

แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี

(56-1)

สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2554

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	9
	4. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์	17
	5. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ	70
	6. ข้อพิพาททางกฎหมาย	75
	7. โครงสร้างเงินทุน	76
	8. โครงสร้างการจัดการ	78
	9. การควบคุมภายใน	108
	10. รายการระหว่างกัน	110
	11. ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน	115
	12. ข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง	137
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 8 สายธุรกิจ ดังนี้ 1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ ดำเนินงานโดยบริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) 2. สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และเนชั่นสุดสัปดาห์ ดำเนินงานโดยบริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM) 3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ ผลิตหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น , เนชั่นจูนีเยร์ ธุรกิจอบรมสัมนา และทักษะการสื่อสาร ดำเนินงานโดยบริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN) 4. สายธุรกิจเอดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศ ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและการศึกษา ผลิตหนังสือเล่มในนามสำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊กส์, ตัวแทนโฆษณาและจัดจำหน่ายให้สิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ดำเนินงานโดยบริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนลเอดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) 5. สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง เจ้าของและผู้ดำเนินงานสถานีข่าวเนชั่น แชนแนล, Mango TV ,ช่องระวีงภัย , Rama Channel ผลิตรายการเพื่อออกอากาศในทีวีสถานีต่างๆ, ผลิตรายการวิทยุ, New Media ดำเนินงานโดยบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC) 6. สายธุรกิจด้านการพิมพ์ ดำเนินธุรกิจรับจ้างพิมพ์ ดำเนินงานโดยบริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) 7. สายธุรกิจด้านการขนส่ง ดำเนินงานโดยบริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด (NML) 8. สายธุรกิจการศึกษา เปิดสอนระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ในมหาวิทยาลัย เนชั่น โดยมี 2 วิทยาเขต คือ วิทยาเขตลำปาง และวิทยาเขตกรุงเทพ ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น ยู จำกัด (NU)
ทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว	:	1,647,740,300 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 1,647,740,300 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554)
นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้น	:	รายละเอียดตามหัวข้อ โครงสร้างการประกอบธุรกิจและการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทเนชั่น ปี 2554
โทรศัพท์	:	02-338-3333
โทรสาร	:	02-338-3938
เลขานุการบริษัท	:	02-338-3456
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	1858/118-119,121-122,124-130 อาคารทีซีไอเอฟ ทาวเวอร์ ชั้น 27-32 ถ.บางนา – ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร เว็บไซต์ www.nationgroup.com

2. บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์ :	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้น 4 ถนนรัชดาภิเษก กรุงเทพมหานคร 10110 โทร. (66) 2229-2800
ผู้สอบบัญชี :	สำนักงานสอบบัญชีบริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด 195 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 50-51 ถนนสาทร เขตยานนาวา กทม. 10120 โทร. (66) 2677-2000
ที่ปรึกษากฎหมาย :	บริษัท สำนักงานกฎหมายและภาษี เอส.เอ.ที. แอสโซซิเอท จำกัด 702 อาคารเจ้าพระยาทาวเวอร์ (โรงแรมแชนเกลารี-ลา) เลขที่ 89 ซอยวัดสวนพลู ถนนเจริญกรุง เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 โทร (66) 2630-7637-8 บริษัท เกา แอนด์ แอสโซซิเอทส์ ลอว์ ออฟฟิศ จำกัด 2 อาคารสีลมเซ็นเตอร์ ชั้น 20 ถนนสีลม แขวงสุริยวงส์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 โทร (66) 2632-6697 บริษัท ที่ปรึกษากฎหมายธนธิป แอนด์ พาร์ทเนอร์ส จำกัด 900 ดันสนทาวเวอร์ ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กทม. 10330 โทร (66) 2689-4925
ที่ปรึกษาทางการเงิน :	บริษัท เจดี พาร์ทเนอร์ จำกัด 170/29-30 ชั้น 11 อาคารโอเชียนทาวเวอร์ 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 2554 บริษัทมีรายได้จากการขายโฆษณารวมเท่ากับ 1,878 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 เมื่อเทียบกับปีก่อนที่รายได้จากการขายโฆษณาเท่ากับ 1,857 ล้านบาท โดยรายได้จากการขายโฆษณาคิดเป็นร้อยละ 71 ของรายได้จากการขายและบริการรวม ในขณะที่โครงสร้างต้นทุนส่วนใหญ่เป็นต้นทุนคงที่ ผลการดำเนินงานของบริษัทจึงขึ้นอยู่กับภาวะอุตสาหกรรมโฆษณา ทั้งนี้ภาวะอุตสาหกรรมโฆษณาสามารถสะท้อนถึงสภาวะเศรษฐกิจ ได้เป็นอย่างดี เช่นเหตุการณ์จากภัยธรรมชาติที่ส่งผลทางลบอย่างมากต่อเศรษฐกิจไทย ทั้งผลจากจากเหตุการณ์ Tsunami ประเทศญี่ปุ่นในช่วงเดือน มีนาคม ที่ผ่านมา และ จากสถานะการณ์น้ำท่วมใหญ่ ในช่วงเดือนตุลาคม ถึง พฤศจิกายน 2554 ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในวงกว้าง ทั้งในด้านการใช้จ่ายในประเทศ และในด้านการผลิต มีการหยุดชะงักลง ทำให้ภาคธุรกิจมีการชะลอการใช้จ่ายโฆษณา แต่เมื่อสถานะการณ์น้ำท่วมเริ่มคลี่คลาย เศรษฐกิจก็เริ่มฟื้นตัวต่อเนื่อง ส่งผลให้อุตสาหกรรมโฆษณา เริ่มฟื้นตัวในเดือนธันวาคม ที่ผ่านมา

ดังนั้นเพื่อลดผลกระทบจากความไม่แน่นอนจากภาวะเศรษฐกิจ บริษัทจึงได้มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ของทุกหน่วยธุรกิจและบริษัทในกลุ่มให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมุ่งเน้นการรักษาความสามารถเชิงแข่งขัน และนำความได้เปรียบในทางการแข่งขันมาใช้เพื่อที่จะลดความเสี่ยงหรือผลกระทบดังกล่าวที่จะเกิดขึ้น ด้วยการใช้ความได้เปรียบจากการที่บริษัทมีช่องทางการเผยแพร่สินค้าและบริการผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลาย ด้วยการพัฒนากลยุทธ์การขาย การสร้าง Total Media Solution ให้ได้เปรียบคู่แข่งในตลาด รวมถึงเน้นการหารายได้โดยสร้างสรรค์กิจกรรม Below-the-Line ให้กับลูกค้าทั้งภาครัฐและเอกชนให้มากขึ้น เช่น การจัดกิจกรรมสัมมนาให้กับลูกค้ารายใหญ่ ซึ่งจะสามารถช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพทางด้านรายได้ไม่ให้ลดลง ขณะเดียวกันยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายอย่างรัดกุมและเหมาะสม

ทั้งนี้เนื่องจากจากสื่อโทรทัศน์มีส่วนแบ่งรายได้ของอุตสาหกรรมโฆษณาสูงสุดมากถึงร้อยละ 60 ของค่าใช้จ่ายโฆษณา รวม 1 แสนล้านบาท ซึ่งมากกว่ารายได้โฆษณาจากสิ่งพิมพ์ประมาณ 3 เท่า โดยปัจจุบันสื่อโทรทัศน์ดาวเทียมในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตอย่างก้าวกระโดด กลุ่มบริษัทจึงได้รุกเข้าสู่ธุรกิจโทรทัศน์จากโทรทัศน์ดาวเทียมเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงจากผลกระทบจากสื่อใหม่ที่จะเข้ามาทดแทนธุรกิจสิ่งพิมพ์ในอนาคต รวมถึงการทำ ธุรกิจ Digital Media ในรูปแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากรายได้จากค่าโฆษณา เช่น E-commerce, M-commerce, หรือ S-Commerce (Social Media Commerce), E-Education หรือ Digital Games ต่าง ๆ เป็นต้น

1.2 ความเสี่ยงจากการจัดการบริษัทย่อย

บริษัทได้มีการแบ่งโครงสร้างการดำเนินธุรกิจให้มีความชัดเจนเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารงาน และการประเมินผลงานตามยุทธศาสตร์เชิงเป้าหมาย (Target-Based Strategy) รวมถึงการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจากบริษัททำธุรกิจสื่อครบวงจรและกิจกรรมที่สนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจการพิมพ์ ประกอบด้วย 3 ธุรกิจหลักคือ บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด มีสื่อหลักคือ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ , บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด มีสื่อหลักคือ หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และ บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด มีสื่อหลักคือ หนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น , ธุรกิจขนส่ง, ธุรกิจกระจายภาพและเสียง ที่วางธุรกิจเป็น Content Provider , ธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ และธุรกิจเพื่อการศึกษา โดยการแยกเป็นบริษัทย่อยเพื่อให้การประกอบธุรกิจในอนาคตเกิดประโยชน์สูงสุดรวมทั้งทำให้เกิดความชัดเจนในด้านความสัมพันธ์กับบริษัทแม่ และการบริหารที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนั้นหากไม่มีการบริหารจัดการและกำกับดูแลบริษัทในกลุ่มอย่างมี

ประสิทธิภาพและประสิทธิผล อาจก่อให้เกิดความไม่สอดคล้องกันระหว่างทิศทางกลยุทธ์ของบริษัท รวมทั้งความขัดแย้งทางผลประโยชน์อาจทำให้เกิดการแข่งขันกันเองระหว่างบริษัทในกลุ่ม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์โดยรวมของบริษัท

ดังนั้นเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงบริษัทได้มุ่งเน้นให้มีการบริหารจัดการกลุ่มบริษัท โดยยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อเป็นพื้นฐานการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืนและให้เกิดการสร้างมูลค่ารวมสูงสุดของกลุ่มบริษัท โดยบริษัทได้แต่งตั้งผู้บริหารระดับสูงเป็นกรรมการบริหารหรือเป็นผู้บริหารระดับสูงในบริษัทที่บริษัทถือหุ้นอยู่ เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยง ในเรื่องนโยบาย กลยุทธ์ และทิศทางการดำเนินธุรกิจไปสู่บริษัทในกลุ่ม และสามารถกำกับดูแลการขยายงานของบริษัทในกลุ่มให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทแม่ และเมื่อเดือน กุมภาพันธ์ 2554 บริษัทได้จัดตั้งบริษัทย่อยเพิ่มเติม คือ บริษัท เนชั่น ยู จำกัด (NMG ถือหุ้นร้อยละ 55) ดำเนินธุรกิจด้านการศึกษา มหาวิทยาลัย เนชั่น (เดิมชื่อ มหาวิทยาลัยโยนก) ตั้งอยู่ที่ จังหวัดลำปาง และได้เปิดศูนย์การศึกษา-กรุงเทพ ที่อาคารเนชั่น

สำหรับประโยชน์ในการแยกหน่วยธุรกิจที่มีความแข็งแกร่งเป็นบริษัทย่อยนั้น จะเป็นการสร้างโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจ และเพิ่มความคล่องตัวด้านการบริหาร และแข็งแกร่งด้วยพลังบูรณาการสื่อคุณภาพของเครือเนชั่น จะเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมสร้างสังคมคุณภาพให้กับประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามยังมีบริษัทย่อยอีกส่วนหนึ่งที่ยังมีผลประโยชน์ทับซ้อนอยู่ ซึ่งบริษัทต้องดำเนินการปรับปรุงคุณภาพการบริหาร และประสิทธิภาพการดำเนินงาน เพื่อให้ทุกหน่วยงานเข้มแข็ง และสนับสนุนกันและกัน อย่างมีประสิทธิภาพตามเป้าหมาย

2. ความเสี่ยงด้านการผลิต ได้แก่

2.1 ความเสี่ยงจากการผลิตซ้ำ (Content) ในการผลิตสิ่งพิมพ์ เนื้อหาข่าว (Contents) หรือคุณภาพของเนื้อหาเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้บริโภค มี Royalty ต่อ ตัวสินค้า สินค้าหลักของกลุ่มบริษัท คือสิ่งพิมพ์ ภายใต้อาณาเขตต่าง ๆ ได้แก่ The Nation , กรุงเทพธุรกิจ , คม ชัด ลึก ฯลฯ นอกจากสิ่งพิมพ์แล้ว ยังมีสื่ออื่น ๆ ได้แก่ ทีวี, วิทยุ, อินเทอร์เน็ต , Tablet, มือถือ เป็นต้น สิ่งพิมพ์แต่ละหัวจะมีแนวทางการนำเสนอเนื้อหาที่ชัดเจน การควบคุมคุณภาพของการนำเสนอเนื้อหา จึงมีความสำคัญ และเป็นปัจจัยหลัก ที่มีผลต่อ Royalty ของผู้บริโภค ซึ่งการได้มาซึ่งเนื้อหาข่าวนั้นจะต้องประกอบด้วยขั้นตอนการผลิตข่าวที่เป็นระบบ และการทำงานที่เป็นทีมของกองบรรณาธิการข่าว รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรในการจัดทำ และนำเสนอข่าวซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการทำสื่อ ดังนั้นกลุ่มบริษัทจึงมีความเสี่ยงหากเนื้อหาข่าว (Content) ไม่มีคุณภาพ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของสิ่งพิมพ์ของบริษัท

ดังนั้นเพื่อให้ขั้นตอนการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ กองบรรณาธิการข่าวจะเน้นการทำงานเป็นทีมแบ่งแยกหน้าที่ เพื่อให้ครอบคลุมทุกเนื้อหาข่าวที่กว้างขวาง โดยเฉพาะการเจาะลึกประเด็นข่าว บริษัทจึงได้มีการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิต ด้วยการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในการทำงานให้สะดวกรวดเร็วลดต้นทุนการผลิต รวมทั้งการอบรมพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถทำงานเป็นทีมทดแทนกันได้ เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากรซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของเนื้อหาข่าว

2.2 ความเสี่ยงด้านการรักษาบุคลากรที่มีประสบการณ์และความสามารถ

เนื่องจากภาพลักษณ์ของกลุ่มบริษัท เป็นองค์กรสื่อสารมวลชนที่ได้รับความนิยมยอมรับจากประชาชน ในความเป็นมืออาชีพของวงการสื่อสารมวลชน ซึ่งบุคลากรเป็นปัจจัยหลักในการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ บริษัทจึงได้ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรด้านกองบรรณาธิการ โดยได้เน้นการพัฒนาความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นทีมโดยไม่ยึดติดกับตัวบุคคล ส่งผลให้ความเสี่ยงในการสูญเสียทีมงานมีน้อยและมีผลกระทบต่อบริษัทไม่มากนัก โดยปัจจุบันบุคลากรในกองบรรณาธิการของ The Nation, กรุงเทพธุรกิจ และ คม ชัด ลึก ประกอบด้วยผู้สื่อข่าว ผู้เขียนข่าว บรรณาธิการ ฝ่ายผลิต รวมประมาณ 388 คน ซึ่งแยกอยู่ในบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ก จำกัด , บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด และ บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด และ ในปี 2555 ฝ่ายขายโฆษณา Display ของแต่ละสิ่งพิมพ์ได้แก่ The Nation , กรุงเทพธุรกิจ และ

คมชัดลึก ได้โอนย้ายเข้าไปอยู่ในบริษัทย่อยดังกล่าวข้างต้น ทั้งนี้สำหรับฝ่ายขายส่วนกลางที่ดูแลลูกค้ากลุ่ม Key account Classified และทีมราชการ ยังคงอยู่กับบริษัทเหมือนเดิม ส่วนกองบรรณาธิการที่เป็นศูนย์ข่าวที่ยังสามารถใช้ Content ร่วมกันได้ เช่น ศูนย์ข่าวภูมิภาค , ศูนย์ช่างภาพ ยังคงบริหารโดยบริษัท

นอกจากฝ่ายกองบรรณาธิการแล้ว ผู้บริหารระดับสูงจากหน่วยงานต่างๆ ของบริษัท ทั้ง ฝ่ายขาย การจัดจำหน่ายและหน่วยงานสนับสนุน ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จ ซึ่งทีมงานและบุคลากรส่วนนี้อยู่ภายใต้การบริหารของบริษัทฯ

ทั้งนี้การดำเนินธุรกิจภายใต้ภาวะแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง จำเป็นอย่างยิ่งในการเตรียมพร้อมให้แก่บุคลากรเพื่อเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร ไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยบริษัทได้จัดหลักสูตรการอบรมทั้งภายใน และภายนอกให้บุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและเทคโนโลยีอยู่เสมอ ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแนวทางการทำธุรกิจมากยิ่งขึ้น รวมถึงการสร้าง Successor ที่ผู้บริหารระดับสูงจะได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในการบริหารและการตัดสินใจ อีกทั้งเป็นการกระจายอำนาจ และความรับผิดชอบให้ผู้บริหารในระดับรองลงมา โดยอยู่ภายใต้โครงสร้างที่ให้ความสำคัญต่อการกระจายความรับผิดชอบและภาระหน้าที่ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความคล่องตัว มุ่งเน้นประสิทธิภาพในการทำงานให้มากยิ่งขึ้น และลดความซ้ำซ้อนในระบบการทำงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง การแข่งขัน และความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมายได้ทันการณ์ พร้อมทั้งสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ให้แก่กลุ่มเพื่อสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยคงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ การร่วมมือที่ดี การให้บริการ และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็น Core Value (คุณค่าขององค์กร) ของกลุ่มเนชั่น

ดังนั้นหากบริษัทขาดบุคลากรสำคัญท่านใดท่านหนึ่งไปจะไม่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท เนื่องจากผู้บริหารในระดับสูงสุดได้จัดสรรและแบ่งงานถ่ายทอดต่อกันไปถึงผู้บริหารในระดับรองลงมา ในขณะเดียวกันการดำเนินธุรกิจยังคงต้องรักษาความร่วมมือประสานงานกันในทุกสื่อ เพื่อสร้าง Synergy ร่วมกันในการบริหารภาพรวมของธุรกิจในกลุ่มเนชั่น

2.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน นำมาสู่การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital) , การสื่อสารแบบไร้สาย (Wireless) ที่ทำให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลถึงกันได้อย่างรวดเร็วจีบจำกัด ทำให้เกิดธุรกิจ New Media ใหม่ ๆ ขึ้นมากมาย ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างยิ่งต่อการพัฒนาของอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจสื่อในปัจจุบัน และอนาคต

ดังนั้นเพื่อเป็นการลดความเสี่ยง และการสูญเสียโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่องค์กร บริษัทยังคงพัฒนาระบบการจัดเก็บและบริหารข้อมูล และการผลิตข่าวโดยใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อช่วยด้านความเร็วและความหลากหลายของประเภทสื่อรวมถึงการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่าย สร้างความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงจากยุคการบริโภคข่าวสารทางสื่อสิ่งพิมพ์ไปสู่การรับข้อมูลทางสื่อ Digital โดยปัจจุบันมี Application ผ่านโทรศัพท์มือถือ , Tablet รองรับผู้บริโภคที่สนใจรับข้อมูลข่าวสารในระบบ Digital และยังคงมีนโยบายที่จะทดลองและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับการนำเสนอผ่านสื่อรูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและสังมประสบการณ์ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการเจาะตลาดลูกค้าเป้าหมายในอนาคต

2.4 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่สำคัญของธุรกิจหนังสือพิมพ์คือกระดาษคิดเป็นต้นทุนประมาณร้อยละ 20 ของค่าใช้จ่ายต้นทุนขายตามงบการเงินรวม และคิดเป็นร้อยละ 65 ของต้นทุนวัตถุดิบรวม โดยสัดส่วนปริมาณการสั่งซื้อกระดาษในปีที่ผ่านมา ระหว่างกระดาษนำเข้า และการซื้อในประเทศคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 64 ต่อ 36 โดยกระดาษจัดเป็นสินค้าประเภท Commodity ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาแปรผันตามความต้องการของผู้บริโภคและปริมาณการผลิตของผู้ผลิต (Demand & Supply) ซึ่ง

เป็นปัจจัยหลักในการกำหนดราคาอ้างอิงในตลาดโลก ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาระคาย ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและกำไรสุทธิของบริษัท

ทั้งนี้จากประสบการณ์ในธุรกิจสิ่งพิมพ์และการติดตามราคาระคายอย่างใกล้ชิดมาเป็นระยะเวลายาวนาน ทำให้ฝ่ายบริหารเข้าใจในวงจรของราคาระคายเป็นอย่างดี โดยในปี 2554 ราคาระคายมีราคาใกล้เคียงกับปีก่อน อยู่ที่ราคาเฉลี่ย USD 690 / ตัน อีกทั้งในปีที่ผ่านมาเงินบาทก็แข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่องประมาณ 9% เมื่อเทียบกับปีก่อน จึงไม่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนวัตถุดิบของบริษัทในช่วงปี 2554 สำหรับแนวโน้มราคาระคายในปี 2555 คาดว่าราคาระคายจะปรับตัวเพิ่มขึ้นไม่มากนัก ถึงแม้ว่าจะมีปัจจัยที่จะทำให้ราคาปรับตัวสูงขึ้นจากการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา , งานกีฬาโอลิมปิกโลก และฟุตบอลยูโร เนื่องจากกำลังการผลิตกระดาษในยุโรป และอเมริกา เริ่มฟื้นตัว จากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ที่มีการปรับตัวไปสู่สื่อดิจิทัล มากขึ้น

อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงนโยบายควบคุมต้นทุนการใช้กระดาษอย่างเคร่งครัด เช่น การบริหารการวางจุดจำหน่ายหนังสือที่มีประสิทธิภาพขึ้น เพื่อลดปริมาณหนังสือคืน นอกจากนี้บริษัทได้บริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนโดยการทำ Forward Contract ไว้ตามปริมาณกระดาษที่สั่งซื้อทันที ดังนั้นราคาระคายยังไม่มีผลกระทบอย่างเป็นนัยสำคัญต่อต้นทุนการผลิตของบริษัท อย่างไรก็ตามบริษัทเฝ้าติดตามสถานการณ์ราคาระคายอย่างใกล้ชิด

3 ความเสี่ยงจากการบริหารจัดการ

การกำหนดนโยบายของฝ่ายบริหาร

ธุรกิจสื่อสารมวลชน เป็นสื่อกลางสำคัญในการกระจายข่าวสารไปยังประชาชนทั่วไป ซึ่งมีผลต่อการชี้นำความเห็นให้ประชาชนในด้านการเมือง เศรษฐกิจ ดังนั้นธุรกิจสื่อจำเป็นต้องมีผู้บริหารที่มีประสบการณ์เชี่ยวชาญในสาขาสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะ และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีจรรยาบรรณ โปร่งใส ผู้บริหารจึงมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดนโยบาย จุดยืนในการนำเสนอข่าวอย่างมีจรรยาบรรณ วิธีการเขียนที่นำเสนอข่าวที่มีความเป็นกลาง โดยคณะกรรมการบริษัทและผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทเล็งเห็นความสำคัญในประเด็นนี้ จึงให้ความสำคัญของการนำเสนอข่าว และไม่เข้ามาถ่วงถ่วงนโยบายการนำเสนอข่าว แต่ได้กำหนดแนวทางการนำเสนอข่าวของกองบรรณาธิการทุกสื่อในเครือไว้ ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัท และคอยกำกับให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายที่กำหนดไว้

4. ความเสี่ยงด้านการเงิน ได้แก่

4.1 ความเสี่ยงจากภาระหนี้สิน

ณ 31 ธันวาคม 2554 บริษัทและบริษัทย่อยมีภาระเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน จำนวน 1,439 ล้านบาท โดยเป็นส่วนของเงินกู้ยืมระยะสั้น ที่เป็นเงินทุนหมุนเวียน ในวงเงินเบิกเกินบัญชี เจ้าหนี้ทรัสบริษัท และตัวสัญญาใช้เงินระยะสั้น รวม 763 ล้านบาท มีเงินกู้ระยะยาว รวม 676 ล้านบาท ทั้งนี้บริษัทมีความเสี่ยงหากบริษัทไม่สามารถชำระหนี้ และไม่สามารถรักษาคำหนดอัตราส่วนทางการเงิน รวมถึงข้อกำหนดต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ในสัญญาเงินกู้ดังกล่าวได้ อาจส่งผลกระทบต่อเจ้าหนี้ที่มีสิทธิสามารถเรียกชำระคืนหนี้ได้ทันที

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงบริษัทได้มีการจัดทำประมาณการทางการเงิน โดยมีสมมุติฐานอยู่บนหลักความระมัดระวัง โดยได้นำเสนอแก่ผู้ถือหุ้นได้พิจารณาแล้ว เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดให้อยู่ภายใต้อัตราส่วนทางการเงิน และเงื่อนไขต่าง ๆ ตามสัญญา

4.2 ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน

ระบบอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในปัจจุบันเป็นแบบลอยตัว (Managed Float) ซึ่งการกำหนดราคาขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการ ในสกุลเงินนั้น ๆ ดังนั้นอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จึงมีความผันผวนตามภาวะเศรษฐกิจซึ่งส่งผล

ต่อบริษัทในส่วนของการผลิต เนื่องจากวัตถุดิบหลักของบริษัท คือกระดาษหนังสือพิมพ์ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 69 ของปริมาณกระดาษที่ใช้ทั้งหมด และมีต้นทุนเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการผันผวนของค่าเงินบาทในการซื้อกระดาษจากต่างประเทศ

อย่างไรก็ตามบริษัทมีนโยบายป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Hedge) โดยการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forward Contract) ตามแผนการสั่งซื้อกระดาษ ทั้งนี้ยอดเจ้าหนี้ค่ากระดาษต่างประเทศ ณ 31 ธันวาคม 2554 คิดเป็นร้อยละ 2 ของหนี้สินรวม ซึ่งไม่เป็นสาระสำคัญที่จะกระทบต่อการเงิน หากอัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวนมาก

4.3 ความเสี่ยงจากการจัดหาเงินทุนจากแหล่งภายนอก

บริษัทมีแหล่งเงินทุนภายนอกอื่น ได้แก่ วงเงินสินเชื่อจากธนาคารและสถาบันการเงินต่างๆ โดย ณ 31 ธันวาคม 2554 บริษัทและบริษัทย่อยมีวงเงินสินเชื่อรวม 1,605 ล้านบาท และมียอดใช้วงเงินสินเชื่อ 827 ล้านบาท โดยมีวงเงินสินเชื่อหมุนเวียนที่ยังสามารถใช้ได้อีก 778 ล้านบาท หรือร้อยละ 48 ของวงเงินสินเชื่อรวม ซึ่งแหล่งเงินทุนภายนอกที่เหลือดังกล่าวเพียงพอการดำเนินงานของบริษัท

อย่างไรก็ตามในปี 2555 กลุ่มบริษัทมีแผนลงทุนเพื่อขยายธุรกิจสู่โทรทัศน์ดาวเทียมได้แก่ช่องข่าวธุรกิจ และช่องเยาวชน เพื่อให้ครอบคลุมผู้รับสื่อทุกกลุ่ม และจะเป็นช่องทางในการเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มบริษัท นอกจากนี้มีแผนขยายเข้าสู่ธุรกิจการศึกษา ที่เครื่องเล่นเข้าไปบริหาร มหาวิทยาลัยชั้น ตั้งแต่ปี 2554 ทำให้อาจมีผลกระทบต่อการจัดหาแหล่งเงินลงทุนจากภายนอกเพิ่มเติม อย่างไรก็ตามบริษัทได้มีแผนงานลงทุนเพื่อขยายธุรกิจอย่างระมัดระวัง และได้จัดโครงสร้างเงินทุนที่สามารถดำรงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญต่าง ๆ ให้เหมาะสม บริษัทจึงมีความเชื่อว่าจะสามารถจัดหาเงินทุนเพื่อการขยายธุรกิจในอนาคตได้อย่างเพียงพอ ด้วยต้นทุนทางการเงินที่เหมาะสม

4.4 ความเสี่ยงจากการด้อยค่าของลูกหนี้การค้า

ในการตั้งสำรองหนี้สูญเป็นไปตามนโยบายบัญชีของบริษัทซึ่งระบุไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินคือบริษัทมีนโยบายการจัดเก็บหนี้และการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ โดยพิจารณาตามจำนวนหนี้ที่คาดว่าจะไม่สามารถเรียกเก็บจากลูกหนี้ได้โดยประมาณการจากฐานปัจจุบันของลูกหนี้ควบคู่กับประสบการณ์ในการเรียกเก็บหนี้ในอดีต นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญตามสัดส่วนร้อยละของรายได้คือ ในไตรมาส 1- 3 ปี 2554 ได้ตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญไว้ที่ร้อยละ 1 ของรายได้โฆษณา ส่วนไตรมาส 4 ปี 2554 ไม่ได้ตั้งไว้เนื่องจากสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญที่ตั้งไว้มีเพียงพอแล้ว ส่วนรายได้จากการขายสิ่งพิมพ์ผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) จะตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญของหนังสือในประเทศที่ 25% และหนังสือต่างประเทศที่ 65% และบริษัทมีนโยบายลดสัดส่วนของลูกหนี้การค้าที่มีอายุเกินกว่า 12 เดือนให้มากที่สุด โดยลูกหนี้ที่มีอายุเกินกว่า 12 เดือน (งบการเงินรวม) ณ 31 ธันวาคม 2554 มีจำนวน 122 ล้านบาท และที่มีอายุ 6-12 เดือน จำนวน 31 ล้านบาท ซึ่งบริษัทได้ตั้งสำรองหนี้สูญได้ครอบคลุมจำนวนดังกล่าวแล้ว โดยมีค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ (งบการเงินรวม) ณ 31 ธันวาคม 2554 รวม 129 ล้านบาท และค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ 27 ล้านบาท นอกจากนี้บริษัทยังมีหน่วยงานเร่งรัดหนี้สินซึ่งทำหน้าที่ในการติดตามหนี้ที่มีปัญหาอย่างต่อเนื่อง

5. ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อผู้ลงทุน

ความเสี่ยงจากการขาดทุนสะสม

บริษัทมีความเสี่ยงจากการขาดทุนสะสม โดย ณ 31 ธันวาคม 2554 บริษัท (งบเฉพาะกิจการ) มีขาดทุนสะสมเท่ากับ 776 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากปีก่อน 12 ล้านบาท โดยสาเหตุหลักของขาดทุนสะสมเกิดจากรายการทางบัญชี ได้แก่ ในปี 2549 บริษัทรับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุน จำนวน 74.07 ล้านบาท , หนี้สงสัยจะสูญ 47.72 ล้านบาท ปี 2550 บริษัทรับรู้ผลขาดทุนจากการด้อยค่าของทรัพย์สิน จำนวน 560 ล้านบาท , ตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ 94 ล้านบาท เป็นต้น ทั้งนี้จากผลการ

ดำเนินงานของบริษัทที่มีแนวโน้มดีขึ้น ประกอบกับนโยบายการจัดโครงสร้างของบริษัท แบบแตกเพื่อได้อย่างยั่งยืนที่ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากการนำบริษัทย่อย 2 บริษัท คือ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC) และ บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ MAI ทำให้บริษัทย่อยแต่ละบริษัท เข้มแข็งส่งผลต่อการเงินของบริษัทฯ อย่างเห็นได้ชัด อีกทั้งเงินปันผลที่บริษัทได้รับจากบริษัทย่อยทั้ง 2 ก็ได้นำมาคืนเงินกู้ ซึ่งทำให้ฐานะการเงินของบริษัทเข้มแข็งขึ้น

นอกจากนี้ มติการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2555 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2555 อนุมัติให้เสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัท พิจารณานำเงินปันผลของบริษัท จากจำนวน 2,500,000,000 บาท เป็น 1,647,740,300 บาท โดยการตัดหุ้นสามัญที่ยังไม่ได้จำหน่าย และ พิจารณานำเงินปันผลของบริษัทและทุนเรียกชำระแล้วของบริษัทฯ จากจำนวน 1,647,740,300 บาท เป็น 873,302,359 บาท โดยการลดมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ (Par Value) จากเดิมมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ลดเป็นหุ้นละ 0.53 บาท โดยบริษัทจะนำจำนวนเงินที่ได้จากการลดมูลค่าหุ้น จำนวน 774,437,941 บาท และทุนสำรองส่วนล้ามูลค่าหุ้นจำนวน 4,136 บาท ไปชดเชยผลขาดทุนสะสม มีรายละเอียดดังนี้

ผลขาดทุนสะสม ณ 31 ธันวาคม 2554	776,459,251 บาท
หัก ทุนสำรองส่วนล้ามูลค่าหุ้น	4,136 บาท
ส่วนที่ลดทุนจากการลดมูลค่าหุ้น	774,437,941 บาท
คงเหลือขาดทุนสะสม	2,017,174 บาท

อย่างไรก็ตาม บริษัทย่อยที่มีอยู่หลายบริษัทมีศักยภาพและมีความเข้มแข็ง ทำให้สามารถขยายงานเพิ่มช่องทางหารายได้มากขึ้น สร้างทีมงานบริหารที่เข้มแข็งเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ภาพรวมการดำเนินงานของบริษัท เติบโตตามไปด้วย ในขณะที่ยังมีบริษัทย่อยบางบริษัทที่ยังมีผลขาดทุนอยู่ บริษัทฯ จะกำกับดูแลในการบริหารจัดการ ปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพให้สามารถทำได้ และคาดว่าในปี 2555 ผลประกอบการของบริษัทย่อยที่ยังมีผลขาดทุนอยู่จะปรับตัวดีขึ้น

3. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

3.1 ความเป็นมา

หนังสือพิมพ์ The Nation ภายใต้ชื่อ “บริษัท บิสดิเนสรีวิว จำกัด” เริ่มประกอบธุรกิจในปี 2519 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท ในปี 2531 บริษัทได้เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป จำกัด” และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปีเดียวกัน และในปี 2539 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)” ปัจจุบัน ปี 2554 กลุ่มบริษัทมีโครงสร้างธุรกิจแบ่งออกเป็น 8 สายธุรกิจหลักดังนี้ :

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

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการบริหารงานในระยะเวลา 3 ปี ดังนี้

ด้านเงินทุนของบริษัท

ปี 2552	• บริษัทย่อย คือ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (NBC) ลดทุนจดทะเบียนจาก 240 ล้านบาท เป็นทุนจดทะเบียน 120 ล้านบาท โดยการลดหุ้นลงจำนวน 12 ล้านหุ้น เพื่อชดเชยผลขาดทุนสะสม • บริษัทย่อย NBC 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) • เงินปันผลระหว่างกาลประจำปี 2553 ในอัตราหุ้นละ 0.15 บาท รวมเป็นเงิน 25.5 ล้านบาท • บริษัทย่อย NINE ได้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลในอัตราหุ้นละ 0.50 บาท จำนวน 35 ล้านบาท
ปี 2553	• บริษัทย่อย NBC ได้อนุมัติออกใบสำคัญแสดงสิทธิจำนวน 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 • บริษัทย่อย NBC ได้จ่ายเงินปันผล สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 4 ปี 2552 ในอัตราหุ้นละ 0.18 บาท รวมเป็นเงิน 30.60 ล้านบาท • บริษัทย่อย NBC ได้จ่ายเงินปันผล สำหรับผลการดำเนินงานระหว่างกาล ปี 2553 ในอัตราหุ้นละ 0.34 บาท รวมเป็นเงิน 57.8 ล้านบาท • 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 • กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NBC ใช้สิทธิซื้อหุ้นตามใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งแรก จำนวน 156

	ราย คิดเป็นจำนวนหุ้น 2,259,000 หุ้นในราคาหุ้นละ 3.33 บาท/หุ้น เป็นเงิน 7.53 ล้านบาท • NINE ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้ประกาศจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลสำหรับผลการดำเนินงานรอบระยะเวลา 9 ในอัตราหุ้นละ 0.10 บาท รวมเป็นเงิน 8.5 ล้านบาท • บริษัทย่อย NINE ได้จ่ายเงินปันผล สำหรับผลการดำเนินงานระหว่างกาล ปี 2553 ในอัตราหุ้นละ 0.10 ล้านบาท เป็นเงิน 8.5 ล้านบาท
ปี 2554	• เดือน กุมภาพันธ์ 2554 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ได้มีมติให้จัดตั้งบริษัทย่อยใหม่ชื่อ บริษัท เนชั่นยู จำกัด (NU) (NMG ถือหุ้น 55%) มีทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท หรือ 5 ล้านหุ้นๆละ 10 บาท (ณ เดือน กุมภาพันธ์ 2555 มีทุนเรียกชำระครบเต็มจำนวนแล้ว) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อใบอนุญาตมหาวิทยาลัยในนามมหาวิทยาลัยโยนก ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็นมหาวิทยาลัยเนชั่น โดยมี 2 วิทยาเขต อยู่ที่ลำปาง และกรุงเทพฯ (อาคารเนชั่นทาวเวอร์) โดยมุ่งเน้นในการสร้างสรรค์บัณฑิตคุณภาพสู่สังคมไทย ด้วยการเรียนการสอนที่ outcome-based learning ผ่านการอบรมและฝึกฝนที่เน้นวิธี “เรียนกับมืออาชีพ” ทั้งในและนอกเครือข่ายของกลุ่มเนชั่น • เดือน พฤษภาคม 2554 NBC ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้จ่ายเงินปันผล สำหรับผลการดำเนินงานประจำปี ปี 2553 ให้กับผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 0.44 บาท เป็นเงิน 111.43 ล้านบาท • เดือน พฤษภาคม 2554 NINE ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้จ่ายเงินปันผล สำหรับผลการดำเนินงานประจำปี 2553 ให้กับผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 0.15 บาท รวมเป็นเงิน 12.75 ล้านบาท • เดือน พฤษภาคม 2554 กรรมการ และ/หรือพนักงานของ NBC ใช้สิทธิซื้อหุ้นตามใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งที่ 2 จำนวน 123,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 3.33 บาท เป็นเงิน 409,590 บาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 6,118,000 หน่วย • เดือน มิถุนายน 2554 NBC ได้ประกาศจ่ายเงินปันผล สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 1 ปี 2554 ให้กับผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 0.10 บาท รวมเป็นเงิน 17.24 ล้านบาท กำหนดจ่ายวันที่ 10 มิถุนายน 2554 ซึ่ง NMG ถือหุ้นจำนวน 107,515,252 หุ้น ได้รับเงินปันผลประมาณ 10.75 ล้านบาท ได้นำไปชำระคืนเงินกู้ระยะยาวแล้วในเดือน มิถุนายน 2554 • วันที่ 14 มิถุนายน 2554 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของ NMG ได้มีมติอนุมัติเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิม 10 บาท เป็น 1 บาท โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 26 มิถุนายน 2554 โดย NMG มีทุนจดทะเบียน 2,500,000,000 หุ้น ราคาพาร์หุ้นละ 1 บาท และหุ้นเรียกชำระแล้วจำนวน 1,647,740,300 หุ้น • เดือน สิงหาคม 2554 บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย NMG ถือหุ้น 99.99% ดำเนินธุรกิจให้บริการขนส่ง ได้เพิ่มทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท เป็น 50 ล้านบาท ปัจจุบันมีหุ้นอยู่ 5 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท โดยเรียกชำระเต็มมูลค่า • เดือน กันยายน 2554 NBC ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้ประกาศจ่ายเงินปันผล สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 2 ปี 2554 ให้กับผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 0.10 บาท รวมเป็นเงิน 17.24 ล้านบาท กำหนดจ่ายวันที่ 6 กันยายน 2554 ซึ่ง NMG ถือหุ้นจำนวน 107,042,252 หุ้น ได้รับเงินปันผลประมาณ 10.75 ล้านบาท ได้นำไปชำระคืนเงินกู้ระยะยาวแล้วในเดือน กันยายน 2554 • เดือน ตุลาคม 2554 NBC มีมติคณะกรรมการบริษัทให้ซื้อหุ้นคืนเพื่อบริหารทางการเงิน (Treasury Stock)

	จำนวนไม่เกินร้อยละ 5.8 ของหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมดแล้ว หรือไม่เกิน 10,000,000 หุ้น โดยซื้อคืนผ่านตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งมีกำหนดระยะเวลาซื้อคืน 10 พฤศจิกายน 2554 ถึง 9 พฤษภาคม 2555 • เดือน พฤศจิกายน 2554 กรรมการ และ/หรือพนักงานของ NBC ใช้สิทธิซื้อหุ้นตามใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งที่ 3 จำนวน 1,056,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 3.33 บาท เป็นเงิน 3,516,480 บาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 5,062,000 หน่วย • เดือน ธันวาคม 2554 NBC ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้ประกาศจ่ายเงินปันผล สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 3 ให้กับผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 0.10 บาท รวมเป็นเงิน 17.24 ล้านบาท กำหนดจ่ายวันที่ 8 ธันวาคม 2554 NMG ถือหุ้นจำนวน 107,515,252 หุ้น ได้รับเงินปันผลประมาณ 10.75 ล้านบาท ได้นำไปชำระคืนเงินกู้ระยะยาวแล้วในเดือน ธันวาคม 2554
--	--

ด้านการดำเนินธุรกิจ

ปี 2552	• บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้จัดโครงสร้างการประกอบธุรกิจเพื่อให้ความชัดเจน และความคล่องตัว ดังนี้ - โอนธุรกิจ New Media จากเดิมที่ดำเนินงานโดย NMG ไปอยู่ภายใต้สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียงดำเนินงานโดย NBC - โอนธุรกิจ Bizbook ซึ่งอยู่ภายใต้สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ไปอยู่ภายใต้สายธุรกิจเอดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศดำเนินงานโดย NINE - บริษัทได้ปรับหนังสือพิมพ์ Daily Xpress มารวมเป็น section หนึ่งในหนังสือพิมพ์ The Nation เพื่อเพิ่มศักยภาพ และมูลค่าให้กับหนังสือพิมพ์ The Nation • บริษัท เนชั่น เรดิโอเน็ตเวิร์ก จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ NBC ได้ทำการปิดบริษัทและชำระบัญชีกับกรมพัฒนาการค้ากระทรวงพาณิชย์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว
ปี 2553	• บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ NMG เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท รวม เทียวโค เนชั่น พรินติ้ง เซอร์วิส จำกัด (KNP) โดยซื้อเพิ่ม 1.78 ล้านหุ้น ในราคาหุ้นละ 4.5 บาท (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท) รวมเป็นเงินที่จ่ายในการซื้อหุ้นทั้งสิ้น 8.03 ล้านบาท และจากการซื้อหุ้นในครั้งนี้ทำให้ WPS เป็นผู้ถือหุ้นร้อยละ 99.99% และได้เปลี่ยนชื่อบริษัท KNP เป็น บริษัท เนชั่น พรินติ้งเซอร์วิส จำกัด (NPS) โดยมีวัตถุประสงค์ในการลงทุนเพิ่มเพื่อเป็นการควบคุมและปรับปรุงการดำเนินงานของธุรกิจให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น 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 บริษัท NMG ถือหุ้น 100% จะมีทุนจดทะเบียนและทุนเรียกชำระแล้ว 25 ล้านบาท มีวัตถุประสงค์เพื่อความคล่องตัวด้านการบริหาร และเป็นการสร้างโอกาสใหม่ๆ ทางธุรกิจในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัท เนื่องจากหน่วยธุรกิจที่แยกเป็นบริษัทย่อยทั้ง 2 บริษัทมีความแข็งแกร่งด้านการให้บริการข่าวสารข้อมูล และความรู้ทางธุรกิจออกไปในทุกช่องทาง
ปี 2554	● เดือน มกราคม 2554 บริษัท เอ็นคูปอง จำกัด (NCP) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเอ็นชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) ถือหุ้น 99% ได้เปิดเสนอขายเป็นคูปองส่วนลดพิเศษในจำนวนจำกัด และเวลาจำกัด ผ่านหน้า www.ncoupon.co.th โดยเป็นคูปองสำหรับร้านค้า หรือร้านอาหาร เครื่องสำอาง สปา นำเสนอสินค้าและบริการต่างๆ ● เดือน พฤษภาคม 2554 มหาลัยเนชั่น ได้เปิดรับสมัครนักเรียนระดับปริญญาตรีหลักสูตรนิเทศศาสตรศาสตรการ เรียนการสอนที่อาคารเนชั่นทาวเวอร์ กรุงเทพมหานคร เป็นรุ่นแรก ● เดือน กรกฎาคม 2554 บริษัท คับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (ซึ่งเป็นบริษัทย่อย NMG) รับโอนกิจการจากบริษัทย่อย บริษัท เนชั่น พรินต์ดีง เซอร์วิส จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ ● เดือน ตุลาคม 2554 NBC ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ NMG ได้เปิดตัวสถานีข่าว 24 ชั่วโมงช่องใหม่ ภายใต้ชื่อ “ช่องระงักภัย” (Rawangpai Channel) เพื่อเป็นประโยชน์กับสาธารณะ และชุมชน ในการเตือนภัยพิบัติ ภัยธรรมชาติ รายงานสภาพอากาศ การจราจร และการป้องกันทรัพย์สิน ● เดือน พฤศจิกายน 2554 NBC ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้รับจ้างผลิตรายการให้กับมูลนิธิรามา เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ เพื่อออกอากาศทางช่องรามาแชนแนล(ทรูวิชั่น 80)

3.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท บริษัทย่อยและบริษัทร่วม

เนชั่น กรุ๊ป ประกอบธุรกิจให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย ผ่านสื่อหลากหลายทุกรูปแบบ โดยบริษัทได้แบ่งสายธุรกิจตามกลุ่มเป้าหมายและผู้บริโภคสื่อ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกกลุ่ม และเพิ่มช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารและความรู้ให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้บริโภคและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีนวัตกรรมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ดังนั้นเพื่อความเติบโตอย่างยั่งยืน และมีความคล่องตัวในการขยายงาน โดยไม่จำกัดตัวเองอยู่แต่สื่อใดสื่อเดียว ตามศักยภาพของแต่ละประเภทธุรกิจ เนชั่นกรุ๊ป จึงมีหลักการที่จะดำเนินการทั้งเรื่องความพร้อมของบุคลากร เทคโนโลยี สารสนเทศ กระบวนการในการดำเนินงาน ตามประเภทและลักษณะของกลุ่มเป้าหมายของแต่ละสาย ซึ่งปัจจุบันธุรกิจของบริษัทสามารถแยกเป็นสายธุรกิจหลักได้ 8 สายธุรกิจ ดังนี้

1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ ดำเนินงานโดยบริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) เน้นกลุ่มผู้อ่านภาคธุรกิจ ทั้งเศรษฐกิจระดับมหภาค (Macro) และจุลภาค (Micro)
2. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และเนชั่นสุดสัปดาห์ ดำเนินงานโดย บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM) เน้นกลุ่มลูกค้าประชาชนทั่วไป
3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ ผลิตหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น , เนชั่นจูเนียร์ ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเน้นกลุ่มคนไทยที่ติดตามความเคลื่อนไหวของการเมืองและ

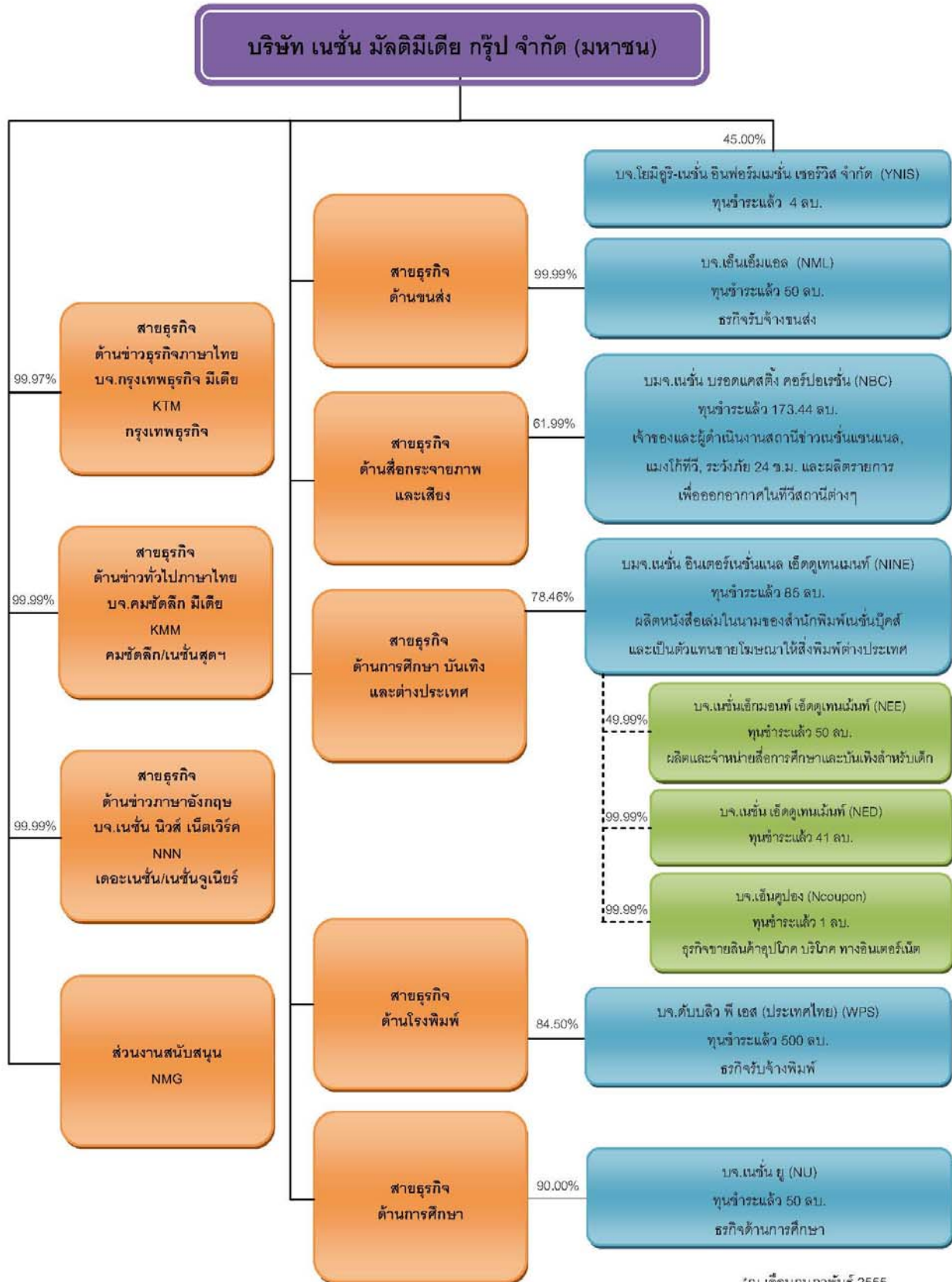
เศรษฐกิจ รวมทั้งชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย, กลุ่มวัยรุ่น นักเรียนระดับมัธยมศึกษา และกลุ่ม
 คนทำงานที่ต้องการความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำไปใช้ประโยชน์กับหน้าที่การงานหรือชีวิตประจำวัน

4. สายธุรกิจเอ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและการศึกษา , ตัวแทนขาย
 สมาชิกและขายโฆษณาและจัดจำหน่ายให้สิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ดำเนินงานโดย บมจ. เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล
 เอ็ดดูเทนเมนท์ (NINE) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเน้นกลุ่มนักเรียนทั้งชาวไทยและต่างชาติ , กลุ่มนักศึกษา
5. สายธุรกิจกลุ่มกระจายภาพและเสียง ผลิตสื่อทีวี วิทยุ และ New Media ดำเนินงานโดย บมจ. เนชั่น บรอด
 แคสติง คอร์ปอเรชั่น (NBC) เป็นผู้ผลิตข่าวและรายการสถานีข่าว 24 ชั่วโมงรายแรกของประเทศไทยในนาม
 เนชั่นแซแนล, Mango TV , ช่องระวังภัย ออกอากาศทางดาวเทียมและเคเบิลทีวี รวมถึงการผลิต/ร่วมผลิต
 รายการให้แก่สถานีโทรทัศน์ประเภท Free to air ได้แก่ ช่อง 3,5,9,11 และ TPBS เป็นต้นโดยเสนอการเกาะติด
 ทันข่าว การวิเคราะห์เจาะลึก การอธิบายข่าว และการวิเคราะห์ข่าวที่มองไปข้างหน้า, สื่อวิทยุ (Radio) เป็นสื่อที่
 นำเสนอข่าวให้ผู้สนใจทางคลื่น FM 90.5 และ FM102, สื่อใหม่ (New Media) การนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อ
 ใหม่ๆ เช่น Internet Broadband และทางโทรศัพท์มือถือ โดยการส่งข่าวธุรกิจ ข่าวทั่วไปทั้งภาษาไทยและ
 ภาษาอังกฤษในรูปแบบ SMS MMS และอื่นๆ ตามเทคโนโลยีอำนวยความสะดวกเครือข่ายภายใต้ชื่อ Nation News
 on Mobile , และยังผ่านสื่อประเภทบล็อก Oknation.net, Facebook เพื่อให้ประชาชนทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมใน
 การเสนอแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและเผยแพร่สู่สาธารณชน นอกจากนี้ NBC ได้รับจ้างผลิตรายการเพื่อ
 สุขภาพออกอากาศทางช่องรามาสแนล(ทิวทัศน์ 80)
6. สายธุรกิจด้านการพิมพ์ ดำเนินธุรกิจรับจ้างพิมพ์ โดยบริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) กลุ่ม
 ลูกค้าเป้าหมาย รับพิมพ์สิ่งพิมพ์ทุกประเภทให้กับบริษัทในเครือเนชั่น และลูกค้าภายนอก
7. สายธุรกิจด้านการขนส่ง ดำเนินธุรกิจรับจ้างขนส่งสินค้า (Logistics) ดำเนินงานโดยบริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด
 ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมุ่งเน้นบริการขนส่งให้กับบริษัทในเครือเนชั่น และลูกค้าภายนอกทั่วไป
8. สายธุรกิจด้านการศึกษา โดยบริษัท เนชั่นยู จำกัด (NU) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย เข้าบริหารมหาวิทยาลัยโยนก ซึ่งใน
 เดือนพฤศจิกายน 2554 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น “มหาวิทยาลัยเนชั่น” เปิดสอนทั้งหลักสูตรปริญญาตรีและปริญญาโท
 มี 2 วิทยาเขต คือ วิทยาเขตภาคเหนือลำปาง และ เปิดสอนรุ่นแรกที่วิทยาเขตกรุงเทพมหานคร ตั้งอยู่ที่อาคาร
 เนชั่นทาวเวอร์ ถนนบางนา-ตราด

ทั้งนี้ เนชั่นกรุ๊ป จะเดินหน้าเพื่อบริหารงานและสร้างผลงานให้มีคุณภาพ เพื่อสร้างมูลค่าสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่าง

ยั่งยืน

โครงสร้างการประกอบธุรกิจและการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทเนชั่น ปี 2554



โครงสร้างรายได้จากแต่ละกลุ่มธุรกิจ

โครงสร้างรายได้จากการประกอบธุรกิจของบริษัท และบริษัทย่อย สำหรับ 3 ปี คือ 2552 – 2554

: ล้านบาท

รายได้จากการขายและบริการรวม	ถือหุ้นร้อยละ	2552	%	2553	%	2554	%
ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณา บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป (NMG) : รายได้จากการขายโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ : รายได้จากการขายหนังสือพิมพ์ : รายได้จากการพิมพ์, การขายกระดาษ รวม	100.00	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%	67.56 32.00 28.38 127.94	2.42% 1.14% 1.02% 4.58%
บ.เนชั่น นิวส์เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN) : รายได้จากการขายโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ : 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%	134.02 79.26 213.28	4.79% 2.83% 7.62%
บ.คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM) (เดิมชื่อ บ.เนชั่น ดิจิตอล มีเดีย จำกัด) : รายได้จากการขายโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ : รายได้จากการขายหนังสือพิมพ์ รวม	99.99	- - -	- - -	102.55 56.47 159.02	3.49% 1.92% 5.42%	326.18 215.48 541.66	11.66% 7.70% 19.36%
บ.กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) (เดิมชื่อ บ.เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด) : รายได้จากการขายโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ : 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%	545.68 108.52 4.51 658.71	19.51% 3.88% 0.16% 23.55%
รวมรายได้จากธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ และโฆษณา		1,604.45	63.43%	1,782.30	60.73%	1,541.59	55.11%
ธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง บมจ.เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็นทรัล เอ็ดดูเทนเมนท์ (NINE) : รายได้จากการผลิตและจำหน่ายพ็อคเก็ตบุ๊กส์	78.46	52.43	2.07%	53.92	1.84%	61.52	2.20%
บ.เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) ถือหุ้นโดย NINE (99.99%) : รายได้จากการนำเข้าและผลิตสิ่งพิมพ์การศึกษา	-	-	-	0.19	0.007%	1.39	0.05%
บ.เนชั่น เอ็กมอนท์เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE) ถือหุ้นโดย NINE (49.99%) : รายได้จากการนำเข้าและผลิตสิ่งพิมพ์ (การ์ตูน) และผลิตสิ่งพิมพ์การศึกษา	-	79.59	3.15%	68.57	2.34%	67.63	2.42%
รวมรายได้จากธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง		132.02	5.22%	122.68	4.19%	130.54	4.67%
ธุรกิจกระจายภาพและเสียงและสื่อสมัยใหม่ บมจ.เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น (NBC) : รายได้จากธุรกิจโทรทัศน์ : รายได้จากธุรกิจวิทยุ : รายได้จากสื่อสมัยใหม่ Internet / SMS / Website รวมรายได้จากธุรกิจกระจายภาพและเสียง และสื่อสมัยใหม่	61.99	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%	650.28 28.97 124.00 803.25	23.25% 1.03% 4.43% 28.71%
ธุรกิจด้านการพิมพ์ บ.ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) : รายได้จากการรับจ้างพิมพ์	84.50	44.40	1.76%	29.83	1.02%	62.77	2.24%
บ.เนชั่น พรินติ้ง เซอร์วิส จำกัด (NPS) (เดิมชื่อ บ. เทียวโด เนชั่น พรินติ้ง เซอร์วิส จำกัด) : รายได้จากการรับจ้างพิมพ์	-	-	-	73.55	2.51%	-	-
รวมรายได้จากธุรกิจการพิมพ์		44.40	1.76%	103.38	3.53%	62.77	2.24%

