมัดระวังรักษาผลประโยชน์ของบริษัท
2. ทำหน้าที่พิจารณาให้ความเห็นชอบในเรื่องที่สำคัญเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท เช่น วิสัยทัศน์และการกิจ กลยุทธ์ เป้าหมายทางการเงิน ความเสี่ยง แผนงาน และงบประมาณ รวมทั้งกำกับควบคุมดูแล (Monitoring and Supervision) ให้ฝ่ายจัดการดำเนินงานตามนโยบายและแผนงานที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงสุดให้แก่กิจการและความมั่งคั่งสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น (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 เสี่ยงจะไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ พร้อมทั้งกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามข้อกำหนดเกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินการและการ เปิดเผยข้อมูลของรายการที่อาจมีความขัดแย้งของผลประโยชน์ อย่างถูกต้อง ครบถ้วน มีมาตรฐาน และโปร่งใส
 6. จัดให้มีระบบการควบคุมด้านการดำเนินงาน ด้านรายงานทางการเงิน และด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบและ นโยบาย และจัดให้มีบุคคลหรือหน่วยงานที่เป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ เป็นผู้รับผิดชอบในการตรวจสอบระบบการควบคุม ดังกล่าว และมีการทบทวนระบบต่างๆอย่างสม่ำเสมอ
 7. กำหนดนโยบายด้านการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Policy) ให้ครอบคลุมทั้งองค์กร โดยให้ฝ่ายจัดการ เป็นผู้ปฏิบัติตามนโยบายและรายงานให้คณะกรรมการทราบเป็นประจำ จัดให้มีการทบทวนระบบหรือประเมินประสิทธิภาพของ การจัดการความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ และในทุกๆระยะเวลาที่พบว่าระดับความเสี่ยงมีการเปลี่ยนแปลงภายในทิศทางที่กำหนด ตลอดจนให้ความสำคัญกับสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้าและรายการผิดปกติต่างๆ
 8. แต่งตั้งคณะกรรมการหรือบุคคลใด เพื่อทำหน้าที่ช่วยเหลือ ติดตาม และควบคุมการบริหารงานของบริษัท ในเรื่องที่เป็นสาระสำคัญภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการบริษัท รวมทั้งประเมินผลการปฏิบัติงานและกำหนดค่าตอบแทนของ คณะกรรมการหรือบุคคลดังกล่าว หรือมอบอำนาจให้คณะกรรมการหรือบุคคลดังกล่าวมีอำนาจตามที่คณะกรรมการ เห็นสมควร และภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการเห็นสมควร ซึ่งคณะกรรมการอาจยกเลิก เพิกถอน เปลี่ยนแปลง หรือแก้ไข อำนาจนั้นๆได้
- ทั้งนี้การมอบอำนาจแก่คณะกรรมการหรือบุคคลใดดังกล่าวข้างต้น จะไม่รวมถึงการมอบอำนาจที่ทำให้ คณะกรรมการหรือบุคคลดังกล่าว หรือผู้รับมอบอำนาจจากคณะ อนุกรรมการหรือบุคคลดังกล่าว สามารถอนุมัติรายการที่ตน หรือบุคคลอาจมีความขัดแย้ง มีส่วนได้เสีย หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในลักษณะอื่นใดที่จะทำขึ้นกับบริษัทฯ หรือ บริษัทย่อย รวมทั้งกำหนดให้ต้องขอความเห็นชอบจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน และการได้มาหรือ จำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สินที่สำคัญของบริษัทฯ เพื่อให้สอดคล้องตามข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และ/หรือ ตลาด หลักทรัพย์ฯ ในกรณีที่การดำเนินการเรื่องใดที่กรรมการท่านใดหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง (ตามประกาศสำนักงาน กส. และ/หรือตลาดหลักทรัพย์ฯ) มีส่วนได้เสียหรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ กรรมการและบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งนั้น ไม่มี สิทธิออกเสียงหรืออำนาจอนุมัติการดำเนินการในเรื่องดังกล่าว
- นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณามอบอำนาจให้แก่คณะกรรมการหรือบุคคลใดดังกล่าวข้างต้นในการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานและการลงทุนตามปกติธุรกิจของบริษัทฯ โดยได้มีการกำหนดขอบเขตและวงเงินในแต่ละระดับ อย่างชัดเจน ทั้งนี้ ไม่มีการมอบอำนาจในลักษณะไม่จำกัดวงเงินแต่อย่างใด
9. จัดทำรายงานคณะกรรมการประจำปี และรับผิดชอบต่อการจัดทำและการเปิดเผยงบการเงินเพื่อแสดงถึงฐานะ การเงินและผลการดำเนินงานในรอบปีที่ผ่านมา เพื่อนำเสนอต่อผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ ได้มีการทบทวนขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทฯ ให้สอดคล้องกับนโยบายการกำกับดูแล กิจการที่ดี (Good Corporate Governance Policy)

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี กรรมการบริษัท จำนวน 10 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)

การประชุมคณะกรรมการ

- บริษัทกำหนดให้มีการประชุมคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง โดยแจ้งกำหนดการประชุมตลอดทั้งปีเป็นการล่วงหน้า แก่กรรมการทุกท่านเพื่อสามารถจัดเวลาเข้าร่วมประชุมได้
- ประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารร่วมกันพิจารณาเลือกเรื่องเข้าบรรจุเป็นวาระการประชุมคณะกรรมการ
- บริษัทเปิดโอกาสให้กรรมการแต่ละคนสามารถเสนอเรื่องเข้าสู่วาระการประชุมของคณะกรรมการได้ โดยเสนอผ่านประธานกรรมการ
- หนังสือเชิญประชุมพร้อมแจ้งวาระการประชุม จะส่งให้แก่กรรมการก่อนวันประชุมไม่น้อยกว่า 7 วัน ยกเว้นกรณีเร่งด่วน ถูกเดิน
- บริษัทจะจัดส่งเอกสารประกอบการประชุมให้แก่กรรมการเป็นการล่วงหน้า เพื่อประกอบการพิจารณา หากกรรมการท่านใดต้องการข้อมูลเพิ่มเติมสามารถขอได้ที่เลขานุการบริษัท
- บริษัทมีนโยบายให้กรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหารมีโอกาสที่จะประชุมกันเองเพื่ออภิปรายปัญหาเกี่ยวกับการจัดการที่อยู่ในความสนใจ โดยไม่มีฝ่ายจัดการร่วมอยู่ด้วย

กรรมการอิสระ(Independent Director)

กรรมการอิสระ คือ กรรมการที่ไม่ได้บริหารจัดการกิจการของบริษัท บริษัทย่อย บริษัทร่วม มีความเป็นอิสระจากผู้ถือหุ้นใหญ่ และ ผู้บริหารของบริษัท ไม่มีความสัมพันธ์อันอาจเป็นการขัดขวางการใช้วิจารณญาณอย่างอิสระของตน ทั้งนี้ นิยามกรรมการอิสระของบริษัทเท่ากับข้อกำหนดขั้นต่ำของสำนักงานคณะกรรมการกำกับตลาดทุนและตลาดหลักทรัพย์ฯ

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. กรรมการอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์ทางสายโลหิตหรือโดยการจดทะเบียนตามกฎหมายในลักษณะที่เป็นบิดา มารดา คู่สมรส พี่น้องและบุตร รวมทั้งคู่สมรสของบุตร กับผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุม หรือบุคคลที่ได้รับการเสนอชื่อเป็นผู้บริหารหรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทหรือบริษัทย่อย



5. กรรมการอิสระจะต้องไม่ทำการเป็นตัวแทนอย่างเปิดเผยหรืออย่างไม่เปิดเผยของกรรมการบริษัท ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ถือหุ้นใดซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่คนใดหรือกลุ่มผู้ถือหุ้นใดของบริษัท

6. กรรมการอิสระจะต้องทำหน้าที่และใช้วิจารณญาณของตน โดยไม่ได้รับอิทธิพลจากกรรมการ ผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ รวมทั้งบุคคลที่เกี่ยวข้องหรือญาติ

7. กรรมการอิสระจะต้องไม่เป็นหรือเคยเป็น ผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท และไม่เป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัย ผู้มีอำนาจควบคุม หรือหุ้นส่วนผู้จัดการของนิติบุคคลที่เป็นสำนักงานสอบบัญชี ซึ่งมีผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทสังกัดอยู่ เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนวันที่ได้รับการแต่งตั้ง

8. กรรมการอิสระจะต้องไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ให้บริการทางวิชาชีพใดๆ ซึ่งรวมถึงการให้บริการเป็นที่ปรึกษา กฎหมาย ที่ปรึกษาทางการเงิน หรือผู้ประเมินราคาทรัพย์สิน ซึ่งได้รับค่าบริการเกินกว่า 2 ล้านบาทต่อปีจากบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ให้บริการทางวิชาชีพเป็นนิติบุคคล ให้รวมถึงการเป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัย ผู้มีอำนาจควบคุม หรือหุ้นส่วนผู้จัดการของผู้ให้บริการทางวิชาชีพนั้นด้วย เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนวันที่ได้รับการแต่งตั้ง

9. กรรมการอิสระจะต้องไม่มีลักษณะอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถให้ความเห็นอย่างเป็นอิสระเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท

คณะกรรมการชุดย่อย

เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล คณะกรรมการจึงจัดให้มีคณะกรรมการชุดย่อยดังนี้

คณะกรรมการตรวจสอบ(Audit Committee)

คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อช่วยงานของคณะกรรมการบริษัทในการปฏิบัติหน้าที่รับผิดชอบในการสอดคล้องดูแลคุณภาพและความน่าเชื่อถือของระบบบัญชี ระบบตรวจสอบ ระบบควบคุมภายใน ตลอดจนกระบวนการรายงานทางการเงินของบริษัท

คุณสมบัติกรรมการตรวจสอบ

- 1.กรรมการตรวจสอบทุกคนต้องเป็นกรรมการอิสระ
- 2.กรรมการตรวจสอบต้องได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการหรือผู้ถือหุ้น
- 3.กรรมการตรวจสอบต้องไม่เป็นกรรมการที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทให้คัดสินใจในการดำเนินกิจการของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทย่อยลำดับเดียวกันหรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งกัน
- 4.ไม่เป็นกรรมการของบริษัทใหญ่ บริษัทย่อย และบริษัทย่อยลำดับเดียวกัน
- 5.มีกรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 1 คน ที่มีความรู้ความชำนาญทางการบัญชีหรือการจัดการด้านการเงินที่เกี่ยวข้องตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และมีประสบการณ์เพียงพอที่จะทำหน้าที่ในการสอบทานความน่าเชื่อถือของงบการเงินได้

องค์ประกอบและการประชุม

คณะกรรมการตรวจสอบต้องประกอบด้วยกรรมการอย่างน้อย 3 ท่าน กรรมการแต่ละท่านต้องเป็นกรรมการอิสระ สามารถใช้ดุลพินิจของตนอย่างเป็นอิสระ และสามารถอ่านและเข้าใจพื้นฐานของงบการเงินซึ่งจำเป็นต้องมีการทำหน้าที่กรรมการตรวจสอบ กรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 1 ท่าน ต้องมีความรู้ความชำนาญทางการบัญชีหรือการจัดการด้านการเงินที่



เกี่ยวข้องตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คณะกรรมการตรวจสอบสามารถติดต่อสื่อสารโดยตรงกับผู้สอบบัญชีภายนอก ผู้ตรวจสอบภายใน และฝ่ายจัดการของบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบแต่งตั้งกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการตรวจสอบต้องจัดให้มีการประชุมอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง หรือมากกว่าหากจำเป็น โดยประธานกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่จัดการประชุม ทำหน้าที่เป็นประธานในที่ประชุม ให้ความเห็นชอบกับวาระการประชุม ตลอดจนรายงานผลการประชุมให้คณะกรรมการบริษัททราบอย่างสม่ำเสมอ

คณะกรรมการตรวจสอบมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี โดยกรรมการตรวจสอบซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับการแต่งตั้งอีกก็ได้ ในกรณีที่ตำแหน่งกรรมการตรวจสอบว่างลงเพราะเหตุอื่น ที่นอกจากถึงคราวออกตามวาระให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนเป็นกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้คณะกรรมการตรวจสอบมีจำนวนครบตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด โดยบุคคลที่เข้าเป็นกรรมการตรวจสอบแทนสามารถอยู่ในตำแหน่งได้เพียงเท่าที่วาระที่ยังเหลืออยู่ของกรรมการตรวจสอบซึ่งตนทดแทน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัท มีจำนวน 3 ท่าน ซึ่งประกอบด้วยกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน โดยกรรมการทั้ง 3 ท่าน เป็นผู้มีความรู้ ความเข้าใจ หรือมีประสบการณ์ด้านบัญชีหรือการเงิน ประกอบด้วย

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
1.นายปรกรณ์ บริมาสาร	ประธานกรรมการตรวจสอบ
2.นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	กรรมการตรวจสอบ
3.นายโยธิน เนื่องจำนงค์	กรรมการตรวจสอบ

โดยมี นางสาวมัทธา โอสถานนท์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายการเงิน เป็นเลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ

บทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ

คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่ความรับผิดชอบดังนี้

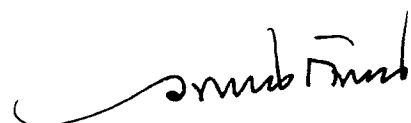
1.สอบทานให้บริษัทมีรายงานทางการเงิน (รายไตรมาสและประจำปี) ที่ถูกต้องและเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องของบริษัทอย่างเพียงพอก่อนเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท

2.สอบทานให้บริษัทมีระบบควบคุมภายในและระบบตรวจสอบภายในที่เหมาะสม เพียงพอ และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งพิจารณาความเป็นอิสระของหน่วยงานตรวจสอบภายใน ตลอดจนให้ความเห็นชอบในการพิจารณาแต่งตั้ง โยกย้าย เลิกจ้าง หัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายใน หรือหน่วยงานอื่นใดที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการตรวจสอบภายใน

3.สอบทานให้บริษัทมีระบบการประเมินความเสี่ยง การบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมเพียงพอ และมีประสิทธิภาพ

4.สอบทานให้บริษัทปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท

5.พิจารณาคัดเลือกเพื่อเสนอแต่งตั้งบุคคลซึ่งมีความเป็นอิสระและกำหนดค่าตอบแทนผู้สอบบัญชีของบริษัท ประสานงานกับผู้สอบบัญชีเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการดำเนินการตรวจสอบ ขอบเขต แนวทาง แผนงาน และปัญหาที่พบระหว่างการตรวจสอบ และประเด็นที่ผู้สอบบัญชีเห็นว่าเป็นสาระสำคัญ รวมทั้งเข้าร่วมประชุมกับผู้สอบบัญชีโดยไม่มีฝ่ายจัดการเข้าร่วมประชุมด้วยอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง



6.พิจารณารายการที่เกี่ยวข้องกัน หรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้มีความถูกต้องและครบถ้วน ให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ฯ รวมทั้งเปิดเผยข้อมูลในการเข้าทำรายการดังกล่าวอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่ารายการดังกล่าวสมเหตุผลและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท

7.จัดทำรายงานผลการกำกับดูแลกิจการของคณะกรรมการตรวจสอบ โดยเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปีของบริษัท ซึ่งรายงานดังกล่าวต้องลงนามโดยประธานกรรมการตรวจสอบ ประกอบด้วยข้อมูลดังต่อไปนี้

- ความเห็นเกี่ยวกับความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นที่เชื่อถือได้ของรายงานทางการเงินของบริษัท
- ความเห็นเกี่ยวกับความเพียงพอของระบบควบคุมภายในของบริษัท
- ความเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท
- ความเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของผู้สอบบัญชี
- ความเห็นเกี่ยวกับรายงานที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- จำนวนการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบและการเข้าร่วมประชุมของกรรมการตรวจสอบแต่ละท่าน
- ความเห็นชอบหรือข้อสังเกตโดยรวมที่คณะกรรมการตรวจสอบได้รับจากการปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย
- รายการอื่นที่เห็นว่าผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนทั่วไปควรทราบ ภายใต้ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท

8.ปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท ด้วยความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบ

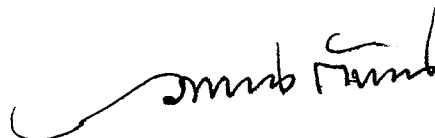
ในการปฏิบัติหน้าที่ คณะกรรมการตรวจสอบมีความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการบริษัทโดยตรงและคณะกรรมการของบริษัทยังมีความรับผิดชอบในการดำเนินงานของบริษัทต่อผู้ถือหุ้นภายนอก

คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่สอดส่องดูแล ฝ่ายจัดการมีหน้าที่รับผิดชอบต่อการจัดเตรียมงบการเงินของบริษัท และผู้สอบบัญชีภายนอกมีหน้าที่ตรวจสอบงบการเงินดังกล่าว คณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทรับทราบร่วมกันว่า ฝ่ายจัดการ ผู้ตรวจสอบภายในและผู้สอบบัญชีภายนอกมีทรัพยากรและเวลา ตลอดจนข้อมูลความรู้เรื่องบัญชี การตรวจสอบ ระบบควบคุมภายใน และกระบวนการจัดทำรายงานทางการเงินของบริษัทมากกว่าคณะกรรมการตรวจสอบ ฉะนั้นบทบาทการสอดส่องดูแลของคณะกรรมการตรวจสอบไม่ได้ให้ประกันเป็นพิเศษในงบการเงินและข้อมูลการเงินที่บริษัทนำเสนอให้กับผู้ถือหุ้นและบุคคลอื่นๆ

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

คณะกรรมการบริหาร

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



คณะกรรมการบริหารของบริษัท ประกอบด้วย

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
1.นายธนาชัย ชีรพัฒน์วงศ์	ประธานกรรมการบริหาร
2.นายสุทธิชัย แซ่หลุ่น	บรรณาธิการอำนวยการ (Editor in Chief)
3.นายธนะชัย สันติชัยกุล	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (Chief Executive Officer)

ขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ

โดยสรุปอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบที่สำคัญได้ดังนี้

1. ควบคุมดูแลกิจการ และกำหนดนโยบาย ทิศทางและกลยุทธ์ทางธุรกิจให้ดำเนินการตามนโยบายและเป้าหมายของคณะกรรมการบริษัท รวมทั้งนำเสนอแผนธุรกิจ งบประมาณ ทิศทางในการดำเนินธุรกิจและแผนงานให้คณะกรรมการบริษัทอนุมัติ

2. พิจารณาโครงสร้างองค์กร มีอำนาจกำหนดการบริหารจัดการ โครงสร้างเงินเดือนของบริษัทฯ รวมถึงการคัดเลือก การฝึกอบรม การแต่งตั้ง การว่าจ้าง การโยกย้าย การกำหนดเงินเดือน ค่าตอบแทน โบนัสพนักงานระดับผู้บริหาร และการเลิกจ้างพนักงานของบริษัทฯ โดยอาจมอบหมายให้ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการอำนวยการของบริษัท หรือ กรรมการผู้อำนวยการของบริษัทย่อย เป็นผู้มีอำนาจแทนบริษัทฯ ในการลงนามในสัญญาจ้างแรงงาน

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

4. กำหนดแผนธุรกิจ งบประมาณและหลักในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท และให้มีอำนาจควบคุมดูแลการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯให้เป็นไปตามนโยบายธุรกิจ แผนธุรกิจและกลยุทธ์ทางธุรกิจที่คณะกรรมการบริษัทได้อนุมัติแล้วซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมาย เงื่อนไข กฎระเบียบ และข้อบังคับของบริษัทฯ

5. มีอำนาจดำเนินการตามนโยบายของคณะกรรมการบริษัทที่เกี่ยวกับการดำเนินงาน เน้นตามธุรกิจ ซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมาย เงื่อนไข กฎระเบียบและข้อบังคับของบริษัทฯ เว้นแต่รายการที่คณะกรรมการบริหาร อาจมีความขัดแย้งหรือมีส่วนได้เสีย หรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทหรือบริษัทย่อย ซึ่งจะกระทำได้อต่อเมื่อ ได้รับมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทที่มีกรรมการอิสระเข้าประชุมด้วยเท่านั้น ส่วนรายการที่เกี่ยวข้องกันและการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัทฯให้เป็นไปตามระเบียบวิธีปฏิบัติตามที่ตลาดหลักทรัพย์ และ ก.ล.ด.กำหนด

6. พิจารณาผลกำไรขาดทุนของบริษัทฯ และการเสนอจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล หรือเงินปันผลประจำปี เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท

7. พิจารณาเรื่องอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท ทั้งนี้ การได้รับมอบหมายอำนาจดังกล่าวข้างต้น ต้องไม่มีลักษณะเป็นการมอบอำนาจ หรือมอบอำนาจช่วงที่ทำให้คณะกรรมการบริหาร หรือผู้รับมอบอำนาจจากคณะกรรมการบริหาร สามารถอนุมัติรายการที่ตนหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง มีส่วนได้เสีย หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์อื่นใด ตามที่ทาง ก.ล.ด. กำหนด กับบริษัทหรือบริษัทย่อย ยกเว้นเป็นการอนุมัติรายการที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติไว้

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



ทั้งนี้ กรรมการบริหารของบริษัทฯ อาจได้รับการแต่งตั้ง หรือถอดถอนโดยที่ประชุมคณะกรรมการ หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ขอบเขตอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

- 1.ควบคุมดูแลการดำเนินงานและ/หรือบริหารงานประจำวันของบริษัท
- 2.ดำเนินการหรือบริหารงานให้เป็นไปตามนโยบาย เป้าหมาย แผนการดำเนินงาน และงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการและ/หรือคณะกรรมการบริหารของบริษัท
- 3.เป็นผู้รับมอบอำนาจของบริษัทในการบริหารกิจการของบริษัทให้เป็นตามวัตถุประสงค์ ข้อบังคับ นโยบาย ระเบียบข้อกำหนด คำสั่ง มติที่ประชุมผู้ถือหุ้นและ/หรือมติที่ประชุมคณะกรรมการและคณะกรรมการบริหารของบริษัททุกประการ
- 4.มีอำนาจแต่งตั้งและบริหารงานคณะทำงานชุดต่างๆ เพื่อประโยชน์และประสิทธิภาพการจัดการที่ดี และโปร่งใส และให้มีอำนาจในการมอบอำนาจช่วง และ/หรือมอบหมายให้บุคคลอื่นปฏิบัติงานเฉพาะอย่างแทนได้ โดยการมอบอำนาจช่วง และ/หรือการมอบหมายดังกล่าวให้อยู่ภายใต้ขอบเขตแห่งการมอบอำนาจตามหนังสือมอบอำนาจ และ/หรือให้เป็นไปตามระเบียบอำนาจอนุมัติและสั่งการที่คณะกรรมการของบริษัทอนุมัติแล้ว
- 5.กำหนดภารกิจ วัตถุประสงค์ แนวทาง นโยบายของบริษัท รวมถึงการสั่งการและกำกับดูแลการดำเนินงาน โดยรวมเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการบริหารงาน
- 6.ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ และมีหน้าที่รายงานผลการดำเนินงาน การบริหารจัดการ ความคืบหน้าในการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ และ คณะกรรมการบริษัท
- 7.มีอำนาจพิจารณาอนุมัติการใช้จ่ายเงินในการดำเนินการตามปกติธุรกิจของบริษัท แต่ละรายการที่กำหนดไว้ในระเบียบอำนาจอนุมัติและสั่งการที่คณะกรรมการของบริษัทอนุมัติแล้ว
- 8.พิจารณาอนุมัติการเข้าทำสัญญาเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจปกติของบริษัท โดยแต่ละรายการที่กำหนดไว้ในระเบียบอำนาจอนุมัติและสั่งการที่คณะกรรมการของบริษัทอนุมัติแล้ว
- 9.มีอำนาจพิจารณาว่าจ้างพนักงาน และบรรจุแต่งตั้ง ตลอดจนการโอน โยกย้ายข้ามสายงาน/ฝ่าย/แผนกหรือการพ้นจากการเป็นพนักงาน กำหนดอัตราค่าจ้าง ค่าตอบแทน เงินเดือน โบนัส รวมถึงสวัสดิการ เกี่ยวกับพนักงานของบริษัท ตามกรอบนโยบายที่คณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการบริษัทกำหนด
- 10.มีอำนาจ ออกคำสั่ง ระเบียบ ประกาศ บันทึกลง เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามนโยบายและผลประโยชน์ของบริษัท และเพื่อรักษาระเบียบ วินัย การทำงานภายในองค์กร
- 11.ปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทหรือคณะกรรมการบริหารเป็นคราว ๆ ไป

ทั้งนี้การมอบหมายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของประธานเจ้าหน้าที่บริหารนั้น จะไม่มีลักษณะเป็นการมอบอำนาจหรือมอบอำนาจช่วงที่ทำให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารหรือผู้รับมอบอำนาจจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สามารถอนุมัติรายการที่ตนหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง (ตามนิยามของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนด) มีส่วนได้เสียหรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์อื่นใดกับบริษัท หรือบริษัทย่อย เว้นแต่เป็นการอนุมัติรายการที่เป็นไปตามปกติธุรกิจที่มีการกำหนดขอบเขตชัดเจน

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัทฯ อาจได้รับการแต่งตั้ง หรือถอดถอนโดยที่ประชุมคณะกรรมการ หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ



การประเมินตนเองของคณะกรรมการ

คณะกรรมการจะทำการประเมินผลการปฏิบัติงานด้วยตนเองโดยรวม และ/หรือ เฉพาะเรื่อง เป็นประจำ เพื่อร่วมกันพิจารณาผลงานและปัญหา เพื่อการปรับปรุงแก้ไขต่อไป โดยกำหนดบรรทัดฐานที่จะใช้เปรียบเทียบกับผลการปฏิบัติงานอย่างมีหลักเกณฑ์

คณะผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ณ ปัจจุบัน มีรายชื่อดังต่อไปนี้

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
1.นายธนชัย สันติชัยกุล	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (Chief Executive Officer)
2.นายพนา จันทวิโรจน์	กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ
3.นางสาวดวงกมล โชตะนา	กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ
4. นางสาวอรพิตา เหลืองอ่อน	กรรมการผู้อำนวยการ สายข่าวทั่วไปภาษาไทย
5.นายพงษ์ศักดิ์ ศรีสค	กรรมการผู้อำนวยการ สายข่าวทั่วไปภาษาไทย และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก
6. นายธงชัย บุญศุภการนนท์	กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจโรงพิมพ์
7.นางสาวพิมพ์ภาณุณัฏฐ์ อันศิริวิรัช	กรรมการผู้อำนวยการ สายงานโฆษณา
8. นางสาวณัฐรา แสงวารินทร์	ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายขายโฆษณา
9. นางอรพิน งามวงศ์วาน	ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายขายโฆษณา
10. นางเบญจวรรณ ศรีสุทธิตา	ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายจัดจำหน่าย
11. นางสาวปิ่นทรีพร ขมมาค	ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายสนับสนุนการตลาด
12. นางสาวไพรินทร์ นิธิพานิช	ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายขายโฆษณา
13. นายวิฑูร พิงประเสริฐ	บรรณาธิการอาวุโส
14.นางวรางคณา กัญญาประคัมภ์	เลขานุการบริษัท
15.นางสาวมัทธา โอสตานนท์	ผู้ช่วยผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายการเงิน
16. นายสุพจน์ เทียรศิริ	ผู้ช่วยผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายบัญชี

การถือครองหลักทรัพย์ของผู้บริหารระดับสูง ในปี 2553 และ 2552 ตามมาตรา 258 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 และผู้ถือหุ้นที่อยู่ภายใต้มาตราดังกล่าวดังนี้

ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น			หมายเหตุ
	31 ธ.ค. 2553	31 ธ.ค. 2552	จำนวนหุ้น เพิ่ม(ลด) ระหว่างปี (หุ้น)	
1.นายธนชัย สันติชัยกุล	307,966	307,966	-	รวมการถือหุ้นของคู่สมรส
2.นายพนา จันทวิโรจน์	12,450	12,450	-	รวมการถือหุ้นของคู่สมรส
3.นางสาวดวงกมล โชตะนา	4,410	4,410	-	
4. นางสาวอรพิตา เหลืองอ่อน	-	-	-	
5. นายพงษ์ศักดิ์ ศรีสค	3,780	3,780	-	



ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น			หมายเหตุ
	31 ธ.ค. 2553	31 ธ.ค. 2552	จำนวนหุ้น เพิ่ม(ลด) ระหว่างปี (หุ้น)	
6. นายธงชัย บุญศฤงคารนนท์	-	-	-	
7.นางสาวพิมพ์กาญจน์ อันศรีศิริชัย	89,825	89,825	-	
8. นางสาวฉัฐวรา แสงวารินทร์	-	-	-	
9. นางอรพิน งามวงศ์วาน	-	-	-	
10. นางเบญจวรรณ ศรีสุทธิธาดา	20,560	20,560	-	
11. นางสาวปัทมทรัพย์ ชมนาค	-	-	-	
12. นางสาวไพรินทร์ นิธิพานิช	-	-	-	
13. นายวิฑูร พึ่งประเสริฐ	-	-	-	
14.นางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์	31,484	31,274	-	
15.นางสาวมรรษา โอสดานนท์	-	-	-	
16 นายสุพจน์ เพ็ชรศิริ	-	-	-	

8.2. การสรรหากรรมการและผู้บริหาร

บริษัทฯ ตระหนักว่า ธุรกิจของบริษัท มีความสำคัญต่อการขึ้นนำความคิดของสังคม ดังนั้นบุคคลที่จะเป็นผู้บริหารหรือกรรมการของบริษัท ต้องเป็นผู้ที่มีความเข้าใจบทบาทหน้าที่ของการเป็นสื่อที่มีจริยธรรมและยึดมั่นในจรรยาบรรณทางวิชาชีพ และจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อสามารถวางแผนนโยบายในการนำเสนอเนื้อหาอย่างเป็นกลาง สร้างสรรค์ ไม่บิดเบือน จึงเห็นว่าการคัดสรรบุคคลเพื่อดำรงตำแหน่งกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทเป็นเรื่องสำคัญ จึงควรเป็นหน้าที่โดยตรงของคณะกรรมการทั้งคณะ

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

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

การแต่งตั้งกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทจะทำหน้าที่เป็นคณะกรรมการสรรหาและคัดเลือกบุคคลที่จะเข้าดำรงตำแหน่งคณะกรรมการบริษัท โดยได้พิจารณาจากความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท หรือพิจารณาจากกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ อย่างไรก็ตามการแต่งตั้งกรรมการใหม่จะต้องผ่านการพิจารณาจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ซึ่งประกอบด้วยกรรมการอิสระ และคณะกรรมการตรวจสอบร่วมอยู่ด้วย นอกจากนี้การแต่งตั้งกรรมการจะต้องผ่านมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามข้อบังคับของบริษัท ทั้งนี้ข้อบังคับของบริษัทกำหนดให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นเลือกตั้งกรรมการตามหลักเกณฑ์และวิธีการดังต่อไปนี้



1. ผู้ถือหุ้นคนหนึ่งมีคะแนนเสียงเท่ากับ 1 หุ้นต่อ 1 เสียง
2. การเลือกตั้งกรรมการจะลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเป็นรายบุคคลหรือหลายคนเป็นกรรมการก็ได้ ทั้งนี้ตามแต่ที่ประชุมผู้ถือหุ้นจะเห็นสมควร โดยในการออกเสียงลงคะแนนไม่ว่าจะเป็นการเลือกตั้งเป็นรายบุคคลหรือ หลายคน บุคคลแต่ละคนที่ผู้ถือหุ้นออกเสียงเลือกตั้งจะได้รับคะแนนเสียงจากผู้ถือหุ้นตามจำนวนหุ้นที่ผู้ถือหุ้น มีอยู่ทั้งหมดตาม (1) โดยผู้ถือหุ้นดังกล่าวจะแบ่งคะแนนเสียงให้แก่ผู้หนึ่งผู้ใดมากหรือน้อยเพียงใดไม่ได้
3. บุคคลซึ่งได้รับคะแนนเสียงสูงสุดตามลำดับลงมาเป็นผู้ได้รับการเลือกตั้งเป็นกรรมการเท่าจำนวนกรรมการที่จะพึงมีหรือจะพึงเลือกตั้งในครั้งนั้น ในกรณีที่บุคคลซึ่งได้รับการเลือกตั้งในลำดับถัดมามีคะแนนเสียงเท่ากันเกินจำนวนกรรมการที่จะพึงมีหรือจะพึงเลือกตั้งในครั้งนั้นให้ผู้เป็นประธานออกเสียงชี้ขาด

ทั้งนี้การพ้นวาระตำแหน่งของกรรมการจะสลับหมุนเวียนในอัตราส่วน 1 ใน 3 ของกรรมการซึ่งต้องพ้นวาระทุกปี ตามมติที่ประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น แต่กรรมการชุดเดิมอาจได้รับการแต่งตั้งกลับเข้ามาใหม่ได้

8.3 การกำหนดค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหารระดับสูง

หลักเกณฑ์และรูปแบบในการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร บริษัทได้พิจารณาความเหมาะสมและความรับผิดชอบของกรรมการและผู้บริหาร ตามประสพการณ์ ภาระหน้าที่ สภาพแวดล้อม สถานะเศรษฐกิจ และสอดคล้องเปรียบเทียบได้กับบริษัทในธุรกิจอุตสาหกรรมเดียวกัน และมีนโยบายจ่ายค่าตอบแทนกรรมการอิสระที่ทำหน้าที่ประธานกรรมการตรวจสอบ กรรมการอิสระที่ทำหน้าที่กรรมการตรวจสอบ กรรมการอิสระ และกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร เป็นรายปีโดยไม่มีค่าตอบแทนในรูปแบบอื่น สำหรับปี 2554 ประธานกรรมการจะได้รับค่าตอบแทนในอัตราเดียวกันกับประธานกรรมการตรวจสอบ และ กรรมการที่เป็นผู้บริหารจะได้รับค่าตอบแทนในอัตราเดียวกันกับกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร อนึ่งค่าตอบแทนกรรมการได้ผ่านการอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นเป็นประจำทุกปี

คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้ประเมินผลงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เป็นประจำทุกปี เพื่อนำไปใช้ในการพิจารณา กำหนดค่าตอบแทนของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยใช้บรรทัดฐานที่ได้ตกลงกันล่วงหน้า กับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ตามเกณฑ์ที่เป็นรูปธรรม ซึ่งรวมถึงผลการปฏิบัติงานทางการเงิน ผลการปฏิบัติงานตามวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ในระยะยาวและการพัฒนาผู้บริหาร

ค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูง เป็นไปตามนโยบายที่คณะกรรมการกำหนด ระดับค่าตอบแทนเป็นเงินเดือน สวัสดิการ และผลตอบแทนงูใจในระยะยาว บริษัทจะพิจารณาให้ สอดคล้องกับผลงานของบริษัทและผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารแต่ละคน

การพัฒนากรรมการและผู้บริหารระดับสูง

ทุกครั้งที่มีการกรรมการและผู้บริหารระดับสูงเข้าใหม่ คณะกรรมการจะจัดให้มีเอกสารข้อมูล และการบรรยายสรุปจากประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ซึ่งจะเป็ประโยชน์ ต่อการปฏิบัติงาน รวมถึงการแนะนำลักษณะธุรกิจ และแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้แก่กรรมการและผู้บริหารระดับสูงใหม่ได้รับทราบ