รายได้จากการขายและบริการรวม	ถือหุ้นร้อยละ	2552	%	2553	%	2554	%
ธุรกิจให้บริการบริหารจัดการสิ่ง น.เอ็นเอ็มแอล จำกัด (NML) : รายได้จากการจัดส่งสินค้า	99.99	65.59	2.59%	76.66	2.61%	105.04	3.76%
รายได้จากการขายและบริการ-สุทธิ		2,317.23	91.61%	2,696.71	91.89%	2,643.19	94.49%
รายได้ค่าเช่าและบริการ – สุทธิ - รายได้ค่าเช่าและบริการ - สุทธิ - รายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ ต่างประเทศ (NINE)		12.09 96.08	0.48% 3.80%	6.37 86.55	0.22% 2.95%	8.91 88.82	0.32% 3.17%
รวม		108.17	4.28%	92.92	3.17%	97.73	3.49%
ดอกเบี้ยรับ		21.60	0.85%	3.08	0.10%	2.54	0.09%
กำไรจากการต่อรองราคาซื้อ		-	-	90.83	3.09%	-	-
ส่วนได้เสียในกำไรสุทธิของบริษัทร่วม		-	-	-	-	-	-
กลับรายการขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์		-	-	-	-	-	-
เงินปันผลรับ		0.13	0.005%	0.31	0.01%	0.77	0.02%
รายได้อื่น		82.38	3.26%	51.12	1.74%	53.34	1.91%
รายได้รวม		2,529.51	100.00%	2,934.97	100.00%	2,797.57	100.00%

- หมายเหตุ :
1. รายการข้างต้นหักรายการค้าระหว่างกันแล้ว
 2. รายได้ค่าพิมพ์ของ NMG เป็นรายได้ที่เกิดจากการเรียกเก็บค่าพิมพ์ และค่ากระดาษจากบริษัทภายนอก
 3. รายได้จากธุรกิจสื่อสมัยใหม่ส่วนใหญ่อยู่ภายใต้บริษัท NBC แต่มีบางส่วนหนึ่งยังอยู่ภายใต้ NMG เพราะรายได้ Internet มีทั้ง NBC และ NMG
 4. ในไตรมาส 4 ปี 2553 บริษัทได้ตั้งบริษัทย่อยเพิ่มเติม จากเดิมที่เป็น Business Unit ภายใต้ NMG ซึ่งเดิมเป็น รายได้ส่วนหนึ่งของ NMG ได้แก่
 - บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) NMG ถือหุ้น 99.99% เพื่อดำเนินธุรกิจด้านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อที่เกี่ยวข้องกับ Content ทางด้านธุรกิจ โดยมีสื่อหลัก คือ หนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ เริ่มดำเนินการ 1 ตุลาคม 2553
 - บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM) NMG ถือหุ้น 99.99% เพื่อดำเนินธุรกิจด้านสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับ Content ด้านข่าวภาษาไทยทั่วไป โดยมีสื่อหลัก คือหนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก และ นิตยสาร เนชั่นสุดสัปดาห์ เริ่มดำเนินการ 1 ตุลาคม 2553
 5. เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2553 WPS ได้ซื้อหุ้นของ NPS เดิมชื่อ บริษัท เกียวโด เนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส จำกัด (KNP) จำนวน ร้อยละ 51.01 จากผู้ถือหุ้นเดิม 2 ราย มีผลทำให้ WPS มีสัดส่วนการถือหุ้นใน บริษัท เนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส จำกัด (NPS) เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 48.99 เป็นร้อยละ 99.99 และเปลี่ยนสถานะจากบริษัทร่วมมาเป็นบริษัทย่อย ดังนั้น ในปี 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
 6. เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2554 บริษัทย่อยแห่งหนึ่ง - บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ได้ทำสัญญารับโอนกิจการด้วยวิธีการโอนทรัพย์สิน และหนี้สินทั้งหมดกับบริษัท เนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส จำกัด (NPS) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บริษัทย่อยดังกล่าว เพื่อปรับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท โดยกำหนดวันที่ 1 กรกฎาคม 2554 เป็นวันโอนรับกิจการ
 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, นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ นิตยสารเนชั่นจูเนียร์ สื่อกระจายภาพและเสียง เช่น สถานีข่าวเนชั่นแซนด์, Mango TV, ช่องระงักภัย, Asean TV รามาศนแนล รายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี เช่น รายการข่าวข้นคนข่าว สถานีวิทยุ FM 90.5 สถานีวิทยุ FM 102.0 และสื่อใหม่ทางอินเทอร์เน็ต ผ่าน Tablet, มือถือ เป็นต้น

บริษัทมีลักษณะการประกอบธุรกิจ ประกอบด้วย 8 สายธุรกิจ ดังนี้

1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ดำเนินงานโดยบริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM)
2. สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย ดำเนินงานโดย บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM)
3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN)
4. สายธุรกิจเอ็ดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศ ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) โดยมีบริษัทย่อยและบริษัทร่วมภายใต้บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) คือ บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED), บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE) และ บริษัท เนชั่นคูปอง จำกัด (Ncoupon)
5. สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง ดำเนินงาน โดย บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC)
6. สายธุรกิจด้านการพิมพ์ ดำเนินงานโดย บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS)
7. สายธุรกิจด้านการขนส่ง ดำเนินงาน โดย บริษัท เนชั่นเอ็มแอล จำกัด (NML)
8. สายธุรกิจการศึกษา ดำเนินการ โดย บริษัท เนชั่น ยู จำกัด ซึ่งเป็นผู้บริหารจัดการมหาวิทยาลัยเนชั่น (เดิมชื่อมหาวิทยาลัยโยนก)

อย่างไรก็ตาม NMG ยังคงเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ บริหารฝ่ายขาย ฝ่ายการตลาด กองบก.สำนักข่าว ศูนย์ช่างภาพ และฝ่ายงานสนับสนุน เพื่อสามารถบริการข้อมูลแก่ลูกค้าในสื่อที่หลากหลายได้ครบถ้วน ซึ่งบริษัทได้มีการปรับโครงสร้างฝ่ายขายโฆษณา จากเดิมที่อยู่กับสิ่งพิมพ์ (Print) เป็นหลัก โดยได้ขยายออกไป 3 Platform คือ Print , Broadcasting และ Digital Media เพื่อเป็นช่องทางการหารายได้ในระยะยาว เพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้แก่บริษัท

ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจ	ลักษณะผลิตภัณฑ์หลัก
สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย	บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) ผู้ผลิตและจำหน่าย : หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ : หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวันภาษาไทย ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย : นักธุรกิจ นักธุรกิจรุ่นใหม่ นักวิชาการ ข้าราชการ นักการตลาด นิสิต นักศึกษา และ ประชาชนที่มีการศึกษาระดับกลาง ถึง ระดับสูง
สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย	บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM) ผู้ผลิตและจำหน่าย : หนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก : หนังสือพิมพ์ข่าวทั่วไปรายวันภาษาไทย นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ : นิตยสารวิเคราะห์ข่าวทั่วไปรายสัปดาห์ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย : ประชาชนทั่วไป

สายธุรกิจด้านข่าว ภาษาอังกฤษ	บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN) ผู้ผลิตและจำหน่าย : หนังสือพิมพ์ The Nation : หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ NJ Magazine : นิตยสารเพื่อการเรียนรู้ภาษาอังกฤษสำหรับเยาวชนรายปักษ์ Asia News Network : โครงการความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และภาพข่าวระหว่างหนังสือพิมพ์ภายในภูมิภาคเอเชีย รวม 21 ฉบับ ใน 18 ประเทศ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย : คนไทยที่ติดตามความเคลื่อนไหวของการเมืองและเศรษฐกิจ รวมทั้งชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย, กลุ่มวัยรุ่น และนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา กลุ่มคนทำงานที่ต้องการความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำไปใช้ประโยชน์กับหน้าที่การงานหรือชีวิตประจำวัน
สายธุรกิจด้าน เอดดูเทนเมนท์ และ ต่างประเทศ	บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) - ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊กส์โดยผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์ ที่ได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นกลุ่มผู้อ่านที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป - เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ต่างประเทศและนิตยสารต่างประเทศ ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นนักธุรกิจทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และกลุ่มนักศึกษา - เป็นตัวแทนขายสมาชิกและขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ที่พิมพ์ในประเทศไทย รับจ้างพิมพ์หนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia และ The Yomiuri Shimbun รวมถึงรับจัดส่งหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศอีกหลายฉบับด้วย บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) - ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์โดยผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนเพื่อการศึกษา และบันเทิง สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่เป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี โดยมุ่งเน้นหนังสือการ์ตูนยอดนิยมนที่ได้รับความนิยมจากสำนักพิมพ์ชั้นนำทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลี ฯ รวมทั้งการ์ตูนความรู้และวรรณกรรมเยาวชนต่างๆ บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE) - ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์โดยผลิต นำเข้า และจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนเพื่อการศึกษา บันเทิง และการเสริมทักษะ สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่เป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี ส่วนใหญ่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากกลุ่มประเทศแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย - รับจัดจำหน่ายหนังสือให้แก่ NED
สายธุรกิจด้านสื่อกระจาย ภาพและเสียง	บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ : - สถานีข่าว Nation Channel : เป็นสถานีข่าว 24 ชั่วโมง เน้นเสนอรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับข่าวสารสาระความรู้ - Mango TV : สถานีบันเทิงสายพันธุ์ใหม่ 24 ชั่วโมงของประเทศ แพร่ภาพรายการผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ เคเบิลทีวีท้องถิ่น ทีวีดาวเทียม เว็บไซต์ หน้าจอรถไฟฟ้ามหานคร และโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีรายได้หลักจากการขายเวลาโฆษณา รับจ้างผลิตรายการ และค่าเช่าเวลา

	- ช่องระงับภัย : เป็นสถานีข่าวระงับภัย 24 ชั่วโมง เพื่อป้องกันภัยก่อนเกิด ด้วยข้อมูลจากเครือข่าย ภาครัฐและเอกชน รวมถึงเป็นศูนย์กลางในการให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยในทุกภูมิภาคของประเทศ เพื่อจะได้ให้ความรู้กับประชาชนในการป้องกันภัยพิบัติ ภัยใกล้ตัวทุกรูปแบบ เมื่อเกิดเหตุการณ์ขึ้นจะได้รับมือทัน หรือเกิดผลเสียหายในชีวิตและทรัพย์สินให้น้อยที่สุด - รามาแซนแนล : เป็นรายการสุขภาพในรูปแบบใหม่ โดยบุคลากรตัวจริงด้านสุขภาพ ให้ความรู้ความเข้าใจปัญหาสุขภาพพร้อมแนวทางการรักษาแก่ประชาชนทั่วไป โดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในโรคต่างๆ ออกอากาศทาง True Vision - Asean TV : เป็นรายการข่าวที่ร่วมผลิตกับช่อง 9 ถ่ายทอดทาง True Vision ช่อง 99 ซึ่งนำเสนอข่าวในประเทศอาเซียน - รายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี : ดำเนินธุรกิจร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทรายการข่าวและสาระความรู้กับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีช่องต่างๆ โดยมีรายได้จากส่วนแบ่งการขายเวลาโฆษณา และการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการในรายการ - ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจในการร่วมผลิตรายการวิทยุและผลิตข่าวสั้นต้นชั่วโมง ออกอากาศทางสถานี FM 90.5 MHz และ FM 102.0 MHz - ร่วมกับบริษัทและพันธมิตรนำเนื้อหาถ่ายทอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการ ข่าวสาร เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อรูปแบบใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ Tablet โทรศัพท์เคลื่อนที่ ธุรกิจต่อเนื่อง : การผลิตและจำหน่าย VCD และ DVD, การจัดอบรมสัมมนา การจัดงานเที่ยว , การจัดกิจกรรมพิเศษ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย : ประชาชนทั่วไป
สายธุรกิจด้านการพิมพ์	บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) - ดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์หนังสือพิมพ์ โดยงานพิมพ์หลักมาจากการรับพิมพ์หนังสือพิมพ์ของเครือ เนชั่น กรุ๊ป ได้แก่ หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก, กรุงเทพธุรกิจ ,The Nation หนังสือรายปักษ์และรายสัปดาห์ – NJ Magazine และเนชั่นสุดสัปดาห์ และหนังสือเรียนจากลูกค้าภายนอก เช่น อักษรเจริญทัศน์ รวมทั้งรับพิมพ์หนังสือพิมพ์ต่างประเทศได้แก่ The Wall Street Journal Asia และ Yomiuri Shimbun - ดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์ที่เน้นด้านคุณภาพ โดยแบ่งลูกค้าเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ บริษัทในเครือเนชั่นเป็นงานพิมพ์ประเภทงานการ์ด, ป็อกเก็ตบุ๊ก และสิ่งพิมพ์โฆษณา และลูกค้าภายนอก ซึ่งเป็นงานพิมพ์ประเภทนิตยสาร, วารสาร, แคตตาล็อก และโบรชัวร์ โดยลูกค้าหลักในปัจจุบัน ได้แก่ บริษัท เอสบี เฟอร์นิเจอร์เฮาส์ จำกัด, บริษัท ทีวีไคเร็ด จำกัด , บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ จำกัด, บริษัท เอ็ม ไอ ดับบลิว กรุ๊ป จำกัด และ บริษัท บางกอกฟู้ดส์ จำกัด

สายธุรกิจด้านการขนส่ง	บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด (NML) ดำเนินธุรกิจรับจ้างขนส่งสินค้า (Logistic) ได้แก่ขนส่งหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ เพื่อให้บริการรองรับสายงานหลักในการจัดส่งหนังสือพิมพ์ ในกลุ่มเนชั่น ได้แก่ คมชัดลึก, กรุงเทพธุรกิจ, The Nation , The Wall Street Journal Asia และ Yomiuri Shimbun ทั้งในเขตกรุงเทพฯ-ปริมณฑล และต่างจังหวัดทั่วประเทศ รวมทั้งการรับงานบริการขนส่งให้กับลูกค้าภายนอกทั่วไป เช่น ซีเอ็ด, นานมีบุ๊คส์, อมรินทร์บุ๊คส์เซ็นเตอร์ และรับส่งแคตตาล็อก ใบปลิว ให้แก่ลูกค้าภายนอก เช่น True Vision, Tesco Lotus, IKEA เป็นต้น
สายธุรกิจการศึกษา	บริษัท เนชั่น ยู จำกัด - ดำเนินธุรกิจด้านการศึกษา บริหารมหาวิทยาลัยเนชั่น เดิมชื่อ มหาวิทยาลัยโยนก ปัจจุบันเปิดสอนที่วิทยาเขตลำปาง และวิทยาเขตกรุงเทพ (อาคารเนชั่น) สาขาวิชานิเทศศาสตร์ บริหารธุรกิจ และ MBA รวมทั้งการพัฒนาหลักสูตรภาษาอังกฤษ สำหรับนักศึกษาต่างประเทศ โดยอาศัยความแข็งแกร่งขององค์กรสื่อในเครือเนชั่น ทั้งหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ดิจิทัล มีเดีย เพื่อให้นักศึกษาได้มีโอกาสพัฒนาทักษะจากประสบการณ์จริง เรียนกับมืออาชีพ โดยนักศึกษามีโอกาสพัฒนาทักษะและประสบการณ์ นอกเหนือจากภาคทฤษฎีด้วยการเรียนกับอุปกรณ์ปฏิบัติการของจริง ในสภาพการทำงานจริง

4.1 – 4.3 สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ข่าวทั่วไปภาษาไทย และข่าวภาษาอังกฤษ

โดยรายได้หลักของสายธุรกิจกลุ่มนี้ มาจาก 2 ทาง ได้แก่ รายได้จากโฆษณาประมาณร้อยละ 66 และรายได้จากการจำหน่ายหนังสือประมาณร้อยละ 26 โดยรายได้ของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 54 ของรายได้รวมทั้งกลุ่ม และมีค่าใช้จ่ายหลักดังต่อไปนี้

- ค่าพิมพ์ร้อยละ 19 ซึ่งจ้างบริษัทย่อย คือ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้รับจ้างพิมพ์
- ค่ากระดาษร้อยละ 16
- ค่าใช้จ่ายเงินเดือน ค่าเรื่อง ค่าข่าวของกองบรรณาธิการร้อยละ 17

1. กลยุทธ์ทางการตลาด

เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วยสื่อหลายประเภท ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งมีทั้งหนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสารรายสัปดาห์ ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ซึ่งสามารถครอบคลุมลูกค้าได้ทุกกลุ่ม และเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าซึ่งถือเป็นจุดที่ได้เปรียบคู่แข่ง

1.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

1) **คุณภาพข่าวและการพิมพ์** บริษัทฯนำเสนอข่าวแบบฉบับไว ถูกต้อง เทียงตรง กล่าวเสนอความจริง วิเคราะห์เจาะลึก และมีความเป็นกลาง รวมทั้งการเสนอข่าวที่สร้างสรรค์เป็นประโยชน์และสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของประชาชน ด้านคุณภาพในการพิมพ์ บริษัทฯให้ความสำคัญกับคุณภาพงานพิมพ์ คมชัด สีสวยไม่ผิดเพี้ยน การวาง Lay Out และรูปแบบหนังสือให้สวยงาม เพื่อให้ผู้อ่านรู้สึกสบายตา อ่านง่าย ส่งผลต่อโฆษณาของลูกค้าที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์และนิตยสารของบริษัท

2) **ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์** ซึ่งครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทุกประเภท เพื่อเป็นการขยายฐานรายได้ โดยแต่ละผลิตภัณฑ์จะมีแนวเนื้อหาการนำเสนอ และมุ่งกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน เนื่องจากกลุ่มคนอ่านมีความหลากหลาย ทั้ง

เพศ วัย ชนชั้นทางสังคม และรายได้ กลุ่มบริษัทจึงมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อสามารถตอบสนองและเข้าถึงลูกค้าแต่ละกลุ่มได้แก่

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

1.2 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย

ด้านช่องทางการจำหน่าย บริษัทฯ มีโครงข่ายการจัดส่งสิ่งพิมพ์ผู้อ่านในเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่แข็งแกร่ง รวมทั้งมีสาขาในเขตภูมิภาคต่างๆ ได้แก่ เชียงใหม่, หาดใหญ่ และขอนแก่น มีระบบการขนส่งหนังสือพิมพ์ไปส่งทั่วประเทศได้ทุกวัน ภายในเวลาอันรวดเร็ว 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 โดยลูกค้าสามารถเลือกเงื่อนไขพิเศษในการลงโฆษณาในสื่อแบบ Combined ได้ เช่น ในกรณีที่ต้องการลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ 2 ฉบับ 2 ภาษา คือ The Nation และ กรุงเทพธุรกิจ ซึ่งจะมีราคาต่ำกว่าการลงโฆษณาแยกสื่อกัน

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

ด้านการจำหน่ายสิ่งพิมพ์

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

1.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

กลยุทธ์การส่งเสริมการขายของกลุ่มบริษัท แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) การส่งเสริมการขายสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท กลุ่มบริษัทมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี แต่ละผลิตภัณฑ์จะมีการส่งเสริมการขายของตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไปตามกิจกรรม เช่น เพื่อเพิ่มยอดขายไม่ว่าจะเป็นการขายโฆษณา หรือสิ่งพิมพ์ หรือทั้ง 2 ส่วนร่วมกัน หรือมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

กลุ่มต่างๆ หรือเพื่อตอบแทนคืนกำไรกลับไปสู่ผู้อ่านและผู้ลงโฆษณา ทั้งนี้แล้วแต่ความเหมาะสม เช่น คมชัดลึก Award จุดประกายคอนเสิร์ตของกรุงเทพมหานคร, คอนเสิร์ต 10 ปีคมชัดลึก, HR Forum, CEO Forum , สัมมนาเชิงวิชาการ AEC 2015, Nation Hole in One เป็นต้น

2) การส่งเสริมการขายในลักษณะผสมผสานสื่อ (Total Media Solution) เนื่องจากกลุ่มบริษัทดำเนินธุรกิจสื่อครบวงจร และเป็นกลุ่มบริษัทที่มีสื่อมากที่สุดในประเทศ จึงสามารถสร้างความได้เปรียบในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ โดยการนำสื่อหลายๆ สื่อมาทำกิจกรรมส่งเสริมการขายพร้อมกัน เช่น งานแทนคุณแผ่นดิน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้รู้จักผลิตภัณฑ์ในเครือของบริษัท รวมทั้งรู้จักบริษัท จุดยืนและความน่าเชื่อถือในฐานะบริษัทสื่ออีกด้วย

2. การขายโฆษณาและช่องทางการจำหน่าย

การขายโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ของกลุ่มบริษัทฯ แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

1.การขายโฆษณาให้ลูกค้าโดยตรง (Direct Customers) เป็นการติดต่อโดยตรงระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้า ผู้เป็นเจ้าของสินค้าที่มีความสนใจที่จะลงโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ

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

ตารางแสดงสัดส่วนการจำหน่ายสื่อโฆษณาของบริษัทผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ในปี 2554

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

ช่องทางการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ แบ่งเป็น 2 ช่องทางดังต่อไปนี้

1. การจัดจำหน่ายและการจัดส่งโดยตรงไปยังผู้อ่านในรูปแบบของการขายสมาชิกและ Bulk มีรูปแบบดังต่อไปนี้

- การขายโดยตัวแทนขายซึ่งไม่ได้เป็นพนักงานของบริษัทจะได้รับค่าตอบแทนจากการขาย (Commission) ตามอัตราที่ตกลงไว้ล่วงหน้าของราคาสมาชิกที่สามารถขายได้
- การบอกรับเป็นสมาชิกโดยตรงกับบริษัท ซึ่งลูกค้าสามารถบอกรับสมาชิกทางไปรษณีย์ โทรสาร ผ่านตามสื่อสิ่งพิมพ์, สื่อ Online E-commerce
- การขายสมาชิกทางโทรศัพท์ (Retention&Telesales) โดยมีพนักงานติดต่อสมาชิกเดิมซึ่งใกล้หมดอายุสมาชิก หรือสมาชิกที่ยกเลิกการเป็นสมาชิกแล้วระยะหนึ่ง โดยเชิญชวนให้ต่ออายุสมาชิก หรือสมัครสมาชิกใหม่
- การขายสมาชิกผ่านทางพันธมิตรทางการค้า เช่น บัตรเครดิต VISA , 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 ชับเอเยนต์รวม

ประมาณ 1,000 ราย กระจายอยู่ตามจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ จึงถือว่าเป็นฐานการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ที่สำคัญของบริษัทฯ เนื่องจากเป็นช่องทางให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงสินค้าของบริษัทได้อย่างทั่วถึง ทั้งนี้บริษัทฯจะให้ส่วนลดและรับคืนหนังสือ ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานทั่วไปของการจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์

ตารางแสดงสัดส่วนการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ของบริษัทผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆในปี 2554

สิ่งพิมพ์	สมาชิก : เอเยนต์
กรุงเทพธุรกิจ	48 : 52
The Nation	49 : 51
คม ชัด ลึก	8 : 92
รวม	100%

3. ลักษณะของลูกค้า แบ่งเป็นกลุ่มผู้อ่าน และกลุ่มผู้ลงโฆษณา

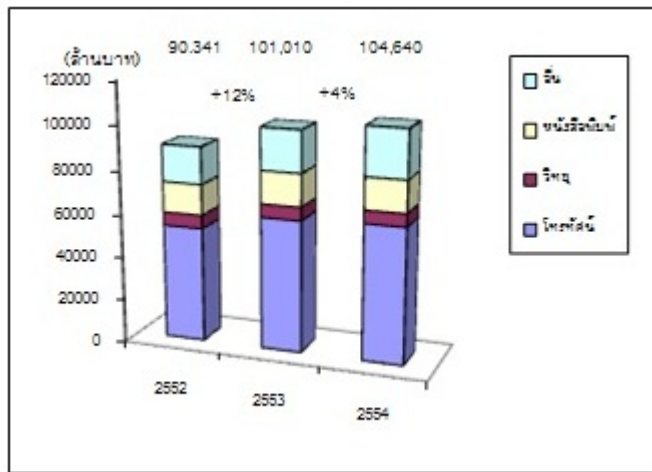
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ เป็นลูกค้าระดับกลางถึงระดับสูงที่มีความสนใจในข่าวสาร ซึ่งส่วนใหญ่มีพื้นฐานการศึกษาในระดับอุดมศึกษาขึ้นไป นักธุรกิจ ข้าราชการระดับสูง โดยลูกค้าส่วนใหญ่บอกรับเป็นสมาชิกรายปี กลุ่มผู้ลงโฆษณาส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสินค้าบริการที่มีราคาขายระดับกลางถึงระดับสูง เช่น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

4. ภาวะการแข่งขัน

ภาวะการแข่งขันโดยรวม

ปี 2554 มีค่าใช้จ่ายของการโฆษณาทั้งระบบเท่ากับ 104,640 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4% หรือ 3,630 ล้านบาท จากปี 2553 ที่มีมูลค่าเท่ากับ 101,010 ล้านบาท

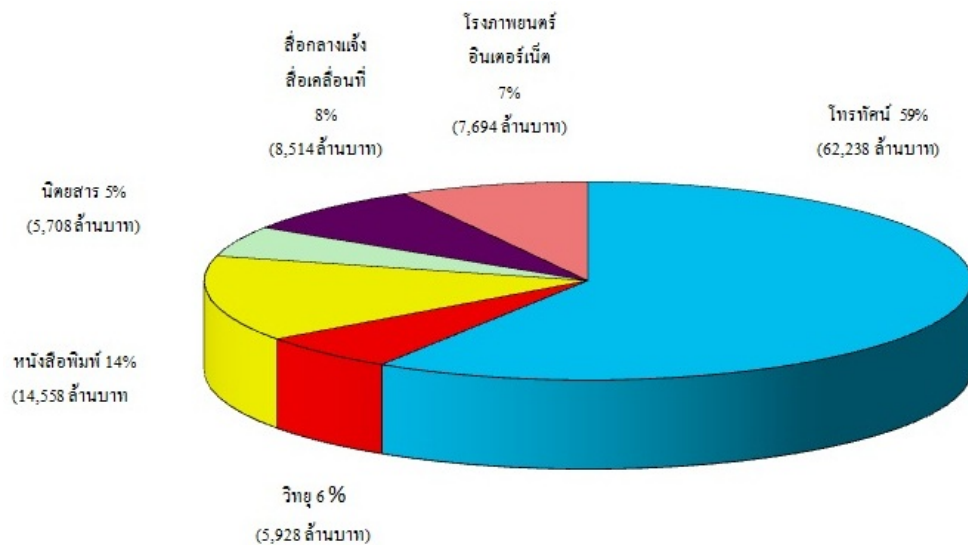
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาทั้งระบบ และอัตราการเติบโตภายในระยะเวลา 3 ปี สำหรับปี 2552 –ปี 2554



ค่าใช้จ่ายโฆษณา

ที่มา : นิลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย)

ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาแยกตามสื่อในปี 2554 มูลค่า 104,640 ล้านบาท



จากข้อมูลของนิลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) พบว่าอุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2554 มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 104,640 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 4 % แต่อย่างน้อยก็ต่ำกว่าอัตราการเติบโตเมื่อเทียบกับปี 2553 เนื่องจากได้รับผลกระทบจากน้ำท่วมในไตรมาส 3-4 โดยเพิ่งเริ่มฟื้นตัวในเดือนธ.ค.54 ซึ่งผลกระทบดังกล่าวทำให้โรงงานผลิตในภาคอุตสาหกรรมบางส่วนต้องใช้เวลาในการฟื้นฟู ทำให้การใช้งบโฆษณาเติบโตไม่สูงนัก โดยสื่อสิ่งพิมพ์มีมูลค่าโฆษณาในปี 2554 เท่ากับ 14,558 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14 ของค่าใช้จ่ายโฆษณาทั้งหมด โดยเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับสองรองจากสื่อโทรทัศน์ โดยเมื่อเทียบกับปี 2553 มีอัตราการเติบโต ลดลง 3 % แต่ทั้งนี้ตั้งแต่เดือนธ.ค.54 โฆษณาเริ่มส่งสัญญาณฟื้นตัวหลังจากสถานการณ์น้ำท่วมคลี่คลาย หลายบริษัทเริ่มมีการใช้งบโฆษณา ประชาสัมพันธ์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เพิ่มขึ้นและผู้ประกอบการหลายรายยังต้องการใช้งบโฆษณาในการข่าวด้านสินค้าของบริษัทยังคงมีจำหน่าย หรือกลับมาผลิตได้แล้วหลังน้ำท่วม

ส่วนทิศทางการใช้สื่อ ในช่วงครึ่งปีแรก คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในแนวพิงชันนัล หรือการชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ของสินค้า มากกว่าการมุ่งสร้างแบรนด์ ซึ่งจะขยับมาเริ่มสร้างแบรนด์ในช่วงครึ่งปีหลัง อย่างไรก็ตามภาพรวมของอุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2555 คาดว่าจะเติบโตประมาณ 3-5%

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

ภาพรวมในปี 2554 เนื่องจากเหตุการณ์อุทกภัยที่เกิดขึ้น ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในวงกว้าง ทั้งในด้านการใช้จ่ายภายในประเทศและในด้านการผลิตซึ่งในภาคการผลิตที่สำคัญก็คือ ภาคอุตสาหกรรม โดยในด้านการใช้จ่ายภายในประเทศมีแนวโน้มที่การบริโภคภาคเอกชนจะขยายตัวในอัตราชะลอตัว จากการที่การใช้จ่ายใช้สอยของประชาชนในพื้นที่ที่ประสบปัญหาอุทกภัยมีการหยุดชะงักลง ประกอบกับรายได้ที่ลดลงของผู้ใช้แรงงาน การหยุดจ้างงานของสถานประกอบการที่ประสบภัย ส่งผลให้การใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคของครัวเรือนและการลงทุนขยายตัวชะลอตัว ในขณะที่การใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคของรัฐบาลขยายตัวสูงขึ้นเล็กน้อย การส่งออกสินค้าขยายตัวสูงขึ้น

สำหรับปี 2555 (ข้อมูลจาก : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ) คาดว่าเศรษฐกิจไทยจะขยายตัวที่ร้อยละ 4.50-5.50 เมื่อเทียบกับปี 2554 ที่ขยายตัวร้อยละ 1.50 โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนจากการปรับตัวดีขึ้นเนื่องจากมีแรงกระตุ้นทั้งอุปสงค์ภายในประเทศและต่างประเทศ โดยการใช้จ่ายและการลงทุนของภาครัฐมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการเร่งรัดการลงทุนเพื่อปรับปรุงฟื้นฟูโครงสร้างพื้นฐานที่ได้รับความเสียหายจากน้ำท่วม พร้อมทั้งการดำเนินการมาตรการสนับสนุนด้านสินเชื่อและมาตรการภาษีที่มีส่วนสำคัญต่อการฟื้นฟูทั้งภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ รวมถึงการดำเนินนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นการเพิ่มรายได้ของประชาชน ทำให้เม็ดเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ส่งผลให้อุปสงค์ภายในประเทศขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ยังมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโฆษณาก็คือ เสถียรภาพทางการเมือง โดยรัฐบาลชุดใหม่จะต้องเพิ่มความน่าเชื่อถือ และความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคและนักลงทุน ส่วนปัจจัยด้านอื่นไม่ว่าจะความผันผวนของค่าเงินบาท และราคาน้ำมันในตลาดโลกยังมีแนวโน้มทรงตัวในระดับสูง จึงส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ซึ่งปัญหาเหล่านี้ผู้ประกอบการมักจะมีการปรับตัว และมีการวางแผนรับมือไว้แล้ว เพื่อให้บริษัทอยู่รอด ปลอดภัย และยังคงอยู่ในตลาดได้

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม โดยพิจารณาตามประเภทสายธุรกิจดังนี้

สายธุรกิจด้านข่าว ธุรกิจภาษาไทย	หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวัน : กรุงเทพธุรกิจ ถือเป็นผู้นำของกลุ่มหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวัน โดยมีส่วนแบ่งตลาดด้านพื้นที่โฆษณา (คอลัมน์นี้) ประมาณร้อยละ 66 อย่างไรก็ตามในตลาดยังมีหนังสือพิมพ์ประเภทเดียวกัน คือ Post Today โดยมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 26 และASTV ผู้จัดการรายวันเฉลี่ยประมาณร้อยละ 8
------------------------------------	---

สายธุรกิจด้านข่าว การบ้านการเมือง ทั่วไปภาษาไทย	<u>หนังสือพิมพ์รายวันทั่วไป : คมชัดลึก</u> คมชัดลึกมีส่วนแบ่งการตลาดทางด้านพื้นที่โฆษณาประมาณร้อยละ 19 ในขณะที่ไทยรัฐ และเดลินิวส์ มีส่วนแบ่งการตลาดด้านพื้นที่โฆษณาประมาณร้อยละ 60 และ 21 ตามลำดับ
สายธุรกิจด้านข่าว ภาษาอังกฤษ	<u>หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ : The Nation</u> มีคู่แข่งเพียงฉบับเดียวคือ Bangkok Post โดยผู้อ่านหนังสือพิมพ์กลุ่มนี้ค่อนข้างคงที่และจำกัด โดยส่วนใหญ่เป็นสมาชิกประจำ ปัจจุบัน The Nation มีส่วนแบ่งการตลาดด้านพื้นที่โฆษณา (คอลัมภ์์) ประมาณ ร้อยละ 41 และ Bangkok Post ประมาณ ร้อยละ 59

การผลิตหรือการจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

1. การผลิตหนังสือพิมพ์

	2552	2553	2554
<u>เดอะเนชั่น</u>			
ปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อวัน (ฉบับ)	59,000 – 61,000	59,000 – 61,000	59,000 – 61,000
<u>กรุงเทพธุรกิจ</u>			
ปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อวัน (ฉบับ)	95,000 – 100,000	95,000 – 100,000	95,000 – 100,000
<u>คม ชัด ลึก</u>			
ปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อวัน (ฉบับ)	300,000 – 400,000	300,000 – 400,000	300,000 – 400,000

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

อย่างไรก็ตามวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตหนังสือพิมพ์ คือกระดาษหนังสือพิมพ์ (Newsprint) มีสัดส่วนประมาณ 81% ของมูลค่าวัตถุดิบรวม ซึ่งบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบดังกล่าวเอง ปัจจุบันบริษัทฯ สามารถสั่งซื้อได้ทั้งภายในประเทศ และนำเข้าจากต่างประเทศ โดยไม่มีข้อผูกพันกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะ แต่จะพิจารณาตามราคาขายที่แต่ละรายเสนอมา เพื่อให้ได้วัตถุดิบในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพที่ต้องการ

สภาพปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ (Newsprint)

จากข้อมูลในอดีตพบว่าราคากระดาษหนังสือพิมพ์จะมีการเปลี่ยนแปลงระดับราคาขึ้นลงไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับราคาเชื้อกระดาษ และปัจจัยที่มีผลได้แก่ราคาน้ำมัน โดยกระดาษหนังสือพิมพ์เป็นสินค้าประเภท Commodity ซึ่งมีราคาตลาดโลกอ้างอิง ทำให้สามารถเปรียบเทียบราคาจากผู้จำหน่ายแต่ละรายได้ ซึ่งในปี 2554 จากสถานการณ์น้ำท่วมในภูมิภาคของประเทศ โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ ชลบุรี และจังหวัดปทุมธานี นนทบุรี รวมทั้งพระนครศรีอยุธยา ส่งผลให้ภาคการผลิตอุตสาหกรรมกระดาษ และสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ผลกระทบทางตรง คือ อุปกรณ์เครื่องจักรเกิดความเสียหายจากน้ำท่วม และคำสั่งซื้อลดลงจากผู้บริโภคในประเทศ เนื่องจากผู้ใช้สิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบจากน้ำท่วมเช่นกัน ส่วนผลกระทบทางอ้อม คือ ปัญหาการขนส่งวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จ รวมทั้งปัญหาการกระจายสินค้าไม่ทั่วถึง ที่สำคัญ คือ การจัดส่งสิ่งพิมพ์ นิตยสาร และวารสารต่างๆ

ภาวะการผลิต การนำเข้า กระดาษและสิ่งพิมพ์ ในปี 2554 คาดว่าปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อน เป็นผลมาจากการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้ากระดาษ และผลิตภัณฑ์กระดาษทุกประเภท ได้แก่ กระดาษหนังสือพิมพ์ กระดาษพิมพ์เขียน กระดาษแข็ง และบรรจุภัณฑ์กระดาษ เนื่องจากผู้ใช้มีความต้องการกระดาษที่มีคุณภาพสูง ซึ่งผู้ผลิตในประเทศไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้และผู้ผลิตสิ่งพิมพ์ได้ สำหรับการนำเข้ากระดาษที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศจีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา

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

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

สำหรับต้นทุนกระดาษที่นำเข้าเป็นเงินตราต่างประเทศ บริษัทฯ ได้มีนโยบายป้องกันความเสี่ยงโดยการทำ Forward Contract ไว้ล่วงหน้าตามแผนการสั่งซื้อในแต่ละปี ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ หมึกพิมพ์ เพลท ฟิล์ม และน้ำยาต่างๆ ซึ่งมีสัดส่วนรวมประมาณ 19% ของมูลค่ารวมของวัตถุดิบ ในปี 2554 บริษัทฯ ได้สั่งซื้อจากบริษัทตัวแทนในประเทศทั้งหมดเพราะมีผู้ขายเป็นจำนวนมาก

2. การผลิตข่าว (Content)

ทรัพยากรที่สำคัญสำหรับการผลิตหนังสือพิมพ์คือ เนื้อหาข่าว (Contents) ซึ่งการได้มาซึ่งเนื้อหาข่าวนั้นจะต้องประกอบด้วยขั้นตอนการผลิตข่าวที่เป็นระบบและการทำงานเป็นทีมของกองบรรณาธิการข่าว รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรในการจัดทำ และนำเสนอข่าวซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการทำสื่อ ดังนั้นจึงได้มีการอบรมพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถทำงานเป็นทีมทดแทนกันได้ เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากรซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ปัจจุบันบุคลากรในกองบรรณาธิการของ The Nation กรุงเทพมหานคร, คม ชัด ลึก ประกอบด้วยผู้สื่อข่าว ผู้เขียนข่าว บรรณาธิการข่าว Sub-Editor รวมทั้งหมด 388 คน และมีส่วนงานศูนย์กลางที่มีทั้ง ฝ่ายข่าว ทำหน้าที่เป็นตัวแทนทำข่าว โดยข้อมูลข่าวที่ได้จะเก็บไว้ในถึงข่าว IES (Integrated Editorial System) ซึ่งเมื่อแต่ละทีมกองบรรณาธิการต้องการข้อมูลในการทำข่าว ก็สามารถมาดูได้จากถึงข่าว IES จึงเป็นการใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

4.4 สายธุรกิจเอ็ดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศ ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเอ็นเนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE)

1. ธุรกิจสำนักพิมพ์
- 1.1 สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชน
- 1.1.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

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

- ก) สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย

NED ได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี ประเทศไทย และประเทศในทวีปเอเชีย โดยได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ชั้นนำ อาทิเช่น Shueisha Inc., Shogakukan,

Kodansha และ Futabasha เป็นต้น ในปี 2554 NED ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและเยาวชนทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 364 เรื่อง หรือมากกว่า 3,200 ปก ซึ่งดำเนินการในรูปแบบดังต่อไปนี้

- 1) นิยายการ์ตูนภายใต้ชื่อ “Boom” ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ เป็นเจ้าของหัวหนังสือ เป็นนิตยสารรายสัปดาห์ที่รวบรวมการ์ตูนญี่ปุ่นยอดนิยมหลากหลายเรื่องจากนิตยสารการ์ตูนรายสัปดาห์อันดับหนึ่งของญี่ปุ่นคือ “Shonen Jump” และการ์ตูนไทยไว้ในเล่มเดียวกัน โดยมีขอจำหน่ายอันดับ 1 ในประเทศไทย (ที่มา: ฝ่ายการตลาด บริษัทฯ ตุลาคม 2554)

นอกจากนี้ยังมี นิตยสารการ์ตูนรายปักษ์เล่มใหม่ชื่อ “Jiro” ซึ่งรวบรวมการ์ตูน จากหลากหลายค่าย หลายรสนชาติ ให้ผู้อ่านได้เพลิดเพลินมากขึ้น อาทิ การ์ตูนทะเล้นสุดฮิต “เกรียนจีนจัง” จากค่าย Futabasha, “คุณชายพันธุ์โอชะ” “Captain Alice” จาก Kodansha, “Aphorism อภิหาระสยบมาร” “Red Raven” จาก Square-Enix, “ตราบนันฟ้าใส” จาก Hakudensha, “อุทซึโอชะ” “Arago” จาก Shogakukan และผลงานจากนักเขียนการ์ตูนไทยหน้าใหม่ แต่ผลงานไม่แพ้ญี่ปุ่น

- 2) หนังสือการ์ตูน (Comic Collection) หมายถึงหนังสือการ์ตูนรวมเล่มและหนังสือการ์ตูนในรูปแบบพิเศษ (Limited Edition) ซึ่งได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางทั้งจากประเทศญี่ปุ่น และประเทศอื่นๆ ในเอเชียรวมทั้งประเทศไทย ส่วนใหญ่ของหนังสือการ์ตูนในกลุ่มนี้เป็นการรวมเล่มจากการ์ตูนที่ลงเป็นตอนๆ ในนิตยสารการ์ตูน “Boom” อาทิ “นินจาคาถาโอ้โฮเฮะ (นารูโตะ)” “Hunter x Hunter” “Bleach เทพมรณะ” “Jo Jo ล่าข้ามศตวรรษ” “นุระ หลานจอมภูต” “Sket Dance” “Bakuman” “Enigma” การ์ตูนไทย อาทิ “มิดที่ 13” “อภิมณีนาคา” เป็นต้น

หนังสือการ์ตูนเรื่องอื่นๆ ที่ไม่ได้มาจากนิตยสารการ์ตูน “Boom” อาทิ หนังสือชุด “โคโร เอมอน” รวมผลงานการ์ตูนของ Fujiko F.Fujio ผู้เขียนโคโรเอมอน ชุด “Path of Fujiko F.Fujio” “เกรียนจีนจัง” “Dr.SLUMP อาร่าเล้ง” “Yakumo” “รุ่นรักนักดนตรี-Nodame” “Pokémon” “SENGOKU STRAYS” “ซูพีเรีย” เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีหนังสือการ์ตูนกลุ่มรักประทับใจภายใต้ตรา “Cute Comic” อาทิ “ตราบนันฟ้าใส” “ล่านรักจากดวงดาว” “Love so life” “Love Sick” “สูตรรักสั้นใจ ให้เธอคนเดียว” จากประเทศญี่ปุ่นและ ชุด “สาวจอมจูนกับหนุ่มอินดี้” “Full House สะดุดรักที่ปักใจ” จากประเทศเกาหลี เป็นต้น

- 3) คอมมิคส์ เอ็ดเซ (Comics Essay) เป็นหนังสือที่มีร้อยแก้วผสมผสานกับลายเส้นการ์ตูน มีเนื้อหาสนุกสนานและให้แง่คิดที่น่าสนใจ อาทิ “กระต่ายต้องบ๊องป่วนเฮ้ว” “ฝันสลายที่ปลายฟ้าของหญิงอู๊ด” “ชีวิตคนโสดโหดมันฮา” “เผ่หลาพาสุขใจ” “คุณแม่ 30 คะแนน” “เริ่มแล้วมัยละ แม่จัน” “ชีวิตหญิงเดี่ยว 9 สมัยซ้อน” เป็นต้น

- 4) หนังสือการ์ตูนความรู้ (Edutainment Comics) เป็นการ์ตูนสาระบันเทิง แบ่งเป็นช่องทำนองเดียวกับการ์ตูนญี่ปุ่น มีการแทรกความรู้ต่างๆ และคำอธิบายเชิงวิชาการ ผ่านการเล่าเรื่องที่สนุกสนาน มีทั้งแบบสี่สีและภาพสีเดียว จากสำนักพิมพ์ชั้นนำของเกาหลี อาทิ “เจาะเวลาหาโพธิ์ดิน เล่ม 1-2 ลิขสิทธิ์ของ Donga Science, Science Quiz 1-4 ลิขสิทธิ์ของ Yea Rim Dang เป็นต้น

- 5) หนังสือนิทานภาพ (Story Book) เป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก ประกอบไปด้วยภาพโดยมีเรื่องราวที่จะสอดแทรกปรัชญาสำหรับเด็ก พร้อมทั้งให้ความบันเทิง อาทิ นิทานอีสปเรื่อง “กระต่ายกับเต่าและที่ละก้าว” “สิ่งใดโลกมากกับกระต่ายป่าและหมู่อัจฉริยะ” จากประเทศเกาหลี “Hello Kitty-วันแสนสุข” “Hello Kitty-ครอบครัวแสนรัก” จากประเทศญี่ปุ่น “Sheldon Season 2” จากประเทศไทย เป็นต้น

- 6) หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ (Activity Book) เป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก ประกอบด้วยรูปภาพเป็นส่วนใหญ่ ให้ความรู้พร้อมความบันเทิง ผ่านกิจกรรมต่างๆ อาทิ การระบายสี การวาดรูปต่างๆ การลากเส้น เกมทดสอบความจำ สีตัวเลข หรือคำศัพท์ต่างๆ โดยใช้ตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงที่เด็กชื่นชอบ อาทิ กิจกรรมหนังสือกิจกรรมพัฒนาทักษะชุด “Sheldon Season 2” “Byrdland แดนมหัศจรรย์” จากประเทศไทย เป็นต้น

๗) สิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย

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

ในปี 2554 NEE ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย ทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 700 ปก ซึ่งดำเนินการในรูปแบบดังต่อไปนี้

- 1) นิยายสำหรับเด็กชื่อ “Disney & Me” เป็นนิยายสารรายเดือนสำหรับเด็กอายุ 5-8 ปี ลิขสิทธิ์จาก Disney ซึ่งให้ทั้งความรู้และความบันเทิงโดยการรวมนิทานภาพและกิจกรรมเสริมทักษะไว้ในเล่มเดียวกัน เช่น การระบายสี รูปภาพ ลากเส้น เกมทดสอบความจำ สี ตัวเลข นอกจากนี้ยังได้สอดแทรกความรู้ด้านภาษาอังกฤษ เช่น abc หรือ คำศัพท์ง่ายๆ ฯลฯ นิยายสารฉบับนี้จัดพิมพ์เป็นสองภาษา (ไทย-อังกฤษ) เพื่อช่วยให้ผู้ปกครองเลือกซื้อให้แก่บุตรหลาน และให้ครูพิจารณาใช้เป็นหนังสือเสริมหลักสูตรในโรงเรียน
- 2) หนังสือนิทานภาพ (Story-telling book) ซึ่งได้คัดสรรจากนิทานที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางจากทั้งในและต่างประเทศ อาทิ นิทานจากภาพยนตร์ เช่น “Rapunzel ราพันเซล” “Toy story 3” “Car 2” นิทานชุด “Mickey & Friends” “Disney Princess” “Winnie the Pooh” ของ Disney “Scooby-Doo” ของ Warner Bros. “Barney” และ “Thomas & Friends” ของ Hit Entertainment “Dora the Explorer” “Spongebob the Square pants” ของ Nickelodeon เป็นต้น นอกจากนี้ NEE ยังได้พัฒนาหนังสือนิทานประกอบกับซีดีอ่านออกเสียงทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Read Along) ได้แก่ ชุด “Disney Princess Ballroom งานเต้นรำในฝัน” อีกด้วย
- 3) หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ (Activity Book) เป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก ประกอบด้วยรูปภาพเป็นส่วนใหญ่ ความรู้และความบันเทิง ผ่านกิจกรรมต่างๆ อาทิ การระบายสี การวาดรูป การลากเส้น เกมทดสอบความจำ สี ตัวเลข หรือคำศัพท์ง่ายๆ ฯลฯ จัดพิมพ์เป็นสองภาษา (ไทย-อังกฤษ) ส่วนใหญ่มีเนื้อหาเกี่ยวกับตัวการ์ตูนที่เป็นที่นิยมระดับนานาชาติ ตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์ในประเภทนี้ ได้แก่ หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะชุด “Toy story 3” “Car 2” “Mickey & Friends” “Disney Princess” “Winnie the Pooh” ของ Disney, หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะชุด “Early Learning Fun with Thomas” ของ Hit Entertainment
- 4) วรรณกรรมเยาวชน (Junior Novel) เป็นวรรณกรรมแปลที่มีตัวอักษรมากกว่ารูปภาพ มีเนื้อเรื่องที่อ่านและเข้าใจได้ง่าย ส่วนใหญ่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสืบสวนสอบสวน ผจญภัย แฟนตาซี และมีหลายเรื่องที่จัดพิมพ์เป็นสองภาษา (ไทย-อังกฤษ) ตัวอย่างหนังสือในประเภทนี้อาทิ ชุด “Miror Scape” ของ Egmont Books ชุด “The Naughtiest Girl” และ “The Secret Seven เจ็ดจิ๋วของช่างกับภารกิจนักสืบ” ของ Enid Blyton ชุด “ไขปริศนากับสคูบี้ดู” ของ Warner Bros เป็นต้น
- 5) หนังสือวรรณกรรมการ์ตูน เป็นหนังสือที่มีการเล่าด้วยภาพแบ่งเป็นช่องๆ มีการวางภาพคล้ายการ์ตูนญี่ปุ่น แต่เนื้อหาส่วนใหญ่มาจากวรรณกรรมที่โด่งดังสมัยก่อน มีทั้งแบบพิมพ์สี่เสี้ยวและสี่สี อาทิ “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 เงินทองต้องรู้” “ชุด คลื่นความคิดอัจฉริยะ” เป็นต้น

- 7) หนังสือสารานุกรมสำหรับเด็กและเยาวชน เป็นหนังสือที่เน้นให้ความรู้เชิงวิชาการในหัวข้อต่างๆ และมีรูปภาพประกอบเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของเด็กและเยาวชน สามารถนำไปใช้เป็นหนังสืออ้างอิงหรือสื่อประกอบการเรียนการสอน เพื่อเสริมสร้างความรู้ที่จำเป็นสำหรับเด็กและเยาวชน ตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์ในประเภทนี้ ได้แก่ สารานุกรม ชุด “Picture Dictionary” ของ Disney “E-Encyclopedia” และ “How Cool Stuff Works” ของ Dorling Kindersley เป็นต้น
- 8) สื่อการเรียนภาษาอังกฤษ เป็นชุดสื่อที่ช่วยพัฒนาการเรียนรู้ภาษาอังกฤษสำหรับเด็กและเยาวชน ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ และสื่อต่างๆ ทั้ง หนังสือ ทัศน และซีดี เช่น สื่อชุด “Key Words”

1.1.2 ลูกค้าย่อยเป้าหมาย

ลูกค้าย่อยเป้าหมายแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

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

โดยหนังสือของกลุ่มบริษัทฯ นั้น มีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าย่อยเป้าหมายในพิสัยที่ต่างๆ กันดังนี้

- หนังสือการ์ตูนและนิตยสารการ์ตูน มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น และอาจรวมไปถึงผู้ใหญ่ที่มีความชื่นชอบในการอ่านหนังสือการ์ตูน เนื่องจากเป็นความบันเทิงรูปแบบหนึ่งที่มีต้นทุนที่ต่ำ
- นิทาน/ หนังสือภาพ/ หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มเด็กเล็ก
- วารสารเยาวชนมีลักษณะเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ จึงมีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายครอบคลุมกลุ่มเด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น
- หนังสือสาระความรู้มีความละเอียดของเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ ครอบคลุมลูกค้าย่อยเป้าหมายตั้งแต่กลุ่มเด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น
- หนังสือสารานุกรม มีความละเอียดของเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมาย เด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น

1.1.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ก) สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย

การจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชียนั้น NED ซึ่งเป็นผู้ผลิตจะขายสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตทั้งหมดให้แก่ NEE ซึ่งเป็นการขายบนเงื่อนไขไม่มีการรับคืน เพื่อให้ NEE นำไปจำหน่ายต่อให้กับเอเยนต์ที่จัดจำหน่ายการ์ตูน และผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ที่มีร้านหนังสือหลายสาขา ซึ่งเป็นการขายที่อาจมีการรับคืนได้ในภายหลัง โดยเอเยนต์เหล่านี้จะกระจายสินค้าต่อไปยังร้านหนังสือค้าปลีกรายย่อยซึ่งจะจำหน่ายต่อให้แก่ผู้อ่านอีกต่อหนึ่ง และ NEE ยังมีการจัดจำหน่ายโดยตรงแก่ผู้อ่านผ่านระบบสมาชิก

ในปี 2554 จัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชียส่วนใหญ่ผ่านเอเยนต์การ์ตูน รองลงมาได้แก่ ร้านหนังสือ ร้านค้าโมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ และ ร้านค้าที่ไม่ได้จำหน่ายหนังสือเป็นหลัก และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ ได้แก่ จำหน่ายตรงผ่านบูธ งาน event ตามลำดับ รวมจัดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 7,500 จุด (ที่มา: บริษัทฯ)

ข) สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย

NEE จะทำการจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลียซึ่งตนเป็นผู้ผลิตผ่านผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ที่มีร้านหนังสือหลายสาขา และร้านค้าโมเดิร์นเทรด ซึ่งมีเงื่อนไขการขายที่อาจมีการรับคืนได้ในภายหลัง โดยร้านค้าเหล่านี้จะจำหน่ายต่อให้แก่ผู้อ่านอีกทอดหนึ่ง นอกจากนั้น NEE ยังมีการจัดจำหน่ายโดยตรงแก่สถาบันการศึกษา และผู้อ่านผ่านระบบสมาชิกด้วย

ในปี 2554 NEE จัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย ส่วนใหญ่ผ่านร้านหนังสือ รองลงมาได้แก่ ร้านค้าโมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ และ ร้านค้าที่ไม่ได้จำหน่ายหนังสือเป็นหลัก นอกจากนี้ มีการจำหน่ายตรงผ่านบูธ โรงเรียน และองค์กรต่างๆ และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ รวมจัดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 8,500 จุด (ที่มา: บริษัทฯ 6,500 ร้านค้า / 2,000 โรงเรียน)

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) *สร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อการมีส่วนร่วมของลูกค้ และกิจกรรมเพื่อสังคม*

กลุ่มบริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่างๆ ร่วมกับร้านหนังสือ และในสถานที่สาธารณะอื่นๆ เช่น การจัดงานเพื่อส่งเสริมการแสดงออก ความสามารถ ของเด็กและเยาวชน ได้แก่ งาน Japanese Festival ซึ่งประกอบด้วยการประกวดการแต่งตัวเลียนแบบตัวการ์ตูน (cos' play) และการประกวดดนตรีแนวญี่ปุ่น (J-rock), งาน Comics Cosmo เพื่อค้นหานักเขียนการ์ตูนไทยหน้าใหม่ และเป็นการรวมตัวกันของสังคมผู้ชื่นชอบการ์ตูน การจัดกิจกรรม Disney and Me Talent Contest กิจกรรมส่งเสริมกีฬา เช่น Kiddy League มหกรรมกีฬาอนุบาล และการแข่งสตรีทบาสเก็ตบอล Dunk Anti Drug รวมถึงการเข้าร่วมออกร้าน และกิจกรรมส่งเสริมการอ่านในงานมหกรรมหนังสือต่างๆ เป็นต้น

5) *พัฒนานักเขียนไทยให้มีคุณภาพ และก้าวสู่ระดับสากล*

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสร้างนักเขียนการ์ตูนไทยหน้าใหม่ เห็นได้จากการจัดประกวดนักเขียนการ์ตูนไทยมาตลอดระยะเวลากว่า 10 ปี การจัดสัมมนาหรือ workshop แก่เด็กและเยาวชนผู้สนใจ การพิจารณาตีพิมพ์การ์ตูนจากนักเขียนการ์ตูนไทยในนิตยสารรายสัปดาห์ “Boom” และหนังสือเล่ม และหนึ่งในความสำเร็จของโครงการนี้คือการที่สำนักพิมพ์ชั้นนำจากประเทศฝรั่งเศส และเบลเยียม ได้ซื้อลิขสิทธิ์การ์ตูนไทยเรื่อง “อภัยมณี ซาก้า” ไปตีพิมพ์

6) *พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม*

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการกระจายสื่อที่คัดสรรแล้วว่ามีคุณภาพและมีเนื้อหาเหมาะสมไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดได้แก่ การให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งช่องทางดั้งเดิม และ

ผ่านสื่อใหม่ หรือวิธีการใหม่ๆ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังเน้นการเข้าถึงเด็กและเยาวชนผ่านการขายตรงเพื่อเข้าถึงผู้ปกครองของเด็กและเยาวชน รวมถึงการขายตรงเข้าสู่โรงเรียน โดยผ่านทางห้องสมุดหรือ ครู เพื่อเสนอทางเลือกในการใช้ประกอบการเรียนการสอน หรือมีไว้ให้นักเรียนค้นคว้าประจำห้องสมุด

1.2 หนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์

1.2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

หนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์ของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 หมวดหลักดังนี้

(1) หมวดบริหารและการจัดการ (Business and Management)

หนังสือในกลุ่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการในหัวข้อต่างๆ รวมถึงเศรษฐศาสตร์ การเงิน การบัญชี การตลาด ภาษีและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การจัดการเชิงกลยุทธ์ และกรณีศึกษาทางธุรกิจ ตัวอย่างหนังสือที่ได้รับความนิยมอย่างสูงระดับนานาชาติในกลุ่มนี้ เช่น ผลงานจากสุดยอดปรมาจารย์ด้านการคิดสร้างสรรค์ Edward De Bono จำนวน 3 เล่ม ได้แก่ “พลังชีวิต คิดเชิงบวก (H+ A New Religion?)”, “6 กรอบความคิดเพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูล (Six Frames for Thinking about Information)” และ “6 กรอบความคิดเพื่อการตัดสินใจ (The Six Values Medals)”, “การตลาด 3.0 (Marketing 3.0)” โดย Philip Kotler, “สื่อสารเป็น เห็นชัยชนะ (Everyone Communicates Few Connect)” โดย John C. Maxwell, ศาสตร์แห่งบัฟเฟตต์ (Buffetology) โดย Mary Buffet and David Clark, “อย่ากรุ่น ต้องกล้าเริ่ม (Poke the Box)” โดย Seth Godin, “เงินนอกเขย 100 ภารกิจพิชิตความมั่งคั่ง (Make More Money)” โดย Karen McCreadie, Tim Phillips and Steve Shipside และ “สตีฟ จ๊อบส์ (Steve Jobs)” โดย Walter Isaacson

นอกจากนี้ยังมีงานเขียนของนักคิด นักเขียนไทยในกลุ่มการบริหารและการจัดการที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่านในวงกว้าง อาทิ “ช็อคกพดงค์” โดย พงษ์ คงกลาย, “Marketing is all around!” โดย ดร. วิเลิศ ภูริวัชร, “การตลาดมุมกว้าง” โดย ผศ. ดร. กฤติณี ฌัญญุติสิทธิ์, “พิชิตหุ่นด้วยปัจจัยทางเทคนิค” และ “พิชิตหุ่นและอนุพันธ์ด้วยปัจจัยทางเทคนิคขั้นสูง” โดย ป.ด้สนี (ประจบ วงษ์นั่ม), “บริหารคนเหนือตำรา 2” โดย จารุพันธ์ อธิธาวัชกุล

(2) หมวดนิยาย และวรรณกรรม(Fiction & Literature)

หนังสือในกลุ่มนี้เป็นนวนิยายและวรรณกรรมของนักเขียนไทยและนักเขียนต่างประเทศที่แปลเป็นภาษาไทย เช่น “พระอาทิตย์เที่ยงคืน”, “ความลับนครรุ่งอรุณ” และ “ฆาตกรรมก้นฝนดาวตก” โดย Keigo Higashino วรรณกรรมคลาสสิกฉบับการ์ตูน ได้แก่ “เหยื่อธรรมชาติ (Les Miserables)” โดย Victor Hugo และ “ทุน (Das Kapital)” โดย Karl Heinrich Marx

นอกจากนี้ยังมีนวนิยายและวรรณกรรมที่ได้รับความนิยมจนทำให้ถูกนำไปสร้างเป็นภาพยนตร์ อาทิ “บ่วงมนตรา เสน่ห์หัตถ์ดึกดำบรรพ์ (A Discovery of Witches)” โดย Deborah Harkness

(3) หมวดภาษา และการเรียนรู้ (Language and Learning)

หนังสือในกลุ่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะด้านภาษาและการทดสอบความถนัดด้านต่างๆ ซึ่งหนังสือในกลุ่มพัฒนาทักษะด้านภาษาที่ได้รับความนิยม เช่น “Chris Delivery the Collection#1 HIS” และ “Chris Delivery the Collection#2 HER” โดย คริสโตเฟอร์ ไรท์, “101 บทสนทนาจีน พร้อมใช้สำหรับนักท่องเที่ยว + CD MP3”, “101 บทสนทนาจีน พร้อมใช้ร้านอาหาร + CD MP3”, “101 บทสนทนาจีน พร้อมใช้เรียนต่อในจีน + CD MP3” และ “101 บทสนทนาจีน พร้อมใช้สื่อสารธุรกิจ + CD MP3” “เลขคณิตพิชิตสมองเสื่อม 3” และ “53 รูปแบบชีวิตพิชิตสมองเสื่อม” “สมองฟัดไหวพริบเต็ม 100! (Max Your Brain)”, “คุณจะกินแมวของตัวเองไหม? (Would you eat your cat?)”