คณะกรรมการจะส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้มีการฝึกอบรมและการให้ความรู้แก่กรรมการ กรรมการตรวจสอบ ผู้บริหาร เลขานุการบริษัท ตามที่ทางตลาดหลักทรัพย์ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยและสถาบันที่เกี่ยวข้องจัดขึ้นเพื่อส่งเสริมความรู้ ให้เป็นไปตามระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการบริหารความเสี่ยงของบริษัท เพื่อให้มีการปรับปรุงการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง



8.3.1 ค่าตอบแทนกรรมการของบริษัท และบริษัทย่อยสำหรับ ปี 2553

(ก) ค่าตอบแทนกรรมการบริษัทที่เป็นตัวเงิน

กรรมการบริษัทที่มีจำนวนทั้งสิ้น 11 คน แบ่งเป็นกรรมการที่มีฐานะเป็นพนักงานบริษัทและบริษัทย่อย 4 คน กรรมการอิสระ 4 คน และกรรมการภายนอกที่ไม่ใช่ผู้บริหาร 3 คน โดยปี 2553 บริษัทจ่ายค่าตอบแทนกรรมการอิสระ (ซึ่งทำหน้าที่เป็นกรรมการตรวจสอบด้วย) และกรรมการภายนอกที่ไม่ใช่ผู้บริหาร รวมเป็น 7 ท่าน เป็นจำนวนเงิน 1.8 ล้านบาท ส่วนกรรมการที่เป็นผู้บริหาร ไม่มีค่าตอบแทนในตำแหน่งกรรมการ จะได้รับเฉพาะเงินเดือนและโบนัสเท่านั้น โดยแยกการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการเป็นรายบุคคล ดังนี้

รายชื่อ	ตำแหน่ง	จำนวนเงิน (บาท)
1. นายปรกรณ์ บริมาสพร	กรรมการอิสระ และ ประธานกรรมการตรวจสอบ	400,000
2. นายเชวง จริยะพิสุทธิ	กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ	300,000
3. นายโยธิน เนื่องจางค์	กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ	300,000
4. นายนิสสัย เวชชาชีวะ	กรรมการอิสระ	200,000
5. นายนิวัฒน์ แจ่มริวงค์	กรรมการภายนอกที่ไม่ใช่ผู้บริหาร	200,000
6. นายเสริมสิน สมะลาภา	กรรมการภายนอกที่ไม่ใช่ผู้บริหาร	34,000
7. นางคริสติน ดีไบเอต เบรนเดล	กรรมการภายนอกที่ไม่ใช่ผู้บริหาร	200,000
รวมเป็นเงิน		1,634,000

หมายเหตุ : นายเสริมสิน สมะลาภา เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2553

(ข) ค่าตอบแทนอื่น ๆ

-ไม่มี-

8.3.2 ค่าตอบแทนกรรมการที่เป็นผู้บริหารและผู้บริหารระดับสูงของบริษัท สำหรับ ปี 2553

(ก) ค่าตอบแทนที่เป็นเงินเดือน โบนัสและค่าพาหนะแก่กรรมการและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯและบริษัทย่อย กรรมการในฐานะพนักงานบริษัทและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทและบริษัทย่อยมีจำนวนรวม 44 ท่าน ได้รับค่าตอบแทนที่เป็นเงินเดือน โบนัสและค่าพาหนะ ในปี 2553 เป็นจำนวน 128.10 ล้านบาท

(ข) ค่าตอบแทนอื่น ๆ

บริษัทให้เงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของกรรมการที่อยู่ในฐานะเป็นพนักงานบริษัทและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทและบริษัทย่อย รวม 44 ท่าน ในปี 2553 รวม 5.80 ล้านบาท

8.4 การดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายใน

บริษัทมีนโยบายและวิธีการในการดูแลกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานของบริษัท ในการนำข้อมูลภายในของบริษัทไปใช้ ดังนี้

1. กรรมการ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ จะรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ และ/หรือข้อมูลภายในกลุ่มบริษัทฯ เป็นความลับ เว้นแต่การเปิดเผยข้อมูลนั้นเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ



2. กรรมการ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และพนักงานของบริษัทฯ จะไม่เปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับ และ/หรือข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัทฯ โดยมีเป้าหมายเพื่อผลประโยชน์ของตนเองหรือผู้อื่น ไม่ว่าทางตรง หรือทางอ้อม โดยไม่คำนึงว่าจะได้รับผลประโยชน์ดังกล่าวหรือไม่
3. กรรมการ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ จะไม่ขาย ซื้อ โอน หรือรับโอนหลักทรัพย์ของบริษัทฯ โดยข้อมูลที่เป็นความลับ และ/หรือข้อมูล ภายในของกลุ่มบริษัทฯ และ/หรือการเข้าทำรายการใด ๆ โดยข้อมูลที่เป็นความลับ และ/หรือ ข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัทฯ ในทางที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อกลุ่มบริษัทฯ ไม่ว่าทางตรง หรือ ทางอ้อม ข้อกำหนดนี้ยังครอบคลุมไปถึงคู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะของกรรมการ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ
4. ภายหลังเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรรมการ ผู้บริหาร ผู้จัดการ ผู้ที่รับผิดชอบต่อการดำเนินงาน ผู้สอบบัญชี เจ้าหน้าที่ หรือพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ ที่ซื้อหรือขาย เสนอซื้อ หรือ เสนอขาย หรือเชื่อเชิญให้บุคคลอื่นซื้อ 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

8.5 บุคลากร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 กลุ่มบริษัทมีพนักงานรวมทั้งหมด 1,937 คน แบ่งเป็นพนักงานของบริษัทจำนวน 558 คน และพนักงานของบริษัทย่อยจำนวน 1,379 คน โดยมีผลตอบแทนของพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย 8 บริษัท ในปี 2553 ซึ่งแบ่งเป็นเงินเดือนและ โบนัส เท่ากับ 584.67 ล้านบาท และ 48.05 ล้านบาท ตามลำดับ ในส่วนของเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของบริษัทและบริษัทย่อยรวมเท่ากับ 27.65 ล้านบาท

บริษัทไม่มีข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา

นโยบายในการบริหารทรัพยากรบุคคล

1. การจ้างงานและบรรจุพนักงาน บริษัทมีนโยบายจ้างงานและบรรจุพนักงานตามความจำเป็นและความเหมาะสมของงาน โดยพนักงานที่ได้รับการว่าจ้างและบรรจุต้องมีคุณสมบัติ ประสบการณ์ และความสามารถเหมาะสมกับตำแหน่งงาน และมีคุณสมบัติตามระเบียบ ข้อบังคับของบริษัทฯ กรณีที่ตำแหน่งงานว่าง บริษัทจะให้โอกาส และพิจารณาคัดเลือกพนักงานของบริษัทที่มีอยู่ให้ดำรงตำแหน่งที่ว่างนั้นเสียก่อน หากไม่สามารถสรรหาพนักงานจากภายในบริษัทได้แล้ว จึงจะดำเนินการกระบวนการสรรหาและว่าจ้างบรรจุบุคคลภายนอก

2. โครงสร้างสายการบังคับบัญชาและการแบ่งส่วนงาน บริษัทกำหนดโครงสร้างสายการบังคับบัญชา และการแบ่งส่วนงานของบริษัท โดยมีข้อบ่งชี้ความรับผิดชอบของส่วนงาน และตำแหน่งงานอย่างชัดเจน และเหมาะสมกับประเภทหรือลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัท และมีการทบทวนเป็นระยะเพื่อความเหมาะสมกับสถานการณ์



3.การบริหารค่าตอบแทน

3.1. เงินเดือนและค่าจ้าง บริษัทบริหารเงินเดือนและค่าจ้างให้เป็นไปอย่างยุติธรรม โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ภาวะ ภูมิ ประสิทธิภาพ ระดับ ตำแหน่ง หน้าที่ความรับผิดชอบ เทียบเคียงกับอัตราเงินเดือนของบริษัทอื่นๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับ บริษัท อัตราค่าจ้างแรงงานของตลาดในประเทศ และสถานการณ์ความจำเป็นของบริษัท

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

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

นอกจากนี้บริษัทสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆตามที่กฎหมายกำหนด เช่น กรรมการกองทุนสวัสดิการและเงินผู้ซึ่งแบ่งตามหน่วยงาน การจัดตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์ เนชั่นมัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด การจัดตั้งชมรมกีฬา และ สันทนาการด้านต่างๆ 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 การจัดอบรมสัมมนาโดยวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถจากภายนอกองค์กร การฝึกอบรมจากผู้มีประสบการณ์ในองค์กร การสอนงานโดยหัวหน้างาน(Coaching)การเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง (On the Job Training) การศึกษาดูงานทั้งภายในและภายนอกประเทศ การถ่ายทอดความรู้ระหว่างเพื่อนร่วมงาน และการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้บริหารและพนักงานตามแนวทาง Learning Organization

นอกจากนี้บริษัทได้พยายามปรับกระบวนการทำงานของแต่ละส่วนงาน เพื่อให้การทำงานมีความคล่องตัว มีประสิทธิภาพ และจัดสรรพนักงานให้มีโอกาสปฏิบัติงานในส่วนงานที่พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในงานนั้น ๆ เป็นอย่างถี่ถ้วนสอดคล้องกับแผนการสืบทอดงานในทุกส่วนงาน

รายงานการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

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

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

นโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัทที่ใช้ปัจจุบันเป็นฉบับที่ 3 โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการและ ประกาศใช้ ครั้งแรก เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2549 และได้ดำเนินการทบทวนเนื้อหาเป็นประจำทุกปี ให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2549 ของตลาดหลักทรัพย์ฯ ในปี 2552 คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาทบทวนนโยบายฯ เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2552 และได้ทบทวนนโยบายฯ อีกครั้ง เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2553 และประกาศให้พนักงานทุกระดับทราบและถือปฏิบัติโดยเคร่งครัด

การสื่อสารนโยบายการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการตระหนักดีว่า การดำเนินการเรื่องการกำกับดูแลกิจการนั้น เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ปัจจัยหลักที่เป็นตัวขับเคลื่อนการดำเนินงานคือพนักงานทุกคนของบริษัทและบริษัทในกลุ่ม จึงได้ประกาศแจ้งพนักงาน และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์สื่อสารภายในองค์กร และได้จัดพิมพ์Nation's way เป็นคู่มือแจกให้พนักงานที่ไม่สามารถเปิดอ่านจากเว็บไซต์ถือเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินงานด้วย รวมถึงฝ่ายบริหารได้ติดตามกำกับให้มีการดำเนินงานตามนโยบายในทุกด้านอย่างใกล้ชิด นอกจากนั้นเพื่อสร้างความเข้าใจกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มบริษัทได้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีดังกล่าวผ่านเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อให้ประชาชนทั่วไปและผู้ลงทุนรับทราบด้วยและหากผู้ถือหุ้นประสงค์จะขอรับนโยบายดังกล่าวเป็นเอกสาร สามารถติดต่อได้ที่ฝ่ายเลขานุการบริษัท โดยใช้แบบฟอร์มขอรับเอกสารที่ส่งพร้อมรายงานประจำปี ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท

การติดตามการปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ

จากความมุ่งมั่นในปรับปรุงเรื่องธรรมาภิบาลของบริษัทอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ได้มีการประกาศใช้นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีในปี 2549 ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทและการจัดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทได้พัฒนาดีขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง ในปี 2553 นี้ ผลการประเมินการจัดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี2553 อยู่ในระดับดีเยี่ยม และผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยของบริษัท อยู่ในระดับดีเลิศ (5 ดาว)

การปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในปี 2553 ของบริษัทฯ ได้ครอบคลุมเนื้อหา 5 หมวด ได้แก่

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



1. สิทธิของผู้ถือหุ้นและการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

บริษัทตระหนักว่า ผู้ถือหุ้นมีสิทธิในความเป็นเจ้าของโดยควบคุมบริษัทผ่านการแต่งตั้งคณะกรรมการให้ทำหน้าที่แทนตน และมีสิทธิในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของบริษัท โดยกำหนดไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ บริษัทได้ให้ความสำคัญและเคารพสิทธิของผู้ถือหุ้น โดยปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

บริษัทมีนโยบายปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน โดยตระหนักถึงสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลของบริษัทอย่างเพียงพอและทันเวลา ได้ให้การดูแลผู้ถือหุ้นมากกว่าสิทธิที่กฎหมายกำหนด จึงจัดให้มีหน่วยงานผู้ลงทุนสัมพันธ์ (Investor Relation) ทำหน้าที่รับผิดชอบดูแล ให้ข้อมูล ตอบคำถามต่างๆ และจัดให้มีการเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศต่างๆของบริษัทไว้ที่เว็บไซต์ www.nationgroup.com เพื่อให้ข้อมูลของบริษัทต่อผู้ถือหุ้นและนักลงทุนทั่วไปทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ซึ่งได้แก่ ข้อมูลสำคัญล่าสุด จดหมายแจ้งข่าวสารถึงผู้ลงทุน นิตยพบนักลงทุนเป็นประจำปีอย่างน้อยปีละ 2 ครั้งตามกำหนดการที่ตลาดหลักทรัพย์ฯจัดเตรียม รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นได้แสดงความคิดเห็น ขอคำอธิบาย หรือตั้งคำถามใด ๆ ได้อย่างเท่าเทียมกัน

การจัดประชุมผู้ถือหุ้น

คณะกรรมการให้ความสำคัญกับการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี เพื่อให้ผู้ถือหุ้นมีส่วนร่วมในการติดตามดูแลการดำเนินงานของบริษัท โดยได้ปฏิบัติตามคู่มือ AGM Checklist ซึ่งจัดทำขึ้นโดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย สมาคมบริษัทจดทะเบียน และ ก.ล.ต. ดังนี้

ก่อนวันประชุม

ในการจัดประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2553 ซึ่งจัดขึ้น ในวันที่ 27 เมษายน 2553 นั้น บริษัทได้เผยแพร่จดหมายถึงผู้ถือหุ้นผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์ฯและทางเว็บไซต์ www.nationgroup.com เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นของบริษัทที่ถือหุ้นในสัดส่วน 1 หุ้นขึ้นไป และถือหุ้นอย่างต่อเนื่องนับจากวันที่ถือหุ้นจนถึงวันที่เสนอเรื่องการพิจารณาเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี สามารถเสนอชื่อบุคคลเข้าเป็นกรรมการบริษัท ผ่านคณะกรรมการบริษัทได้ตั้งแต่วันที่ 4 มกราคม 2553 ถึงวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2553 พร้อมข้อมูลประกอบการพิจารณาด้านคุณสมบัติและการให้ความยินยอมของผู้ได้รับการเสนอชื่อ ปรากฏว่าไม่มีผู้ถือหุ้นเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการ

บริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเสนอวาระการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีครั้งนี้โดยเสนอ ผ่านทางเว็บไซต์ www.nationgroup.com ตั้งแต่วันที่ วันที่ 4 มกราคม 2553 ถึงวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2553 ผลปรากฏว่าไม่มีผู้ถือหุ้นท่านใดเสนอเพิ่มวาระการประชุม

ทั้งนี้บริษัทฯ ได้รายงานผลการใช้สิทธิผู้ถือหุ้นเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการพิจารณาเลือกตั้งเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท และสิทธิการเสนอวาระการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท ในวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2553

และบริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นจัดส่งคำถามล่วงหน้า สำหรับการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2553 ผ่านทางเว็บไซต์ www.nationgroup.com หรือทางโทรศัพท์ 0-2338-3938 ตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม 2553 ถึงวันที่ 5 เมษายน 2553 เพื่อให้คณะกรรมการและฝ่ายบริหารได้รวบรวมและเตรียมข้อมูลเพื่อชี้แจงต่อผู้ถือหุ้นในวันประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ปรากฏว่าไม่มีผู้ถือหุ้นเสนอคำถามล่วงหน้าเข้ามาแต่อย่างใด

ในการนี้บริษัทมอบให้บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์(แห่งประเทศไทย)จำกัด ซึ่งเป็นนายทะเบียนหุ้นของบริษัทเป็นผู้จัดส่งหนังสือเชิญประชุมให้แก่ผู้ถือหุ้นเป็นการล่วงหน้าก่อนวันประชุมประมาณ 20 วัน และได้นำหนังสือเชิญประชุมเผยแพร่ที่ www.nationgroup.com ตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม 2553 ล่วงหน้าก่อนวันประชุม 1 เดือน โดยหนังสือเชิญประชุมมีการให้ข้อมูล



วัน เวลา สถานที่ และวาระการประชุม ตลอดจนข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ต้องตัดสินใจในที่ประชุมแก่ผู้ถือหุ้นอย่างเพียงพอ พร้อมรับทราบกฎเกณฑ์ต่างๆที่ใช้ในการประชุม รวมถึงขั้นตอนการออกเสียงลงมติ

สำหรับผู้ถือหุ้นที่ไม่สามารถเข้าร่วมประชุมด้วยตนเอง บริษัทได้เสนอให้มอบอำนาจให้ นายปกรณ์ บริมาศพร กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ ซึ่งไม่มีส่วนได้ส่วนเสียในเรื่องที่ต้องพิจารณาเป็นผู้รับมอบอำนาจเข้าประชุมและลงคะแนนเสียงแทน ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2553 มีผู้ถือหุ้นจำนวน 45 ราย มอบฉันทะให้กรรมการอิสระที่บริษัทเสนอเป็นผู้รับมอบอำนาจให้ออกเสียงแทน

วันประชุมผู้ถือหุ้น

ในการจัดประชุมผู้ถือหุ้น บริษัทฯ ได้อำนวยความสะดวกให้กับผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกันทุกราย ด้วยการจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลต้อนรับ ให้ความสะดวกอย่างเพียงพอ การเตรียมห้องจัด ป้ายบอกทางฯ และการจัดให้มีการเลี้ยงรับรองที่เหมาะสมแก่ผู้ถือหุ้นที่มาร่วมประชุมด้วย

ประธานกรรมการและประธานกรรมการบริหาร รองประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ กรรมการตรวจสอบ กรรมการอิสระ กรรมการ กรรมการที่เป็นผู้บริหาร ผู้บริหาร และผู้สอบบัญชีของ บริษัทจากบริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย จำกัด เข้าร่วมประชุม เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นซักถามเรื่องที่เกี่ยวข้องได้

การดำเนินการประชุมผู้ถือหุ้น

ประธานกรรมการทำหน้าที่ประธานในที่ประชุม ก่อนเริ่มการประชุมประธานฯ ได้ขอให้เปิดเทปเสียงและภาพเพื่อชี้แจงกฎเกณฑ์ที่ใช้ในการประชุม ขั้นตอนการออกเสียงลงมติในที่ประชุมรับทราบ และประธานฯ ได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นได้ซักถามและแสดงความคิดเห็นอย่างเปิดเผย กว้างขวาง พร้อมให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และ กรรมการบริหาร บางท่าน ได้ตอบคำถามของผู้ถือหุ้นทุกคำถาม และได้บันทึกสาระสำคัญของคำถาม คำตอบ และข้อสรุปเรื่องนั้นๆ ในรายงานการประชุมอย่างครบถ้วน บริษัทไม่ได้แจกเอกสารที่มีข้อมูลสำคัญเพิ่มเติมในที่ประชุมผู้ถือหุ้นอย่างกระตือรือร้น และ ไม่ได้เพิ่มวาระการประชุม

ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2553 บริษัทได้ใช้ระบบสารสนเทศแบบบาร์โค้ด มาใช้ในการลงทะเบียนเข้าร่วมประชุมและในการนับคะแนนเสียงในการประชุมแต่ละวาระ เป็นปีที่สาม และในวาระการเลือกตั้งกรรมการบริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเลือกตั้งกรรมการเป็นรายบุคคล และได้บันทึกวิธีลงคะแนน วิธีนับคะแนน มติที่ประชุม โดยแยกเป็นคะแนนที่เห็นด้วยไม่เห็นด้วย และงดออกเสียง ในรายงานการประชุมอย่างครบถ้วน

การดำเนินการหลังการประชุมผู้ถือหุ้น

บริษัทได้จัดส่งรายงานการประชุมผู้ถือหุ้น ซึ่งฉบับที่รายงานการประชุมและบันทึกการออกเสียงรวมทั้งข้อซักถามของผู้ถือหุ้นในแต่ละวาระอย่างละเอียดให้ตลาดหลักทรัพย์ฯ และคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์ภายในกำหนด 14 วัน รวมถึงเผยแพร่เว็บไซต์ ภาพ และเสียงของการประชุม และรายงานการประชุมบนเว็บไซต์ของบริษัท <http://www.nationgroup.com>

2. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

คณะกรรมการดูแลและสอบทานกรอบโครงสร้างของการกำกับดูแลกิจการเป็นประจำเพื่อให้สามารถสร้างความมั่นใจว่าการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกราย ซึ่งรวมถึงผู้ถือหุ้นรายย่อยและผู้ถือหุ้นต่างชาติมีความเท่าเทียมกันและยุติธรรม และให้กระบวนการดูแลผู้ถือหุ้นไม่มีความยุ่งยากหรือมีต้นทุนสูงโดยไม่จำเป็น ผู้ถือหุ้นมีสิทธิที่จะเข้าร่วมในการตัดสินใจและได้รับทราบถึงผลของการตัดสินใจของบริษัทสำหรับเหตุการณ์ที่สำคัญตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัท ดังนี้

- ในการประชุมผู้ถือหุ้น บริษัทมีนโยบายที่จะรักษาสหสิทธิของผู้ถือหุ้นทุกราย ไม่เพิ่มระเบียบวาระในที่ประชุมโดยไม่ได้แจ้งให้ผู้ถือหุ้นอื่นทราบล่วงหน้า เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้มีโอกาสศึกษาข้อมูลของระเบียบวาระการประชุมก่อนลงมติ ทั้งนี้ผู้



ถือหุ้นของบริษัททุกรายมีสิทธิออกเสียงตามจำนวนหุ้นที่ถืออยู่ โดยหุ้นแต่ละหุ้นมีสิทธิออกเสียงหนึ่งเสียง และไม่มีหุ้นใดมีสิทธิพิเศษ

- เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นตั้งแต่ 1 หุ้นขึ้นไป สามารถเสนอระเบียบวาระการประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี 2553 รวมทั้งเสนอชื่อผู้สมควรสมควรเข้าเป็นกรรมการระหว่างวันที่ 4 มกราคม 2553 - 4 กุมภาพันธ์ 2553 โดยประกาศให้ทราบโดยผ่านช่องทางของ คลท.และบนเว็บไซต์ของบริษัท โดยมีขั้นตอนและวิธีปฏิบัติที่ชัดเจน โปร่งใส สอดคล้องกับแนวปฏิบัติเพิ่มเติมเรื่องการให้สิทธิแก่ผู้ถือหุ้นส่วนน้อย อย่างไรก็ตามในปี 2553 ไม่มีผู้ถือหุ้นเสนอระเบียบวาระการประชุมและเสนอชื่อนักบุคคลเพื่อเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท
- เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นที่ไม่สามารถเข้าร่วมประชุมด้วยตนเอง สามารถใช้สิทธิออกเสียงโดยการมอบฉันทะให้กับกรรมการอิสระ ซึ่งไม่มีประเด็นเรื่องความขัดแย้งทางผลประโยชน์เกี่ยวกับวาระการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี เป็นทางเลือกให้กับผู้ถือหุ้นสามารถมอบฉันทะให้ลงคะแนนเสียงได้ และอำนวยความสะดวกให้ผู้ถือหุ้นสามารถดาวน์โหลดหนังสือมอบฉันทะผ่านเว็บไซต์ของบริษัทได้

การป้องกันการใช้อิทธิพลภายใน

บริษัทฯ กำหนดนโยบายการป้องกันไม่ให้กรรมการและผู้บริหารใช้ตำแหน่งหน้าที่เพื่อประโยชน์แก่ตนเองในทางที่มิชอบ ซึ่งเป็นการเอาเปรียบผู้ถือหุ้นรายอื่น หรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ถือหุ้นโดยรวม ดังนี้

1. ห้ามกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานของบริษัท ที่เกี่ยวข้องกับการใช้อิทธิพลภายในไปเปิดเผยข้อมูลแก่นักบุคคลภายนอกหรือนักบุคคลที่ไม่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง
2. ห้ามซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทในช่วง 1 เดือนก่อนประกาศงบการเงิน

การเปิดเผยข้อมูลส่วนได้เสีย

คณะกรรมการบริษัทกำหนดแนวปฏิบัติเรื่องการเปิดเผยข้อมูลส่วนได้เสียของกรรมการและผู้บริหารเพื่อความโปร่งใส และป้องกันปัญหาการขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยกำหนดให้กรรมการและผู้บริหารจะต้องรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ฯ และตลาดหลักทรัพย์ทุกครั้งที่มีการซื้อขาย โอน หรือ รับโอนหลักทรัพย์ภายใน 3 วัน นับแต่วันที่มีการซื้อขายหลักทรัพย์ต่อ ก.ล.ด. อีกทั้งกำหนดให้ คณะกรรมการและผู้บริหารรายงานข้อมูลแบบรายงานการมีส่วนได้เสียของกรรมการ ผู้บริหาร และบุคคลที่เกี่ยวข้อง ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทอ. 2/2552 ซึ่งบริษัทได้ประกาศให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2552 ดังนี้

1. กำหนดให้กรรมการและผู้บริหาร จะต้องจัดทำรายงานการมีส่วนได้เสียของตนเองและบุคคลที่เกี่ยวข้องเป็นประจำภายในวันที่ 1 กรกฎาคมของทุกปี และเลขานุการบริษัท เป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนได้เสียของ กรรมการ ผู้บริหารและบุคคลที่เกี่ยวข้อง และดูแลให้ข้อมูลนั้นเป็นปัจจุบันเสมอ พร้อมสำหรับการเปิดเผยต่อคณะกรรมการเมื่อคณะกรรมการต้องพิจารณาธุรกรรมระหว่างบริษัท กับกรรมการ และหรือ ผู้บริหารที่มีส่วนได้เสียหรือมีส่วนเกี่ยวข้อง
2. ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลรายงานการเปลี่ยนแปลงทันที และส่งรายงานภายใน 7 วัน นับแต่มีการเปลี่ยนแปลง
3. ให้เลขานุการบริษัทจัดส่งสำเนารายงานการมีส่วนได้เสียให้ประธานกรรมการและประธานกรรมการตรวจสอบภายใน 7 วันทำการนับแต่วันที่บริษัทได้รับรายงานนั้น

ในปี 2553 กรรมการและผู้บริหารที่มีการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ ได้จัดทำรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ฯ ทุกครั้ง และมีได้มีการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทในช่วง 1 เดือนก่อนประกาศงบการเงิน

101

การรายงานการถือครองหลักทรัพย์

ในปี 2553 บริษัทได้กำหนดให้คณะกรรมการและผู้บริหาร รายงานการถือครองหลักทรัพย์ต่อที่ประชุมคณะกรรมการ และให้รายงานเป็นประจำทุกปี อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยกรรมการได้รายงานการถือครองหลักทรัพย์ของตนต่อที่ประชุม คณะกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2554

การเข้าทำรายการระหว่างกันของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีนโยบายการทำรายการระหว่างกันของบริษัทและบริษัทย่อยกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ มี ส่วนได้เสีย หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในอนาคต โดยกำหนดการปฏิบัติในการทำรายการให้เป็นไปตามลักษณะการ ดำเนินการค้าปกติซึ่งเกิดกับบุคคลภายนอก ในกรณีที่ไม่สามารถเปรียบเทียบราคากับบุคคลภายนอกได้ทั้ง 2 ฝ่ายจะร่วมกัน พิจารณาเพื่อกำหนดอัตราค่าสินค้าและบริการที่เหมาะสมต่อไป โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความ จำเป็นในการเข้าทำรายการและความเหมาะสมทางด้านราคา

ในปี 2553 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีการทำรายการระหว่างกันกับกิจการอื่นที่เกี่ยวข้องกัน โดยมีเงื่อนไขตามราคาตลาด และสำหรับรายการระหว่างกันอื่น ๆ ได้ผ่านการพิจารณาความเหมาะสมและมูลค่าของการทำรายการจากคณะกรรมการ ตรวจสอบ สามารถดูเพิ่มเติมในหมายเหตุประกอบงบการเงิน

บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

นอกเหนือจากการดูแลและรักษาสถิติของผู้ถือหุ้นแล้ว คณะกรรมการมีนโยบายที่จะดูแลสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม นอกจากเรื่องที่มีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจโดยตรงแล้ว ยังขยายไปสู่เรื่องที่คณะกรรมการเห็นว่าเป็นหน้าที่ที่ควรทำต่อ สังคมส่วนรวมด้วย

ผู้มีส่วนได้เสียจะได้รับการดูแลจากบริษัทตามสิทธิที่มีตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คณะกรรมการได้พิจารณาให้มี กระบวนการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือ ระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสีย ในการสร้างความมั่นคง ความมั่นคงทางการเงินและ ความยั่งยืนของกิจการ

ในระบบการกำกับดูแลกิจการ ผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญมีหลายกลุ่ม ประกอบด้วย พนักงาน ลูกค้า ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน คู่ค้า เจ้าหนี้ คู่แข่งทางการค้า สังคม ภาครัฐ ชุมชนที่บริษัทตั้งอยู่ และผู้สอบบัญชีอิสระ เป็นต้น คณะกรรมการมีนโยบายให้มีการ ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม โดยคำนึงถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียตามกฎหมายหรือตามข้อตกลงที่มีกับบริษัท ส่งเสริมการมี ส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในการเสริมสร้างผลการดำเนินงานของบริษัท เพื่อสร้างความมั่นคงอย่างยั่งยืนให้กับกิจการ และ เปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบข้อมูลอย่างเพียงพอ คณะกรรมการจึงกำหนดเป็นจริยธรรมของ องค์การในด้านต่างๆเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2549 และได้พิจารณาทบทวนล่าสุดเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2552 สำหรับปี 2553 มี การปรับแก้ไขเพิ่มเติมเล็กน้อย เกี่ยวกับหลักปฏิบัติของกองบรรณาธิการ เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ (สามารถค้นหารายละเอียด คู่มือจริยธรรมของคณะกรรมการผู้บริหาร และพนักงานเครือ เนชั่นกรุ๊ป ได้ที่ www.nationgroup.com)

จริยธรรมของคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน เครือเนชั่นกรุ๊ป ประกอบด้วย

1. จริยธรรมว่าด้วยความรับผิดชอบต่อในวิชาชีพสื่อมวลชน

ตลอดระยะเวลากว่า 40 ปี ที่ผ่านมามีบริษัทได้ ยึดหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพของสื่อมวลชน เป็นประเพณีปฏิบัติอย่าง เคร่งครัด ซึ่งเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้สื่อและผู้ปฏิบัติงานของสื่อต่างๆ ในเครือฯ ได้รับความเชื่อถือและศรัทธาจากสังคมมาอย่าง

102

ต่อเนื่อง แม้ในยามคับขันหรือในช่วงที่มีแรงกดดันทางการเมือง บริษัทก็สามารถทำหน้าที่ของสื่ออย่างแน่วแน่โดยไม่ละทิ้งหลักการ

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

พนักงานฝ่ายข่าวของทุกสื่อในเครือฯ ต้องยึดหลักปฏิบัติต่อไปนี้อย่างเคร่งครัดโดยไม่มีข้อยกเว้นเพื่อที่เราจะได้ช่วยกันธำรงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือและศรัทธาที่สังคมมีต่อสื่อในเครือเนชั่นฯ ต่อไป

หลักปฏิบัติของบรรณาธิการ (Nation Way) แบ่งออกเป็นหมวด

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

บริษัทมีมาตรการ ในทางปฏิบัติเพื่อป้องกันปัญหาการละเมิดและหมิ่นประมาทจากการนำเสนอข่าว โดยการอบรมฝ่ายข่าว ให้ทราบถึงแนวทางการนำเสนอข่าว ข้อความและรูปภาพที่ควรกระทำและ สิ่งไม่ควรหลีกเลี่ยง พร้อมกำชับพนักงานผู้เกี่ยวข้องทุกคนปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ในปีที่ผ่านมาเคล็ดความที่บริษัทถูกร้องเรียนลดลงจากปีก่อนจำนวนมาก

2. จริยธรรมว่าด้วยความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น

บริษัทมุ่งมั่นที่จะรับผิดชอบต่อ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ถือหุ้นโดยคำนึงถึงการเจริญเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน และให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งจะดำเนินการอย่างโปร่งใส มีระบบบัญชีที่เชื่อถือได้ บริษัทมีหน่วยงานลงทุนสัมพันธ์เพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อซักถาม ชี้แจงและให้ข้อมูลแก่ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนทั่วไป

คณะกรรมการตระหนักดีว่าในขณะนี้ บริษัทยังมีผลขาดทุนสะสมคงเหลือจำนวนมาก ดังนั้นบริษัทฯ จึงดำเนินการปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ด้าน ทั้งนี้เพื่อเพิ่มมูลค่าสูงสุดในการลงทุนแก่ผู้ถือหุ้น

ในปี 2553 การดำเนินงานของบริษัทปรับตัวดีขึ้นจากปีก่อน บริษัทมีกำไรสุทธิ 313 ล้านบาทคิดเป็นกำไรสุทธิ 1.90 บาทต่อหุ้น เป็นกำไรจากการดำเนินงาน 100 ล้านบาท มีสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้น 400 ล้านบาท ส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้น 400 ล้านบาท อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเป็น 37.62% ขณะที่ปี 2552 กำไรขั้นต้น 26.54% ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น 25.07% ในขณะที่ปี 2552 เท่ากับ -5.47% ถึงแม้บริษัทจะยังไม่สามารถจ่ายปันผลได้เนื่องจากยังมีขาดทุนสะสมคงเหลือสำหรับงบการเงินเฉพาะ



กิจการอยู่จำนวน 789 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนที่มีขาดทุนสะสม 924 ล้านบาท แสดงให้เห็นว่า ฐานะการเงินของบริษัทปรับตัวดีขึ้นกว่าเดิมมาก และจะมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ

3. จริยธรรมว่าด้วยความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการสร้างความพึงพอใจและความมั่นใจให้กับลูกค้าและประชาชน ที่จะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี มีคุณภาพ ในระดับราคาที่เหมาะสม โดยยกระดับมาตรฐานให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและจริงจัง รวมทั้งรักษาสัมพันธภาพที่ดีและยั่งยืน

บริษัทจัดกิจกรรมเพื่อสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าทุกกลุ่มของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น ลูกค้ากลุ่มสมาชิกสิ่งพิมพ์ในเครือ เนื่องจากลูกค้าประเภทนี้มีจำนวนมาก หลากหลายตามประเภทสินค้า บริษัทได้ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของลูกค้า มีการส่งแบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นด้านต่างๆ ได้แก่ เนื้อหา รูปเล่ม เป็นต้น รวมทั้งสนทนาคูณคินกำไรให้ลูกค้าโดยเชิญลูกค้ามาร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่บริษัทจัด ไม่ว่าจะเป็นสัมมนาทางวิชาการ งานออกร้านขายสินค้า การส่งชิงรางวัล ฯ การร่วมงานประกาศผลรางวัลต่างๆ ที่บริษัทฯ จัดขึ้น อาทิ งานคมชัดลึกอวอร์ด งานฉลองครบรอบ 40 ปี หนังสือพิมพ์ THE NATION และการเชิญชวนลูกค้าและสมาชิกหนังสือพิมพ์ เข้าร่วมโครงการแข่งขันกอล์ฟ “เนชั่น โฮล-อิน-วัน” ซึ่งจัดต่อเนื่องมาเป็นเวลากว่า 5 ปี การจัดทัศนศึกษาให้กับกลุ่มลูกค้าเอเจนซี่ เป็นต้น

4. จริยธรรมว่าด้วยความรับผิดชอบต่อพนักงาน

บริษัท ตระหนักดีว่าทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่สุด และเป็นปัจจัยสำคัญที่นำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ จึงมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพของพนักงาน เสริมสร้างวัฒนธรรม และบรรยากาศการทำงานที่ดี ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม เพื่อสร้างความมั่นใจให้พนักงาน สนับสนุนให้มีการเลือกตั้งกรรมการลูกจ้างเพื่อเป็นตัวแทนของพนักงานให้มีส่วนร่วมในการบริหาร จัดการสวัสดิการต่างๆ ตามที่กฎหมายกำหนด อีกทั้งเปิดโอกาสและอำนวยความสะดวกให้ พนักงานสามารถจัดตั้ง “สหภาพแรงงานสื่อสารมวลชนไทย” ตามพรบ.แรงงานสัมพันธ์ 2518 ได้ ทั้งนี้เพื่อคุ้มครองผลประโยชน์เกี่ยวกับสภาพการจ้างงาน ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างและระหว่างลูกจ้างด้วยกัน

ในด้านการพัฒนาคุณภาพของพนักงานนั้นบริษัทได้จัดส่งพนักงานไปฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกสถานที่มากมาย อาทิ การจัดหลักสูตรภายในเพื่ออบรมพนักงานขายให้เข้าใจการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่มีผลต่อการปรับตัวของสื่อ ทราบถึงแนวโน้มของสื่อสิ่งพิมพ์ในต่างประเทศ และแนวโน้มของสื่อใหม่ที่เข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น เสริมความรู้ด้านเทคนิคการขาย มุ่งสร้างความสามารถเฉพาะตัวในการนำเสนอการขาย เพิ่มความรู้ด้านตัวสินค้าประเภทต่างๆ ของบริษัทและความรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยเชิญวิทยากรภายในบริษัท และวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอก ใช้เวลาในการอบรมประมาณ 20 ชั่วโมง ซึ่งได้จัดต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 2

ในด้านการพัฒนาฝ่ายข่าวและฝ่ายผลิตนั้น ได้จัดให้มีการอบรมเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมการทำงานด้านการผลิตใหม่ๆ เพื่อนำมาปรับกระบวนการในการผลิต ทั้งส่วนงานด้านธุรกิจสิ่งพิมพ์ ธุรกิจด้านวิทยุโทรทัศน์ อบรมพัฒนาศักยภาพของนักข่าวสายต่างๆ ในการใช้งานอุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัยมาใช้ประกอบในการทำงาน การให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้งานและการพัฒนาสื่อที่เกี่ยวข้องกับ Social Media และ New Media ทุกประเภท รวมถึงการกลับมามุ่งเน้นคุณภาพพื้นฐานในการทำงานในฐานะสื่อมวลชนที่ดี

ตามที่สภาวิชาชีพบัญชีแห่งประเทศไทย สำนักงาน ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กำหนดให้นิติบุคคลไทยต้องจัดทำงบการเงินตามมาตรฐานบัญชีใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงตามมาตรฐานบัญชีระหว่างประเทศ โดยเริ่มมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี 2554 นั้น เพื่อให้พนักงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้มีความเข้าใจ ในสาระสำคัญและเรื่องที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานและวิธีปฏิบัติด้านต่างๆ

104

บริษัทจึงจัดให้มีการสัมมนาทางวิชาการและการทำworkshop ระดมสมองสำหรับกรณีตัวอย่างที่จะเกิดขึ้น โดยได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ และมีความเชี่ยวชาญชำนาญในด้านมาตรฐานบัญชีจากสภาวิชาชีพ มาถ่ายทอดความรู้ และสร้างความเข้าใจให้กับพนักงานของบริษัทฯ อาทิ ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ฝ่ายไอที ฝ่ายโรงงานที่ดูแลเครื่องจักร ฝ่ายธุรการ จัดซื้อ ฝ่ายการเงินและเครดิต ฝ่ายบัญชีของบริษัทและบริษัทย่อย เป็นต้น

บริษัทเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถ แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ข้อร้องเรียน หรือแจ้งเบาะแสการทุจริตถึงฝ่ายบริหาร ได้หลายช่องทาง ได้แก่ ผ่านตัวแทนของพนักงานที่ได้รับการคัดเลือกเป็นกรรมการลูกจ้างตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งประชุมร่วมกับฝ่ายบริหารเป็นประจำทุกเดือน แสดงความคิดเห็น หรือตั้งคำถามผ่าน website:nationhouse ซึ่งเป็น intranet ภายในองค์กร หรือเสนอความเห็นโดยตรงถึงผู้บริหารผ่านทาง e-mail ซึ่งพนักงานสามารถทราบได้จาก intranet ของบริษัท

การบริหารค่าตอบแทนและผลประโยชน์ต่าง ๆ

เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม โปร่งใส และสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาและการเพิ่มศักยภาพของบุคลากรในองค์กร ตลอดจนนโยบายการสืบทอดตำแหน่งงาน บริษัทจึงได้วางที่ปรึกษาด้านทรัพยากรมนุษย์ เข้ามาศึกษาและเริ่มนำหลักการเรื่องการจ่ายค่าตอบแทนตามผลการปฏิบัติงานมาใช้ในการวัดผลการปฏิบัติงานของพนักงาน อีกทั้งตามมาตรฐานการบัญชีใหม่ (IFRS) เรื่องค่าตอบแทนพนักงานเมื่อเกษียณอายุ ที่จะเริ่มมีผลบังคับใช้ในปี 2554 บริษัทจึงได้จัดหาผู้เชี่ยวชาญทางสถิติในการคำนวณผลตอบแทนพนักงานเมื่อเกษียณอายุ เพื่อนำเสนอคณะกรรมการบริษัทพิจารณาในการปรับปรุงงบการเงินในปี 2554 ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดต่อไป

เพื่อสร้างหลักประกันทางการเงินให้แก่บริษัทเมื่อต้องออกงานหรือเกษียณอายุจากการทำงาน บริษัทฯ ได้จัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพให้กับพนักงาน ซึ่งเงินในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพจะมาจากเงินที่พนักงานจ่ายสะสม เงินของบริษัทที่จ่ายสมทบ และผลประโยชน์ที่เกิดจากเงินดังกล่าว

การเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทได้กำหนดหลักการ ในจรรยาบรรณทางธุรกิจว่าจะปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนด้วยความเคารพต่อปัจเจกชน และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และพนักงานจะต้องไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการละเมิดหรือคุกคามไม่ว่าจะทางวาจา หรือการกระทำต่อผู้อื่นบนพื้นฐานของเชื้อชาติ เพศ ศาสนา อายุ ความพิการทางร่างกายและจิตใจ

ในปีที่ผ่านมา ไม่มีข้อพิพาทฟ้องร้องระหว่างบริษัทและพนักงาน และได้รับความร่วมมือจากสหภาพแรงงาน ในการช่วยประชาสัมพันธ์และสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างพนักงานกับองค์กร

5.จริยธรรมว่าด้วยความสัมพันธ์กับคู่ค้า คู่แข่งทางการค้า เจ้าหนี้ทางการค้า

บริษัทคำนึงถึงความเสมอภาค และความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจ และผลประโยชน์ร่วมกันกับคู่ค้า โดย เนชั่นกรุ๊ป พึ่งปฏิบัติตามกฎหมายและกติกาต่างๆ อย่างเคร่งครัด และมีจรรยาบรรณที่ดีในการดำเนินธุรกิจ ในส่วนของธุรกิจที่เป็นการแข่งขัน เนชั่นกรุ๊ป จะยึดถือกติกาของการแข่งขันที่ดี และ จะยึดถือแนวทางการปฏิบัติที่ดีและเป็นธรรม ในการกู้ยืมเงินจากเจ้าหนี้ และการชำระคืน รวมทั้งการสร้างพันธมิตรทางการค้า

บริษัทได้รับการสนับสนุน Syndicate Loan จาก 3 ธนาคารใหญ่ ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ฯ ธนาคารกสิกรไทย ฯ และธนาคารไทยพาณิชย์ ฯ ซึ่งมีสัมพันธ์ทางการค้ากับบริษัทมายาวนาน และ จัดชั้นให้บริษัทเป็นลูกค้าชั้นดี วงเงิน 1700 ล้านบาท



เป็นเวลากว่า 4 ปี บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขการชำระเงินอย่างสม่ำเสมอ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 บริษัทฯ มีวงเงินค้างชำระ 576 ล้านบาท

บริษัทฯ คำนึงถึงความสัมพันธ์กับคู่ค้ามาโดยตลอด อาทิ ความร่วมมือกับคู่ค้าในด้านการให้บริการขนส่งสิ่งพิมพ์ของคู่ค้ากระจายตามจุดต่าง ๆ ที่ดำเนินงานโดย บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ในการใช้ทรัพยากรของแต่ละฝ่ายให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนความร่วมมือกับคู่แข่งทางการค้าในธุรกิจ เช่น การรวมตัวกันของสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อแสดงจุดยืนในการที่สื่ออื่น ๆ นำข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ไปใช้ประโยชน์ เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุและสื่ออินเทอร์เน็ต รวมไปถึงความร่วมมือกับโรงพิมพ์และหนังสือพิมพ์รายใหญ่ ในการเจรจาต่อรองค่าแยกสีกับร้านแยกสีและเอเจนซีโฆษณา

นอกจากนี้บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาทใดๆ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคู่ค้า คู่แข่งทางการค้า เจ้าหนี้การค้า และสถาบันการเงิน

6. จริยธรรมว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ในฐานะของผู้ผลิตสื่อครบวงจร มีความห่วงใยถึงคุณภาพชีวิตและการบริโภคข่าวสารของคนไทย จึงให้ความสำคัญอย่างยิ่งในเรื่องของการเสนอข่าวสารที่มีคุณภาพและมีประโยชน์ต่อสังคมและส่วนรวม รวมถึงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมไทยเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น นอกจากนี้ยังมีความห่วงใยและใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมในฐานะที่เป็นผู้ประกอบการรายหนึ่งในประเทศไทย ในรอบปี 2553 บริษัทฯ มีกิจกรรมส่งเสริมสังคมเกือบทุกด้าน (รายละเอียดตามข้อมูลในรายงานประจำปี (56-2) หัวข้อกิจกรรมเพื่อสังคม)

ในฐานะที่บริษัทฯ ทำธุรกิจด้านสื่อ กิจกรรมทางธุรกิจ และสังคมของบริษัท ต้องติดต่อพบปะกับประชาชนกลุ่มต่างๆ อยู่แล้ว บริษัทฯ จึงมีโอกาสดำเนินการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะผ่านทางพนักงานที่ติดต่อกับผู้มีส่วนได้เสียด้านต่างๆ และจากการพบปะของผู้บริหาร กรรมการ ที่ได้มีโอกาสพบปะกับผู้มีส่วนได้เสีย กลุ่มต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และ บริษัทฯ มีระบบ call center ในการรับเรื่องร้องเรียนพร้อมประสานแก้ไขปัญหาด้านบริการ และประสานงานด้านอื่นๆ ภายในบริษัท เป็นประจำ บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงเรื่องต่างๆ ตามข้อร้องเรียนนั้น อย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ในปี 2553 บริษัทฯ ได้เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มสามารถร้องเรียนเรื่องต่างๆ ถึงประธานกรรมการ หรือคณะกรรมการตรวจสอบ หรือ กรรมการอิสระ ได้ทาง [website:nationgroup.com](http://website.nationgroup.com) หรือส่งทางไปรษณีย์มายังที่อยู่บริษัท ได้แก่ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เลขที่ 1854 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

เลขานุการบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบในการรับเอกสารที่ส่งถึงคณะกรรมการและดำเนินการส่งให้คณะกรรมการชุดย่อยหรือกรรมการที่เกี่ยวข้องและจะสรุปข้อเสนอแนะและประเด็นต่าง ๆ ทั้งหมดเพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการทราบและพิจารณาต่อไป

4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

คณะกรรมการได้ดูแลให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ทั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่มีใช้ข้อมูลทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา โปร่งใส ผ่านช่องทางที่เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย มีความเท่าเทียมและเชื่อถือได้

บริษัทกำหนดไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ ทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงการถือครอง หลักทรัพย์ ให้กรรมการ และผู้บริหารต้องรายงานการถือครองหลักทรัพย์ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ฯ และสำเนาให้เลขานุการบริษัทเก็บรักษา เลขานุการบริษัทจะดำเนินการให้กรรมการและผู้บริหารรายงานข้อมูลปัจจุบันของตนอย่างน้อยปีละครั้ง ในเดือนพฤศจิกายนของทุกปี เพื่อรวบรวมส่งรายงานการถือครองหลักทรัพย์ รายงานต่อคณะกรรมการอย่างน้อยปีละครั้ง



บริษัทเล็งเห็นความสำคัญของการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับและ/หรือข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัท จึงได้ออกนโยบาย “การใช้ข้อมูลภายในของบริษัท” กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และพนักงานของกลุ่มบริษัทต้องรักษาข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัท ว่าเป็นความลับ เว้นแต่การเปิดเผยข้อมูลนั้นเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ห้าม ขาย ซื้อ โอน หรือรับโอนหลักทรัพย์ของบริษัทฯ โดยข้อมูลที่เป็นความลับ และ/หรือข้อมูล ภายในของกลุ่มบริษัทฯ และ/หรือการเข้าทำรายการใดๆ โดยข้อมูลที่เป็นความลับ และ/หรือ ข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัทฯ ในทางที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อกลุ่มบริษัทฯ ไม่ว่าทางตรงหรือ ทางอ้อม

ในรอบปีที่ผ่านมา บริษัทได้เปิดเผยข้อมูลของบริษัททั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่ไม่ใช่ข้อมูลทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา โปร่งใส และเป็นไปตามเกณฑ์ที่สำนักงานก.ล.ด.และตลาดหลักทรัพย์ฯกำหนด ผ่านช่องทางการเปิดเผยข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์ฯ และผ่านเว็บไซต์ของบริษัท โดยไม่ถูก สำนักงานก.ล.ด.และตลาดหลักทรัพย์ฯดำเนินการเนื่องมาจากการเปิดเผยข้อมูลไม่เป็นไปตามข้อกำหนด

ในรายงานประจำปี 2553 บริษัทได้เปิดเผยข้อมูลดังต่อไปนี้

1. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าขององค์กร
2. รายชื่อกรรมการ พร้อมประวัติการทำงาน การศึกษา ความสัมพันธ์ทางครอบครัวกับผู้บริหาร การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียน 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 ซึ่งมีประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารลงนามรับรอง
14. คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของผู้บริหาร
15. รายงานทางการเงินที่มีข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน เป็นจริงตามมาตรฐานบัญชี
16. งบการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท

บริษัทได้เปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติมต่อไปในเว็บไซต์ www.nationgroup.com

1. บทบาทอำนาจหน้าที่ของกรรมการ กรรมการบริหาร กรรมการชุดย่อย และ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
2. รายการที่เกี่ยวข้องกันหรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์
3. จรรยาบรรณทางธุรกิจ
4. นโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัท
5. กฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ



6. งบการเงินรายไตรมาสและงบการเงินประจำปี
7. รายงานประจำปี
8. นโยบายการบริหารทรัพยากรบุคคล
9. นโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์
10. นโยบายการควบคุมภายใน

ส่วนนักลงทุนสัมพันธ์

ส่วนนักลงทุนสัมพันธ์ทำหน้าที่ติดต่อสื่อสารกับนักลงทุนสถาบัน ผู้ถือหุ้น รวมทั้งนักวิเคราะห์อย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม ตอบคำถามเกี่ยวกับบริษัทและการดำเนินงานของบริษัท แก่นักลงทุนตามที่ส่งคำถามผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทหรือโทรศัพท์ หรือช่องทางอื่นๆ บริษัทให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ข้อมูลที่สำคัญของบริษัทโดยการพบปะนักลงทุนในงาน Opportunity Day ที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ จัดขึ้นเป็นประจำอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง ในปี 2553 บริษัทร่วมพบปะนักลงทุนจำนวน 3 ครั้ง

ฝ่ายเลขานุการบริษัท

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามข้อกำหนดของ คตท. และ กคค. และกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างถูกต้องครบถ้วน โปร่งใส โดยผ่านการพิจารณาตรวจสอบตามขั้นตอน เลขานุการบริษัทมีหน้าที่ในการช่วยเหลือประสานกรรมการ ในการกำกับดูแลให้การดำเนินงานของคณะกรรมการบริษัท กรรมการชุดย่อย และกรรมการบริษัททุกท่าน เป็นไปตามกรอบของบทบาทหน้าที่ตามที่กฎหมาย ข้อบังคับ และระเบียบที่เกี่ยวข้องกำหนดไว้ ตลอดจนมีหน้าที่ในการจัดเตรียมเอกสารประกอบการประชุมให้เพียงพอต่อการพิจารณาและตัดสินใจของคณะกรรมการ บันทึกรายงานการประชุมอย่างรัดกุม ถูกต้อง เพื่อแสดงให้เห็นว่าคณะกรรมการได้พิจารณาเรื่องต่างๆ ที่นำเสนอ อย่างรอบคอบ ระมัดระวัง ซื่อสัตย์สุจริตและมีความรับผิดชอบโดยใช้วิจารณญาณเชิงวิญญูชน ที่ประกอบธุรกิจนั้นพึงกระทำในสถานการณ์เดียวกัน อีกทั้งมีหน้าที่ในการเก็บรักษาทะเบียนกรรมการ จดหมายเชิญประชุม รายงานการประชุมของการประชุมคณะกรรมการและการประชุมผู้ถือหุ้น รายงานการมีส่วนได้เสีย และรายงานการถือครองหลักทรัพย์ของกรรมการและผู้บริหาร ซึ่งเลขานุการบริษัท ได้ปฏิบัติหน้าที่ตามกรอบอย่างครบถ้วน

5. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

คณะกรรมการมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัท คณะกรรมการมีความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่ต่อผู้ถือหุ้นและเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการ

คณะกรรมการได้กำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ คณะกรรมการบริหาร และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้กรรมการมีความเป็นอิสระในการตัดสินใจเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้ถือหุ้นโดยรวม รวมทั้งมีกระบวนการในการติดตามและกำกับดูแลให้การดำเนินงานของบริษัทเป็นไปตามกฎหมายและอยู่บนจริยธรรมทางธุรกิจที่คณะกรรมการกำหนด

ประธานกรรมการไม่ได้ดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และไม่ได้เป็นกรรมการอิสระ แต่ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการบริหารอีกตำแหน่งหนึ่ง เนื่องจากธุรกิจของบริษัทเป็นสื่อครบวงจร บริษัทเดียวในประเทศ บริษัทตระหนักถึงบทบาทความสำคัญของการเป็นสื่อ ความละเอียดอ่อนในการนำเสนอเนื้อหาสาระและคุณภาพของข่าว ซึ่งมีผลต่อการขึ้นทางความคิดต่อประชาชนในชุมชนและสังคม เพื่อให้การบริหารเป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้จัดตั้ง ไม่ถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจหรือทางการเมือง ธุรกิจสื่อทั่วโลกจึงบริหารงานโดยเจ้าของหรือผู้ก่อตั้งเป็นส่วนใหญ่ ประธานกรรมการของบริษัทเป็นผู้หนึ่งที่ร่วมก่อตั้งบริษัทร่วมกับคุณสุทธรัชย์ หุ่น มรว.สุณิศา กิตติยากร และคุณธรรมบุญ มหาเปารยะ การดำเนินการของบริษัทจึงเป็นไปตามวัฒนธรรมการบริหารงานสื่อโดยรวม



การถ่วงดุลของกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร

ในปี 2553 องค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการจำนวน 11 คน เป็นกรรมการอิสระจำนวน 4 คน กรรมการที่เป็นพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย จำนวน 4 คน และกรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหารจำนวน 3 คน บริษัทมีคณะกรรมการอิสระมากกว่า 1 ใน 3 ของกรรมการทั้งคณะ ทำให้เกิดการถ่วงดุลและการสอบทาน

กรรมการอิสระจำนวน 4 คนนี้มีคุณสมบัติครบถ้วนตามนิยามกรรมการอิสระของบริษัทซึ่งได้ผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการแล้ว และเป็นไปตามข้อกำหนดในปี 2551 ของสำนักงาน ก.ล.ต. กรรมการอิสระจำนวน 3 ใน 4 คน ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการตรวจสอบ 1 คน และคณะกรรมการตรวจสอบ จำนวน 2 คน

การดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทของกรรมการและผู้บริหาร

ตามข้อบังคับของบริษัทกรรมการจำนวน 1 ใน 3 ต้องออกจากตำแหน่งตามวาระทุกปี บริษัทสามารถแต่งตั้งกรรมการที่ได้ออกจากตำแหน่งตามวาระกลับเข้าดำรงตำแหน่งต่อไปอีกวาระหนึ่งได้ โดยบริษัทมิได้มีข้อกำหนดเรื่องจำนวนวาระที่จะดำรงตำแหน่งติดต่อกันได้นานที่สุดของกรรมการไว้ตามข้อกำหนดของสำนักงาน ก.ล.ต. และมีนโยบายให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการผู้อำนวยการ กรรมการอำนวยการของบริษัทดำรงตำแหน่งในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ได้ไม่เกิน 5 บริษัท กรรมการของบริษัทจะไม่เป็นกรรมการในบริษัทที่เป็นคู่แข่งหรือมีผลประโยชน์ขัดแย้งทางธุรกิจกับบริษัท และเปิดเผยรายชื่อ ประเภทธุรกิจ และตำแหน่งที่กรรมการของบริษัทไปดำรงตำแหน่งไว้ในทะเบียนประวัติกรรมการ ในปี 2553 ไม่มีกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทท่านใดดำรงตำแหน่งกรรมการของบริษัทจดทะเบียนเกิน 5 บริษัท

บริษัทไม่มีนโยบายให้ผู้บริหารระดับสูงไปดำรงตำแหน่งในบริษัทอื่นนอกเหนือบริษัทย่อย และ บริษัทร่วม และให้รายงานการดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นของผู้บริหารระดับสูงไว้ในแบบรายงาน 56-1

บริษัทได้แต่งตั้งนางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์ เป็นเลขานุการบริษัท ตั้งแต่ปี 2549 โดยมีหน้าที่ความรับผิดชอบตามที่กำหนดในพ.ร.บ. กำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ฯ และทำหน้าที่สรุปสาระสำคัญเกี่ยวกับ แนวปฏิบัติ และข้อบังคับที่ปรับปรุงใหม่ ของสำนักงาน ก.ล.ต.และตลาดหลักทรัพย์ฯ รวมถึงสรุปสาระสำคัญของกฎหมายที่เพิ่งตราขึ้นใหม่ ที่คณะกรรมการต้องทราบในการทำหน้าที่กรรมการของบริษัท ให้คณะกรรมการรับทราบ เป็นผู้จัดเก็บรวบรวม ข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ และผู้เกี่ยวข้อง ดูแลกิจกรรมของคณะกรรมการ ประสานงานกับฝ่ายบริหารให้มีการปฏิบัติตามมติของคณะกรรมการ

คณะกรรมการเป็นผู้พิจารณาอนุมัติให้ความเห็นชอบในเรื่องที่สำคัญเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท ได้แก่ แผนธุรกิจงบประมาณการดำเนินงาน เป้าหมายทางการเงินและกลยุทธ์ทางธุรกิจ ที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เป็นผู้นำเสนอ รวมทั้งติดตามการดำเนินงานตามนโยบายและแผนที่กำหนดไว้ อย่างสม่ำเสมอ

คณะกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยเพื่อช่วยกันตรวจสอบและเฝ้าระวังโดยกำหนดคุณสมบัติและขอบเขตความรับผิดชอบไว้ในระเบียบของแต่ละคณะ สมาชิกของคณะกรรมการชุดย่อยเป็นกรรมการอิสระ ประธานกรรมการไม่ดำรงตำแหน่งในคณะกรรมการชุดย่อย และกำหนดให้กรรมการอิสระเป็นประธานคณะกรรมการชุดย่อย

เพื่อให้ได้คณะกรรมการที่ทรงคุณวุฒิ มีภาวะผู้นำ วิสัยทัศน์ที่มีคุณสมบัติหลากหลาย ทั้งในด้านทักษะ ประสบการณ์ ความสามารถเฉพาะด้านที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งการอุทิศเวลาและความพยายามในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อเสริมสร้างให้บริษัทมีคณะกรรมการที่เข้มแข็ง โดยเฉพาะบริษัทซึ่งประกอบกิจการด้านสื่อ กรรมการที่เข้ามาทำหน้าที่ต้องมีความเป็นกลาง ไม่ควรมี



ส่วนเกี่ยวข้องกับการเมือง มีความเข้าใจในวัฒนธรรม และจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นอย่างดี คณะกรรมการจึงไม่ได้แต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยขึ้นมาทำหน้าที่คณะกรรมการสรรหา และคณะกรรมการพิจารณาคำตอบแทน โดยคณะกรรมการทั้งคณะจะร่วมกันเสนอชื่อ และพิจารณาคุณสมบัติ ความเหมาะสมของกรรมการที่จะเสนอแต่งตั้ง และมอบให้ประธานกรรมการเป็นผู้เสนอรายชื่อบุคคลที่สมควรเป็นกรรมการต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นจึงมั่นใจได้ในความโปร่งใส ปราศจากการครอบงำของฝ่ายบริหาร

ปัจจุบันบริษัทมีคณะกรรมการชุดย่อยเพียงคณะเดียวคือคณะกรรมการตรวจสอบ รายละเอียดเกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบอยู่ในเรื่องโครงสร้างคณะกรรมการบริษัท

ความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทได้เห็นความสำคัญในเรื่องนี้จึงได้ประกาศใช้นโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ที่ห้ามกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทประกอบธุรกิจที่แข่งขันกับบริษัท หลักเกี่ยงการทำรายการที่เกี่ยวข้องกับตนเอง ที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัท หากมีความจำเป็นต้องทำรายการดังกล่าวคณะกรรมการจะดูแลให้การทำรายการนั้นมีความโปร่งใส เที่ยงธรรม พิจารณาความเหมาะสมอย่างรอบคอบ เสมือนกับการทำรายการกับบุคคลภายนอก ทั้งนี้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานที่มีส่วนได้เสีย ในรายการนั้นจะไม่มีส่วนในการพิจารณาอนุมัติ รวมทั้งจัดให้มีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์อย่างเคร่งครัด สำหรับรายการระหว่างกันของบริษัท บริษัทย่อย และบริษัทร่วม ในปี 2553 ได้เสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัททราบแล้ว เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2554 และบริษัทได้เปิดเผยรายละเอียดของรายการ คู่สัญญา เหตุผล/ความจำเป็น ไว้ในรายงานประจำปี และแบบ (56-1) แล้ว

การประชุมคณะกรรมการ

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

โดยปกติการประชุมกรรมการแต่ละครั้งใช้เวลา 3-4 ชั่วโมง ประธานกรรมการได้เปิดโอกาสให้กรรมการทุกท่านสามารถอภิปรายแสดงความคิดเห็น และข้อสังเกตอย่างอิสระ คณะกรรมการเห็นว่าเพื่อป้องกันข้อมูลทางการเงินของบริษัทรั่วไหลโดยไม่เจตนา จึงให้ฝ่ายบริหารรายงานผลการดำเนินงานของบริษัทในการประชุมเดือนใดที่ไม่มีการประชุมก็ไม่ต้องรายงาน กรรมการอิสระและกรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหารได้มีการพบปะหรือติดต่อเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาต่างๆในการบริหารโดยไม่มีฝ่ายบริหารร่วมด้วยกันเป็นประจำ หากมีประเด็นที่เป็นข้อสังเกตห่วงใย ก็จะแจ้งข้อกังวลหรือข้อห่วงใยนั้นต่อฝ่ายบริหารเพื่อดำเนินการปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2553 มีการประชุมคณะกรรมการบริษัทจำนวน 5 ครั้ง และบริษัทได้มีการจัดบันทึกรายงานการประชุมเป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งประกอบด้วยข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญอย่างครบถ้วน จัดเก็บรายงานการประชุมที่ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการบริษัท พร้อมให้กรรมการและผู้เกี่ยวข้องตรวจสอบได้

การเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการบริษัท แต่ละคนในปี 2553 สรุปได้ดังนี้

	รายชื่อ	ตำแหน่ง	การประชุม ทั้งหมด (ครั้ง)	การเข้า ร่วมประชุม
1.	นายธนาชัย ชีรพัฒน์วงศ์	ประธานกรรมการและประธานกรรมการบริหาร	5	5
2.	นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	กรรมการบริหาร	5	5
3.	นายธนะชัย สันติชัยกุล	รองประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	5	5
4.	นายเชวง จริยะพิสุทธิ	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	5	5
5.	นายโยธิน เนื่องจางค์	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	5	4
6.	นายปกรณ์ บริมาศพร	กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ	5	5
7.	นายพนา จันทรวโรจน์	กรรมการ	5	5
8.	นายนิสสัย เวชชาชีวะ	กรรมการอิสระ	5	2
9.	นายนิวัฒน์ แจ่มอริวงศ์	กรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร	5	5
10.	นายณรงค์ศักดิ์ โอปิลันธน	กรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร	5	2
11.	นางคริสตินา ดีไบเอส เบรนเดล	กรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร	5	0

การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานด้วยตนเองทั้งคณะเป็นประจำทุกปี สำหรับปี 2553 ได้ทำการประเมินผลในช่วงเดือนธันวาคม โดยใช้แบบการประเมินตามแบบประเมินของตลาดหลักทรัพย์ฯ พร้อมรับทราบผลการประเมินผลการปฏิบัติงานในการประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 1/ 2554 เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2554 เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัท

คำตอบแทนกรรมการ

บริษัทได้กำหนดนโยบายคำตอบแทนกรรมการไว้อย่างชัดเจนโปร่งใส โดยคำตอบแทนอยู่ในระดับเดียวกับอุตสาหกรรมสูงเพียงพอที่จะดึงดูดและรักษากรรมการที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการ และได้ขออนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นแล้ว กรรมการที่ได้รับมอบหมายให้มีหน้าที่และความรับผิดชอบมากขึ้น ได้รับคำตอบแทนที่เหมาะสมกับหน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายเพิ่มขึ้น

สำหรับหลักเกณฑ์ในการพิจารณาผลการดำเนินงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูงเป็นไปตามหลักการและนโยบายที่คณะกรรมการกำหนด ซึ่งเชื่อมโยงกับการดำเนินงานของบริษัทและผลการดำเนินงานของผู้บริหารแต่ละคน คณะกรรมการเป็นผู้ประเมินผลการดำเนินงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และมอบหมายให้ประธานกรรมการแจ้งหลักเกณฑ์และผลการประเมินต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหาร คณะกรรมการบริหารให้ความเห็นชอบการประเมินผลการดำเนินงานของผู้บริหารระดับสูงตามที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเสนอ คณะกรรมการได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารเป็นผู้พิจารณาคำตอบแทนที่เหมาะสมให้แก่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูง



จำนวนค่าตอบแทนในปี 2552 และ 2553 ซึ่งบริษัทได้จ่ายให้แก่กรรมการมีรายละเอียดดังนี้

กรรมการ / ตำแหน่ง	ค่าตอบแทนปี 2553				ค่าตอบแทนปี 2552			
	ค่าตอบแทน	เบี้ยประชุม	อื่นๆ	รวม	ค่าตอบแทน	เบี้ยประชุม	อื่นๆ	รวม
กรรมการอิสระ:								
- นายนิสสัย เวชชาชีวะ	200,000.-	-	-	200,000.-	200,000.-	-	-	200,000.-
กรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร:								
- นายนิวัฒน์ แจ่มภู่วงศ์	200,000.-	-	-	200,000.-	200,000.-	-	-	200,000.-
- นายเสริมสิน สมะลาภา	34,000.-	-	-	34,000.-	-	-	-	-
- นายณรงค์ศักดิ์ โอปิตันธน	-	-	-	-	200,000.-	-	-	200,000
- นางคริสติน ดีไบเยส เบรนเดล	200,000.-	-	-	200,000.-	200,000.-	-	-	200,000.-
ประธานกรรมการตรวจสอบ:								
- นายปกรณ์ บริมาศพร	400,000.-	-	-	400,000.-	400,000.-	-	-	400,000.-
กรรมการตรวจสอบ:								
- นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	300,000.-	-	-	300,000.-	300,000.-	-	-	300,000.-
- นายโยธิน เนื่องจำนงค์	300,000.-	-	-	300,000.-	300,000.-	-	-	300,000.-
กรรมการที่เป็นผู้บริหาร :								
- นายธนาชัย ชีรพัฒน์วงศ์	ไม่ได้รับ ค่าตอบแทน	-	-	ไม่ได้รับ ค่าตอบแทน	ไม่ได้รับ ค่าตอบแทน	-	-	ไม่ได้รับ ค่าตอบแทน
- นายธนะชัย สันติชัยกุล								
- นายสุทธิชัย แซ่หุ่ย								
- นายพนา จันทรวโรจน์								
- นายอดิศักดิ์ ลิ้ม ปุ่งพัฒนกิจ								
รวม	1,634,000.-			1,634,000.-	1,800,000.-			1,800,000.-

หมายเหตุ -กรรมการที่เป็นผู้บริหาร ไม่มีค่าตอบแทนในฐานะกรรมการ

-นายเสริมสิน สมะลาภา เข้าดำรงตำแหน่งแทน นายณรงค์ศักดิ์ โอปิตันธน ในเดือนพฤศจิกายน 2553

การพัฒนากรรมการและผู้บริหาร

กรรมการเข้าใหม่ทุกคนจะได้รับการปฐมนิเทศน์ เบื้องต้นจากประธานกรรมการ เกี่ยวกับลักษณะการดำเนินธุรกิจ ประวัติและความเป็นมาของบริษัท ที่ตั้งสำนักงานและสาขา วัฒนธรรมองค์กร พร้อมรับคำชี้แจงจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และเลขานุการบริษัท เกี่ยวกับโครงสร้างองค์กร นโยบายการกำกับดูแลกิจการ ระบบการควบคุมภายใน พร้อมเอกสารประกอบ

คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารระดับสูง ได้ให้ความสำคัญต่อการเข้าอบรมสัมมนาหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ (รายละเอียดตามข้อมูลในประวัติของแต่ละท่าน)