(4) หมวดศาสนาและปรัชญา (Religion and Philosophy)

หนังสือในกลุ่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อ คำสอนทางศาสนา และปรัชญา เช่น “พุทธพบวิทย์ฯ ช่างคิดพบช่างถาม” โดย พระอาจารย์ ว. วชิรเมธี และ ดร. วิทย์ สิทธิเวกิน, “พระคัมภีร์มหาเทพแห่งจักรวาล” โดย ป๊อปปี้ เชลชี, “๑๑๑ นิทราชาดก (ฉบับย่อ)” โดย ดร. ประพันธ์ สุขยร และผลงานจากพระไพศาล วิสาโล พระนักเขียนรางวัลศรีบูรพา และรางวัลอมตะ ได้แก่ “ยอมรับความตายด้วยใจสงบ”, “สร้างพลังบุญ”, “ของขวัญแห่งความสุข” และ “สุขเหนือสุข”

นอกจากนี้ยังได้รับรางวัล “หนังสือดี สร้างคนดี ประจำปี 2554” อีกด้วย ได้แก่ “๑๑๑ นิทราชาดก (ฉบับย่อ)” โดย ดร. ประพันธ์ สุขยร, “พุทธพบวิทย์ฯ ช่างคิดพบช่างถาม” โดย พระอาจารย์ ว. วชิรเมธี และ ดร. วิทย์ สิทธิเวกิน และ “ทำบุญให้ฉลาด” โดย พระไพศาล วิสาโล

นอกจากนี้ยังมีหนังสือแปลเกี่ยวกับศาสตร์ด้านโหราศาสตร์และดวงชะตา ผลงานของ Joey Yap ปรมาจารย์และที่ปรึกษาผู้มีชื่อเสียงระดับโลก ผลงานของเขาได้รับการแปลเป็นภาษาไทยและมียอดขายที่น่าทึ่งมาก เช่น “แก่นแท้ปาโจ: 10 วันเจ้าธาตุ”, “แก่นแท้ปาโจ: 5 โครงสร้าง” และ “ปฏิทินฤกษ์มงคล ปี 2012” โดย Joey Yap

(5) หมวดทั่วไป (General Interest)

หนังสือในกลุ่มนี้เป็นหนังสือที่มีเนื้อหาหลากหลาย ครอบคลุมความสนใจด้านต่างๆ ของผู้อ่านในวงกว้าง อาทิ สุขภาพและความงาม อาหาร บ้านและการตกแต่ง การพัฒนาตนเอง สัตว์เลี้ยง และไลฟ์สไตล์ ตลอดจนเรื่องชีวิตคนดัง เช่น “บันทึกตามรอย ๘๔ คำสอน” ซึ่งได้ประมวลพระบรมราโชวาทและพระราชดำรัส เพื่อเป็นแนวทางในการประพฤติตนตลอดจนปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จ และนำความเจริญก้าวหน้ามาสู่ชีวิต พร้อมทั้งนำพระบรมสาทิสลักษณ์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว อันเป็นภาพแห่งความประทับใจ ที่เขียนโดยศิลปินชั้นครู อันได้แก่ อาจารย์จักรพันธ์ โปษยกฤต อาจารย์ปัญญา เพ็ชรชู อาจารย์ปัญญา วิจินธนสาร อาจารย์ไพโรจน์ ดาเกลี้ยง อาจารย์เกริกบุระ ยมนาค อาจารย์สุวัฒน์ วรรณมณี อาจารย์สุรเดช แก้วท่าไม้ อาจารย์ศักดิ์วุฒิ วิเศษมณี อาจารย์วุฒิกร คงลา รวมจำนวน 9 ภาพ มาจัดแสดงไว้ในเล่ม

หมวดบ้านและที่อยู่อาศัย “บ้านอันแสนผ่อนคลาย (the relaxed home)”, “การตกแต่งภายในแบบแซบบีซิก (เก่าแต่เก๋) Shabby Chic Interiors”, “โรแมนติกสไตล์ (Romantic Style)”

หมวดไลฟ์สไตล์/ชีวิตคนดัง “the Shock เรื่องเล่าเขย่าขวัญ” โดย ดีเจป๊อปปี้ ทงพล, “สวยเลือกได้ สไตล์ฉบับ” โดย ป๊อปปี้ แห่ง Jeban.com, “โอกาสที่ 2 ชีวิตที่ 3” โดย พงษ์ ผาวิจิตร, “24” โดย เจนนิเฟอร์ คิม, “ไวน์ ฟุตบอล การเดินทาง และคนรัก” โดย นันทขว้าง สิริสุนทร

หมวดสุขภาพ ได้แก่ หมวดสุขภาพ “สิ่งแวดล้อมทางอารมณ์” โดย นายแพทย์สมหมาย ทองประเสริฐ, “ใครไม่ป่วยยกมือขึ้น เล่ม 3” และ “ใครไม่ป่วยยกมือขึ้น ฉบับพกพา” โดย หมอแดง หมอนัท คี โอโรคา, “พลังจิต พิชิตมะเร็ง” โดย อ.ภูสิต เพ็ญศิริ, “โยคะกระซางวัย”, “น้ำดื่มสมุนไพร โกลด์ตัวแต่โกลด์โรค”, “สะกดจิตพิชิตจุดป่วย”, “พอม สวย ด้วยชาเขียว” และ “พอม สวย ด้วยถั่วดำ”

หมวดท่องเที่ยว “อัมพลักร้อย ออริยมทาง”, “ฮอยอันหวานเย็น”, “สัมผัสวิถีชีวิตร้านอร่อยควิยาว” และ “6 นักข่าว 9 (ก้าว) เดินทาง”

1.2.2 ลูกค้าน่าค้นหา

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือผู้ที่อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเองในแง่มุมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทักษะในการทำงาน การใส่ใจสุขภาพ การพัฒนาความคิดและปรัชญาการดำเนินชีวิต และมีความชื่นชอบในการอ่านหนังสือเพื่อความบันเทิงและสาระความรู้

1.2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบัน บริษัทฯ ทำการจัดจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางการจำหน่ายประเภทต่างๆ ดังนี้

1. **ร้านหนังสือ** เป็นช่องทางจัดจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นให้ยอดขายสูงสุดของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่ผ่าน บมจ.ซีอีดี ยุคชั่น ซึ่งจะจำหน่ายหนังสือในร้านหนังสือของตนเองที่มีหลายสาขา และกระจายหนังสือสู่ร้านค้าและร้านหนังสือชั้นนำอื่นๆต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการวางจำหน่ายเองผ่านร้านหนังสืออื่นๆ ได้แก่ ร้านดับเบิลยูบุ๊ค ทาวเวอร์ และร้านบุ๊คสโมล์ รวมถึงการผลิตหนังสือพิเศษ เฉพาะช่องทางเซเว่น อีฟเว่น ภายใต้โครงการ “Only @” อีกด้วย
2. **บุพจำหน่ายหนังสือ** เป็นการเปิดบุพจำหน่ายหนังสือแก่ผู้อ่านโดยตรงในงานต่างๆ ที่สำคัญ คือ งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ และงานมหกรรมหนังสือ เป็นต้น
3. **จำหน่ายตรงแก่องค์กร** เป็นการจำหน่ายหนังสือแก่ผู้บริหาร โภคที่เป็นบริษัทเอกชน โรงเรียน มหาวิทยาลัย และหน่วยงานราชการอื่นๆ ที่มีความต้องการใช้หนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายของบริษัทฯ
4. **ช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ** เช่น การจำหน่ายหนังสือให้แก่บริษัทในเครือเนชั่นกรุ๊ปฯ เพื่อใช้เป็นของขวัญปีใหม่หรือของสมนาคุณแก่ลูกค้า และการจำหน่ายผ่านทางไปรษณีย์ และอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ www.nationbook.com ซึ่งให้ส่วนลดเป็นพิเศษแก่ผู้สั่งซื้อ และเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสำหรับผู้อ่านมากยิ่งขึ้น

ในปี 2554 สำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊คส์” ได้จัดจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางการจำหน่ายหลักคือร้านหนังสือ รองลงมาได้แก่จำหน่ายตรงผ่านบุพ โรงเรียน และองค์กรต่างๆ และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ ตามลำดับ รวมจัดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 4,000 จุด (ที่มา: บริษัทฯ ร้านบุ๊คสโมล์ 3,000 / ร้านค้าซีอีดีและในเครือ 1,000)

1.2.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตและจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายครอบคลุมความต้องการของนักอ่านทุกกลุ่มอายุ เพศ และอาชีพ โดยพิจารณาคัดเลือกหนังสือทั้งในแง่ของเนื้อหา คุณภาพ และความเหมาะสม เพื่อให้หนังสือของบริษัทฯ สามารถเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างความบันเทิง และความรู้ของผู้อ่านให้ทันต่อยุคสมัย
- 2) เนื่องจากบริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้น บริษัทฯ จึงใช้ข้อได้เปรียบสำนักพิมพ์อื่นๆ ดังกล่าวในการคัดเลือกผลงานของนักเขียน และสำนักพิมพ์ที่เป็นที่ชื่นชอบของนักอ่านชาวไทย และมีคุณภาพระดับโลกโดยมียอดขายในอันดับต้นๆ (Bestsellers) มาแนะนำเสนอ
- 3) ในส่วนของหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายที่เป็นหนังสือแปลจากภาษาต่างประเทศ บริษัทฯ ได้มีการมุ่งเน้นคุณภาพการแปลให้มีความถูกต้องตรงกับต้นฉบับมากที่สุด โดยไม่ละทิ้งความสละสลวยของบทความ เพื่อเป็นการเสริมสร้างอรรถรสในการอ่านหนังสือ และเสริมสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้อ่านมากที่สุด
- 4) บริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาจำหน่ายหนังสือที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับสำนักพิมพ์อื่น ๆ ในตลาดได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อหนังสือ เช่น จัดจำหน่ายหนังสือในราคาพิเศษ หรือให้ส่วนลดพิเศษสำหรับหนังสือบางหมวด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่มีนโยบายทำการตลาดด้วยราคาต่ำกว่าคู่แข่ง (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 ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปได้แสดงความสามารถด้านการเขียน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รู้จักนักเขียนหน้าใหม่ที่น่าจะได้รับคามนิยมนในอนาคต

1.3 การจัดหาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

1.3.1 การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

กลุ่มบริษัทฯ จะทำการพิจารณาแนวโน้มอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เพื่อวางแผนกำหนดประเภทสิ่งพิมพ์และรูปแบบเนื้อหาที่จะดำเนินการผลิตในแต่ละปี หลังจากนั้น กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการจัดหาและผลิตสิ่งพิมพ์ โดยมีขั้นตอนหลักในการดำเนินการดังต่อไปนี้

(1) การคัดสรรสื่อสิ่งพิมพ์

กลุ่มบริษัทฯ จะจัดส่งบรรณาธิการ และทีมงานไปเยี่ยมชมงานเทศกาลหนังสือในต่างประเทศ (Book Fairs) เพื่อค้นหาแนวโน้มของสิ่งพิมพ์โลก และสรรหารายชื่อสิ่งพิมพ์ที่น่าสนใจ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีการสำรวจตลาดเพื่อสอบถามหรือหาข้อมูลของประเภทหรือรายชื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายโดยตรง ในบางกรณีนักเขียนหรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์อาจทำการติดต่อขอจำหน่ายลิขสิทธิ์ในการผลิตและจัดจำหน่ายแก่กลุ่มบริษัทฯ โดยตรง เนื่องจากชื่อเสียงของกลุ่มบริษัทฯ เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือ ป็อกเก็ตบุ๊กส์ในแนวธุรกิจ และการจัดการ และ Self Improvement ของกลุ่มบริษัทฯ

หลังจากนั้น คณะทำงานเพื่อคัดเลือกหนังสือของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหาร บรรณาธิการ และ ฝ่ายการตลาด จะทำการคัดเลือกสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมในการผลิตและจัดจำหน่ายซึ่งมีคุณสมบัติเบื้องต้นดังนี้

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

(2) ติดต่อเจรจา และทำสัญญาซื้อลิขสิทธิ์

หลังจากที่ได้รายชื่อสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมแล้ว ทางกลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อเจรจาราคา และเงื่อนไขในการซื้อลิขสิทธิ์กับนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ สำหรับหนังสือป็อกเก็ตบุ๊กส์ในหมวดทั่วไปบางเล่ม กลุ่มบริษัทฯ อาจดำเนินการติดต่อนักเขียนที่คาดว่าจะเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้อ่านมาเพื่อเขียนหนังสือให้แก่กลุ่มบริษัทฯ จากนั้นจึงทำสัญญากับนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์

(3) การจัดเตรียมต้นฉบับภาษาไทย

3.1) การแปล ในกรณีที่หนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศ กลุ่มบริษัทฯ จะติดต่อผู้แปลที่มีความเหมาะสมกับประเภทหนังสือ เพื่อดำเนินการแปลเป็นภาษาไทย และ ติดต่อผู้ที่มีความเหมาะสมกับประเภทหนังสือดังกล่าวเพื่อทำหน้าที่บรรณาธิการ เล่มตรวจสอบความถูกต้องของสำนวนแปล ซึ่งภายหลังจากที่ผู้แปลทำการลงนามในสัญญาและได้รับต้นฉบับสิ่งพิมพ์ ภาษาต่างประเทศจากกลุ่มบริษัทฯ เรียบร้อยแล้ว ก็จะดำเนินการแปล โดยระยะเวลาในการแปลนั้นขึ้นอยู่กับประเภท สิ่งพิมพ์ ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลาไม่เกิน 1-2 เดือน จากนั้นผู้แปลจะดำเนินการส่งผลงานแปลฉบับสมบูรณ์ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ เพื่อส่งต่อเล่มให้แก่บรรณาธิการดำเนินการตรวจสอบและแก้ไข ภายหลังจากบรรณาธิการตรวจต้นฉบับที่แปลเป็นภาษาไทยสมบูรณ์แล้ว ก็จะดำเนินการส่งให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ในกรณีที่สิ่งพิมพ์เป็นหนังสือการ์ตูน กลุ่มบริษัทฯ จะมีการนำต้นฉบับหนังสือการ์ตูนภาษาต่างประเทศมาทำการสแกนเพื่อนำคำแปลลงประกอบภาพการ์ตูน

3.2) การจัดรูปเล่ม ภายหลังจากที่กลุ่มบริษัทฯ ได้รับต้นฉบับสิ่งพิมพ์ภาษาไทยฉบับสมบูรณ์ ก็จะนำมาดำเนินการจัดเรียงภาพ เนื้อหา และจัดรูปเล่มให้เหมาะสม ในบางกรณีที่เป็นสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ อาจถูกจำกัดให้จัดเรียงและจัดทำรูปแบบให้เหมือนต้นฉบับภาษาต่างประเทศ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ จะทำการออกแบบปกหนังสือ และจัดทำปกใน

กรณีที่เจ้าของลิขสิทธิ์มิได้บังคับให้ใช้ปกหนังสือของต้นฉบับ หรือในกรณีที่กลุ่มบริษัทฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าปกเดิมไม่เหมาะสม

(4) การจัดเตรียมการพิมพ์

4.1) การเตรียมกระดาษ กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อผู้ค้ากระดาษเพื่อดำเนินการสั่งจองกระดาษที่ใช้ในการจัดพิมพ์ ในระหว่างการเตรียมต้นฉบับ โดยปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ซื้อกระดาษเพื่อใช้ผลิตสิ่งพิมพ์จากบริษัทในเครือเนชั่นกรุ๊ปฯ และผู้จัดจำหน่ายกระดาษภายในประเทศในราคาตลาด

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

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 ธุรกิจสำนักพิมพ์จัดเป็นธุรกิจที่สร้างภูมิปัญญาให้กับสังคมและประเทศชาติ โดยมีส่วนสนับสนุนระบบการศึกษาและการเรียนรู้ของประชาชนในประเทศ ซึ่งการอ่านหนังสือถือได้ว่าเป็นมีความสำคัญเป็นลำดับต้นของการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ โดยเฉพาะในเด็กและเยาวชน

สำหรับประเทศไทยนั้น แม้ว่าคนไทยใช้เวลาว่างในการอ่านหนังสือเพียงประมาณปีละ 5 เล่ม (ที่มา: เอกสารวิเคราะห์ ธุรกิจสำนักพิมพ์ 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 “ที่สุดในการธุรกิจหนังสือปี 2553 จากฐานข้อมูลซีอีเอ็นเคชั่นเตอร์” รวบรวมโดย ซีอีเอ็นเคชั่น จำกัด (มหาชน) 15 กุมภาพันธ์ 2554)

ข) จำนวนการใช้เงินซื้อหนังสือต่อคนต่อปี

ในส่วนของการใช้เงินซื้อหนังสือต่อคนต่อปีมีแนวโน้มสูงขึ้นตามรายได้ต่อหัวของประชากรในประเทศไทย โดยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ระหว่างปี 2547 -2552 ร้อยละ 7.49 อย่างไรก็ตาม การใช้จ่ายในการซื้อหนังสือของประชาชนไทยยังอยู่ในระดับที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับต่างประเทศ

หมวดหนังสือที่คนไทยซื้ออ่านมากที่สุด (จำนวนเล่ม) ได้แก่ อันดับที่ 1 หมวดวรรณกรรม ซึ่งเป็นหมวดที่มีหนังสือใหม่ออกมามากที่สุด อันดับ 2 หนังสือสำหรับเด็ก อันดับ 3 หมวดคู่มือเรียน/ สอบ อันดับ 4 หมวดการ์ตูนความรู้ และ อันดับ 5 หมวดความรู้ทั่วไป นอกจากนี้ ยังมีหมวดหนังสือ ที่มีอัตราการซื้ออ่านเพิ่มขึ้น อย่างน่าสนใจ (จำนวนเล่ม) ได้แก่ หมวดสังคมศาสตร์ หมวดการจัดการศึกษา หมวดท่องเที่ยว หมวดวิทยาการและเทคโนโลยี และหมวดการ์ตูนความรู้ (ที่มา : เอกสาร “ที่สุดในการธุรกิจหนังสือปี 2553 จากฐานข้อมูลซีอีเอ็นเคชั่นเตอร์” รวบรวมโดย ซีอีเอ็นเคชั่น 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 การที่รัฐบาลกำหนดให้ปี 2552-2561 เป็น “ทศวรรษแห่งการอ่านของชาติ” เพื่อเพิ่มค่าเฉลี่ยการอ่านหนังสือของคนไทยจาก 5 เล่มต่อปีเป็น 10 เล่มต่อปี ในปี 2555 และมาตรการทางภาษี ที่คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติมาตรการทางภาษีเกี่ยวกับการลดหย่อนค่าใช้จ่ายจากการบริจาคหนังสือเพื่อส่งเสริมการอ่าน ซึ่งจะมีผลบังคับใช้ในปี 2554
- 3) การเพิ่มขึ้นของจำนวนร้านหนังสือและแผงหนังสือ
ร้านหนังสือและแผงหนังสือเป็นช่องทางจำหน่ายหนังสือและสิ่งพิมพ์ที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้อ่านมากที่สุด ซึ่งจำนวนร้านหนังสือในประเทศไทยมีการปรับตัวเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ร้านหนังสือและแผงหนังสือยังคงมีปริมาณไม่มากเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งประเทศ ซึ่งหากมีการกระจายร้านหนังสือให้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในต่างจังหวัด อาจส่งผลให้จำนวนผู้อ่านหนังสือ รวมถึงยอดจำหน่ายหนังสือปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น

1.4.2 สภาพการแข่งขัน

ธุรกิจสำนักพิมพ์ซึ่งผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือ เป็นธุรกิจที่ยังคงมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้มีผู้สนใจเข้ามาในธุรกิจสำนักพิมพ์โดยตลอด อีกทั้งธุรกิจสำนักพิมพ์เป็นประเภทธุรกิจที่มีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก มีขนาดของผู้ประกอบการที่แตกต่างกันอย่างหลากหลาย ประกอบกับประเภทและลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือหนังสือ ก็มีความแตกต่างกันอย่างหลากหลายเช่นกัน ดังนั้น การประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ประกอบด้วยการปัจจัยหลัก สรุปได้ดังนี้

ก) **เนื้อหา** เนื้อหาสาระของหนังสือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้อ่าน ดังนั้น สำนักพิมพ์ที่ประสบความสำเร็จต้องมีการคัดเลือกเนื้อหาที่ตรงต่อความต้องการของผู้อ่านและสามารถสร้างความแตกต่างได้ภายใต้ทางเลือกหลากหลายที่มีอยู่ในตลาด

ข) **การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายและสินค้าคงคลัง** สำนักพิมพ์ควรบริหารช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมและทันเวลา รวมทั้งควรบริหารระดับของยอดคินหนังสือและสินค้าคงคลังให้เหมาะสมเพื่อลดเงินทุนหมุนเวียน

ค) **พันธมิตรธุรกิจ** การเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นทำให้สำนักพิมพ์จำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์อย่างทันทั่วถึง โดยนอกเหนือจากการพึ่งพิงความสามารถในการแข่งขันของตนเองแล้ว สำนักพิมพ์อาจจำเป็นต้องหาพันธมิตรธุรกิจด้านต่างๆ เช่น สำนักพิมพ์เจ้าของลิขสิทธิ์ชั้นนำในต่างประเทศ และตัวแทนจำหน่ายหนังสือขนาดใหญ่ เป็นต้น

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

ในการผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือฟ็อกเก็ตบุ๊กส์ บริษัทฯ มีสำนักพิมพ์ที่เป็นคู่แข่งในตลาดแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

ก) สำนักพิมพ์ที่ไม่มีร้านหนังสือเป็นของตนเอง เช่น สำนักพิมพ์ เอ.อาร์.อินฟอर्मชัน แอนด์ พับลิเคชัน และสำนักพิมพ์เอ็กซ์เพอร์เน็ทบุ๊กส์ เป็นต้น

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

2. ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศและบริการที่เกี่ยวข้อง

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศชั้นนำและบริการที่เกี่ยวข้องผ่านตัวบริษัทฯ เอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 สิ่งพิมพ์ที่บริษัทฯ ให้บริการมีทั้งหมด 118 หัว ประกอบด้วยหนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศและนิตยสารภาษาต่างประเทศ ดังรายชื่อที่แสดงในตารางด้านล่าง ซึ่งธุรกิจดังกล่าวรวมถึงการเป็นตัวแทนขายสมาชิกและเป็นตัวแทนขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ฉบับที่พิมพ์ในประเทศไทย การรับจ้างพิมพ์ อาทิ หนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia และ The Yomiuri Shimbun รวมถึง การจัดส่ง ให้แก่หนังสือพิมพ์และนิตยสารอีกหลายฉบับด้วย ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางด้านล่างเช่นกัน โดยการให้บริการดังกล่าวของบริษัทฯ เป็นแบบ One Stop Service เพื่อความสะดวกของเจ้าของสิ่งพิมพ์ในการติดต่อประสานงาน และแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่ได้รับลิขสิทธิ์ในสิ่งพิมพ์เหล่านี้

ลำดับที่	ประเภท/หมวด/ ชื่อหนังสือ	จำนวนหัว	บริการที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ *
1	หนังสือพิมพ์	2	
	1. The Yomiuri Shimbun	1	1,2,3,4,5
	2. The Wall Street Journal Asia	1	1,2,4,5
2	นิตยสาร	115	
	1. Automotive & Motorcycle	10	2,5
	2. Business & Finance	11	2,5
	3. Computer & Electronics	8	2,5
	4. Entertainment	10	2,5
	5. Health & Fitness	9	2,3,5
	6. Home & Garden	12	2,5
	7. Kids & Teens	7	2,5
	8. Men	3	2,5
	9. News & Current Affairs	13	1,2,5
	10. Science & Nature	6	2,5
	11. Sports & Recreation	8	2,5
	12. Women	18	2,5
3	หนังสือ	1	
	1. Veg Haven Southeast Asia	1	1
รวมทั้งหมด		118	

ที่มา: บริษัทฯ

หมายเหตุ: * บริการที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ

- ตัวแทนจำหน่ายวารสาร
- ตัวแทนขายสมาชิก
- ตัวแทนขายโฆษณา
- รับจ้างพิมพ์
- รับจ้างจัดส่ง

2.2 ลูกค้านักอ่านเป้าหมาย

ในกรณีหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ ชาวญี่ปุ่นและครอบครัวที่มาพำนักและทำงานในประเทศไทยทั้งชั่วคราวและเป็นระยะเวลานาน แต่มีการสมัครสมาชิกเป็นรายเดือนเท่านั้น ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้พยายามขยายตลาด โดยเพิ่มทางเลือกในการเป็นสมาชิกระยะยาว เช่น 2 ปี 1 ปี และ 6 เดือนเป็นต้น ในส่วนหนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia กลุ่มเป้าหมายคือ นักธุรกิจชาวต่างชาติ นักธุรกิจและผู้บริหารระดับสูงชาวไทยที่ต้องการได้รับข่าวสารข้อมูลอัพเดทในภูมิภาคเอเชีย และทั่วโลก

ปัจจุบันบริษัทฯ กำลังขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มที่มีความสนใจนิตยสารต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้ตรงกลุ่มมากขึ้น บริษัทฯ ได้แบ่งสินค้าออกเป็น 12 หมวด ดังนี้

Automotive & Motorcycle กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ เป็นเจ้าของร้านขายรถยนต์ และผู้ที่ชื่นชอบการขับรถ และผู้ที่ติดตามการออกรถรุ่นใหม่ ๆ

Business & Finance มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ และนักบัญชีการเงิน ทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่อยู่ในประเทศไทย แต่ปัจจุบัน บริษัทฯ กำลังขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มนักศึกษาที่กำลังศึกษาด้านธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันมีความสนใจนิตยสารภาษาต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

Computer & Electronics มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นผู้ประกอบการด้านคอมพิวเตอร์ และ อิเลคทรอนิกส์ ต่างๆ รวมถึง
 คนทำงานด้าน IT นักศึกษา และคนทั่วไปที่สนใจในด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และการสื่อสารทุกชนิด

Entertainment มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานชื่นชอบการติดตามข่าวของดารา ภาพยนตร์ และข่าว
 บันเทิงทั่วไป

Health & Fitness มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นสถานประกอบการด้านสุขภาพ เช่น ร้านสปา ร้านอาหาร โรงพยาบาลสถานที่
 ออกกำลังกาย และรวมถึงคนทั่วไปที่รักสุขภาพ

Home & Garden มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นพ่อบ้าน แม่บ้าน และคนทำงานที่สนใจในเรื่องตกแต่งบ้าน และสวนของตนเอง
 และผู้กำลังทำธุรกิจบ้านและสวน เพื่อดูแนวโน้มความต้องการของลูกค้า

Kids & Teens มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เด็ก และเด็กวัยรุ่น ตั้งแต่ 7-19 ปี

Men มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นผู้ชาย ที่ชอบติดตามดาราคนโปรดของตนเอง ผ่านภาพและเนื้อข่าวที่น่าสนใจ

News & Current Affairs มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ นักวิชาการ กลุ่มนักศึกษา ที่ชื่นชอบการติดตามข่าวและสนใจ
 ในการวิเคราะห์ข่าวในเชิงลึก

Science & Nature มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นนักวิชาการ นักธรรมชาตินิยม นักศึกษาที่สนใจวิทยาศาสตร์ และธรรมชาติ

Sports & Recreation มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นทุกเพศ ทุกวัยที่รักในกีฬาที่ตนเองชื่นชอบ เช่น ฟุตบอล กอล์ฟ บาสเก็ตบอล
 รวมถึงนักเดินทางที่สนใจสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

Women มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นบุคคลทั่วไปที่สนใจในเรื่องแฟชั่น ดารา ข่าวบันเทิงต่างๆ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง

นอกจากนี้ บริษัทยังได้รับจัดจำหน่ายหนังสือเล่มเพิ่มเติมอีกด้วย โดยเล่มแรกก็นำเข้ามาเป็นหนังสือประเภทไกด์บุ๊ก
 แนะนำร้านอาหารมังสวิรัต เพื่อตอบสนองลูกค้ากลุ่มสุขภาพ

2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศของบริษัทฯ จะมีช่องทางการจำหน่ายที่แตกต่างกันไปตามที่สำนักพิมพ์เจ้าของ
 ลิขสิทธิ์ให้สิทธิ์ไว้ในสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายของแต่ละสิ่งพิมพ์ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

ก) ร้านหนังสือ และแผงหนังสือ (Newsstand): บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายกระจายสิ่งพิมพ์ไปที่ร้านหนังสือ และแผง
 หนังสือให้แก่ผู้ผลิตสิ่งพิมพ์เพียงรายเดียวในประเทศไทย (Exclusive) ซึ่งนำไปจำหน่ายต่อไปให้กับผู้อ่านโดยตรง ซึ่งบริษัท
 ฯ มีจุดกระจายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศผ่านช่องทางนี้รวมกันทั้งสิ้นมากกว่า 400 แห่ง

ข) สมาชิก: บริษัทฯ เป็นตัวแทนในการบอกรับสมาชิกสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งระยะเวลาการเป็นสมาชิกรับนั้นมีความ
 หลากหลายขึ้นกับประเภทหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร เช่น ราย 1 เดือน ราย 1 ปี ราย 2 ปี เป็นต้น สิ่งพิมพ์ดังกล่าวจะถูก
 จัดส่งถึงสถานที่ที่ผู้เป็นสมาชิกระบุไว้ โดยผู้จัดส่งที่บริษัทฯ หรือผู้ผลิตสิ่งพิมพ์เป็นผู้จ้าง

ค) Bulk: ในช่องทางนี้ บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศห่อหลายเล่มให้แก่ผู้ซื้อเพียงรายเดียว เช่น
 โรงแรม สายการบิน และองค์กรต่างๆ เป็นต้น โดยสำนักพิมพ์เจ้าของสิ่งพิมพ์ต่างประเทศนั้นๆ จะมีการกำหนดลักษณะ
 การจำหน่ายและจำนวนเล่มที่จำหน่ายในแบบ Bulk ที่แตกต่างกันไป

ตารางแสดงรายละเอียดช่องทางการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศต่างๆ ของบริษัทฯ

ลำดับ ที่	ประเภท/หมวด/ ชื่อหนังสือ	แผงหนังสือและ ร้านหนังสือ	สมาชิก	Bulk
1	หนังสือพิมพ์			
	1. The Yomiuri Shimbun	x	x	x
	2. The Wall Street Journal Asia	x	x	

2	นิตยสาร			
	1. Automotive & Motorcycle		x	
	2. Business & Finance		x	
	3. Computer & Electronics		x	
	4. Entertainment		x	
	5. Health & Fitness		x	
	6. Home & Garden		x	
	7. Kids & Teens		x	
	8. Men		x	
	9. News & Current Affairs		x	x
	10. Science & Nature		x	
	11. Sports & Recreation		x	
	12. Women		x	
3	หนังสือ			
	1. Veg Haven Southeast Asia	x		

2.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

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

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีเป้าหมายในการเพิ่มการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศหัวใหม่ โดยมุ่งเน้นสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจและสิ่งพิมพ์ที่เป็นภาษาต่างประเทศอื่นนอกจากภาษาอังกฤษ และ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านทุกกลุ่ม และเพิ่มความหลากหลายของสิ่งพิมพ์ ในปี 2554 บริษัทฯ จึงได้แบ่งการขายสิ่งพิมพ์ออกเป็น 2 ประเภทคือหนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดยในส่วนของนิตยสารได้แบ่งสินค้าออกเป็น 12 กลุ่ม ดังนั้นพนักงานของบริษัทฯ สามารถเจาะตลาดตามลูกค้าให้ตรงกลุ่มได้

บริษัทฯ จะพิจารณาความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทยจากปริมาณการขายตามแผงหนังสือและร้านหนังสือ เมื่อบริษัทฯ เห็นแนวโน้มความเป็นไปได้ในการทำกำไรจากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ดังกล่าวแล้ว บริษัทฯ จะทำการติดต่อสำนักพิมพ์เจ้าของสิ่งพิมพ์เพื่อขอเป็นตัวแทนจำหน่ายต่อไป นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังมีกลยุทธ์เฉพาะในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายดังนี้

ก) ร้านหนังสือ และแผงหนังสือ (Newsstands)

บริษัทฯ มุ่งเน้นการติดต่อ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับร้านหนังสือขนาดใหญ่เป็นหลัก เนื่องจากมีสาขามาก และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากกว่าร้านหนังสือ หรือแผงหนังสือที่มีขนาดเล็ก

ข) สมาชิกส่วนบุคคลทั่วไป (Subscription)

บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมการตลาดโดยจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศอื่นๆ ให้แก่สมาชิกในราคาที่ต่ำกว่าราคาดังกล่าว หรือต่ำกว่าราคาที่จำหน่าย ณ แผงหนังสือ รวมถึงมีการแจกของชำร่วยในกรณีสมัครเป็นสมาชิกสิ่งพิมพ์กับบริษัทฯ อีกด้วย ทั้งนี้ บริษัทฯ มี

การชักชวนให้ผู้อ่านสมัครสมาชิกกับบริษัทฯ โดยผ่านช่องทางหลัก คือ การชักชวนทางโทรศัพท์ การออกร้านในงานสัปดาห์หนังสือ การโปรโมทผ่านทางเว็บไซต์ และการส่งอีเมลล์และเอกสาร ไปยังผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เป็นต้น

ค) สมาชิกแก่โรงแรม องค์กรทั่วไป (Bulk)

บริษัทฯ มีทีมการขายที่ติดต่อกับ สายการบิน โรงแรม สถาบันการศึกษา และ องค์กรอื่นๆ โดยตรงเพื่อชักชวนให้องค์กรเหล่านั้นซื้อสิ่งพิมพ์ต่างประเทศแบบ Bulk จากบริษัทฯ

2.5 บริการจัดพิมพ์ จัดส่งและกระจายสินค้า

ปัจจุบัน สำนักพิมพ์เจ้าของหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun และ The Wall Street Journal Asia ได้ว่าจ้างบริษัทฯ ให้ดำเนินการจัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ดังกล่าว โดยบริษัทฯ ได้ให้บริการโรงพิมพ์ในเครือเนชั่น 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

ยอดการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของกลุ่มลูกค้าของสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

ก) กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาพักในโรงแรมต่างๆ ทั่วประเทศไทย ถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักในการจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศของบริษัทฯ จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่าปี 2554 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยจำนวน 19.1 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้น 3.16 ล้านคนจากปี 2553 โดยมีอัตราเติบโตที่ร้อยละ 19.84

ข) กลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย

ชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทยเป็นเวลา 1 เดือนขึ้นไป ถือเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่สนใจอ่านนิตยสารและหนังสือพิมพ์ต่างประเทศ จากข้อมูลสำนักตรวจคนเข้าเมือง พบว่าในปี 2554 ชาวต่างชาติที่อาศัยชั่วคราวในประเทศไทยซึ่งรวมถึงผู้มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย ผู้ที่เข้ามาประกอบธุรกิจ นักการทูต และข้าราชการ เป็นต้น มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 1,920,194 คน ซึ่งเพิ่มขึ้น 230,474 คนจากปี 2553 โดยมีอัตราเติบโต ที่ร้อยละ 13

ค) กลุ่มคนไทยที่สนใจสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

คนไทยกลุ่มวัยทำงานและนักธุรกิจซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และนักศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ที่ให้ความสนใจข่าวสารต่างประเทศ ถือเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่สนใจอ่านนิตยสารและหนังสือพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้มีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อยๆ

ในส่วนสภาวะการแข่งขันของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศประเภทสมาชิกมีคู่แข่งน้อยราย โดยมีคู่แข่งหลักจำนวน 3 ราย ได้แก่ บริษัท แมกกาซีน อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท โพสท์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน) และกลุ่มบริษัท นิวสเปเปอร์ไคเร็กซ์ จำกัด ส่วนตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทแผงหนังสือหรือร้านค้า มีคู่แข่งจำนวนหลายราย ซึ่งประกอบด้วยคู่แข่งที่เป็นร้านหนังสือขนาดใหญ่ที่มีจำนวนหลายสาขา เช่น บริษัท เอเชียบุ๊กส์ จำกัด เป็นต้น และคู่แข่งรายย่อยอื่นๆ

นอกจากนี้ บริษัทฯยังต้องร่วมเผชิญภาวะยอดขายตกลงชั่วคราวในช่วงเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่เมื่อปลายปี 2554 ซึ่งส่งผลให้ยอดนักท่องเที่ยว และชาวต่างชาติที่พำนักอาศัยอยู่ในไทยมีจำนวนลดลง ตามข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่าเดือนพฤศจิกายนเดือนเดียวจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง 1.21 ล้านคน หรือเท่ากับร้อยละ 17.92%

3. ธุรกิจสายดิจิทัลมีเดีย

ลักษณะของการให้บริการ

สำหรับการให้บริการของสายธุรกิจดิจิทัลมีเดีย นั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 หมวดหลักดังนี้

(1) หมวดดิจิทัลคอนเท้นต์ (Digital Contents)

เนื่องจากการเกิดขึ้นของอุปกรณ์สื่อสารต่างๆ ได้มีการพัฒนาแบบอย่างอย่างรวดเร็ว ทางกลุ่มมีการนำเสนอเนื้อหา (Content) ให้เข้าถึงผู้บริโภคที่ใช้อุปกรณ์ต่างๆ ได้มากขึ้น เช่นการพัฒนาเนื้อหาที่มีเดียเพื่อผู้อ่านหนังสือผ่าน Tablets เช่น แอปพลิเคชัน Thaicoook DIY ที่นำเสนอการสอนวิธีการทำอาหารในรูปแบบมัลติมีเดีย ที่ผู้อ่านสามารถชมวิธีการทำอาหารในรูปแบบใหม่และสามารถทำอาหารไปได้พร้อมๆ กัน ซึ่งเนื้อหาสามารถเข้าถึงผู้บริโภคทั้งไทยและต่างประเทศได้ หรือ แอปพลิเคชัน Yoga DIY ที่เปลี่ยนการนำเสนอเนื้อหาจากตัวอักษรมาสู่มัลติมีเดีย รูปแบบวิดีโอ ที่สามารถนำผู้ฝึก ฝึกโยคะพร้อมๆ เทรนเนอร์ด้วยการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันผ่าน App Store โดยภาพรวมแล้วหมวดดิจิทัลคอนเท้นต์นี้สามารถให้บริการผ่านช่องทางหลักๆ 3 ช่องทาง คือ

- โทรศัพท์มือถือ (Feature Phone) ผ่านบริการ SMS, MMS และอื่นๆ

แม้เทคโนโลยีของกลุ่มนี้จะถูกทดแทนด้วยเทคโนโลยีสมาร์ตโฟนในอนาคตก็ตาม แต่ผู้ใช้สินค้าประเภทนี้ ยังมีจำนวนอีกมากในประเทศไทย ดังนั้น ตลาดผู้บริโภคกลุ่มนี้จึงยังไม่สามารถถูกละเลยได้ บริการที่ทางกลุ่มมีการนำเสนอในปัจจุบันได้แก่ บริการดาวน์โหลด ภาพต่างๆ Theme, mComics, Wallpaper, Ringtone, SMS Subscription และอื่นๆ

- สมาร์ทโฟน (Smart Phone) เช่น iPhone, Android Phone

ตลาดสมาร์ตโฟนเป็นตลาดกลุ่มที่มีศักยภาพและมีแนวโน้มการเติบโตที่ดีมาก โทรศัพท์แบบเดิมๆ ในอดีตจะถูกแทนที่ด้วยสมาร์ตโฟน และด้วยคุณลักษณะ (Features) ของโทรศัพท์ทำให้การให้บริการในรูปแบบสามารถเพิ่มฟังก์ชันมัลติมีเดียได้มากมาย เช่น บริการแอปพลิเคชันนิทาน Sheldon ที่นำเสนอทั้งภาพและเสียงให้แก่ผู้อ่านได้เพลิดเพลินตามการ์ตูน

- แท็บเล็ต (Tables , E-Reader) เช่น iPad, Galaxy Tab, etc

ตลาดแท็บเล็ตมีการเติบโตและเป็นที่ยอมรับอย่างมากในช่วงปีที่ผ่านมา มีผู้ให้บริการค่ายต่างๆ นำเสนอเนื้อหาในรูปแบบนี้เป็นจำนวนมาก เช่นเดียวกับทางกลุ่มที่มีการนำเสนอการอ่านหนังสือผ่านแอปพลิเคชันบน iPad ผ่าน ระบบปฏิบัติการ iOS รวมทั้งระบบปฏิบัติการ Android เช่น แอปพลิเคชัน Nation Books by NINE ที่นำเสนอการอ่านหนังสือจากสำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊กผ่านทั้งสองระบบปฏิบัติการ

(2) หมวดการให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce)

ในปี พศ 2554 ทางกลุ่มได้นำเสนอการให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านเว็บไซต์ www.NCoupon.co.th ที่นำเสนอการให้บริการขายคูปองออนไลน์รูปแบบใหม่ ซึ่งบริการดังกล่าวได้รับการตอบรับและมีสมาชิกเป็นจำนวนมาก สำหรับแผนการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปีหน้า ทางกลุ่มจะดำเนินการต่อยอดธุรกิจจากฐานสมาชิกที่มีอยู่เป็นจำนวนมากเพื่อสร้างรายได้ให้เติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป ทั้งนี้จากแนวโน้มในการดำเนินธุรกิจออนไลน์ในต่างประเทศในกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือมีการเติบโตที่ดีมาก โดยปัจจุบันผู้บริโภคให้ไปสนใจการซื้อหนังสือผ่านช่องทางออนไลน์ การอ่านออนไลน์ และ ดิจิตอลบุ๊กผ่านแอปพลิเคชันต่างๆมากขึ้น ดังนั้นจากฐานลูกค้าของเว็บไซต์ www.NCoupon.co.th เป็นช่องทางการขายฐานจากการขายเพียงคิดพิเศษ พัฒนาไปสู่การขายสินค้าออนไลน์โดยเริ่มต้นจากสินค้าในกลุ่มเนชั่น เช่น หนังสือ สมาชิกรายปี และอื่นๆ อีกมากมาย

และด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนที่เข้าถึงเทคโนโลยีและรับรู้ถึงการใช้เทคโนโลยีต่างๆ ได้อย่างคล่องแคล่ว การสร้างกลุ่มเครือข่ายสำหรับผู้รักการอ่านการ์ตูนที่มีสาระจะเป็นส่วนสนับสนุนคอนเทนต์ต่างๆ ที่มีในกลุ่มเนชั่น ผู้อ่านการ์ตูนไม่เพียงสนใจแต่หนังสือการ์ตูน แต่ยังสนใจสินค้าและคอนเทนต์อื่นๆ ที่เกี่ยวกับตัวการ์ตูนนั้นๆ ด้วยเหตุผลดังกล่าว ทางกลุ่ม NINE จึงริเริ่มแนวคิดการสร้างกลุ่มเครือข่ายของคอนรักการ์ตูนและเครือข่ายการอ่านหนังสือ เพื่อศูนย์กลางในการสื่อสารกับลูกค้า ทั้งข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมบันเทิง การอ่านหนังสือการ์ตูนออนไลน์ และ ไลฟ์สไตล์ต่างๆ รวมทั้ง มัลติมีเดียมากมายผ่านช่องทางเว็บไซต์ โดยคาดว่าจะมีสมาชิกให้คอนรักการ์ตูนและผู้อ่านหนังสือทั่วประเทศให้ความสนใจติดตามและจะแล้วเสร็จในไตรมาส 3 ปีพ.ศ 2555 นี้

4. ธุรกิจ Broadcast

พื้นฐานของกลุ่มบริษัทฯ เป็นบริษัทที่อยู่ในธุรกิจสิ่งพิมพ์ ในขณะที่พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป ทางกลุ่มบริษัทฯ จึงรุกเข้ามาในธุรกิจ Broadcast เพื่อก้าวทันผู้บริโภค รวมถึงยังเป็นช่องทางในการส่งเสริมธุรกิจสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ รวมถึงการวางแผนทางธุรกิจในอนาคตเพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างครบวงจร โดยมีแผนจัดทำช่องโทรทัศน์ดาวเทียมผ่านระบบ C Band สำหรับเด็กวัย 4-12 ปี โดยเน้นการทำรายการเด็กให้มีความสุข ได้สาระ อย่างสร้างสรรค์ โดยตั้งพันธกิจไว้ว่าจะเป็น “Kid’s better TV for a better world tomorrow” ประกอบกับความเชื่อว่า ทีวีเป็นผู้ปกครองคนที่สามของเด็กที่รองจากพ่อแม่ และครู จึงทำให้เกิดความหลากหลายด้วยวิธีการนำเสนอและสื่อสารกับเด็ก ทั้งนี้ยังมีการคัดกรองรายการที่เหมาะสมกับเด็กวัยต่างๆ ที่รวมเอาทั้งความบันเทิงและสาระความรู้มาอยู่ด้วยกันอย่างลงตัว

5. ธุรกิจลิขสิทธิ์

1. ลักษณะของผลิตภัณฑ์

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนลิขสิทธิ์ของตัวการ์ตูนต่างๆ ที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากต่างประเทศ เพื่อมาบริหารลิขสิทธิ์ของตัวการ์ตูนนั้นๆ ให้กับผู้ผลิตสินค้าที่สนใจซื้อลิขสิทธิ์ และนำไปผลิตเป็นสินค้าต่างๆ สำหรับจัดจำหน่ายภายในประเทศไทย รวมถึงเจ้าของผลิตภัณฑ์ และห้างค้าปลีก ที่สนใจซื้อลิขสิทธิ์ไปเพื่อกิจกรรมส่งเสริมการขาย นอกจากนี้ยังรวมถึงการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมให้ตัวการ์ตูนต่างๆ ที่บริษัทฯ ดูแลอยู่ให้เป็นที่รู้จัก และได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้นในประเทศไทย เพื่อเป็นการสนับสนุนให้สินค้าลิขสิทธิ์ต่างๆ เกิดการบริโภคมากขึ้น ส่งผลให้มียอดขายที่ดี และเติบโตขึ้นตามลำดับ ซึ่งบริษัทฯ จะได้รับผลตอบแทนกลับคืนมาในรูปแบบของค่าลิขสิทธิ์นั่นเอง ณ ปัจจุบันตัวการ์ตูนลิขสิทธิ์ที่บริษัทฯ ได้รับสิทธิ์ในการเป็นตัวแทนสำหรับประเทศไทย มีดังนี้

1.1 CANIMALS (แคนนิมอลส์)

CANIMALS เป็นตัวการ์ตูนที่มีต้นกำเนิดจากประเทศเกาหลีใต้ เป็นตัวการ์ตูนที่ได้รับความนิยมมากในประเทศเกาหลีใต้เอง และประเทศต่างๆ ในแถบยุโรป รวมถึงตะวันออกกลาง เนื่องจากความน่ารัก และโดดเด่นด้วยรูปแบบตัวการ์ตูนที่แตกต่าง

จากตัวการ์ตูนอื่นๆที่มีอยู่ในตลาดปัจจุบัน รวมถึงมีแอนิเมชันที่มีความสนุกสนาน รวมถึงสินค้าเมอร์ชานไดส์ที่มีคุณภาพ ดีไซน์สวยงาม ที่ยิ่งช่วยส่งเสริมให้ CANIMALS เป็นที่รู้จัก และได้รับการตอบรับจากกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดี

1.2 YOO-HOO AND FRIENDS (ยูฮูแอนด์เฟรนด์)

YOO-HOO AND FRIENDS เป็นตัวการ์ตูนที่มีต้นกำเนิดจากประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งได้รับความนิยมจากสินค้าตุ๊กตาผ้าขน ที่ปัจจุบันมีการจำหน่ายที่กระจายไปมากกว่า 50 ประเทศทั่วโลกรวมถึงประเทศไทย นอกจากนี้ YOO-HOO AND FRIENDS ยังได้พัฒนาในส่วนของแอนิเมชันเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบ และหลงรักตัวการ์ตูนดังกล่าว โดยเนื้อหาในการ์ตูนแอนิเมชันได้สอดแทรกแง่คิดในเรื่องของมิตรภาพ ความสามัคคี ความเสียสละ รวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ประเภทต่างๆ โดยใช้เป็นตัวการ์ตูนในเรื่อง ซึ่งจะมีการสรุปตอนท้ายเรื่องว่าตัวการ์ตูนแต่ละตัว มีที่มาจากสัตว์ประเภทใด ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับผู้ชม

2. ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจลิขสิทธิ์แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ

- กลุ่มบริษัทผู้ผลิตสินค้าประเภทต่างๆ
- กลุ่มบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์
- กลุ่มห้างสรรพสินค้า และห้างค้าปลีก

โดยกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ มีความต้องการที่จะนำลิขสิทธิ์ไปใช้ในวัตถุประสงค์ที่คล้ายคลึงกัน คือ ต้องการซื้อลิขสิทธิ์ไปเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า หรือ ผลิตภัณฑ์ของตนเอง ให้มีความโดดเด่น และแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด ซึ่งคาดหวังให้ยอดขายของตนเองเติบโตมากยิ่งขึ้น

3. การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

สำหรับการช่องทางการจัดจำหน่ายลิขสิทธิ์ตัวการ์ตูนต่างๆ นั้น ทางบริษัทฯ มุ่งเน้นที่จะเข้าไปนำเสนอลิขสิทธิ์ให้กับบริษัทผู้ผลิต, เจ้าของผลิตภัณฑ์ และห้างค้าปลีกโดยตรง เพราะลักษณะของธุรกิจลิขสิทธิ์นั้น แตกต่างจากสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป

4. กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) คัดเลือกตัวการ์ตูนลิขสิทธิ์ที่โด่งดัง และได้รับความนิยมในต่างประเทศ
- 2) คัดเลือกตัวการ์ตูนลิขสิทธิ์ ที่มีแอนิเมชัน เพราะเป็นตัวช่วยสำคัญที่จะทำให้ตัวการ์ตูนลิขสิทธิ์นั้นๆ เป็นที่รู้จักในวงกว้างอย่างรวดเร็ว
- 3) ใช้สื่อจากกลุ่มบริษัทในเครือเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ตัวการ์ตูนลิขสิทธิ์
- 4) สร้างสรรค์กิจกรรมทางการตลาดที่โดดเด่น และแตกต่างเพื่อให้ผู้บริโภค และเกิดการจดจำตัวการ์ตูนให้มากขึ้น
- 5) การหาคู่ค้าที่มีศักยภาพ เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์ตัวการ์ตูนผ่านทางรายการส่งเสริมการขาย และกิจกรรมทางการตลาดอื่นๆ
- 6) จัดอีเวนต์ และ School Tour เพื่อแนะนำ และประชาสัมพันธ์ตัวการ์ตูนกับผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้สัมผัสตัวการ์ตูนอย่างใกล้ชิด จนเกิดการยอมรับ

5. ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจลิขสิทธิ์

ธุรกิจลิขสิทธิ์เป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจ เนื่องมาจากตัวเลขรวมในตลาดที่มีมูลค่าสูง และยังมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุกปี ซึ่งปัจจุบันมีคู่แข่งที่มีความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนลิขสิทธิ์จำนวนมาก เพราะตัวการ์ตูนที่ทางคู่แข่งได้รับสิทธิให้ดูแลเป็นที่รู้จัก และได้รับความนิยมในระดับนานาชาติ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

- 1) ตัวการ์ตูนจากค่ายยักษ์ใหญ่ฝั่งอเมริกา และประเทศญี่ปุ่น อาทิเช่น วอลท์ดิสนีย์, วอร์เนอร์บรอส, มาร์เวลล์ ชานริโอ, โดราเอมอน, คราก่อนบอล, อุตุร่าแมน, อาร่าเต้, นารูโตะ และอื่นๆ

- 2) เพราะตัวการ์ตูนเหล่านี้ถือเป็นตัวการ์ตูนที่มีความคลาสสิก โด่งดังมาตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน บวกกับความแข็งแกร่งของแผนการตลาดที่ชัดเจน, แม่นยำ และที่สำคัญมีความต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ดังจะเห็นได้จาก มีการออกอากาศแอนิเมชันทางโทรทัศน์, มีภาพยนตร์แอนิเมชันเข้ามาฉายที่ประเทศไทยอย่างต่อเนื่องทุกปี รวมไปถึงการจัดอีเวนต์ที่ยิ่งใหญ่ สิ่งเหล่านี้ยังตอกย้ำภาพความสำเร็จของตัวการ์ตูนนั้นๆ ในสายตาของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี
- 3) ในเชิงของสินค้าลิขสิทธิ์ตัวการ์ตูนชื่อดัง สาเหตุที่ยังคงได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เพราะทางค่ายการ์ตูนยักษ์ใหญ่ต่างๆ ได้มีการพัฒนากราฟฟิคอาร์ตเวิร์คของตัวการ์ตูนเหล่านั้นให้มีความทันสมัย หลากหลาย ตอบโจทย์ได้ทุกกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่แรกเกิด จนถึงวัยทำงาน ก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการต่างๆ เล็งเห็นโอกาสในการทำธุรกิจจากการซื้อสิทธิ์เพื่อมาผลิตเป็นสินค้า และทำการขายส่งเสริมการขายต่างๆ มากมายดังที่ได้เห็นสินค้าในตลาด
- 4) เนื่องจากมูลค่ารวมของตลาดลิขสิทธิ์ในประเทศไทยมีมูลค่าสูงถึงหมื่นล้านบาท ทำให้มีผู้สนใจที่จะเข้ามาขอแชร์เม็ดเงินที่ได้จากค่าลิขสิทธิ์เป็นจำนวนมาก ไม่เว้นแม้กระทั่งตัวการ์ตูนที่ผลิตโดยบริษัทคนไทย อาทิเช่น ก้านกล้วย, ปิงปอนด์, เซลดอน, เบรคแดนซ์, Bloody Bunny, Unsleep Sheep ฯลฯ

โดยภาพรวมจะเห็นได้ชัดเจนว่าอัตราการแข่งขันในธุรกิจลิขสิทธิ์ในประเทศไทยมีจำนวนมาก แต่ก็ยังมีช่องทางที่จะหารายได้จากธุรกิจลิขสิทธิ์ หากเรามีตัวการ์ตูนที่มีศักยภาพ บวกกับการทำการตลาดที่ชัดเจน แม่นยำ รวมถึงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตัวการ์ตูนอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อให้ได้รับการยอมรับ และสร้างความมั่นใจในตัวการ์ตูนจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ผลิต เจ้าของผลิตภัณฑ์ และห้างสรรพสินค้า/ห้างค้าปลีก ซึ่งนี่ก็เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้ตัวการ์ตูนเหล่านั้นเป็นที่รู้จักและนิยมมากขึ้นในหมู่ผู้บริโภคนั่นเอง

4.5 สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง ดำเนินงาน โดย บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC)

1. ธุรกิจสื่อโทรทัศน์

บมจ. เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น เป็นผู้จัดหาและผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวและสาระความรู้ โดยมีช่องทางการออกอากาศหลายรูปแบบเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของบริษัทฯ ได้อย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้นำทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตรายการโทรทัศน์ อาทิเช่น ข้อมูลข่าว ภาพข่าว คุณภาพบุคลากรทีมข่าว มาต่อยอดขยายธุรกิจไปยังธุรกิจเกี่ยวเนื่องต่างๆ

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

1.) สถานีโทรทัศน์ที่บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการ

บริษัทฯ เป็นผู้ก่อตั้งและบริหารงานสถานีโทรทัศน์อย่างครบวงจร ทั้งด้านการดำเนินการผลิต การจัดการรายการ การออกอากาศ และการขายเวลาโฆษณา ซึ่งบริษัทฯ มีรายได้จากการขายเวลาโฆษณา การรับจ้างผลิตรายการและสารคดีสั้น และค่าเช่าเวลา โดยในปี 2554 บริษัทฯ มีสถานีโทรทัศน์ที่บริษัทฯ เป็นผู้ก่อตั้งและดำเนินการ จำนวน 5 สถานี โดยมีรายละเอียดดังนี้

ชื่อสถานี	แนวคิดหลักของสถานี	ช่องทางรับชม
1. สถานีข่าว Nation Channel เริ่มออกอากาศปี 2543 	สถานีข่าวและสาระความรู้ 24 ชั่วโมง ซึ่งมุ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง เป็นกลาง ทันเหตุการณ์ พร้อมบทวิเคราะห์และข้อมูลเชิงลึกอย่างรอบด้านจากทีมงานข่าวที่มี	- เคเบิลทีวีท้องถิ่น - ทีวีดาวเทียม ไทยคม-5 ระบบ C-Band รับชมผ่านจานดาวเทียม INFOSAT, iDEA SAT, Leotech, Thaisat - ทีวีดาวเทียม ไทยคม-5 ระบบ KU-Band ดาวเทียม DTV (จานเหลือง) ช่อง 35

ชื่อสถานี	แนวคิดหลักของสถานี	ช่องทางรับชม
	ประสบการณ์	- เว็บไซต์ www.nationchannel.com - โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครือข่าย - จอโทรทัศน์ภายในสถานีและขบวนรถไฟฟ้าบีทีเอส - IPTV ,Smart TV Application - Nationmobi.com - Download in App Store
2.สถานีบันเทิง Mango TV เริ่มออกอากาศ 12 มิถุนายน 2553 	สถานีข่าวบันเทิงและสาระบันเทิงที่บริษัทร่วมดำเนินการกับพันธมิตรทางธุรกิจ (Friends of Mango : FOM) ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญแต่ละแขนง ด้วยวิธีการนำเสนอที่สดใหม่ มีสีสัน ทันสมัย เพื่อตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตในทุกด้านของผู้บริโภคยุคปัจจุบัน	- เคเบิลทีวีท้องถิ่น - ทีวีดาวเทียม ไทยคม-5 ระบบ C-Band รับชมผ่านจานดาวเทียม INFOSAT, iDEA SAT, Leotech, Thaisat ช่อง 15, DYNASAT ช่อง 11, PSI ช่อง 87 - ทีวีดาวเทียม ไทยคม-5 ระบบ KU-Band รับชมผ่านจาน DTV (จานเหลือง) ช่อง 34 - เว็บไซต์ www.mangotv.tv - IPTV , Smart TV - www.youtube.com/mangotv247 Application - Nationmobi.com - Download in App Store
3. สถานีข่าวระวังภัย เริ่มออกอากาศ 1 ตุลาคม 2554 	สถานีข่าวที่มุ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาชญากรรม การจราจร สภาพอากาศ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ที่เกี่ยวข้องหรือมีผลกระทบต่อชุมชนต่างๆ ซึ่งทีมข่าวของบริษัทฯ รวบรวมจากแหล่งข่าวทั้งภาครัฐภาคเอกชน และการรายงานข่าวจากนักข่าวพลเมือง	- เคเบิลทีวีท้องถิ่น - ทีวีดาวเทียม ไทยคม-5 ระบบ C-Band รับชมผ่านจานดาวเทียม INFOSAT, iDEA SAT , Leotech , Thaisat ช่อง 16, DYNASAT ช่อง 18, PSI ช่อง 141 - เว็บไซต์ www.rawangpai.com Application - Nationmobi.com - Download in App Store
4. สถานี ASEAN TV เริ่มออกอากาศ เมษายน 2554 	สถานีเพื่อข่าวสาร สาระ และความบันเทิง สำหรับ 10 ประเทศในภูมิภาคอาเซียน โดยร่วมกับบมจ. อสมท. ผลิตรายการวันละ 6 ชั่วโมง	- ทูวิชั่นส์ช่อง 99 - ทีวีดาวเทียม ดาวเทียมไทยคม-5 ระบบ C-Band รับชมผ่านจานดาวเทียม PSI ช่อง 88 - เว็บไซต์ www.aseantv.net - โทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart phone
5. สถานี RAMA Channel เริ่มออกอากาศ 1 ธันวาคม 2554 	สถานีสาระความรู้เพื่อสุขภาพดี 24 ชั่วโมง โดยมุ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ การรักษาโรค และผลงานวิจัยจากคณะแพทย์ผู้เชี่ยวชาญโรงพยาบาลรามารับดี	- ทูวิชั่นส์ช่อง 80 - เว็บไซต์ www.ramachannel.tv - โทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone

2.) รายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทรายการข่าวและสาระความรู้กับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีช่องต่างๆ โดยมีรายได้จากส่วนแบ่งการขายเวลาโฆษณา และการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการในรายการ ในปี 2554 บริษัทฯ มีรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี จำนวน 7 รายการ ดังนี้

สถานีโทรทัศน์	ชื่อรายการ	รูปแบบรายการ	วันและเวลาในการออกอากาศ
	เรื่องเด่นเย็นนี้	รายงานข่าวเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในรอบวันหรือประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจของสังคม	ทุกวันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 17.30 -18.30 น.
	4-4-2 Weekend เยี่ยมยุทธ์ฟุตบอล	นำเสนอข้อมูลเชิงลึกอย่างรอบด้านของการแข่งขันฟุตบอลภายในประเทศและต่างประเทศ	ทุกวันอาทิตย์ เวลา 01.00 -01.30 น.
	ฮาร์ดคอร์ข่าว	รายงานข่าวเหตุการณ์สำคัญในรอบวัน	ทุกวันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 17.00-17.30 น.
	เช้าข่าวข้น..คนข่าวเช้า	รายงานข่าวเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในรอบวันหรือประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจของสังคม	ทุกวันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 6.00-7.30 น.
	ข่าวข้นคนข่าว		ทุกวันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 21.50-22.50 น.
	จับกระแสนะโลก**	สรุปข่าวต่างประเทศสำคัญที่อยู่ในความสนใจของสังคมโลกหรือมีผลกระทบต่อผู้ชม	ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 21.00-22.00 น.
	ฉีกกรอบคิดกับ คนรุ่นใหม่**	รายการที่เป็นเวทีสาธารณะสำหรับเยาวชนคนรุ่นใหม่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม	ทุกวันอาทิตย์ เวลา 22.00-23.00 น.