บริษัทมีนโยบายให้ความรู้เพิ่มเติมในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่แก่ กรรมการ กรรมการตรวจสอบ
เลขานุการบริษัท ผู้บริหารระดับสูง และหน่วยงานตรวจสอบภายในโดยการฝึกอบรมและสัมมนาทั้งสมาคมส่งเสริมสถาบัน
กรรมการบริษัทไทย และหน่วยงานอื่นๆ เช่น สัมมนาเกี่ยวกับมาตรฐานบัญชีฉบับใหม่ และ พระราชบัญญัติกำกับหลักทรัพย์และ
ตลาดหลักทรัพย์ฉบับใหม่ ศึกษาหลักสูตรวิทยาการจัดการตลาดทุนไทย และการอบรมให้ความรู้หลักสูตรต่างๆเกี่ยวกับ IT Audit
 เป็นต้น

แผนการสืบพยาน

คณะกรรมการตระหนักว่าคุณภาพขององค์กรจะสะท้อนออกมาจาก พนักงานผู้ปฏิบัติงาน ความเจริญเติบโตที่ยั่งยืน
ของบริษัท ขึ้นอยู่กับการสร้างบุคลากรที่มีความสามารถเพื่อส่งต่อการกิจ และสืบพยานเจตนารมณ์ของผู้ก่อตั้ง รวมถึงวัฒนธรรม
ที่ดีงามขององค์กร ต่อไปจากรุ่นสู่รุ่น จึงได้มอบนโยบายให้ฝ่ายบริหาร ให้ความสำคัญกับการบริหารและการพัฒนาทรัพยากร
บุคคล อย่างมีประสิทธิภาพ มีทิศทาง เพื่อบรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมขององค์กร

บริษัท ได้ดำเนินการตามแผนสืบพยานมาเป็นระยะ โดยในปี 2553 ซึ่งเป็นช่วงก้าวสู่ปีที่ 40 “เนชั่นกรุ๊ป” มีการ
เปลี่ยนแปลง ที่สำคัญ ซึ่งเป็นภาพสะท้อนถึงความแข็งแกร่งของบริษัทฯ ได้อย่างชัดเจน ผลักดันให้ธุรกิจในเครือ แยกหน่อ ต่อ
 ยอด ขยายตัว กระเจียรธุรกิจ มากถึง 7 บริษัทย่อย พร้อมกับการก้าวขึ้นมา ของ 7 นักบริหารรุ่นใหม่ ที่มีศักยภาพ ซึ่งเป็นไปตาม
แผน สืบพณการบริหาร ที่ไม่ได้ยึดติดอยู่กับบุคคลเพียงหนึ่ง หรือ สองคนเท่านั้น อาจกล่าวได้ว่า “ยุคที่สอง” ของเนชั่นกรุ๊ป
มาถึงแล้วอย่างแท้จริง ด้วยแนวคิการบริหารที่ต่างจากเดิมอย่างสิ้นเชิง 7 ผู้บริหารรุ่นใหม่จะเป็นผู้ดูแลแต่ละสาขธุรกิจ โดยมี
คณะกรรมการบริหาร และประธานกรรมการของแต่ละบริษัทกำกับดูแล และสามารถ บริหารงาน ได้อิสระ คล่องตัวเพื่อกระจาย
อำนาจการตัดสินใจ อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันยังคงความโดดเด่นในฐานะ “สื่อครบวงจร” ด้วยการผนึกพลังแบบบูรณา
การระหว่าง บริษัทย่อย



9. การควบคุมภายใน

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

ดังนั้นเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียเกิดความเชื่อมั่นต่อรายงานทางการเงินของบริษัทฯ คณะกรรมการบริษัทฯ จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ ประกอบด้วย กรรมการอิสระผู้ซึ่งมีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตามประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ทำหน้าที่สอบทานให้บริษัทฯ มีการรายงานทางการเงิน และการดำเนินงานอย่างถูกต้องเพียงพอ มีการเปิดเผยข้อมูลรายการที่เกี่ยวข้องกันหรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้มีความโปร่งใสถูกต้องและครบถ้วน รวมทั้งให้ความเพียงพอของระบบบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน การตรวจสอบภายใน และการกำกับดูแลของบริษัทฯ ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีความครบถ้วนเพียงพอ และเหมาะสมของกระบวนการติดตามการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ นโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน

ในปี 2553 คณะกรรมการตรวจสอบได้ประชุมร่วมกัน 4 ครั้ง แต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ 4 ชั่วโมง เพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับไว้ใกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบ ในการประชุมดังกล่าวกรรมการทั้ง 3 ท่าน ได้ประชุมพร้อมกันทุกครั้ง นอกจากนี้ยังมีวาระการประชุมร่วมกับผู้สอบบัญชี วาระการประชุมร่วมกับหัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายในซึ่งได้รายงานผลการตรวจสอบและเสนอขอความเห็นชอบเรื่องกฎบัตรของหน่วยงานตรวจสอบภายในและแผนการตรวจสอบประจำปี รวมถึงประชุมกับผู้บริหารระดับสูงของบริษัทในวาระที่เกี่ยวข้อง จากการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวคณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่า งบการเงินประจำปี 2553 ของบริษัทมีความเหมาะสมและไม่พบรายการใดที่อาจมีผลกระทบอันเป็นสาระสำคัญต่องบการเงิน ระบบควบคุมภายในของบริษัท มีความเหมาะสม เพียงพอ และมีประสิทธิภาพ รายการที่เกี่ยวข้องกันเป็นรายการที่เป็นธุรกิจตามปกติทั่วไป สมเหตุสมผล และไม่พบรายการใดที่ผิดปกติ บริษัทได้ปฏิบัติตามอยู่ในกรอบของกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดและกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท และผู้สอบบัญชี ประจำปี 2553 ของบริษัท เป็นบุคคลที่เหมาะสมเพราะมีความเป็นอิสระและมีประสบการณ์ในการสอบบัญชีมาเป็นเวลาช้านาน

คณะกรรมการบริษัทฯ ได้รับทราบรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบไตรมาสละ 1 ครั้ง เกี่ยวกับการ สอบทานงบการเงินและรายงานทางการเงิน รวมทั้งผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานตรวจสอบภายในที่มีพนักงานตรวจสอบภายในที่มีประสบการณ์จำนวน 3 ท่าน ซึ่งคณะกรรมการบริษัทฯ มีความเห็นว่าระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ โดยรวมอยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจ สามารถให้ความมั่นใจอย่างมีเหตุผลต่อความน่าเชื่อถือได้ของงบการเงินและงบการเงินรวมของบริษัทสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2553 มีการดูแลป้องกันทรัพย์สินมิให้ผู้บริหารและพนักงานนำไปใช้โดยมิชอบ การปฏิบัติงานเป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนด มีระบบการควบคุมภายในที่รัดกุมเพียงพอและเหมาะสมทั้งส่วนขององค์กรและสภาพแวดล้อม การบริหารความเสี่ยง การควบคุมการปฏิบัติงานของฝ่ายบริหาร ระบบสารสนเทศและการสื่อสารข้อมูล รวมถึงระบบการติดตามการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันทั่วถึง



นอกจากนี้บริษัทได้จัดให้มีกระบวนการในการทบทวนและประเมินความเสี่ยงและความเหมาะสมของระบบการควบคุมภายในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้การควบคุมภายในของบริษัท ทันสมัยต่อเหตุการณ์และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ไม่เกิดข้อบกพร่อง ซึ่งจะนำมาซึ่งความรวดเร็วและขาดประสิทธิภาพ

จากการตรวจสอบงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2553 ผู้สอบบัญชีมีข้อสังเกตและข้อเสนอแนะซึ่งได้รายงานให้คณะกรรมการตรวจสอบรับทราบแล้ว เมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2554 ซึ่งข้อสังเกตดังกล่าวไม่เป็นสาระสำคัญในการแสดงความเห็นต่องบการเงินของบริษัทแต่อย่างใด ดังต่อไปนี้

1) ผลการดำเนินงานของบริษัทย่อย NPS ในปี 2553 มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะยอดขายต่างประเทศซึ่งเป็นลูกค้าที่กลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมเป็นผู้จัดหา หากยังไม่มีลูกค้ากลุ่มใหม่ทดแทน จะส่งผลให้กำไรงดการผลิคว่างเปล่า ซึ่งอาจต้องพิจารณาการค้ำของสินทรัพย์ถาวร โดยฝ่ายบริหารได้แจ้งว่าถึงแม้รายได้จากลูกค้าต่างประเทศที่มีจำนวนมาก จะลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่งานต่างประเทศมีอัตรากำไรน้อยหรือมีผลขาดทุน อย่างไรก็ตามฝ่ายบริหารได้ตระหนักถึงผลกระทบดังกล่าว โดยมีการปรับลดค่าใช้จ่ายรวมทั้งมีโครงการ Early Retirement พนักงานบางส่วนไปแล้ว ผลการดำเนินงานไตรมาส 4 ขาดทุนลดลง คาดว่าในปี 2554 ผลการดำเนินงานจะดีขึ้นกว่าเดิม

2) บริษัทควรพิจารณาเกณฑ์การส่งมอบสินค้าตามเงื่อนไขการค้าระหว่างประเทศ (interco term) เนื่องจากตรวจพบว่ามีรายการวัตถุดิบระหว่างทางและเจ้าหน้าที่การค้าที่ยังไม่ได้บันทึกเป็นเงิน 3 ล้านบาท ซึ่งทางบริษัทได้ปรับปรุงรายการดังกล่าวให้ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว

3) จากการตรวจสอบการจัดการระบบสารสนเทศของบริษัท มีข้อสังเกตที่ขอให้ปรับปรุงในประเด็นต่างๆ ได้แก่ การแบ่งแยกหน้าที่ของบุคลากร ระบบป้องกันเพลิงไหม้ Data Center ความรัดกุมเรื่อง Change Management ซึ่งฝ่ายบริหารได้รับไปปรับปรุงเพื่อให้ระบบสารสนเทศขององค์กรมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ส่วนหน่วยงานตรวจสอบภายใน ในระหว่างปี 2553 มีข้อสังเกตเกี่ยวกับระบบการควบคุมภายในบางประการ ซึ่งบริษัทได้มีแนวทางในการดำเนินการเพื่อควบคุมและเฝ้าระวังการปฏิบัติงานในเรื่องดังกล่าวกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแล้ว โดยมีประเด็นที่เป็นสาระสำคัญดังนี้

- 1) บันทึกรายละเอียดการขายในระบบโฆษณา ให้ครบถ้วนถูกต้อง
- 2) โฆษณาที่ให้เป็นที่นิยมนั้นทานการ ต้องได้รับการอนุมัติจากผู้มีอำนาจตามขั้นตอน
- 3) ให้ระบบงานที่พัฒนาขึ้นเพื่อกระบวนการทำงานใดๆ ควรสามารถรองรับการทำงานได้ครบทุกส่วนของกระบวนการนั้นๆ

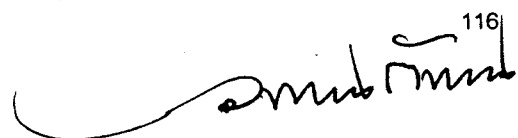


10. รายการระหว่างกัน

บริษัทและบริษัทย่อย มีรายการระหว่างกันกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันในกลุ่มบริษัท เฉพาะกรณีที่มีความจำเป็นอันเนื่องมาจากการดำเนินธุรกิจตามปกติทางการค้า ที่เกิดขึ้นในระหว่างปี 2553 รวมทั้งที่มียอดคงค้าง ณ 31 ธันวาคม 2553 โดยรายการที่เปิดเผยมุ่งต่อไปนี้เป็นรายการระหว่างกันระหว่างบริษัทและบริษัทย่อยที่มีกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งกัน และบุคคลที่เกี่ยวข้องกันที่ถือหุ้นในบริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วมและกิจการที่เกี่ยวข้องกันอื่นรวมกันแล้วเกินกว่าร้อยละ 10

ลักษณะความสัมพันธ์ของการถือหุ้น และการเป็นกรรมการร่วมกัน แสดงอยู่ในหัวข้อ ความสัมพันธ์ระหว่างกรรมการ ผู้บริหาร กับบุคคลที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน
ข้อมูลสรุปของรายการระหว่างกันที่สำคัญตามความหมายข้างต้นมีดังนี้

1. บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (NMG) กับ บริษัท มีเดีย เอกซ์เชนเจอร์ทีอีเอ็ม อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด (MEI)		
ณ 31 ธ.ค. 2553 ยอดคงเหลือกับ MEI ดังนี้		ลักษณะการถือหุ้น : NMG ไม่ได้ถือหุ้นใน MEI กรรมการร่วมกัน : ไม่มี / กรรมการเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน
• ลูกหนี้การค้า กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน	15.30	
• ลูกหนี้อื่น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน	13.86	
หัก ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	(28.86)	
• ลูกหนี้ สุทธิ	0.30	
รายการระหว่างปี 2553		
รายได้		
• รายได้ค่าโฆษณา ค่าสินค้าและบริการอื่น ๆ	0.77	
• NMG ได้รับชำระหนี้คงค้าง	1.43	
	2.20	
ขนาดรายการเทียบกับสินทรัพย์รวมตามงบการเงินรวม	0.06 %	
2. บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (NMG) กับ บริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (MP)		
ณ 31 ธ.ค. 2553 ยอดคงเหลือกับ MP ดังนี้		ลักษณะการถือหุ้น : NMG ไม่ได้ถือหุ้นใน MP กรรมการร่วมกัน : ไม่มี / กรรมการเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน
• ลูกหนี้การค้า กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน	3.87	
• ลูกหนี้อื่น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน	1.57	
หัก ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	(5.44)	
	-	
รายการระหว่างปี 2553		
• ไม่มีรายการระหว่างปี	-	
	-	
ขนาดรายการเทียบกับสินทรัพย์รวมตามงบการเงินรวม	-	



3. บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด (NML) กับ บริษัท มีเดีย เอกซ์เชนจ์ทีเอส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด (MEI)

ณ 31 ธ.ค. 2553 ขอดคงเหลือกับ MEI ดังนี้ • ถูกหนี้การค้า กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	0.47	ลักษณะการถือหุ้น : NMG ถือหุ้น 99.99 % ใน NML ลักษณะการถือหุ้น : NML ไม่ได้ถือหุ้นใน MEI กรรมการร่วมกัน : ไม่มี / กรรมการเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน
	0.47	
	0.68	
	0.82	
รายการระหว่างปี 2553 รายได้ • รายได้ค่าจัดตั้งสินค้า • NML ได้รับชำระหนี้คงค้าง	1.50	
ขนาดรายการเทียบกับสินทรัพย์รวมตามงบการเงินรวม	0.04 %	

4. บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) กับ บริษัท มีเดีย เอกซ์เชนจ์ทีเอส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด (MEI)

ณ 31 ธ.ค. 2553 ขอดคงเหลือกับ MEI ดังนี้ • ถูกหนี้การค้า กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	15.64	ลักษณะการถือหุ้น : NMG ถือหุ้น 84.50% ใน WPS ลักษณะการถือหุ้น : WPS ไม่ได้ถือหุ้นใน MEI กรรมการร่วมกัน : ไม่มี / กรรมการเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน
	(15.64)	
	-	
	1.29	
รายการระหว่างปี 2553 • WPS ได้รับชำระหนี้คงค้าง		
ขนาดรายการเทียบกับสินทรัพย์รวมตามงบการเงินรวม	0.03 %	

5. บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) กับ บริษัท มีเดีย เอกซ์เชนจ์ทีเอส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย)

ณ 31 ธ.ค. 2553 ขอดคงเหลือกับ MEI ดังนี้ • ถูกหนี้การค้า กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	0.03	ลักษณะการถือหุ้น : NMG ถือหุ้น 77.65% ใน NINE ลักษณะการถือหุ้น : NINE ไม่ได้ถือหุ้นใน MEI กรรมการร่วมกัน : ไม่มี / กรรมการเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน
	(0.03)	
	-	
รายการระหว่างปี 2553 • ไม่มีรายการระหว่างปี	-	
ขนาดรายการเทียบกับสินทรัพย์รวมตามงบการเงินรวม	-	

6. บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE) กับ บริษัท มีเดีย เอกซ์เพอร์ทีส อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด (MEI)		
ณ 31 ธ.ค. 2553 ยอดคงเหลือกับ MEI ดังนี้ • ลูกหนี้อื่น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน หัก ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	0.16	ลักษณะการถือหุ้น : NMG ถือหุ้น 77.65 % ใน NINE ลักษณะการถือหุ้น : NINE ถือหุ้น 49.99 % ใน NEE ลักษณะการถือหุ้น : NEE ไม่ได้ถือหุ้นใน MEI กรรมการร่วมกัน : ไม่มี / กรรมการเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน
	(0.16)	
	-	
	-	
รายการระหว่างปี 2553 • ไม่มีรายการระหว่างปี	-	
ขนาดรายการเทียบกับสินทรัพย์รวมตามงบการเงินรวม	-	
7. บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE) กับ บริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (MP)		
ณ 31 ธ.ค. 2553 ยอดคงเหลือกับ MP ดังนี้ • ลูกหนี้อื่น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน หัก ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	0.06	ลักษณะการถือหุ้น : NMG ถือหุ้น 77.65 % ใน NINE ลักษณะการถือหุ้น : NINE ถือหุ้น 49.99 % ใน NEE ลักษณะการถือหุ้น : NEE ไม่ได้ถือหุ้นใน MP กรรมการร่วมกัน : ไม่มี / กรรมการเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน
	(0.06)	
	-	
	-	
รายการระหว่างปี 2553 • ไม่มีรายการระหว่างปี	-	
ขนาดรายการเทียบกับสินทรัพย์รวมตามงบการเงินรวม	-	
8. บริษัท เนชั่น ฟรันทิง เซอร์วิส จำกัด (NPS) กับ บริษัท มีเดีย เอกซ์เพอร์ทีส อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด (MEI)		
ณ 31 ธ.ค. 2553 ยอดคงเหลือกับ MEI ดังนี้ • ลูกหนี้การค้า กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน หัก ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	1.28	ลักษณะการถือหุ้น : NMG ถือหุ้น 84.50% ใน WPS ลักษณะการถือหุ้น : WPS ถือหุ้น 99.99% ใน NPS ลักษณะการถือหุ้น : NPS ไม่ได้ถือหุ้นใน MEI กรรมการร่วมกัน : ไม่มี / กรรมการเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน
	-	
	1.28	
	-	
รายการระหว่างปี 2553 รายได้ • รายได้ค่าพิมพ์ • NPS ได้รับชำระหนี้ค้าง	1.59 2.96 4.55	
ขนาดรายการเทียบกับสินทรัพย์รวมตามงบการเงินรวม	0.12 %	

นโยบายรายการระหว่างกันของบริษัท กับ บริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วม และบริษัทย่อยในระดับเดียวกัน ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. มาตรการและขั้นตอนในการอนุมัติการทำรายการระหว่างกันของบริษัทกับบริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วม และบริษัทย่อยในระดับเดียวกัน
2. นโยบายหรือแนวโน้มในการทำรายการระหว่างกันในอนาคตของบริษัทกับบริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วม และบริษัทย่อยในระดับเดียวกัน

1. มาตรการและขั้นตอนในการอนุมัติการทำรายการระหว่างกัน

บริษัทได้กำหนดมาตรการควบคุมการทำรายการระหว่างกันของบริษัทกับบริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วม และบริษัทย่อยในระดับเดียวกัน กับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ มีส่วนได้ส่วนเสีย หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในอนาคตตามประกาศของคณะกรรมการ กตด. 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 กตด. และตลาดหลักทรัพย์ฯ ตลอดจนถึงมาตรฐานบัญชีที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์

2. นโยบายหรือแนวโน้มในการทำรายการระหว่างกันในอนาคต

บริษัท กับ บริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วม และบริษัทย่อยในระดับเดียวกัน อาจมีการเข้าทำรายการระหว่างกันกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในอนาคต

โดยหากเป็นรายการธุรกิจปกติและรายการสนับสนุนธุรกิจปกติซึ่งมีเงื่อนไขทางการค้าโดยทั่วไปกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยเฉพาะในกลุ่มบริษัทในเครือบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เช่น การจ้างพิมพ์ การจ้างส่งสินค้า การซื้อกระดาษ การซื้อโฆษณาในสื่อต่างๆ และการเรียกเก็บค่าบริการระหว่างกัน เป็นต้น บริษัท ได้กำหนดนโยบายในการทำรายการระหว่างกันให้มีเงื่อนไขต่างๆ เป็นไปตามลักษณะการดำเนินการค้าปกติในราคาตลาด ซึ่งสามารถเปรียบเทียบได้กับราคาที่เกิดขึ้นกับบุคคลภายนอก ซึ่งเป็นไปตามหลักการที่คณะกรรมการบริษัทอนุมัติไว้แล้วตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และให้ปฏิบัติตามสัญญาที่ตกลงร่วมกันอย่างเคร่งครัดพร้อมทั้งกำหนดราคาและเงื่อนไขรายการต่างๆ ให้ชัดเจน เป็นธรรม และไม่ก่อให้เกิดการถ่ายทอดผลประโยชน์

ทั้งนี้ ในกรณีที่มีการเข้าทำรายการใหม่ หรือมีการเปลี่ยนแปลงของราคาและเงื่อนไขที่แตกต่างจากเดิม ฝ่ายตรวจสอบภายในจะทำหน้าที่ตรวจสอบข้อมูลและจัดทำรายงานเพื่อให้คณะกรรมการตรวจสอบพิจารณาและให้ความเห็นถึงความเหมาะสมของราคาและความสมเหตุสมผลของการทำรายการดังกล่าวอย่างน้อยปีละครั้ง

ในกรณีรายการธุรกิจปกติและรายการสนับสนุนธุรกิจปกติซึ่งไม่มีเงื่อนไขทางการค้าโดยทั่วไป และรายการระหว่างกันอื่นๆ บริษัทจะดำเนินการตามมาตรการและขั้นตอนในการอนุมัติการทำรายการระหว่างกันที่ระบุไว้ข้างต้น ก่อนการทำรายการ

รายงานความเห็นคณะกรรมการตรวจสอบต่อรายการที่เกี่ยวข้องกัน ที่มีความเห็นแตกต่างจากมติกรรมการ

-ไม่มี-

ความจำเป็นและความสมเหตุสมผลของการทำรายการระหว่างกัน

ธุรกิจและการดำเนินงานส่วนใหญ่ของบริษัทและบริษัทย่อยมีความเกี่ยวพัน และ/หรือ สนับสนุนธุรกิจของบริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน สินทรัพย์ หนี้สิน รายได้ และค่าใช้จ่ายส่วนหนึ่งของบริษัทและบริษัทย่อยเป็นรายการที่เกิดขึ้นกับบริษัทย่อย 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 เป็นรายการปกติทางการค้าและไม่มีรายการกู้ยืมระหว่างกัน สำหรับขั้นตอนการอนุมัติการทำรายการระหว่างกันจะเป็นไปตามนโยบายบริษัท ซึ่งมีการกำหนดลำดับขั้นในการอนุมัติตามขนาดของรายการ และไม่ขัดต่อข้อบังคับของบริษัท นอกจากนี้รายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นใหม่และรายการที่มีอยู่คงค้างนั้น ทุกไตรมาสจะผ่านการสอบทานโดยผู้สอบบัญชีอิสระ และทุกสิ้นปีหากมีรายการใดที่เป็นสาระสำคัญ ผู้สอบบัญชีจะทำการตรวจสอบสัญญาและเอกสารสำคัญที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหากพบรายการใดที่สาระสำคัญก็จะเปิดเผยในหมายเหตุประกอบงบการเงิน ซึ่งงบการเงินดังกล่าวจะนำเสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทพิจารณา รวมทั้งงบการเงินประจำปีก็กรรมการบริษัทได้เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณา และเปิดโอกาสให้ซักถามได้ทุกประเด็น ซึ่งที่ผ่านมาได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นทุกครั้ง



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

11. ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

งบการเงิน

รายงานการสอบบัญชี

(1) ผู้สอบบัญชี

รายนามผู้สอบบัญชีที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน และได้ลงนามในงบการเงินของบริษัท งบการเงินของบริษัทย่อย และงบการเงินรวม ตั้งแต่ปี 2551 ถึงปี 2553 มีดังนี้

- ปี 2551 นายวิเชียร ธรรมตระกูล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3183
บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด
- ปี 2552 นายวิเชียร ธรรมตระกูล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3183
บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด
- ปี 2553 นายวิเชียร ธรรมตระกูล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3183
บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด

โดยนายวิเชียร ธรรมตระกูล เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ทั้งนี้ไม่มีความสัมพันธ์และไม่มีส่วนได้เสียกับบริษัท / บริษัทย่อย / ผู้บริหาร / ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลดังกล่าว

(2) สรุปรายงานการตรวจสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีในระยะ 3 ปี ที่ผ่านมา ผู้สอบบัญชีได้ให้ความเห็นในรายงานการตรวจสอบดังนี้

- ปี 2551 - ให้ความเห็นโดยไม่มีเงื่อนไข
- ปี 2552 - ให้ความเห็นโดยไม่มีเงื่อนไข
- ปี 2553 - ให้ความเห็นโดยไม่มีเงื่อนไข

ค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชี

1. ค่าตอบแทนจากการสอบบัญชี (audit fee)

บริษัทและบริษัทย่อยรวม 11 บริษัท (รวม NBC และ NINE) จ่ายค่าตอบแทนการสอบบัญชี ในปี 2553 เป็นจำนวนเงินรวม 5,360,000 บาท

2. ค่าตอบแทนอื่น (non-audit fee)

-ไม่มี-



(ข) ตารางสรุปงบการเงินรวม

โดยรายการของงบการเงินทั้งหมดสามารถศึกษาได้จากงบการเงินของบริษัท

หน่วย : (พันบาท)

	2551	%	2552	%	2553	%
รายการในงบดุล						
เงินสดและเงินฝากธนาคารและเงินลงทุนระยะสั้น	256,573	7%	312,710	9%	244,205	7%
ลูกหนี้การค้า - สุทธิ	697,596	20%	552,328	17%	720,874	19%
รายได้ค้างรับ	47,842	1%	108,724	3%	139,744	4%
ลูกหนี้และเงินให้กู้ยืมแก่บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน	68,188	2%	123,206	4%	47,797	1%
สินค้าคงเหลือ - สุทธิ	451,314	13%	295,973	9%	230,169	6%
ลูกหนี้ภายใต้สัญญาขายและเช่าคืน			253,590	8%	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น - สุทธิ	88,657	3%	113,933	3%	158,709	5%
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,610,170	46%	1,760,464	53%	1,541,498	42%
รวมเงินลงทุนระยะยาว	62,007	2%	40,681	1%	43,141	1%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ - ราคาทุนสุทธิจากค่าเสื่อมราคาสะสม	1,415,341	40%	1,300,175	40%	1,935,264	52%
ลูกหนี้ภายใต้สัญญาขายและเช่าคืน	253,590	7%	-	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	195,707	5%	206,872	6%	186,093	5%
รวมสินทรัพย์	3,536,815	100%	3,308,192	100%	3,705,996	100%
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน						
และเงินกู้ระยะยาวที่ครบกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	1,007,198	28%	959,756	29%	953,796	25%
เจ้าหนี้การค้า	99,123	3%	156,279	5%	156,648	4%
หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าการเงิน ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	-	-	-	-	27,224	1%
เจ้าหนี้และเงินกู้ยืมจากบริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน	31,338	1%	37,397	1%	-	-
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	21,560	1%	14,395	0%	22,186	1%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	246,028	7%	446,909	14%	411,786	11%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	1,405,247	40%	1,614,736	49%	1,571,640	42%
เงินกู้ยืมระยะยาว - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	932,017	26%	671,988	20%	686,746	18%
หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าการเงิน	-	-	-	-	67,036	2%
หนี้สินอื่น	327,361	9%	171,092	5%	129,825	4%
รวมหนี้สิน	2,664,625	75%	2,457,816	74%	2,455,247	66%
หุ้นสามัญ - ชำระเต็มมูลค่าแล้ว	1,647,740	47%	1,647,740	50%	1,647,740	44%
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	4	0%	4	0%	4	0%
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญของบริษัทย่อย	-		58,420	2%	75,941	2%
สำรองจากการตีราคามูลค่าผู้ถือหุ้น	(2,493)	-0%	(2,334)	-0%	(1,357)	-0%
กำไร (ขาดทุน) สะสม	(875,379)	-25%	(970,003)	-29%	(656,378)	-17%
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	102,318	3%	116,548	3%	184,799	5%
ส่วนของผู้ถือหุ้นสุทธิ	872,190	25%	850,376	26%	1,250,749	34%



หน่วย: (พันบาท)

	2551	%	2552	%	2553	%
รายการในงบกำไรขาดทุน						
รายได้จากการขายและบริการ - สุทธิ	2,730,018	92.0%	2,317,227	92.8%	2,696,707	94.9%
รายได้ค่าเช่าและบริการ และอื่น ๆ	238,578	8.0%	179,388	7.2%	144,362	5.1%
รวมรายได้จากการดำเนินงาน	2,968,596	100.0%	2,496,615	100.0%	2,841,069	100.0%
ต้นทุนขายและบริการ	1,789,089	60.3%	1,702,268	68.2%	1,690,291	59.5%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	886,015	29.8%	650,783	26.1%	809,404	28.5%
รวมค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	2,675,104	90.1%	2,353,051	94.3%	2,499,695	88.0%
กำไรจากการดำเนินงานก่อนดอกเบี้ยและภาษี	293,492	9.9%	143,564	5.7%	341,374	12.0%
ดอกเบี้ยจ่าย	(135,371)	-4.6%	(118,161)	-4.7%	(112,084)	-3.9%
ภาษีเงินได้	(39,292)	-1.3%	(32,281)	-1.3%	(54,857)	-1.9%
(ขาดทุน) กำไร จากส่วนของผูถือหุ้นส่วนน้อย	10,557	0.4%	3,798	0.2%	(67,822)	-2.4%
กำไร (ขาดทุน) ก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ	129,386	4.4%	(3,080)	-0.1%	106,611	3.8%
โดยรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ ได้แก่:-						
ขาดทุน(กำไร)จากการซื้อขายที่ดิน, อาคาร	49,300	+1.7%				
กำไร (ขาดทุน) จากการขายทรัพย์สิน			11,500	0.5%	(8,705)	-0.3%
กำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทย่อย NBC,NINE			21,392	0.9%	3,075	0.1%
สำรองหนี้สงสัยจะสูญ สำหรับ ลูกหนี้การค้าทั่วไป และ ลูกหนี้อื่นๆ	(32,108)	-1.1%	(14,177)	-0.6%	2,512	0.1%
สำรองสินค้าเสื่อมสภาพและค่าสูญ	(25,612)	-0.9%	(12,148)	-0.5%	(2,945)	-0.1%
ตัดบัญชีสินทรัพย์หมุนเวียนอื่นและสินทรัพย์อื่น	(15,062)	-0.5%	(3,826)	-0.2%	-	-
ภาษีเงินได้ตัดบัญชี	(5,241)	-0.2%	-	-	-	-
เงินชดเชยให้พนักงานด้วยเหตุออกจากงาน	(61,910)	-2.1%	-	-	-	-
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย	(63,164)	-2.1%	(46,161)	-1.9%	122,249	4.3%
กำไรจากการต่อรองราคาซื้อ	-	-	-	-	90,827	3.2%
กำไรจากการปรับปรุงภาษีในบริษัทย่อย	(30,569)	-1.0%	-	-	-	-
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	(54,980)	-1.8%	(46,500)	-1.9%	313,624	11.0%

ตารางแสดงรายการในงบกระแสเงินสด
หน่วย: (ล้านบาท)

	2551	2552	2553
เงินสดที่ได้มาจากกิจกรรมดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์ และหนี้สินดำเนินงาน	360,835	292,958	557,976
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมดำเนินงาน	(18,842)	276,580	360,401
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมการลงทุน	528,585	(192,692)	(382,944)
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน	(421,145)	(179,751)	(13,992)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	88,598	(95,863)	(36,535)

ตารางแสดงกำไรจากการดำเนินงานก่อน ดอกเบี้ย, ภาษีเงินได้, ค่าเสื่อมราคา, รายจ่ายตัดบัญชี (EBITDA)
และก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ สำหรับปี 2551-2553
หน่วย: (ล้านบาท)

	2551	2552	2553
กำไร (ขาดทุน) สุทธิก่อนรายการพิเศษ (หลังภาษีและดอกเบี้ยจ่าย)	129,386	(3,080)	106,611
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	135,371	118,161	112,084
บวก ภาษี	39,292	32,281	54,857
บวก ค่าเสื่อมราคาและรายจ่ายตัดบัญชี	177,706	173,215	218,670
กำไรจากการดำเนินงานก่อนค่าเสื่อมราคาและรายจ่ายตัดบัญชี (EBITDA)	481,755	320,577	492,222

หมายเหตุ :

รายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ ได้แก่ ขาดทุน(กำไร)จากการซื้อขายที่ดินและอาคาร กำไร (ขาดทุน) จากการขายทรัพย์สิน, กำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทย่อย-NBC และ NINE ,สำรองหนี้สงสัยจะสูญ, สำรองสินค้าเสื่อมสภาพและค่าเสียหาย รายการตัดบัญชีสินทรัพย์หมุนเวียนอื่นและสินทรัพย์อื่น ภาษีจากรายการปรับปรุงภายในบริษัทย่อย, เงินชดเชยให้พนักงานด้วยเหตุออกจากงาน, ภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่ายตัดบัญชี ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย กำไรจากการต่อรองราคาซื้อ



(ค) อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางสรุปอัตราส่วนทางการเงินของงบการเงินรวม บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

รายการ	2551	2552	2553
1. อัตราส่วนสภาพคล่อง			
1.1 อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.15	1.12	0.98
1.2 อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	0.68	0.55	0.61
1.3 อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสดก่อนการเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียน(เท่า)	0.19	0.20	0.35
1.4 อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า (เท่า)	3.61	3.71	4.24
1.5 ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	100	97	85
1.6 อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (เท่า)	5.36	4.56	6.43
1.7 ระยะเวลาขายสินค้าคงเหลือ (วัน)	67	79	56
1.8 อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้ (เท่า)	7.56	5.33	5.23
1.9 ระยะเวลาชำระหนี้ (วัน)	48	68	69
1.10 Cash Cycle (วัน)	119	108	72
2. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร			
2.1 อัตรากำไรขั้นต้น (%)	34.47 %	26.54 %	37.32 %
2.2 อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (%)	0.90 %	-2.85 %	6.97 %
2.3 อัตราส่วนเงินสดก่อนการเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนต่อการทำกำไร	11.96 %	11.58 %	18.25 %
2.4 อัตรากำไรสุทธิก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ	4.29 %	-0.86 %	3.29 %
2.5 อัตราผลตอบแทนก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	14.83 %	-2.44 %	8.04 %
3. อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน			
3.1 อัตราผลตอบแทนก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติต่อสินทรัพย์ (%)	3.37 %	-0.63 %	2.87 %
3.2 อัตราผลตอบแทนก่อนรายการรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติต่อสินทรัพย์ถาวร (%)	18.99 %	12.14 %	21.00 %
3.3 อัตราหมุนของสินทรัพย์ (เท่า)	0.79	0.74	0.87
4. อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายการเงิน			
4.1 อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	3.06	2.71	1.96
4.2 อัตราส่วนหนี้สินที่มีดอกเบี้ยรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)			
D/E Ratio	2.22	1.84	1.39
4.3 อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย (เท่า)	3.96	3.75	6.47
4.4 อัตราส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ยก่อนภาษีและก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ ต่อดอกเบี้ยจ่าย (เท่า)	1.94	1.06	4.08
4.5 อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน cash basis (เท่า)	0.77	0.57	0.72
4.6 อัตราการจ่ายเงินปันผล (%)	0.00%	0.00%	0.00%