หมายเหตุ ** ยุติการออกอากาศ เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2554

3.) ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

จากการที่สถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่ในสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีได้รับความนิยมจากผู้ชม บริษัทฯ จึงมีนโยบายที่จะนำข้อได้เปรียบที่มีอยู่ทั้งด้านเนื้อหาข้อมูล คุณภาพบุคลากร ความพร้อมของเครื่องมืออุปกรณ์ และชื่อเสียงของบริษัทฯ มาต่อยอดขยายธุรกิจไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทฯ โดยการนำเนื้อหาการรายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมหรือข่าวเหตุการณ์ที่อยู่ในความสนใจของกระแสสังคมมาสร้างสรรค์เป็นสินค้าหรือกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภค และเพิ่มศักยภาพในการหารายได้ของบริษัทฯ โดยลักษณะสินค้า บริการ หรือกิจกรรมที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการ ณ ปัจจุบัน มีดังนี้

ลักษณะสินค้าหรือบริการ	รูปแบบ
การผลิตและจำหน่าย VCD และ DVD	นำเทปบันทึกภาพรายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมจากผู้ชม มาจัดทำเป็น VCD และ DVD จำหน่ายแก่ประชาชนทั่วไป ตัวอย่างของ VCD และ DVD ที่บริษัทฯ ผลิตในช่วงปี 2554 เช่น 500 ปีความสัมพันธ์สยาม-โปรตุเกส
การจัดอบรมสัมมนา	นำเนื้อหาการรายการโทรทัศน์ที่แพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์ของบริษัทฯ ที่ได้รับความนิยมจากผู้ชม หรือเหตุการณ์หรือสิ่งที่อยู่ในความสนใจของกระแสสังคม มาจัดเป็น

ลักษณะสินค้าหรือบริการ	รูปแบบ
	หลักสูตรการอบรมสัมมนาให้กับประชาชนทั่วไปที่สนใจ โดยตัวอย่างการจัดอบรมสัมมนา ในปี 2554 เช่น อบรม สานฝันผู้ประกอบการ, สัมมนา อพาร์ทเมนต์ ไม่บาน, สัมมนาอยู่สบาย
การจัดกิจกรรมนำเที่ยว	จัดกิจกรรมนำเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เชิงวิชาการและศึกษาดูงานด้านธุรกิจการค้า เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้ชมได้ร่วมเดินทางกับผู้ดำเนินรายการและทีมงานผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ โดยตัวอย่างกิจกรรมนำเที่ยวในปี 2554 เช่น กิจกรรมเช้าข่าวขึ้นตามรอยโครงการ พระราชดำริ ปี 2
การจัดกิจกรรมพิเศษ	บริการรับจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างครบวงจรในทุกรูปแบบ ทั้งกิจกรรมเพื่อสังคม กิจกรรมสนับสนุนการ กิจกรรมวิชาการ ตั้งแต่การคิดสร้างสรรค์รูปแบบกิจกรรม ดำเนินการจัดกิจกรรม ผลิตและเผยแพร่สื่อโฆษณา ซึ่งกิจกรรมพิเศษที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการในปี 2554 เช่น โครงการ ทบทุนความรู้ สู่มหาวิทยาลัย กับ มาว่า ครั้งที่ 14, มหกรรมการศึกษา U EXPO 2011

การตลาดและการแข่งขันของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

1.) ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ในปี 2554 ผลสำรวจของบริษัท เดอะ นิลเซ็น คอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด (“Nielsen”) เผยแพร่โดยสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย ระบุว่า อุตสาหกรรมโฆษณามีมูลค่า 104,640 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 3.59 จากปี 2553 ซึ่งต่ำกว่าที่คาดไว้เนื่องจากผลกระทบจากสถานการณ์อุทกภัยในช่วงไตรมาส 4 ของปี ซึ่งผลให้งบประมาณโฆษณาในเดือนตุลาคม พฤศจิกายน และธันวาคม 2554 หดตัวร้อยละ 5.06 ร้อยละ 25.79 และร้อยละ 14.83 ตามลำดับ จากที่มีการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 10 อย่างต่อเนื่อง ในช่วง 3 ไตรมาสแรกของปี 2554

สำหรับสื่อโทรทัศน์ ในปี 2554 งบประมาณโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์มีมูลค่ารวม 62,238 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.42 เมื่อเทียบกับปี 2553 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59.48 ของมูลค่าอุตสาหกรรมโฆษณาทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อหลักที่ได้รับความนิยมจากบริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) และบริษัทเจ้าของสินค้าในการใช้เป็นช่องทางโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ

ในปี 2555 สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย คาดว่า ภายหลังจากฟื้นตัวของภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมจากปัญหาอุทกภัย อุตสาหกรรมโฆษณาจะมีการเติบโตประมาณร้อยละ 3 – 5 จากปี 2554 โดยสื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อหลักในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในส่วนของงบประมาณโฆษณาผ่านช่องรายการโทรทัศน์ทางเคเบิลทีวีและช่องทีวีดาวเทียม ผลจากแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้นของฐานผู้ชมของเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียม ซึ่งสมาคมโทรทัศน์ดาวเทียมคาดการณ์ว่า ในปี 2555 จะมีจำนวนครัวเรือนที่ติดตั้งจานสัญญาณดาวเทียมและเป็นสมาชิกเคเบิลทีวีเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ประมาณ 14.9 ล้านครัวเรือน หรือคิดเป็นฐานผู้ชมมากกว่า 50 ล้านคน ซึ่งครอบคลุมครัวเรือนไทยประมาณร้อยละ 80 – 90 นั้น จะส่งผลให้งบประมาณโฆษณาในอุตสาหกรรมเคเบิลทีวีและช่องทีวีดาวเทียมขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 30 ต่อปี และจะมีมูลค่าประมาณ 5,000 ล้านบาท ในปี 2557 ในขณะเดียวกัน การแข่งขันของผู้ผลิตรายการช่องทีวีดาวเทียมจะมีความรุนแรงเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เพิ่มขึ้น โดยสำหรับช่องรายการประเภทสถานีข่าวดังเช่น Nation Channel พบว่า ผู้ผลิตหนังสือพิมพ์รายใหญ่หลายแห่งมีแผนงานในการเปิดตัวช่องข่าวทีวีดาวเทียมหรือทดลองการออกอากาศในปี 2555 เช่น เครือหนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ เครือหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม จากข้อได้เปรียบของบริษัทฯ ในฐานะเป็นผู้จัดหาและผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวและสาระความรู้ที่มีช่องทางการแพร่ภาพหลายช่องทาง ทั้งสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี เคเบิลทีวี ทีวี่ดาวเทียม สื่อรูปแบบใหม่ ประกอบกับมีประสิทธิภาพความชำนาญด้านงานข่าวมาอย่างยาวนาน และมีความพร้อมด้านบุคลากร และการเป็นที่ยอมรับในฐานะผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวและสาระความรู้ที่มีคุณภาพจากสาธารณชนโดยทั่วไป บริษัทฯ เชื่อมั่นว่า จะยังคงขีดความสามารถการแข่งขันและเป็นหนึ่งในผู้นำในธุรกิจสื่อโทรทัศน์ได้ต่อไป

2.) การตลาด

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสื่อโทรทัศน์

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจสื่อโทรทัศน์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- การกำหนดเอกลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์หรือรายการโทรทัศน์ที่ชัดเจน

บริษัทฯ ได้กำหนดตำแหน่งหรือแนวคิดทางการตลาดของสถานีโทรทัศน์หรือรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ ให้มีเอกลักษณ์แตกต่างจากสถานีโทรทัศน์หรือรายการคู่แข่ง และมีการจัดทำผังรายการของสถานีโทรทัศน์หรือเนื้อหาของรายการให้สอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว รวมทั้งมีการกำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมายในแต่ละรายการที่ชัดเจน เพื่อช่วยให้บริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าโดยตรงและบริษัทตัวแทนโฆษณาตัดสินใจซื้อเวลาโฆษณาได้ง่ายขึ้น

- การพัฒนาคุณภาพรายการอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ มีนโยบายพัฒนาคุณภาพรายการ โดยมุ่งเน้นการนำเสนอฐานข้อมูลที่มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ครบถ้วน เป็นกลาง และทันเหตุการณ์ ด้วยรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ รวมทั้ง ให้ความสำคัญต่อคุณภาพของผู้ดำเนินรายการ ซึ่งต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ในเรื่องที่เป็นแนวคิดหลักของรายการ และมีความสามารถในการสื่อสารกับผู้ชมที่ดี ควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพบุคคลกรด้านข่าวและด้านรายการ เพื่อให้มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถก้าวทันข้อมูลและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องได้

- การเป็นผู้นำเพื่อสร้างสรรค์สถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์รูปแบบใหม่ๆ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการคิดสร้างสรรค์สถานีโทรทัศน์หรือรายการโทรทัศน์ที่มีแนวคิดหรือรูปแบบการนำเสนอใหม่ๆ เฉพาะตัวและแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ เช่น ช่องข่าวระงักย เพื่อให้สถานีโทรทัศน์หรือรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ ได้รับความนิยมจากผู้ชมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นการขยายโอกาสให้บริษัทฯ ได้มีโอกาสในการร่วมผลิตสถานีโทรทัศน์หรือรายการโทรทัศน์ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจหรือสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีเพิ่มมากขึ้น เช่น สถานีโทรทัศน์ RAMA Channel ที่บริษัทฯ ได้ก่อตั้งและร่วมดำเนินการกับพันธมิตรหลายฝ่าย โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนจากโรงพยาบาลรามาริบัติ เช่นเดียวกับกลยุทธ์ของธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ซึ่งบริษัทฯ มีนโยบายมุ่งเป็นผู้นำในการคิดริเริ่มและนำเสนอสินค้า บริการ และกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในรูปแบบใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับความสนใจหรือความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- การกำหนดอัตราค่าโฆษณาที่เหมาะสม

บริษัทฯ มีนโยบายกำหนดอัตราค่าโฆษณาของรายการหรือรายการโทรทัศน์ต่างๆ ให้มีความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย คือ คำนึงต่อลูกค้าผู้ลงโฆษณา เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว รวมถึงเป็นอัตราที่บริษัทฯ สามารถดำรงอยู่และแข่งขันในธุรกิจได้

- การขายเวลาโฆษณาในลักษณะเป็นชุด (Package)

บริษัทฯ มีการขายเวลาโฆษณาของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีในลักษณะเป็นชุด ซึ่งเป็นการขายเวลาโฆษณาในช่วงเวลาที่มีความต้องการลงโฆษณาไม่สูง (Non-Primetime) ไปพร้อมกับช่วงเวลาที่มีความต้องการลงโฆษณาสูง (Primetime) โดยกำหนดราคาขายให้มีส่วนลดราคาที่ดึงดูดใจกลุ่มลูกค้าผู้ลงโฆษณา ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้การกำหนดอัตราค่าโฆษณามีความยืดหยุ่นและสนองตอบต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าผู้ลงโฆษณาได้มากขึ้น

- การให้บริการทางการตลาดในลักษณะการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ

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

■ การมีทีมขายโฆษณาที่มีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ มีทีมขายโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการขายโฆษณาทั้งโฆษณาทางสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีในรูปแบบโฆษณาที่ออกอากาศในช่วงคั่นต่อรายการ (Loose Spot) และช่องรายการ เช่น สถานีข่าว Nation Channel สถานี Mango TV สถานีข่าวระงักย ที่มีรูปแบบโฆษณาหลากหลาย

กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์ของบริษัทฯ และรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี มีกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ดังนี้

■ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- บริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) คือ บริษัทที่ให้บริการวางแผนการโฆษณาและจัดสรรเวลาโฆษณาให้กับลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ โดยลูกค้าในกลุ่มนี้จะซื้อเวลาโฆษณาและการประชาสัมพันธ์กับบริษัทฯ ในลักษณะเป็นชุด (Package) หลายรูปแบบในหลายรายการ และหลายช่วงเวลา โดยเป็นการซื้อล่วงหน้าและมีระยะเวลาการซื้อนาน ตั้งแต่ 1 เดือน 3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปี
- บริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าโดยตรง ได้แก่ บริษัททั่วไปที่กำหนดแนวทางโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้เอง โดยบริษัทเหล่านี้จะติดต่อซื้อเวลาโฆษณาจากบริษัทฯ โดยตรง

การจัดจำหน่ายและช่องทางการจำหน่ายของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

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

สำหรับธุรกิจเกี่ยวเนื่อง บริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าและบริการต่างด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ โดยใช้สื่อของบริษัทฯ และพันธมิตรทางธุรกิจเป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทราบ

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

1.) สถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี

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

1.1 รายการที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตเอง

- รายการข่าวและรายการที่เกี่ยวข้องกับข่าว

ฝ่ายข่าวทำหน้าที่เป็นผู้จัดหาและผลิตข่าวทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม ต่างประเทศ บันเทิง ภูมิภาค เพื่อนำเสนอในรูปแบบต่างๆ เช่น รายการข่าว รายการสัมภาษณ์ข่าว รายการสนทนา และวิเคราะห์ข่าว เป็น

■ รายการอื่นๆ

บริษัทฯ มีฝ่ายรายการทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทอื่นๆ ที่นอกเหนือจากรายการข่าว และรายการที่เกี่ยวข้องกับข่าว ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นรายการสาระความรู้ รายการวาไรตี้ไลฟ์สไตล์ และรายการสารคดีสั้นในเรื่องที่เป็นประโยชน์ (Filler) ซึ่งแต่ละรายการ จะมีผู้ควบคุมรายการ (Producer) ทำหน้าที่ควบคุมดูแลให้การผลิตรายการเป็นไปตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้

1.2 รายการที่ร่วมผลิตกับผู้ผลิตภายนอก

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

1.3 รายการที่ให้ผู้ผลิตภายนอกเช่าเวลาออกอากาศ

เป็นรายการที่ผู้เช่าเวลาออกอากาศจ่ายค่าตอบแทนการเช่าเวลาให้กับบริษัทฯ ตามอัตราที่ตกลงกัน โดยผู้เช่าเวลาออกอากาศเป็นผู้ลงทุนและดำเนินการผลิต และขายเวลาโฆษณาของรายการนั้น และรับรายได้จากการขายโฆษณาดังกล่าวเองทั้งหมด ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นรายการประเภทสาระความรู้ และวาไรตี้ไลฟ์สไตล์ เช่น รายการสวดไลน์สายสุขภาพ บู้ควาไรตี้ บันทึกจากรอยล้อ มั่นนี้ทอล์ค โลกรถยนต์ เป็นต้น

1.4 รายการที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี

การจัดหาสถานีโทรทัศน์และช่วงเวลาออกอากาศ บริษัทฯ ต้องนำเสนอรูปแบบรายการต่อสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีแต่ละแห่งเพื่อให้สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีพิจารณาอนุมัติทุกปี

2.) ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

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

2. ธุรกิจสื่อวิทยุ

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจสื่อวิทยุ

บริษัทฯ ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจในการร่วมผลิตรายการวิทยุเพื่อออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงระบบ F.M. โดยมีรายได้จากการขายเวลาโฆษณา ซึ่งในปี 2554 บริษัทฯ เป็นผู้ร่วมผลิตรายการวิทยุเพื่อออกอากาศทางสถานีวิทยุ F.M. 90.5 MHz และ F.M. 102.0 MHz นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็นผู้ร่วมผลิตรายงานข่าวสั้นต้นชั่วโมง เพื่อออกอากาศทางสถานีวิทยุ F.M. 90.5 MHz F.M. 102.0 MHz สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ A.M. 1107 KHz และสถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

สถานีวิทยุ	วันและเวลาออกอากาศ / รัศมีพื้นที่ออกอากาศ	ลักษณะรายการ	กลุ่มเป้าหมาย
F.M. 90.5 MHz	วันจันทร์ – วันศุกร์/ เวลา 8.00 – 15.00 น. และ 18.30 – 20.00 น./	- รายงานข่าวความเคลื่อนไหวของ เหตุการณ์ที่น่าสนใจทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม การตลาด ต่างประเทศ รวมทั้งวิเคราะห์ข่าวสำคัญอย่างเจาะลึก และสัมภาษณ์บุคคลในข่าวใหญ่สำคัญ - รายงานข่าวสั้นเหตุการณ์สำคัญที่ น่าสนใจ	กลุ่มนักธุรกิจ ผู้บริหาร คนทำงาน นักศึกษา และ ประชาชนทั่วไปที่สนใจ ข่าวสาร อายุ 25 ปีขึ้นไป
F.M.102.0 MHz	ทุกวัน/ ตลอด 24 ชั่วโมง/ กรุงเทพฯ และปริมณฑล	- รายการข่าวและสาระความรู้ แบบ วาไรตี้ไลฟ์สไตล์ ที่เป็นประโยชน์ต่อ การดำเนินชีวิตประจำวัน ดำเนินรายการโดยผู้ดำเนินรายการจาก สถานีข่าว Nation Channel และ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน - รายงานข่าวสั้นเหตุการณ์สำคัญ ที่น่าสนใจ	กลุ่มคนทำงานทั่วไป อายุ 25 ปีขึ้นไป
สถานีวิทยุ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ A.M. 1107 KHz	ทุกวัน/ ออกอากาศทุกต้นชั่วโมง/ ทั่วประเทศ	รายงานข่าวสั้นเหตุการณ์สำคัญ ที่น่าสนใจ	ประชาชนทั่วไป ที่สนใจข่าวสาร
สถานีวิทยุชุมชน ทั่วประเทศ จำนวนกว่า 30 สถานี	ทุกวัน/ ออกอากาศทุกต้นชั่วโมง/ กรุงเทพฯ ปริมณฑล และ ต่างจังหวัด ทุกภูมิภาค	รายงานข่าวสั้นเหตุการณ์สำคัญ ที่น่าสนใจ	ประชาชนทั่วไป ที่สนใจข่าวสาร

นอกจากการออกอากาศทางคลื่นวิทยุ บริษัทฯ ยังได้เผยแพร่รายการวิทยุ F.M. 90.5 MHz และ F.M. 102.0 MHz ผ่าน
สื่อรูปแบบใหม่ในรูปแบบต่างๆ เพื่อเพิ่มช่องทางให้ผู้ฟังสามารถรับฟังรายการวิทยุของบริษัทฯ ได้สะดวกมากขึ้นได้แก่

- ออกอากาศทางอินเทอร์เน็ต โดยสามารถรับฟังรายการผ่านเว็บไซต์ www.nationradio.co.th โทรศัพท์เคลื่อนที่
Smart Phone และผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ทวิตเตอร์ www.twitter.com/nation_radio เฟซบุ๊ก
www.facebook.com/radio.nbc นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้พัฒนารูปแบบการออกอากาศรายการวิทยุแบบใหม่

ภายใต้ชื่อ I-Radio ซึ่งผู้ฟังสามารถได้ยินและเห็นภาพผู้จัดรายการไปพร้อมกัน และหากผู้จัดรายการต้องการให้ผู้ฟังเห็นภาพอื่นๆ ไปด้วย ก็สามารถนำภาพขึ้นแสดงให้เห็นพร้อมกัน รวมทั้งสามารถเปิดให้ผู้ฟังส่งภาพเข้ามาาร่วมนำเสนอในรายการได้เพิ่มเติมด้วย

- การส่งสัญญาณรายการวิทยุขึ้นดาวเทียม เพื่อเผยแพร่ไปยังครัวเรือนที่มีการติดตั้งเครื่องรับสัญญาณดาวเทียม โดย FM 90.5 MHz กระจายเสียงผ่านระบบ C-Band (จานดำ) และ FM 102 MHz กระจายเสียงผ่านระบบ KU-Band (จานเหลือง)

การตลาดและการแข่งขันของธุรกิจสื่อวิทยุ

1.) ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ในปี 2554 ผลสำรวจของ Nielsen พบว่า งบประมาณโฆษณาผ่านสื่อวิทยุมีมูลค่า 5,928 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.07 เมื่อเทียบกับปี 2553 ที่มีมูลค่า 6,116 ล้านบาท โดยสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการชะลอตัวของธุรกิจโฆษณาโดยรวมจากผลกระทบสถานการณ์อุทกภัยในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี นอกจากนี้ ยังพบว่า สื่อวิทยุได้รับผลกระทบจากการเติบโตของสื่อประเภทอื่นๆ เช่น สื่อรูปแบบใหม่ สื่อโรงภาพยนตร์ สื่อภายในร้านค้า ส่งผลให้ในปี 2554 มูลค่างบประมาณผ่านสื่อวิทยุลดลงจากอันดับ 3 ในปี 2553 มาอยู่อันดับที่ 4 รองจากสื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อโรงภาพยนตร์ ตามลำดับ

ด้วยการเติบโตของสื่อประเภทอื่นๆ ตามการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ซึ่งส่งผลให้สื่อวิทยุต้องเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มขึ้น ทั้งการแข่งขันภายในธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการรายเดิมเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดและงบประมาณโฆษณาผ่านสื่อวิทยุที่มีแนวโน้มลดลง และการแข่งขันภายนอกธุรกิจกับสื่อประเภทอื่นๆ ที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ทำให้ในปี 2554 ผู้ประกอบการสถานีวิทยุต่างๆ ได้มีการปรับตัวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันหลายด้าน เช่น การเพิ่มช่องทางในรับฟังรายการวิทยุไปยังสื่อรูปแบบใหม่อื่นๆ อาทิ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการรับฟังรายการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย รวมทั้ง เพิ่มรูปแบบการนำเสนอรายการวิทยุในรูปแบบรายการโทรทัศน์และออกอากาศในช่องทีวีดาวเทียมหรือเว็บไซต์ เช่น สถานีเพลง Green Channel ของบริษัทจีเอ็มเอ็มแกรมมี่ จำกัด (มหาชน) หรือสถานี FM 90.5 MHz ของบริษัท เนชั่น ในรูปแบบ I-Radio เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของรายการวิทยุและขยายช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้นได้

ทั้งนี้ ภาวะการแข่งขันในธุรกิจสื่อวิทยุดังกล่าวที่เกิดขึ้นในปี 2554 อาจเพิ่มความรุนแรงขึ้นในอนาคต หาก กสทช. ที่ได้รับการแต่งตั้งได้ดำเนินเรื่องการออกใบอนุญาตแก่ผู้ประกอบการกระจายเสียง ซึ่งจะส่งผลให้เป็นการเปิดเสรีธุรกิจวิทยุ ทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ธุรกิจเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ธุรกิจสื่อวิทยุมีแนวโน้มปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอรายการผ่านสื่อรูปแบบใหม่เพิ่มขึ้นมากขึ้น หากมีการเปิดประมูลใบอนุญาต 3G บนคลื่นความถี่ใหม่ย่าน 2.1 กิกะเฮิรตซ์ ซึ่งจะส่งผลให้ประเทศไทยมีโครงข่ายระบบการสื่อสารแบบไร้สายความเร็วสูงครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศ

2.) การตลาด

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสื่อวิทยุ

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจวิทยุ ดังนี้

- การกำหนดบุคลิกของรายการวิทยุแต่ละสถานีที่ชัดเจน

บริษัทฯ กำหนดตำแหน่งรายการวิทยุที่บริษัทฯ ร่วมผลิตแต่ละสถานีให้มีบุคลิกรายการที่ชัดเจน เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายให้ติดตามรับฟังรายการต่อเนื่องในระยะยาว และให้ลูกค้าโฆษณาตัดสินใจเลือกซื้อเวลาโฆษณาได้ง่ายขึ้น

- การผลิตผลงานที่มีคุณภาพ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพของรายการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายและก้าวทันเทคโนโลยีสมัยใหม่ ด้วยการพัฒนาทักษะความรู้ของบุคลากร ระบบข้อมูลข่าว และเครื่องมือ

อุปกรณ์ในการผลิตรายการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ล้วนมีส่วนช่วยพัฒนาให้รายการวิทยุของบริษัทฯ มีคุณภาพโดดเด่นทั้งในด้านเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอ เป็นที่ยอมรับของลูกค้าผู้ฟังและลูกค้าโฆษณา

- การกำหนดอัตราค่าโฆษณาที่เหมาะสมและมีความยืดหยุ่น

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

- การเพิ่มศักยภาพในการรับฟัง

บริษัทฯ ขยายช่องทางการรับฟังรายการวิทยุไปยังสื่ออื่นๆ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่เป็นที่นิยมของสังคมในขณะนั้น เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ การรับสัญญาณผ่านจานดาวเทียม เพื่อช่วยขยายฐานผู้ฟังรายการวิทยุของบริษัทฯ ให้กว้างขวางขึ้น

กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจของธุรกิจสื่อวิทยุ

รายการวิทยุและรายงานข่าวสั้นต้นชั่วโมงที่บริษัทฯ ร่วมผลิต มีกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ บริษัทตัวแทนโฆษณา และบริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าโดยตรง
- กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งมีความแตกต่างกันตามแนวคิดหลักของรายการ

การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจสื่อวิทยุ

บริษัทฯ มีฝ่ายขายโฆษณาเฉพาะสื่อวิทยุของตนเอง เพื่อทำหน้าที่ติดต่อกับบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทเจ้าของสินค้าโดยตรง

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจสื่อวิทยุ

ปัจจัยหลักสำคัญในการผลิตรายการวิทยุ คือ บุคลากร และสถานที่เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ปัจจุบัน โดยบุคลากรส่วนงานสื่อวิทยุ แบ่งเป็น 1) ฝ่ายข่าวรับหน้าที่ในการผลิตข่าว อ่านข่าว และร่วมจัดรายการ 2) ฝ่ายเทคนิค ทำหน้าที่ควบคุมการผลิตและการออกอากาศ โดยมีห้องจัดรายการจำนวน 4 ห้อง และห้องควบคุมหลัก (Master Control Room) 1 ห้อง ตั้งอยู่ที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ ซึ่งด้วยความพร้อมของปัจจัยหลักทั้ง 2 ด้าน ทำให้ในปัจจุบัน บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรายการวิทยุด้วยตนเองทั้งหมด

3.ธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

บริษัทฯ นำข้อได้เปรียบที่มีความพร้อมด้านเนื้อหาพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อรูปแบบใหม่ อันได้แก่ เว็บไซต์ และอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone แท็บเล็ต เพื่อรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการรับข้อมูลข่าวสารของคนยุคใหม่ผ่านสื่อต่างๆ ที่มีความหลากหลายมากขึ้น

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

1.) ธุรกิจเว็บไซต์

บริษัทฯ จัดทำเว็บไซต์เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ของบริษัทฯ โดยทั้งหมดเป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารและสาระความรู้ โดยบริษัทฯ มีรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาบนเว็บไซต์ ซึ่งในปี 2554 บริษัทฯ มีเว็บไซต์ของตนเองทั้งหมด ดังนี้

ชื่อเว็บไซต์	รูปแบบ
www.nationchannel.com	เว็บไซต์ที่นำเสนอรายการโทรทัศน์ของสถานีข่าว Nation Channel
www.mangotv.tv	เว็บไซต์ที่นำเสนอรายการโทรทัศน์ของสถานีบันเทิง Mango TV
www.rawangpai.com	เว็บไซต์ที่นำเสนอรายการโทรทัศน์ของสถานีข่าวระงัก
http://ramachannel.tv/	เว็บไซต์ที่นำเสนอรายการโทรทัศน์ของสถานี RAMA Channel
www.oknation.net	บล็อกที่ให้ประชาชนทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอข้อมูลข่าวสาร
http://radio.nationchannel.com/	เว็บไซต์ที่นำเสนอรายการวิทยุที่บริษัทฯ 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

ในปัจจุบัน มีเว็บไซต์ของบริษัทภายนอกที่อยู่ในการดูแลของบริษัทฯ คือ

- www.pantip.com : เว็บไซต์บล็อกที่เป็นแหล่งข้อมูลใหญ่ที่สุดในประเทศไทย
- www.exteen.com : บล็อกที่ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอข้อมูลข่าวสาร
- www.beartai.com : เว็บไซต์และบล็อกที่นำเสนอข้อมูลด้านไอที
- www.eduzone.com : เว็บไซต์และบล็อกการศึกษา
- www.siamha.com : เว็บไซต์แหล่งข้อมูลของวัยรุ่น

2.) ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

บริษัทฯ นำข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุของบริษัทฯ และพันธมิตรทางธุรกิจมาพัฒนาให้มีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่สามารถตอบรับกับวิถีการใช้ชีวิตที่ทันสมัยของคนยุคใหม่ ซึ่งนิยมรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อรูปแบบใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น โดยในปี 2554 บริษัทฯ ให้บริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ประเภทต่างๆ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone แท็บเล็ต ดังนี้

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

- บริการ Application สำหรับใช้ในการรับชมข้อมูลข่าวสารผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่รูปแบบต่างๆ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone แท็บเล็ต โดยบริษัทฯ มีรายได้จากค่าบริการในการดาวน์โหลด Application ทั้งนี้ ตัวอย่าง Application ที่บริษัทฯ เป็นผู้พัฒนาและนำเสนอแก่ลูกค้าในปี 2554 มีดังนี้

- Application สำหรับรับชมรายการของสถานีข่าว Nation Channel สถานีบันเทิง Mango TV สถานีข่าวระงัก ซึ่งบริษัทฯ ให้บริการ Application ดังกล่าวแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย เพื่อเป็นการเพิ่มช่องในการเผยแพร่สถานีโทรทัศน์ของบริษัทฯ ให้เข้าถึงผู้ชมได้กว้างขวางขึ้น ซึ่งจะเอื้อประโยชน์ต่อการขายโฆษณาในสถานีโทรทัศน์ดังกล่าวมากขึ้น

- Application สำหรับรับชมรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ ที่ได้รับความนิยม เช่น “Zen 2010” สารคดีเชิงข่าวถ่ายทอดแนวคิดของพุทธศาสนา “2 ทศวรรษชีวิต” รายการโทรทัศน์ที่นำเสนอสาระความรู้ที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการดำเนินชีวิตแบบชีวิต

- Application สำหรับรับชมนิตยสารดิจิทัล (E-Magazine) ที่จัดทำโดยบริษัทฯ เช่น “Like Digital Magazine” นิตยสารที่รวบรวมบทความจาก Blogger ชื่อตั้ง “View Photo Digital Magazine”

การตลาดและการแข่งขันของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

1.) ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ข้อมูลจากศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ระบุว่า ในปี 2553 ประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ประมาณ 24 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก 18.3 ล้านคน เมื่อปี 2552 โดยสาเหตุที่ทำให้มีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากหลายปัจจัย เช่น

- ราคาของอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต โทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone รวมทั้งอุปกรณ์ที่รองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูง เช่น NoteBook Route และ Air Card ที่ปรับราคาลดลง
- กระแสความนิยมและการพัฒนาเทคโนโลยีของอุปกรณ์เคลื่อนที่รูปแบบต่างๆ ให้สามารถรองรับการให้บริการ Mobile Internet เพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา
- การพัฒนาโปรแกรมและอุปกรณ์เสริมขนาดเล็กสำหรับการใช้งานคอมพิวเตอร์ (Widget/ Gadget) รูปแบบใหม่ที่สร้างความตื่นตัวในการใช้งาน Application ใหม่ๆ ที่จำเป็นต้องมีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงรองรับการใช้งาน
- กระแสความนิยมในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก ส่งผลให้ผู้ใช้ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการรับส่งข้อมูล
- นโยบายภาครัฐที่มุ่งเน้นให้เกิดการสร้างโครงข่ายการสื่อสารความเร็วสูง เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้อย่างทั่วถึง

2.) การตลาด

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่ ดังนี้

2.1) ธุรกิจเว็บไซต์

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขัน เพื่อเพิ่มความนิยมเว็บไซต์ของบริษัทฯ และรายได้จากการขายโฆษณาในเว็บไซต์ของบริษัทฯ และเว็บไซต์ของพันธมิตรทางธุรกิจ ดังนี้

- การพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของเว็บไซต์

บริษัทฯ ได้ดำเนินการติดตามเพื่อพัฒนาเนื้อหาข้อมูลและระบบการใช้งานในเว็บไซต์ให้มีความถูกต้องทันสมัย สอดคล้องความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และก้าวทันเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอ

- การแสวงหาความร่วมมือพันธมิตรทางธุรกิจรายใหม่

บริษัทฯ ได้ขยายขอบเขตการให้บริการเป็นตัวแทนจำหน่ายพื้นที่โฆษณาบนเว็บไซต์ไปยังพันธมิตรทางธุรกิจรายใหม่ๆ เพื่อเพิ่มรายได้จากธุรกิจดังกล่าว เช่น www.eduzone.com www.siamha.com เป็นต้น

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

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

2.2) ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ดังนี้

■ พัฒนาคุณภาพบริการเดิมและสร้างสรรค์บริการใหม่

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

■ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย

บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เพื่อขยายฐานสมาชิกใหม่เพิ่มขึ้น และรักษาสมาชิกเดิมให้ยังคงรับบริการของบริษัทฯ ต่อเนื่องไปในระยะยาว เช่น การให้สมัครทดลองใช้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแก่สมาชิกใหม่ การเพิ่มระยะเวลาใช้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแก่สมาชิกเดิม เป็นต้น

กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

■ ธุรกิจเว็บไซต์ กลุ่มลูกค้าแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ บริษัทตัวแทนโฆษณา และบริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าโดยตรง
- กลุ่มผู้เข้าชมเป้าหมาย ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละเว็บไซต์ เช่น เว็บไซต์สถานีโทรทัศน์ของบริษัทฯ

1) อาทิ www.nationchannel.com www.mangotv.tv www.rawangpai.com มีกลุ่มผู้เข้าชมเป้าหมาย คือ ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสาร ขณะที่เว็บไซต์ของพันธมิตรทางธุรกิจ ที่บริษัทฯ ให้บริการเป็นตัวแทนจำหน่ายพื้นที่โฆษณา อาทิ www.beartai.com กลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชนทั่วไปที่สนใจข้อมูลข่าวสารด้านไอที www.eduzone.com กลุ่มเป้าหมาย คือ นักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครอง เป็นต้น

■ ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับรู้ข่าวสารอย่างทันเหตุการณ์

การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

■ ธุรกิจเว็บไซต์

บริษัทฯ มีฝ่ายขายพื้นที่โฆษณาในเว็บไซต์ของตนเอง ทำหน้าที่ติดต่อกับบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทเจ้าของสินค้าโดยตรง

■ ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

บริษัทฯ ได้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการต่างๆ ของบริษัทฯ ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และเว็บไซต์ ของบริษัทฯ รวมทั้งผ่านสื่อหนังสือพิมพ์และเว็บไซต์ของพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทฯ โดยผู้บริโภคที่ประสงค์จะใช้บริการข้อมูลดังกล่าว สามารถสมัครใช้บริการด้วยตนเองผ่านทางอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น การสมัครรับ SMS MMS ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การดาวน์โหลด Application ต่างๆ

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

1.) ธุรกิจเว็บไซต์

ปัจจัยหลักสำคัญในการดำเนินการธุรกิจเว็บไซต์ คือ บุคลากร ฐานข้อมูลข่าว และเครื่องมืออุปกรณ์ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจุบัน บริษัทฯ มีบุคลากรสื่อรูปแบบใหม่ซึ่งทำหน้าที่ในแต่ละส่วนงาน ดังนี้

ฝ่ายผลิต

- Web Master ทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลเว็บไซต์ในภาพรวม ให้มีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอเป็นไปตามแนวคิดหลักที่ได้กำหนดไว้และอยู่ภายใต้กรอบกฎหมาย รวมทั้งเป็นผู้ทำหน้าที่ประสานงานกับฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เว็บไซต์สามารถดำเนินการต่อไปได้โดยราบรื่น

- Web Programmer ทำหน้าที่เขียนโปรแกรม ออกแบบและพัฒนาระบบฐานข้อมูลและแอปพลิเคชันบนเว็บไซต์ รวมทั้งดูแล ตรวจสอบ และแก้ไขข้อผิดพลาดของระบบงาน เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้งานเว็บไซต์ทุกฝ่าย ทั้งเจ้าหน้าที่ของบริษัทฯ ให้สามารถดำเนินการปรับปรุง เพิ่มเติม หรือแก้ไขข้อมูลต่างๆ ได้โดยไม่อุปสรรคขัดข้อง ขณะที่ผู้ใช้ภายนอกสามารถเข้าถึงข้อมูลส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์ได้ด้วยความรวดเร็ว

- Web Designer ทำหน้าที่ออกแบบหน้าเว็บไซต์และกราฟฟิกต่างๆ ในเว็บไซต์ ให้สวยงาม น่าสนใจ สอดรับกับแนวคิดหลักของเว็บไซต์นั้นๆ

- Web Editor ทำหน้าที่ดูแลในการปรับปรุง เพิ่มเติม และแก้ไขข้อมูลต่างๆ ภายในเว็บไซต์ให้มีความถูกต้อง ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ

ฝ่ายการตลาด

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

2.) ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

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

4.6 สายธุรกิจโรงพิมพ์

ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

ในปี 2550 WPS ได้ร่วมทุนกับ Kyodo Printing Co., Ltd. (KP) จากประเทศญี่ปุ่น และ San-Mic Trading (Thailand) Co., Ltd. จัดตั้งบริษัท เกียวโด เนชั่น พรินต์ เซอร์วิส จำกัด (KNP) โดย WPS ถือหุ้น 49% มีทุนจดทะเบียน 350 ล้านบาท เพื่อให้บริการ Commercial Printing

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

ในวันที่ 1 กรกฎาคม 2554 WPS ได้ทำสัญญารับโอนกิจการด้วยวิธีการโอนทรัพย์สินและหนี้สินทั้งหมดกับบริษัท เนชั่น พรินต์ เซอร์วิส จำกัด (NPS) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท เพื่อปรับโครงสร้างการดำเนินงานของบริษัท โดยกำหนดให้วันที่ 1 กรกฎาคม 2554 เป็นวันที่โอนรับกิจการ และเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2554 บริษัทได้ชำระค่าตอบแทนจากการรับโอนสินทรัพย์และหนี้สินตามสัญญาจำนวน 96.62 ล้านบาท และบริษัทได้รับเงินคืนจากเงินลงทุนในบริษัทย่อยดังกล่าวบางส่วนเป็น

จำนวนเงินเดียวกัน บริษัทบันทึกผลขาดทุนจากการรับคืนเงินลงทุนในบริษัทย่อยเป็นจำนวนเงิน 82.91 ล้านบาท ไว้ในงบกำไรขาดทุนสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2554

การบริการงานพิมพ์ของ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด

1. ดำเนินธุรกิจด้วยเครื่องพิมพ์ป้อนม้วน

บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์หนังสือพิมพ์ ใช้เครื่องจักร Cold-set Web Offset ซึ่งรับงานพิมพ์จากบริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด, บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด และ บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด ได้แก่ หนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก, กรุงเทพธุรกิจ, The Nation หนังสือรายปักษ์และรายสัปดาห์ – NJ Magazine และเนชั่นสุดสัปดาห์ และแบบการเรียนการสอนจากลูกค้าภายนอก เช่น อักษรเจริญทัศน์ รวมทั้งสำนักพิมพ์เจ้าของหนังสือพิมพ์ต่างประเทศ ได้แก่ The Wall Street Journal Asia และ Yomiuri Shimbun ซึ่งได้ว่าจ้างบมจ. เนชั่น อินเทอร์เน็ตเอ็นเนล เอ็ดดูเทนเมนท์ (NINE) ดำเนินการจัดพิมพ์ จัดจำหน่าย และขนส่ง ตามลำดับ และ NINE ได้ใช้บริการโรงพิมพ์ในเครือ ได้แก่ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้จัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ดังกล่าว

สิทธิและข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

-ไม่มี-

กลยุทธ์ทางการตลาด

ให้บริการงานด้านการพิมพ์ที่มีคุณภาพอย่างครบวงจร โดยการใช้เครื่องจักร, อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัย และระบบบริหารคุณภาพ เพื่อการพัฒนาคุณภาพบริการการพิมพ์ให้ดียิ่งๆ ขึ้น โดยทีมงานที่มีประสบการณ์สูงทางด้านการพิมพ์

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) ส่วนปี 2554 บริษัท เนชั่น ฟรันทิง เซอร์วิส จำกัด ได้รับรางวัลชนะเลิศในการประกวดหนังสือดีเด่นประเภทหนังสือสวยงามทั่วไปจากกระทรวงศึกษาธิการ

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

ลักษณะของลูกค้า

ในปี 2554 ลูกค้าส่วนใหญ่ประมาณ 96 % คือบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ นอกจากนี้มีการขยายตลาดงานด้านการพิมพ์ไปยังลูกค้าภายนอกเครือ อาทิเช่น อักษรเจริญทัศน์ ซึ่งเป็นลูกค้าประเภท Web Offset

ภาวะการแข่งขัน

เนื่องจากบริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ให้บริการพิมพ์สิ่งหนังสือพิมพ์ของเนชั่น กรุ๊ปเป็นหลัก จึงมิได้มีการแข่งขันในส่วนนี้ นอกจากนี้มีช่วงเวลาว่างจากงานหลักจะรับพิมพ์งานประเภทหนังสือแบบเรียนได้

เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต

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

กำลังการผลิต แยกตามประเภทการผลิตสินค้าและเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องดังนี้

กำลังการผลิตหนังสือพิมพ์

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

อัตรากำลังคนในด้านการผลิตหนังสือพิมพ์

ปัจจุบันโดยเฉลี่ยการทำงานเป็น 2 กะ จำนวนกะละ 8 ชั่วโมง และใช้เวลาในการพิมพ์เฉลี่ยวันละ 16 ชั่วโมง โดยมีตารางเวลาสลับการทำงานของเครื่องพิมพ์ ณ ธันวาคม 2554 บริษัทฯ มีพนักงานในสายธุรกิจการพิมพ์รวมประมาณ 129 คน

วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตหนังสือพิมพ์แบ่งได้ดังต่อไปนี้

หน่วย : ร้อยละของมูลค่าวัตถุดิบรวม

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

ในปี 2554 วัตถุดิบส่วนใหญ่ คือ กระดาษหนังสือพิมพ์ ซึ่ง บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จะเป็นผู้จัดหาเพื่อจัดส่งให้บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินการผลิต ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัดเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดหาวัตถุดิบ

แหล่งที่มาของวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญ คือ กระดาษหนังสือพิมพ์ ซึ่งในปี 2554 บริษัทฯสั่งซื้อกระดาษหนังสือพิมพ์จากต่างประเทศเป็นหลัก เช่น NP Trading, Paper Right และ Firgos เป็นต้น คิดเป็น 65 % ของยอดการสั่งซื้อทั้งหมด ที่เหลือสั่งซื้อจากผู้ผลิตในประเทศ เช่น บริษัท ผลิตภัณฑ์กระดาษไทย จำกัด, บริษัท ฟินิกซ์ พัลพ แอนด์ เพเพอร์ จำกัด (มหาชน) , บริษัท นอร์สเก้ จำกัด เป็นต้น โดยผู้จำหน่ายกระดาษดังกล่าว ไม่มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมกับบริษัทหรือผู้บริหาร แต่จะพิจารณาเลือกซื้อจากการเปรียบเทียบราคาและความต้องการใช้งานเป็นสำคัญ โดยปัจจุบันมีผู้จัดจำหน่ายกระดาษเป็นจำนวนมากทำให้มีการแข่งขันสูง บริษัทฯ จึงไม่ประสบกับปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ หากสูญเสียแหล่งวัตถุดิบบางแหล่งไป สำหรับการสั่งซื้อกระดาษหนังสือพิมพ์ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่มีการสั่งซื้อกับรายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 50

ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ หมึกพิมพ์ เพลท และน้ำยาต่างๆ ซึ่งมีสัดส่วนรวมประมาณร้อยละ 19 ของมูลค่าวัตถุดิบรวม ในปี 2554 บริษัทฯได้สั่งซื้อจากบริษัทตัวแทนในประเทศทั้งหมดเพราะมีผู้ขายเป็นจำนวนมาก โดยไม่ผูกพันกับรายใดรายหนึ่ง

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

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

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังอยู่ภายใต้การควบคุมของ กรมโรงงานอุตสาหกรรม สำนักงานเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อมโรงงาน ซึ่งในทุกๆ ปี หน่วยงานดังกล่าวได้เข้ามาตรวจสอบสภาพและประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้วมีความเห็นว่าบริษัทไม่ได้สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

2. ดำเนินธุรกิจงานพิมพ์คุณภาพสูงแบบป้อนม้วนและป้อนแผ่น (Commercial Web & Sheet Fed)

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

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

ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

งานพิมพ์ภายในประเทศแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่

1.ลูกค้าในกลุ่มการพิมพ์เนชั่น อันได้แก่ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน), บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน), บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด, บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด เป็นต้น โดยงานพิมพ์สำหรับลูกค้ากลุ่มนี้ ส่วนใหญ่เป็นงานการ์ตูน, พ็อคเก็ตบุ๊ก และสิ่งพิมพ์โฆษณา

2.ลูกค้านอกกลุ่มเนชั่น ด้วยกำลังการผลิตที่สูงและกระบวนการผลิตที่ครบวงจร จึงได้มีการเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าที่มีงานพิมพ์ที่เน้นด้านคุณภาพและยอดการพิมพ์สูง ทางบริษัทฯสามารถรองรับงานพิมพ์ประเภทนิตยสาร, วารสาร, แคตตาล็อก และโบรชัวร์ โดยลูกค้าหลักในปัจจุบัน ได้แก่ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ จำกัด, บริษัท เอ็มไอ ดับบลิว กรุ๊ป จำกัด, บริษัท มีเดียเอกซ์เพอร์ทีส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท อินเด็กซ์ลิฟวิ่งมอลล์ จำกัด, บริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน), บริษัท ทีวีไคเร็กซ์ จำกัด เป็นต้น

สิทธิและข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

รับงานพิมพ์ที่เน้นคุณภาพสูงและยอดการพิมพ์สูง

กลยุทธ์ทางการตลาด

ให้บริการงานด้านการพิมพ์ที่มีคุณภาพสูงอย่างครบวงจร โดยใช้เครื่องจักร, อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัยจนถึงการบริการจัดหีบห่อ และระบบบริหารคุณภาพ (QC) เพื่อการพัฒนาคุณภาพบริการการพิมพ์ให้ดียิ่งขึ้น โดยทีมงานที่มีประสบการณ์สูงด้านการพิมพ์

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

ลักษณะของลูกค้า

เนื่องจากในเดือนกรกฎาคม 2554 บริษัท เนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส จำกัด ได้โอนกิจการทั้งหมดให้กับ บริษัท ดับบลิวพี เอส (ประเทศไทย) จำกัด จึงได้มีการปรับลดสายการผลิตบางส่วนลง ทำให้บริษัทฯ มีรายได้ค่าบริการงานพิมพ์จากลูกค้าภายนอกลดลง 42% จากปี 2553 โดยรายได้ค่าบริการงานพิมพ์จากลูกค้าภายนอกจะมีลักษณะเน้นงานพิมพ์ที่มีปริมาณสูงและต่อเนื่อง เช่น Catalogue สินค้า, Direct Mail, คู่มือการใช้สินค้า, นิตยสารของสายการบิน เป็นต้น

ภาวะการแข่งขัน

เนื่องจาก WPS ในส่วนงานคอมพิวเตอร์เซต มีศูนย์การพิมพ์ครบวงจรและมีเครื่องจักรที่ทันสมัย ได้แก่ เครื่องพิมพ์ป้อนแผ่น (Commercial Printing) และเครื่องพิมพ์คุณภาพและความจำสูง (Commercial Heat-set web Offset) รวมทั้งมีเครื่องจักรที่ให้บริการในการจัดหีบเล่มอย่างครบวงจร ซึ่งในธุรกิจประเภทเดียวกันมีเพียง บริษัท ศิริวัฒนา อินเทอร์เน็ตพรินต์ติ้งและ บริษัท ไชเบอร์พรินท์เท่านั้น แต่ด้วยสถานะเศรษฐกิจถดถอย และภัยน้ำท่วมในช่วงปลายปี ทำให้การแข่งขันในเรื่องราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญ ดังนั้นการเน้นคุณภาพงานพิมพ์, ลดต้นทุนให้ต่ำลงและการส่งมอบตรงเวลา จึงเป็นภารกิจที่ทางบริษัทฯ ต้องบรรลุ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้

เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต

สำหรับธุรกิจการบริการงานพิมพ์ มีเครื่องจักรที่ใช้ในการพิมพ์แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

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

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

กำลังการผลิต แยกตามประเภทการผลิตสินค้าและเครื่องจักร

กำลังการผลิตของเครื่องพิมพ์

ปัจจุบันบริษัทฯ มีเครื่องพิมพ์ทั้งหมด จำนวน 9 เครื่อง แบ่งเป็น

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

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

อัตรากำลังคน

ปัจจุบันโดยเฉลี่ยการทำงานเป็น 2 กะ จำนวนกะละ 8 ชั่วโมง และใช้เวลาในการพิมพ์เฉลี่ยวันละ 16 ชั่วโมง โดยมีตารางเวลาสลับการทำงานของเครื่องพิมพ์ ณ ธันวาคม 2554 บริษัทฯมีพนักงานรวมประมาณ 108 คน

วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตหนังสือแบ่งได้ดังต่อไปนี้

หน่วย : ร้อยละของมูลค่าวัตถุดิบรวม

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

แหล่งที่มาของวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญ คือ กระดาษซึ่งมีทั้งกระดาษที่นำเข้ามาจากต่างประเทศและสั่งซื้อจากผู้ผลิตในประเทศ เช่น UPM Asia Pacific , บริษัท ผลิตภัณฑ์กระดาษไทย จำกัด, บริษัท เปเปอร์กรีน จำกัด, บริษัท กระดาษสหไทย จำกัด (มหาชน) , บริษัท ซีเค เปเปอร์ จำกัด เป็นต้น

ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ หมึกพิมพ์ กาว ฟิล์ม และน้ำยาต่างๆ ซึ่งมีสัดส่วนรวมประมาณร้อยละ 19 ของมูลค่า วัตถุดิบรวม ในปี 2554 โดยส่วนใหญ่บริษัทได้สั่งซื้อจากบริษัทตัวแทนในประเทศเพราะมีผู้ขายเป็นจำนวนมาก โดยไม่ผูกพันกับรายใดรายหนึ่ง ยกเว้นวัตถุดิบบางอย่างที่คุณภาพของในประเทศไม่ได้คุณภาพก็จะมีคำสั่งซื้อมาจากต่างประเทศบ้าง

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

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

นอกจากนี้บริษัทฯยังอยู่ภายใต้การควบคุมของ 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 ทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจรับจ้างขนส่งสินค้า (Logistics) ได้แก่ขนส่งหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ เพื่อให้บริการลูกค้าในกลุ่ม เนชั่นกรุ๊ป และรองรับสาขานหลักในการจัดส่งหนังสือพิมพ์ ในเครือได้แก่ คมชัดลึก, กรุงเทพธุรกิจ, เดอะเนชั่น, เดอะ วอลล์สตรีทเจอร์นอล และ โยมิอูริชิมบุน 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 ผู้ใช้บริการสามารถวางใจในคุณภาพงานขนส่งที่มาตรฐานและประสิทธิภาพสูง