หมายเหตุ :

รายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ ได้แก่ ขาดทุน(กำไร)จากการซื้อขายที่ดินและอาคาร กำไร (ขาดทุน) จากการขายทรัพย์สิน, กำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทย่อย-NBC และ NINE ,สำรองหนี้สงสัยจะสูญ, สำรองสินค้าเสื่อมสภาพและล้าสมัย รายการตัดบัญชีสินทรัพย์หมุนเวียนอื่นและสินทรัพย์อื่น ภาษีจากรายการปรับปรุงภายในในบริษัทย่อย, เงินชดเชยให้พนักงานด้วยเหตุออกจากงาน, ภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่ายตัดบัญชี ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย กำไรจากการต่อรองราคาซื้อ

ผลการปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานธุรกิจ ในกรณีที่เปิดเผยเป้าหมายในการดำเนินงานธุรกิจในระยะเวลา 3-5 ปี ข้างหน้าไว้กับผู้ถือหุ้น

-ไม่มี-



สรุปฐานะการเงินรวมของบริษัทและบริษัทย่อย สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2553

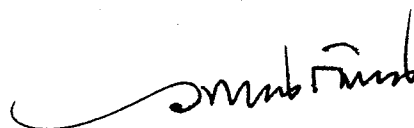
งบการเงินรวมของบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2553 มีกำไรจากการดำเนินงานก่อนภาษีเงินได้ ก่อนส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมสุทธิ ก่อนรายการกำไรจากการต่อรองราคาซื้อเงินลงทุนในบริษัทร่วมมาเป็นบริษัทย่อย ก่อนรายการกลับรายการหนี้สงสัยจะสูญ และก่อนรายการการตั้งค่าเผื่อสินค้าเสื่อมของสินค้าคงเหลือ บริษัทจะมีผลการดำเนินงานเป็นกำไรสุทธิจำนวน 155.83 ล้านบาท

หากรวมภาษีเงินได้ 54.86 ล้านบาท ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมสุทธิ 122.25 ล้านบาท กำไรจากการต่อรองราคาซื้อเงินลงทุนในบริษัทร่วมมาเป็นบริษัทย่อย 90.83 ล้านบาท การกลับรายการหนี้สงสัยจะสูญ 2.51 ล้านบาท และการตั้งค่าเผื่อสินค้าเสื่อมของสินค้าคงเหลือ 2.94 ล้านบาท ผลประกอบการสำหรับปี 2553 จะแสดงเป็นกำไรสุทธิ 313.62 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีผลขาดทุนสุทธิ 46.50 ล้านบาท

โดยผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทมีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

1. รายได้จากการขายและบริการในปี 2553 เพิ่มขึ้น 16 % เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2552 เนื่องจาก รายได้จากการขายโฆษณาเพิ่มขึ้น 25 % โดยมาจากรายได้โฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์เพิ่มขึ้น 22% รายได้โฆษณาจากสื่อทีวีและวิทยุเพิ่มขึ้น 34% และรายได้จากการให้บริการข่าวสารและโฆษณาผ่านสื่อระบบอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น 16% อย่างไรก็ตาม รายได้จากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ลดลง 5% โดยรายได้จากการจำหน่ายหนังสือพิมพ์ลดลง 3% ส่วนรายได้จากการจำหน่ายหนังสือเพื่อเด็กเกิดใหม่และการ์ตูนลดลง 7% นอกจากนี้รายได้จากบริการรับขนส่งเพิ่มขึ้น 17%
2. ต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในปี 2553 เพิ่มขึ้น 6% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2552 ส่วนใหญ่มาจากต้นทุนกระดาษและวัสดุการผลิตเพิ่มขึ้น 9% ในขณะที่ต้นทุนหนังสือลดลง 64% สอดคล้องกับรายได้ที่ลดลง

กล่าวโดยสรุป ผลการดำเนินงานสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2553 กลุ่มบริษัทรายงานกำไรจากการดำเนินงานก่อนภาษีเงินได้ ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมสุทธิ กำไรจากการต่อรองราคาซื้อเงินลงทุนในบริษัทร่วมมาเป็นบริษัทย่อย การกลับรายการหนี้สงสัยจะสูญและการตั้งค่าเผื่อสินค้าเสื่อมของสินค้าคงเหลือ บริษัทจะมีผลการดำเนินงานเป็นกำไรสุทธิจำนวน 155.83 ล้านบาท หากรวมภาษีเงินได้ 54.86 ล้านบาท ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมสุทธิ 122.25 ล้านบาท กำไรจากการต่อรองราคาซื้อเงินลงทุนในบริษัทร่วมมาเป็นบริษัทย่อย 90.83 ล้านบาท การกลับรายการหนี้สงสัยจะสูญ 2.51 ล้านบาท และการตั้งค่าเผื่อสินค้าเสื่อมของสินค้าคงเหลือ 2.94 ล้านบาท จะแสดงเป็นกำไรสุทธิ 313.62 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีผลขาดทุนสุทธิ 46.50 ล้านบาท



ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของแต่ละสายผลิตภัณฑ์ ปี 2553

สามารถศึกษาข้อมูลประกอบเพิ่มเติมในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 23 เรื่องข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงาน

ธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณา (Printing and Publishing Business)

ประกอบด้วย 3 สายธุรกิจ คือ สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย และ สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ โดยในช่วง 9 เดือนแรก สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทยและสายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย อยู่ภายใต้บริษัทเนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (NMG) และตั้งแต่ไตรมาส 4 ปี 2553 ได้แยก สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย เป็นบริษัทย่อยชื่อ บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (NMG ถือหุ้น 99.99%) และสายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย เป็นบริษัทย่อยชื่อ บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (NMG ถือหุ้น 99.99%) ส่วนสายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ อยู่ภายใต้บริษัทย่อยชื่อ บริษัท เนชั่นนิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NMG ถือหุ้น 99.99%) ตั้งแต่ปี 2551

รายได้ :-

รายได้จากสิ่งพิมพ์และโฆษณาในปี 2553 ประกอบไปด้วยรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณา การจัดกิจกรรมพิเศษ และการจัดจำหน่ายในหนังสือพิมพ์ The Nation , กรุงเทพธุรกิจ, คม ชัด ลึก และนิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ , เนชั่นจูเนียร์ และรายได้จากการจำหน่ายหนังสือฉบับพิเศษ

รายได้จากการขายและบริการของธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณาในปี 2553 (ไม่รวมรายการระหว่างกัน) เท่ากับ 1,776 ล้านบาท คิดเป็น 66% ของรายได้จากการขายและบริการรวมของกลุ่มบริษัท ซึ่งเพิ่มขึ้น 13% จากปีก่อนที่เท่ากับ 1,574 ล้านบาท สาเหตุหลักเกิดจากรายได้โฆษณาในสิ่งพิมพ์และรายได้จากการจัดกิจกรรมพิเศษเพิ่มขึ้น 22% สำหรับรายได้จากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ ในปี 2553 เท่ากับ 532 ล้านบาท ลดลง 4% จากปีก่อนที่เท่ากับ 556 ล้านบาท ทั้งนี้หากรวมรายการระหว่างบริษัทในกลุ่มแล้ว รายได้จากการขายและบริการของธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณาในปี 2553 เท่ากับ 2,492 ล้านบาท

รายได้จากธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณาประกอบด้วยโครงสร้างรายได้ดังต่อไปนี้

รายได้โฆษณาจากสิ่งพิมพ์ สำหรับปี 2553 (ไม่รวมรายการระหว่างกัน) เท่ากับ 1,245 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22% จากปีก่อน เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของโฆษณาในสื่อหนังสือพิมพ์ประเภท Display และ Classified โดยโฆษณาประเภท Display ในปี 2553 เท่ากับ 1,059 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 25% จากปีก่อน โดยโฆษณาประเภท Classified ในปี 2553 เท่ากับ 143 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13% จากปีก่อน โฆษณาประเภท Supplement ในปี 2553 เท่ากับ 43 ล้านบาท ลดลง 7% จากปีก่อน

ในปี 2553 รายได้โฆษณาในหนังสือพิมพ์เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนมาก เนื่องจากในปี 2552 บริษัทได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลกในช่วงต้นปี ประกอบกับเกิดความรุนแรงทางการเมือง ทำให้เกิดการชลอการใช้จ่ายโฆษณาในปีก่อน และเริ่มกลับเข้าสู่ภาวะปกติในช่วงครึ่งปีหลัง แต่ปรากฏว่าในช่วงปลายไตรมาส 1 และต้นไตรมาส 2 ปี 2553 มีความรุนแรงทางการเมืองในประเทศ ทำให้ภาวะอุตสาหกรรมโฆษณาลดการใช้จ่ายอย่างมาก แต่หลังจากสถานการณ์ทางการเมืองคลี่คลาย ทำให้นักลงทุน และบริษัทต่าง ๆ มีความมั่นใจมากขึ้น ทำให้ภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัวและเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2553 มีการใช้จ่ายเม็ดเงินโฆษณาค่อนข้างมาก โดยบริษัทมีรายได้โฆษณาเพิ่มขึ้น 20%-40% ในช่วงไตรมาส 3-4 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า

นอกจากนี้บริษัทสามารถหารายได้จากสื่อโฆษณาในลักษณะการจัดทำกิจกรรมพิเศษ (Below the Line) เพิ่มขึ้น โดยความร่วมมือจากทุกสื่อสิ่งพิมพ์ของกลุ่มบริษัท ในปี 2553 บริษัทมีรายได้ส่วนนี้เท่ากับ 155 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้น 137% จากปีก่อน



รายได้จากการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ ในปี 2553 เท่ากับ 532 ล้านบาท (ไม่รวมรายการระหว่างกัน) ลดลง 4% จากปีก่อน ในปี 2553 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

รายได้จากการค่าเช่าและบริการ ในปี 2553 เท่ากับ 30 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนค่อนข้างมาก โดยปีก่อนเท่ากับ 199 ล้านบาท เนื่องจากปีก่อนเป็นการเรียกเก็บค่าเช่าเครื่องจักรระหว่างบริษัทกับบริษัทย่อยในสายธุรกิจการให้บริการงานพิมพ์ แต่ในปี 2553 สัญญาเช่าเครื่องจักรแบบลิสซิ่งได้ครบกำหนดในไตรมาส 1 ทำให้ในปี 2553 มีการเรียกเก็บค่าเช่าเครื่องจักรระหว่างกันของสัญญาดังกล่าวเพียง 2 เดือน ในขณะที่ปี 2552 มีรายได้ค่าเช่าตลอดทั้งปี

ค่าใช้จ่าย:-

ค่าใช้จ่ายส่วนต้นทุนขายของธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณา รวมในปี 2553 เท่ากับ 1,742 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14% จากปีก่อนที่เท่ากับ 1,530 ล้านบาท โดยต้นทุนขายประกอบด้วยต้นทุนที่ผันแปรตามจำนวนผลิต 876 ล้านบาท และต้นทุนคงที่ 866 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 50% และ 50% ตามลำดับเมื่อเทียบกับต้นทุนขายรวมของธุรกิจนี้

โดยส่วนของต้นทุนผันแปรมีจำนวนรวม 876 ล้านบาท จะผันแปรตามรายได้เฉพาะส่วนที่เป็นรายได้จากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์และรายได้จากการจำหน่ายวัตถุดิบในการรับจ้างพิมพ์สิ่งพิมพ์ต่างประเทศ (ซึ่งมีสัดส่วน 28% ของรายได้จากการขายและบริการรวม ไม่รวมรายได้จากสื่อโฆษณา หรือกิจกรรมพิเศษ) โครงสร้างต้นทุนขายผันแปรประกอบด้วย ต้นทุนกระดาษ, ต้นทุนการพิมพ์ และ ต้นทุนหนังสือ

สำหรับต้นทุนคงที่มีจำนวนรวม 866 ล้านบาท ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเงินเดือนสวัสดิการ ค่าเรื่อง ค่าข่าว ส่วนกองบรรณาธิการรวม ค่าเช่าเครื่องจักร ค่าใช้จ่ายเดินทาง ค่าเสื่อมราคา เป็นต้น

สำหรับนโยบายในการควบคุมต้นทุนขาย หากราคากระดาษเพิ่มขึ้น บริษัทจะควบคุมยอดผลิตอย่างเข้มงวดโดยการควบคุมยอดครีบก้น และปรับการจัดหน้าเนื้อหาข่าวให้เหมาะสมกับจำนวนหน้ากระดาษ หรือปรับลดจำนวนหน้าสี โดยภาพรวมของต้นทุนกระดาษและต้นทุนการพิมพ์ในปี 2553 รวม 479 ล้านบาท (ไม่รวมรายการระหว่างกัน) ซึ่งเพิ่มขึ้น 9% จากปีก่อนที่เท่ากับ 440 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณา ในปี 2553 เท่ากับ 873 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 28% จากปีก่อนที่เท่ากับ 682 ล้านบาท เนื่องจากปี 2553 บริษัทมีการจ่ายโบนัสในขณะที่ยังไม่มี โดยเห็นได้จากค่าใช้จ่ายเงินเดือนเพิ่มขึ้น 18% เมื่อเทียบกับปีก่อน สำหรับค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเงินเดือนฝ่ายขายและบริหาร 33%, ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย 13% ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าขนส่งหนังสือและค่าเดินทาง 26%, ค่าเสื่อมราคา 7% โดยค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ไม่แปรผันตามรายได้

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้นของธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณา ในปี 2553 เท่ากับ 750 ล้านบาท หรือ 30.1% เมื่อเทียบกับรายได้จากการขายและบริการ โดยเพิ่มขึ้น 11.9% จากปี 2552 ที่เท่ากับ 18.2% เนื่องจากอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้โฆษณาที่เพิ่มขึ้น 22% ซึ่งมากกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของต้นทุนขายที่เพิ่มขึ้นเพียง 4% เท่านั้น

ต้นทุนขายหลักคือ ต้นทุนกระดาษ ต้นทุนการพิมพ์ บริษัทสามารถควบคุมการใช้กระดาษที่เข้มงวด นอกจากนี้ในปี 2553 มีสัญญาเช่าเครื่องจักรแบบลิสซิ่งซึ่งรวมดอกเบี้ยแล้ว ได้ครบกำหนดสัญญา 5 ปี ในไตรมาส 1 ทำให้ตั้งแต่เดือน มีนาคม 2553 บริษัทไม่มีการเช่าเครื่องจักรซึ่งเดิมถือเป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายคงที่ไว้

วณกรณ์

กำไรสุทธิของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณา ในปี 2553 มีผลกำไรสุทธิ 322 ล้านบาท หากไม่รวมส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียสุทธิ 222 ล้านบาท และกำไรจากการต่อรองราคาซื้อเงินลงทุนในบริษัทร่วมมาเป็นบริษัทย่อยจำนวน 91 ล้านบาท ธุรกิจนี้จะมีกำไรจากการดำเนินงาน 9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นมากจากปีก่อนที่ขาดทุนจากการดำเนินงาน -137 ล้านบาท (มาจากขาดทุนสุทธิ -56 ล้านบาท โดยไม่รวมส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม -81 ล้านบาท รวมเป็นขาดทุนจากการดำเนินงาน -137 ล้านบาท)

ธุรกิจบริการด้านการพิมพ์ (Printing Services Business) อยู่ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด หรือ WPS (NMG ถือหุ้น 84.50%) และ บริษัท เนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส จำกัด หรือ NPS (WPS ถือหุ้น 99.99%)

สำหรับความเป็นมาของ NPS เริ่มจากในไตรมาส 2 ปี 2550 WPS ได้ร่วมทุนกับบริษัท Kyodo Printing จากประเทศญี่ปุ่น จัดตั้งบริษัทร่วมทุนชื่อ Kyodo Nation Printing Services Co., Ltd. (KNP) โดย WPS ถือหุ้น 49%, Kyodo Printing Japan ถือหุ้น 49% และ San-Mic Trading (Thailand) Co., Ltd. ถือหุ้น 2% มีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 350 ล้านบาท

KNP ดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์ Commercial Printing อาทิ การพิมพ์ magazine และ pocket book ทั้งในและต่างประเทศ (แต่ไม่รวมการพิมพ์หนังสือพิมพ์ ซึ่งดำเนินการโดย WPS เอง) งานพิมพ์ส่วนหนึ่งมาจากฐานลูกค้าเดิม ของ Kyodo Printing Singapore ที่เป็นกลุ่มลูกค้างานพิมพ์เพื่อส่งออกไปยัง Australia และ UK นอกจากนี้ได้รับงานพิมพ์ลูกค้าในประเทศเพิ่มเติม

และต่อมาเมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2553 WPS ได้ซื้อหุ้นของ KNP จำนวน 51% จากผู้ถือหุ้นเดิม 2 ราย เป็นจำนวนเงิน 8.03 ล้านบาท มีผลให้ WPS ถือหุ้นใน KNP จาก 49% เป็น 99.99% และเปลี่ยนชื่อ KNP เป็น NPS เปลี่ยนสถานะของ NPS จากบริษัทร่วมเป็นบริษัทย่อย ดังนั้นตั้งแต่ไตรมาส 3 ปี 2553 จึงได้รวมงบการเงินของ NPS เป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินรวม

ณ วันที่ WPS เข้าซื้อหุ้นใน KNP พบว่า KNP มีมูลค่าสินทรัพย์มากกว่าหนี้สิน 193.8 ล้านบาท ดังนั้นเมื่อคิดเป็นสัดส่วนของกิจการที่ได้เพิ่มขึ้น 51% เท่ากับได้มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ 98.8 ล้านบาท ($193.8 \times 51\%$) ในขณะที่ตกลงซื้อขายจำนวน 8.03 ล้านบาท จึงทำให้มีกำไรจากการต่อรองราคาซื้อ 90.8 ล้านบาท (รายละเอียดอ่านเพิ่มเติมได้จากหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 4 เรื่องการเปลี่ยนสถานะเป็นบริษัทย่อยจากการซื้อธุรกิจ)

รายได้ :-

รายได้จากบริการงานพิมพ์ ในปี 2553 ประกอบด้วยรายได้รวม 457 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15% จากปีก่อนที่เท่ากับ 399 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นการเรียกเก็บค่าบริการงานพิมพ์จากบริษัทแม่ และบริษัทในเครือ ประมาณ 71% เป็นเงินประมาณ 324 ล้านบาท โดยสาเหตุที่รายได้เพิ่มขึ้นเนื่องจากในปี 2553 ได้รวมรายได้จาก NPS เป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินรวมตั้งแต่ปลายเดือนมิถุนายน 2553 ซึ่งรายได้จาก NPS ส่วนใหญ่เป็นการรับงานพิมพ์จากบริษัทภายนอก รวมทั้งมีงานพิมพ์จากต่างประเทศที่ส่งมอบงานในระหว่างไตรมาส 3

รายได้ค่าเช่าและบริการ ในปี 2553 มีจำนวน 14 ล้านบาท ลดลง 7% จากปีก่อนที่เท่ากับ 15 ล้านบาท โดยในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2553 เป็นรายได้จากการให้เช่าโรงพิมพ์แก่บริษัทร่วมทุน KNP (NPS) แต่ภายหลังมิถุนายน 2553 ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทย่อย จึงถือเป็นรายการระหว่างกัน



ค่าใช้จ่าย:-

ค่าใช้จ่ายส่วนต้นทุนขายของธุรกิจบริการงานพิมพ์ ในปี 2553 เท่ากับ 370 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6% จากปีก่อนที่เท่ากับ 348 ล้านบาท โครงสร้างของต้นทุนขายหลักประกอบด้วย ต้นทุนกระดาษและวัตถุดิบในการรับจ้างผลิต 44% เงินเดือนค่าจ้างส่วนงานผลิต 12% และค่าเสื่อมราคา 27% ค่าเช่าเครื่องจักร 8% โดยสัดส่วนของค่าเช่าเครื่องจักรลดลงมากจากปีก่อนที่เท่ากับ 55% เนื่องจากในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ค่าเช่าเครื่องจักร ถือเป็นต้นทุนคงที่ ที่มีสัดส่วนประมาณ 55%-60% ของต้นทุนขาย เนื่องจากการทำสัญญาเช่าเครื่องจักรแบบลิสซิ่งระยะเวลา 5 ปี ดังนั้นเมื่อสัญญาเช่าครบกำหนดในเดือนมีนาคม 2553 และบริษัทขอยืมได้ขอซื้อคืนเครื่องจักร จึงทำให้ค่าเช่าเครื่องจักรในปี 2553 มีเฉพาะ 2 เดือนแรก ในขณะที่ปีก่อนต้องรับภาระค่าเช่าตลอดทั้งปีรวม 198 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม ในปี 2553 มีค่าใช้จ่ายเสื่อมราคาเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 22 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของธุรกิจบริการงานพิมพ์ ในปี 2553 เท่ากับ 44 ล้านบาท คิดเป็น 10% ของรายได้ โดยค่าใช้จ่ายส่วนนี้เพิ่มขึ้น 42% จากปีก่อนที่เท่ากับ 31 ล้านบาท เนื่องจากได้รวมงบการเงินของ NPS ที่มีสถานะเป็นบริษัทย่อยตั้งแต่ปลายเดือน มิถุนายน 2553 สำหรับค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเงินเดือนฝ่ายขายและบริหาร 37% ค่าเสื่อมราคา 29% โดยค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ไม่แปรผันตามรายได้

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้นของธุรกิจบริการงานพิมพ์ ในปี 2553 มีผลกำไรขั้นต้น 87 ล้านบาท หรือ 19% ของรายได้จากการขายและบริการ โดยผลกำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 36 ล้านบาท จากปีก่อน โดยสาเหตุหลักของกำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากต้นทุนขายที่ลดลงจากค่าเช่าเครื่องจักรที่ครบกำหนดสัญญาเช่าลิสซิ่งตั้งแต่ไตรมาส 1 ปี 53 ประกอบกับธุรกิจนี้มีอัตราการเติบโตของรายได้เพิ่มขึ้นด้วย

กำไรสุทธิของธุรกิจบริการงานพิมพ์ ในปี 2553 มีผลกำไรสุทธิ 222 ล้านบาท หากไม่รวมส่วนแบ่งผลขาดทุนจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียในบริษัทร่วมทุน KNP ที่ WPS ร่วมลงทุนในสัดส่วน 49% ในช่วงครึ่งปีแรกรวม จำนวน 50 ล้านบาท และกำไรจากการต่อรองราคาซื้อหุ้นใน NPS จากผู้ถือหุ้นอื่นอีกจำนวนรวม 262 ล้านบาท จะทำให้มีกำไรสุทธิ 11 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 266% จากปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 3 ล้านบาท

ธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง (Edutainment Business) อยู่ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัทย่อย 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ต เซ็นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) หรือ NINE (NMG ถือหุ้น 77.65%) บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด หรือ NED (NINE ถือหุ้น 99.99%) และกิจการที่ควบคุมร่วมกัน คือ บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด หรือ NEE (NINE ถือหุ้น 49.9%)

รายได้:-

รายได้จากธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง ในปี 2553 ประกอบด้วยรายได้หลักจากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ เพื่อการศึกษาและหนังสือเล่ม การเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ โดยในปี 2553 รายได้รวมของทั้ง 3 บริษัท ในสายธุรกิจนี้เท่ากับ 354 ล้านบาท ลดลง 4% จากปีก่อนที่เท่ากับ 367 ล้านบาท ทั้งนี้เทียบโดยรวมรายได้ของ NEE ซึ่งเป็นกิจการที่ควบคุมร่วมกันตามสัดส่วนการลงทุน 49.9% สำหรับรายได้หลักประกอบด้วย

รายได้จากการจำหน่ายหนังสือการ์ตูนและหนังสือเพื่อการศึกษาในบริษัท NEE มีรายได้ตามสัดส่วนการลงทุนในกิจการที่ควบคุมร่วมกันเท่ากับ 84 ล้านบาท ลดลง 10% จากปีก่อน

รายได้จากการจำหน่ายหนังสือเล่มใน NINE มีรายได้ 63 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 26% จากปีก่อน เนื่องจากในปีที่ผ่านมาได้ออกหนังสือใหม่ที่เป็นที่สนใจ



รายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศใน NINE มีรายได้ 85 ล้านบาท ลดลง 8% จากปีก่อน เนื่องจากผลกระทบจากความรุนแรงทางการเมือง การประท้วง ในช่วงต้นปี 2553 ที่นักธุรกิจ และนักลงทุนชาวญี่ปุ่นที่เป็นลูกค้าหลักของหนังสือพิมพ์ Yomiuri Shimbun ได้ยกเลิก และกลับประเทศในช่วงเวลาดังกล่าว

ค่าใช้จ่าย:-

ค่าใช้จ่ายส่วนต้นทุนขายของธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง รวม 3 บริษัท ในปี 2553 เท่ากับ 250 ล้านบาท ลดลง 4% จากปีก่อนที่เท่ากับ 260 ล้านบาท (คำนวณเปรียบเทียบโดยรวมค่าใช้จ่ายของ NEE ซึ่งเป็นกิจการที่ควบคุมร่วมกันตามสัดส่วนการลงทุน 49.9%) ต้นทุนขายหลักประกอบด้วยต้นทุนค่าหนังสือ รวมถึงต้นทุนการจ้างพิมพ์ ต้นทุนการผลิตต่าง ๆ ค่าลิขสิทธิ์หนังสือ และลิขสิทธิ์นักเขียน คิดเป็นสัดส่วนรวม 86% ของต้นทุนขาย ซึ่งส่วนใหญ่จะแปรผันตามรายได้ ส่วนค่าใช้จ่ายเงินเดือนฝ่ายบรรณาธิการ และฝ่ายผลิต มีสัดส่วน 6% ของต้นทุนขาย

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง ในปี 2553 เท่ากับ 72 ล้านบาท ลดลง 9% จากปีก่อนที่เท่ากับ 79 ล้านบาท โครงสร้างค่าใช้จ่ายประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเงินเดือนฝ่ายขายและบริหาร 39%, ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย 11% ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการขนส่งเดินทาง 6% โดยค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ไม่แปรผันตามรายได้

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้นของธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง ในปี 2553 มีกำไรขั้นต้น ที่รวมรายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ (แยกแสดงเป็นรายได้ค่าเช่าและบริการ) เท่ากับ 91 ล้านบาท หรือ 27% ของรายได้รวมซึ่งเป็นอัตราเดียวกับปีก่อน

กำไร (ขาดทุน) สุทธิของธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง ในปี 2553 มีผลกำไรสุทธิรวม 3 บริษัทเท่ากับ 21 ล้านบาท หรือ 6% ของรายได้รวม ทั้งนี้เพิ่มขึ้น 50% จากปีก่อนที่มีกำไรสุทธิรวม 14 ล้านบาท (เทียบโดยรวมกำไรสุทธิของ NEE ซึ่งเป็นกิจการที่ควบคุมร่วมกันตามสัดส่วนการลงทุน 49.9%)

สำหรับกำไรสุทธิรวม 3 บริษัท จำนวน 21 ล้านบาท มาจากกำไรของ บริษัท NINE 18 ล้านบาท เท่ากับปีก่อน ส่วนบริษัท NEE ขาดทุนสุทธิเท่ากับ 0.3 ล้านบาท โดยขาดทุนจากปีก่อนที่มีผลขาดทุนสุทธิ 5 ล้านบาท (รับรู้ตามสัดส่วนการลงทุน 49.9% ในกิจการที่ควบคุมร่วมกัน) ส่วนบริษัท NED มีผลกำไรสุทธิ 3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่มีผลกำไรสุทธิ 1 ล้านบาท

ธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียง และสื่อสมัยใหม่ (Broadcasting and New Media Business)

อยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) NBC ซึ่ง ณ สิ้นปี 31 ธันวาคม 2553 NMG ถือหุ้น 62.14%

รายได้ :-

รายได้จากสายธุรกิจสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อใหม่ เท่ากับ 643 ล้านบาท คิดเป็น 23% ของรายได้จากการขายและบริการรวมของกลุ่มบริษัทตามงบการเงินรวม ประกอบด้วยรายได้จากการขายสื่อโฆษณาและรับจ้างผลิตหรือร่วมผลิตรายการให้กับสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ทั้ง Free TV และ Satellite TV ได้แก่ ช่อง 3, ช่อง 5, ช่อง 9 และ Nation Channel Mango TV รายได้จากสื่อวิทยุ FM 90.5 FM 102 เป็นต้น โดยมีสัดส่วนรายได้ในธุรกิจโทรทัศน์เท่ากับ 72% ธุรกิจวิทยุ 5% และธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่ 23% ดังนี้

รายได้โฆษณาจากสื่อโทรทัศน์และวิทยุ ในปี 2553 รวมเท่ากับ 474 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 34% เมื่อเทียบกับปีก่อนที่เท่ากับ 354 ล้านบาท แบ่งเป็นรายได้จากธุรกิจโทรทัศน์ในปี 2553 เท่ากับ 443 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 36% จากปีก่อนที่เท่ากับ 325 ล้านบาท โดย NBC มีรายการออกอากาศทาง Nation Channel และ Free TV ที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง เช่น รายการชีวิตจริง กับ



สุทธิชัย หยุ่น รายการจีทีวีสานโลกวันนี้ รายการข่าวเช้าคนข่าว รายการเช้าข่าวเช้า คนข่าวเช้า ทางช่อง 9 รายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ทางช่อง 3 เป็นต้น นอกจากนี้มีรายการออกอากาศทาง Mango TV ซึ่งเป็นรายการช่องใหม่ที่ออกอากาศเดือนมิถุนายน 2553

ส่วนรายได้จากวิทยุในปี 2553 เท่ากับ 31 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7% เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยเนื่องจากมีรายได้เพิ่มจากคลื่นวิทยุ FM 102 ซึ่งเป็นคลื่นที่ NBC ได้เริ่มผลิตรายการในปี 2552

รายได้จากสื่อรูปแบบใหม่ เกิดจากรายได้จากการให้บริการข่าวข้อมูลผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และธุรกิจเว็บไซต์ ของกลุ่มบริษัท และพันธมิตร ในปี 2553 รายได้กลุ่มนี้มีจำนวนรวม 138 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18% จากปีก่อน โดยในปี 2554 คาดว่าจะมีรายได้จากสื่อรูปแบบใหม่จากช่องทางใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น ได้แก่ Application ผ่าน Smart Phone, iPad, Tablet, Playbook, TV Internet เป็นต้น (รายได้ในสื่อรูปแบบใหม่นอกจากส่วนใหญ่อยู่นามาน NBC แล้ว ยังอยู่ภายใต้ NMG ด้วย)

ค่าใช้จ่าย:-

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

ค่าใช้จ่ายส่วนต้นทุนการให้บริการของธุรกิจสื่อโทรทัศน์และวิทยุ ในปี 2553 รวม 391 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21% เมื่อเทียบกับปีก่อน โครงสร้างของต้นทุนขายหลัก ประกอบด้วยต้นทุนการผลิตสื่อ/รายการ 58% ซึ่งเป็นสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่มีสัดส่วนเท่ากับ 45% เนื่องจากในปี 2553 ได้รวมต้นทุนการผลิตช่อง Mango TV ที่เริ่มผลิตรายการในกลางปี 2553 สำหรับสัดส่วนของค่าใช้จ่ายเงินเดือนส่วนบรรณาธิการและฝ่ายผลิตเท่ากับ 24% ค่าเสื่อมราคา 5%

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ในปี 2553 เท่ากับ 114 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 52% จากปีก่อน สาเหตุหลักที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรของ Mango TV และการจัดโครงสร้างฝ่ายขายและบริหารที่มีทีมงานที่พร้อมสำหรับการพัฒนาช่องทางการหารายได้ของธุรกิจ โครงสร้างของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายที่ไม่แปรผันตามรายได้ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเงินเดือนและสวัสดิการของฝ่ายขายและบริหาร 35% อย่างไรก็ตามมีค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายในสัดส่วน 40% เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่มีสัดส่วนเพียง 27% เนื่องจากในปี 2553 มีค่าใช้จ่ายของการจัดกิจกรรมพิเศษเพิ่มขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่ผันแปรตามรายได้การจัดโครงการพิเศษ (Below the Line)

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้น ของธุรกิจโทรทัศน์ วิทยุและสื่อรูปแบบใหม่นามาน NBC ในปี 2553 มีกำไรขั้นต้น 234 ล้านบาท หรือเท่ากับ 37% ของรายได้ ซึ่งเพิ่มขึ้น 65% จากปีก่อนที่มีกำไรขั้นต้น 141 ล้านบาท เนื่องจากมีรายได้เพิ่มขึ้นในทุกธุรกิจ โดยเฉพาะรายได้จาก Satellite TV ทั้งโฆษณาและการรับจ้างผลิตเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าต้นทุนขายที่เพิ่มขึ้น

กำไรสุทธิ ของธุรกิจโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อรูปแบบใหม่ปี 2553 มีผลกำไรสุทธิ 101 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 46% จากปีก่อนที่เท่ากับ 69 ล้านบาท

ธุรกิจรับบริการขนส่งสินค้า (Logistic Business)

อยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด หรือ NML ณ 31 ธันวาคม 2553 NMG ถือหุ้น 99.99%

รายได้:-

รายได้จากสายธุรกิจรับบริการขนส่ง ในปี 2553 มีรายได้รวม 234 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3% เมื่อเทียบกับปีก่อน แบ่งเป็นรายได้จากการให้บริการบริษัทในเครือ และบริษัทภายนอก ในสัดส่วน 67% ต่อ 33% ตามลำดับ หากไม่รวมรายการระหว่าง

บริษัทในเครือแล้ว ปี 2553 NML มีรายได้จากการรับบริการขนส่งสินค้าภายนอก 77 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 17% จากปีก่อนที่เท่ากับ 66 ล้านบาท และคิดเป็น 2.9% ของรายได้จากการขายและบริการตามงบการเงินรวม

ค่าใช้จ่าย:-

ค่าใช้จ่ายส่วนต้นทุนขายของธุรกิจรับบริการขนส่ง ในปี 2553 รวม 218 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7% จากปีก่อนที่เท่ากับ 204 ล้านบาท เนื่องจากต้นทุนค่าน้ำมันที่เพิ่มขึ้นตามปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น และมีการจ่ายโบนัสพนักงานในขณะที่ปีก่อนไม่มี โครงสร้างต้นทุนขายส่วนใหญ่คือค่าเช่ารถ ค่าน้ำมัน มีสัดส่วนรวม 73% เงินเดือนค่าจ้าง สวัสดิการของพนักงานบริการขนส่ง มีสัดส่วน 26% ของต้นทุนขาย