ประเภทของงานบริการด้านขนส่งของ NML

- การนำรถไปประจำที่โรงงานหรือคลังสินค้าของลูกค้า
- การขนส่งสินค้าแบบเหมาเที่ยว (Point - To - Point)
- การกระจายสินค้า (Distribution) เหมาะสำหรับออเดอร์ย่อยหรือปริมาณงานน้อยไม่สามารถจัดส่งสินค้าโดยตรงจากคลังสินค้าของลูกค้าโดย NML จะนำสินค้ามารวมที่ศูนย์กระจายสินค้า (DC) ก่อนกระจายจากศูนย์กระจายสินค้า อ.บางบ่อ จัดส่งไปปลายทาง เพื่อให้ลูกค้าสามารถจัดส่งสินค้าออเดอร์ย่อย ได้ในเวลาที่เหมาะสม โดยมีต้นทุนต่ำ
- การขนส่งสินค้าจากกลับ (Reverse Logistics)

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

นอกจากการบริการขนส่งสินค้าและพัสดุทั่วประเทศให้กับเนชั่นกรุ๊ปแล้ว NML ยังให้บริการงานขนส่งให้กับผู้ให้บริการกว่า 10 หน่วยงาน เช่น

- บริษัท แอมเวย์ ประเทศไทย จำกัด
- บริษัท บีริช จำกัด (กาแฟเมซอน)
- บริษัท ซีฟู้ด จำกัด (มหาชน) ในส่วนงานจัดส่งสินค้าบู๊ตส์ไมล์
- บริษัท ปอธรพ์ จำกัด (มหาชน)
- บริษัท ซีฟู้ด จำกัด (มหาชน) ในงานจัดส่งสินค้า 7- Catalog

ฯลฯ

เหตุผลและข้อแตกต่างที่ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการงานขนส่งของ NML

1. NML มีความพร้อมในทีมขนส่งด้วยรถกว่า 100 คัน และพนักงานมืออาชีพที่มีประสบการณ์กว่า 800 คน
2. NML มีระบบจัดส่งที่รวดเร็ว และกล้ารับประกันการจัดส่งถึงผู้รับปลายทางในวันรุ่งขึ้น
3. NML คืนเอกสารเซ็นรับปลายทางทุกบิลล์แก่ลูกค้า เพื่อใช้เป็นหลักฐานยืนยันการรับสินค้าของลูกค้าปลายทาง
- *4. NML มีบริการแจ้งสถานะการจัดส่ง โดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ไปแสดงบนหน้าจอของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ารู้สถานะการจัดส่งทุกอเนกประสงค์วันต่อวัน โดยไม่ต้องโทรสอบถาม
5. NML มีรายงานสรุปประเมินผลการจัดส่งรายเดือนให้กับลูกค้าเพื่อตรวจสอบมาตรฐานงานจัดส่งของบริษัท ฯ
6. NML ช่วยให้ผู้ลูกค้าจ่ายค่าขนส่งน้อยกว่าที่เคยจ่าย แต่ได้รับงานที่ดีกว่า

* อยู่ระหว่างพัฒนา กำหนดเสร็จในปลายปี 2555

2. บริการจัดส่งสื่อสิ่งพิมพ์

ภายใต้สโลแกนที่ว่า “รักษาและเพิ่มฐานสมาชิกผู้อ่าน และเพิ่มยอดขายหนังสือสิ่งพิมพ์ของท่านด้วยบริการของ NML” ซึ่งประกอบไปด้วยพนักงานจัดส่งสมาชิก , สายส่งและสายวางร้านที่มีประสบการณ์กว่า 500 คน ทำงานตลอด 24 ชั่วโมง ไม่มีวันหยุด จัดส่งสิ่งพิมพ์ประเภท หนังสือพิมพ์รายวัน , นิตยสาร , การ์ตูน ตลอดจนตำราเรียนถึงมือผู้รับทั่วประเทศ โดย NML จะ

ทำหน้าที่คัดแยก มัด และจัดส่งผลิตภัณฑ์สื่อสิ่งพิมพ์อย่างรวดเร็วภายในเวลาที่ต้องการ โดยใช้ระบบ GIS (Geographic Information System) ในการทำงานเรื่องงานจัดส่งสมาชิก , จัดส่งร้านหนังสือและเอเจนต์ เพื่อบันทึกตำแหน่ง , สถานที่จัดส่ง หนังสือทุกเล่มของสมาชิกทุกราย และตำแหน่งของจุดส่งหนังสือทั้งหมด โดยระบบ GIS สามารถช่วยบริหารเส้นทางการจัดส่ง ช่วยวิเคราะห์การจัดส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจุบัน NML บริการจัดส่งในระบบสมาชิกหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ในกลุ่มบริษัท ได้แก่ สมาชิกหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น, กรุงเทพธุรกิจ, กทมชัดลึก ฯ The Wall Street Journal Asia และ The Yomiuri Shimbun และยังมีหน่วยงานภายนอก หลายสำนักพิมพ์ที่ใช้บริการการจัดส่งสมาชิกของ NML เช่น True Visions Magazine , นสพ.ดาราดัง , นิตยสาร Go Genius , นิตยสารเล่มโปรด , นิตยสาร WHO , Seventeen , OK! , ZOO, ENTERTAIN, RAY, CAWAI, GO Magazine ฯลฯ

สำหรับงานบริการขนส่งสิ่งพิมพ์ไปยังจุดส่งเอเจนต์ , ร้านหนังสือ , สถาบันการศึกษา ฯลฯ ทั่วประเทศ ปัจจุบันมี สำนักพิมพ์ชั้นนำกว่า 30 แห่ง ใช้บริการของ NML อาทิ

- บริษัท อมรินทร์บุ๊คเซ็นเตอร์ จำกัด
 - บริษัท ซีเอ็ด จำกัด (มหาชน)
 - ร้านหนังสือบุ๊คสไมล์
 - บริษัท เอเชียบุ๊ค จำกัด
 - บริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)
 - บริษัท นานาสาส์นจัดจำหน่าย จำกัด
 - ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช (ทวพ.)
- ฯลฯ

3. บริการขนส่งด่วน (NML Express)

เป็นบริการขนส่งสินค้าด่วนแบบ Door – To – Door ภายในกำหนดเวลาที่แน่นอนในเขต กรุงเทพฯ ฯ และปริมณฑล

- ผู้รับปลายทางจะได้รับสินค้าภายในวันเดียวกัน ในส่วนของที่ส่งในกรุงเทพฯ ฯและปริมณฑลส่วนต่างจังหวัด ผู้รับสินค้าสามารถรับสินค้าเพียงข้ามคืนหรือวันทำการถัดไป หรือภายในวันที่กำหนด
 - ผู้ใช้บริการสามารถติดตามสถานะสินค้าออนไลน์ของ NML Express ซึ่งรวดเร็วและแม่นยำโดยลูกค้าไม่ต้องติดต่อศูนย์บริการลูกค้าของ NML เพราะ NML สามารถให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับชิปเมนต์ของลูกค้าแบบเรียลไทม์ในขณะที่สินค้ากำลังเดินทางไปยังที่หมายปลายทาง
 - หน่วยงานที่ใช้บริการ NML Express ในปัจจุบัน ได้แก่
 - บริษัท แอมเวย์ ประเทศไทย จำกัด
 - บริษัท ดีเอสแอล เอ็กเพลส ประเทศไทย จำกัด
 - บริษัท ไทยพรวิเลจ จำกัด
 - บริษัท ไออาร์ บิวคิน่า อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
 - บริษัท รีเทลลิงค์ (ไทยแลนด์) จำกัด
 - บริษัท ทีวีไคเร็กซ์ จำกัด
 - บริษัท คอลโทรลคาส้า (ประเทศไทย) จำกัด
- ฯลฯ

4. บริการเสริมต่าง 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 ด้วยทีมงานที่มีประสิทธิภาพกว่า 50 คน ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จัดส่งเอกสารและพัสดุด่วนถึงมือผู้รับปลายทางภายใน 4 ชั่วโมง

4.5 บริการแจกใบปลิว , โบรชัวร์ , เอกสาร Direct Mail , แจกสินค้าตัวอย่างทุกชนิด , งานวิจัยตลาด , ดิจโปสเตอร์ , ป้ายโฆษณา (Banner) ฯลฯ ทั่วประเทศ ด้วยทีมงานมืออาชีพที่มีประสิทธิภาพกว่า 100 คน

ปัจจุบัน NML ให้บริการงานแจกใบปลิวให้กับห้าง เทสโก้ โลตัส , ห้างแมคโดนัลด์ ฯลฯ เป็นหลัก โดยทีมของ NML พร้อม ที่จะทำการตลาด สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สินค้าและบริการของลูกค้า ด้วยทีมงานมืออาชีพ ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

สิทธิและข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

-ไม่มี-

กลยุทธ์ทางการตลาด

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

บริษัทยังมีเว็บไซต์ www.nml.co.th และระบบ LTS (Logistics Tracking System) เพื่อให้ลูกค้าของบริษัทสามารถตรวจสอบการขนส่งแบบเรียลไทม์ ติดต่อสอบถามและทราบข้อมูลข่าวสาร ราคาค่าขนส่งและบริการอื่น ๆ ของบริษัทได้อย่างรวดเร็วและทันสมัย พร้อมกับใช้โดโก้ของเอ็นเอ็มแอลในการสื่อถึงลูกค้า สร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์และให้รูปแบบของพนักงานที่ต้องติดต่อให้บริการกับลูกค้าเพื่อความเป็นหนึ่งเดียวและทำงานกันเป็นทีม

NML เน้นคุณภาพที่เชื่อถือได้ในการให้บริการกับลูกค้า โดยมีเกณฑ์วัด ดัชนีชี้วัดข้อกำหนด เป้าหมายของการบริการในแต่ละด้าน และวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ (KPI) บริษัทสามารถจัดส่งสินค้าให้ผู้รับปลายทางได้เร็วกว่าผู้ขนส่งรายอื่น รวมทั้งค่าบริการที่ต่ำกว่า ทีมงานมีประสิทธิภาพในด้านงานขนส่งสิ่งพิมพ์มากกว่า 30 ปี และสนับสนุนการทำงานโดยมีระบบการบริหารงานจัดส่งสมาชิกที่มีประสิทธิภาพ สามารถกระจายส่งสินค้าได้ทั่วถึงทุกพื้นที่และใช้เวลาน้อยกว่าทั่วไป รวมถึงการมีทีม CS (Customer Service) รับฟังข้อมูลและดูแลลูกค้าทุกราย เพื่อนำข้อมูลจากผู้ใช้บริการมาปรับปรุงการทำงานเพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพเป็นที่พอใจผู้ใช้บริการกับ NML ทุกราย

ภาวะการแข่งขัน

ในปี 2555 ธุรกิจโลจิสติกส์ ได้มีการพัฒนาและแข่งขันกันสูง NML จึงมุ่งเน้นให้บริการด้านโลจิสติกส์ครบวงจร โดยมุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการให้มีประสิทธิภาพสูง รวมถึงพัฒนาการนำสื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริหารและบริหารขนส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพเป็นที่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ในปัจจุบันนี้ NML ได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ในกิจการให้บริการ เพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า จึงนำเทคโนโลยี Logistics Tracking Services (LTS) มาใช้ ทำให้ NML ได้รับความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากลูกค้าที่ใช้บริการของบริษัท อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าและบริการตรงต่อเวลา รวมทั้งการตรวจสอบเวลาและการลงสินค้าให้ครบถ้วน ถูกต้อง ไม่เสียหาย ใช้เชื้อเพลิงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพื่อลดต้นทุนการขนส่งทำให้ลูกค้ามีต้นทุนที่เหมาะสมในการขนส่งและสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายของลูกค้าได้มากกว่า

จำนวนบุคลากร

ณ 31 ธันวาคม 2554 บริษัท เนชั่น เอ็มเอแอล จำกัด มีบุคลากร ทั้งหมดประมาณ 800 คน แบ่งเป็น พนักงานประจำ 200 คน และพนักงานว่าจ้างตามสัญญารายปี 500 คน และรถขนส่ง (Out source) ประมาณ 100 คน

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

-ไม่มี-

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

4.8 สายธุรกิจการศึกษา

ดำเนินการโดย บริษัท เนชั่นยู จำกัด (NU) บริษัทย่อยของ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด ดำเนินธุรกิจบริหาร “มหาวิทยาลัยโยนก” ปัจจุบันได้ดำเนินการเปลี่ยนชื่อเป็น “มหาวิทยาลัยเนชั่น” ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2554

จากปณิธานอันมุ่งมั่นที่จะสร้างบัณฑิตคุณภาพสู่สังคมไทยด้วยการเรียนการสอนที่เน้นผล (outcome-based learning) เป็นสำคัญ ผ่านการอบรมและฝึกฝนที่เน้นวิธี “การเรียนรู้กับมืออาชีพ” โดยผู้ทรงคุณวุฒิจากทั้งในและนอกเครือข่ายของ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ครอบคลุมในสายงานด้านต่างๆที่สำคัญ เช่น การบริหารธุรกิจ การบริหารสื่อ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

มหาวิทยาลัยเนชั่นทำการเปิดการเรียนการสอนครั้งแรกในปีการศึกษา 2554 โดยเปิดการเรียนการสอนทั้งหลักสูตรปริญญาตรีและปริญญาโท และแบ่งสถานศึกษาออกเป็น 2 วิทยาเขต คือ 1.มหาวิทยาลัยเนชั่น ลำปาง 2.มหาวิทยาลัยเนชั่น ศูนย์เนชั่นทาวเวอร์

หลักสูตรที่มหาวิทยาลัยเนชั่นเปิดสอน มีดังนี้

มหาวิทยาลัยเนชั่น ลำปาง หลักสูตรที่เปิดสอน

ระดับปริญญาตรี

- หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชานิเทศศาสตร์)
- หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด)
- หลักสูตรบัญชีบัณฑิต (สาขาวิชาการบัญชี)
- หลักสูตรสาธารณสุขศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์)
- หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์)
- หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาการท่องเที่ยว)

- หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์)

ระดับปริญญาโท

- หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จำนวน 60 คน
- หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต จำนวน 60 คน
- สมัครด้วยตนเองที่

มหาวิทยาลัยเนชั่น ศูนย์เนชั่นทาวเวอร์ หลักสูตรที่เปิดสอน

ระดับปริญญาตรี

- หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชานิเทศศาสตร์)
- หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด)

ระดับปริญญาโท

- หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (Executive MBA)

5. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

5.1 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

5.1.1 สินทรัพย์หลักของบริษัทและบริษัทย่อย คือ ที่ดิน อาคารและเครื่องจักรต่างๆ ที่ใช้ในการผลิต ดังรายละเอียดต่อไปนี้

มูลค่าทางบัญชีของสินทรัพย์หลักของบริษัทและบริษัทย่อย

มูลค่าทางบัญชีของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	471.06	เป็นเจ้าของ	ค้ำประกันตามสัญญาร่วมให้กู้
อาคาร และส่วนปรับปรุง	281.46	เป็นเจ้าของ	ค้ำประกันตามสัญญาร่วมให้กู้
ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์ที่เช่า	28.61	ตามสัญญาเช่า	
เครื่องจักรและอุปกรณ์	713.02	เป็นเจ้าของ	ค้ำประกันเงินกู้ระยะยาวของบริษัท ย่อย และค้ำประกันตามสัญญาร่วม ให้กู้
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	166.83	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
ยานพาหนะ	25.12	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและ ติดตั้ง	25.51	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวมที่ดินอาคารและอุปกรณ์	1,711.61		

คำอธิบายเพิ่มเติม :

- **ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน** ที่ดินของกลุ่มบริษัทมีทั้งหมดประมาณ 61 ไร่ แบ่งเป็นส่วนของ NMG 38 ไร่ มีมูลค่าตามบัญชี 367.13 ล้านบาท และของ WPS ประมาณ 23 ไร่ มูลค่าตามบัญชี 103.93 ล้านบาท ซึ่งที่ดินจำนวน 58 ไร่ ใช้เป็นหลักประกันตามสัญญาร่วมให้กู้
- **อาคารสำนักงาน** เป็นอาคารสำนักงานโรงพิมพ์ของ WPS ที่ กม. 29 ใช้เป็นหลักประกันตามสัญญาเงินกู้ระยะยาว
- **บริษัทและบริษัทย่อย** ได้เช่าพื้นที่สำนักงานจาก กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ ไทยคอมเมอร์เชียล อินเวสเมนต์ โดยกลุ่มบริษัทได้ทำสัญญาเช่าเป็นเวลา 2+1 ปี โดยวัตถุประสงค์ของการเช่าพื้นที่สำนักงานเพื่อประโยชน์ในการประกอบกิจการของบริษัท สัญญาจะหมดอายุวันที่ 29 เมษายน 2555
ยกเว้น บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ใช้พื้นที่ซึ่งเป็นของบริษัทเอง
- **เครื่องจักรและอุปกรณ์** เป็นเครื่องจักรของ WPS มูลค่าสุทธิ 710.63 ล้านบาท และ NMG 2.39 ล้านบาท
- **เครื่องตกแต่งติดตั้ง และอุปกรณ์สำนักงาน** เป็นของ NMG มูลค่าสุทธิ 40.01 ล้านบาท และ อุปกรณ์ Electronic ของ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีมูลค่าทางบัญชีประมาณ 104.12 ล้านบาท และของบริษัทย่อยอื่น 22.70 ล้านบาท
- **สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง** เป็นส่วนของการปรับปรุงพื้นที่โรงพิมพ์เป็นของ NMG 21.77 ล้านบาท และ WPS 3.11 ล้านบาท และ NBC 0.63 ล้านบาท

5.1.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตนของบริษัทและบริษัทย่อย คือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และค่าลิขสิทธิ์ มีมูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2554 ดังต่อไปนี้

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	59.36
ค่าลิขสิทธิ์	39.25
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ระหว่างติดตั้ง	8.82
รวม	107.43

คำอธิบายเพิ่มเติม

- โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เป็นส่วนของ NMG มีมูลค่าตามบัญชี 54.08 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาระบบสารสนเทศ ได้แก่ การพัฒนาระบบโฆษณา , การพัฒนาระบบบัญชี , การพัฒนาระบบจัดจำหน่าย , การพัฒนาระบบบริหารงานบุคคล เป็นต้น ส่วนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ระหว่างติดตั้งเป็นของ NMG ได้แก่ การพัฒนาระบบ Digital Library , การพัฒนาระบบบัญชี เป็นต้น
- ค่าลิขสิทธิ์ เป็นค่าลิขสิทธิ์หนังสือของกลุ่มบริษัทย่อยที่ดำเนินธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ โดยมี บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) เป็นบริษัทแม่ของกลุ่มธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ เข้าไปถือหุ้นใน บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) และ บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE)
- ลิขสิทธิ์ดังกล่าว เป็นสัญญาสิทธิในลักษณะการให้บริการการพิมพ์และเป็นตัวแทนจำหน่าย โดยเป็นลิขสิทธิ์ประเภท Roll-Over หรือมีผลบังคับใช้ตราแต่ที่ยังไม่มีการยกเลิกจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ซึ่งค่าลิขสิทธิ์จะคำนวณจากสัดส่วนตามยอดขายที่เกิดขึ้นจริง โดยสัดส่วนของแต่ละสัญญาจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความนิยมของแต่ละผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้สัญญาสิทธิในการแปลและพิมพ์ Pocket Book ซึ่งจะตกลงอัตราค่าลิขสิทธิ์จากราคาปกตามปริมาณการพิมพ์หรือยอดขายที่ตกลงกัน ซึ่งเป็นวิธีการคำนวณทั่วไปในธุรกิจ Pocket Book

5.2 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัท

ณ 31 ธันวาคม 2554 บริษัทฯ มีเงินลงทุนตามวิธีราคาทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในธุรกิจต่างๆ รวม 678.03 ล้านบาท ดังนี้

ประเภทธุรกิจ	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน %
บริษัทย่อย		
ธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณา	78.60	11.59%
ธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียงและสื่อสมัยใหม่	113.94	16.80%
ธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง	70.06	10.33%
ธุรกิจบริการด้านการพิมพ์	359.88	53.08%
ธุรกิจด้านการขนส่ง และอื่น ๆ	53.75	7.93%
บริษัทร่วม		
ธุรกิจตัวแทนขายหนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่น	1.80	0.27%
รวม	678.03	100.00%

บริษัทฯ มีนโยบายในการลงทุนและเข้าบริหารบริษัทดังกล่าว โดยส่งตัวแทนในฐานะผู้ถือหุ้นเข้าร่วมเป็นกรรมการ
นโยบายการลงทุน

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

(1) การลงทุนเพื่อขยายเครือข่ายธุรกิจหลักให้ครบวงจร

โดยบริษัทร่วมกำหนดนโยบายและเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหาร 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 ดำเนินงาน
โดย 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) ประกอบธุรกิจ
จัดหาและผลิตข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่างๆ (Content Provider) เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อกระจายภาพและเสียงทางโทรทัศน์ ทั้งใน
ส่วนของสถานีข่าว 24 ชั่วโมง Nation Channel ที่เผยแพร่สัญญาณผ่านทางระบบดาวเทียม และเคเบิลทีวีท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นและ
ให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวที่ทันต่อเหตุการณ์ เจาะลึก และวิเคราะห์เนื้อหาอย่างเป็นกลาง และเป็นผู้ให้บริการข้อมูลข่าว
(Content Provider) โดยผลิตรายการและร่วมผลิตรายการเพื่อให้กับสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ได้แก่ ช่อง 3, ช่อง 5, ช่อง 9 และ
ผลิตรายการโทรทัศน์ให้กับสถานีโทรทัศน์ รวมถึงการดำเนินงานในการผลิตรายการวิทยุให้กับสถานี F.M. 90.5 และ F.M. 102

ในปี 2553 NBC ได้จัดตั้งสถานีบันเทิงสายพันธุ์ใหม่ 24 ชั่วโมงแห่งแรกของประเทศไทย ภายใต้ชื่อ Mango TV ผ่าน
ช่องทางต่างๆ ได้แก่ เคเบิลทีวีท้องถิ่น ทีวีดาวเทียม เว็บไซต์ หน้าจอรถไฟฟ้ามหานคร และโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีรายได้หลัก
จากการขายเวลาโฆษณา รับจ้างผลิตรายการ และค่าเช่าเวลา

ในปี 2554 NBC ได้จัดตั้งช่องรายการข่าวและสาระบันเทิงอีก 3 สถานี ประกอบด้วย สถานีข่าวภาษาอังกฤษ ชื่อ
“อาเซียนทีวี” เป็นความร่วมมือระหว่าง NBC และบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เพื่อร่วมผลิตและบริหารสถานีโทรทัศน์
ดาวเทียม ที่นำเสนอข่าวสารของ 10 ประเทศสมาชิกอาเซียนในทุกมิติ สถานีข่าวระงัก 24 ชั่วโมง ชื่อ “ระงักแซแนล”
สถานีโทรทัศน์ของคนในชุมชนเพื่อข่าวสาร สวัสดิภาพ ความปลอดภัย การจราจร บรรเทาภัยพิบัติ และประโยชน์สาธารณะ
ออกอากาศครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ ผ่านดาวเทียมไทยคม สถานีสุขภาพดี 24 ชั่วโมง ชื่อ “Rama Channel” เป็นความ
ร่วมมือระหว่าง NBC โรงพยาบาลรามารับดี บริษัท ทรู วิชั่นส์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท คาคาโปร คอมพิวเตอร์ ซิสเต็มส์ จำกัด
เพื่อร่วมผลิตรายการสุขภาพที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนโดยการให้ความรู้ความเข้าใจปัญหาสุขภาพพร้อมแนว
ทางการรักษาแก่ประชาชนทั่วไปโดยคณะแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในโรคต่างๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง

และดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น ธุรกิจอบรมสัมมนา ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่าย VCD และ DVD เป็นต้น
นอกจากนี้ได้เพิ่มทางเลือกในการรับข้อมูลข่าวสารให้กับผู้ชมรายการผ่านทางสื่อรูปแบบใหม่ ให้เชื่อมโยงกับสถานีข่าวของ
บริษัท โดยการให้บริการทาง Internet , Mobile รวมทั้งการร่วมมือกับพันธมิตร 5 แห่ง คือ www.pantip.com , www.exteen.com
และ www.beartai.com, www.eduzone.com, www.you2play.com นอกจากนี้ยังได้จัดทำ BLOG เพื่อสร้างชุมชนให้เข้ามามีส่วน
ร่วมในการนำเสนอข่าว โดยสามารถแสดงความคิดเห็นได้ที่ www.oknation.net ซึ่งบริษัทได้ผลิต Content เพื่อรองรับการ

เปลี่ยนแปลงของการบริโภคข่าวสารในอนาคต โดยผู้ชมสามารถชมรายการสดและย้อนหลังที่เว็บไซต์ของสถานีข่าวแต่ละสถานีผลิตได้ตลอดเวลา

5. ธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ

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

6. ธุรกิจบริการด้านการพิมพ์

ดำเนินธุรกิจรับจ้างพิมพ์ภายใต้บริษัทย่อย คือ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) (NMG ถือหุ้น 84.50%) โดยให้บริการพิมพ์หนังสือพิมพ์ และหนังสืออื่น ๆ ได้แก่ การ์ตูน ฟ็อกเก็ตบุ๊กส์ 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 และอื่น ๆ

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

8. สายธุรกิจการศึกษา

ในปี 2554 บริษัทได้ตั้งบริษัทย่อย คือ บริษัท เนชั่นยู จำกัด โดย NMG ถือหุ้น 55% โดยจะรับโอนใบอนุญาตมหาวิทยาลัยโยนก และเปลี่ยนชื่อเป็น มหาวิทยาลัยเนชั่น ตั้งอยู่จังหวัดลำปาง

(2) การลงทุนในบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน

ณ 31 ธันวาคม 2554 บริษัทมีเงินลงทุนในหุ้นทุนของบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน 1 บริษัท คือ บริษัท มีเดีย แม็กเน็ต จำกัด (NMG ถือหุ้น 8.64%) รวม 0.95 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.03 ของ สินทรัพย์รวม สำหรับนโยบายการลงทุนในอนาคตบริษัทมีแผนกระจายความเสี่ยงในการลงทุน หากจำเป็นต้องลงทุนจะพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง คือกลุ่มธุรกิจสิ่งพิมพ์, กลุ่มธุรกิจสื่อโทรทัศน์และวิทยุ หรือ ธุรกิจการศึกษา โดยบริษัทจะกระจายความเสี่ยงในการลงทุนโดยการหาผู้ร่วมลงทุน ในลักษณะบริษัทร่วมทุน เพื่อลดภาระต้นทุน และได้รับความร่วมมือ หรือ ได้งานจากพันธมิตรผู้ร่วมลงทุนเพิ่มเติม ซึ่งเมื่อมีกำไร บริษัทได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผลในอนาคต เป็นต้น

การควบคุมดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ จะควบคุมและกำหนดนโยบายของบริษัทย่อยโดยจะส่งกรรมการของ NMG ไปเป็นกรรมการ ในบริษัทย่อยจำนวน 2-3 ท่าน และหากบริษัทย่อยมีการดำเนินธุรกิจที่กระทบต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทย่อยจะต้อง เสนอเรื่องและขอ

อนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทก่อน สำหรับกรณีที่เป็นบริษัทร่วม, บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน บริษัทฯจะส่งกรรมการเข้าไปเป็นตัวแทนเฉลี่ย 1-2 คน ตามสัดส่วนการถือหุ้น

6. ข้อพิพาททางกฎหมาย

-ไม่มี-

7. โครงสร้างเงินทุน

7.1 หลักทรัพย์ของบริษัท

(1) ทุน

บริษัทมีทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 จำนวน 2,500,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 2,500,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ทุนที่เรียกชำระแล้ว จำนวน 1,647,740,300 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,647,740,300 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท คงเหลือหุ้นที่ยังไม่ได้จัดสรร 852,259,700 หุ้น

(2) พันธะผูกพันในการออกหุ้นในอนาคต

สรุปจำนวนหุ้นสามัญจดทะเบียนทั้งหมดของบริษัท ดังนี้

หุ้นที่เรียกชำระแล้วในปัจจุบัน (31 ธ.ค. 54)	1,647,740,300 หุ้น
บวก หุ้นที่มีภาระผูกพันในการออกหุ้นในอนาคต (ให้แก่พนักงานในวงจำกัด)	302,372,940 หุ้น
บวก หุ้นที่ยังไม่ได้จัดสรร	549,886,760 หุ้น
รวมเป็นทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น	2,500,000,000 หุ้น

7.2 ผู้ถือหุ้น

รายชื่อผู้ถือหุ้น 10 รายแรก และสัดส่วนการถือหุ้น ณ วันปิดสมุดทะเบียน 30 ธันวาคม 2554

กลุ่มผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้นที่ถือ	ร้อยละ
1. บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อผู้ฝาก	550,777,030	33.43
2. นางมยุรี สุขศรีวงศ์	169,729,380	10.30
3. นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	146,000,540	8.86
4. นายเสริมสิน สมะลาภา	140,000,000	8.50
5. นายธนาชัย ชีรพัฒน์วงศ์	134,397,090	8.16
6. Dow Jones & Company, Inc., New York	120,000,000	7.28
7. นายสุเทพ วงศ์วรเศรษฐ	100,000,000	6.07
8. THAILAND SECURITIES DEPOSITORY COMPANY LIMITED FOR DEPOSITORS	52,644,800	3.19
9. นายวิทวัส เลิศบรรณพงษ์	40,000,000	2.43
10. นางสุภาภรณ์ ชื่นวิจิตร	36,419,110	2.21
อื่นๆ	157,772,350	9.57
รวม	1,647,740,300	100.00

หมายเหตุ

1.) กลุ่มผู้ถือหุ้นที่จัดอยู่ในกลุ่มเดียวกันและออกเสียงไปในทางเดียวกัน ได้แก่

- นายธนชัย ชีรพัฒน์วงศ์ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท และดำรงตำแหน่งเป็นประธานกรรมการของบริษัท
- นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท และดำรงตำแหน่งเป็นบรรณาธิการอำนวยการของบริษัท
- นายเสริมสิน สมะลาภา ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท และดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการของบริษัท
- Dow Jones & Company, Inc., New York เป็น Strategic Partner ที่มีความสัมพันธ์กับบริษัทมายาวนาน ในการประชุมผู้ถือหุ้นที่ผ่านมา ได้มอบอำนาจให้นายธนชัย ชีรพัฒน์วงศ์ เป็นผู้ที่มีอำนาจในการออกเสียงลงคะแนนทุกครั้ง

2.) ประเภทผู้ถือหุ้น

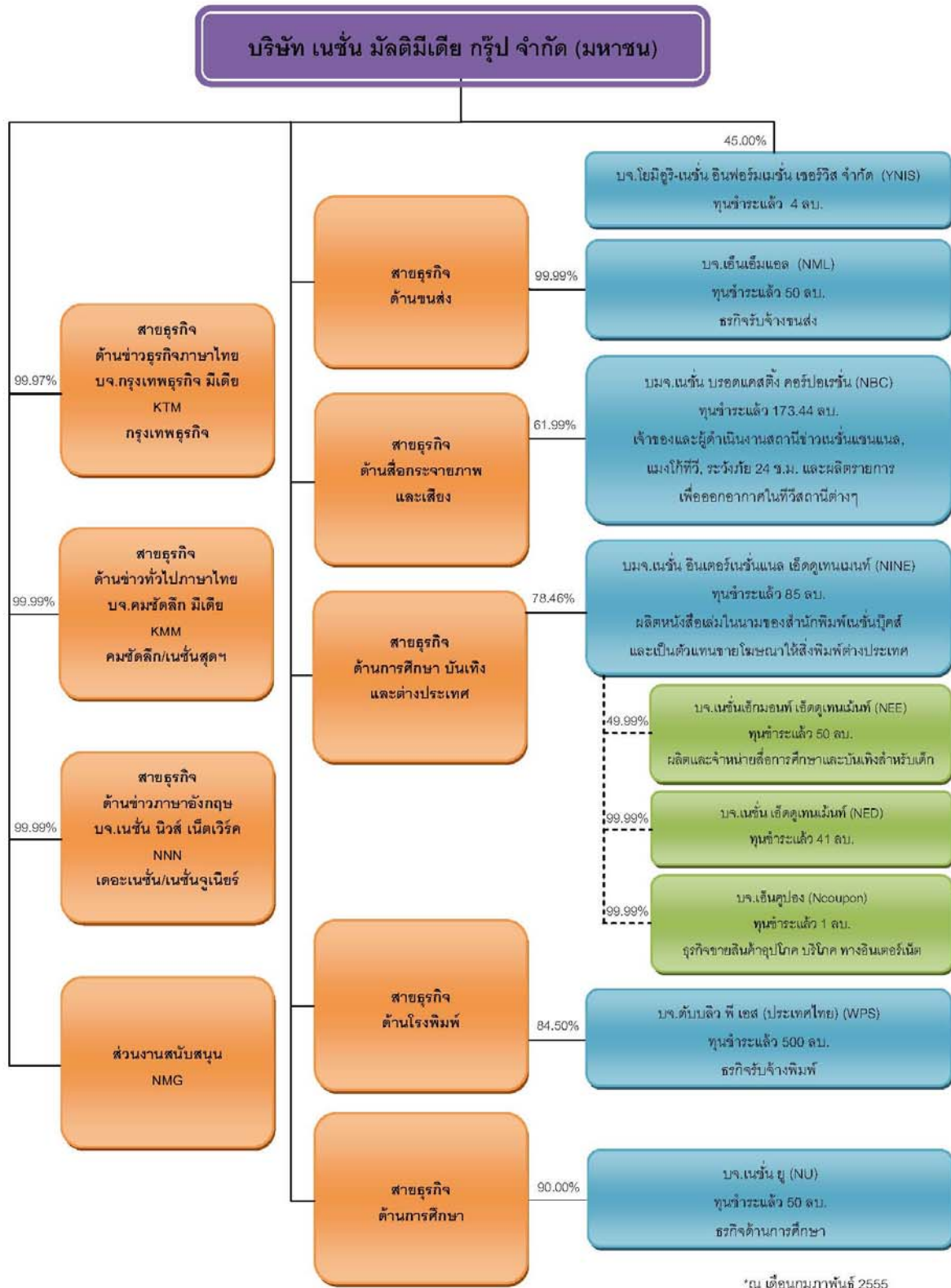
ผู้ถือหุ้นแบ่งตามสัญชาติ	จำนวนราย	จำนวนหุ้น	ร้อยละ
สัญชาติไทย	424	1,474,497,180	89.49
ผู้ถือหุ้นต่างชาติ	8	173,243,120	10.51
รวมทั้งสิ้น	432	1,647,740,300	100.00

7.3 นโยบายจ่ายเงินปันผลของบริษัทและบริษัทย่อย

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

8. โครงสร้างการจัดการ

โครงสร้างการประกอบธุรกิจและการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทเนชั่น ปี 2554



คำอธิบายเพิ่มเติมของโครงสร้างการจัดการ

ปัจจุบันกลุ่มบริษัทได้แบ่งสายธุรกิจออกเป็น 8 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 เนชั่นจูนีย์ร์ ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด
- 4. ประเภทธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง :** ดำเนินงานภายใต้บริษัทย่อย คือ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เจ้าของและผู้ดำเนินงานสถานีข่าวเนชั่นแซนแนล, Mango TV, ระวีงภัย, รามาสแนล , ASEAN TV , ผลิตรายการ และร่วมผลิตรายการเพื่อออกอากาศในทีวีสถานีต่างๆ ได้แก่ ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 9 และ Satellite หรือ เคเบิลทีวีท้องถิ่น ทีวี ดาวเทียม เว็บไซต์ www.nationchannel.com, รถไฟฟ้าบีทีเอส, โทรศัพท์เคลื่อนที่, IPTV, Smart TV, Application Nationmobi.com หรือ Download in App Store และผลิตรายการวิทยุให้กับสถานี F.M 90.5 และ FM 102 เป็นต้น รวมทั้งให้บริการข่าวสารผ่านสื่อรูปแบบใหม่ (New Media) โดยนำเสนอผ่านสื่อใหม่ที่มีความนิยม โดยแบ่งการให้บริการออกเป็น 2 ช่องทางคือ ทางอินเทอร์เน็ต และผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ โทรศัพท์มือถือ, Smart Phone , แท็บเล็ต ผ่านทาง SMS และ ภาพเคลื่อนไหวพร้อมเสียง (MMS) และการดาวน์โหลด Application ต่าง ๆ
- 5. สายธุรกิจด้านเอดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศ:** ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็ก เพื่อการศึกษา และบันเทิงโดยได้รับ ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ, ผลิตหนังสือเล่มในนามของสำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊กส์ โดยได้รับลิขสิทธิ์จากทั้งในประเทศและต่างประเทศ, ตัวแทนโฆษณาและจัดจำหน่ายให้กับสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ และประกอบกิจการค้าขายสินค้าหรือบริการ อุปโภค บริโภค ผ่านทาง อินเทอร์เน็ต โดยอยู่ภายใต้การบริหารงานของบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอดดูเทน เมนท์ จำกัด (มหาชน) (เดิมชื่อบริษัท เนชั่น บুকส์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด), ซึ่งมีบริษัทย่อยและกิจการควบคุมร่วมกัน ได้แก่, บริษัท เนชั่น เอดดู เทนเมนท์ จำกัด บริษัท เอ็นดูปอง จำกัด (เริ่มดำเนินการจริงในปี 2554) และบริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอดดูเทนเมนท์ จำกัด ตามลำดับ
- 6. ประเภทธุรกิจด้านการพิมพ์:** ดำเนินธุรกิจรับจ้างพิมพ์ภายใต้บริษัทย่อย คือ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด โดยการ พิมพ์หลักจะรับพิมพ์หนังสือพิมพ์ของเครือเนชั่น กรุ๊ป และรับจ้างพิมพ์หนังสือให้กับลูกค้าภายนอก
- 7. ประเภทธุรกิจด้านขนส่ง :** ดำเนินธุรกิจให้บริการรับจ้างขนส่งภายใต้บริษัทย่อย คือ บริษัท เอ็น เอ็ม แอล จำกัด (NMG ถือหุ้น 99.99%) ส่วนใหญ่ให้บริการขนส่งหนังสือพิมพ์, ป็อกเก็ตบุ๊กส์, การ์ตูน และนิตยสาร ของเนชั่นฯ และบริษัทในเครือ รวมทั้งรับ งานของบริษัทภายนอก
- 8. ประเภทธุรกิจด้านการศึกษา :** ดำเนินธุรกิจโดยบริษัท เนชั่นยู จำกัด โดย NMG ถือหุ้น 55% โดยจะรับโอนใบอนุญาต มหาวิทยาลัยโยนก และเปลี่ยนชื่อเป็น มหาวิทยาลัยเนชั่น ตั้งอยู่จังหวัดลำปาง

โดยแต่ละสายธุรกิจประกอบด้วย กรรมการผู้อำนวยการของบริษัทย่อย (President) ซึ่งเป็นผู้บริหารสูงสุดของแต่ละสาย ธุรกิจ บรรณาธิการ (Editor) ฝ่ายขาย ฝ่ายการตลาด และฝ่ายจัดจำหน่าย

1. สายธุรกิจทั้ง 8 สาย ดูแลภาพรวมโดยประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (Chief Executive Officer)
2. กองบรรณาธิการแยกตามบริษัทย่อยขึ้นตรงกับ กรรมการผู้อำนวยการของบริษัทย่อย(President) สำหรับด้านนโยบาย การนำเสนอข่าวจะปรึกษากับบรรณาธิการอำนาจการ(Editor in Chief)
3. หน่วยงานสนับสนุนส่วนกลางของทั้งกลุ่มบริษัท ประกอบด้วย กองบรรณาธิการกลาง, แผนกการเงิน, บัญชี, เครดิต, IT Center, พัฒนารูปร่างและนักลงทุนสัมพันธ์, ทรัพยากรบุคคล, ธุรกิจ, จัดจำหน่าย, จัดซื้อ, ทะเบียน และธุรการโฆษณา ขึ้น ตรงกับ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (Chief Executive Officer)

โดยมี นางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์ ทำหน้าที่ เลขานุการบริษัท

8.1 โครงสร้างกรรมการบริษัท

โครงสร้างกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการทั้งหมด 3 ชุด คือ คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ และ คณะกรรมการบริหาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. คณะกรรมการบริษัท

ณ เดือนมีนาคม 2555 คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการทั้งสิ้น 10 คน ดังนี้

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	ประเภท
1. นายสุทริชชัย แซ่หยุ่น	ประธานกรรมการ	กรรมการที่เป็นผู้บริหาร
2. นายชนะชัย สันติชัยกุล	รองประธานกรรมการ	กรรมการที่เป็นผู้บริหาร
3. นางสาวดวงกมล โชตะนา	กรรมการ	กรรมการที่เป็นผู้บริหาร
4. นายปรกรณ์ บริมาสาร	ประธานกรรมการตรวจสอบ	กรรมการอิสระ
5. นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	กรรมการตรวจสอบ	กรรมการอิสระ
6. นายโยธิน เนื่องจางค์	กรรมการตรวจสอบ	กรรมการอิสระ
7. นายนิสสัย เวชชาชีวะ	กรรมการ	กรรมการอิสระ
8. นายนิวัฒน์ แจ่มอริวงค์	กรรมการ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
9. นายเสริมสิน สมะลาภา*	กรรมการ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
10. นางคริสติน ดีไบเยส เบรนเคิล	กรรมการ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร

หมายเหตุ : นายชนะชัย ชีรพัฒน์วงศ์ ลาออกจากกรรมการบริษัท และเมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2555 ที่ประชุม คณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 2/2555 มีมติแต่งตั้ง นายสุทริชชัย แซ่หยุ่น เป็นประธานกรรมการบริษัท

โครงสร้างคณะกรรมการ

1. คณะกรรมการของบริษัทมีจำนวนไม่น้อยกว่า 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 วิจารณญาณอย่างอิสระของตน

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 ของผู้ที่จะดำรงตำแหน่งกรรมการของบริษัทตามเกณฑ์ทักษะ ประสบการณ์ ความสามารถเฉพาะด้าน ที่หลากหลาย เป็นประโยชน์กับบริษัท มีความซื่อสัตย์ สุจริต มีจริยธรรมในการดำเนิน ธุรกิจ สนใจในกิจการของบริษัทอย่างแท้จริง และมีความตั้งใจที่จะดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสามารถอุทิศเวลา และความ พยายามในการปฏิบัติหน้าที่

3. คณะกรรมการที่พ้นจากตำแหน่งตามวาระ อาจได้รับการแต่งตั้งกลับเข้าดำรงตำแหน่งใหม่ได้

4. ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการบริหาร กรรมการผู้อำนวยการ กรรมการอำนวยการ สามารถเป็นกรรมการบริษัทจดทะเบียน ได้ไม่เกิน 5 บริษัทโดยการดำรงตำแหน่งกรรมการดังกล่าว ต้องแจ้งให้คณะกรรมการรับทราบและเห็นชอบ
5. กรรมการของบริษัทจะไม่เป็นกรรมการในบริษัทที่เป็นคู่แข่งของบริษัทฯ และ บริษัทฯ ได้เปิดเผยรายชื่อ บริษัทประเภทของธุรกิจ และตำแหน่งที่กรรมการของบริษัทไปดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นไว้ในทะเบียนประวัติกรรมการ
6. ประธานกรรมการ ไม่ดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

การถือครองหลักทรัพย์ของคณะกรรมการบริษัทฯ ในปี 2554 และ 2553 ตามมาตรา 258 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 และผู้ถือหุ้นที่อยู่ภายใต้มาตราดังกล่าวดังนี้

ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น			หมายเหตุ
	31 ธ.ค. 2553	31 ธ.ค. 2554	จำนวนหุ้น เพิ่ม(ลด) ระหว่างปี (หุ้น)	
1. นายธนัชชัย สันติชัยกุล	3,079,660	3,079,660	-	รวมการถือหุ้นของกลุ่มสมรส
2. นายปรกรณ์ บริมาสาร	269,000	269,000	-	
3. นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	-	-	-	
4. นายโยธิน เนื่องจางค์	1,000,000	1,000,000	-	
5. นายนิสสัย เวชชาชีวะ	-	-	-	
6. นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์	44,858,780	49,092,280	4,233,500	
7. นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	148,830,540	146,000,540	(2,830,000)	รวมการถือหุ้นของกลุ่มสมรส
8. นางสาวดวงกมล โชตะนา	44,140	44,140	-	
9. นายเสริมสิน สมะลาภา	140,000,000	140,000,000	-	
10. นางคริสติน ดีไบเยส เบรนเดล	-	-	-	

กรรมการผู้มีอำนาจผูกพันตามหนังสือรับรองบริษัท นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น ลงลายมือชื่อร่วมกับ นายเสริมสิน สมะลาภา รวมกันเป็น 2 คน พร้อมประทับตราสำคัญ หรือ นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น นายเสริมสิน สมะลาภา คนใดคนหนึ่งลงลายมือชื่อร่วมกับ นายธนัชชัย สันติชัยกุล หรือ นางสาวดวงกมล โชตะนา รวมเป็น 2 คน พร้อมประทับตราสำคัญ

บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

1. กรรมการต้องปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัท ตลอดจนมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และระมัดระวังรักษาผลประโยชน์ของบริษัท
2. ทำหน้าที่พิจารณาให้ความเห็นชอบในเรื่องที่สำคัญเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท เช่น วัตถุประสงค์และภารกิจ 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 พิจารณาการทำรายการที่อาจมีความขัดแย้งของผลประโยชน์ โดยมีแนวทางที่ชัดเจนและเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ของบริษัทและผู้ถือหุ้นโดยรวมเป็นสำคัญ สำหรับผู้มีส่วนได้เสียจะไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ พร้อมทั้งกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามข้อกำหนดเกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินการและการเปิดเผยข้อมูลของรายการที่อาจมีความขัดแย้งของผลประโยชน์ อย่างถูกต้อง ครบถ้วน มีมาตรฐาน และโปร่งใส

6. จัดให้มีระบบการควบคุมด้านการดำเนินงาน ด้านรายงานทางการเงิน และด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบและนโยบาย และจัดให้มีบุคคลหรือหน่วยงานที่เป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ เป็นผู้รับผิดชอบในการตรวจสอบระบบการควบคุมดังกล่าว และมีการทบทวนระบบต่างๆอย่างสม่ำเสมอ

7. กำหนดนโยบายด้านการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Policy) ให้ครอบคลุมทั้งองค์กร โดยให้ฝ่ายจัดการเป็นผู้ปฏิบัติตามนโยบายและรายงานให้คณะกรรมการทราบเป็นประจำ จัดให้มีการทบทวนระบบหรือประเมินประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ และในทุกๆระยะเวลาที่พบวาระระดับความเสี่ยงมีการเปลี่ยนแปลงภายในทิศทางที่กำหนด ตลอดจนให้ความสำคัญกับสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้าและรายการผิดปกติต่างๆ

8. แต่งตั้งคณะกรรมการหรือบุคคลใด เพื่อทำหน้าที่ช่วยดูแล ติดตาม และควบคุมการบริหารงานของบริษัท ในเรื่องที่เป็นสาระสำคัญภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการบริษัท รวมทั้งประเมินผลการปฏิบัติงานและกำหนดค่าตอบแทนของคณะกรรมการหรือบุคคลดังกล่าว หรือมอบอำนาจให้คณะกรรมการหรือบุคคลดังกล่าวมีอำนาจตามที่คณะกรรมการเห็นสมควร และภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการเห็นสมควร ซึ่งคณะกรรมการอาจยกเลิก เพิกถอน เปลี่ยนแปลง หรือแก้ไขอำนาจนั้นๆได้

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

นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณามอบอำนาจให้แก่คณะกรรมการหรือบุคคลใดดังกล่าวข้างต้นในการทำธุรกรรมที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและการลงทุนตามปกติธุรกิจของบริษัทฯ โดยได้มีการกำหนดขอบเขตและวงเงินในแต่ละระดับอย่างชัดเจน ทั้งนี้ ไม่มีการมอบอำนาจในลักษณะไม่จำกัดวงเงินแต่อย่างใด

9. จัดทำรายงานคณะกรรมการประจำปี และรับผิดชอบต่อการจัดทำและการเปิดเผยการเงินเพื่อแสดงถึงฐานะการเงินและผลการดำเนินงานในรอบปีที่ผ่านมา เพื่อนำเสนอต่อผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ ได้มีการทบทวนขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทฯ ให้สอดคล้องกับนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance Policy)

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี กรรมการบริษัท จำนวน 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 จักเห็น
- บริษัทจะจัดส่งเอกสารประกอบการประชุมให้แก่กรรมการเป็นการล่วงหน้า เพื่อประกอบการพิจารณา หากกรรมการท่านใดต้องการข้อมูลเพิ่มเติมสามารถขอได้ที่เลขานุการบริษัท
- บริษัทฯมีนโยบายให้กรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหารมีโอกาสที่จะประชุมกันเองเพื่ออภิปรายปัญหาเกี่ยวกับการจัดการที่อยู่ในความสนใจ 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 หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนวันที่ได้รับการแต่งตั้ง
4. กรรมการอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์ทางสายโลหิตหรือโดยการจดทะเบียนตามกฎหมายในลักษณะที่เป็นบิดา มารดา คู่สมรส พี่ น้องและบุตร รวมทั้งคู่สมรสของบุตร กับผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุม หรือบุคคลที่ได้รับการเสนอชื่อเป็นผู้บริหารหรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทหรือบริษัทย่อย
5. กรรมการอิสระจะต้องไม่ทำการเป็นตัวแทนอย่างเปิดเผยหรือไม่เปิดเผยของกรรมการบริษัท ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ถือหุ้นใดซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่คนใดหรือกลุ่มผู้ถือหุ้นใดของบริษัท

6. กรรมการอิสระจะต้องทำหน้าที่และใช้วิจารณญาณของตน โดยไม่ได้รับอิทธิพลจากกรรมการ ผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ รวมทั้งบุคคลที่เกี่ยวข้องหรือญาติ
7. กรรมการอิสระจะต้องไม่เป็นหรือเคยเป็น ผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท และไม่เป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัย ผู้มีอำนาจควบคุม หรือหุ้นส่วนผู้จัดการของนิติบุคคลที่เป็นสำนักงานสอบบัญชี ซึ่งมีผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทสังกัดอยู่ 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)

คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อช่วยงานของคณะกรรมการบริษัทในการปฏิบัติหน้าที่รับผิดชอบในการสอดส่องดูแลคุณภาพและความน่าเชื่อถือของระบบบัญชี ระบบตรวจสอบ ระบบควบคุมภายใน ตลอดจนกระบวนการรายงานทางการเงินของบริษัท

คุณสมบัติกรรมการตรวจสอบ

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

องค์ประกอบและการประชุม

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

คณะกรรมการตรวจสอบต้องจัดให้มีการประชุมอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง หรือมากกว่าหากจำเป็น โดยประธานกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่จัดการประชุม ทำหน้าที่เป็นประธานในที่ประชุม ให้ความเห็นชอบกับวาระการประชุม ตลอดจนรายงานผลการประชุมให้คณะกรรมการบริษัททราบอย่างสม่ำเสมอ

คณะกรรมการตรวจสอบมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี โดยกรรมการตรวจสอบซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับการแต่งตั้งอีกครั้งก็ได้ ในกรณีที่ตำแหน่งกรรมการตรวจสอบว่างลงเพราะเหตุอื่น ที่นอกจากถึงคราวออกตามวาระให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนเป็นกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้คณะกรรมการตรวจสอบมีจำนวนครบตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด โดยบุคคลที่เข้าเป็นกรรมการตรวจสอบแทนสามารถอยู่ในตำแหน่งได้เพียงเท่าที่วาระที่ยังเหลืออยู่ของกรรมการตรวจสอบซึ่งตนทดแทน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัท มีจำนวน 3 ท่าน ซึ่งประกอบด้วยกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน โดยกรรมการทั้ง 3 ท่าน เป็นผู้มีความรู้ ความเข้าใจ หรือมีประสบการณ์ด้านบัญชีหรือการเงิน ประกอบด้วย

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

โดยมี นางสาวมัทธยา 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 และประเด็นที่ผู้สอบบัญชีเห็นว่ามีความสำคัญ รวมทั้งเข้าร่วมประชุมกับผู้สอบบัญชีโดยไม่มีฝ่ายจัดการเข้าร่วมประชุมด้วยอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

6.พิจารณารายการที่เกี่ยวข้องกัน หรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้มีความถูกต้องและครบถ้วน ให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ฯ รวมทั้งเปิดเผยข้อมูลในการเข้าทำรายการดังกล่าวอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่ารายการดังกล่าวสมเหตุสมผลและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท

7.จัดทำรายงานผลการกำกับดูแลกิจการของคณะกรรมการตรวจสอบ โดยเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปีของบริษัท ซึ่งรายงานดังกล่าวต้องลงนามโดยประธานกรรมการตรวจสอบ ประกอบด้วยข้อมูลดังต่อไปนี้

- ความเห็นเกี่ยวกับความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นที่เชื่อถือได้ของรายงานทางการเงินของบริษัท
- ความเห็นเกี่ยวกับความเพียงพอของระบบควบคุมภายในของบริษัท

- ความเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท
- ความเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของผู้สอบบัญชี
- ความเห็นเกี่ยวกับรายงานที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- จำนวนการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบและการเข้าร่วมประชุมของกรรมการตรวจสอบแต่ละท่าน
- ความเห็นชอบหรือข้อสังเกตโดยรวมที่คณะกรรมการตรวจสอบได้รับจากการปฏิบัติหน้าที่ตามกฎบัตร
- รายการอื่นที่เห็นว่าผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนทั่วไปควรทราบ ภายใต้ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท

8.ปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท ด้วยความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบ

ในการปฏิบัติหน้าที่ คณะกรรมการตรวจสอบมีความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการบริษัทโดยตรงและคณะกรรมการของบริษัทยังมีความรับผิดชอบในการดำเนินงานของบริษัทต่อบุคคลภายนอก

คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่สอดส่องดูแล ฝ่ายจัดการมีหน้าที่รับผิดชอบต่อการจัดเตรียมงบการเงินของบริษัท และผู้สอบบัญชีภายนอกมีหน้าที่ตรวจสอบงบการเงินดังกล่าว คณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทรับทราบร่วมกันว่า ฝ่ายจัดการ ผู้ตรวจสอบภายในและผู้สอบบัญชีภายนอกมีทรัพยากรและเวลา ตลอดจนข้อมูลความรู้เรื่องบัญชี การตรวจสอบ ระบบควบคุมภายใน และกระบวนการจัดทำรายงานทางการเงินของบริษัทมากกว่าคณะกรรมการตรวจสอบ ฉะนั้นบทบาทการสอดส่องดูแลของคณะกรรมการตรวจสอบไม่ได้ให้ประกันเป็นพิเศษในงบการเงินและข้อมูลการเงินที่บริษัทนำเสนอให้กับผู้ถือหุ้นและบุคคลอื่นๆ

ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทมีอำนาจในการแก้ไข เปลี่ยนแปลง นิยามและคุณสมบัติของกรรมการอิสระ และคุณสมบัติขอบเขตอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของสำนักงาน ก.ล.ด. ตลาดหลักทรัพย์ฯ คณะกรรมการกำกับตลาดทุน และ/หรือ บทบัญญัติของกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

คณะกรรมการบริหาร

คณะกรรมการบริหารมีอำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบในการบริหารงานในเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินงานตามปกติ ธุรกิจและงานบริหารของบริษัท กำหนดนโยบาย แผนธุรกิจ งบประมาณ โครงสร้างการบริหารงาน และอำนาจการบริหารต่าง ๆ ของบริษัท หลักเกณฑ์ในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ และแผนนโยบายที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท เพื่อเสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทพิจารณาและอนุมัติและ/หรือให้ความเห็นชอบ รวมตลอดถึงการตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทตามนโยบายที่คณะกรรมการกำหนด

คณะกรรมการบริหารของบริษัท ประกอบด้วย

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
1.นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	ประธานกรรมการบริหาร
2.นายธนะชัย สันติชัยกุล	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
3.นายเสริมสิน สมะลาภา	กรรมการ
4. นางสาวดวงกมล โชติชนะ	กรรมการ

ขอบเขตอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบ

โดยสรุปอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบที่สำคัญได้ดังนี้

1. ควบคุมดูแลกิจการ และกำหนดนโยบาย ทิศทางและกลยุทธ์ทางธุรกิจให้ดำเนินการตามนโยบายและเป้าหมายของคณะกรรมการบริษัท รวมทั้งนำเสนอ นโยบาย แผนธุรกิจ งบประมาณ ทิศทางในการดำเนินธุรกิจและแผนงานให้คณะกรรมการบริษัทอนุมัติ

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

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

4. กำหนดแผนธุรกิจ งบประมาณและหลักในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท และให้มีอำนาจควบคุมดูแลการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯให้เป็นไปตามนโยบายธุรกิจ แผนธุรกิจและกลยุทธ์ทางธุรกิจที่คณะกรรมการบริษัทได้อนุมัติแล้วซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมาย เงื่อนไข กฎระเบียบ และข้อบังคับของบริษัทฯ

5. มีอำนาจดำเนินการตามนโยบายของคณะกรรมการบริษัทที่เกี่ยวกับการดำเนินงานตามธุรกิจ ซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมาย เงื่อนไข กฎระเบียบและข้อบังคับของบริษัท เว้นแต่รายการที่คณะกรรมการบริหาร อาจมีความขัดแย้งหรือมีส่วนได้เสีย หรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทหรือบริษัทย่อย ซึ่งจะกระทำได้อต่อเมื่อได้รับมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทที่มีกรรมการอิสระเข้าประชุมด้วยเท่านั้น ส่วนรายการที่เกี่ยวข้องกันและการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัทให้เป็นไปตามระเบียบวิธีปฏิบัติตามที่ตลาดหลักทรัพย์ 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 และการเปิดเผยรายการที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทจดทะเบียน

ทั้งนี้ กรรมการบริหารของบริษัทฯ อาจได้รับการแต่งตั้ง หรือถอดถอนโดยที่ประชุมคณะกรรมการ หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ขอบเขตอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

1. ควบคุมดูแลการดำเนินงานและ/หรือบริหารงานประจำวันของบริษัท

- 2.ดำเนินการหรือบริหารงานให้เป็นไปตามนโยบาย เป้าหมาย แผนการดำเนินงาน และงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการและ/หรือคณะกรรมการบริหารของบริษัท
 - 3.เป็นผู้รับมอบอำนาจของบริษัทในการบริหารกิจการของบริษัทให้เป็นตามวัตถุประสงค์ ข้อบังคับ นโยบาย ระเบียบ ข้อกำหนด คำสั่ง มติที่ประชุมผู้ถือหุ้นและ/หรือมติที่ประชุมคณะกรรมการและคณะกรรมการบริหารของบริษัททุกประการ
 - 4.มีอำนาจแต่งตั้งและบริหารงานคณะทำงานชุดต่างๆ เพื่อประโยชน์และประสิทธิภาพการจัดการที่ดี และโปร่งใส และให้มีอำนาจในการมอบอำนาจช่วง และ/หรือมอบหมายให้บุคคลอื่นปฏิบัติงานเฉพาะอย่างแทนได้ โดยการมอบอำนาจช่วง และ/หรือการมอบหมายดังกล่าวให้อยู่ภายใต้ขอบเขตแห่งการมอบอำนาจตามหนังสือมอบอำนาจ และ/หรือให้เป็นไปตามระเบียบอำนาจอนุมัติและสั่งการที่คณะกรรมการของบริษัทอนุมัติแล้ว
 - 5.กำหนดภารกิจ วัตถุประสงค์ แนวทาง นโยบายของบริษัท รวมถึงการสั่งการและกำกับดูแลการดำเนินงาน โดยรวม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการบริหารงาน
 - 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 บันทึก 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 จันทรวโรจน์	กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ
3.นางสาวดวงกมล โชตะนา	กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ
4. นางสาวอรพิมพ์ เหลืองอ่อน	กรรมการผู้อำนวยการ สายข่าวทั่วไปภาษาไทย
5. นายธงชัย บุญศุภकरणนท์	กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจโรงพิมพ์
6.นางสาวพิมพ์ภาณุจน์ ยันศรีศิริชัย	กรรมการผู้อำนวยการ สายงานโฆษณา
7. นางสาวณัฐรา แสงวารินทร์	ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายขายโฆษณา
8. นางอรพิน งามวงศ์วาน	ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายขายโฆษณา
9. นางสาวปณัทรพย์ ยมนาค	ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายสนับสนุนการตลาด
10. นางเบญจวรรณ ศรีสุทธิสอาด	ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายจัดจำหน่าย
11. นายกฤษณ์นัท ธีระกุล	ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายจัดจำหน่าย
12. นายวิฑูร พึ่งประเสริฐ	บรรณาธิการอาวุโส
13.นางวราภรณ์ กัลยาณประดิษฐ์	เลขานุการบริษัท
14.นางสาวมัทธา โอสทานนท์	ผู้ช่วยผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายการเงิน
15. นายสุพจน์ เพียรศิริ	ผู้ช่วยผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายบัญชี

การถือครองหลักทรัพย์ของผู้บริหารระดับสูง ในปี 2554 และ 2553 ตามมาตรา 258 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 และผู้ถือหุ้นที่อยู่ภายใต้มาตราดังกล่าวดังนี้

ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น			หมายเหตุ
	31 ธ.ค. 2554 มูลค่าหุ้น 1 บาท	31 ธ.ค. 2553 มูลค่าหุ้น 10 บาท	จำนวนหุ้นเพิ่ม(ลด) ระหว่างปี (หุ้น)	
1.นายธนชัย สันติชัยกุล	3,079,660	307,966	-	รวมการถือหุ้นของคู่สมรส
2.นายพนา จันทรวโรจน์	1,245,000	124,500	-	รวมการถือหุ้นของคู่สมรส
3.นางสาวดวงกมล โชตะนา	441,000	44,100	-	
4. นางสาวอรพิมพ์ เหลืองอ่อน	-	-	-	
5. นายธงชัย บุญศุภकरणนท์	-	-	-	
6.นางสาวพิมพ์ภาณุจน์ ยันศรีศิริชัย	8,982,500	898,250	-	
7. นางสาวณัฐรา แสงวารินทร์	500,000	50,000	-	
8. นางอรพิน งามวงศ์วาน	-	-	-	
9. นางสาวปณัทรพย์ ยมนาค	-	-	-	
10. นางเบญจวรรณ ศรีสุทธิสอาด	2,056,000	205,600	-	
11.นายกฤษณ์นัท ธีระกุล	-	-	-	
12. นายวิฑูร พึ่งประเสริฐ	-	-	-	

13.นางวราภรณ์ กัลยาณประดิษฐ์	848,400	64,840	(200,000)	
14.นางสาวมัทธา โอสทานนท์	-	-	-	
15 นายสุพจน์ เพียรศิริ	-	-	-	

หมายเหตุ : จำนวนหุ้นของผู้บริหารในปี 2554 เพิ่มขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ของบริษัทฯ (Par Value) จากเดิมหุ้นละ 10 บาท เป็นหุ้นละ 1 บาท ตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2554 เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2554

8.2. การสรรหากรรมการและผู้บริหาร

บริษัทฯ ตระหนักว่า ธุรกิจของบริษัท มีความสำคัญต่อการขึ้นนำความคิดของสังคม ดังนั้นบุคคลที่จะเป็นผู้บริหารหรือกรรมการของบริษัท ต้องเป็นผู้ที่มีความเข้าใจบทบาทหน้าที่ของการเป็นสื่อที่มีจริยธรรมและยึดมั่นในจรรยาบรรณทางวิชาชีพ และจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อสามารถวางแผนนโยบายในการนำเสนอเนื้อหาอย่างเป็นกลาง สร้างสรรค์ ไม่บิดเบือน จึงเห็นว่าการคัดสรรบุคคลเพื่ดำรงตำแหน่งกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทเป็นเรื่องสำคัญ จึงควรเป็นหน้าที่โดยตรงของคณะกรรมการผู้

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) โดยผู้ถือหุ้นดังกล่าวจะแบ่งคะแนนเสียงให้แก่ผู้ใดมากที่สุดหรือน้อยเพียงใดไม่ได้
 3. บุคคลซึ่งได้รับคะแนนเสียงสูงสุดตามลำดับลงมาเป็นผู้ได้รับการเลือกตั้งเป็นกรรมการเท่าจำนวนกรรมการที่จะพึงมีหรือจะพึงเลือกตั้งในครั้งนั้น ในกรณีที่บุคคลซึ่งได้รับการเลือกตั้งในลำดับถัดมามีคะแนนเสียงเท่ากันเกินจำนวนกรรมการที่จะพึงมีหรือจะพึงเลือกตั้งในครั้งนั้น ให้ผู้เป็นประธานออกเสียงชี้ขาด
- ทั้งนี้การพ้นวาระตำแหน่งของกรรมการจะสลับหมุนเวียนในอัตราส่วน 1 ใน 3 ของกรรมการซึ่งต้องพ้นวาระทุกปีตามมติที่ประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น แต่กรรมการชุดเดิมอาจได้รับการแต่งตั้งกลับมาใหม่ได้

8.3 การกำหนดค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหารระดับสูง

หลักเกณฑ์และรูปแบบในการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร บริษัทได้พิจารณาความเหมาะสมและความรับผิดชอบของกรรมการและผู้บริหาร ตามประสบการณ์ ภาระหน้าที่ สภาพแวดล้อม สถานะเศรษฐกิจ และสอดคล้องเปรียบเทียบกับบริษัทในธุรกิจอุตสาหกรรมเดียวกัน และมีนโยบายจ่ายค่าตอบแทนกรรมการอิสระที่ทำหน้าที่ประธานกรรมการตรวจสอบ กรรมการอิสระที่ทำหน้าที่กรรมการตรวจสอบ กรรมการอิสระ และกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร เป็นรายปีโดยไม่มีค่าตอบแทนในรูปแบบอื่น สำหรับปี 2554 ประธานกรรมการจะได้รับค่าตอบแทนในอัตราเดียวกันกับประธานกรรมการตรวจสอบ และ กรรมการที่เป็นผู้บริหารจะได้รับค่าตอบแทนในอัตราเดียวกันกับกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร อนึ่งค่าตอบแทนกรรมการได้ผ่านการอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นเป็นประจำทุกปี

คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้ประเมินผลงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เป็นประจำทุกปี เพื่อนำไปใช้ในการพิจารณา กำหนดค่าตอบแทนของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยใช้บรรทัดฐานที่ได้ตกลงกันล่วงหน้า กับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ตามเกณฑ์ที่เป็นรูปธรรม ซึ่งรวมถึงผลการปฏิบัติงานทางการเงิน ผลการปฏิบัติงานตามวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ในระยะยาวและการพัฒนาผู้บริหาร

ค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูง เป็นไปตามนโยบายที่คณะกรรมการกำหนด ระดับค่าตอบแทนเป็นเงินเดือน สวัสดิการ และผลตอบแทนงู้อใจในระยะยาว บริษัทจะพิจารณาให้ สอดคล้องกับผลงานของบริษัทและผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารแต่ละคน

การพัฒนากรรมการและผู้บริหารระดับสูง

ทุกครั้งที่มีการกรรมการและผู้บริหารระดับสูงเข้าใหม่ คณะกรรมการจะจัดให้มีเอกสารข้อมูล และการบรรยายสรุปจากประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน รวมถึงการแนะนำลักษณะธุรกิจ และแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้แก่กรรมการและผู้บริหารระดับสูงใหม่ได้รับทราบ

คณะกรรมการจะส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้มีการฝึกอบรมและการให้ความรู้แก่กรรมการ กรรมการตรวจสอบ ผู้บริหาร เลขานุการบริษัท ตามที่ทางตลาดหลักทรัพย์ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยและสถาบันที่เกี่ยวข้องจัดขึ้นเพื่อส่งเสริมความรู้ ให้เป็นไปตามระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการบริหารความเสี่ยงของบริษัท เพื่อให้มีการปรับปรุงการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง

8.3.1 ค่าตอบแทนกรรมการของบริษัท และบริษัทย่อยสำหรับ ปี 2554

(ก) ค่าตอบแทนกรรมการบริษัทที่เป็นตัวเงิน

กรรมการบริษัทที่มีจำนวนทั้งสิ้น 11 คน แบ่งเป็นกรรมการที่มีฐานะเป็นพนักงานบริษัทและบริษัทย่อย 4 คน กรรมการอิสระ 4 คน และกรรมการภายนอกที่ไม่ใช่ผู้บริหาร 3 คน โดยปี 2554 คน โดยในปี 2554 บริษัทจ่ายค่าตอบแทนให้กับประธานกรรมการบริษัทในอัตราเดียวกันกับประธานกรรมการตรวจสอบ และกรรมการที่เป็นผู้บริหารได้รับค่าตอบแทนในอัตราเดียวกับ กรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร และกำหนดการจ่ายเป็นรายไตรมาส โดยแยกการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการเป็นรายบุคคลดังนี้

รายชื่อ	ตำแหน่ง	จำนวนเงิน (บาท)
1. นายปรกรณ์ บริมาสพร	กรรมการอิสระ และ ประธานกรรมการตรวจสอบ	400,000
2. นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ	300,000
3. นายโยธิน เนื่องจำนงค์	กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ	300,000
4. นายนิสสัย เวชชาชีวะ	กรรมการอิสระ	200,000
5. นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์	กรรมการภายนอกที่ไม่ใช่ผู้บริหาร	200,000
6. นายเสริมสิน สมะลาภา	กรรมการภายนอกที่ไม่ใช่ผู้บริหาร	200,000

7. นางคริสติน ดีไบเยส เบรนเดล	กรรมการภายนอกที่ไม่ใช่ผู้บริหาร	200,000
8. นายธนาชัย ชีรพัฒน์วงศ์ *	กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	400,000
9. นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	200,000
10. นายธนะชัย สันติชัยกุล	กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	200,000
11. นายพนา จันทรวโรจน์*	กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	200,000
รวมเป็นเงิน		2,800,000

หมายเหตุ : *ในปี 2555 นายธนาชัย ชีรพัฒน์วงศ์ และ นายพนา จันทรวโรจน์ ลาออกจากการเป็นกรรมการบริษัท

(ข) ค่าตอบแทนอื่น ๆ

-ไม่มี-

8.3.2 ค่าตอบแทนกรรมการที่เป็นผู้บริหารและผู้บริหารระดับสูงของบริษัท สำหรับ ปี 2554

(ก) ค่าตอบแทนที่เป็นเงินเดือน โบนัสและค่าพาหนะแก่กรรมการและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯและบริษัทย่อย กรรมการในฐานะพนักงานบริษัทและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทและบริษัทย่อยมีจำนวนรวม 44 ท่าน ได้รับค่าตอบแทนที่เป็นเงินเดือน โบนัสและค่าพาหนะ ในปี 2554 เป็นจำนวน 102.8 ล้านบาท

(ข) ค่าตอบแทนอื่น ๆ

บริษัทให้เงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของกรรมการที่อยู่ในฐานะเป็นพนักงานบริษัทและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทและบริษัทย่อย รวม 44 ท่าน ในปี 2554 รวม 5.32 ล้านบาท

8.4 การดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายใน

บริษัทมีนโยบายและวิธีการในการดูแลกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานของบริษัท ในการนำข้อมูลภายในของบริษัทไปใช้ ดังนี้

1. กรรมการ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ จะรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ และ/หรือข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัทฯ เป็นความลับ เว้นแต่การเปิดเผยข้อมูลนั้นเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
2. กรรมการ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และพนักงานของบริษัทฯ จะไม่เปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับ และ/หรือข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัทฯ โดยมีเป้าหมายเพื่อผลประโยชน์ของตนเองหรือผู้อื่น ไม่ว่าทางตรง หรือทางอ้อม โดยไม่คำนึงว่าจะได้รับผลประโยชน์ดังกล่าวหรือไม่
3. กรรมการ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ จะไม่ขาย 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 ไม่ว่าการกระทำความดังกล่าว จะทำไปเพื่อประโยชน์ของบุคคลนั้นเอง หรือบุคคลอื่นก็ตาม หรือการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวจะทำให้บุคคลผู้นั้น ได้รับการพิจารณาจากบุคคลผู้ซึ่งเกี่ยวข้องกับการกระทำความดังกล่าว บุคคลผู้นั้นมีความผิดตามกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลภายในอันเนื่องมาจากการละเมิดดังกล่าว

ทั้งนี้ กรรมการ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งอยู่ในหน่วยงานที่ได้รับทราบข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัทฯ จะไม่ทำการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ในช่วงระยะเวลา 1 เดือนก่อนการเปิดเผยงบการเงินต่อสาธารณชน

8.5 บุคลากร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 กลุ่มบริษัทมีพนักงานรวมทั้งรวม 2,164 คน แบ่งเป็นพนักงานของบริษัทจำนวน 609 คน และพนักงานของบริษัทย่อยจำนวน 1,555 คน โดยมีผลตอบแทนของพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย 8 บริษัท ในปี 2554 ซึ่งแบ่งเป็นเงินเดือนและโบนัส เท่ากับ 674.35 ล้านบาท และ 49.81 ล้านบาท ตามลำดับ ในส่วนของเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของบริษัทและบริษัทย่อยรวมเท่ากับ 35.34 ล้านบาท

บริษัทไม่มีข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา

นโยบายในการบริหารทรัพยากรบุคคล

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

2. โครงสร้างสายการบังคับบัญชาและการแบ่งส่วนงาน บริษัทกำหนดโครงสร้างสายการบังคับบัญชา และการแบ่งส่วนงานของบริษัท โดยมีขอบข่ายความรับผิดชอบของส่วนงาน และตำแหน่งงานอย่างชัดเจน และเหมาะสมกับประเภทหรือลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัท และมีการทบทวนเป็นระยะเพื่อความเหมาะสมกับสถานการณ์

3. การบริหารค่าตอบแทน

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

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

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

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

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

6. การพัฒนาพนักงาน บริษัทมีนโยบายส่งเสริมพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ ทักษะ และทัศนคติเกี่ยวกับงาน เป็นไปตามความสามารถที่ตำแหน่งงานนั้นๆ ต้องการ โดยมีแนวทางในการพัฒนาที่หลากหลาย ได้แก่ ส่งเสริมให้พนักงานเพิ่มพูนความรู้ให้ตัวเองโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ การจัดอบรมสัมมนาโดยวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถจากภายนอกองค์กร การฝึกอบรมจากผู้มีประสบการณ์ในองค์กร การสอนงานโดยหัวหน้างาน (Coaching) การเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง (On the Job Training) การศึกษาดูงานทั้งภายในและภายนอกประเทศ การถ่ายทอดความรู้ระหว่างเพื่อนร่วมงาน และการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้บริหารและพนักงานตามแนวทาง Learning Organization

นอกจากนี้บริษัทได้พยายามปรับกระบวนการทำงานของแต่ละส่วนงาน เพื่อให้การทำงานมีความคล่องตัว มีประสิทธิภาพ และจัดสรรพนักงานให้มีโอกาสปฏิบัติงานในส่วนงานที่พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในงานนั้น ๆ เป็นอย่างดี สอดคล้องกับแผนการเติบโตของงานในทุกส่วนงาน

รายงานการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

คณะกรรมการบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เชื่อมโยงเป็นอย่างยิ่งว่าระบบและการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะทำให้บริษัทมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ยกระดับการดำเนินงานอย่างยั่งยืน และเป็นหัวใจสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายที่สำคัญที่สุดของบริษัท ได้แก่การเพิ่มมูลค่าสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น

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

นโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัทที่ใช้ปัจจุบันเป็นฉบับที่ 3 โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการและประกาศใช้ครั้งแรก 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

จากความมุ่งมั่นในปรับปรุงเรื่องธรรมาภิบาลของบริษัทอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ได้มีการประกาศใช้ นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีในปี 2549 ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทและการจัดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทได้พัฒนาดีขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง ในปี 2554 นี้ ผลการประเมินการจัดการประชุมสามัญประจำปี 2553 อยู่ในระดับดีเยี่ยม และผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการไทยของบริษัทอยู่ในระดับดีเลิศ (5 ดาว) ติดต่อกันเป็นปีที่ 2

การปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในปี 2554 ของบริษัทฯ ได้ครอบคลุมเนื้อหา 5 หมวด ได้แก่

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

1. สิทธิของผู้ถือหุ้นและการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

บริษัทตระหนักดีว่า ผู้ถือหุ้นมีสิทธิในความเป็นเจ้าของ โดยควบคุมบริษัทผ่านการแต่งตั้งคณะกรรมการให้ทำหน้าที่แทนตนและมีสิทธิในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของบริษัท โดยกำหนดไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ บริษัทได้ให้ความสำคัญและเคารพสิทธิของผู้ถือหุ้น โดยปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

บริษัทมีนโยบายปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน โดยตระหนักถึงสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลของบริษัทอย่างเพียงพอและทันเวลา ได้ให้การดูแลผู้ถือหุ้นมากกว่าสิทธิที่กฎหมายกำหนด จึงจัดให้มีหน่วยงานผู้ลงทุนสัมพันธ์ (Investor Relation) ทำหน้าที่รับผิดชอบดูแล ให้ข้อมูล ตอบคำถามต่างๆ และจัดให้มีการเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศต่างๆ ของบริษัท ไว้ที่เว็บไซต์ www.nationgroup.com เพื่อให้ข้อมูลของบริษัทต่อผู้ถือหุ้นและนักลงทุนทั่วไปทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ซึ่งได้แก่ ข้อมูลสำคัญล่าสุด จดหมายแจ้งข่าวสารถึงผู้ลงทุน นัดพบปะนักลงทุนเป็นประจำอย่างน้อยปีละ 2 ครั้งตามกำหนดการที่ตลาดหลักทรัพย์จัดเตรียม รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นได้แสดงความคิดเห็น ขอคำอธิบาย หรือตั้งคำถามใด ๆ ได้อย่างเท่าเทียมกัน

การจัดประชุมผู้ถือหุ้น

ในปี 2554 บริษัทฯ จัดให้มีการประชุมผู้ถือหุ้น 2 ครั้ง เป็นการประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2554 ซึ่งจัดขึ้น ในวันที่ 7 เมษายน 2554 และการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2554 ในวันที่ 13 มิถุนายน 2554 ในการนี้บริษัทได้มอบให้บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (แห่งประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นนายทะเบียนหุ้นของบริษัทเป็นผู้จัดส่งหนังสือเชิญประชุมให้แก่ผู้ถือหุ้นเป็นการล่วงหน้าก่อนวันประชุมประมาณ 13 วัน และได้นำหนังสือเชิญประชุมเผยแพร่ไว้ในเว็บไซต์ของบริษัท ทั้งภาษาไทยและอังกฤษล่วงหน้าก่อนวันประชุม 1 เดือน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้ศึกษาข้อมูลก่อนวันประชุม

- ประสานกรรมการและประธานกรรมการบริหาร รองประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ กรรมการตรวจสอบ กรรมการอิสระ กรรมการที่เป็นผู้บริหาร ผู้บริหาร และผู้สอบบัญชีของบริษัทจากบริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย จำกัด เข้าร่วมประชุม เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นซักถามเรื่องที่เกี่ยวข้องได้
- บริษัทได้เผยแพร่จดหมายถึงผู้ถือหุ้นผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์ฯ และทางเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นของบริษัทที่ถือหุ้นในสัดส่วน 1 หุ้นขึ้นไป และถือหุ้นอย่างต่อเนื่องนับจากวันที่ถือหุ้นจนถึงวันที่เสนอเรื่องการพิจารณาเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี สามารถเสนอชื่อนักลงทุนเข้าเป็นกรรมการบริษัท ผ่านคณะกรรมการบริษัทได้ตั้งแต่วันที่ 24 ธันวาคม 2553 ถึงวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2554 พร้อมข้อมูลประกอบการพิจารณาด้านคุณสมบัติและการให้ความยินยอมของผู้ได้รับการเสนอชื่อ ปรากฏว่าไม่มีผู้ถือหุ้นเสนอชื่อนักลงทุนเพื่อเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการ

- บริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเสนอวาระการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีครั้งนี้โดยเสนอ ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท ตั้งแต่วันที่ 24 ธันวาคม 2553 ถึงวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2554 ผลปรากฏว่าไม่มีผู้ถือหุ้นท่านใดเสนอเพิ่มวาระการประชุม
 - ทั้งนี้บริษัทฯ ได้รายงานผลการใช้สิทธิผู้ถือหุ้นเสนอข้อมูลเพื่อเข้ารับการพิจารณาเลือกตั้งเข้าดำรงตำแหน่ง กรรมการบริษัท และสิทธิการเสนอวาระการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท ในวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2554
 - สำหรับการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2554 บริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นจัดส่งคำถามล่วงหน้า ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทหรือทางโทรสาร 0-2338-3938 ตั้งแต่วันที่ 7 มีนาคม 2554 ถึงวันที่ 21 มีนาคม 2554 เพื่อให้คณะกรรมการ และฝ่ายบริหารได้รวบรวมและเตรียมข้อมูลเพื่อชี้แจงต่อผู้ถือหุ้นในวันประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ปรากฏว่าไม่มีผู้ถือหุ้น เสนอคำถามล่วงหน้าเข้ามาแต่อย่างใด
 - หนังสือเชิญประชุมมีการให้ข้อมูล วัน เวลา สถานที่ และวาระการประชุม ตลอดจนข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง ที่ต้องตัดสินใจในที่ประชุมแก่ผู้ถือหุ้นอย่างเพียงพอ พร้อมรับทราบกฎเกณฑ์ต่างๆที่ใช้ในการประชุม รวมถึงขั้นตอน การออกเสียงลงมติ
 - ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี บริษัทฯนำเสนอคำตอบแทนกรรมการให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นอนุมัติเป็นประจำปี โดยนำเสนอข้อมูลการจ่ายคำตอบแทนกรรมการเป็นรายบุคคลเปรียบเทียบกับปีก่อน รวมถึงนโยบายและหลักเกณฑ์ ที่ชัดเจนเกี่ยวกับการกำหนดคำตอบแทนกรรมการให้ผู้ถือหุ้นรับทราบและพิจารณา
 - สำหรับผู้ถือหุ้นที่ไม่สามารถเข้าร่วมประชุมด้วยตนเอง บริษัทได้เสนอให้มอบอำนาจให้ กรรมการอิสระ 1 ท่าน ซึ่งไม่มี ส่วนได้ส่วนเสียในเรื่องที่ต้องพิจารณาเป็นผู้รับมอบอำนาจเข้าประชุมและลงคะแนนเสียงแทน โดยบริษัทฯได้แนบ หนังสือมอบฉันทะ (แบบ ข.) ซึ่งเป็นแบบที่ผู้ถือหุ้นสามารถกำหนดทิศทางการลงคะแนนเสียงได้เองในแต่ละวาระ ไป พร้อมหนังสือนัดเชิญประชุม
- ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2554 บริษัทได้เสนอนายเชวง จริยะพิสุทธิ์ กรรมการอิสระและกรรมการ ตรวจสอบเป็นผู้รับมอบอำนาจ มีผู้ถือหุ้นจำนวน 50 ราย มอบฉันทะให้กรรมการอิสระที่บริษัทฯเสนอเป็นผู้รับมอบ อำนาจให้ออกเสียงแทน
- ในการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2554 ได้เสนอนายปรกรณ์ บริมาสพร กรรมการอิสระและประธานกรรมการ ตรวจสอบเป็นผู้รับมอบอำนาจ มีผู้ถือหุ้นจำนวน 5 ราย มอบฉันทะให้กรรมการอิสระที่บริษัทฯเสนอเป็นผู้รับมอบ อำนาจให้ออกเสียงแทน
- ก่อนเริ่มการประชุม บริษัทได้ชี้แจงกฎเกณฑ์ที่ใช้ในการประชุม วิธีการลงคะแนน การนับคะแนน การใช้บัตร ลงคะแนน ให้ที่ประชุมรับทราบ และประธานฯได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นได้ซักถามและแสดงความคิดเห็นอย่างเปิดเผย กว้างขวาง พร้อมให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และ กรรมการบริหาร บางท่าน ได้ตอบคำถามของผู้ถือหุ้นทุกคำถาม และได้บันทึกสาระสำคัญของคำถาม คำตอบ และข้อสรุปเรื่องนั้นๆในรายงานการประชุมอย่างครบถ้วน
 - บริษัทได้ใช้ระบบสารสนเทศแบบบาร์โค้ด มาใช้ในการลงทะเบียนเข้าร่วมประชุมและในการนับคะแนนเสียงในการ ประชุมแต่ละวาระ และในวาระการเลือกตั้งกรรมการบริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเลือกตั้งกรรมการเป็นรายบุคคล และ ได้บันทึกวิธีลงคะแนน วิธีนับคะแนน มติที่ประชุม โดยแยกเป็นคะแนนที่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย และงดออกเสียง ใน รายงานการประชุมอย่างครบถ้วน
 - บริษัทได้จัดส่งรายงานการประชุมผู้ถือหุ้น ซึ่งจดบันทึกรายงานการประชุมและบันทึกการออกเสียงรวมทั้งข้อซักถาม ของผู้ถือหุ้นในแต่ละวาระอย่างละเอียดให้ตลาดหลักทรัพย์ฯ และคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์ฯภายในกำหนด 14 วัน รวมถึงเผยแพร่เว็บไซต์ ภาพ และเสียงของการประชุม และรายงานการประชุมบนเว็บไซต์ของบริษัท

2. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

คณะกรรมการดูแลและสอบทานกรอบโครงสร้างของการกำกับดูแลกิจการเป็นประจำเพื่อให้สามารถสร้างความมั่นใจว่าการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกราย ซึ่งรวมถึงผู้ถือหุ้นรายย่อยและผู้ถือหุ้นต่างชาติมีความเท่าเทียมกันและยุติธรรม และให้กระบวนการดูแลผู้ถือหุ้นไม่มีความยุ่งยากหรือมีต้นทุนสูงโดยไม่จำเป็น ผู้ถือหุ้นมีสิทธิที่จะเข้าร่วมในการตัดสินใจและได้รับทราบถึงผลของการตัดสินใจของบริษัทสำหรับเหตุการณ์ที่สำคัญตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัท ดังนี้

- ในการประชุมผู้ถือหุ้น บริษัทมีนโยบายที่จะรักษาสิทธิของผู้ถือหุ้นทุกราย ไม่เพิ่มระเบียบวาระในที่ประชุมหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลสำคัญโดยไม่ได้แจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้า และไม่ได้แจกเอกสารที่มีข้อมูลสำคัญเพิ่มเติมในที่ประชุมผู้ถือหุ้นอย่างกระตือรือร้น เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้มีโอกาสศึกษาข้อมูลของระเบียบวาระการประชุมก่อนลงมติ
- ผู้ถือหุ้นของบริษัททุกรายมีสิทธิออกเสียงตามจำนวนหุ้นที่ถืออยู่ โดยหุ้นแต่ละหุ้นมีสิทธิออกเสียงหนึ่งเสียง และไม่มีหุ้นใดมีสิทธิพิเศษ
- เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นตั้งแต่ 1 หุ้นขึ้นไป สามารถเสนอระเบียบวาระการประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี 2554 รวมทั้งเสนอชื่อผู้มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าเป็นกรรมการระหว่างวันที่ 24 ธันวาคม 2553 – 4 กุมภาพันธ์ 2554 โดยประกาศให้ทราบโดยผ่านช่องทางของ คลท.และบนเว็บไซต์ของบริษัท โดยมีขึ้นตอนและวิธีปฏิบัติที่ชัดเจน โปร่งใส สอดคล้องกับแนวปฏิบัติเพิ่มเติมเรื่องการให้สิทธิแก่ผู้ถือหุ้นส่วนน้อย อย่างไรก็ตามในปี 2554 ไม่มีผู้ถือหุ้นเสนอระเบียบวาระการประชุมและเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท
- เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นที่ไม่สามารถเข้าร่วมประชุมด้วยตนเอง สามารถใช้สิทธิออกเสียงโดยการมอบฉันทะให้กับกรรมการอิสระ ซึ่งไม่มีประเด็นเรื่องความขัดแย้งทางผลประโยชน์เกี่ยวกับวาระการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีเป็นทางเลือกให้กับผู้ถือหุ้นสามารถมอบฉันทะให้ลงคะแนนเสียงได้ และอำนวยความสะดวกให้ผู้ถือหุ้นสามารถดาวน์โหลดหนังสือมอบฉันทะผ่านเว็บไซต์ของบริษัทได้
- ไม่มีการทราดการระหว่างกันกับบริษัทรวม หรือ บริษัทที่เกี่ยวข้อง ที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างเป็นสาระสำคัญ

การป้องกันการใช้อิทธิพลภายใน

บริษัทฯ กำหนดนโยบายการป้องกันไม่ให้กรรมการและผู้บริหารใช้ตำแหน่งหน้าที่เพื่อประโยชน์แก่ตนเองในทางที่มิชอบ ซึ่งเป็นการเอาเปรียบผู้ถือหุ้นรายอื่น หรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ถือหุ้นโดยรวม ดังนี้

1. ห้ามกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานของบริษัท ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลภายในไปเปิดเผยข้อมูลแก่นักลงทุนนอกหรือบุคคลที่ไม่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง
2. ห้ามซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทในช่วง 1 เดือนก่อนประกาศงบการเงิน

การเปิดเผยข้อมูลส่วนได้เสีย

คณะกรรมการบริษัทกำหนดแนวปฏิบัติให้กรรมการของบริษัท บริษัทย่อย และผู้บริหาร เปิดเผยข้อมูลส่วนได้เสียของตนเองและผู้ที่มีความเกี่ยวข้อง ตามมาตรา 89/14 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ.2551 เพื่อความโปร่งใสและป้องกันปัญหาการขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยกำหนดให้กรรมการและผู้บริหารจะต้องรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ฯ และตลาดหลักทรัพย์ทุกครั้งที่มีการซื้อขาย โอน หรือ รับโอนหลักทรัพย์ภายใน 3 วัน นับแต่วันที่มีการซื้อขายหลักทรัพย์ต่อ ก.ล.ด. อีกทั้งกำหนดให้ กรรมการและผู้บริหารรายงานข้อมูลแบบรายงานการมีส่วนได้เสียของกรรมการ ผู้บริหาร และบุคคลที่เกี่ยวข้อง ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ. 2/2552 ซึ่งบริษัทได้ประกาศให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2552 ดังนี้

1. กำหนดให้กรรมการและผู้บริหาร จะต้องจัดทำรายงานการมีส่วนได้เสียของตนเองและบุคคลที่เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกปี และเลขานุการบริษัท เป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนได้เสียของ กรรมการ ผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้อง และดูแลให้ข้อมูลนั้นเป็น

ปัจจุบันเสมอ พร้อมสำหรับการเปิดเผยต่อคณะกรรมการเมื่อคณะกรรมการต้องพิจารณาธุรกรรมระหว่างบริษัท กับกรรมการ และหรือ ผู้บริหารที่มีส่วนได้เสียหรือมีส่วนเกี่ยวข้อง

2. ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลรายงานการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ และส่งรายงานภายใน 7 วัน นับแต่มีการเปลี่ยนแปลง

3. ให้เลขานุการบริษัทจัดส่งสำเนารายงานการมีส่วนได้เสียให้ประธานกรรมการและประธานกรรมการตรวจสอบภายใน 7 วัน ทำการนับแต่วันที่บริษัทได้รับรายงานนั้น

ในปี 2554 มีการรายงานทั้งสิ้น 1 ครั้ง และมีได้มีการทำรายการที่มีส่วนได้เสียกับบริษัท

การรายงานการถือครองหลักทรัพย์

ในปี 2554 บริษัทได้กำหนดให้คณะกรรมการและผู้บริหาร รายงานการถือครองหลักทรัพย์ต่อที่ประชุมคณะกรรมการ และให้รายงานเป็นประจำทุกปี อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยกรรมการได้รายงานการถือครองหลักทรัพย์ของตนต่อที่ประชุม คณะกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2555

การเข้าทำรายการระหว่างกันของบริษัทฯ

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

ในปี 2554 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีการทำรายการระหว่างกันกับกิจการอื่นที่เกี่ยวข้องกัน โดยมีเงื่อนไขตามราคาตลาด และสำหรับรายการระหว่างกันอื่นๆ ได้ผ่านการพิจารณาความเหมาะสมและมูลค่าของการทำรายการจากคณะกรรมการตรวจสอบ สามารถดูเพิ่มเติมในหมายเหตุประกอบงบการเงิน

3.บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

นอกเหนือจากการดูแลและรักษาสิทธิของผู้ถือหุ้นแล้ว 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 องค์กรในด้านต่างๆเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2549 และได้พิจารณาทบทวนล่าสุดเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2552 สำหรับปี 2553 มี การปรับแก้ไขเพิ่มเติมเล็กน้อย เกี่ยวกับหลักปฏิบัติของกองบรรณาธิการ เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ (สามารถค้นหารายละเอียด คู่มือจริยธรรมของคณะกรรมการผู้บริหาร และพนักงานเครือ เนชั่นกรุ๊ป ได้ที่เว็บไซต์ของบริษัท)

จริยธรรมของคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน เครือเนชั่นกรุ๊ป ประกอบด้วย

1.จริยธรรมว่าด้วยความรับผิดชอบในวิชาชีพสื่อมวลชน

ตลอดระยะเวลากว่า 40 ปี ที่ผ่านมามีบริษัทได้ยึดหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพของสื่อมวลชน เป็นประเพณีปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ซึ่งเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้สื่อและผู้ปฏิบัติงานของสื่อต่างๆ ในเครือฯ ได้รับความเชื่อถือและศรัทธาจากสังคมมาอย่างต่อเนื่อง แม้ในยามคับขันหรือในช่วงที่มีแรงกดดันทางการเมือง บริษัทก็สามารถทำหน้าที่ของสื่ออย่างแน่วแน่โดยไม่ละทิ้งหลักการ

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

พนักงานฝ่ายข่าวของทุกสื่อในเครือฯ ต้องยึดหลักปฏิบัติต่อไปนี้อย่างเคร่งครัดโดยไม่มีข้อยกเว้นเพื่อที่เราจะได้ช่วยกันธำรงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือและศรัทธาที่สังคมมีต่อสื่อในเครือเนชั่นฯ ต่อไป

หลักปฏิบัติของบรรณาธิการ (Nation Way) แบ่งออกเป็นหมวด

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

บริษัทมีมาตรการ ในทางปฏิบัติเพื่อป้องกันปัญหาการละเมิดและหมิ่นประมาทจากการนำเสนอข่าว โดยการอบรมฝ่ายข่าว ให้ทราบถึงแนวทางการนำเสนอข่าว ข้อความและรูปภาพที่ควรกระทำและ สิ่งไม่ควรหลีกเลี่ยง พร้อมกำชับพนักงานผู้เกี่ยวข้องทุกคนปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ในปีที่ผ่านมาคดีความที่บริษัทถูกฟ้องร้องลดลงจากปีก่อนจำนวนมาก

2. จริยธรรมว่าด้วยความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น

บริษัทมุ่งมั่นที่จะรับผิดชอบต่อ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ถือหุ้นโดยคำนึงถึงการเจริญเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน และให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งจะดำเนินการอย่างโปร่งใส มีระบบบัญชีที่เชื่อถือได้ บริษัทมีหน่วยงานลงทุนสัมพันธ์เพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อซักถาม ชี้แจงและให้ข้อมูลแก่ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนทั่วไป

คณะกรรมการตระหนักดีว่าปัจจุบัน บริษัทยังมีผลขาดทุนสะสมอยู่ 776.46 ล้านบาท ยังไม่สามารถจ่ายเงินปันผลได้ บริษัทฯ จึงดำเนินการปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ด้าน ทั้งนี้เพื่อเพิ่มมูลค่าสูงสุดในการลงทุนแก่ผู้ถือหุ้น

ในปี 2554 แม้จะเกิดวิกฤตการณ์ที่กระทบต่อเศรษฐกิจไทยถึง 2 เรื่องใหญ่ๆ คือ การเกิดสึนามิที่ประเทศญี่ปุ่นในเดือนมีนาคมซึ่งมีผลกระทบต่อการลงทุนในอุตสาหกรรมด้านต่างๆ ของญี่ปุ่นในประเทศไทย โดยเฉพาะอุตสาหกรรมรถยนต์ และ เหตุการณ์มหาอุทกภัยครั้งประวัติศาสตร์ของไทยในช่วงปลายปี 2554 อย่างไรก็ตาม บริษัทก็ยังมีการลงทุนจากการดำเนินงาน 104.28 ล้านบาทคิดเป็นกำไรสุทธิ 0.06 บาทต่อหุ้น การดำเนินงานของบริษัทที่ย่อยที่ผลขาดทุนอยู่ก็มีผลประกอบการดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด มีสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้น 400 ล้านบาท ส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้น 400 ล้านบาท อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเป็น 37.62% ขณะที่ปี 2552

กำไรขั้นต้น 26.54% ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น 25.07% ในขณะที่ปี 2552 เท่ากับ -5.47% ถึงแม้บริษัทจะยังไม่สามารถจ่ายเงินปันผลได้เนื่องจากยังมีขาดทุนสะสมคงเหลือสำหรับการเงินเฉพาะกิจการอยู่จำนวน 789 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนที่มีขาดทุนสะสม 924 ล้านบาท แสดงให้เห็นว่า สถานะการเงินของบริษัทปรับตัวดีขึ้นกว่าเดิมมาก และจะมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ

3. จริยธรรมว่าด้วยความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการสร้างความพึงพอใจและความมั่นใจให้กับลูกค้าและประชาชน ที่จะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี มีคุณภาพ ในระดับราคาที่เหมาะสม โดยยกระดับมาตรฐานให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและจริงจัง รวมทั้งรักษาสัมพันธภาพที่ดีและยั่งยืน

บริษัทจัดกิจกรรมเพื่อสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าทุกกลุ่มของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น ลูกค้ากลุ่มสมาชิกสิ่งพิมพ์ในเครือ เนื่องจากลูกค้าประเภทนี้มีจำนวนมาก หลากหลายตามประเภทสินค้า บริษัทได้ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของลูกค้า มีการส่งแบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นด้านต่างๆ ได้แก่ เนื้อหา รูปเล่ม เป็นต้น รวมทั้งสนทนาค้นคว้าให้ลูกค้าโดยเชิญลูกค้ามาร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่บริษัทจัด ไม่ว่าจะเป็นสัมมนาทางวิชาการ งานออกร้านขายสินค้า การส่งชิงรางวัลฯ การร่วมงานประกาศผลรางวัลต่างๆ ที่บริษัทฯ จัดขึ้น อาทิ การจัดแข่งแรลลี่ งานชมชัดลึกอวอร์ด การเชิญชวนลูกค้าและสมาชิกหนังสือพิมพ์ เข้าร่วมโครงการแข่งขันกอล์ฟ “เนชั่น โฮล-อิน-วัน” ซึ่งจัดต่อเนื่องมาเป็นเวลากว่า 6 ปี การจัดกิจกรรมดูงานต่างประเทศให้กับกลุ่มลูกค้าเอเจนซี่ เป็นต้น

4. จริยธรรมว่าด้วยความรับผิดชอบต่อพนักงาน

บริษัท ตระหนักดีว่าทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่สุด และเป็นปัจจัยสำคัญที่นำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ จึงมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพของพนักงาน เสริมสร้างวัฒนธรรม ส่งเสริมสุขภาพทั้งด้านร่างกายและจิตใจ สร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม เพื่อสร้างความมั่นใจให้พนักงาน สนับสนุนให้มีการเลือกตั้งกรรมการลูกจ้างเพื่อเป็นตัวแทนของพนักงานให้มีส่วนร่วมในการบริหาร จัดการสวัสดิการต่างๆ ตามที่กฎหมายกำหนด อีกทั้งเปิดโอกาสและอำนวยความสะดวกให้พนักงานสามารถจัดตั้ง “สหภาพแรงงานสื่อสารมวลชนไทย” ตามพรบ.แรงงานสัมพันธ์ 2518 ได้ ทั้งนี้เพื่อคุ้มครองผลประโยชน์เกี่ยวกับสภาพการจ้างงาน ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างและระหว่างลูกจ้างด้วยกัน กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน ได้แก่ กิจกรรมที่ผู้บริหารและพนักงานทำบุญใส่บาตรร่วมกันเดือนละครั้ง กิจกรรมบรรยายธรรม กิจกรรมชมรมต่างๆ เช่น ค่ายอาสาฯ

ในด้านการพัฒนาคุณภาพของพนักงานนั้นบริษัทได้จัดส่งพนักงานไปฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกสถานที่อย่างต่อเนื่องเช่น จัดให้มีการอบรมเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมการทำงานด้านการผลิตใหม่ๆ เพื่อนำมาปรับกระบวนการในการผลิต ทั้งส่วนงานด้านธุรกิจสิ่งพิมพ์ ธุรกิจด้านวิทยุโทรทัศน์ อบรมพัฒนาศักยภาพของนักข่าวสายต่างๆ ในการใช้งานอุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัยมาใช้ประกอบในการทำงาน การให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้งานและการพัฒนาสื่อที่เกี่ยวข้องกับ Social Media และ New Media ทุกประเภท รวมถึงการกลับมามุ่งมั่นคุณภาพพื้นฐานในการทำงานในฐานะสื่อสารมวลชนที่ดี

บริษัทเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถ แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ข้อร้องเรียน หรือแจ้งเบาะแสการทุจริตถึงฝ่ายบริหารได้หลายช่องทาง ได้แก่ ผ่านตัวแทนของพนักงานที่ได้รับการคัดเลือกเป็นกรรมการลูกจ้างตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งประชุมร่วมกับฝ่ายบริหารเป็นประจำทุกเดือน แสดงความคิดเห็น หรือตั้งคำถามผ่าน intranet ภายในองค์กร หรือเสนอความเห็นโดยตรงถึงผู้บริหารผ่านทาง e-mail ซึ่งพนักงานสามารถทราบได้จาก intranet ของบริษัท

การบริหารค่าตอบแทนและผลประโยชน์ต่างๆ

เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม โปร่งใส และสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาและการเพิ่มศักยภาพของบุคลากรในองค์กร ตลอดจนนโยบายการสืบทอดตำแหน่งงาน บริษัทจึงได้วางจ้างที่ปรึกษาด้านทรัพยากรมนุษย์ เข้ามาดำเนินการปรับปรุงการบริหารงานด้านทรัพยากรบุคคลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้แก่องค์กร และสร้างความมั่นคงอย่างยั่งยืน และ เป็นธรรมในการจ้างงานให้แก่พนักงาน ตามมาตรฐานการบัญชีใหม่ (IFRS) เรื่องค่าตอบแทนพนักงานเมื่อเกษียณอายุ ที่เริ่มมีผลบังคับใช้ในปี

2554 บริษัทจึงได้จัดหาผู้เชี่ยวชาญทางสถิติในการคำนวณผลตอบแทนพนักงานเมื่อเกษียณอายุ และได้บันทึกบัญชีรายการดังกล่าวในงบการเงินปี 2554 แล้ว

เพื่อสร้างหลักประกันทางการเงินให้แก่บริษัทเมื่อต้องออกจากงานหรือเกษียณอายุจากการทำงาน บริษัทฯ ได้จัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพให้กับพนักงาน ซึ่งเงินในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพจะมาจากเงินที่พนักงานจ่ายสะสม เงินของบริษัทที่จ่ายสมทบ และผลประโยชน์ที่เกิดจากเงินดังกล่าว

การเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทได้กำหนดหลักการในจรรยาบรรณทางธุรกิจว่าจะปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนด้วยความเคารพต่อปัจเจกชน และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และพนักงานจะต้องไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นการละเมิดหรือคุกคามไม่ว่าจะทางวาจา หรือการกระทำต่อผู้อื่นบนพื้นฐานของเชื้อชาติ เพศ ศาสนา อายุ ความพิการทางร่างกายและจิตใจ

ในปีที่ผ่านมา ไม่มีข้อพิพาทฟ้องร้องระหว่างบริษัทและพนักงาน และได้รับความร่วมมือจากสหภาพแรงงาน ในการช่วยประชาสัมพันธ์และสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างพนักงานกับองค์กร

5. จริยธรรมว่าด้วยความสัมพันธ์กับคู่ค้า คู่แข่งทางการค้า เจ้าหนี้ทางการค้า

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

บริษัทได้รับการสนับสนุน Syndicate Loan จาก 3 ธนาคารใหญ่ ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพฯ ธนาคารกสิกรไทยฯ และธนาคารไทยพาณิชย์ฯ ซึ่งมีสัมพันธ์ทางการค้ากับบริษัทมายาวนาน และ จัดชั้นให้บริษัทเป็นลูกค้าชั้นดี วงเงิน 1,700 ล้านบาท เป็นเวลากว่า 4 ปี บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขการชำระเงินอย่างสม่ำเสมอ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 บริษัทฯ มีวงเงินค้างชำระ 513 ล้านบาท

บริษัทฯ คำนึงถึงความสัมพันธ์กับคู่ค้ามาโดยตลอด อาทิ ความร่วมมือกับคู่ค้าในด้านการรับบริการขนส่งสิ่งพิมพ์ของคู่ค้ากระจายตามจุดต่าง ๆ ที่ดำเนินงานโดย บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ในการใช้ทรัพยากรของแต่ละฝ่ายให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นอกจากนี้บริษัทไม่มีข้อพิพาทใดๆ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคู่ค้า คู่แข่งทางการค้า เจ้าหนี้การค้า และสถาบันการเงิน

6. จริยธรรมว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัท ในฐานะของผู้ผลิตสื่อครบวงจร มีความห่วงใยถึงคุณภาพชีวิตและการบริโภคข่าวสารของคนไทย จึงให้ความสำคัญอย่างยิ่งในเรื่องของการเสนอข่าวสารที่มีคุณภาพและมีประโยชน์ต่อสังคมและส่วนรวม รวมถึงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมไทยเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น นอกจากนั้นยังมีความห่วงใยและใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมในฐานะที่เป็นผู้ประกอบการรายหนึ่งในประเทศไทย ในรอบปี 2554 บริษัทมีกิจกรรมส่งเสริมสังคมเกือบทุกด้าน (รายละเอียดตามข้อมูลในรายงานประจำปี (56-2) หัวข้อกิจกรรมเพื่อสังคม)

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

นอกจากนี้ใน ปี 2554 บริษัทได้เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มสามารถร้องเรียนเรื่องต่างๆ ถึงประธานกรรมการ หรือคณะกรรมการตรวจสอบ หรือ กรรมการอิสระ ได้ทาง website:nationgroup.com หรือส่งทางไปรษณีย์มายังที่อยู่บริษัท ได้แก่ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เลขที่ 1854 ถนนบางนา – ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

เลขานุการบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบในการรับเอกสารที่ส่งถึงคณะกรรมการและดำเนินการส่งให้คณะกรรมการชุดย่อยหรือกรรมการที่เกี่ยวข้องและจะสรุปข้อเสนอแนะและประเด็นต่างๆ ทั้งหมดเพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการทราบและพิจารณาต่อไป

4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

คณะกรรมการได้ดูแลให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ทั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่ไม่ใช่ข้อมูลทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา โปร่งใส ผ่านช่องทางที่เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย มีความเท่าเทียมและเชื่อถือได้

บริษัทกำหนดไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ ทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงการถือครอง หลักทรัพย์ ให้กรรมการและผู้บริหารต้องรายงานการถือครองหลักทรัพย์ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ฯ และสำเนาให้เลขานุการบริษัทเก็บรักษา เลขานุการบริษัทจะดำเนินการให้กรรมการและผู้บริหารรายงานข้อมูลปัจจุบันของตนอย่างน้อยปีละครั้ง ในเดือนพฤศจิกายนของทุกปี เพื่อรวบรวมส่งรายงานการถือครองหลักทรัพย์ รายงานต่อคณะกรรมการอย่างน้อยปีละครั้ง

บริษัทเล็งเห็นความสำคัญของการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับและหรือข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัท จึงได้ออกนโยบาย “การใช้ข้อมูลภายในของบริษัท” กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และพนักงานของกลุ่มบริษัทต้องรักษาข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัทฯ เป็นความลับ เว้นแต่การเปิดเผยข้อมูลนั้นเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ห้าม ขยาย ชื่อ โอน หรือรับโอนหลักทรัพย์ของบริษัทฯ โดยข้อมูลที่เป็นความลับ และ/หรือข้อมูล ภายในของกลุ่มบริษัทฯ และ/หรือการเข้าทำรายการใดๆ โดยข้อมูลที่เป็นความลับ และ/หรือ ข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัทฯ ในทางที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อกลุ่มบริษัทฯ ไม่ว่าทางตรง หรือ ทางอ้อม

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

ในรายงานประจำปี 2554 บริษัทได้เปิดเผยข้อมูลดังต่อไปนี้

1. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และคุณค่าขององค์กร
2. รายชื่อกรรมการ พร้อมประวัติการทำงาน การศึกษา ความสัมพันธ์ทางครอบครัวกับผู้บริหาร การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียน การถือหุ้นในบริษัท
3. โครงสร้างผู้ถือหุ้น
4. ปัจจัยความเสี่ยง
5. รายงานการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี
6. นโยบายการกำกับดูแลกิจการและการปฏิบัติตามนโยบาย
7. ค่าตอบแทนกรรมการและ จำนวนครั้งที่กรรมการแต่ละคนเข้าร่วมประชุมกรรมการ
8. การทำหน้าที่ในปีที่ผ่านมาของคณะกรรมการและประวัติการอบรมของกรรมการ
9. การทำหน้าที่ในปีที่ผ่านมาของคณะกรรมการตรวจสอบ
10. นโยบายการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหารระดับสูง
11. ค่าตอบแทนการทำหน้าที่กรรมการ 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

ส่วนนักลงทุนสัมพันธ์

ส่วนนักลงทุนสัมพันธ์ทำหน้าที่ติดต่อสื่อสารกับนักลงทุนสถาบัน ผู้ถือหุ้น รวมทั้งนักวิเคราะห์อย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม ตอบคำถามเกี่ยวกับบริษัทและการดำเนินงานของบริษัท แก่นักลงทุนตามที่ส่งคำถามผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทหรือโทรศัพท์ หรือช่องทางอื่นๆ บริษัทให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ข้อมูลที่สำคัญของบริษัทโดยการพบปะนักลงทุนในงาน Opportunity Day ที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ จัดขึ้นเป็นประจำอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง ในปี 2554 บริษัทร่วมพบปะนักลงทุนจำนวน 2 ครั้ง

ฝ่ายเลขานุการบริษัท

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามข้อกำหนดของ ตลท. และ กลต. และกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างถูกต้องครบถ้วน โปร่งใส โดยผ่านการพิจารณาตรวจสอบตามขั้นตอน เลขานุการบริษัทมีหน้าที่ในการช่วยเหลือประธานกรรมการ ในการกำกับดูแลให้การดำเนินงานของคณะกรรมการบริษัท กรรมการชุดย่อย และกรรมการบริษัททุกท่าน เป็นไปตามกรอบของบทบาทหน้าที่ตามที่กฎหมาย ข้อบังคับ และระเบียบที่เกี่ยวข้องกำหนดไว้ ตลอดจนมีหน้าที่ในการจัดเตรียมเอกสารประกอบการประชุมให้เพียงพอต่อการพิจารณาและตัดสินใจของคณะกรรมการ บันทึกรายงานการประชุมอย่างรัดกุม ถูกต้อง เพื่อแสดงให้เห็นว่าคณะกรรมการได้พิจารณาเรื่องต่างๆ ที่นำเสนอ อย่างรอบคอบ ระมัดระวัง ซื่อสัตย์สุจริตและมีความรับผิดชอบโดยใช้วิจารณญาณเชิงวิญญูชน ที่ประกอบธุรกิจนั้นพึงกระทำในสถานการณ์เดียวกัน อีกทั้งมีหน้าที่ในการเก็บรักษาทะเบียนกรรมการจดทะเบียนเชิญประชุม รายงานการประชุมของการประชุมคณะกรรมการและการประชุมผู้ถือหุ้น รายงานการมีส่วนได้เสีย และรายงานการถือครองหลักทรัพย์ของกรรมการและผู้บริหาร ซึ่งเลขานุการบริษัทได้ปฏิบัติหน้าที่ตามกรอบอย่างครบถ้วน

5. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

คณะกรรมการมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัท คณะกรรมการมีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ต่อผู้ถือหุ้นและเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการ

คณะกรรมการได้กำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ คณะกรรมการบริหาร และประธานเจ้าหน้าที่บริหารไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้กรรมการมีความเป็นอิสระในการตัดสินใจเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้ถือหุ้นโดยรวม รวมทั้งมีกระบวนการในการติดตามและกำกับดูแลให้การดำเนินงานของบริษัทเป็นไปตามกฎหมายและอยู่บนจริยธรรมทางธุรกิจที่คณะกรรมการกำหนด

ประธานกรรมการไม่ได้ดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และไม่ได้เป็นกรรมการอิสระ แต่ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการบริหารอีกตำแหน่งหนึ่ง เนื่องจากธุรกิจของบริษัทเป็นสื่อครบวงจร บริษัทเดียวในประเทศ บริษัทตระหนักถึงบทบาทความสำคัญของการเป็นสื่อ ความละเอียดอ่อนในการนำเสนอเนื้อหาสาระและคุณภาพของข่าว ซึ่งมีผลต่อการขึ้นทางความคิดต่อประชาชนในชุมชนและสังคม เพื่อให้การบริหารเป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้จัดตั้ง ไม่ถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจหรือทางการเมือง ธุรกิจสื่อทั่วโลกจึงบริหารงานโดยเจ้าของหรือผู้ก่อตั้งเป็นส่วนใหญ่ ประธานกรรมการของบริษัทเป็นอีกหนึ่งที่ร่วม

ก่อตั้งบริษัทร่วมกับคุณสุทธิชัย หยุ่น มรว.ศุณิศา กิตติยากร และคุณธรรมบุญ มหาปารยะ การดำเนินการของบริษัทจึงเป็นไปตามวัฒนธรรมการบริหารงานสื่อโดยรวม

การถ่วงดุลของกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร

ในปี 2554 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 กสท. กรรมการอิสระจำนวน 3 ใน 4 คน ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการตรวจสอบ 1 คน และคณะกรรมการตรวจสอบ จำนวน 2 คน

การดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทของกรรมการและผู้บริหาร

ตามข้อบังคับของบริษัทกรรมการจำนวน 1 ใน 3 ต้องออกจากตำแหน่งตามวาระทุกปี บริษัทสามารถแต่งตั้งกรรมการที่ต้องออกจากตำแหน่งตามวาระกลับเข้าดำรงตำแหน่งต่อไปอีกวาระหนึ่งได้ โดยบริษัทมิได้มีข้อกำหนดเรื่องจำนวนวาระที่จะดำรงตำแหน่งติดต่อกันได้นานที่สุดของกรรมการไว้ตามข้อกำหนดของสำนักงาน กสท. และมีนโยบายให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการผู้อำนวยการ กรรมการอำนวยการของบริษัทดำรงตำแหน่งในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ได้ไม่เกิน 5 บริษัท กรรมการของบริษัทจะไม่เป็นกรรมการในบริษัทที่เป็นคู่แข่งหรือมีผลประโยชน์ขัดแย้งทางธุรกิจกับบริษัท และเปิดเผยรายชื่อ ประเภทธุรกิจ และตำแหน่งที่กรรมการของบริษัทไปดำรงตำแหน่งไว้ในทะเบียนประวัติกรรมการ ในปี 2554 ไม่มีกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทท่านใดดำรงตำแหน่งกรรมการของบริษัทจดทะเบียนเกิน 5 บริษัท