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ในปี 2553 เท่ากับ 34 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6% จากปีก่อน ส่วนใหญ่ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายเงินเดือนและสวัสดิการของฝ่ายขายและบริหารมีสัดส่วน 28% ค่าเสื่อมราคา 3% เป็นต้น

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้น ของธุรกิจรับบริการขนส่งปี 2553 มีกำไรขั้นต้น 16 ล้านบาท ลดลง 30% จากปีก่อนที่มีกำไรขั้นต้น 23 ล้านบาท เนื่องจากต้นทุนขายมีอัตราการเพิ่มขึ้น 7% ซึ่งเป็นสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นมากกว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้น 3%

กำไรสุทธิ ของธุรกิจรับบริการขนส่งปี 2553 มีผลขาดทุนสุทธิ 21 ล้านบาท โดยขาดทุนเพิ่มขึ้น 9 ล้านบาท จากปีก่อนที่ขาดทุนสุทธิ 12 ล้านบาท

ฐานะการเงิน ณ 31 ธันวาคม 2553

งบดุลรวม สินสุต 31 ธันวาคม 2553 โดยเปรียบเทียบกับงบดุลรวม ณ 31 ธันวาคม 2552

สินทรัพย์รวม ณ 31 ธันวาคม 2553 เท่ากับ 3,706 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 398 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 3,308 ล้านบาท โดยมีรายการที่เปลี่ยนแปลงที่เป็นสาระสำคัญดังนี้

เงินสด เท่ากับ 124 ล้านบาท ลดลง 37 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 161 ล้านบาท เนื่องจาก ณ วันสิ้นปี 2553 NBC ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้นำเงินสดไปฝากในรูปแบบเงินลงทุนระยะสั้น ได้แก่ พันธบัตรรัฐบาล กองทุนเปิด ที่ให้อัตราผลตอบแทนพิเศษที่สูงกว่าการฝากเงินปกติ โดยรายงานเงินฝากธนาคารในงบดุลเป็นของ NMG 41 ล้านบาท ของกลุ่มธุรกิจสื่อการศึกษา และบันเทิง 22 ล้านบาท และธุรกิจสื่อโทรทัศน์ 27 ล้านบาท

เงินลงทุนชั่วคราว เท่ากับ 120 ล้านบาท ลดลง 32 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 152 ล้านบาท โดย เงินลงทุนทั้งหมดเป็นเงินลงทุนของบริษัทย่อยคือ NBC และ NINE ที่ลงทุน ในพันธบัตรรัฐบาล หรือกองทุนเปิด โดยแบ่งเป็นเงินลงทุนของ NBC 30 ล้านบาท และของ NINE 90 ล้านบาท เนื่องจาก NINE เพิ่งได้รับเงินเพิ่มทุนจากการเสนอขายหุ้นแก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) เมื่อปลายเดือน พฤศจิกายน 2553

ลูกหนี้การค้า-สุทธิ (ไม่รวมลูกหนี้การค้าในกิจการที่เกี่ยวข้องกัน) เท่ากับ 721 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 31% จากปีก่อนที่เท่ากับ 552 ล้านบาท โดยบริษัทมีระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยของปี 2553 เท่ากับ 85 วัน ลดลง 12 วัน จากปีก่อนที่เท่ากับ 97 วัน

ลูกหนี้และเงินให้กู้ยืมแก่บริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทในเครือ-สุทธิ หลังหักสำรองค่าเผ่อนหนี้สงสัยจะสูญและค่าเผ่อนสินค้านับรับคืนเท่ากับ 48 ล้านบาท ลดลง 75 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 123 ล้านบาท โดยลูกหนี้ที่ลดลงคือลูกหนี้ NPS ที่เปลี่ยนสถานะเป็นบริษัทย่อยตั้งแต่ปลายเดือน มิถุนายน 2553 จากปีก่อนที่เป็นบริษัทร่วม ทำให้เมื่อจัดทำงบการเงินรวม ณ สิ้นปี 2553 ไม่มีรายการลูกหนี้ NPS



สำหรับรายการคงค้าง ณ 31 ธันวาคม 2553 ส่วนใหญ่เป็นรายการลูกหนี้การค้ากิจการที่ควบคุมร่วมกัน (NEE) 45 ล้านบาท

รายได้ค้างรับ เท่ากับ 140 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 31 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 109 ล้านบาท รายได้ค้างรับส่วนใหญ่เกิดจากธุรกิจโทรทัศน์ที่เป็นรายการสัญญาโฆษณาที่คาบเกี่ยวระหว่างปี และยังไม่ออกใบแจ้งหนี้ นอกจากนี้ยังเกิดจากรายได้โครงการจากการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ ซึ่งมีการให้บริการบางส่วนแล้ว แต่จะออกใบแจ้งหนี้เมื่อเสร็จสิ้นโครงการซึ่งส่วนใหญ่เป็นรายการจัดกิจกรรมช่วงปลายปี

ลูกหนี้ภายใต้สัญญาขายและเช่ากลับกัน ไม่มียอดคงค้าง ณ สิ้นปี 2553 โดยลดลง 254 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 254 ล้านบาท ซึ่งเกิดจากการทำสัญญาขายและเช่ากลับคืนเครื่องจักร กับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง ซึ่ง ณ วันที่ทำสัญญาในเดือนมีนาคม 2548 บริษัทได้ตกลงที่จะขายเครื่องจักรให้ผู้ซื้อจำนวนเงิน 1,037 ล้านบาท ตามราคาประเมิน โดยผู้ซื้อได้ชำระเงินให้บริษัทในวันทำสัญญา 800 ล้านบาท และอีก 237 ล้านบาท ได้ตกลงที่จะจ่ายในวันที่ครบสัญญาเช่ากลับในเดือน มีนาคม 2553 ในจำนวนที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7% แล้วเป็นเงิน 254 ล้านบาท ดังนั้นในช่วงไตรมาส 1 บริษัทได้เจรจาขอซื้อคืนและชำระเงินเรียบร้อยแล้ว จึงไม่มีรายการคงค้าง ณ สิ้นปี

สินค้าคงเหลือ เท่ากับ 230 ล้านบาท ลดลง 66 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 296 ล้านบาท เนื่องจากในปี 2553 ที่ผ่านมามีบริษัทยังคงทยอยใช้วัตถุดิบหลักคือ Newsprint ที่ได้สำรองเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2552 ประกอบกับมีการสั่งซื้อเพิ่มเติมในระหว่างปี 2553 ไม่มากนัก ดังนั้นเมื่อมีการทยอยใช้วัตถุดิบดังกล่าว ทำให้ระยะเวลาเก็บวัตถุดิบ (Newsprint) ณ 31 ธันวาคม 2553 เท่ากับ 83 วัน ลดลง 112 วันจากปีก่อนที่เท่ากับ 195 วัน ทั้งนี้คำนวณจากส่วนของต้นทุนขายเฉพาะที่เป็นต้นทุนกระดาษ และต้นทุนการพิมพ์ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วน 31% ของต้นทุนขายรวม แต่หากคำนวณต้นทุนขายและสินค้าคงเหลือตามงบการเงินรวม โดยรวมสินค้าสำเร็จรูปของกลุ่มธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง จะทำให้มีระยะเวลาการขายสินค้าคงเหลือเท่ากับ 56 วัน ลดลง 23 วันจากปีก่อนที่เท่ากับ 79 วัน

สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น เท่ากับ 159 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 45 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 114 ล้านบาท

สินทรัพย์หมุนเวียนอื่นประกอบด้วย รายการภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่าย 52 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า 17 ล้านบาท ภาษีซื้อที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ 36 ล้านบาท เงินทดรองจ่ายพนักงาน 23 ล้านบาท และลูกหนี้อื่นสุทธิจากค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ 25 ล้านบาท

เงินลงทุนในหุ้นทุนของบริษัทร่วม กิจการที่เกี่ยวข้องกัน และบริษัทอื่น รวม เท่ากับ 43 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 41 ล้านบาท รายการนี้ประกอบด้วยรายการเงินลงทุนในบริษัทร่วม คือ บริษัท โยมิอูริ เนชั่น อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด รวม 27 ล้านบาท และเงินลงทุนในบริษัทที่เกี่ยวข้องกันอื่นประมาณ 5 บริษัท รวม 63 ล้านบาท ซึ่งได้ตั้งค้อยค่าเงินลงทุนดังกล่าวแล้วตั้งแต่ปี 2546-2550 รวม 62 ล้านบาท คงเหลือเป็นเงินลงทุนสุทธิแสดงในงบการเงิน 1 ล้านบาท นอกจากนี้ยังมีเงินลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ฯ หลายบริษัท เพื่อประโยชน์ในการเข้าหาแหล่งข่าวรวม 16 ล้านบาท

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ สุทธิ เท่ากับ 1,841 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 642 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 1,199 ล้านบาท โดยสาเหตุหลักที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากการรวมงบการเงินของ NPS ที่เปลี่ยนสถานะจากบริษัทร่วมเป็นบริษัทย่อยตั้งแต่ปลายเดือนมิถุนายน 2553 ซึ่ง NPS มีมูลค่าสินทรัพย์หลักประเภทเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์จำนวนมาก โดย ณ สิ้นปี 2553 NPS มีจำนวนอุปกรณ์สุทธิรวม 408 ล้านบาท นอกจากนี้ ในช่วงต้นปี 2553 NMG ได้ซื้อคืนเครื่องจักรที่ครบกำหนดสัญญาเช่าแบบลิสซิ่งในมูลค่ารวมประมาณ 250 ล้านบาท และ NBC ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้ลงทุนในอุปกรณ์เกี่ยวกับธุรกิจโทรทัศน์ รวมประมาณ 50 ล้านบาท



สินทรัพย์ไม่มีตัวตน เท่ากับ 94 ล้านบาท ลดลง 7 ล้านบาท จากปีก่อน 101 ล้านบาท จากการทยอยตัดค่าเสื่อมราคา ประกอบด้วยสินทรัพย์ประเภทโปรแกรมสำเร็จรูป ที่ใช้งานทางด้านบัญชีการเงิน ระบบการจองหน้าโฆษณา ระบบการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ โครงการห้องสมุด Digital ระบบ Work Flow เป็นต้น

สินทรัพย์ไม่มีหมุนเวียนอื่น เท่ากับ 186 ล้านบาท ลดลง 21 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 207 ล้านบาท เนื่องจากโอนรายการภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่ายที่จะครบกำหนดขอคืนภายใน 1 ปี ไปเป็นสินทรัพย์หมุนเวียนอื่น โดยรายการหลักของสินทรัพย์ไม่มีหมุนเวียน ได้แก่ ภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่าย 154 ล้านบาท สินค้าแลกเปลี่ยนบริการ 6 ล้านบาท ค่าสิทธิสมาชิกสนามกอล์ฟ 10 ล้านบาท เงินมัดจำ 9 ล้านบาท เป็นต้น

หนี้สินรวม เท่ากับ 2,455 ล้านบาท ลดลง 3 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 2,458 ล้านบาท โดยสรุปรายการที่เปลี่ยนแปลงที่มีสาระสำคัญดังนี้

เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เท่ากับ 653 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 60 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 593 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากหนี้สินประเภท Trust Receipt เพิ่มขึ้นประมาณ 75 ล้านบาท จากการนำเข้ากระดาษเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน ในขณะที่เงินกู้ประเภทตั๋วเงินระยะสั้นลดลง

เจ้าหนี้การค้า เท่ากับ 157 ล้านบาท ลดลง 27 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 184 ล้านบาท เมื่อคำนวณระยะเวลาชำระหนี้ในปี 2553 เท่ากับ 69 วัน เพิ่มขึ้น 1 วันจากปีก่อนที่เท่ากับ 68 วัน

เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินรวม เท่ากับ 988 ล้านบาท ลดลง 51 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 1,039 ล้านบาท โดยสาเหตุที่ลดลงเนื่องจากการชำระคืนเงินกู้ตามกำหนด สำหรับเงินกู้ระยะยาว ณ 31 ธันวาคม 2553 ประกอบด้วยวงเงิน ดังนี้

- วงเงินตามสัญญาเงินให้กู้ร่วมกับสถาบันการเงินในประเทศ 3 แห่ง ณ 31 ธันวาคม 2553 คงเหลือ 576.10 ล้านบาท คงเหลือระยะเวลาเงินกู้อีก 3 ปี มีกำหนดชำระคืนเป็นรายเดือนในปี 2554-2556 ทั้งนี้บริษัทจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อจำกัดต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ในสัญญาเงินกู้ โดยมีเงินต้นที่จะครบกำหนดชำระคืนภายใน 1 ปี เท่ากับ 147.60 ล้านบาท

- วงเงินตามสัญญาเงินให้กู้ร่วมกับสถาบันการเงินในประเทศ 2 แห่ง ที่บริษัทได้ทำสัญญาเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2553 จำนวนเงิน 240 ล้านบาท กำหนดชำระคืนเป็นรายเดือนรวม 48 งวด สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2556 โดย ณ 31 ธันวาคม 2553 คงเหลือ 176.63 ล้านบาท ทั้งนี้บริษัทจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อจำกัดต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ในสัญญาเงินกู้ โดยมีเงินต้นที่จะครบกำหนดชำระคืนภายใน 1 ปี เท่ากับ 45.6 ล้านบาท

- วงเงินของบริษัทย่อย WPS ตามสัญญาเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินในประเทศแห่งหนึ่ง จำนวน 2 วงเงิน ได้แก่ วงเงินกู้ระยะยาว 5.5 ปี จำนวน 35 ล้านบาท โดยกำหนดชำระคืนเดือนละ 0.58 ล้านบาท รวม 60 งวด ตั้งแต่ มกราคม 2550 ถึงธันวาคม 2554 ณ 31 ธันวาคม 2553 คงเหลือ 7 ล้านบาท ซึ่งจะชำระเสร็จสิ้นภายในปี 2554 และอีกวงเงินมีจำนวน 300 ล้านบาท ระยะเวลา 4 ปี กำหนดชำระคืนเป็นรายเดือนในจำนวนเงินที่แตกต่างกันตั้งแต่ 6-12 ล้านบาท สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2555 ณ 31 ธันวาคม 2553 คงเหลือ 174.9 ล้านบาท แบ่งเป็นส่วนที่ครบกำหนดภายใน 1 ปี จำนวน 80 ล้านบาท

- วงเงินของบริษัทย่อยทางฮั้ม NPS ที่ NPS ทำสัญญาเงินกู้ระยะยาว 3 ปี จำนวน 60 ล้านบาทกับสถาบันการเงินในประเทศแห่งหนึ่ง เมื่อเดือนกันยายน 2553 เพื่อใช้เป็นเงินหมุนเวียน กำหนดชำระคืนเป็นรายเดือนในจำนวนเงินที่แตกต่างกันตั้งแต่เดือนละ 1.0-2.5 ล้านบาท รวม 36 งวด สิ้นสุด 30 กันยายน 2556 โดย ณ 31 ธันวาคม 2553 คงเหลือ 57 ล้านบาท ทั้งนี้บริษัทจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อจำกัดต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ในสัญญาเงินกู้ โดยมีเงินต้นที่จะครบกำหนดชำระคืนภายใน 1 ปี เท่ากับ 13.5 ล้านบาท



หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าการเงิน ณ 31 ธันวาคม 2553 คงค้าง 94 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อนไม่มีรายการนี้ เนื่องจากเป็นสัญญาเช่าเครื่องจักรของบริษัทย่อยทางอ้อม (NPS) ที่รวมเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินรวม ตั้งแต่ปลายเดือน มิถุนายน 2553 โดยเป็นสัญญาเช่าที่ชำระค่าเช่าเป็นรายเดือนในจำนวนเงินที่แตกต่างกันเดือนละ 2.2 -2.7 ล้านบาท สิ้นสุด กุมภาพันธ์ 2557 โดยแบ่งส่วนที่ครบกำหนดชำระภายใน 1 ปีรวม 27 ล้านบาท และส่วนที่เกิน 1 ปี รวม 67 ล้านบาท

เงินกู้ยืมระยะสั้นจากกิจการที่เกี่ยวข้องกัน ณ 31 ธันวาคม 2553 ไม่มียอดคงค้าง เนื่องจากบริษัทได้คืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจำนวน 10 ล้านบาท ให้แก่บริษัทร่วม คือ บริษัทโยมิอุริ เนชั่น อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด (NMG ถือหุ้น 45%) ที่ครบกำหนดชำระคืนเดือน พฤษภาคม 2553 เรียบร้อยแล้ว

หนี้สินหมุนเวียนอื่น คงค้าง ณ 31 ธันวาคม 2553 เท่ากับ 412 ล้านบาท ลดลง 35 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 447 ล้านบาท สาเหตุที่ลดลงเนื่องจากบริษัทได้ชำระรายการค่าเช่าเครื่องจักรค้างจ่ายตามสัญญาเช่าลิขสิทธิ์งวดสุดท้ายที่ครบกำหนดในเดือนมีนาคม 2553 จำนวน 190 ล้านบาท เรียบร้อยแล้ว จึงไม่มีรายการดังกล่าวคงค้างอีกต่อไป แต่ในระหว่างปีมีรายการค่าใช้จ่ายค้างจ่ายเพิ่มขึ้น 67 ล้านบาท ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมพิเศษในช่วงปลายปี

รายการหนี้สินหมุนเวียนอื่น ประกอบด้วยรายการหลักได้แก่ ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย 175 ล้านบาท ภาษีขายที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ 78 ล้านบาท เจ้าหนี้อื่น 31 ล้านบาท เจ้าหนี้กรมสรรพากร 12 ล้านบาท เงินมัดจำ เงินรับล่วงหน้า และอื่น ๆ รวม 116 ล้านบาท

หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น คงค้าง ณ 31 ธันวาคม 2553 เท่ากับ 130 ล้านบาท ลดลง 41 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 171 ล้านบาท โดยสาเหตุที่ลดลงเนื่องจากไม่มีรายการส่วนแบ่งขาดทุนส่วนที่เกินกว่ามูลค่าเงินลงทุนในบริษัทร่วม (NPS) เนื่องจากบริษัทย่อยได้ซื้อกิจการในบริษัทร่วมดังกล่าวจากผู้ถือหุ้นรายอื่น ทำให้ NPS เปลี่ยนสถานะเป็นบริษัทย่อย จึงไม่ต้องรับรู้ส่วนแบ่งกำไรหรือขาดทุนในฐานะบริษัทร่วมอีกต่อไป

รายการหนี้สินไม่หมุนเวียนอื่นรายการหลัก เป็นรายการเงินกู้ยืมระยะยาวจากบริษัทอื่น 127 ล้านบาท ที่บริษัทได้ทำบันทึกข้อตกลงกับบริษัทในประเทศแห่งหนึ่ง เพื่อให้โฆษณาและบริการ โดยได้ให้บริษัทกู้เงินจำนวน 150 ล้านบาท และจะจ่ายคืนเงินกู้โดยนำมาจากเงินรับค่าโฆษณาสุทธิ ในปี 2553 ได้จ่ายคืนเงินกู้รวม 14 ล้านบาท

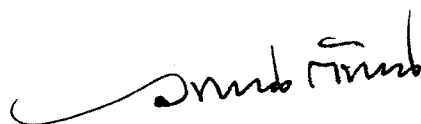
ขาดทุนสะสม เท่ากับ 656 ล้านบาท โดยขาดทุนสะสมลดลง 314 ล้านบาท จากปีก่อนที่มีผลขาดทุนสะสม 970 ล้านบาทเนื่องจากมีกำไรสุทธิในปี 2553

ส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 1,251 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 401 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 850 ล้านบาท เกิดจาก กำไรสุทธิของปี 2553 จำนวน 314 ล้านบาท และกำไรจากส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อยเพิ่มขึ้น 68 ล้านบาท และส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญของบริษัทย่อยเพิ่มขึ้น 18 ล้านบาท

สำหรับโครงสร้างส่วนของผู้ถือหุ้น 1,251 ล้านบาท ประกอบด้วย หุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว 1,648 ล้านบาท รายการส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญของบริษัทย่อย (NINE, NBC) รวม 76 ล้านบาท การเปลี่ยนแปลงในมูลค่าสิทธิธรรมของเงินลงทุน 2 ล้านบาท ขาดทุนสะสม 656 ล้านบาท และ ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย 185 ล้านบาท

ภาระผูกพันและภาระหนี้สินที่อาจเกิดขึ้น ณ 31 ธันวาคม 2553 กลุ่มบริษัทมีภาระผูกพันตามสัญญารวม 226 ล้านบาท ลดลง 186 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 412 ล้านบาท เนื่องจากได้ชำระค่าเช่าเครื่องจักรตามสัญญางวดสุดท้ายตั้งแต่ไตรมาส 1

ภาระผูกพันคงค้างประกอบด้วย สัญญาเช่าและบริการสำนักงานในระยะเวลา 2 ปี สิ้นสุด เมษายน 2554 และกลุ่มบริษัทสามารถต่ออายุได้อีก 1 ปี ภายใต้เงื่อนไขเดิม และมีส่วนของบริษัทย่อยที่ทำสัญญาซื้อขายต่างประเทศ สัญญาบริการส่งสัญญาณโทรทัศน์ดาวเทียม 10 ปี สัญญาเช่าคลังสินค้า รวม 4 สัญญา ทำให้กลุ่มบริษัทมีภาระผูกพัน จำนวน 226 ล้านบาท



แบ่งเป็นส่วนที่ครบภายใน 1 ปี 36 ล้านบาท ส่วนที่เกิน 1 ปีแต่ไม่เกิน 5 ปี จำนวน 98 ล้านบาท และส่วนที่เกิน 1 ปี รวม 92 ล้านบาท

นอกจากนี้บริษัทยังมีการผูกพันในสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนของการนำเข้ากระดาษจากต่างประเทศ กับธนาคารในประเทศหลายแห่งรวม 10 ล้านบาท และมีเลตเตอร์ออฟเครดิตที่ยังไม่ได้ใช้เป็นจำนวนเงินประมาณ 12 ล้านบาท

เงินลงทุนระยะยาวในหุ้นของบริษัทร่วม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553

หน่วย : พันบาท

	บริษัทร่วม	การถือหุ้น	ทุนชำระแล้ว	จำนวนเงินลงทุน	กำไร (ขาดทุน) เงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย	มูลค่าเงินลงทุน 31 ธ.ค. 2553
NMG	บริษัท โยมิอุริ - เนชั่น อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด	44.98 %	4,000	2,000	24,599	26,599
	รวม					26,599

งบกระแสเงินสดรวม ณ 31 ธันวาคม 2553

งบกระแสเงินสดประจำปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2553 บริษัทมีเงินสดที่ได้มาจากกิจกรรมดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานเท่ากับ 558 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 265 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 293 ล้านบาท เนื่องจากผลการดำเนินงานของธุรกิจภาพรวมมีรายได้เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนมาก ในขณะที่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้อย่างต่อเนื่อง

เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน ในปี 2553 มาจากรายการกำไรสุทธิ 381 ล้านบาท กระทบรายการที่ไม่ใช่เงินสด และรายการที่ไม่ใช่กิจกรรมดำเนินงานดังนี้

- บวกกลับด้วยค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่เงินสด รวม 233 ล้านบาท ประกอบด้วย ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย 219 ล้านบาท ขาดทุนจากการจำหน่ายสินทรัพย์ 9 ล้านบาท ขาดทุนจากการขายสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น 2 ล้านบาท ขาดทุนจากสินค้าล้าสมัยในบริษัทย่อย 3 ล้านบาท
- ปรับปรุงรายการที่ไม่ใช่กิจกรรมดำเนินงาน รวม 164 ล้านบาท ประกอบด้วย รายการบวกกลับต้นทุนทางการเงิน 112 ล้านบาท รายการหักดอกเบี้ยรับ 3 ล้านบาท รายการบวกภาษีเงินได้ 55 ล้านบาท
- หักรายได้หรือกำไรที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานรวม 219 ล้านบาท ได้แก่ ส่วนแบ่งกำไรสุทธิจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม 122 ล้านบาท การกลับรายการหนี้สงสัยจะสูญ 3 ล้านบาท กำไรจากการต่อรองราคาซื้อของ WPS ที่ซื้อหุ้นใน NPS จำนวน 91 ล้านบาท กำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทย่อย 3 ล้านบาท และการกลับรายการขาดทุนจากการด้อยค่าเงินลงทุน 0.4 ล้านบาท

เมื่อปรับปรุงรายการดังกล่าวข้างต้น กลุ่มบริษัทมีเงินสดคงเหลือจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานรวม 558 ล้านบาท เมื่อกระทบกับรายการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานที่เป็นรายการเงินสดใช้ไปรวม -455 ล้านบาท และเป็นรายการได้มารวม 416 ล้านบาท จะทำให้คงเหลือเงินสดจากการดำเนินงานก่อน



จ่ายดอกเบี้ยและภาษีเท่ากับ 519 ล้านบาท เมื่อหักรายการดอกเบี้ยจ่าย 112 ล้านบาท และการจ่ายภาษีเงินได้รวม 47 ล้านบาท จะคงเหลือเงินสดสุทธิที่ได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน 360 ล้านบาท

เงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน ในปี 2553 บริษัทมีเงินสดใช้ไปในกิจกรรมลงทุนสุทธิ 383 ล้านบาท โดยรายการหลักเป็นรายการได้มาของทรัพย์สิน จากการรวมงบการเงินของ NPS เป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินรวมตั้งแต่ปลายเดือนมิถุนายน 2553 และรายการที่บริษัทได้ซื้อคืนเครื่องจักรที่ครบกำหนดสัญญาเช่าแบบลิสซิ่งเมื่อไตรมาส 1 ในมูลค่ารวมประมาณ 250 ล้านบาท และรายการที่ NBC ได้ลงทุนในอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโทรทัศน์และสื่อสมัยใหม่ รวมประมาณ 50 ล้านบาท

นอกจากนี้ในระหว่างปี 2553 บริษัทย่อยคือ NINE ได้ลงทุนในพันธบัตรรัฐบาลและกองทุนเปิดกับสถาบันการเงิน เนื่องจากมีเงินทุนจากการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) เมื่อปลายเดือน พฤศจิกายน 2553 จึงนำเงินดังกล่าวไปลงทุนระยะสั้น ก่อนที่จะนำมาใช้ลงทุนในโครงการขยายกิจการต่อไป นอกจากนี้ในระหว่างปี 2553 บริษัทและบริษัทย่อยได้ซื้อสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนรวม 50 ล้านบาท ประกอบด้วย สินทรัพย์ประเภทโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้งานทางด้านบัญชีการเงิน ระบบการจองหน้าโฆษณา ระบบการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ โครงการห้องสมุด Digital ระบบ Work Flow เป็นต้น

เงินสดสุทธิจากกิจกรรมการจัดการเงิน ในปี 2553 บริษัทมีเงินสดสุทธิที่ใช้ไปในกิจกรรมจัดการเงินเท่ากับ 14 ล้านบาท ประกอบด้วย เงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินเป็นสัญญาวงเงินกู้รวม 240 ล้านบาทในเดือน กุมภาพันธ์ 2553 และเงินสดรับของบริษัทย่อยที่รับเงินกู้ยืมระยะยาวรวม 72.4 ล้านบาท และได้เบิกใช้เงินกู้ระยะสั้นเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 60 ล้านบาท

อย่างไรก็ตามในระหว่างปีได้ใช้เงินเพื่อชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวตามข้อตกลงแก่สถาบันการเงินรวม 365 ล้านบาท คืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจากบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน 10 ล้านบาท ชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวในบริษัทอื่น 14 ล้านบาท บริษัทย่อยจ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อย 35 ล้านบาท ในขณะเดียวกัน บริษัทย่อยได้รับเงินจากการขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนสุทธิ 33 ล้านบาท

รวมกระแสเงินสดที่ได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน, กิจกรรมลงทุน, และกิจกรรมการจัดการเงิน สำหรับปี 2553 มีจำนวนลดลงสุทธิ 36 ล้านบาท เมื่อรวมเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นปี 2553 จำนวน 161 ล้านบาท ทำให้มี เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ 31 ธันวาคม 2553 เท่ากับ 124 ล้านบาท

การเปลี่ยนแปลงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

สำหรับผลการดำเนินงานตามงบการเงินรวมปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2553

1. อัตราส่วนสภาพคล่อง ได้แก่

อัตราส่วนสภาพคล่อง ณ 31 ธันวาคม 2553 เท่ากับ 0.98 เท่า ลดลง 0.14 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 1.12 เท่า เนื่องจากปีก่อนมีรายการลูกหนี้ภาษีได้สัญญาขายและเช่ากลับคืนรวมอยู่เป็นส่วนหนึ่งของรายการสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน ซึ่งบริษัทได้รับชำระคืนจากลูกหนี้ดังกล่าวแล้วตั้งแต่ไตรมาส 1 ปี 2553 ทำให้สินทรัพย์หมุนเวียนลดลง ส่วนอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว ณ 31 ธันวาคม 2553 เท่ากับ 0.61 เท่า เพิ่มขึ้น 0.06 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 0.55 เท่า เนื่องจากปี 53 ไม่มีรายการหนี้สินหมุนเวียนคือรายการค่าเช่าเครื่องจักรค้างจ่ายตามสัญญาลิสซิ่ง ซึ่งบริษัทได้จ่ายคืนแล้วในเดือน มีนาคม 2553

Cash Cycle ในปี 2553 บริษัทมีระยะเวลาหมุนเวียนของเงินสดเท่ากับ 72 วัน ลดลง 36 วัน จากปีก่อนที่เท่ากับ 108 วัน ประกอบด้วยระยะเวลาในการเก็บหนี้ 85 วัน ลดลง 12 วัน จากปีก่อนที่เท่ากับ 97 วัน ส่วนระยะเวลาในการขายสินค้า เท่ากับ 56 วัน ลดลง 23 วันจากปีก่อนที่เท่ากับ 79 วัน ในขณะที่ระยะเวลาระหนี้ เท่ากับ 69 วัน เพิ่มขึ้น 1 วัน จากปีก่อนที่เท่ากับ 68 วัน



2. อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร

อัตรากำไรขั้นต้น ปี 2553 เท่ากับ 37.32% เพิ่มขึ้น 10.78% จากปีก่อนที่เท่ากับ 26.54% เนื่องจากรายได้ที่เพิ่มขึ้น 16% ซึ่งมากกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของต้นทุนขายที่เพิ่มขึ้นเพียง 5% เนื่องจากในปี 2553 บริษัทมีต้นทุนขายคงที่ลดลง จากค่าเช่าเครื่องจักรที่ครบกำหนดสัญญาในไตรมาส 1 ในขณะที่สามารถควบคุมต้นทุนผันแปรหลัก คือวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตหนังสือพิมพ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนค่าใช้จ่ายเงินเดือน และสวัสดิการของฝ่ายผลิต และฝ่ายบริหารการผลิต Contents เป็นค่าใช้จ่ายคงที่ เป็นผลให้กำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน

อัตรากำไรจากการดำเนินงานในปี 2553 เป็นผลกำไรจากการดำเนินงานเท่ากับ 6.97% เพิ่มขึ้น 9.82% จากปีก่อนที่มีผลขาดทุนจากการดำเนินงาน -2.85% ทั้งนี้หากรวมรายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศอีก 88 ล้านบาท ซึ่งแสดงรวมอยู่ในรายได้ค่าเช่าและบริการ จะมีอัตรากำไรจากการดำเนินงาน 10.23% เพิ่มขึ้น 4.60% จากปีก่อนที่เท่ากับ 5.63%

อัตราส่วนเงินสดก่อนการเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนต่อการทำกำไร เท่ากับ 18.25% เพิ่มขึ้น 6.67% จากปีก่อนที่เท่ากับ 11.58% เนื่องจากเงินสดคงเหลือจากการดำเนินงานในปี 53 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนมาก

อัตรากำไรจากการดำเนินงานก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ ค่ารวมจากกำไรหรือขาดทุนสุทธิที่ไม่รวมรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ ได้แก่ กำไรจากการต่อรองราคาซื้อหุ้นใน NPS จำนวน 91 ล้านบาท ส่วนแบ่งกำไรสุทธิจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม 122 ล้านบาท การกลับรายการหนี้สงสัยจะสูญ 2 ล้านบาท ขาดทุนจากการจำหน่ายสินทรัพย์ 9 ล้านบาท กำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทย่อย 3 ล้านบาท ขาดทุนจากสินค้าสามัญ 3 ล้านบาท ทำให้เมื่อคำนวณตามวิธีดังกล่าว ในปี 2553 บริษัทจะมีกำไรก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ 107 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 110 ล้านบาท จากปีก่อนที่ขาดทุนเท่ากับ -3 ล้านบาท (รายละเอียดแสดงในตารางสรุปงบการเงินรวม) โดยมีอัตรากำไรก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติเท่ากับ 3.29% เพิ่มขึ้น 4.15% จากปีก่อนที่เท่ากับ -0.86%

อัตราผลตอบแทนก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ปี 2553 เท่ากับ 8.04% เพิ่มขึ้น 10.48% จากปีก่อนที่เท่ากับ -2.44% เนื่องจากบริษัทมีกำไรก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ เพิ่มขึ้นจากปีก่อน นอกจากนี้ยังเกิดจากส่วนของผู้ถือหุ้นที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากผลของกำไรสุทธิของปี 2553 อีก 313 ล้านบาท

3. อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

อัตราผลตอบแทนก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ ต่อสินทรัพย์ของ ปี 2553 เท่ากับ 2.87% เพิ่มขึ้น 2.24% จากปีก่อนที่เท่ากับ -0.63% ส่วนอัตราผลตอบแทนก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติต่อสินทรัพย์ถาวรเท่ากับ 21.00% เพิ่มขึ้น 8.86% จากปีก่อนที่เท่ากับ 12.14% ส่วนอัตราหมุนของสินทรัพย์เท่ากับ 0.87 เท่า ลดลง 0.13 เท่า จากปีก่อนที่เท่ากับ 0.74 เท่า

4. อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน

อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Total Liabilities to Equity Ratio) ณ 31 ธันวาคม 2553 เท่ากับ 1.96 เท่า ลดลง 0.75 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 2.71 เท่า เนื่องจากส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 313 ล้านบาท และด้วยเหตุผลเดียวกันทำให้ บริษัทมี อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น หรือ Debts to Equity Ratio ณ 31 ธันวาคม 2553 เท่ากับ 1.39 เท่า ลดลง 0.45 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 1.84 เท่า

อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ยในปี 2553 เท่ากับ 6.47 เท่า เพิ่มขึ้น 2.72 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 3.75 เท่า เนื่องจากปี 2553 บริษัทมีเงินสดคงเหลือจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 252 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นถึง 90%

อัตราส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ย ก่อนภาษี และก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ ต่อดอกเบี้ยจ่าย เท่ากับ 4.08 เท่า เพิ่มขึ้น 3.02 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 1.06 เท่า เนื่องจากบริษัทมีกำไรจากการดำเนินงานก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน



อัตราส่วนความสามารถในการชำระภาระผูกพัน เท่ากับ 0.72 เท่า เพิ่มขึ้น 0.15 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 0.57 เท่า เนื่องจากมีเงินสดคงเหลือจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น