บริษัทไม่มีนโยบายให้ผู้บริหารระดับสูงไปดำรงตำแหน่งในบริษัทอื่นนอกเหนือบริษัทย่อย และ บริษัทร่วม และให้รายงานการดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นของผู้บริหารระดับสูงไว้ในแบบรายงาน 56-1

บริษัทได้แต่งตั้งนางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์ เป็นเลขานุการบริษัท ตั้งแต่ปี 2549 โดยมีหน้าที่ความรับผิดชอบตามที่กำหนดในพ.ร.บ. กำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ฯ และทำหน้าที่สรุปสาระสำคัญของกฎหมายที่เพิ่งตราขึ้นใหม่ ที่คณะกรรมการต้องทราบในการทำหน้าที่กรรมการของบริษัท ให้คณะกรรมการรับทราบ เป็นผู้จัดเก็บรวบรวม ข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับการการ และผู้เกี่ยวข้อง ดูแลกิจกรรมของคณะกรรมการ ประสานงานกับฝ่ายบริหารให้มีการปฏิบัติตามมติของคณะกรรมการ

คณะกรรมการเป็นผู้พิจารณาอนุมัติให้ความเห็นชอบในเรื่องที่สำคัญเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท ได้แก่ แผนธุรกิจ งบประมาณการดำเนินงาน เป้าหมายทางการเงินและกลยุทธ์ทางธุรกิจ ที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เป็นผู้นำเสนอ รวมทั้งติดตามการดำเนินงานตามนโยบายและแผนที่กำหนดไว้ อย่างสม่ำเสมอ

คณะกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยเพื่อช่วยกลั่นกรองรายละเอียดโดยกำหนดคุณสมบัติและขอบเขตความรับผิดชอบไว้ในระเบียบของแต่ละคณะ สมาชิกของคณะกรรมการชุดย่อยเป็นกรรมการอิสระ ประธานกรรมการไม่ดำรงตำแหน่งในคณะกรรมการชุดย่อย และกำหนดให้กรรมการอิสระเป็นประธานคณะกรรมการชุดย่อย

เพื่อให้ได้คณะกรรมการที่ทรงคุณวุฒิ มีภาวะผู้นำ วิสัยทัศน์ที่มีคุณสมบัติหลากหลาย ทั้งในด้านทักษะ ประสบการณ์ ความสามารถเฉพาะด้านที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งการอุทิศเวลาและความพยายามในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อเสริมสร้างให้บริษัทมีคณะกรรมการที่เข้มแข็ง โดยเฉพาะบริษัทซึ่งประกอบกิจการด้านสื่อ กรรมการที่เข้ามาทำหน้าที่ต้องมีความเป็นกลาง ไม่ควรมีส่วนเกี่ยวข้องกับการเมือง มีความเข้าใจในวัฒนธรรม และจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจสื่อของบริษัทเป็นอย่างดี คณะกรรมการจึงไม่ได้แต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยขึ้นมาทำหน้าที่คณะกรรมการสรรหา และคณะกรรมการพิจารณาคำตอบแทน โดยคณะกรรมการทั้งคณะจะร่วมกันเสนอชื่อ และพิจารณาคุณสมบัติ ความเหมาะสมของกรรมการที่จะเสนอแต่งตั้ง และมอบให้

ประธานกรรมการเป็นผู้เสนอรายชื่อบุคคลที่สมควรเป็นกรรมการต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นจึงมั่นใจได้ในความโปร่งใส ปราศจากการครอบงำของฝ่ายบริหาร

ปัจจุบันบริษัทมีคณะกรรมการชุดย่อยเพียงคณะเดียวคือคณะกรรมการตรวจสอบ รายละเอียดเกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบอยู่ในเรื่องโครงสร้างคณะกรรมการบริษัท

ความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทได้เห็นความสำคัญในเรื่องนี้จึงได้ประกาศใช้นโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ที่ห้ามกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทประกอบธุรกิจที่แข่งขันกับบริษัท หลีกเลี่ยงการทำรายการที่เกี่ยวข้องกับตนเอง ที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัท หากมีความจำเป็นต้องทำรายการดังกล่าวคณะกรรมการจะดูแลให้การทำรายการนั้นมีความโปร่งใส เที่ยงธรรม พิจารณาความเหมาะสมอย่างรอบคอบ เสมือนกับการทำรายการกับบุคคลภายนอก ทั้งนี้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานที่มีส่วนได้เสีย ในรายการนั้นจะไม่มีส่วนในการพิจารณาอนุมัติ รวมทั้งจัดให้มีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์อย่างเคร่งครัด สำหรับรายการระหว่างกันของบริษัท บริษัทย่อย และบริษัทร่วม ในปี 2554 ได้เสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัททราบแล้ว เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2555 และบริษัทได้เปิดเผยรายละเอียดของรายการ คู่สัญญา เหตุผล/ความจำเป็น ไว้ในรายงานประจำปี และแบบ (56-1) แล้ว

การประชุมคณะกรรมการ

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

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

ในปี 2554 มีการประชุมคณะกรรมการบริษัทจำนวน 4 ครั้ง และบริษัทได้มีการจัดบันทึกรายงานการประชุมเป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งประกอบด้วยข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญอย่างครบถ้วน จัดเก็บรายงานการประชุมที่ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการบริษัท พร้อมให้กรรมการและผู้เกี่ยวข้องตรวจสอบได้

การเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการบริษัท แต่ละคนในปี 2554 สรุปได้ดังนี้

	รายชื่อ	ตำแหน่ง	การประชุม ทั้งหมด (ครั้ง)	การเข้าร่วมประชุม
1.	นายธนาชัย ชีรพัฒน์วงศ์	ประธานกรรมการและประธานกรรมการบริหาร	4	4
2.	นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	กรรมการบริหาร	4	4

3.	นายชนะชัย สันติชัยกุล	รองประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	4	4
4.	นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	4	4
5.	นายโยธิน เนื่องจางค์	กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	4	3
6.	นายปรกรณ์ บริมาศพร	กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ	4	4
7.	นายพนา จันทรวโรจน์	กรรมการ	4	4
8.	นายนิสสัย เวชชาชีวะ	กรรมการอิสระ	4	1
9.	นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์	กรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร	4	2
10.	นายเสริมสิน สมะลาภา	กรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร	4	4
11.	นางคริสติน ดิไบเยส เบรนเดล	กรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร	4	0

การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทได้ให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานด้วยตนเองทั้งคณะเป็นประจำทุกปี สำหรับปี 2554 ได้ทำการประเมินผลในช่วงเดือนธันวาคม โดยใช้แบบการประเมินแบบใหม่ตามแบบประเมินของตลาดหลักทรัพย์ฯ พร้อมรับทราบผลการประเมินผลการปฏิบัติงานในการประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 1/2555 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2555 เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทฯ

คำตอบแทนกรรมการ

บริษัทได้กำหนดนโยบายคำตอบแทนกรรมการไว้อย่างชัดเจนโปร่งใส โดยคำตอบแทนอยู่ในระดับเดียวกับอุตสาหกรรมสูงเพียงพอที่จะดึงดูดและรักษากรรมการที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการ และได้ขออนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นแล้ว กรรมการที่ได้รับมอบหมายให้มีหน้าที่และความรับผิดชอบมากขึ้น ได้รับคำตอบแทนที่เหมาะสมกับหน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายเพิ่มขึ้น

สำหรับหลักเกณฑ์ในการพิจารณาผลการดำเนินงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูงเป็นไปตามหลักการและนโยบายที่คณะกรรมการกำหนด ซึ่งเชื่อมโยงกับการดำเนินงานของบริษัทและผลการดำเนินงานของผู้บริหารแต่ละคน คณะกรรมการเป็นผู้ประเมินผลการดำเนินงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และมอบหมายให้ประธานกรรมการแจ้งหลักเกณฑ์และผลการประเมินต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหาร คณะกรรมการบริหารให้ความเห็นชอบการประเมินผลการดำเนินงานของผู้บริหารระดับสูงตามที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเสนอ คณะกรรมการได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารเป็นผู้พิจารณาคำตอบแทนที่เหมาะสมให้แก่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูง

จำนวนคำตอบแทนในปี 2553 และ 2554 ซึ่งบริษัทได้จ่ายให้แก่กรรมการมีรายละเอียดดังนี้

กรรมการ / ตำแหน่ง	คำตอบแทนปี 2553				คำตอบแทนปี 2554			
	คำตอบ แทน	เบี้ยประชุม	อื่นๆ	รวม	คำตอบ แทน	เบี้ยประชุม	อื่นๆ	รวม
กรรมการอิสระ:								
- นายนิสสัย เวชชาชีวะ	200,000.-	-	-	200,000.-	200,000.-	-	-	200,000.-
กรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร:								
- นายนิวัฒน์ แจ่มอริยวงศ์	200,000.-	-	-	200,000.-	200,000.-	-	-	200,000.-
- นายเสริมสิน สมะลาภา	34,000.-	-	-	34,000.-	200,000.-	-	-	200,000.-
- นางคริสติน ดิไบเยส เบรนเดล	200,000.-	-	-	200,000.-	200,000.-	-	-	200,000.-
ประธานกรรมการตรวจสอบ:								
- นายปรกรณ์ 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	400,000.-	-	-	400,000.-
- นายธนะชัย สันติชัยกุล					200,000.-	-	-	200,000.-
- นายสุทธีชัย แซ่หยุ่น					200,000.-	-	-	200,000.-
- นายพนา จันทรวโรจน์					200,000.-	-	-	200,000.-
รวม	1,634,000.-			1,634,000.-	2,800,000.-			2,800,000.-

หมายเหตุ -ปี 2553 กรรมการที่เป็นผู้บริหาร ไม่มีค่าตอบแทนในฐานะกรรมการ

-นายเสริมสิน สมะลาภา เข้าดำรงตำแหน่งแทน นายณรงค์ศักดิ์ โอปสินธุ์ ในเดือนพฤศจิกายน 2553

การพัฒนากรรมการและผู้บริหาร

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

คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารระดับสูง ได้ให้ความสำคัญต่อการเข้าอบรมสัมมนาหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ (รายละเอียดตามข้อมูลในประวัติของแต่ละท่าน)

บริษัทมีนโยบายให้ความรู้เพิ่มเติมในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่แก่ กรรมการ กรรมการตรวจสอบ เลขานุการบริษัท ผู้บริหารระดับสูง และหน่วยงานตรวจสอบภายใน โดยการฝึกอบรมและสัมมนากับสมาคมส่งเสริมสถาบัน กรรมการบริษัทไทย และหน่วยงานอื่นๆ เช่น สัมมนาเกี่ยวกับมาตรฐานบัญชีฉบับใหม่ และ พระราชบัญญัติกำกับหลักทรัพย์และ ตลาดหลักทรัพย์ฉบับใหม่ ศึกษาหลักสูตรวิชาการจัดการตลาดทุนไทย และการอบรมให้ความรู้หลักสูตรต่างๆ เกี่ยวกับ IT Audit เป็นต้น

แผนการสืบทอดงาน

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

บริษัท ได้ดำเนินการตามแผนสืบทอดงานมาเป็นระยะ บริษัทมีความมั่นคงเพิ่มขึ้น มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และสามารถผ่านสถานการณ์วิกฤตของปี 2554 ไปได้ด้วยผลประกอบการที่เป็นกำไร จะเห็นได้ว่านโยบายแตกเพื่อได้นั้นประสบความสำเร็จ การกระจายธุรกิจ มากถึง 7 สายธุรกิจในปี 2553 และเพิ่มเป็น 8 สายธุรกิจในปี 2554 พร้อมกับการก้าวขึ้นมา ของ นักบริหารรุ่นใหม่ ที่มีศักยภาพ ซึ่งเป็นไปตามแผน สืบทอดการบริหาร ที่ไม่ได้ยึดติดอยู่กับกลุ่มผู้ก่อตั้งเท่านั้น ผู้บริหารรุ่นใหม่จะเป็นผู้ดูแลแต่ละสายธุรกิจ ให้เติบโตตามแนวทางของตน สามารถ บริหารงานได้อิสระ คล่องตัวเพื่อกระจายอำนาจการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันยังคงความโดดเด่นในฐานะ “สื่อครบวงจร” ด้วยการผนึกพลังแบบบูรณาการระหว่างบริษัทย่อย

9.การควบคุมภายใน

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

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

ในปี 2554 คณะกรรมการตรวจสอบได้ประชุมร่วมกัน 4 ครั้ง แต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ 4 ชั่วโมง เพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับไว้ในกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบ นอกจากนี้ยังมีการประชุมร่วมกับผู้สอบบัญชี วาระการประชุมร่วมกับหัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายใน ซึ่งได้รายงานผลการตรวจสอบและเสนอขอความเห็นชอบเรื่องกฎบัตร ของหน่วยงานตรวจสอบภายในและแผนการตรวจสอบประจำปี รวมถึงประชุมกับผู้บริหารระดับสูงของบริษัทในวาระที่เกี่ยวข้องจากการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวคณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่า งบการเงินประจำปี 2554 ของบริษัทมีความเหมาะสมและไม่พบรายการใดที่อาจมีผลกระทบอันเป็นสาระสำคัญต่องบการเงิน ระบบควบคุมภายในของบริษัทมีความเหมาะสม เพียงพอและมีประสิทธิภาพ รายการที่เกี่ยวข้องกันเป็นรายการที่เป็นธุรกิจตามปกติทั่วไป สมเหตุสมผล และไม่พบรายการใดที่ผิดปกติ บริษัทได้ปฏิบัติตามอยู่ในกรอบของกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดและกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท และผู้สอบบัญชี ประจำปี 2554 ของบริษัท เป็นบุคคลที่เหมาะสมเพราะมีความเป็นอิสระและมีประสบการณ์ในการสอบบัญชีมาเป็นเวลายาวนาน

คณะกรรมการบริษัทฯ ได้รับทราบรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบไตรมาสละ 1 ครั้ง เกี่ยวกับการ สอบทานงบการเงินและรายงานทางการเงิน รวมทั้งผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานตรวจสอบภายในที่มีพนักงานตรวจสอบภายในที่มีประสบการณ์จำนวน 3 ท่าน ซึ่งคณะกรรมการบริษัทฯ มีความเห็นว่าระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ โดยรวมอยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจ สามารถให้ความมั่นใจอย่างมีเหตุผลต่อความน่าเชื่อถือได้ของงบการเงินและงบการเงินรวมของบริษัทที่สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2554 มีการดูแลป้องกันทรัพย์สินมิให้ผู้บริหารและพนักงานนำไปใช้โดยมิชอบ การปฏิบัติงานเป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนด มีระบบการควบคุมภายในที่รัดกุมเพียงพอและเหมาะสมทั้งส่วนขององค์กรและสภาพแวดล้อม การบริหารความเสี่ยง การควบคุมการปฏิบัติงานของฝ่ายบริหาร ระบบสารสนเทศและการสื่อสารข้อมูล รวมถึงระบบการติดตามการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทัน่วงที

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้จัดให้มีกระบวนการในการทบทวนและประเมินความเพียงพอและความเหมาะสมของระบบการควบคุมภายในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้การควบคุมภายในของบริษัทฯ ทันสมัยต่อเหตุการณ์และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ไม่เกิดข้อบกพร่อง ซึ่งจะนำมาซึ่งความรวดเร็วและขาดประสิทธิภาพ

จากการตรวจสอบงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2554 ผู้สอบบัญชีมีข้อสังเกตและข้อเสนอแนะ ซึ่งได้รายงานให้คณะกรรมการตรวจสอบรับทราบแล้ว เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2555 ซึ่งข้อสังเกตดังกล่าวไม่เป็นสาระสำคัญในการแสดงความเห็นต่องบการเงินของบริษัทแต่อย่างใด ซึ่งฝ่ายบริหารได้รับไปดำเนินการแก้ไขให้เสร็จภายในไตรมาสแรก ของปี 2555 ดังต่อไปนี้

- 1) ควรปรับปรุงเอกสารสัญญาสำหรับรายการระหว่างกันบางรายการ ให้เป็นปัจจุบัน
- 2) ควรกระทบยอดรายการระหว่างบัญชีแยกประเภท และทะเบียนคุมสินทรัพย์ถาวร หากมีผลต่างให้สอบทานหาสาเหตุ และปรับปรุงให้ถูกต้อง
- 3) ควรกำหนดกรอบการแบ่งแยกหน้าที่การปฏิบัติงานในระบบสารสนเทศให้ชัดเจน ทบทวนผู้ได้รับสิทธิ์ใน แต่ละรายที่สามารถเข้าถึงและใช้งาน รวมถึงให้มีรหัสผู้ใช้งานแยกเป็นรายคน

ส่วนหน่วยงานตรวจสอบภายใน ในระหว่างปี 2554 มีข้อสังเกตเกี่ยวกับระบบการควบคุมภายในบางประการ ซึ่งบริษัท ได้มีแนวทางในการดำเนินการเพื่อควบคุมและเร่งรัดการปฏิบัติงานในเรื่องดังกล่าวกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแล้ว โดยมีประเด็น เรื่องการใช้ระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นใหม่ ได้แก่ ระบบการบริหารงานบุคคล ระบบงานสต็อกกระดาษ Newsprint ที่ ผู้ปฏิบัติงานบางส่วนยังไม่เข้าใจขั้นตอนการทำงานโดยละเอียดและชัดเจน และข้อมูลของระบบการบริหารงานบุคคล ยังไม่สามารถส่งข้อมูลต่อไปยังระบบอื่นที่เกี่ยวข้องได้

10. รายการระหว่างกัน

บริษัทและบริษัทย่อยมีรายการระหว่างกันกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันในกลุ่มบริษัท เฉพาะกรณีที่มีความจำเป็นอันเนื่องมาจากการดำเนินธุรกิจตามปกติทางการค้า ที่เกิดขึ้นในระหว่างปี 2554 รวมทั้งที่มียอดคงค้าง ณ 31 ธันวาคม 2554 โดยรายการที่เปิดเผยมดังต่อไปนี้ เป็นรายการระหว่างกันระหว่างบริษัทและบริษัทย่อยที่มีกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งกัน และบุคคลที่เกี่ยวข้องกันที่ถือหุ้นในบริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วมและกิจการที่เกี่ยวข้องกันอื่นรวมกันแล้วเกินกว่าร้อยละ 10

ลักษณะความสัมพันธ์ของการถือหุ้น และการเป็นกรรมการร่วมกัน แสดงอยู่ในหัวข้อ ความสัมพันธ์ระหว่างกรรมการผู้บริหาร กับบุคคลที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน

ข้อมูลสรุปของรายการระหว่างกันที่สำคัญตามความหมายข้างต้นมีดังนี้

1. บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (NMG) กับ บริษัท มีเดีย เอกซ์เพอร์ทีส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด (MEI)		
ณ 31 ธ.ค. 2554 ยอดคงเหลือกับ MEI ดังนี้		ลักษณะการถือหุ้น : NMG ไม่ได้ถือหุ้นใน MEI กรรมการร่วมกัน : ไม่มี / กรรมการเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน
• ลูกหนี้การค้า กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	15.59	
• ลูกหนี้อื่น กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	13.27	
หัก ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	(28.86)	
• ลูกหนี้ สุทธิ	-	
รายการระหว่างปี 2554		
รายได้		
• รายได้ค่าโฆษณา ค่าสินค้าและบริการอื่น ๆ	2.22	
	2.22	
ขนาดรายการเทียบกับสินทรัพย์รวมตามงบการเงินรวม	0.06 %	
2. บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (NMG) กับ บริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (MP)		
ณ 31 ธ.ค. 2554 ยอดคงเหลือกับ MP ดังนี้		ลักษณะการถือหุ้น : NMG ไม่ได้ถือหุ้นใน MP กรรมการร่วมกัน : ไม่มี / กรรมการเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน
• ลูกหนี้การค้า กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	3.87	
• ลูกหนี้อื่น กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	1.57	
หัก ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	(5.44)	
	-	
รายการระหว่างปี 2554		
• ไม่มีรายการระหว่างปี	-	
	-	
ขนาดรายการเทียบกับสินทรัพย์รวมตามงบการเงินรวม	-	

3. บริษัท เนชั่น เอ็มเอแอล จำกัด (NML) กับ บริษัท มีเดีย เอกซ์เพอร์ทีส อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด (MEI)

ณ 31 ธ.ค. 2554 ยอดคงเหลือกับ MEI ดังนี้ • ลูกหนี้การค้า กิจการที่เกี่ยวข้องกัน รายการระหว่างปี 2554 รายได้ • รายได้ค่าจัดส่งสินค้า	0.25	ลักษณะการถือหุ้น : NMG ถือหุ้น 99.99 % ใน NML ลักษณะการถือหุ้น : NML ไม่ได้ถือหุ้นใน MEI กรรมการร่วมกัน : ไม่มี / กรรมการเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน
	0.25	
	0.27	
	0.27	
	0.01 %	
ขนาดรายการเทียบกับสินทรัพย์รวมตามงบการเงินรวม	0.01 %	

4. บริษัท ดับบลิวทีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) กับ บริษัท มีเดีย เอกซ์เพอร์ทีส อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด (MEI)

ณ 31 ธ.ค. 2554 ยอดคงเหลือกับ MEI ดังนี้ • ลูกหนี้การค้า กิจการที่เกี่ยวข้องกัน หัก ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ รายการระหว่างปี 2554 • รายได้จากการพิมพ์	18.64	ลักษณะการถือหุ้น : NMG ถือหุ้น 84.50% ใน WPS ลักษณะการถือหุ้น : WPS ไม่ได้ถือหุ้นใน MEI กรรมการร่วมกัน : ไม่มี / กรรมการเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน
	(15.64)	
	3.00	
	3.35	
	0.09 %	
ขนาดรายการเทียบกับสินทรัพย์รวมตามงบการเงินรวม	0.09 %	

5. บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชันแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) กับ บริษัท มีเดีย เอกซ์เพอร์ทีส อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด (MEI)

ณ 31 ธ.ค. 2554 ยอดคงเหลือกับ MEI ดังนี้ • ลูกหนี้การค้า กิจการที่เกี่ยวข้องกัน หัก ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ รายการระหว่างปี 2554 • ไม่มีรายการระหว่างปี	0.03	ลักษณะการถือหุ้น : NMG ถือหุ้น 77.65% ใน NINE ลักษณะการถือหุ้น : NINE ไม่ได้ถือหุ้นใน MEI กรรมการร่วมกัน : ไม่มี / กรรมการเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน
	(0.03)	
	-	
	-	
	-	
ขนาดรายการเทียบกับสินทรัพย์รวมตามงบการเงินรวม	-	

6. บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE) กับ บริษัท มีเดีย เอกซ์เพอร์ทีส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด (MEI)		
ณ 31 ธ.ค. 2554 ยอดคงเหลือกับ MEI ดังนี้ ● ลูกหนี้อื่น กิจการที่เกี่ยวข้องกัน <u>หัก</u> ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ รายการระหว่างปี 2554 ● ไม่มีรายการระหว่างปี	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)	
	-	
	-	
ขนาดรายการเทียบกับสินทรัพย์รวมตามงบการเงินรวม	-	

7. บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE) กับ บริษัท มีเดีย พัลซ์ จำกัด (MP)		
ณ 31 ธ.ค. 2554 ยอดคงเหลือกับ MP ดังนี้ ● ลูกหนี้อื่น กิจการที่เกี่ยวข้องกัน <u>หัก</u> ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ รายการระหว่างปี 2554 ● ไม่มีรายการระหว่างปี	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)	
	-	
	-	
ขนาดรายการเทียบกับสินทรัพย์รวมตามงบการเงินรวม	-	

นโยบายรายการระหว่างกันของบริษัท กับ บริษัทย่อย กิจการที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วม และบริษัทย่อยในระดับเดียวกัน ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. มาตรการและขั้นตอนในการอนุมัติการทำรายการระหว่างกันของบริษัทกับบริษัทย่อย กิจการที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วม และบริษัทย่อยในระดับเดียวกัน
2. นโยบายหรือแนวโน้มการทำรายการระหว่างกันในอนาคตของบริษัทกับบริษัทย่อย กิจการที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วม และบริษัทย่อยในระดับเดียวกัน

1. มาตรการและขั้นตอนในการอนุมัติการทำรายการระหว่างกัน

บริษัทได้กำหนดมาตรการควบคุมการทำรายการระหว่างกันของบริษัทกับบริษัทย่อย กิจการที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วม และบริษัทย่อยในระดับเดียวกัน กับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ มีส่วนได้ส่วนเสีย หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในอนาคตตามประกาศของคณะกรรมการ กสท. และตลาดหลักทรัพย์ฯ

โดยคณะกรรมการตรวจสอบจะเป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความจำเป็นในการเข้าทำรายการและความเหมาะสมทางด้านราคาของรายการ โดยพิจารณาจากเงื่อนไขต่างๆ ให้เป็นไปตามลักษณะการดำเนินการค้าปกติในตลาด และมีการเปรียบเทียบราคาที่เกิดขึ้นกับบุคคลภายนอก ในกรณีที่ไม่สามารถเปรียบเทียบราคากับบุคคลภายนอกได้ ทั้ง 2 ฝ่ายจะร่วมกันพิจารณา เพื่อกำหนดอัตราค่าสินค้าและบริการที่เหมาะสมต่อไป

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

ทางผลประโยชน์หรือมีส่วนได้ส่วนเสียในการทำรายการระหว่างกันจะไม่มีสิทธิออกเสียงในการอนุมัติการทำรายการระหว่างกันดังกล่าว

นอกจากนั้น บริษัทจะดำเนินการเปิดเผยข้อมูลในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน และการได้มาหรือจำหน่ายไปของสินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัทและบริษัทย่อย ตามข้อกำหนดของคณะกรรมการ กสท. และตลาดหลักทรัพย์ฯ ตลอดจนถึงมาตรฐานบัญชีที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์

2.นโยบายหรือแนวโน้มการทำรายการระหว่างกันในอนาคต

บริษัท กับ บริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วม และบริษัทย่อยในระดับเดียวกัน อาจมีการเข้าทำรายการระหว่างกันกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในอนาคต

โดยหากเป็นรายการธุรกิจปกติและรายการสนับสนุนธุรกิจปกติซึ่งมีเงื่อนไขทางการค้าโดยทั่วไปกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยเฉพาะในกลุ่มบริษัทในเครือบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เช่น การจ้างพิมพ์ การจ้างส่งสินค้า การซื้อกระดาษ การซื้อโฆษณาในสื่อต่างๆ และการเรียกเก็บค่าบริการระหว่างกัน เป็นต้น บริษัท ได้กำหนดนโยบายในการทำรายการระหว่างกันให้มีเงื่อนไขต่างๆ เป็นไปตามลักษณะการค้าปกติในราคาตลาด ซึ่งสามารถเปรียบเทียบกับราคาที่เกิดขึ้นกับบุคคลภายนอก ซึ่งเป็นไปตามหลักการที่คณะกรรมการบริษัทอนุมัติไว้แล้วตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และให้ปฏิบัติตามสัญญาที่ตกลงร่วมกันอย่างเคร่งครัดพร้อมทั้งกำหนดราคาและเงื่อนไขรายการต่างๆ ให้ชัดเจน เป็นธรรม และไม่ก่อให้เกิดการถ่ายเทผลประโยชน์

ทั้งนี้ ในกรณีที่มีการเข้าทำรายการใหม่ หรือมีการเปลี่ยนแปลงของราคาและเงื่อนไขที่แตกต่างจากเดิม ฝ่ายตรวจสอบภายในจะทำหน้าที่ตรวจสอบข้อมูลและจัดทำรายงานเพื่อให้คณะกรรมการตรวจสอบพิจารณาและให้ความเห็นถึงความเหมาะสมของราคาและความสมเหตุสมผลของการทำรายการดังกล่าวอย่างน้อยปีละครั้ง

ในกรณีรายการธุรกิจปกติและรายการสนับสนุนธุรกิจปกติซึ่งไม่มีเงื่อนไขทางการค้าโดยทั่วไปและรายการระหว่างกันอื่นๆ บริษัทจะดำเนินการตามมาตรการและขั้นตอนในการอนุมัติการทำรายการระหว่างกันที่ระบุไว้ข้างต้น ก่อนการทำรายการ

รายงานความเห็นคณะกรรมการตรวจสอบต่อรายการที่เกี่ยวข้องกัน ที่มีความเห็นแตกต่างจากมติกรรมการ

-ไม่มี-

ความจำเป็นและความสมเหตุสมผลของการทำรายการระหว่างกัน

ธุรกิจและการดำเนินงานส่วนใหญ่ของบริษัทและบริษัทย่อยมีความเกี่ยวพัน และ/หรือ สนับสนุนธุรกิจของบริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน สินทรัพย์ หนี้สิน รายได้ และค่าใช้จ่ายส่วนหนึ่งของบริษัทและบริษัทย่อยเป็นรายการที่เกิดขึ้นกับบริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน บริษัทเหล่านี้เกี่ยวข้องกันโดยการมีผู้ถือหุ้น และ/หรือ การเป็นกรรมการร่วมกันและผู้บริหารที่สำคัญ กรรมการและพนักงานซึ่งมีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการวางแผน สั่งการและควบคุมการดำเนินงานของบริษัท บริษัทย่อย กิจกรรมที่ควบคุมร่วมกัน บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน โดยบริษัทและบริษัทย่อยกำหนดนโยบายการคิดราคาโดยกำหนดหลักเกณฑ์ดังนี้

นโยบายการกำหนดราคา

- | | |
|--------------------------------------|---|
| • การขายสินค้า การให้บริการและอื่น ๆ | ราคาซื้อขายทางการค้าปกติตามราคาตลาดทั่วไป |
| • ดอกเบี้ยรับจากเงินให้กู้ยืม | อัตราซึ่งใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของสถาบันการเงิน |
| • ต้นทุนการให้บริการและค่าใช้จ่าย | อัตราต้นทุนเป็นสัดส่วนตามราคาทุนที่เกิดขึ้นจริงและตามอัตราที่ได้ตกลงร่วมกัน |
| • ดอกเบี้ยจ่ายจากเงินกู้ยืม | อัตราซึ่งใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของสถาบันการเงิน |

รายการระหว่างกันข้างต้นเป็นรายการระหว่างบริษัท หรือบริษัทย่อย กับ บุคคลที่อาจมีความขัดแย้งกัน เป็นรายการปกติทางการค้าและไม่มีรายการกู้ยืมระหว่างกัน สำหรับขั้นตอนการอนุมัติการทำรายการระหว่างกันจะเป็นไปตามนโยบายบริษัท ซึ่งมีการกำหนดลำดับขั้นในการอนุมัติตามขนาดของรายการ และไม่ขัดต่อข้อบังคับของบริษัท นอกจากนี้รายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นใหม่และรายการที่มียอดคงค้างนั้น ทุกไตรมาสจะผ่านการสอบทานโดยผู้สอบบัญชีอิสระ และทุกสิ้นปีหากมีรายการใดที่เป็นสาระสำคัญ ผู้สอบบัญชีจะทำการตรวจสอบสัญญาและเอกสารสำคัญที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหากพบรายการใดที่สาระสำคัญก็จะเปิดเผยในหมายเหตุประกอบงบการเงิน ซึ่งงบการเงินดังกล่าวจะนำเสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทพิจารณา รวมทั้งงบการเงินประจำปีที่กรรมการบริษัทได้เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณา และเปิดโอกาสให้ซักถามได้ทุกประเด็น ซึ่งที่ผ่านมาได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นทุกครั้ง

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

11. ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

งบการเงิน

รายงานการสอบบัญชี

(1) ผู้สอบบัญชี

รายนามผู้สอบบัญชีที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน และได้ลงนามในงบการเงินของบริษัท งบการเงินของบริษัทย่อย และงบการเงินรวม ตั้งแต่ปี 2552 ถึงปี 2554 มีดังนี้

ปี 2552 นายวิเชียร ธรรมตระกูล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3183
บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิภาคไทย สอบบัญชี จำกัด

ปี 2553 นายวิเชียร ธรรมตระกูล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3183
บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิภาคไทย สอบบัญชี จำกัด

ปี 2554 นายวิเชียร ธรรมตระกูล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3183
บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิภาคไทย สอบบัญชี จำกัด

โดยนายวิเชียร ธรรมตระกูล เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 ทั้งนี้ไม่มีความสัมพันธ์และไม่มีส่วนได้เสียกับบริษัท / บริษัทย่อย / ผู้บริหาร / ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลดังกล่าว

(2) สรุปรายงานการตรวจสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีในระยะ 3 ปี ที่ผ่านมา ผู้สอบบัญชีได้ให้ความเห็นในรายงานการตรวจสอบดังนี้

ปี 2552 - ให้ความเห็นโดยไม่มีเงื่อนไข

ปี 2553 - ให้ความเห็นโดยไม่มีเงื่อนไข

ปี 2554 - ให้ความเห็นโดยไม่มีเงื่อนไข

ค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชี

1. ค่าตอบแทนจากการสอบบัญชี (audit fee)

บริษัทและบริษัทย่อยรวม 13 บริษัท (รวม NBC และ NINE) จ่ายค่าตอบแทนการสอบบัญชี ในปี 2554 เป็นจำนวนเงินรวม 5,735,000 บาท

2. ค่าตอบแทนอื่น (non-audit fee)

-ไม่มี-

(ข) ตารางสรุปงบการเงินรวม

โดยรายการของงบการเงินทั้งหมดสามารถศึกษาได้จากงบการเงินของบริษัท

หน่วย : (ล้านบาท)

	2552	%	2553	%	2554	%
รายการในงบดุล						
เงินสดและเงินฝากธนาคารและเงินลงทุนระยะสั้น	312,710	9%	240,431	6%	181,820	5%
ลูกหนี้การค้า – สุทธิ	552,328	17%	720,874	19%	695,125	19%
รายได้ค้างรับ	108,724	3%	139,744	4%	106,918	3%
ลูกหนี้และเงินให้กู้ยืมแก่บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน	123,206	4%	47,797	1%	61,372	2%
สินค้าคงเหลือ - สุทธิ	295,973	9%	230,169	6%	248,423	7%
ลูกหนี้ภายใต้สัญญาขายและเช่าคืน	253,590	8%	-	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น - สุทธิ	113,933	3%	158,709	5%	319,177	8%
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,760,464	53%	1,537,724	41%	1,612,835	43%
รวมเงินลงทุนระยะยาว	40,681	1%	43,141	1%	47,042	1%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ – ราคาทุนสุทธิจากค่าเสื่อมราคาสะสม	1,300,175	40%	1,935,264	52%	1,855,046	49%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	206,872	6%	189,867	5%	237,889	6%
รวมสินทรัพย์	3,308,192	100%	3,705,996	100%	3,752,812	100%
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน และเงินกู้ระยะยาวที่ครบกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	959,756	29%	953,796	25%	1,100,917	29%
เจ้าหนี้การค้า	156,279	5%	156,648	4%	165,216	4%
หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าการเงิน ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	-	-	27,224	1%	30,034	1%
เจ้าหนี้และเงินกู้ยืมจากบริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน	37,397	1%	-	-	2,356	0.7%
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	14,395	0%	22,186	1%	8,082	0.2%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	446,909	14%	411,786	11%	554,058	15%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	1,614,736	49%	1,571,640	42%	1,860,663	50%
เงินกู้ยืมระยะยาว – สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	671,988	20%	686,746	18%	338,337	9%
หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าการเงิน	-	-	67,036	2%	36,813	1%
ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	-	-	-	-	95,854	3%
หนี้สินอื่น	171,092	5%	129,825	4%	120,566	3%
รวมหนี้สิน	2,457,816	74%	2,455,247	66%	2,452,233	65%
หุ้นสามัญ – ชำระเต็มมูลค่าแล้ว	1,647,740	50%	1,647,740	44%	1,647,740	44%
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	4	0%	4	0%	4	0%
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญของบริษัทย่อย	58,420	2%	75,941	2%	75,590	2%
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	(2,334)	-0%	(1,357)	-0%	2,613	0%
กำไร (ขาดทุน) สะสม	(970,003)	-29%	(656,378)	-17%	(630,161)	-17%
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	116,548	3%	184,799	5%	204,793	5%
ส่วนของผู้ถือหุ้นสุทธิ	850,376	26%	1,250,749	34%	1,300,579	35%

หน่วย: (พันบาท)

	2552	%	2553	%	2554	%
รายการในงบกำไรขาดทุน						
รายได้จากการขายและบริการ - สุทธิ	2,317,227	92.8%	2,696,707	94.8%	2,643,187	94.5%
รายได้ค่าเช่าและบริการ และอื่น ๆ	179,388	7.2%	147,437	5.2%	154,381	5.5%
รวมรายได้จากการดำเนินงาน	2,496,615	100.0%	2,844,144	100.0%	2,797,568	100.0%
ต้นทุนขายและบริการ	1,702,268	68.2%	1,704,557	59.9%	1,637,271	58.5%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	650,783	26.1%	798,213	28.1%	842,109	30.1%
รวมค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	2,353,051	94.3%	2,502,770	88.0%	2,479,380	88.6%
กำไรจากการดำเนินงานก่อนดอกเบี้ยและภาษี	143,564	5.7%	341,374	12.0%	318,188	11.4%
ต้นทุนทางการเงิน	(118,161)	-4.7%	(112,084)	-3.9%	(119,996)	-4.3%
ภาษีเงินได้	(32,281)	-1.3%	(54,857)	-1.9%	(46,326)	-1.7%
(ขาดทุน) กำไร จากส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	3,798	0.2%	(67,822)	-2.4%	(42,379)	-1.5%
กำไร (ขาดทุน) ก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ	(3,080)	-0.1%	106,611	3.8%	109,487	3.9%
โดยรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ ได้แก่:-						
การเปลี่ยนแปลงในมูลค่ายุติธรรมสุทธิของเงินลงทุนเพื่อขาย			977	0.0%	3,970	0.1%
กำไร (ขาดทุน) จากการขายทรัพย์สิน	11,500	0.5%	(8,705)	-0.3%	(3,838)	-0.1%
กำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทย่อย NBC,NINE	21,392	0.9%	3,075	0.1%	-	-
สำรองหนี้สงสัยจะสูญ สำหรับ ลูกหนี้การค้าทั่วไป และ ลูกหนี้อื่นๆ	(14,177)	-0.6%	2,512	0.1%	(7,106)	-0.3%
กลับรายการ (สำรอง)สินค้าเสื่อมสภาพและล้าสมัย	(12,148)	-0.5%	(2,945)	-0.1%	5,802	0.2%
ตัดบัญชีสินทรัพย์หมุนเวียนอื่นและสินทรัพย์อื่น	(3,826)	-0.2%	-	-	-	-
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย	(46,161)	-1.9%	122,249	4.3%	(68)	-0%
กำไรจากการต่อรองราคาซื้อ	-	-	90,827	3.2%	-	-
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	(46,500)	-1.9%	314,601	11.1%	108,247	3.9%

ตารางแสดงรายการในงบกระแสเงินสด

หน่วย: (พันบาท)

	2552	2553	2554
เงินสดที่ได้มาจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	292,958	556,976	543,497
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมดำเนินงาน	276,580	471,484	476,055
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมการลงทุน	(192,692)	(417,687)	(153,176)
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน	(179,751)	(126,076)	(381,490)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	(95,863)	(72,279)	(58,611)

ตารางแสดงกำไรจากการดำเนินงานก่อน ดอกเบี้ย, ภาษีเงินได้, ค่าเสื่อมราคา, รายจ่ายตัดบัญชี (EBITDA)

และก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ สำหรับปี 2552-2554

หน่วย: (พันบาท)

	2552	2553	2554
กำไร (ขาดทุน) สุทธิก่อนรายการพิเศษ (หลังภาษีและดอกเบี้ยจ่าย)	(3,080)	106,611	109,487
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	118,161	112,084	119,996
บวก ภาษี	32,281	54,857	46,326
บวก ค่าเสื่อมราคาและรายจ่ายตัดบัญชี	173,215	218,670	228,617
กำไรจากการดำเนินงานก่อนค่าเสื่อมราคาและรายจ่ายตัดบัญชี (EBITDA)	320,577	492,222	504,426

หมายเหตุ :

รายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงในมูลค่ายุติธรรมสุทธิของเงินลงทุนเพื่อขาย กำไร (ขาดทุน) จากการขายทรัพย์สิน, กำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทย่อย-NBC และ NINE ,สำรองหนี้สงสัยจะสูญ, สำรองสินค้าเสื่อมสภาพและค่าสมทบ รายการตัดบัญชีสินทรัพย์หมุนเวียนอื่นและสินทรัพย์อื่น ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย กำไรจากการต่อรองราคาซื้อ

(ค) อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางสรุปอัตราส่วนทางการเงินของงบการเงินรวม บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

รายการ	2552	2553	2554
1. อัตราส่วนสภาพคล่อง			
1.1 อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.12	0.98	0.87
1.2 อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	0.55	0.61	0.47
1.3 อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสดก่อนการเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียน(เท่า)	0.20	0.35	0.32
1.4 อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า (เท่า)	3.71	4.24	3.73
1.5 ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	97	85	96
1.6 อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (เท่า)	4.56	6.43	6.84
1.7 ระยะเวลาขายสินค้าคงเหลือ (วัน)	79	56	53
1.8 อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้ (เท่า)	5.33	5.23	5.26
1.9 ระยะเวลาชำระหนี้ (วัน)	68	69	68
1.10 Cash Cycle (วัน)	108	72	81
2. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร			
2.1 อัตรากำไรขั้นต้น (%)	26.54 %	37.32 %	38.06 %
2.2 อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (%)	-2.85 %	6.97 %	6.00 %
2.3 อัตราส่วนเงินสดก่อนการเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนต่อการทำกำไร	11.58 %	18.25 %	19.43 %
2.4 อัตรากำไรสุทธิก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ	-0.86 %	3.49 %	3.91 %
2.5 อัตราผลตอบแทนก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	-2.44 %	8.52 %	8.42 %
3. อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน			
3.1 อัตราผลตอบแทนก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติต่อสินทรัพย์ (%)	-0.63 %	3.04 %	2.94 %
3.2 อัตราผลตอบแทนก่อนรายการรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติต่อสินทรัพย์ถาวร (%)	12.14 %	21.40 %	18.84 %
3.3 อัตราหมุนของสินทรัพย์ (เท่า)	0.74	0.87	0.75
4. อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายการเงิน			
4.1 อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	2.71	1.96	1.89
4.2 อัตราส่วนหนี้สินที่มีดอกเบี้ยรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า) D/E Ratio	1.84	1.39	1.16
4.3 อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย (เท่า)	3.75	6.47	5.92
4.4 อัตราส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ยก่อนภาษีและก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ ต่อดอกเบี้ยจ่าย (เท่า)	1.06	2.99	2.61
4.5 อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน cash basis (เท่า)	0.57	0.71	1.05
4.6 อัตราการจ่ายเงินปันผล (%)	0.00%	0.00%	0.00%

หมายเหตุ :

รายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงในมูลค่ายุติธรรมสุทธิของเงินลงทุนเพื่อขาย กำไร (ขาดทุน) จากการขายทรัพย์สิน, กำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุนในบริษัทย่อย-NBC และ NINE ,สำรองหนี้สงสัยจะสูญ, สำรองสินค้าเสื่อมสภาพและล่าสมัย รายการตัดบัญชีสินทรัพย์หมุนเวียนอื่นและสินทรัพย์อื่น ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย กำไรจากการต่อรองราคาซื้อ

ผลการปฏิบัติตามแผนการดำเนินธุรกิจ ในกรณีที่เผยแพร่เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจในระยะเวลา 3-5 ปี ข้างหน้า

ไว้กับผู้ถือหุ้น

-ไม่มี-

สรุปฐานะการเงินรวมของบริษัทและบริษัทย่อย สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2554

งบการเงินรวมของบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2554 มีกำไรจากการดำเนินงานก่อนภาษีเงินได้จำนวน 150.60 ล้านบาท หากรวมภาษีเงินได้ 46.32 ล้านบาท ผลประกอบการสำหรับปี 2554 จะแสดงเป็นกำไร 104.28 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีผลกำไรจากการดำเนินงาน 155.40 ล้านบาท (ซึ่งไม่รวมภาษีเงินได้ 54.86 ล้านบาท ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมสุทธิ 122.25 ล้านบาท และกำไรจากการต่อรองราคาซื้อเงินลงทุนในบริษัทร่วมมาเป็นบริษัทย่อย 90.83 ล้านบาท หากรวมรายการดังกล่าวผลประกอบการสำหรับปี 2553 จะแสดงเป็นกำไรสุทธิ 313.62 ล้านบาท) โดยผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทมีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

1. รายได้จากการขายและบริการสำหรับปี 2554 ลดลง 2% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2553 เนื่องจาก รายได้จากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ลดลง 11% โดยมีสาเหตุจากรายได้จากการจำหน่ายหนังสือพิมพ์ลดลง 12% และรายได้จากการจำหน่ายหนังสือการ์ตูนและสิ่งพิมพ์ต่างประเทศลดลง 5% อย่างไรก็ตามรายได้จากการขายโฆษณาเพิ่มขึ้น 1% โดยมาจากรายได้โฆษณาจากสื่อทีวีและวิทยุเพิ่มขึ้น 15% ในขณะที่รายได้โฆษณาจากสิ่งพิมพ์ลดลง 3% และรายได้โฆษณาผ่านสื่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ลดลง 9%

2. ต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสำหรับปี 2554 ลดลง 1% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2553 ส่วนใหญ่มาจากต้นทุนกระดาษและวัสดุการผลิตลดลง 16% จากนโยบายบริหารด้านการผลิต มีผลทำให้สามารถควบคุมปริมาณการใช้กระดาษมีประสิทธิภาพมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากได้เกิดวิกฤติน้ำท่วมครั้งใหญ่ของประเทศไทย โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลในปลายไตรมาส 3 ต่อเนื่องถึงไตรมาส 4 จึงส่งผลให้รายได้จากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ลดลง ในขณะที่มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่ จึงเป็นเหตุให้ผลประกอบการสำหรับปี 2554 แสดงผลกำไรลดลงจากปีก่อน

กล่าวโดยสรุป ผลการดำเนินงานสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2554 กลุ่มบริษัทรายงานกำไรจากการดำเนินงานก่อนภาษีเงินได้จำนวน 150.60 ล้านบาท หากรวมภาษีเงินได้ 46.32 ล้านบาท ผลประกอบการจะแสดงเป็นกำไร 104.28 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีผลกำไรจากการดำเนินงาน 155.40 ล้านบาท (ซึ่งไม่รวมภาษีเงินได้ 54.86 ล้านบาท ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมสุทธิ 122.25 ล้านบาท และกำไรจากการต่อรองราคาซื้อเงินลงทุนในบริษัทร่วมมาเป็นบริษัทย่อย 90.83 ล้านบาท หากรวมรายการดังกล่าวผลประกอบการสำหรับปี 2553 จะแสดงเป็นกำไรสุทธิ 313.62 ล้านบาท)

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของแต่ละสายผลิตภัณฑ์ ปี 2554

สามารถศึกษาข้อมูลประกอบเพิ่มเติมในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 26 เรื่องข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงาน

ธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณา (Printing and Publishing Business)

ประกอบด้วย 3 สายธุรกิจ คือ สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย และ สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ โดยตั้งแต่ไตรมาส 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 เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NMG ถือหุ้น 99.99%) ตั้งแต่ปี 2551

รายได้ :-

รายได้จากสิ่งพิมพ์และโฆษณาในปี 2554 ประกอบไปด้วยรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณา การจัดกิจกรรมพิเศษ และการจัดจำหน่ายในหนังสือพิมพ์ The Nation , กรุงเทพธุรกิจ, คม ชัด ลึก และนิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ , เนชั่นจูนีเออร์ และรายได้จากการจำหน่ายหนังสือฉบับพิเศษ

รายได้จากการขายและบริการของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณาในปี 2554 (ไม่รวมรายการระหว่างกัน) เท่ากับ 1,676 ล้านบาท คิดเป็น 63% ของรายได้จากการขายและบริการรวมของกลุ่มบริษัท ซึ่งลดลง 6% จากปีก่อนที่เท่ากับ 1,776 ล้านบาท สาเหตุหลักที่ลดลงจากมาจากรายได้โฆษณาในสิ่งพิมพ์และรายได้จากการจัดกิจกรรมพิเศษที่ลดลงมากในไตรมาส 4 เนื่องจากผลกระทบจากภัยภิวัตน์น้ำท่วมที่ส่งผลต่อแผนงานการส่งเสริมการขาย การจัดโครงการพิเศษ Below the line ที่ต้องเลื่อนแผนงานออกไป สำหรับรายได้จากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ ในปี 2554 เท่ากับ 467 ล้านบาท ลดลง 12% จากปีก่อนที่เท่ากับ 532 ล้านบาท ทั้งนี้หากรวมรายการระหว่างบริษัทในกลุ่มแล้ว รายได้จากการขายและบริการของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณาในปี 2554 เท่ากับ 3,164 ล้านบาท

รายได้จากธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณาประกอบด้วยโครงสร้างรายได้ดังต่อไปนี้

รายได้โฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ สำหรับปี 2554 (ไม่รวมรายการระหว่างกัน) เท่ากับ 1,209 ล้านบาท ลดลง 3% จากปีก่อน เนื่องจากการลดลงของโฆษณาในสื่อหนังสือพิมพ์ประเภท Display และ Classified โดยโฆษณาประเภท Display ในปี 2554 เท่ากับ 1,007 ล้านบาท ลดลง 5% จากปีก่อน ส่วนโฆษณาประเภท Classified ในปี 2554 เท่ากับ 139 ล้านบาท ลดลง 3% จากปีก่อน โฆษณาประเภท Supplement ในปี 2554 เท่ากับ 63 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 46% จากปีก่อนที่เท่ากับ 43 ล้านบาท

ในปี 2554 รายได้โฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน ทั้งที่ในช่วง 9 เดือนแรกของปีมีอัตราการเติบโตมากกว่าช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน แต่ในช่วงปลายปี บริษัทส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากอุทกภัยครั้งใหญ่ ทำให้เกิดการชะลอการใช้จ่ายโฆษณา และเลื่อนการจัดโครงการส่งเสริมการขายที่ปกติในไตรมาส 4 เป็นช่วงที่องค์กรต่าง ๆ ใช้งบโฆษณาจำนวนมาก

อย่างไรก็ตามองค์กรต่าง ๆ มีการฟื้นตัวได้เร็ว และใช้งบด้านกิจกรรมเพื่อสังคม หรือ CSR มากขึ้นทำให้บริษัทได้รับผลกระทบไม่มากนัก โดยบริษัทยังสามารถหารายได้จากสื่อโฆษณาในลักษณะการจัดทำกิจกรรมพิเศษ (Below the Line) จากความร่วมมือจากทุกสื่อสิ่งพิมพ์ของกลุ่มบริษัท ในปี 2554 บริษัทมีรายได้ส่วนนี้เท่ากับ 155 ล้านบาท เท่ากับปีก่อนทั้งที่หลายโครงการได้เลื่อนออกไปจากผลกระทบของอุทกภัย

รายได้จากการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ ในปี 2554 เท่ากับ 467 ล้านบาท (ไม่รวมรายการระหว่างกัน) ลดลง 12% จากปีก่อน ในปี 2554 บริษัทยังคงไว้ซึ่งราคาขายของหนังสือพิมพ์เท่ากับปีก่อน โดย The Nation ราคาปลีกฉบับละ 30 บาท ราคาสมาชิกปีละ 4,900 บาท หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ราคาปลีกฉบับละ 20 บาท ราคาสมาชิกปีละ 5,475 บาท หนังสือพิมพ์คมชัดลึก ราคาฉบับละ 10 บาท ราคาสมาชิกปีละ 3,650 บาท

รายได้จากการค่าเช่าและบริการ ในปี 2554 เท่ากับ 0.5 ล้านบาท ลดลง 30 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 31 ล้านบาท เนื่องจากช่วงไตรมาสแรกของปี 2553 มีรายได้จากการให้เช่าเครื่องจักรระหว่างบริษัทกับบริษัทย่อยในสายธุรกิจบริการงานพิมพ์ ซึ่งหลังจากนั้นได้ครบกำหนดสัญญาเช่าแล้วจึงไม่มีรายการดังกล่าวอีก

ค่าใช้จ่าย:-

ค่าใช้จ่ายส่วนต้นทุนขายของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณา รวมในปี 2554 เท่ากับ 2,331 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 34% จากปีก่อนที่เท่ากับ 1,742 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อนค่อนข้างมาก เนื่องจากปี 2554 รวมค่าใช้จ่ายต้นทุนขายของบริษัทย่อยในสายธุรกิจสื่อหนังสือพิมพ์ คือ บริษัทกรุงเทพธุรกิจมีเดีย และ บริษัทคมชัดลึกมีเดีย ในระยะเวลาเต็มปีของปี 2554 ในขณะที่ปี 2553 บริษัทเพิ่งจัดตั้งบริษัทย่อยดังกล่าวในไตรมาส 4 จึงมีค่าใช้จ่ายเพียง 3 เดือน สำหรับต้นทุนขายประกอบด้วยต้นทุนที่ผันแปรตามจำนวนผลิต 1,153 ล้านบาท และต้นทุนคงที่ 1,178 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 49% และ 51% ตามลำดับเมื่อเทียบกับต้นทุนขายรวมของธุรกิจนี้

โดยส่วนของต้นทุนผันแปรมีจำนวนรวม 1,153 ล้านบาท จะผันแปรตามรายได้เฉพาะส่วนที่เป็นรายได้จากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์และรายได้จากการจำหน่ายวัตถุดิบในการรับจ้างพิมพ์สิ่งพิมพ์ต่างประเทศ (ซึ่งมีสัดส่วน 28% ของรายได้จากการขายและบริการรวม ไม่รวมรายได้จากสื่อโฆษณา หรือกิจกรรมพิเศษ) โครงสร้างต้นทุนขายผันแปรประกอบด้วย ต้นทุนกระดาษ, ต้นทุนการพิมพ์ และ ต้นทุนหนังสือ

สำหรับต้นทุนคงที่มีจำนวนรวม 1,178 ล้านบาท ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเงินเดือนสวัสดิการ ค่าเรื่อง ค่าข่าว ส่วนกองบรรณาธิการรวม ค่าใช้จ่ายเดินทาง ค่าเสื่อมราคาเป็นต้น

สำหรับนโยบายในการควบคุมต้นทุนขาย หากราคากระดาษเพิ่มขึ้น บริษัทจะควบคุมยอดผลิตอย่างเข้มงวดโดยการควบคุมยอดครบกิน และปรับการจัดหน้าเนื้อหาข่าวให้เหมาะสมกับจำนวนหน้ากระดาษ หรือปรับลดจำนวนหน้าสี โดยภาพรวมของต้นทุนกระดาษและต้นทุนการพิมพ์ในปี 2554 รวม 403 ล้านบาท (ไม่รวมรายการระหว่างกัน) ซึ่งลดลง 16% จากปีก่อนที่เท่ากับ 479 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณา ในปี 2554 เท่ากับ 1,219 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 40% จากปีก่อนที่เท่ากับ 873 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อนค่อนข้างมากเนื่องจากปี 2554 รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของบริษัทย่อยในสายธุรกิจหนังสือพิมพ์ คือ บริษัทกรุงเทพธุรกิจมีเดีย และ บริษัทคมชัดลึกมีเดีย ระยะเวลาเต็มปี ในขณะที่ปี 2553 บริษัทเพิ่งจัดตั้งบริษัทย่อยดังกล่าวในไตรมาส 4 จึงมีค่าใช้จ่ายดังกล่าวเพียง 3 เดือน

สำหรับค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเงินเดือนฝ่ายขายและบริหาร 35%, ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย 25% ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าขนส่งหนังสือและค่าเดินทาง 16%, ค่าเสื่อมราคา 4% โดยค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ไม่แปรผันตามรายได้

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้นของธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณา ในปี 2554 เท่ากับ 833 ล้านบาท หรือ 26.3% เมื่อเทียบกับรายได้จากการขายและบริการ โดยลดลง 3.8% จากปี 2553 ที่เท่ากับ 30.1% เนื่องจากอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้โฆษณาที่เพิ่มขึ้น 27% แต่น้อยกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของต้นทุนขายที่เพิ่มขึ้น 34%

กำไรสุทธิของธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณา ในปี 2554 มีผลกำไรสุทธิ 121 ล้านบาท หากไม่รวมส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียสุทธิ 111 ล้านบาท ธุรกิจนี้จะมีกำไรจากการดำเนินงาน 10 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1 ล้านบาทจากปีก่อนที่มีกำไรจากการดำเนินงาน 9 ล้านบาท

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

รายได้ :-

รายได้จากบริการงานพิมพ์ ในปี 2554 ประกอบด้วยรายได้รวม 500 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9% จากปีก่อนที่เท่ากับ 457 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นการเรียกเก็บค่าบริการงานพิมพ์จากบริษัทแม่ และบริษัทในเครือ ประมาณ 340 ล้านบาท โดยสาเหตุที่รายได้เพิ่มขึ้นเนื่องจากในปี 2554 มีรายได้จากงานพิมพ์ให้ลูกค้าภายนอกเพิ่มขึ้น

รายได้ค่าเช่าและบริการ ในปี 2554 มีจำนวน 7 ล้านบาท ลดลง 50% จากปีก่อนที่เท่ากับ 14 ล้านบาท โดยในช่วงครึ่งปีแรกมีรายได้ค่าเช่าจากบริษัทย่อย คือ บริษัทเนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส จำกัด (NPS) ที่ WPS ถือหุ้น 99% และในเดือนมิถุนายน 2554 ได้โอนกิจการของ NPS เป็นส่วนหนึ่งของ WPS จึงไม่มีรายได้ระหว่างกันอีกต่อไป

ค่าใช้จ่าย:-

ค่าใช้จ่ายส่วนต้นทุนขายของธุรกิจบริการงานพิมพ์ ในปี 2554 เท่ากับ 370 ล้านบาท เท่ากับปีก่อน โครงสร้างของต้นทุนขายหลัก ประกอบด้วย ต้นทุนกระดาษและวัตถุดิบในการรับจ้างผลิต 45% เงินเดือนค่าจ้างส่วนงานผลิต 14% และค่าเสื่อมราคา 30%