ความเหมาะสมของโครงสร้างทางการเงิน

ณ 31 ธันวาคม 2553 บริษัทมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วเท่ากับ 1,648 ล้านบาท ขาดทุนสะสมยกมา -970 ล้านบาทรวมผลกำไรสุทธิของปี 2553 จำนวน 314 ล้านบาท เป็นขาดทุนสะสมสิ้นปี เท่ากับ -656 ล้านบาท และรายการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าสุทธิของเงินลงทุน 1 ล้านบาท และมีส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญของบริษัทย่อย +76 ล้านบาท ทำให้ ณ 31 ธันวาคม 2553 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นสุทธิเท่ากับ 1,065 ล้านบาท เมื่อรวมส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย 185 ล้านบาท จะทำให้ส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเป็น 1,251 ล้านบาท โดยมีอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 1.96 เท่า และ D/E Ratio เท่ากับ 1.39 เท่า

บริษัทมีหนี้สินรวม 2,455 ล้านบาท แบ่งเป็นส่วนของหนี้สินหมุนเวียน และหนี้สินระยะยาว จำนวน 1,571 ล้านบาท และ 884 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วน 64% ต่อ 36% ใกล้เคียงกับปีก่อน

โดย ณ 31 ธันวาคม 2553 จากงบการเงินรวม บริษัทมีเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินจำนวน 653 ล้านบาท เงินกู้ระยะยาวจำนวน 988 ล้านบาท หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าการเงิน 94 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นส่วนที่ครบกำหนดชำระภายใน 31 ธันวาคม 2554 รวม เท่ากับ 328 ล้านบาท และส่วนที่ถึงกำหนดชำระตั้งแต่ปี 2555-2556 เท่ากับ 754 ล้านบาท

ผลกระทบของบริษัทย่อย บริษัทร่วม ต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท

เนื่องจากในไตรมาส 4 ปี 2553 กลุ่มบริษัทได้ปรับโครงสร้างทางธุรกิจและการบริหารโดยได้แยกสายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย เป็นบริษัทย่อย ชื่อบริษัท กรุงเทพธุรกิจมีเดีย จำกัด หรือ KTM และ แยกสายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย เป็นบริษัทย่อยชื่อบริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด หรือ KMM เร่นเกี่ยวกับการที่เคยแยกบริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด หรือ NNN ในปี 2551 โดยทั้ง 3 บริษัท NMG ถือหุ้น 99.99%

การปรับโครงสร้างดังกล่าว เป็นแนวทางการสร้างผู้บริหารรุ่นใหม่ขึ้นมาดูแลแต่ละสายธุรกิจให้ชัดเจนและมีความคล่องตัวขึ้น ในขณะที่เดียวกันยังคงความโดดเด่นในฐานะ "สื่อครบวงจร" ด้วยการผนึกพลังแบบบูรณาการระหว่างบริษัทย่อย และเป็นการเสริมสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะธุรกิจที่แตกต่างกันและเป็นการสร้างโอกาสใหม่ๆ ของแต่ละสายธุรกิจ

ทั้งนี้โครงสร้างการบริหารงานของบริษัทย่อยจะมีคณะกรรมการแยกแต่ละบริษัท ประกอบด้วย ประธานกรรมการ ที่เป็นผู้บริหารระดับสูงจากบริษัทแม่ และกรรมการผู้ชำนาญการที่มีความเชี่ยวชาญในสายธุรกิจนั้นๆ ในขณะที่ฝ่ายขาย และฝ่ายสนับสนุนอื่นๆ จะถูกรวมกันไว้ที่บริษัทแม่ เพื่อสร้างผลประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า

สำหรับโครงสร้างรายได้ในปี 2553 รายได้ส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทยังคงมีสัดส่วนใกล้เคียงปีก่อนโดยประมาณ 65% เป็นรายได้จากธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในนาม NMG NNN KTM และ KMM และมีรายได้จากบริษัทย่อยในกลุ่มธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง 8% รายได้จากกลุ่มธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียงและสื่อสมัยใหม่ รวม 23% ธุรกิจบริการรับงานจ้างพิมพ์ 1% และธุรกิจรับบริการการขนส่งสินค้า 3%

ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงในฐานะการเงินหรือการดำเนินงานของบริษัทย่อย บริษัทร่วม จึงมีลักษณะการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และบริษัทยังคงถือหุ้นใหญ่มากกว่า 60% จึงถือว่ามีความสามารถในการบริหารจัดการก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทได้



ปัจจัยและอิทธิพลหลักที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือฐานะการเงินในอนาคต

1. สภาพเศรษฐกิจโดยรวม

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ระบุว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (จีดีพี) ในปี 2553 ขยายตัว 7.5% และคาดว่า จีดีพีในปี 2554 จะขยายตัวได้ในช่วง 4-5%

ในปี 2553 สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ การเมือง หลายเหตุการณ์นำไปสู่ผลกระทบต่อภาพรวมเศรษฐกิจไทย ทั้งทางตรง และทางอ้อม ซึ่งบางเหตุการณ์เกิดจากปัจจัยเชิงในประเทศ แต่บางเหตุการณ์ก็เป็นผลกระทบจากปัจจัยภายนอก เหตุการณ์ ภายในประเทศที่สำคัญ ได้แก่ สถานการณ์ทางการเมือง เหตุชุมนุมทางการเมือง เมื่อเดือนเมษายนต่อเนื่องถึงเดือนพฤษภาคม ทำให้นักลงทุนต่างชาติไม่มั่นใจต่อสถานการณ์ทางการเมืองของไทย และตัดสินใจชะลอการเข้ามาลงทุน อุดรรายได้จากภาค ท่องเที่ยวของไทยในช่วงเดือนเมษายนและพฤษภาคมลดลง ต่อมาเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน ตุลาคมการศาลรัฐธรรมนูญ วินิจฉัยคดี ขอบพรรคประชาธิปัตย์ โดยเสียงข้างมาก 4 : 2 มีมติยกคำร้องคดีขอบพรรคประชาธิปัตย์ เนื่องจากกระบวนการยื่นคำร้องไม่ชอบ ด้วยกฎหมายสำหรับกรณีคดี 29 ด้านบาท และเมื่อวันที่ 9 ธันวาคม ตุลาคมการศาลรัฐธรรมนูญมีมติเสียงข้างมาก 4 ต่อ 3 วินิจฉัยให้ ยกคำร้องขอบพรรคประชาธิปัตย์ กรณีคดี 258 ด้านบาท เนื่องจากนายทะเบียนพรรคการเมืองยังไม่ได้ให้ความเห็นในคดี ซึ่งจากคำ วินิจฉัยทั้ง 2 กรณี ทำให้เชื่อว่าจะทำให้กลุ่มที่ไม่เห็นด้วยกับการไม่ขอบพรรคจะออกมาเคลื่อนไหวและสถานการณ์การเมืองอาจ กลับมาดุเดือดขึ้นอีกครั้ง อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าหลังเหตุชุมนุมการเมืองในช่วงดังกล่าว จะมีการนัดชุมนุมของกลุ่มคนเสื้อแดงอีกเป็น ระยะเวลา แต่ก็ไม่ได้เกิดสถานการณ์รุนแรง ส่วนสถานการณ์น้ำท่วมในหลายจังหวัด เมื่อเดือนตุลาคม 2553 นับได้ว่าเป็นอุทกภัย ครั้งใหญ่ที่สุดในรอบหลายสิบปีที่เคยเกิดขึ้นกับประเทศไทย ทั้งความเสียหายต่อชีวิตประชาชนและทรัพย์สิน ซึ่งผลกระทบจาก ความเสียหายที่เกิดขึ้นทำให้รัฐบาลต้องใช้งบประมาณหลักหลายหมื่นล้านบาทเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยมีผลลดอัตราการ ขยายตัวทางเศรษฐกิจลดลงด้วย นอกจากนี้ยังมีสถานการณ์เรื่องการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด กรณีศาลปกครองมีคำสั่งระงับการประมูล 3G ของกทข. กรณีการปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ย และ กรณีราคาสินค้าแพง

ส่วนสถานการณ์ภายนอกที่สำคัญ ได้แก่ กรณีที่สหรัฐอเมริกาประกาศมาตรการ QE2 อัตราดอกเบี้ยในตลาดการเงิน ด้วยการซื้อพันธบัตรรัฐบาล 6 แสนล้านดอลลาร์ ซึ่งมาตรการดังกล่าวมีผลให้แนวโน้มค่าเงินดอลลาร์สหรัฐเทียบกับสกุลเงินหลัก อ่อนค่า ส่งผลให้ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ดีดตัว ทั้งน้ำมัน และทองคำ โดยเฉพาะราคาทองคำซึ่งดีดตัวทำสถิติสูงสุดทะลุ 1,400 ดอลลาร์สหรัฐต่อออนซ์สถานการณ์เงินบาทแข็งค่า ซึ่งเป็นผลจากการไหลเข้าของเงินทุนต่างประเทศ แม้มีผลทั้งทางบวกและ ทางลบ แต่จากการแข็งค่าของเงินบาทนั้น ตั้งแต่ต้นปี 2553 เงินบาทอยู่ที่ระดับประมาณ 33.1 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ เคลื่อนไหว แข็งค่าสุดเกือบทะลุระดับ 29 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ สร้างความกังวลต่อผู้ประกอบการส่งออกเห็นว่าส่งออกสินค้าได้ลดลง

โดยรวมเศรษฐกิจไทยในปี 2553 พุ่งตัวขึ้นจากปีที่แล้วสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ โดยแรงขับเคลื่อนสำคัญมาจาก การส่งออกสินค้าและบริการที่ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 15.1 ต่อปี ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า โดยเฉพาะประเทศในภูมิภาค เอเชียและประเทศเกิดใหม่ ในขณะที่ภาคเอกชนมีแนวโน้มที่จะมีการใช้จ่ายใช้สอยภายในประเทศมากขึ้นจากปีก่อน และเป็นแรง ขับเคลื่อนที่แข็งแกร่งของเศรษฐกิจ โดยการบริโภคภาคเอกชนคาดว่าจะกลับมาขยายตัว ตามภาวะการจ้างงานและรายได้ เกษตรกรที่อยู่ในเกณฑ์ดี ตลอดจนความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ปรับสูงขึ้นภายหลังเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองภายในประเทศ คลี่คลายลง ในขณะที่เกี่ยวกับการลงทุนภาคเอกชนคาดว่าจะกลับมาขยายตัวสูง สอดคล้องกับอัตราการใช้จ่ายการผลิตในหลาย สาขาอุตสาหกรรมที่เริ่มดีดตัว อีกทั้งแรงสนับสนุนจากแนวโน้มการบริโภคและการส่งออกที่ขยายตัวดียังทำให้ภาคธุรกิจต้อง ลงทุนเพิ่มเติม เพื่อรองรับการขยายตัวของอุปสงค์ในอนาคตทั้งจากในและต่างประเทศ ส่วนการใช้จ่ายของภาครัฐยังคงมีบทบาท สำคัญในการสนับสนุนให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวต่อเนื่อง โดยในปี 2553 การบริโภคภาครัฐคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 5.3 ต่อปี ซึ่ง เป็นผลจากการเร่งเบิกจ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีของรัฐบาลเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ขณะที่แรงกระตุ้นผ่าน รายจ่ายลงทุนคาดว่าจะลดลงจากการเบิกจ่ายงบลงทุนของรัฐบาลที่ล่าช้าเป็นสำคัญ ทำให้การลงทุนภาครัฐจะขยายตัวชะลอ ลงที่ร้อยละ 0.5 ต่อปี ส่วนปริมาณการนำเข้าสินค้าและบริการในปี 2553 มีแนวโน้มขยายตัวสูงถึงร้อยละ 22.1 ต่อปี ตามการ ขยายตัวของอุปสงค์ภายในประเทศและการผลิตสินค้าส่งออกที่เร่งขึ้น

 142

สำหรับเศรษฐกิจไทยปี 2553 คณะเศรษฐศาสตร์ และ ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจเพื่อการปฏิรูป มหาวิทยาลัยรังสิต ได้ประมาณการว่า เศรษฐกิจจะชะลอตัวลงจากมูลค่าส่งออกสุทธิที่ลดลงอันเป็นผลจากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าสำคัญ (ยุโรปและสหรัฐอเมริกา) อัตราเงินเฟ้อทั่วไปอยู่ที่ 4-5% และมีแนวโน้มที่อัตราเงินเฟ้อพื้นฐานอาจหลุดกรอบด้านบนของทางการในช่วงครึ่งปีหลัง ราคาอาหารและราคาสินค้าเกษตรเพิ่มสูงขึ้นจากผลกระทบน้ำท่วมและการปลูกพืชเพื่อใช้เป็นพลังงาน พืชที่ใช้ผลิตพลังงานทดแทนได้จะราคาเพิ่มสูงขึ้น อ้อย ปาล์มน้ำมัน มันสำปะหลัง เป็นต้น

เศรษฐกิจไทยจะได้รับแรงกดดันจากอัตราเงินเฟ้อสูง อัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น และค่าเงินบาทแข็งค่า

2. ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์จัดเป็นธุรกิจสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ เนื่องจากรายได้หลักของกลุ่มบริษัทประมาณร้อยละ 69 มาจากรายได้จากการโฆษณา โดยมีโครงสร้างรายได้หลักมาจากการให้บริการสื่อโฆษณาในหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 67.11 ของรายได้โฆษณาของกลุ่มธุรกิจ โดยภาวะเศรษฐกิจและภาวะการแข่งขันถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อรายได้โฆษณานนสื่อสิ่งพิมพ์

แนวโน้มอุตสาหกรรมในอนาคต

ในปี 2554 ตัวเลขเศรษฐกิจที่คาดการณ์ว่าจะเติบโตต่อเนื่องส่งสัญญาณบวกชัดเจน น่าจะส่งผลให้มีเงินโฆษณาในปี 2554 เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามปัญหาการเมืองภายในประเทศเป็นตัวแปรสำคัญต่อการเติบโตต่อเนื่องของเศรษฐกิจไทย บริษัทยังคาดการณ์ว่าธุรกิจสิ่งพิมพ์ยังมีโอกาสการเติบโตทางธุรกิจเป็นไปตามแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจโฆษณา ในขณะที่บริษัทยังคงมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายเหมือนปีที่ผ่านมา เพื่อรองรับสถานการณ์ความไม่แน่นอนในทุกด้าน และหาโอกาสต่อยอดไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสิ่งพิมพ์เพื่อขยายฐานลูกค้าและรายได้ พร้อมกับการผสมผสานสื่อเพื่อมุ่งขาย Solution ให้แก่ลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเพิ่มรายได้ให้กับบริษัทในที่สุด

นอกจากนี้ คาดว่าอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์จะมีการปรับตัวในหลายๆ ด้าน ด้วยความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้นทั้งในส่วนของการกระบวนการผลิต และการบริโภคเนื้อหาของผู้บริโภคที่ตอบรับกับรูปแบบที่มากขึ้นอุปกรณ์ใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็น Smartphone , E-Reader หรือ การสื่อสารผ่าน Social Network เช่น face book , twitter ฯ ดังนั้นการทำธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในปัจจุบัน จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นดังนี้

1. พฤติกรรมการบริโภคข่าวสารที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคเริ่มให้ความสำคัญกับสื่อรูปแบบใหม่(New Media) มากขึ้น ในฐานะ Content provider จึงให้ความสำคัญกับช่องทางและรูปแบบการนำเสนอข่าวมากขึ้น นอกเหนือจากสื่อสิ่งพิมพ์เพียงอย่างเดียว บริษัทให้ความสำคัญกับการปรับปรุงการนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ในขณะเดียวกันก็มุ่งพัฒนาวิธีการและรูปแบบการนำเสนอข่าวสารสู่กลุ่มผู้อ่านใหม่ๆ ด้วยสื่อที่หลากหลายเพิ่มขึ้น และการใช้ศักยภาพของการมี Content เป็นฐานจึงมีเป้าหมายที่จะยังคงรักษาฐานลูกค้ากลุ่มเดิม และยังคงรักษาฐานรายได้หลักจากสื่อสิ่งพิมพ์ไว้เช่นเดิม บริษัทยังคงมีความเชื่อว่าสื่อสิ่งพิมพ์ในปีหน้าจะเติบโตต่อเนื่องจากปี 2553 และด้วยศักยภาพการปรับตัวภายในองค์กร ในทุกด้านอย่างต่อเนื่องนั้น จะเป็นโอกาสดีของสื่อสิ่งพิมพ์ของบริษัท
2. แนวโน้มการใช้สื่อของ Advertiser เริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการมุ่งสร้างปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับกลุ่มผู้บริโภค มากกว่าการประชาสัมพันธ์ภาพรวมทำให้เกิดการแข่งขันแย่งชิงลูกค้ารุนแรง ดังนั้นรูปแบบการนำเสนอการขายโฆษณาซึ่งเป็นรายได้หลักของบริษัท จึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามพฤติกรรมของผู้ลงโฆษณา กลุ่มบริษัทเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความตื่นตัวและพัฒนาการนำเสนอสินค้าและบริการในรูปแบบ Total Solution ให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง จึงเชื่อว่ากลุ่มบริษัทจะสามารถใช้ศักยภาพของการผสมผสานสื่อให้เกิดประโยชน์ในการสร้างรายได้เพิ่มให้แก่บริษัท

3. การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาช่วยปรับปรุงกระบวนการผลิตหนังสือพิมพ์และการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งของสื่อในกลุ่มบริษัท ในการคัดสรรเนื้อหาเสนอเนื้อหาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีทางเลือก "สื่อใหม่" (New Media) ที่เกิดขึ้นอย่างหลากหลาย โดยการใช้แนวคิด Multimedia Convergence Newsroom ที่เป็น "การหลอมรวม" ระบบการทำงานของกองบรรณาธิการทุกสื่อ เพื่อผลิตเนื้อหาในหลากหลายรูปแบบ ให้สามารถส่งผ่านไปยังผู้บริโภคข่าวได้อย่างทันทั่วทั้งในทุกสถานที่

อย่างไรก็ตามปัจจัยสำคัญที่จะทำให้บริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ประสบความสำเร็จในอนาคต จะยังคงเป็นการเสนอข่าวที่น่าสนใจ เที่ยงตรงและได้รับความเชื่อถือจากผู้อ่าน, การควบคุมต้นทุนและประสิทธิภาพการทำงาน รวมทั้งการใช้ประโยชน์จาก Content ที่มีอยู่ไปยังช่องทางใหม่ คอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในเวลาที่เหมาะสม เพื่อขยายฐานผู้อ่าน และ ผู้ลงโฆษณา

3. ธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียง

ดำเนินการโดยบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้นำในการนำเสนอข่าวและสาระในรูปสถานีข่าว 24 ชั่วโมง รายแรกของประเทศไทย โดยมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวที่ทันต่อเหตุการณ์ เจาะลึกและวิเคราะห์เนื้อหาอย่างเป็นกลางเชื่อถือได้ นอกจากนี้ยังเป็นผู้ผลิตและร่วมผลิตรายการวิเคราะห์ข่าวให้สถานีโทรทัศน์อื่น ๆ

แนวโน้มอุตสาหกรรมในอนาคต

ปัจจุบัน ประเทศไทยมีสถานีโทรทัศน์ที่ให้บริการแก่ผู้ชมทั่วประเทศโดยไม่เก็บค่าบริการ (Free TV) จำนวนทั้งหมด 6 สถานี ได้แก่ ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 ช่อง 11 ออกอากาศในระบบ VHF (Very High Frequency) และช่อง 3 ช่องที่บีเอส ออกอากาศในระบบ UHF (Ultra High Frequency) โดยทุกช่องมีพื้นที่ออกอากาศครอบคลุมทั่วประเทศ นอกจากนี้ ยังมีผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์แบบมีค่าใช้จ่ายในการรับชม (Pay TV) ได้แก่ บริษัท ทู วิชั่นส์ จำกัด (มหาชน) และผู้ประกอบการเคเบิลทีวีท้องถิ่น ซึ่งผู้ชมต้องเสียค่าใช้จ่ายในการรับชมในรูปแบบค่าสมาชิกรายเดือน รวมถึงผู้ประกอบการช่องทีวีดาวเทียม ซึ่งผู้ชมต้องติดตั้งจานดาวเทียมเพื่อรับสัญญาณภาพช่องรายการจากผู้ประกอบการทีวีดาวเทียมต่างๆ

สื่อโทรทัศน์ประเภท เคเบิลทีวี และ สถานีโทรทัศน์ดาวเทียม เป็นสื่อทางเลือกใหม่ อันเป็นผลมาจากการบังคับใช้ พ.ร.บ.การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 ที่เปิดโอกาสให้มีโฆษณาได้ชั่วโมงละ 6 นาที และการบังคับใช้ "ประกาศหลักเกณฑ์การออกใบอนุญาตกิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ชั่วคราว" (กิจการโทรทัศน์ที่มีการบอกรับสมาชิก) หรือเคเบิลทีวี ในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 9 พ.ย.2552 ที่ผ่านมา ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการเคเบิลทีวีท้องถิ่นยื่นขอใบอนุญาตชั่วคราว 1 ปี กับคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) ระหว่างรอ องค์การอิสระจัดสรรคลื่นความถี่ มาดูแล ส่งผลให้ธุรกิจเคเบิลทีวี เป็นกิจการที่มีใบอนุญาตถูกต้อง และสถาบันการเงินต่างๆ มีความมั่นใจในการปล่อยกู้เงิน เพื่อลงทุนในกิจการประเภทนี้

สื่อเคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียม เป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจใช้เป็นช่องทางการโฆษณาในยุคปัจจุบัน และกำลังมาแรงอย่างมาก โดยปัจจุบันสื่อทีวีดาวเทียม และเคเบิลทีวี ครอบคลุมผู้ชมที่เป็นสมาชิก กว่า 9 ล้านครัวเรือน เดิมโตร้อยละ 50 เมื่อเทียบกับปีก่อน

อย่างไรก็ตาม จากข้อได้เปรียบของ NBC ในฐานะบริษัท ประกอบธุรกิจจัดหาและผลิตข้อมูลข่าวสาร (Content Provider) เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อประเภทต่างๆ อันได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อรูปแบบใหม่ที่มีช่องทางการแพร่ภาพหลายช่องทาง ทั้งสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี เคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียม ประกอบกับมีประสบการณ์ความชำนาญด้านงานข่าวมาอย่างยาวนาน และมีความพร้อมด้านบุคลากร และการเป็นที่ยอมรับในฐานะผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวและสาระความรู้ที่มีคุณภาพจากสาธารณชนโดยทั่วไป บริษัทยังคงขีดความสามารถการแข่งขันและเป็นหนึ่งในผู้นำในธุรกิจสื่อโทรทัศน์ได้ต่อไป ในปี 2553 NBC ได้ลงทุนปรับปรุงระบบและอุปกรณ์การถ่ายทอดของ Nation Channel สถานีข่าว 24 ชั่วโมง และในเดือนมิถุนายน 2553 ได้เปิดช่องสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมช่องใหม่ Mango TV ในคอนเซ็ปต์ Smart Entertainment ซึ่งถือเป็นนวัตกรรมของ

(ลายเซ็น)

บริษัทที่สร้างความแตกต่าง ในการนำเสนอเนื้อหารายการ การลงทุนครั้งนี้จึงนับว่า NBC ได้ก้าวสู่การเป็นสถานีโทรทัศน์ที่นำเทคโนโลยีระดับสูงเข้ามาใช้ในการออกอากาศ และนับเป็นการก้าวสู่ระบบดิจิทัลที่เต็มรูปแบบ และในปี 2554 NBC เตรียมทำการเปิดโทรทัศน์ดาวเทียมช่องใหม่ ชื่อ “ระวีงกัย” ซึ่งเป็นช่องทางให้ประชาชนได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับอาชญากรรมในรูปแบบต่างๆ และสถานที่ที่มีความไม่ปลอดภัย ทั้งนี้ช่วยกันป้องกันไม่ให้เกิดเหตุร้าย อุบัติเหตุ และอุบัติเหตุ

4. ธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

จากผู้บุกเบิกโลกการสื่อสารในยุคดิจิทัลด้วยบริการข่าวบนมือถือ ตลอดจนสื่อออนไลน์ผ่าน Website จนมาเป็น New Media ซึ่งในปัจจุบันสื่อรูปแบบใหม่ได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว มีแนวโน้มการขายตัวในอัตราที่สูงมากและต่อเนื่อง แนวโน้มธุรกิจโฆษณาในปี 2554 คาดการณ์ว่ายังคงมีการเติบโตในอัตราสูงต่อเนื่อง แต่มีเงินก็ยังต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อหลัก

จากวิสัยทัศน์ของบริษัทในการแยกธุรกิจตามประเภทกลุ่มลูกค้าเพื่อการเติบโต ที่บริษัทได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง โดยแต่ละสายธุรกิจสามารถเติบโตได้ทุกช่องทาง ภายใต้กลุ่มลูกค้าของตนเองนั้น การพัฒนาภายในองค์กรอย่างต่อเนื่องทำให้ทุกสายธุรกิจของบริษัท มีความพร้อมในด้านการนำเสนอเนื้อหาผ่านช่องทางสื่อใหม่เพิ่มขึ้น ดังนั้นในปี 2554 จึงคาดการณ์ว่าบริษัทจะมีการเติบโตของรายได้จากธุรกิจสื่อใหม่เพิ่มขึ้น

บทสรุป

ปี 2553 เป็นปีที่เต็มไปด้วยความสับสนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ที่ค่อนข้างรุนแรง ถึงแม้ประเทศจะประสบความวุ่นวาย ทางการเมืองความแตกแยกทางความคิดของประชาชน อย่างร้ายแรงถึงขั้นเผาบ้านเผาเมือง และเกิดอุทกภัยครั้งร้ายแรงในช่วงปลายปี แต่โดยรวมเศรษฐกิจในปี 2553 ก็เติบโตกว่าปีก่อนมากกว่าร้อยละ 7

สำหรับเนชั่นกรุ๊ป ได้รับผลกระทบจากการเหตุการณ์ทั้ง 2 บ้าง แต่ไม่มากอย่างที่บริษัทได้เตรียมการรับมือไว้ ทำให้รายได้โฆษณาเติบโตถึงร้อยละ 25 รายได้จากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ทางการเมืองและสถานการณ์น้ำท่วม ทำให้รายได้จากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ลดลง ร้อยละ 5 และรายได้จากการขายและบริการรวมเติบโตร้อยละ 16 ในขณะที่บริษัทมีการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างรัดกุม ทำให้บริษัทมีกำไรจากการดำเนินงานถึง 100 ล้านบาท จึงทำให้มีอัตรากำไรสุทธิต่อรายได้รวมถึงร้อยละ 10.69

ตลอดระยะเวลา 40 ปีของการดำเนินธุรกิจสื่อ บริษัทยังคงมีจุดยืนในการดำเนินธุรกิจด้านสื่อสารมวลชนที่มีพื้นฐานแน่วแน่ในการดำรงไว้ซึ่งมาตรฐานและจรรยาบรรณในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องเที่ยงตรง เป็นกลาง และยุติธรรมตามหลักจริยธรรมและหลักการของวิชาชีพสื่อสารมวลชน รวมถึงการดำเนินการตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) ในการรักษา Core Value ของบริษัท อันได้แก่ Credibility, Integrity, Synergy, Customer focus และ Innovation ซึ่งเป็นฐานหลักที่สำคัญที่ช่วยให้กลุ่มบริษัทยืนหยัดมาจนปัจจุบัน และจะเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป



12. ข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง

- ไม่มี -

วราภรณ์ กิจนุ

ส่วนที่ 2
การรับรองความถูกต้องของข้อมูล

การรับรองความถูกต้องของข้อมูลในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีนั้น

“บริษัทได้สอบทานข้อมูลในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีฉบับนี้แล้ว ด้วยความระมัดระวัง บริษัทขอรับรองว่า ข้อมูลดังกล่าวถูกต้องครบถ้วน ไม่เป็นเท็จ ไม่ทำให้ผู้อื่นสำคัญผิด หรือไม่ขาดข้อมูลที่ควรต้องแจ้งในสาระสำคัญ นอกจากนี้ บริษัทขอรับรองว่า

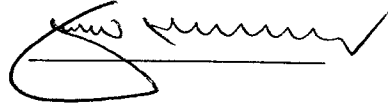
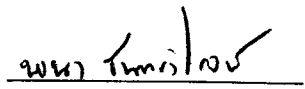
(1) งบการเงินและข้อมูลทางการเงินที่สรุปมาในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีได้แสดงข้อมูลอย่างถูกต้องครบถ้วน ในสาระสำคัญเกี่ยวกับฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน และกระแสเงินสดของบริษัทและบริษัทย่อยแล้ว

(2) บริษัทได้จัดให้มีระบบการเปิดเผยข้อมูลที่ดี เพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทได้เปิดเผยข้อมูลในส่วนที่เป็นสาระสำคัญทั้งของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างถูกต้องครบถ้วนแล้ว รวมทั้งควบคุมดูแลให้มีการปฏิบัติตามระบบดังกล่าว

(3) บริษัทได้จัดให้มีระบบการควบคุมภายในที่ดี และควบคุมดูแลให้มีการปฏิบัติตามระบบดังกล่าว และบริษัทได้แจ้งข้อมูลการประเมินระบบการควบคุมภายใน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 ต่อผู้สอบบัญชีและกรรมการตรวจสอบของบริษัทแล้ว ซึ่งครอบคลุมถึงข้อบกพร่องและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของระบบการควบคุมภายใน รวมทั้งการกระทำที่มีขอบที่อาจมีผลกระทบต่อการจัดทำรายงานทางการเงินของบริษัทและบริษัทย่อย

ในการนี้ เพื่อเป็นหลักฐานว่าเอกสารทั้งหมดเป็นเอกสารชุดเดียวกันกับที่บริษัทได้รับรองความถูกต้องแล้ว

บริษัทได้มอบหมายให้ นางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์ เป็นผู้ลงลายมือชื่อกำกับเอกสารนี้ ไว้ทุกหน้าด้วย หากเอกสารใดไม่มีลายมือชื่อของ นางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์ กำกับไว้ บริษัทจะถือว่าไม่ใช่ข้อมูลที่บริษัทได้รับรองความถูกต้องของข้อมูลแล้ว ดังกล่าวข้างต้น”

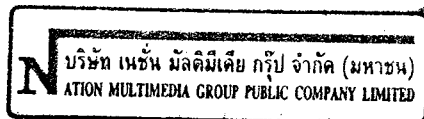
ชื่อ	ตำแหน่ง	ลายมือชื่อ
นายธนัชย์ สันติชัยกุล	รองประธานกรรมการและ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	
นายพนา จันทรวีโรจน์	กรรมการ	
ผู้รับมอบอำนาจ		
นางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์	เลขานุการบริษัท	

หนังสือมอบอำนาจ

วันที่ 28 มีนาคม 2554

โดยหนังสือมอบอำนาจฉบับนี้ข้าพเจ้า บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดย นายธนัชชัย สันติชัยกุล และ นายพนา จันทรวีโรจน์ กรรมการผู้มีอำนาจลงนามกระทำการแทนบริษัท สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 1854 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร ขอมอบอำนาจให้นางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์ เลขานุการบริษัท เป็นผู้มีอำนาจลงลายมือชื่อกำกับเอกสารทุกหน้าเพื่อรับรองความถูกต้องของข้อมูลในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 2553 (แบบ 56-1) ของบริษัทฯ

เพื่อเป็นหลักฐาน ข้าพเจ้าจึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นหลักฐานสำคัญต่อหน้าพยาน



ลงชื่อ [Signature] ผู้มอบอำนาจ
(นายธนัชชัย สันติชัยกุล และ นายพนา จันทรวีโรจน์)

ลงชื่อ [Signature] ผู้รับมอบอำนาจ
(นางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์)

ลงชื่อ [Signature] พยาน
(นางสาวยุพา แสงประสาน)

ลงชื่อ [Signature] พยาน
(นางนงนุช พุ่มผล)

ที่ สจ.5000614



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 11 คน ตามรายชื่อดังต่อไปนี้

1.นายธนาชัย ธีรพัฒน์วงศ์

2.นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น

3.นายธนะชัย สันติชัยกุล

4.นายเชวง จริยะพิสุทธิ์

5.นายนิวัฒน์ แจ่มอริยางค์

6.นายปรกรณ์ บริมาสาร

7.นายพนา จันทรวโรจน์

8.นายนิสสัย เวชชาชีวะ

9.นายโยธิน เนื่องจำนงค์

10.นายเสริมสิน สมะลาภา

11.นางคริสติน ด้ไบเยเอส เบรนเดล/

3. ชื่อและจำนวนกรรมการซึ่งมีอำนาจลงลายมือชื่อแทนบริษัทคือ นายธนาชัย ธีรพัฒน์วงศ์

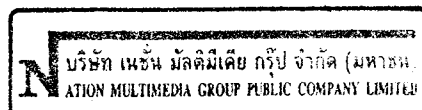
นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น นายธนะชัย สันติชัยกุล สองในสามคนนี้ลงลายมือชื่อร่วมกัน

และประทับตราสำคัญของบริษัท หรือนายธนาชัย ธีรพัฒน์วงศ์ นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น

นายธนะชัย สันติชัยกุล คนใดคนหนึ่งลงลายมือชื่อร่วมกับ นายพนา จันทรวโรจน์

รวมเป็นสองคนและประทับตราสำคัญของบริษัท

ข้อจำกัดอำนาจของกรรมการ ไม่มี/



4.ทุนจดทะเบียน 2,500,000,000.00 บาท /

(สองพันห้าร้อยล้านบาทถ้วน)

ทุนชำระแล้วเป็นเงิน 1,647,740,300.00 บาท /

(หนึ่งพันหกร้อยสี่สิบเจ็ดล้านเจ็ดแสนสี่หมื่นสามร้อยบาทถ้วน)

5. สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 1854 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร/

เอกสารนี้ใช้ในวัตถุประสงค์เพื่อ ~~ประกอบกิจการ~~ 56-7

สำนักงานสาขา ตั้งอยู่ (1) เลขที่ 24/1 ซอย 5 ก. ถนนนันทาราม ตำบลหายยา อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

สำนักงานสาขา ตั้งอยู่ (2) เลขที่ 21, 23, 25, 27 ถนนกาญจนวนิช ตำบลบ้านพรุ อำเภอหาดใหญ่



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
Department of Business Development Ministry of Commerce
สายด่วน 1578 www.dbd.go.th

นายธนะชัย สันติชัยกุล

นาย พนา จันทรวโรจน์

นายพนา จันทรวโรจน์

Creative Services
"จับตาดู 56 ปี ให้ใจรัก"

-บริการขอเอกสารผ่าน www.dbd.go.th -> ชำระเงินทางธนาคาร -> บริการจัดส่ง โทร. 02-5475050 ต่อ 3630, 3636 หรือ 02-5475994 / จัดพิมพ์ เมื่อเวลา 10:47 น.

ที่ สจ.5000614



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

หนังสือรับรอง

จังหวัดสงขลา

สำนักงานสาขา ตั้งอยู่ (3) เลขที่ 67 หมู่ที่ 8 ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมืองขอนแก่น
จังหวัดขอนแก่น

สำนักงานสาขา ตั้งอยู่ (4) เลขที่ 19/27 หมู่ที่ 7 ถนนบางนา-ตราด กม.ที่ 17
ตำบลบางโจลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

สำนักงานสาขา ตั้งอยู่ (5) เลขที่ 19/49, 19/50 หมู่ที่ 7 ถนนบางนา-ตราด กม.ที่ 17
ตำบลบางโจลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ/

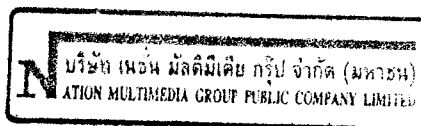
6. วัตถุประสงค์ของบริษัทมหาชน จำกัดมี 15 ข้อ ดังปรากฏในสำเนาเอกสารแนบท้ายหนังสือรับรองนี้
จำนวน 2 แผ่น โดยมีลายมือชื่อนายทะเบียนซึ่งรับรองเอกสารและประทับตรากรมพัฒนาธุรกิจการค้าเป็นสำคัญ

ออกให้ ณ วันที่ 9 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2554



"เอกสารนี้ใช้ในวัตถุประสงค์เพื่อ..."

รายการขอควรทราบของนิติบุคคลมีดังนี้



นายอเนชัย สันติชัยกุล

นายพนา จันทรวีโรจน์



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
Department of Business Development Ministry of Commerce
สถาปนา 1978 www.dbd.go.th

บริการขอเอกสารผ่าน www.dbd.go.th -> ชำระเงินทางธนาคาร -> บริการจัดส่ง โทร. 02-5475050 ต่อ 3630, 3636 หรือ 02-5475994 / จัดพิมพ์ เมื่อเวลา 10:47 น.

Creative Services
"จับจ่าย ใช้เงิน ใส่ใจบริการ"

นายธนชัย ธีรพัฒน์วงศ์ ตำแหน่ง ประธานกรรมการ อายุ 66 ปี การศึกษา -ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง -ศิลปศาสตรบัณฑิต (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง -ประกาศนียบัตร โรงเรียนอัสสัมชัญวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร (ACC)	นายธนชัย ธีรพัฒน์วงศ์ ตำแหน่ง รองประธานกรรมการ อายุ 57 ปี การศึกษา -ปริญญาโท พานิชศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ -ปริญญาตรี สาขาบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	นายสุทธิชัย แซ่หลุ่น ตำแหน่ง กรรมการและกรรมการบริหาร อายุ 65 ปี การศึกษา -ประกาศนียบัตร โรงเรียนอัสสัมชัญวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร (ACC) -โรงเรียนเกษตรวิทยา อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา
การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -หลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCP) รุ่นที่ 45	การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -หลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCP) รุ่นที่ 18 สถาบันวิทยการตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย -หลักสูตรผู้บริหารระดับสูงวิทยาการตลาดทุน (วคท. รุ่น 1) สถาบันพระปกเกล้า -หลักสูตรการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย สำหรับผู้บริหารระดับสูง รุ่นที่ 11	การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -Director Accreditation Program (DAP) รุ่นที่ 54
จำนวนพื้นที่ถือครอง ณ วันที่ 25 มกราคม 2554 -นายธนชัย ธีรพัฒน์วงศ์ 17,272.309 ไร่ (10.48%)	จำนวนพื้นที่ถือครอง ณ วันที่ 25 มกราคม 2554 -นายธนชัย ธีรพัฒน์วงศ์ 251,769 ไร่ (0.15%) -นางรัชฎา สันติชัยกุล 56,197 ไร่ (0.03%)	จำนวนพื้นที่ถือครอง ณ วันที่ 25 มกราคม 2554 -นายสุทธิชัย แซ่หลุ่น 14,600,054 ไร่ (8.86%) -นางนันทวัน พุ่ม 283,000 ไร่ (0.17%)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี
ประวัติการทำงาน 2519 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการบริหาร บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2522 - 2536 ผู้อำนวยการแผนกบัญชีและการเงิน บริษัท เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป จำกัด 2536 - 2537 กรรมการผู้จัดการ บมจ. เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป 2538 - ส.ค. 2539 รองประธานกรรมการ บมจ. เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป ส.ค. 2539 - 2547 รองประธานกรรมการ บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2548 - 2550 รองประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการใหญ่ บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2551 - ปัจจุบัน ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2514 - ปัจจุบัน บรรณาธิการอำนวยการ บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป

สมทบ (Print)

การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 2545 - ปัจจุบัน กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ บมจ. ไมโครซอฟท์ไทย	การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 2539 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการ -บมจ. เนชั่น อินเทอร์เน็ต เอ็ดดูเทนเมนท์ 2549 - 2553 ประธานกรรมการ -บมจ. เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น 2554 กรรมการบริหาร -บมจ. เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น	การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 2554 ประธานกรรมการ -บมจ. บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น
การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่มิใช่บริษัทจดทะเบียน 2534 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท โกลด์วิ-เนชั่น อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด 2539 - ปัจจุบัน กรรมการ -บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ต เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด 2540 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด 2548 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการ -บริษัท คีบบลิวเทิสต์ (ประเทศไทย) จำกัด 2549 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการ -บริษัท เอ็ม เอ็ม จำกัด 2550 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการ -บริษัท เนชั่น พรีเมียม เซอร์วิส จำกัด 2553 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการ -บริษัท กงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด 2554 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการ -บริษัท เนชั่น ภูเก็ต	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่มิใช่บริษัทจดทะเบียน 2534 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท โกลด์วิ-เนชั่น อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด 2539 - ปัจจุบัน กรรมการ -บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ต เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด 2540 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด 2541 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท เนชั่น เอ็มเอช เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด 2543 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการ -บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด 2548 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท คีบบลิวเทิสต์ (ประเทศไทย) จำกัด 2549 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท เอ็ม เอ็ม จำกัด 2550 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท เนชั่น พรีเมียม เซอร์วิส จำกัด 2551 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท เนชั่น นิวส์ มีเดีย จำกัด 2552 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท กงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด 2554 กรรมการบริหาร -บริษัท เนชั่น ภูเก็ต	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่มิใช่บริษัทจดทะเบียน 2537 - ปัจจุบัน กรรมการ -บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ต เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด 2549 - ปัจจุบัน กรรมการ -บริษัท เอ็ม เอ็ม จำกัด 2551 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการ -บริษัท เนชั่น นิวส์ มีเดีย จำกัด 2554 กรรมการบริหาร -บริษัท เนชั่น ภูเก็ต



นายเกรียง ธีรพัฒน์วงศ์

บรรณภาพ

นายเกรียง สันติชัยกุล

นายสุภากรชัย แซ่พุ่ม

การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการที่แข่งขันกับกิจการของบริษัทหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน
-ไม่มี

การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการที่แข่งขันกับกิจการของบริษัทหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน
-ไม่มี

การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการที่แข่งขันกับกิจการของบริษัทหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน
-ไม่มี

การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง)

5/5

การประชุมคณะกรรมการบริษัท

1/1

การประชุมตามสัญญาประจำปีผู้ถือหุ้น

การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง)

5/5

การประชุมคณะกรรมการบริษัท

1/1

การประชุมตามสัญญาประจำปีผู้ถือหุ้น

การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง)

5/5

การประชุมคณะกรรมการบริษัท

1/1

การประชุมตามสัญญาประจำปีผู้ถือหุ้น

Handwritten signature

นายปกรณ์ ภิรมย์สาร		นายทรง จริยะกุล		นายเอื้อน เมืองจำนงค์	
ตำแหน่ง กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ		ตำแหน่ง กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ		ตำแหน่ง กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	
อายุ 64 ปี		อายุ 66 ปี		อายุ 61 ปี	
การศึกษา ปริญญาโท สาขาวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปริญญาตรี สาขาวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย		การศึกษา ประกาศนียบัตร โรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชย์ กรุงเทพมหานคร (ACC)		การศึกษา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง ศิลปศาสตรบัณฑิต (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประกาศนียบัตร โรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชย์ กรุงเทพมหานคร (ACC)	
การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -หลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCE) รุ่นที่ 17 - Fellow Member สถาบันวิชาการตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย -หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง (ศพบ. รุ่นที่ 3) สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย (TLCA) -หลักสูตร Executive Development Program (EDP) รุ่นที่ 1		การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -Director Accreditation Program (DAP) รุ่นที่ 36 -Understanding Fundamental Statement (UFS) รุ่นที่ 2 -Finance for Non-Finance Director (FN) รุ่นที่ 31 -Monitoring the System Internal Control and Risk Mgmt. รุ่นที่ 1 -Audit Committee Program รุ่น 20		การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -หลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการบริษัท (DCE) รุ่น 36 สถาบันวิชาการตลาดทุน - ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย -หลักสูตรผู้บริหารระดับสูงวิชาการตลาดทุน (ศค.รุ่น 7)	
จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 25 มกราคม 2554 -นายปกรณ์ ภิรมย์สาร 26,900 หุ้น (0.02%)		จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 25 มกราคม 2554 -ไม่มี		จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 25 มกราคม 2554 -นายเอื้อน เมืองจำนงค์ 100,000 หุ้น (0.06%)	
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี		ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี		ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี	
ประวัติการทำงาน 2536 - ปัจจุบัน ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ. ไทลิ่ง แอนด์ อีทีบีเมทท์ 2542 - ปัจจุบัน ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท แอส โอ แปซิฟิคเออร์ลิง จำกัด 2547 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการและประธานกรรมการตรวจสอบ บมจ. พารามอเตอร์ทอลล์ 2553 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท แอส โอ โอติคเคา จำกัด		ประวัติการทำงาน 2534 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร บริษัท เอส เอส ที โอที จำกัด 2534 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร บริษัท สยามซินดิเคทเทคโนโลยี จำกัด 2534 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร บริษัท สยามสตีล เวอร์คส์ จำกัด 2552 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร บริษัท สยาม เอเซีย เอ็มไวรอนเม้นท์ จำกัด		ประวัติการทำงาน 2523 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร บมจ. ไมโครซอฟท์ไทย 2532 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร บริษัท ไมโครซอฟท์ไทย จำกัด 2540 - ปัจจุบัน กรรมการ บมจ. เอ็ม เอช อี ซี 2551 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการบริหาร บมจ. พาสติกและพลาสติกไทย	

การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
2536 - ปัจจุบัน
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บมจ. ไททีเคแอนด์อีซีริแมนท์
ประธานกรรมการและประธานกรรมการตรวจสอบ
บมจ. พรพรหมเมืงทอง

การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
- ไม่มี

การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
2523 - ปัจจุบัน
กรรมการบริหาร
บมจ. ไมโครซอฟท์กรุ๊ป
กรรมการ
บมจ. เอ็ม เอส ซี ซี
ประธานกรรมการบริหาร
บมจ. พลาตินั่มและฟีนทอ ไทย

การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่มีบริษัทจดทะเบียน
2542 - ปัจจุบัน
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
-บริษัท แอด แอนด์ อี แมนูแฟเจอริง จำกัด
กรรมการ
-บริษัท แอด แอนด์ อี โซลูชัน จำกัด

การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่มีบริษัทจดทะเบียน
2534 - ปัจจุบัน
กรรมการบริหาร
-บริษัท เอส เอส ที โซลิ่ง จำกัด
กรรมการบริหาร
-บริษัท สยามซินดิเคท เทคโนโลยี จำกัด
กรรมการบริหาร
-บริษัท สยามสตีล เวอร์คส์ จำกัด
กรรมการบริหาร
-บริษัท สยาม เอลิซ เอ็นไวรอนเม้นท์ จำกัด

การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่มีบริษัทจดทะเบียน
2532 - ปัจจุบัน
กรรมการ
-บริษัท ไมโครซอฟท์ทาวเวอร์ จำกัด

Handwritten signature

นายปารณ์ นริมาพร	นายวง จริยะฤทธิ์	นายฉัตร นื่องจันทร์
การเข้าร่วมโครงการในกิจกรรมที่แข่งขันกับกิจการของวิสาหกิจที่ตนเองมีผลสัมฤทธิ์	การเข้าร่วมโครงการในกิจกรรมที่แข่งขันกับกิจการของวิสาหกิจที่ตนเองมีผลสัมฤทธิ์	การเข้าร่วมโครงการในกิจกรรมที่แข่งขันกับกิจการของวิสาหกิจที่ตนเองมีผลสัมฤทธิ์
-ไม่มี การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมคณะกรรมการบริษัท 5/5 การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น 1/1 การประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ 4/4	-ไม่มี การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมคณะกรรมการบริษัท 5/5 การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น 1/1 การประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ 4/4	-ไม่มี การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมคณะกรรมการบริษัท 4/5 การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น 1/1 การประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ 4/4



รายชื่อ		นายวิฑูรย์ งามอสงวณ		นายเสริมสิน สมะลาภา	
ตำแหน่ง	กรรมการอิสระ	ตำแหน่ง	กรรมการ	ตำแหน่ง	กรรมการ
อายุ	79 ปี	อายุ	68 ปี	อายุ	42 ปี
การศึกษา		การศึกษา		การศึกษา	
-MBA (Political Economy) Stern School of Business, New York University -BA (Economic), Boston University -ประกาศนียบัตร วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร รุ่น 17		-ปริญญาตรี วิทยาศาสตรบัณฑิตเกียรตินิยม สาขา บริหารธุรกิจ , มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ -ประกาศนียบัตร โรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชย วิทยาลัยนานาชาติ (ACC)		-ปริญญาโท สาขาการพัฒนาระบบบริหาร วิทยาลัยบริหารธุรกิจโคเปน ฮาเกน ประเทศเดนมาร์ก -ปริญญาตรี สาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย -หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง หลักสูตรผู้บริหาร วิทยาลัยบริหารธุรกิจการศึกษาราชวิทยาลัยสหรัฐอเมริกา ประเทศสหรัฐอเมริกา	
การอบรม สมทมนส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -หลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการบริษัท (DCP) รุ่น 73		การอบรม สมทมนส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -Director Accreditation Program (DAP) รุ่นที่ 36		การอบรม สมทมนส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -Director Accreditation Program (DAP) รุ่นที่ 24	
จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 25 มกราคม 2554		จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 25 มกราคม 2554		จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 25 มกราคม 2554	
-ไม่มี		-นายวิฑูรย์ งามอสงวณ 4,485,878 หุ้น (2.72%)		-นายเสริมสิน สมะลาภา 14,000,000 หุ้น (8.50%)	
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร		ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร		ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร	
-ไม่มี		-ไม่มี		-ไม่มี	
ประวัติการทำงาน		ประวัติการทำงาน		ประวัติการทำงาน	
2541 - ปัจจุบัน		2528 - ปัจจุบัน		2540 - 2542	
นายกสมาคมมหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาวิทยาลัยราชภัฏ		กรรมการผู้จัดการ บริษัท กรีนสยาม จำกัด		อาจารย์ด้านบริหารทรัพยากรบุคคล คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	
		กรรมการ บริษัท เวิลด์กรีน อินเตอร์เนชั่นแนล โซลูชั่น (ประเทศไทย) จำกัด		กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไทย พอร์ทัล จำกัด	
		2532 - ปัจจุบัน		ประธานกรรมการ บริษัท แปซิฟิก แอสเซทส์ จำกัด (มหาชน)	
		2533 - ปัจจุบัน		กรรมการและกรรมการผู้จัดการ บริษัท แมกซ์เทรด จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	
		2544 - ปัจจุบัน		กรรมการ บริษัท เวิลด์กรีน จำกัด	
		2546 - ปัจจุบัน		กรรมการ บริษัท เวิลด์กรีน จำกัด	
				กรรมการ บริษัท พาร์ค ครีชั่น จำกัด	
				กรรมการ	
				2547 - ปัจจุบัน	

(*นามสกุลนาม*)

นายณัฏฐ์ เวชชาชีวะ	นายวิรัตน์ แสงธีรวงศ์	นายสุรณัฐ สมนะลา
		บริษัท มีเดีย เอชเพอร์ทีส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด 2549 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท อีทวา เบริเตนดอนส์ จำกัด 2553 - ปัจจุบัน นายกสมาคมทิวาไทย มหาวิทยาลัยเอเชียอาทเนย์ 2553 - ปัจจุบัน กรรมการ บมจ. แมจิม มีเดีย กรุ๊ป
การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ -ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ -ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 2546 - ปัจจุบัน กรรมการ กรรมการและกรรมการผู้จัดการ บมจ. แมจิม มีเดีย กรุ๊ป
การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน -ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน 2528 - ปัจจุบัน กรรมการผู้จัดการ บริษัท เทมเพน จำกัด 2532 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท เอเวอร์กรีน อินเตอร์เนชั่นแนล โคลด์ ทรอปิคอลส์ (กรุงเทพฯ) จำกัด 2544 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการบริหาร บ. เอเวอร์กรีน ซุปเปอร์มาร์เก็ต (ไทยแลนด์) จำกัด 2546 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท เอเวอร์กรีน โกลด์คัส (ประเทศไทย) จำกัด	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน 2546 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท เทมเพน จำกัด 2546 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท พาร์ต คลีน จำกัด 2547 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท มีเดีย เอชเพอร์ทีส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด 2549 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท อีทวา เบริเตนดอนส์ จำกัด

and more

การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการที่แข่งขันกับกิจการของบริษัทหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน -ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการที่แข่งขันกับกิจการของบริษัทหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน -ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการที่แข่งขันกับกิจการของบริษัทหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน -ไม่มี
การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมคณะกรรมการบริษัท 2/5 การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น 1/1	การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมคณะกรรมการบริษัท 5/5 การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น 1/1	การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมคณะกรรมการบริษัท -/5 การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น -/1 หมายเหตุ : เริ่มเป็นกรรมการเมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2553

Signature

ก. จันท

นาย. เจริญ มัตติมีเดีย กรุ๊ป
กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ
บริษัท เจริญ นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด

2551 - ปัจจุบัน

การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

-ไม่มี

การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

-ไม่มี

การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน

2551 - ปัจจุบัน

กรรมการผู้อำนวยการ

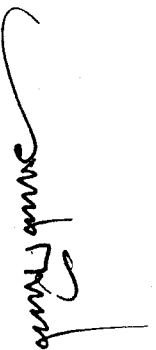
-บริษัท เจริญ นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด

การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่ไม่ใช่บริษัทจดทะเบียน

-ไม่มี

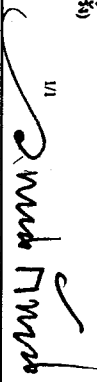
Signature

นายพล จักรวีรพงศ์	นางศรีทิพย์ ศิโยมเดช วรรณศิลป์
การวัดระดับความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของบรรษัทหรือกิจการที่ตนรับผิดชอบ -ไม่มี	การวัดระดับความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของบรรษัทหรือกิจการที่ตนรับผิดชอบ -ไม่มี
การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมคณะกรรมการบริษัท 5/5 การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น 1/1	การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมคณะกรรมการบริษัท -/5 การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น -/1



หมายเหตุ อื่นๆที่ 1		งบแสดงฐานะการเงิน		งบแสดงฐานะการเงิน	
ตำแหน่ง กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ		ตำแหน่ง กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวภาษาไทย		ตำแหน่ง กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย	
๑๙ 52 ปี		๑๙ 47 ปี		๑๙ 40 ปี	
การศึกษา		การศึกษา		การศึกษา	
-ปริญญาโท : Tufts University, USA		-ปริญญาตรี สาขาวิทยาศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย		-ปริญญาโท สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาลัยนานาชาติ	
การอบรม		การอบรม		การอบรม	
1. สหพันธ์สมาคมนักข่าวไทย -หลักสูตรอบรมภาษาที่ 1 และทักษะของการเป็นกรรมการบริษัท (DCP) รุ่นที่ 71 2. สหพันธ์สมาคมนักข่าวไทย -สัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่องการบริหารความเสี่ยง		1. สหพันธ์สมาคมนักข่าวไทย -หลักสูตรอบรมภาษาที่ 1 และทักษะของการเป็นกรรมการบริษัท (DCP) รุ่น 144 2. สหพันธ์สมาคมนักข่าวไทย -หลักสูตร Executive Development Program (EDP) รุ่นที่ 4		1. สหพันธ์สมาคมนักข่าวไทย -หลักสูตรอบรมภาษาที่ 1 และทักษะของการเป็นกรรมการบริษัท (DCP) รุ่น 143	
จำนวนวันที่ถือครอง ๒ วันที่ 25 มกราคม 2554		จำนวนวันที่ถือครอง ๒ วันที่ 25 มกราคม 2554		จำนวนวันที่ถือครอง ๒ วันที่ 25 มกราคม 2554	
-บางชุด จำนวนร้อยละ 12,450 หุ้น (0.01%)		-4,410 หุ้น (0.0027%)		- ไม่มี	
ความสัมพันธ์กับกลุ่มครอบครัวของผู้บริหาร		ความสัมพันธ์กับกลุ่มครอบครัวของผู้บริหาร		ความสัมพันธ์กับกลุ่มครอบครัวของผู้บริหาร	
-ไม่มี		-ไม่มี		-ไม่มี	
ประวัติการทำงาน		ประวัติการทำงาน		ประวัติการทำงาน	
2531 - 2535		2530 - 2533		2545 - 2550	
นักข่าวอาวุโส - หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น		นักข่าว		ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายการตลาด	
บริษัท เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป จำกัด		บริษัท เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป จำกัด		บมจ. เนชั่น นวัตกรรมสื่อดิจิทัล	
2536 - 2537		2533 - 2542		2551 - ค.ศ. 2553	
บรรณาธิการฝ่ายเศรษฐกิจ		ผู้อำนวยการบริหาร		กรรมการผู้อำนวยการ ฝ่ายการตลาด	
บมจ. เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป		บมจ. เนชั่น นวัตกรรมสื่อดิจิทัล		บมจ. เนชั่น นวัตกรรมสื่อดิจิทัล	
2537 - 2538		2542 - 2543		ค.ศ. 2553 - ปัจจุบัน	
บรรณาธิการบริหาร		บรรณาธิการบริหาร		กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย	
บมจ. เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป		บมจ. เนชั่น นวัตกรรมสื่อดิจิทัล		บริษัท กูแอสเพิร์ก มีเดีย จำกัด	
2538 - 2540		2543 - 2550			
บรรณาธิการ - หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น		บรรณาธิการหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ			
บมจ. เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป		บมจ. เนชั่น นวัตกรรมสื่อดิจิทัล			
2540 - 2542		2551 - ค.ศ. 2553			
ผู้อำนวยการบริหารฝ่ายข่าว		กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย			
บมจ. เนชั่น นวัตกรรมสื่อดิจิทัล		บมจ. เนชั่น นวัตกรรมสื่อดิจิทัล			
2543 - 2547		ค.ศ. 2553 - ปัจจุบัน			
บรรณาธิการ - หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น		กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย			
บมจ. เนชั่น นวัตกรรมสื่อดิจิทัล		บริษัท กูแอสเพิร์ก มีเดีย จำกัด			
2548 - ค.ศ. 2553					
กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ					
บมจ. เนชั่น นวัตกรรมสื่อดิจิทัล					
ค.ศ. 2553 - ปัจจุบัน					
กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ					
บริษัท เนชั่น นวัตกรรมสื่อดิจิทัล					
การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง)		การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง)		การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง)	
การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น		การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น		การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น	
1/1		1/1		1/1	

1/1



นางสาวสุวรรณา แสงวณิช		นางอรุณทิพย์ จมวดงคราญ		นางเบญจวรรณ ศรีสุทนต์	
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายขายโฆษณา		ตำแหน่ง ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายขายโฆษณา		ตำแหน่ง ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายตลาดภายใน	
๑๗ 43 ปี		๑๗ 45 ปี		๑๗ 55 ปี	
การศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการทั่วไป สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)		การศึกษาระดับปริญญาโท คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)		การศึกษาระดับปริญญาโท คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)	
ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี		ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี		ปริญญาตรี สาขาบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวชิร	
การอบรม ตามแผนส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านวิชาชีพ - ไม่มี		การอบรม ตามแผนส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านวิชาชีพ - ไม่มี		การอบรม ตามแผนส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านวิชาชีพ - ไม่มี	
จำนวนวันที่ถือครอง ณ วันที่ 25 มกราคม 2554 - ไม่มี		จำนวนวันที่ถือครอง ณ วันที่ 25 มกราคม 2554 - ไม่มี		จำนวนวันที่ถือครอง ณ วันที่ 25 มกราคม 2554 - 20,560 ชั่วโมง (0.01%)	
ความพึงพอใจต่อการมอบหมายงานว่าผู้บริหาร		ความพึงพอใจต่อการมอบหมายงานว่าผู้บริหาร		ความพึงพอใจต่อการมอบหมายงานว่าผู้บริหาร	
- ไม่มี		- ไม่มี		- ไม่มี	
ประวัติการทำงาน		ประวัติการทำงาน		ประวัติการทำงาน	
2536 - 2537 บมจ. เนชั่น มีเดียคอม จำกัด หัวหน้าฝ่ายโฆษณา		2533 - 2534 พนักงาฝ่ายขายโฆษณา บริษัท เนชั่น มีเดียคอม จำกัด		2532 - 2533 ผู้จัดการฝ่ายโฆษณา บริษัท เนชั่น มีเดียคอม จำกัด	
2538 - 2539 บมจ. เนชั่น มีเดียคอม จำกัด ผู้จัดการฝ่ายโฆษณา		2535 - 2537 หัวหน้าฝ่ายขายโฆษณา บริษัท เนชั่น มีเดียคอม จำกัด		2534 - 2535 ผู้อำนวยการฝ่ายตลาดภายใน บมจ. เนชั่น มีเดียคอม จำกัด	
2540 - 2542 บมจ. เนชั่น มีเดียคอม จำกัด ผู้อำนวยการฝ่ายโฆษณา		2538 - 2542 ผู้จัดการฝ่ายขายโฆษณา บมจ. เนชั่น มีเดียคอม จำกัด		2536 - 2545 ผู้อำนวยการฝ่ายตลาดภายใน บมจ. เนชั่น มีเดียคอม จำกัด	
2543 - 2544 บมจ. เนชั่น มีเดียคอม จำกัด ผู้อำนวยการฝ่ายโฆษณา		2543 - 2544 ผู้อำนวยการฝ่ายขายโฆษณา บมจ. เนชั่น มีเดียคอม จำกัด		2546 - ปัจจุบัน ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายตลาดภายใน บมจ. เนชั่น มีเดียคอม จำกัด	
2545 - 2546 บมจ. เนชั่น มีเดียคอม จำกัด ผู้อำนวยการฝ่ายโฆษณา		2545 - 2546 ผู้อำนวยการฝ่ายขายโฆษณา บมจ. เนชั่น มีเดียคอม จำกัด			
2547 - 2549 บมจ. เนชั่น มีเดียคอม จำกัด ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายขายโฆษณา		2547 - 2549 ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายขายโฆษณา บมจ. เนชั่น มีเดียคอม จำกัด			
2550 - ปัจจุบัน บมจ. เนชั่น มีเดียคอม จำกัด		2550 - ปัจจุบัน ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายขายโฆษณา บมจ. เนชั่น มีเดียคอม จำกัด			
การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง)		การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง)		การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง)	
การประชุมตามนัดประจำปีผู้ถือหุ้น		การประชุมตามนัดประจำปีผู้ถือหุ้น		การประชุมตามนัดประจำปีผู้ถือหุ้น	
-1		-1		1/1	

Shirley

[illegible]

หมายเลข: x = ประสิทธิภาพการ
// = การบริหาร
/ = กรรมการ

๓ = สายธุรกิจด้านข่าวภาษาไทย ๔ = สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ
 ๕ = สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ

5 = สาขาธุรกิจด้านเพื่อการระดมทุนและเงิน
6 = สาขาธุรกิจด้านการพิมพ์
7 = สาขาธุรกิจด้านขนส่ง
8 = สาขาธุรกิจการศึกษา (เริ่มปี 2554)

บริษัท ย่อย

NBC บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

NINE บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ต เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

WPS บริษัท คับบิลวีเอส (ประเทศไทย) จำกัด

NML บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด

NNN บริษัท เนชั่น นิวส์ เมตเวิร์ก จำกัด

KTM บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด

KMM บริษัท กมชัดลึก มีเดีย จำกัด

NU บริษัท เนชั่น ขู จำกัด

อัตราส่วนกำไรสุทธิ		
ปี 2553	%	
ถือหุ้นโดยตรง	62.14%	
ถือหุ้นโดยอ้อม	77.65%	
ถือหุ้นโดยตรง	84.50%	
ถือหุ้นโดยอ้อม	99.99%	
ถือหุ้นโดยตรง	99.99%	
ถือหุ้นโดยอ้อม	99.97%	
ถือหุ้นโดยตรง	99.99%	
ถือหุ้นโดยอ้อม	55.00%	

ਸਮਾਜਿਕ ਸੁਧਾਰ

YNIS บริษัท ไซมูริ-เนชั่น อินฟอรมเมชั่น เซอร์วิส จำกัด

สัดส่วนการถือหุ้น	%	45.00%
ณ 31 ธ.ค. 53		
ถือหุ้นโดยตรง		

บริษัท ขนส่ง จำกัด

NED บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด

NPS บริษัท เนชั่น พรินติ้ง เซอร์วิส จำกัด

สัดส่วนการถือหุ้น		
ณ 31 ธ.ค. 53	%	
ถือหุ้นผ่าน NINE	99.99%	
ถือหุ้นผ่าน WPS	99.99%	

กิจกรรมความร่วมมือกัน

NEE บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด

สัดส่วนการถือหุ้น	%	49.99%
ถือหุ้นผ่าน NINE		

Amelie

รายชื่อกรรมการ	NBC	NINE	KTM	KMM	NNN	WPS	NML	NU
นายธนชัย อธิพัฒน์วงศ์			x			x	x	x
นายสุทธชัย แซ่หุ่ย	x				x		/	//
นายธนชัย สันติชัยกุล	//	x	//	x	//	//	//	//
นายพนา จันทรวโรจน์					//			
นายเสริมสิน สมะลาภา								/
นายอดิศักดิ์ ลิ้มปฐมนิก	//			//				
นางสาวเอี่ยมศรี บุญหทัยรัตน์	//				//			
นายสุพงษ์ ลิ้มธนากุล	/							
นายเมธา สุทธจักร	/							
นายศิวัชร ชมสุวรรณ	/							
นางสาวลักขณา รัตนวงศ์สกุล	//							
นางเกษรี กาญจนวนิชย์		//						
นางสาวนันทร วงษ์เชษฐา		//						
นายสมศักดิ์ เขียว จิระนคร		/						
นายกริธา มติธนาวิรุฬห์		/						
นายสุธีร์ จินตนาณภูมิคร		/						
นายสาคร สุขศรีวงศ์		/						
นายธงชัย บุญศุภการนนท์		//				//		
นางสาวมัยยา ไสสถานนท์		//			//			
นางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์							/	
นางอรพิน งามวงศ์วาน					//			
นายคุณศักดิ์ ทับทิม			//		//			
นางเมทินี ธนวงศ์วิบูลย์							/	
นายอดิศักดิ์ ศาภิบาล							//	
นางสาวพิมพ์กาญจน์ อันศรีศิริชัย			//			//		
นางสาวณัฐวรา แสงวารินทร์				//		//		
นายอึ้งเจ็ง แซ่โซว						//		
นายตะวัน เทวอักษร						/		
นายวรสิทธิ์ เทวอักษร						/		
นางสาวสุภา หงษ์ทอง						/		
นางสาวดวงกมล ไชटना			//					
นายพงษ์ศักดิ์ ศรีสค			//	//				
นายสุพจน์ เพียรศิริ			//	//				
นางสาวอรพิมพ์ เหลืองอ่อน				//				
นายฉัททวุฒิ พิษผล								/

หมายเหตุ 1. / = กรรมการ x = ประธานกรรมการ // = กรรมการบริหาร

2. ชื่อย่อ

ชื่อบริษัท

NBC บมจ.เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น

NINE บมจ.เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์

KTM บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด

KMM บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด

ชื่อย่อ

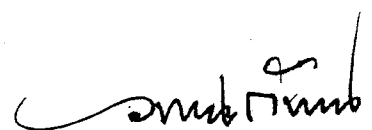
ชื่อบริษัท

NNN บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด

WPS บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด

NML บริษัท เอ็น เอ็ม แอล จำกัด

NU บริษัท เนชั่น ยู จำกัด



รายงานคณะกรรมการตรวจสอบ

ประจำปี 2553

คณะกรรมการตรวจสอบของ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยกรรมการอิสระ 3 ท่าน โดยมี นายปกรณ์ ปริมาสพร เป็นประธานกรรมการตรวจสอบ นายเชวง จริยะพิสุทธิ์ และ นายโยธิน เนื่องจำนงค์ เป็นกรรมการตรวจสอบ

ในปี 2553 คณะกรรมการตรวจสอบได้ประชุมร่วมกัน 4 ครั้ง แต่ครั้งใช้เวลาประมาณ 4 ชั่วโมง เพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับไว้ในกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบโดยมีกรรมการตรวจสอบทั้ง 3 ท่าน เข้าร่วมประชุมพร้อมกันทุกครั้ง ในการประชุมทุกครั้งมีวาระการประชุมร่วมกับผู้สอบบัญชี และมีวาระการประชุมร่วมกับผู้จัดการสำนักตรวจสอบภายใน ตลอดจนได้ประชุมร่วมกับผู้บริหารระดับสูงของบริษัทในวาระที่เกี่ยวข้องจากการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวข้างต้นคณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นดังนี้

1. งบการเงินประจำปี 2553 ของบริษัทมีความเหมาะสม และไม่พบรายการใดที่อาจมีผลกระทบอันเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินดังกล่าว
2. ระบบควบคุมภายในของบริษัทมีความเหมาะสม เพียงพอ และมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันสำนักงานตรวจสอบภายในมีพนักงานที่มีประสบการณ์ในด้านตรวจสอบภายในจำนวน 3 ท่าน เพื่อดูแลและรับผิดชอบงานด้านนี้
3. รายการที่เกี่ยวข้องกันที่ปรากฏในปี 2553 เป็นรายการที่เป็นธุรกิจตามปกติทั่วไป สมเหตุสมผล และไม่พบรายการใดที่ผิดปกติ
4. บริษัทได้ปฏิบัติตามกรอบของกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลอดจนข้อกำหนดและกฎหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท
5. ผู้สอบบัญชีของบริษัทประจำปี 2553 ได้แก่ นายวิเชียร ธรรมตระกูล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3183 เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทในปี 2553 เป็นปีที่สาม เป็นบุคคลที่เหมาะสมเพราะมีความรู้และเป็นอิสระตลอดจนมีประสบการณ์ในการสอบบัญชีมาเป็นเวลายาวนาน

สำหรับการพิจารณาคัดเลือกผู้สอบบัญชีเพื่อสอบบัญชีของบริษัทประจำปี 2554 คณะกรรมการตรวจสอบเสนอให้แต่งตั้งนายวิเชียร ธรรมตระกูล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3183 หรือนายวินิจ ศิลามงคล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3378 หรือนายเจริญ ผู้สัมฤทธิ์เลิศ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4068 แห่งบริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัท ประจำปี 2554



(นายปกรณ์ ปริมาสพร)

ประธานกรรมการตรวจสอบ