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของธุรกิจบริการงานพิมพ์ ในปี 2554 เท่ากับ 65 ล้านบาท คิดเป็น 12% ของรายได้ โดยค่าใช้จ่ายส่วนนี้เพิ่มขึ้น 47% จากปีก่อนที่เท่ากับ 44 ล้านบาท เนื่องจากในปี 2554 ได้รวมงบการเงินของ NPS ที่มีสถานะเป็นบริษัทย่อยเต็มปี (โดย 6 เดือนแรก ถือเป็นบริษัทย่อย และ 6 เดือนหลัง ได้โอนกิจการถือเป็นส่วนหนึ่งของ WPS) ในขณะที่ปี 2553 รวมรายการของ NPS เพียง 6 เดือนหลัง

สำหรับค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเงินเดือนฝ่ายขายและบริหาร 30% ค่าเสื่อมราคา 23 % ค่าน้ำมัน 5% โดยค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ไม่แปรผันตามรายได้

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้นของธุรกิจบริการงานพิมพ์ ในปี 2554 มีผลกำไรขั้นต้น 130 ล้านบาท หรือ 26% ของรายได้จากการขายและบริการ โดยผลกำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 43 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 87 ล้านบาท โดยสาเหตุหลักของกำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากมีรายได้เพิ่มขึ้นในขณะที่สามารถควบคุมต้นทุนขายได้เท่าเดิม

กำไรสุทธิของธุรกิจบริการงานพิมพ์ ในปี 2554 มีผลกำไรสุทธิ 38 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.5 เท่าเมื่อเทียบกับปีก่อนที่มีกำไรสุทธิที่ไม่รวมรายการพิเศษเท่ากับ 11 ล้านบาท (จากปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 222 ล้านบาท ดังนั้นหากไม่รวมส่วนแบ่งผลขาดทุนจากเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียในบริษัทร่วมทุน KNP ที่ WPS ร่วมลงทุนในสัดส่วน 49% ในช่วงครึ่งปีแรกรวม จำนวน 50 ล้านบาท และกำไรจากการต่อรองราคาซื้อหุ้นใน NPS จากผู้ถือหุ้นอื่นอีกจำนวนรวม 262 ล้านบาท จะทำให้มีกำไรสุทธิ 11 ล้านบาท)

ธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง (Edutainment Business) อยู่ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัทย่อย 4 บริษัท ได้แก่ บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) หรือ NINE (NMG ถือหุ้น 78.5%) บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด หรือ NED (NINE ถือหุ้น 99.99%) และกิจการที่ควบคุมร่วมกัน คือ บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด หรือ NEE (NINE ถือหุ้น 49.9%) และบริษัท เอ็นคูปอง จำกัด (NINE ถือหุ้น 99.99%)

รายได้ :-

รายได้จากธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง ในปี 2554 ประกอบด้วยรายได้หลักจากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ เพื่อการศึกษาและหนังสือเล่ม การเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ โดยในปี 2554 รายได้รวมของทั้ง 4 บริษัท ในสายธุรกิจนี้เท่ากับ 356 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.6% จากปีก่อนที่เท่ากับ 354 ล้านบาท ทั้งนี้เทียบโดยรวมรายได้ของ NEE ซึ่งเป็นกิจการที่ควบคุมร่วมกันตามสัดส่วนการลงทุน 49.9% สำหรับรายได้หลักประกอบด้วย

รายได้จากการจำหน่ายหนังสือการ์ตูนและหนังสือเพื่อการศึกษาในบริษัท NEE มีรายได้ตามสัดส่วนการลงทุนในกิจการที่ควบคุมร่วมกันเท่ากับ 70 ล้านบาท ลดลง 17 % จากปีก่อนที่เท่ากับ 84 ล้านบาท

รายได้จากการจำหน่ายหนังสือเล่มใน NINE มีรายได้ 65 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3% จากปีก่อนที่เท่ากับ 63 ล้านบาท เนื่องจากในปีที่ผ่านมาได้ออกหนังสือใหม่ที่เป็นที่สนใจ โดยเฉพาะ Steve Jobs ในช่วงปลายปี

รายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศใน NINE มีรายได้ 89 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5% จากปีก่อนที่เท่ากับ 85 ล้านบาท

ค่าใช้จ่าย:-

ค่าใช้จ่ายส่วนต้นทุนขายของธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง รวม 4 บริษัท ในปี 2554 เท่ากับ 252 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1% จากปีก่อนที่เท่ากับ 250 ล้านบาท (คำนวณเปรียบเทียบโดยรวมค่าใช้จ่ายของ NEE ซึ่งเป็นกิจการที่ควบคุมร่วมกันตามสัดส่วนการลงทุน 49.9%) ต้นทุนขายหลักประกอบด้วยต้นทุนค่าหนังสือ รวมถึงต้นทุนการจ้างพิมพ์ ต้นทุนการผลิตต่าง ๆ ค่าลิขสิทธิ์หนังสือ และลิขสิทธิ์นักเขียน คิดเป็นสัดส่วนรวม 78% ของต้นทุนขาย ซึ่งส่วนใหญ่จะแปรผันตามรายได้ ส่วนค่าใช้จ่ายเงินเดือนฝ่ายบรรณาธิการ และฝ่ายผลิต มีสัดส่วน 8% ของต้นทุนขาย

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง ในปี 2554 เท่ากับ 76 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6% จากปีก่อนที่เท่ากับ 72 ล้านบาท โครงสร้างค่าใช้จ่ายประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเงินเดือนฝ่ายขายและบริหาร 37%, ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย 15% ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการขนส่งเดินทาง 5% โดยค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ไม่แปรผันตามรายได้

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้นของธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง ในปี 2554 มีกำไรขั้นต้น ที่รวมรายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ (แยกแสดงเป็นรายได้ค่าเช่าและบริการ) เท่ากับ 90 ล้านบาท หรือ 26 % ของรายได้รวมซึ่งลดลง 1% จากปีก่อนที่เท่ากับ 27%

กำไร (ขาดทุน) สุทธิของธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง ในปี 2554 มีผลกำไรสุทธิรวม 4 บริษัทเท่ากับ 18 ล้านบาท หรือ 5% ของรายได้รวม ทั้งนี้ลดลง 1% จากปีก่อนที่มีกำไรสุทธิรวม 21 ล้านบาท (เทียบโดยรวมกำไรสุทธิของ NEE ซึ่งเป็นกิจการที่ควบคุมร่วมกันตามสัดส่วนการลงทุน 49.9%)

สำหรับกำไรสุทธิรวม 4 บริษัท จำนวน 18 ล้านบาท มาจากกำไรของ บริษัท NINE 17 ล้านบาท เท่ากับปีก่อน ส่วนบริษัท NEE ขาดทุนสุทธิเท่ากับ -5.4 ล้านบาท โดยขาดทุนเพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่มีผลขาดทุนสุทธิ -0.3 ล้านบาท (รับรู้ตามสัดส่วนการลงทุน 49.9% ในกิจการที่ควบคุมร่วมกัน) บริษัท NED มีผลกำไรสุทธิ 4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่มีผลกำไรสุทธิ 3 ล้านบาท ส่วนบริษัท เอ็นดูปอง เนื่องจากเพิ่งเริ่มดำเนินการในปี 2554 จึงยังมีผลขาดทุนสุทธิ 0.4 ล้านบาท

ธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียง และสื่อสมัยใหม่ (Broadcasting and New Media Business)

อยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) NBC ซึ่ง ณ สิ้นปี 31 ธันวาคม 2554 NMG ถือหุ้น 61.99%

รายได้ :-

รายได้จากสายธุรกิจสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อใหม่ เท่ากับ 666 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6% จากปีก่อนที่เท่ากับ 625 ล้านบาท สำหรับรายได้ สายธุรกิจสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อใหม่ คิดเป็น 25% ของรายได้จากการขายและบริการรวมของกลุ่มบริษัทตามงบการเงินรวม ประกอบด้วยรายได้จากการขายสื่อโฆษณาและรับจ้างผลิตหรือร่วมผลิตรายการให้กับสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ทั้ง Free TV ได้แก่ ช่อง 3, ช่อง 5, ช่อง 9 และรายการที่ผ่านทีวีดาวเทียม ได้แก่ Nation Channel Mango TV ASEAN TV ช่องระงักภัย และ รายได้จากสื่อวิทยุ FM 90.5 FM 102 เป็นต้น โดยมีสัดส่วนรายได้ในธุรกิจโทรทัศน์เท่ากับ 77% ธุรกิจวิทยุ 4% และธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่ 19% ดังนี้

รายได้โฆษณาจากสื่อโทรทัศน์และวิทยุ ในปี 2554 รวมเท่ากับ 558 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15% เมื่อเทียบกับปีก่อนที่เท่ากับ 474 ล้านบาท แบ่งเป็นรายได้จากธุรกิจโทรทัศน์ในปี 2554 เท่ากับ 528 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16% จากปีก่อนที่เท่ากับ 456 ล้านบาท โดย NBC มีรายการออกอากาศทาง Nation Channel และ Free TV ที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง เช่น รายการข่าวข้นคนข่าว รายการเช้าข้นคนข่าว ทางช่อง 9 รายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ทางช่อง 3 เป็นต้น นอกจากนี้มีรายการออกอากาศทาง Mango TV และรายการใหม่ที่จะออกอากาศช่วงปลายปี 2554 คือ ASEAN TV และ ช่องระงักภัย

ส่วนรายได้จากวิทยุในปี 2554 เท่ากับ 30 ล้านบาท ใกล้เคียงปีก่อนที่เท่ากับ 31 ล้านบาท จากคลื่นวิทยุ FM 102 และ FM 90.5

รายได้จากสื่อรูปแบบใหม่ เกิดจากรายได้จากการให้บริการข่าวข้อมูลผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และธุรกิจเว็บไซต์ ของกลุ่มบริษัท และพันธมิตร ในปี 2554 รายได้กลุ่มนี้มีจำนวนรวม 108 ล้านบาท ลดลง 21% จากปีก่อนที่เท่ากับ 138 ล้านบาท เนื่องจาก NBC ได้โอนธุรกิจการบริหาร Website ของสายธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นตรงกับบริษัทเจ้าของสื่อโดยตรง อย่างไรก็ตามคาดว่าจะมีรายได้จากสื่อรูปแบบใหม่จากช่องทางใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น ได้แก่ Application ผ่าน Smart Phone, iPad, Tablet, Playbook, TV Internet Digital TV เป็นต้น

ค่าใช้จ่าย:-

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

ค่าใช้จ่ายส่วนต้นทุนการให้บริการของธุรกิจสื่อโทรทัศน์และวิทยุ ในปี 2554 รวม 401 ล้านบาท ลดลง 3% เมื่อเทียบกับปีก่อนที่เท่ากับ 391 ล้านบาท โครงสร้างของต้นทุนขายหลัก ประกอบด้วยต้นทุนการผลิตสื่อ/รายการ 50% ค่าใช้จ่ายเงินเดือนส่วนบรรณาธิการและฝ่ายผลิตเท่ากับ 29% ค่าเสื่อมราคา 6% ค่าพาหนะเดินทาง 5%

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ในปี 2554 เท่ากับ 156 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 37% จากปีก่อนที่เท่ากับ 114 ล้านบาท สาเหตุหลักที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรของ Mango TV ที่ค่าใช้จ่ายเต็มปี ส่วนปีก่อนมี 6 เดือน และในปลายปี 2554 มีรายการใหม่ คือ ASEAN TV ช่องระวีงษ์ และเริ่มมีค่าใช้จ่ายโครงการช่องรามา ที่รับจ้างผลิตให้โรงพยาบาลรามารัตนบุรี ซึ่งรายได้จะเริ่มรับในปี 2555

โครงสร้างของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายที่ไม่แปรผันตามรายได้ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเงินเดือนและสวัสดิการของฝ่ายขายและบริหาร 32% ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย 40% ส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายของการจัดกิจกรรมพิเศษ ซึ่งส่วนใหญ่ผันแปรตามรายได้การจัดโครงการพิเศษ (Below the Line)

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้น ของธุรกิจโทรทัศน์ วิทยุและสื่อรูปแบบใหม่ในนาม NBC ในปี 2554 มีกำไรขั้นต้น 265 ล้านบาท หรือเท่ากับ 40% ของรายได้ ซึ่งเพิ่มขึ้น 13% จากปีก่อนที่มีกำไรขั้นต้น 234 ล้านบาท เนื่องจากมีรายได้เพิ่มขึ้นในทุกธุรกิจ โดยเฉพาะรายได้จาก Satellite TV ทั้งโฆษณาและการรับจ้างผลิตเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าต้นทุนขายที่เพิ่มขึ้น

กำไรสุทธิ ของธุรกิจโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อรูปแบบใหม่ปี 2554 มีผลกำไรสุทธิ 86 ล้านบาท ลดลง 15% จากปีก่อนที่เท่ากับ 101 ล้านบาท

ธุรกิจรับบริการขนส่งสินค้า (Logistic Business)

อยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด หรือ NML ณ 31 ธันวาคม 2554 NMG ถือหุ้น 99.99%

รายได้ :-

รายได้จากสายธุรกิจรับบริการขนส่ง ในปี 2554 มีรายได้รวม 262 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12% เมื่อเทียบกับปีก่อนที่เท่ากับ 234 ล้านบาท แบ่งเป็นรายได้จากการให้บริการบริษัทในเครือ และบริษัทภายนอก ในสัดส่วน 60% ต่อ 40% ตามลำดับ หากไม่รวมรายการระหว่างบริษัทในเครือแล้วปี 2554 NML มีรายได้จากการรับบริการขนส่งสินค้าภายนอก 105 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 36% จากปีก่อนที่เท่ากับ 77 ล้านบาท และคิดเป็น 4% ของรายได้จากการขายและบริการตามงบการเงินรวม โดยในปี 2554 มีรายได้จากโครงการใหญ่ คือ ส่ง Catalog ให้ IKEA เป็นต้น

ค่าใช้จ่าย:-

ค่าใช้จ่ายส่วนต้นทุนขายของธุรกิจรับบริการขนส่ง ในปี 2554 รวม 247 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13% จากปีก่อนที่เท่ากับ 218 ล้านบาท เนื่องจากต้นทุนค่าน้ำมันที่เพิ่มขึ้นตามปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น โครงสร้างต้นทุนขายส่วนใหญ่คือค่าเช่ารถ ค่าน้ำมัน มีสัดส่วนรวม 69% เงินเดือนค่าจ้าง สวัสดิการของพนักงานบริการขนส่ง มีสัดส่วน 27% ของต้นทุนขาย

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ในปี 2554 เท่ากับ 17 ล้านบาท ลดลง 50% จากปีก่อน โดยมีการจัดกลุ่มประเภทค่าใช้จ่ายจากการขายและบริหารไปเป็นต้นทุนขาย สำหรับค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารส่วนใหญ่ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายเงินเดือนและสวัสดิการของฝ่ายขายและบริหารมีสัดส่วน 38%

ผลการดำเนินงาน:-

กำไรขั้นต้น ของธุรกิจรับบริการขนส่งปี 2554 มีกำไรขั้นต้น 15 ล้านบาท ลดลง 6% จากปีก่อนที่มีกำไรขั้นต้น 16 ล้านบาท เนื่องจากต้นทุนขายมีอัตราค่าเพิ่มขึ้น 13% ซึ่งเป็นสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นมากกว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้น 12%

กำไรสุทธิ ของธุรกิจรับบริการขนส่งปี 2554 มีผลขาดทุนสุทธิ 4 ล้านบาท โดยขาดทุนลดลง 17 ล้านบาท จากปีก่อนที่ขาดทุนสุทธิ 21 ล้านบาท

ฐานะการเงิน ณ 31 ธันวาคม 2554

งบดุลรวมสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2554 โดยเปรียบเทียบกับงบดุลรวม ณ 31 ธันวาคม 2553

สินทรัพย์รวม ณ 31 ธันวาคม 2554 เท่ากับ 3,753 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 47 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 3,706 ล้านบาท โดยมีรายการที่เปลี่ยนแปลงที่เป็นสาระสำคัญดังนี้

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ 31 ธันวาคม 2554 เท่ากับ 182 ล้านบาท ลดลง 58 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 240 ล้านบาท โดยรายงานดังกล่าวเป็นรายการเงินฝากธนาคารในงบดุลของ NMG 28 ล้านบาท ของกลุ่มธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง 31 ล้านบาท และธุรกิจสื่อโทรทัศน์ 86 ล้านบาท และเป็นรายการเงินฝากในบริษัทย่อย 8 บริษัทรวม 37 ล้านบาท (โดยในปี 2554 ได้รวมรายการเงินลงทุนในพันธบัตรรัฐบาลและตั๋วแลกเงิน เป็นส่วนหนึ่งของรายการเงินสดด้วย จากเดิมที่แสดงเป็นรายการเงินลงทุนชั่วคราว เนื่องจากเป็นการลงทุนที่มีระยะเวลาไม่เกิน 3 เดือน จึงถือเป็นเงินสด)

ลูกหนี้การค้า-สุทธิ (ไม่รวมลูกหนี้การค้าในกิจการที่เกี่ยวข้องกัน) เท่ากับ 695 ล้านบาท ลดลง 4% จากปีก่อนที่เท่ากับ 721 ล้านบาท โดยบริษัทมีระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยของปี 2554 เท่ากับ 96 วัน เพิ่มขึ้น 11 วัน จากปีก่อนที่เท่ากับ 85 วัน

ลูกหนี้และเงินให้กู้ยืมแก่บริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทในเครือ-สุทธิ หลังหักสำรองค่าเผ่อนหนี้สงสัยจะสูญและค่าเผ่อนสินค้านำเข้าเท่ากับ 61 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 47 ล้านบาท โดยลูกหนี้ที่เพิ่มขึ้นคือรายการลูกหนี้การค้าจากการที่ควบคุมร่วมกัน (NEE) โดยมีรายการคงค้าง 56 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้น 11 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 47 ล้านบาท

รายได้ค้างรับ เท่ากับ 107 ล้านบาท ลดลง 33 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 140 ล้านบาท รายได้ค้างรับส่วนใหญ่เกิดจากธุรกิจโทรทัศน์ที่เป็นรายการสัญญาโฆษณาที่คาบเกี่ยวระหว่างปี และยังไม่ออกใบแจ้งหนี้ นอกจากนี้ยังเกิดจากรายได้โครงการจากการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ ซึ่งมีการให้บริการบางส่วนแล้ว แต่จะออกใบแจ้งหนี้เมื่อเสร็จสิ้นโครงการ

สินค้าคงเหลือ เท่ากับ 248 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 230 ล้านบาท รายการสินค้าคงเหลือประกอบด้วย รายการสินค้าสำเร็จรูปของธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง จำนวน 147 ล้านบาท และรายการวัตถุดิบหลักคือ Newsprint ใน NMG 101 ล้านบาท ทั้งนี้เมื่อคำนวณระยะเวลาเก็บวัตถุดิบ เฉพาะ Newsprint ณ 31 ธันวาคม 2554 เท่ากับ 90 วัน เพิ่มขึ้น 7 วันจากปีก่อนที่เท่ากับ 83 วัน ทั้งนี้คำนวณจากส่วนของต้นทุนขายเฉพาะที่เป็นต้นทุนกระดาษ และต้นทุนการพิมพ์ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วน 25% ของต้นทุนขายรวม แต่หากคำนวณต้นทุนขายและสินค้าคงเหลือตามงบการเงินรวม จะมีระยะเวลาการขายสินค้าคงเหลือเท่ากับ 53 วัน ลดลง 3 วันจากปีก่อนที่เท่ากับ 56 วัน

สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น เท่ากับ 319 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 160 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 159 ล้านบาท

สินทรัพย์หมุนเวียนอื่นประกอบด้วย รายการภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่าย 59 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า 35 ล้านบาท ภาษีซื้อที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ 41 ล้านบาท เงินทดลองจ่ายพนักงาน 9 ล้านบาท และลูกหนี้อื่นสุทธิจากค่าเผ่อนหนี้สงสัยจะสูญ 167 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรายการลูกหนี้บริษัทเนชั่น ยู หรือ มหาวิทยาลัยเนชั่น ที่บริษัทได้ทดลองจ่ายในการปรับปรุงสถานศึกษาก่อนรับโอนใบอนุญาตอย่างเป็นทางการ

เงินลงทุนในหุ้นทุนของบริษัทร่วม กิจการที่เกี่ยวข้องกัน และบริษัทอื่น รวม เท่ากับ 47 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 43 ล้านบาท รายการนี้ประกอบด้วยรายการเงินลงทุนในบริษัทร่วม คือ บริษัทโยมิอูริ เนชั่น อินฟอเมชัน เซอร์วิส จำกัด รวม 27 ล้านบาท และเงินลงทุนในบริษัทที่เกี่ยวข้องกันอื่นประมาณ 5 บริษัท รวม 63 ล้านบาท ซึ่งได้ตั้งค้อยค่าเงินลงทุนดังกล่าวแล้วตั้งแต่ปี 2546-2550 รวม 62 ล้านบาท คงเหลือเป็นเงินลงทุนสุทธิแสดงในงบการเงิน 1 ล้านบาท นอกจากนี้ยังมีเงินลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ฯ หลายบริษัท เพื่อประโยชน์ในการเข้าหาแหล่งข่าวรวม 20 ล้านบาท

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ สุทธิ เท่ากับ 1,748 ล้านบาท ลดลง 93 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 1,841 ล้านบาท โดยลดลง จากค่าเสื่อมราคาระหว่างปี สำหรับรายการที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ส่วนใหญ่เป็นรายการของบริษัทย่อยกลุ่มธุรกิจให้บริการงานพิมพ์ จำนวน 1,100 ล้านบาท (63%) และเป็นของ NMG จำนวน 489 ล้านบาท (28%)

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน เท่ากับ 107 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13 ล้านบาท จากปีก่อน 94 ล้านบาท ประกอบด้วยสินทรัพย์ประเภทโปรแกรมสำเร็จรูป ที่ใช้งานทางด้านบัญชีการเงิน ระบบการจองหน้าโฆษณา ระบบการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ โครงการห้องสมุด Digital ระบบ Work Flow เป็นต้น

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น เท่ากับ 235 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 49 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 186 ล้านบาท เนื่องจากในระหว่างปีมีรายการโอนรายการภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่ายที่ครบกำหนดขอคืนเกินกว่า 1 ปี จากรายการสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่นมาเป็นรายการไม่หมุนเวียน โดยภาษีเงินได้ถูกหัก ณ ที่จ่าย เท่ากับ 189 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 35 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 154 ล้านบาท นอกจากนี้ประกอบด้วยรายการสินค้าแลกเปลี่ยนบริการ 12 ล้านบาท ค่าสิทธิสมาชิกสนามกอล์ฟ 10 ล้านบาท เงินมัดจำ 12 ล้านบาท เป็นต้น

หนี้สินรวม เท่ากับ 2,452 ล้านบาท ลดลง 3 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 2,455 ล้านบาท โดยสรุปรายการที่เปลี่ยนแปลงที่มีสาระสำคัญดังนี้

เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เท่ากับ 763 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 110 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 653 ล้านบาท สาเหตุที่เพิ่มขึ้นมาจากหนี้สินประเภทตั๋วสัญญาใช้เงิน

เจ้าหนี้การค้า เท่ากับ 168 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 11 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 157 ล้านบาท เมื่อดำเนินการระยะเวลาชำระหนี้ในปี 2554 เท่ากับ 68 วัน ลดลง 1 วันจากปีก่อนที่เท่ากับ 69 วัน

เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินรวม เท่ากับ 677 ล้านบาท ลดลง 311 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 988 ล้านบาท โดยสาเหตุที่ลดลงเนื่องจากการชำระคืนเงินกู้ตามกำหนด สำหรับเงินกู้ระยะยาว ณ 31 ธันวาคม 2554 ประกอบด้วยวงเงิน ดังนี้

- วงเงินตามสัญญาเงินให้กู้ร่วมกับสถาบันการเงินในประเทศ 3 แห่ง ณ 31 ธันวาคม 2554 คงเหลือ 393.1 ล้านบาท คงเหลือระยะเวลาเงินกู้อีก 2 ปี มีกำหนดชำระคืนเป็นรายเดือนในปี 2555-2556 ทั้งนี้บริษัทจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ในสัญญาเงินกู้ โดยมีเงินต้นที่จะครบกำหนดชำระคืนภายใน 1 ปี เท่ากับ 169.50 ล้านบาท

- วงเงินตามสัญญาเงินให้กู้ร่วมกับสถาบันการเงินในประเทศ 2 แห่ง ที่บริษัทได้ทำสัญญาเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2553 จำนวนเงิน 240 ล้านบาท กำหนดชำระคืนเป็นรายเดือนรวม 48 งวด สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2556 โดย ณ 31 ธันวาคม 2554 คงเหลือ 120.2 ล้านบาท ทั้งนี้บริษัทจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ในสัญญาเงินกู้ โดยมีเงินต้นที่จะครบกำหนดชำระคืนภายใน 1 ปี เท่ากับ 51.5 ล้านบาท

- วงเงินของบริษัทย่อย WPS ตามสัญญาเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินในประเทศ 2 แห่ง ประกอบด้วยเงินกู้ระยะยาว 4 ปี จำนวน 300 ล้านบาท กำหนดชำระคืนเป็นรายเดือนในจำนวนเงินที่แตกต่างกันตั้งแต่ 6-12 ล้านบาท สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2555 ณ 31 ธันวาคม 2554 คงเหลือ 94.9 ล้านบาท ซึ่งทั้งหมดจะครบกำหนดงวดสุดท้ายในเดือน ธันวาคม 2555 และ อีกวงเงินเป็นเงินกู้ระยะ 3 ปี จำนวน 70 ล้านบาท กำหนดชำระคืนเป็นรายเดือนในจำนวนเงินที่แตกต่างกันตั้งแต่ 1.2-2.9 ล้านบาท สิ้นสุด กรกฎาคม 2557 ณ 31 ธันวาคม 2554 คงเหลือ 64 ล้านบาท

หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าการเงิน ณ 31 ธันวาคม 2554 คงค้าง 67 ล้านบาท ลดลง 27 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 94 ล้านบาท โดยเป็นสัญญาเช่าเครื่องจักรของบริษัทย่อย WPS ที่ชำระค่าเช่าเป็นรายเดือนในจำนวนเงินที่แตกต่างกันเดือนละ 2.2 - 2.7 ล้านบาท สิ้นสุดกุมภาพันธ์ 2557 โดยแบ่งส่วนที่ครบกำหนดชำระภายใน 1 ปีรวม 30 ล้านบาท และส่วนที่เกิน 1 ปี รวม 37 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย คงค้าง ณ 31 ธันวาคม 2554 เท่ากับ 230 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 55 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 175 ล้านบาท โดยเป็นรายการใน NMG 130 ล้านบาท และของบริษัทย่อย 100 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นรายการค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นแล้ว แต่มีกำหนดจ่ายหลังวันสิ้นปี เช่น รายการค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมพิเศษในช่วงปลายปี ซึ่งบางโครงการได้เตรียมค่าใช้จ่ายไว้แล้ว แต่ต้องเลื่อนจากเหตุอุทกภัย นอกจากนี้ยังประกอบด้วย รายการเงินสมทบประกันสังคมค้างจ่าย รายการเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพค้างจ่าย รายการดอกเบี้ยค้างจ่าย เป็นต้น

หนี้สินหมุนเวียนอื่น คงค้าง ณ 31 ธันวาคม 2554 เท่ากับ 324 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 87 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 237 ล้านบาท สาเหตุที่เพิ่มขึ้นเกิดจากรายการเงินรับล่วงหน้าเท่ากับ 165 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 70 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 95 ล้านบาท นอกจากนี้ประกอบด้วยรายการหลักได้แก่ ภาษีขายที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ 87 ล้านบาท เจ้าหนี้อื่น 23 ล้านบาท เจ้าหนี้กรมสรรพากร 10 ล้านบาท เงินมัดจำ และอื่น ๆ รวม 39 ล้านบาท

ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน คงค้าง ณ 31 ธันวาคม 2554 เท่ากับ 96 ล้านบาท โดยเป็นรายการของ NMG เท่ากับ 30 ล้านบาท และของบริษัทย่อยรวม 66 ล้านบาท ทั้งนี้เป็นรายการที่บริษัทต้องปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 19 เรื่องผลประโยชน์พนักงานที่เริ่มบังคับใช้ตั้งแต่ 1 มกราคม 2554

หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น คงค้าง ณ 31 ธันวาคม 2554 เท่ากับ 121 ล้านบาท ลดลง 9 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 130 ล้านบาท โดยรายการหลักเป็นรายการเงินกู้ยืมระยะยาวจากบริษัทอื่น 118 ล้านบาท ที่บริษัทได้ทำบันทึกข้อตกลงกับบริษัทในประเทศแห่งหนึ่ง เพื่อให้โฆษณาและบริการ โดยได้ให้บริษัทกู้เงินจำนวน 150 ล้านบาท และจะจ่ายเงินกู้โดยนำมาหักจากเงินรับค่าโฆษณาสุทธิ โดยในปี 2554 ได้จ่ายเงินกู้รวม 32 ล้านบาท

ขาดทุนสะสม เท่ากับ 630 ล้านบาท โดยขาดทุนสะสมลดลง 26 ล้านบาท จากปีก่อนที่มีผลขาดทุนสะสม 656 ล้านบาทมาจากรายการกำไรสุทธิในปี 2554 จำนวน 104 ล้านบาท แต่มีรายการปรับปรุงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายบัญชีที่ต้องปรับกับขาดทุนสะสมยกมาเพิ่มขึ้น -78 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 1,301 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 50 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 1,251 ล้านบาท เกิดจาก กำไรสุทธิของปี 2554 จำนวน 147 ล้านบาท และกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น 4 ล้านบาท และรายการปรับปรุงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายบัญชี -85 ล้านบาท และรายการจ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นอื่นที่ไม่มีส่วนได้เสียในการควบคุมบริษัทย่อย -27 ล้านบาท และการได้มาซึ่งส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมโดยอำนาจควบคุมไม่เปลี่ยนแปลง 11 ล้านบาท

สำหรับโครงสร้างส่วนของผู้ถือหุ้น 1,301 ล้านบาท ประกอบด้วย หุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว 1,648 ล้านบาท รายการส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญของบริษัทย่อย (NINE, NBC) รวม 76 ล้านบาท องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น (การเปลี่ยนแปลงในมูลค่ายุติธรรมของเงินลงทุน) 2 ล้านบาท ขาดทุนสะสม -630 ล้านบาท และ ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย 205 ล้านบาท

ภาระผูกพันและภาระหนี้สินที่อาจเกิดขึ้น ณ 31 ธันวาคม 2554 กลุ่มบริษัทมีภาระผูกพันตามสัญญารวม 368 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 69 ล้านบาท จากปีก่อนที่เท่ากับ 299 ล้านบาท ประกอบด้วย สัญญาเช่าและบริการสำนักงานในระยะเวลา 2 ปี สิ้นสุดเมษายน 2554 และกลุ่มบริษัทสามารถต่ออายุได้อีก 1 ปี ภายใต้เงื่อนไขเดิม และมีส่วนของบริษัทย่อยที่ทำสัญญาซื้อขายต่างประเทศ สัญญาบริการส่งสัญญาณโทรทัศน์ดาวเทียม 10 ปี สัญญาเช่าคลังสินค้า รวม 4 สัญญา ทำให้กลุ่มบริษัทมีภาระผูกพัน จำนวน 267 ล้านบาท แบ่งเป็นส่วนที่ครบภายใน 1 ปี 49 ล้านบาท ส่วนที่เกิน 1 ปีแต่ไม่เกิน 5 ปี จำนวน 146 ล้านบาท และส่วนที่เกิน 1 ปี รวม 73 ล้านบาท

นอกจากนี้บริษัทยังมีภาระผูกพันในสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนของการนำเข้ากระดาษจากต่างประเทศ กับธนาคารในประเทศหลายแห่งรวม 36 ล้านบาท

เงินลงทุนระยะยาวในหุ้นของบริษัทร่วม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554

หน่วย : พันบาท

	บริษัทร่วม	การถือหุ้น	ทุนชำระแล้ว	จำนวนเงินลงทุน	กำไร (ขาดทุน) เงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย	มูลค่าเงินลงทุน 31 ธ.ค. 2554
NMG	บริษัท โยมิอูริ - เนชั่น อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด	45.00 %	4,000	1,800	24,731	26,531
	รวม					26,531

งบกระแสเงินสดรวม ณ 31 ธันวาคม 2554

งบกระแสเงินสดประจำปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2554 บริษัทมีเงินสดที่ได้มาจากกิจกรรมดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานเท่ากับ 543 ล้านบาท ลดลง 14 ล้านบาทจากปีก่อนที่เท่ากับ 557 ล้านบาทเนื่องจากผลการดำเนินงานของธุรกิจภาพยนตร์มีรายได้ลดลงจากปีก่อน 2% แต่ขณะเดียวกันก็สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายให้ลดลงได้ 1% เช่นกัน

เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน ในปี 2554 มาจากรายการกำไรสุทธิ 147 ล้านบาท กระทบรายการที่ไม่ใช่เงินสด และรายการที่ไม่ใช่กิจกรรมดำเนินงานดังนี้

- บวกกลับด้วยค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่เงินสด รวม 240 ล้านบาท ประกอบด้วย ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย 229 ล้านบาท ขาดทุนจากการจำหน่ายสินทรัพย์ 4 ล้านบาท หนี้สงสัยจะสูญ 7 ล้านบาท
- ปรับปรุงรายการที่ไม่ใช่กิจกรรมดำเนินงาน รวม 163 ล้านบาท ประกอบด้วย รายการบวกกลับต้นทุนทางการเงิน 120 ล้านบาท รายการหักดอกเบี้ยรับ 3 ล้านบาท รายการบวกภาษีเงินได้ 46 ล้านบาท
- หักรายได้หรือกำไรที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานรวม 6 ล้านบาท ได้แก่ ส่วนแบ่งกำไรสุทธิจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม 0.07 ล้านบาท การกลับรายการขาดทุนจากสินค้าสามัญ 6 ล้านบาท

เมื่อปรับปรุงรายการดังกล่าวข้างต้น กลุ่มบริษัทมีเงินสดคงเหลือจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานรวม 543 ล้านบาท เมื่อกระทบกับรายการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานที่เป็นรายการเงินสดใช้ไปรวม -196 ล้านบาท และเป็นรายการได้รวม +189 ล้านบาท จะทำให้คงเหลือเงินสดจากการดำเนินงานก่อนจ่ายดอกเบี้ยและภาษีเท่ากับ 536 ล้านบาท เมื่อหักรายการดอกเบี้ยจ่าย 120 ล้านบาท และการจ่ายภาษีเงินได้รวม 60 ล้านบาท จะคงเหลือเงินสดสุทธิที่ได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน 357 ล้านบาท

เงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน ในปี 2554 บริษัทมีเงินสดใช้ไปในกิจกรรมลงทุนสุทธิ 153 ล้านบาท โดยรายการหลักเป็นรายการได้มาของทรัพย์สินที่ NBC ได้ลงทุนในอุปกรณ์เกี่ยวกับธุรกิจโทรทัศน์และสื่อสมัยใหม่

นอกจากนี้ในระหว่างปี 2554 บริษัทและบริษัทย่อยได้ซื้อสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนรวม 56 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นรายการลิขสิทธิ์ในสิ่งพิมพ์และอื่น ๆ ของธุรกิจสิ่งพิมพ์เพื่อการศึกษาและบันเทิง นอกจากนี้ยังประกอบด้วยรายการสินทรัพย์ประเภทโปรแกรมสำเร็จรูป ที่ใช้งานทางด้านบัญชีการเงิน ระบบการจองหน้าโฆษณา ระบบการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ ระบบ Work Flow เป็นต้น

เงินสดสุทธิจากกิจกรรมการจัดหาเงิน ในปี 2554 บริษัทมีเงินสดสุทธิที่ใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินเท่ากับ 381 ล้านบาท โดยในระหว่างปีได้ใช้เงินเพื่อชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวตามข้อตกลงแก่สถาบันการเงินรวม 349 ล้านบาท คืนหนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน 27 ล้านบาท ชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวในบริษัทอื่น 9 ล้านบาท ในขณะที่เดียวกันได้ใช้เงินกู้ยืมระยะสั้นเพิ่ม 110 ล้านบาท และมีเงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะยาวในบริษัทย่อย 32 ล้านบาท บริษัทย่อยจ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อย 27 ล้านบาท

รวมกระแสเงินสดที่ได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน, กิจกรรมลงทุน, และกิจกรรมการจัดหาเงิน สำหรับปี 2554 มีจำนวนลดลงสุทธิ 59 ล้านบาท เมื่อรวมเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นปี 2554 จำนวน 240 ล้านบาท ทำให้มี เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ 31 ธันวาคม 2554 เท่ากับ 182 ล้านบาท

การเปลี่ยนแปลงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

สำหรับผลการดำเนินงานตามงบการเงินรวมปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2554

1. อัตราส่วนสภาพคล่อง ได้แก่

อัตราส่วนสภาพคล่อง ณ 31 ธันวาคม 2554 เท่ากับ 0.87 เท่า ลดลง 0.11 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 0.98 เท่า เนื่องจากหนี้สินระยะสั้นเพิ่มขึ้น 289 ล้านบาท ในขณะที่สินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้นเพียง 84 ล้านบาท ส่วนอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว ณ 31 ธันวาคม 2554 เท่ากับ 0.47 เท่า ลดลง 0.14 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 0.61 เท่า อย่างไรก็ตามแม้ว่าบริษัทจะมีอัตราส่วนสภาพคล่องลดลง บริษัทก็มีแผนที่จะ Refinance เงินกู้ระยะสั้นเป็นเงินกู้ระยะยาว

Cash Cycle ในปี 2554 บริษัทมีระยะเวลาหมุนเวียนของเงินสดเท่ากับ 81 วัน เพิ่มขึ้น 9 วัน จากปีก่อนที่เท่ากับ 72 วัน ประกอบด้วยระยะเวลาในการเก็บหนี้ 96 วัน เพิ่มขึ้น 11 วัน จากปีก่อนที่เท่ากับ 85 วัน ส่วนระยะเวลาในการขายสินค้า เท่ากับ 53 วัน ลดลง 3 วันจากปีก่อนที่เท่ากับ 56 วัน ในขณะที่ระยะเวลาระงับหนี้ เท่ากับ 68 วัน ลดลง 1 วัน จากปีก่อนที่เท่ากับ 69 วัน

2. อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร

อัตรากำไรขั้นต้น ปี 2554 เท่ากับ 38.06% เพิ่มขึ้น 0.74% จากปีก่อนที่เท่ากับ 37.32% แม้ว่ารายได้จะลดลง 2% จากปีก่อน แต่บริษัทสามารถควบคุมต้นทุนผันแปรหลัก คือวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตหนังสือพิมพ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนค่าใช้จ่ายเงินเดือน และสวัสดิการของฝ่ายผลิต และฝ่ายบรรณาธิการที่ผลิต Contents เป็นค่าใช้จ่ายคงที่ โดยต้นทุนขายลดลงในสัดส่วนที่มากกว่ารายได้ โดยต้นทุนขายลดลง 4% จากปีก่อน เป็นผลให้กำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน

อัตรากำไรจากการดำเนินงานในปี 2554 เป็นผลกำไรจากการดำเนินงานเท่ากับ 6.00% ลดลง 0.97% จากปีก่อนที่มีผลกำไรจากการดำเนินงาน 6.97% ทั้งนี้หากรวมรายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศอีก 88 ล้านบาท ซึ่งแสดงรวมอยู่ในรายได้ค่าเช่าและบริการ จะมีอัตรากำไรจากการดำเนินงาน 9.03% ลดลง 0.88% จากปีก่อนที่เท่ากับ 9.91%

อัตราส่วนเงินสดก่อนการเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนต่อการทำกำไร เท่ากับ 19.43% เพิ่มขึ้น 1.18% จากปีก่อนที่เท่ากับ 18.25% เนื่องจากเงินสดคงเหลือจากการดำเนินงานในปี 54 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน

อัตรากำไรจากการดำเนินงานก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ จำนวนจากกำไรหรือขาดทุนสุทธิที่ไม่รวมรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ ได้แก่ สรรองหนี้สงสัยจะสูญ 7 ล้านบาท ขาดทุนจากการจำหน่ายสินทรัพย์ 4 ล้านบาท กลับรายการสำรองสินค้าล้าสมัย 6 ล้านบาท ทำให้เมื่อคำนวณวิธีดังกล่าว ในปี 2554 บริษัทจะมีกำไรก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ 109 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2 ล้านบาท จากปีก่อนที่มีกำไร 107 ล้านบาท (รายละเอียดแสดงในตารางสรุปงบการเงินรวม) โดยมีอัตรากำไรก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติเท่ากับ 3.91% เพิ่มขึ้น 0.42% จากปีก่อนที่เท่ากับ 3.49%

อัตราผลตอบแทนก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ปี 2554 เท่ากับ 8.42% ลดลง 0.1% จากปีก่อนที่เท่ากับ 8.52% เนื่องจากบริษัทมีกำไรก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 2 ล้านบาท และจากส่วนของผู้ถือหุ้นที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 50 ล้านบาท

3. อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

อัตราผลตอบแทนก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ ต่อสินทรัพย์ของ ปี 2554 เท่ากับ 2.94% ลดลง 0.1% จากปีก่อนที่เท่ากับ 3.04% ส่วนอัตราผลตอบแทนก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติต่อสินทรัพย์ถาวรเท่ากับ 18.84% ลดลง 11.96% จากปีก่อนที่เท่ากับ 21.40% ส่วนอัตราหมุนของสินทรัพย์เท่ากับ 0.75 เท่า ลดลง 0.12 เท่า จากปีก่อนที่เท่ากับ 0.87 เท่า

4. อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน

อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Total Liabilities to Equity Ratio) ณ 31 ธันวาคม 2554 เท่ากับ 1.89 เท่า ลดลง 0.07 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 1.96 เท่า เนื่องจากส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 50 ล้านบาท และด้วยเหตุผลเดียวกันทำ

ให้ บริษัทมี อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น หรือ **Debts to Equity Ratio** ณ 31 ธันวาคม 2554 เท่ากับ 1.16 เท่า ลดลง 0.23 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 1.39 เท่า

อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ยในปี 2554 เท่ากับ 5.92 เท่า ลดลง 0.55 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 6.47 เท่า เนื่องจากปี 2554 บริษัทมีค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 7.8 ล้านบาท จากผลของต้นทุนอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ยของบริษัท เพิ่มขึ้น 0.5% เมื่อเทียบกับปีก่อน และด้วยเหตุผลเดียวกันทำให้ อัตราส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ย ก่อนภาษี และก่อนรายการที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงานปกติ ต่อดอกเบี้ยจ่าย เท่ากับ 2.61 เท่า ลดลง 0.38 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 2.99 เท่า

อัตราส่วนความสามารถในการชำระภาระผูกพัน เท่ากับ 1.05 เท่า เพิ่มขึ้น 0.34 เท่าจากปีก่อนที่เท่ากับ 0.71 เท่า เนื่องจากในปีที่ผ่านมามีรายการจ่ายลงทุนลดลงมากเมื่อเทียบกับปีก่อน

ความเหมาะสมของโครงสร้างทางการเงิน

ณ 31 ธันวาคม 2554 บริษัทมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วเท่ากับ 1,648 ล้านบาท ขาดทุนสะสมยกมา -657 ล้านบาท รวมผลกำไรสุทธิของปี 2554 จำนวน 104 ล้านบาท ปรับปรุงรายการผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายบัญชี -78 ล้านบาท คงเหลือเป็นขาดทุนสะสมสิ้นปี เท่ากับ -630 ล้านบาท และรายการองค์ประกอบอื่นในส่วนของผู้ถือหุ้น (เดิมคือรายการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าสุทธิของเงินลงทุน) 3 ล้านบาท และมีส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญของบริษัทย่อย +76 ล้านบาท ทำให้ ณ 31 ธันวาคม 2554 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นสุทธิเท่ากับ 1,096 ล้านบาท เมื่อรวมส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย 205 ล้านบาท จะทำให้ส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเป็น 1,301 ล้านบาท โดยมีอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 1.89 เท่า และ D/E Ratio เท่ากับ 1.16 เท่า

บริษัทมีหนี้สินรวม 2,452 ล้านบาท แบ่งเป็นส่วนของหนี้สินหมุนเวียน และหนี้สินระยะยาว จำนวน 1,861 ล้านบาท และ 592 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วน 76% ต่อ 24% ใกล้เคียงกับปีก่อน

โดย ณ 31 ธันวาคม 2554 จากงบการเงินรวม บริษัทมีเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินจำนวน 763 ล้านบาท เงินกู้ระยะยาวจำนวน 677 ล้านบาท หนี้สินภายใต้สัญญาเช่าการเงิน 67 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นส่วนที่ครบกำหนดชำระภายใน 31 ธันวาคม 2555 รวม เท่ากับ 369 ล้านบาท และส่วนที่ถึงกำหนดชำระตั้งแต่ปี 2556-2557 เท่ากับ 375 ล้านบาท

ผลกระทบของบริษัทย่อย บริษัทร่วม ต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท

ตั้งแต่ไตรมาส 4 ปี 2553 กลุ่มบริษัทได้ปรับโครงสร้างทางธุรกิจและการบริหารโดยได้แยกสายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย เป็นบริษัทย่อย ชื่อบริษัท กรุงเทพธุรกิจมีเดีย จำกัด หรือ KTM และ แยกสายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย เป็นบริษัทย่อยชื่อบริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด หรือ KMM เช่นเดียวกับการที่แยกแยกบริษัท 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 และกรรมการผู้อำนวยการที่มีความเชี่ยวชาญในสายธุรกิจนั้นๆ ในขณะที่ฝ่ายขาย และฝ่ายสนับสนุนอื่นๆ จะถูกรวมกันไว้ที่บริษัทแม่ เพื่อสร้างสรรคประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า

สำหรับโครงสร้างรายได้ในปี 2554 รายได้ส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทยังคงมีสัดส่วนใกล้เคียงปีก่อนโดยประมาณ 63% เป็นรายได้จากธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในนาม NMG NNN KTM และ KMM และมีรายได้จากบริษัทย่อยในกลุ่มธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง 5% รายได้จากกลุ่มธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียงและสื่อสมัยใหม่ รวม 25% ธุรกิจบริการรับงานจ้างพิมพ์ 3% และธุรกิจรับบริการการขนส่งสินค้า 4%

ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงในฐานะการเงินหรือการดำเนินงานของบริษัทย่อย บริษัทร่วม จึงมีลักษณะการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และบริษัทยังคงถือหุ้นใหญ่มากกว่า 60% จึงถือว่ามีความสามารถในการบริหารจัดการก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทได้

ปัจจัยและอิทธิพลหลักที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือฐานะการเงินในอนาคต

1. สภาพเศรษฐกิจโดยรวม

ปี 2554 เป็นปีที่เกิดเหตุการณ์สำคัญๆ ที่สร้างความหวุ่นวิตกไปทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาภัยพิบัติธรรมชาติ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกในปี 2554 และจะยืดเยื้อส่งผลถึงเศรษฐกิจในปี 2555 ด้วย เหตุการณ์สำคัญได้แก่

วิกฤตการณ์การเงินในยุโรป : มูลค่าหนี้สินมหาศาลของหลายรัฐบาล บีบคั้นระบบการเงินของยุโรปให้ชวนเซ และถล่มทับเศรษฐกิจโลก โปรตุเกส กรีซ และไอร์แลนด์ ต้องพึ่งพามาตรการกู้เงินเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจ นักลงทุนต่างวิตกกังวลว่า อีกหลายประเทศที่มีหนี้สินกองโตกว่า เช่น สเปนและอิตาลี จะเข้าโครงการขอความช่วยเหลือด้านการเงินเช่นกัน บรรดาธนาคารและนักลงทุน ต่างเฝ้าจับตาดูความพยายามคืนรอนอย่างหนักของผู้นำการเมืองและการเงินในยุโรป เพื่อป้องกันไม่ให้กลุ่มประเทศที่ใช้เงินยูโร หรือยูโรโซน ที่มีสมาชิก 17 ชาติ ตกเป็นเสี่ยง

เศรษฐกิจสหรัฐแย่ต่อเนื่อง 4 ปี : แม้ภาวะเศรษฐกิจถดถอยรุนแรง หรือที่เรียกว่า เกรท รีเซสชัน อาจปิดฉากลงแล้ว แต่การฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ยังคงน่าผิดหวังต่อเนื่อง สำหรับในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2554 อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจประจำปี อยู่ที่แค่ร้อยละ 0.9 เท่านั้น การเติบโตดีขึ้นเป็นร้อยละ 2 ในช่วงไตรมาสที่ 3 และคาดว่าจะขยับขึ้นเป็นร้อยละ 3 ในไตรมาสที่ 4 แต่ผ่านพ้นไป 2 ปีครึ่ง หลังจากที่นักเศรษฐศาสตร์ฟันธงว่า ภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจสิ้นสุดลงแล้ว แต่ชาวอเมริกัน 25 ล้านคน ยังคงตกงาน หรือยังไม่สามารถหางานแบบเต็มเวลาทำได้ อย่างไม่รู้จบ อัตราการว่างงานลดลงจากร้อยละ 9 ในเดือนตุลาคม มาอยู่ที่ร้อยละ 8.6 ในเดือนพฤศจิกายน ซึ่งถือว่าเป็นสัญญาณแห่งความหวังที่มีแสงส่องรำไรอยู่บ้าง แต่กระนั้นก็ตาม ตลาดที่อยู่อาศัย ยังคงเป็นหนามขอกอรัฐบาลจากปัญหาการเพิกถอนสิทธิการจำนอง และราคาที่ตกลงในพื้นที่ของเมืองใหญ่หลายแห่ง เพราะฉะนั้น ประเด็นการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ จึงกลายเป็นประเด็นหลักในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งสำหรับผู้สมัครชิงตำแหน่งประธานาธิบดีในปี 2555

แผ่นดินไหวในญี่ปุ่น : เหตุการณ์แผ่นดินไหวและคลื่นยักษ์สึนามิ ที่ทำให้เตาปฏิกรณ์นิวเคลียร์ในโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ฟูกูชิมะ ไดอิจิ ของบริษัทโตเกียว อิเล็กทริก เพาเวอร์ โค. หรือเทปโก ได้รับความเสียหาย สารกัมมันตรังสีรั่วไหล ทำให้บรรดาบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และโรงงานต่าง ๆ กว้างพื้นที่อยู่ใกล้กับ โรงไฟฟ้างังกล่าว ต้องงดการผลิตและปิดโรงงาน บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โตโยต้า และฮอนด้า 2 ยักษ์ใหญ่ด้านยานยนต์ ได้รับผลกระทบหนักที่สุด โดยเฉพาะรถยนต์ไฮบริด ไม่มีรถส่งดีลเลอร์ ลดการขาย และทำให้ราคาสินค้าขายปลีกปรับตัวสูงขึ้น นับเป็นอุบัติเหตุนิวเคลียร์ที่เลวร้ายที่สุดตั้งแต่โรงไฟฟ้านิวเคลียร์เชอร์โนบีล ในยูเครนระเบิด ในปี 2529 ซึ่งทำให้ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกต้องหันมาทบทวนโรงไฟฟ้าพลังงานนิวเคลียร์กันใหม่

ราคาน้ำมันพุ่งสูงทำลายสถิติ : ราคายาขปลีกน้ำมัน เฉลี่ย 3.53 ดอลลาร์สหรัฐต่อแกลลอน ทะยานทำลายสถิติเมื่อปี 2551 ซึ่งอยู่ที่ 3.24 ดอลลาร์ต่อแกลลอน ส่งผลต่ออุตสาหกรรมและความเป็นอยู่ของประชาชนทั่วไป ทำให้ประชาชนต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิต ด้วยการขับรถน้อยลง และหันมาใช้รถยนต์ประหยัดน้ำมันมากขึ้น แต่ก็ยังไม่เพียงพอที่จะชดเชยราคาน้ำมันที่พุ่งสูงขึ้น

สำหรับประเทศไทยมหาอุทกภัยในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2554 ส่งผลกระทบอย่างหนักทำให้เศรษฐกิจไทยหดตัว 9% เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีก่อน และเมื่อเทียบกับไตรมาส 3/2554 หดตัวลงถึง 10.7% ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทยระบุว่า นับเป็นการทรุดตัวไตรมาสเทียบไตรมาสในอัตราที่รุนแรงที่สุดนับตั้งแต่ปี 2536 จากเดิมที่คาดการณ์ว่าจีดีพีไตรมาส 4/2554 จะขยายตัว 5% แต่ผลกระทบน้ำท่วมทำให้จีดีพีติดลบ 14% ดังนั้น ซึ่งทำให้ผลกระทบน้ำท่วมปี 2554 มากกว่าที่คาดการณ์ไว้ อย่างไรก็ตาม จีดีพีปี 2554 ขยายตัวเพียง 0.1% แต่ สศช. ธนาคารแห่งประเทศไทย และหน่วยงานประมาณการเศรษฐกิจหลายแห่งเชื่อว่า แรงส่ง (momentum) ของเศรษฐกิจจะไม่แผ่วลง โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติคาดว่า ปี 2554 เศรษฐกิจไทยจะขยายตัว ที่ร้อยละ 1.5 เทียบกับปี 2553 ที่ขยายตัวร้อยละ 7.8 และประมาณการแนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2555 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 4.5-5.5

แม้ในปี 2554 การใช้จ่ายภาคเอกชนจะไม่น่ากังวล เนื่องจากทั้งผู้บริโภคและผู้ลงทุนประสบกับปัญหาน้ำมันแพง เงินเฟ้อสูง ดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น ตลอดจนปัญหาความไม่แน่นอนทางการเมือง แต่ปัจจัยบวกที่ช่วยผลักดันเศรษฐกิจไทยในปี 2555 ได้แก่ เศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าทั้งสหรัฐ และญี่ปุ่น ที่ฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องทำให้การส่งออกจะกลับมาขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้เพิ่มขึ้น สถานการณ์ทางการเมืองที่เริ่มมีเสถียรภาพจะเพิ่มความน่าเชื่อถือต่อเศรษฐกิจ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและนักลงทุน อุปสงค์น้ำมันจะเพิ่มขึ้นจากเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัวขึ้น ปัจจัยที่จะเป็นตัวแปรสำคัญในการช่วยสนับสนุนการขยายตัวของเศรษฐกิจในปี 2555 ได้แก่ การใช้จ่ายภาคสาธารณะ ถึงแม้สัดส่วนจะไม่สามารถทดแทนการส่งออกที่หดตัวไปจากเศรษฐกิจโลก ซึ่งยังไม่สามารถฟื้นตัวกลับมาเหมือนเดิม แต่จะช่วยดึงดูดการลงทุนภาคเอกชน และดึงดูดการใช้จ่ายภาคเอกชนให้ฟื้นตัวกลับขึ้นมาได้ แม้ภาวะเงินเฟ้อจะมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นตามราคาน้ำมันและค่าเงินบาทที่แข็งขึ้น แต่เสถียรภาพเศรษฐกิจในปี 2555 ไม่น่าวิตก ด้วยอัตราการว่างงานอยู่ในระดับต่ำมาก ไม่ถึง 2% อีกทั้งหนี้สาธารณะต่อ GDP ก็ยังต่ำกว่าเกณฑ์ความยั่งยืนทางการคลังที่กำหนดไว้ ขณะที่เสถียรภาพภายนอกมีความมั่นคง โคนทุนสำรองระหว่างประเทศอยู่ในระดับสูงกว่าหนี้ต่างประเทศระยะสั้นเกินกว่า 3 เท่าตัว ซึ่งสูงกว่ามาตรฐานสากล

จึงคาดการณ์ได้ว่าในปี 2555 ถ้าไม่เกิดเหตุการณ์ผันผวนทางการเมืองภายในประเทศ และน้ำไม่ท่วมหนักเท่าปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจโดยรวมของไทยปี 2555 น่าจะเติบโตซึ่งผลประกอบการของบริษัทน่าจะเป็นไปในทิศทางเดียวกับภาวะเศรษฐกิจ

2. ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์จัดเป็นธุรกิจสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ เนื่องจากรายได้หลักของกลุ่มบริษัทประมาณร้อยละ 71 มาจากรายได้จากการโฆษณา โดยมีโครงสร้างรายได้หลักมาจากการให้บริการสื่อโฆษณาในหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 64 ของรายได้โฆษณาของกลุ่มธุรกิจ โดยภาวะเศรษฐกิจและภาวะการแข่งขันถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อรายได้โฆษณาบนสื่อสิ่งพิมพ์

แนวโน้มอุตสาหกรรมในอนาคต

ภาวะอุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2554 เติบโตในอัตราร้อยละ 3 ทั้งในช่วง 3 ไตรมาสแรกเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10 เป็นผลมาจากสถานการณ์มหาอุทกภัยในช่วงไตรมาส 4 ทำให้มีการชะลอตัวของการใช้งบโฆษณา ส่งผลให้งบโฆษณาเดือนพฤศจิกายนติดลบร้อยละ 25.79 และเดือนธันวาคมติดลบร้อยละ 14.83 อย่างไรก็ตามคาดว่าอุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2555 จะกลับมาเติบโตในอัตราร้อยละ 8-9

อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ต้องมีการปรับตัวในทุกๆ ด้าน เพื่อสู้กับความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัล การสื่อสารผ่าน Social Network และสังคมออนไลน์ ที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของผู้คนมากขึ้น ด้วยความรวดเร็วและการสื่อสารที่ไม่มีวันจำกัด จึงมีอิทธิพลอย่างมากกับผู้คนและสังคมในทุกๆ ด้าน ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภค และการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัดเพิ่มขึ้น นอกจากนั้นสื่อสิ่งพิมพ์ต้องมีการปรับตัวในการควบคุมและบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการอย่างเข้มงวดเพื่อให้สามารถอยู่รอดและแข่งขันได้ทั้งด้านเนื้อหาและคุณภาพผลิตภัณฑ์

ในปี 2554 เป็นปีแห่งการเริ่มต้นของอีบุ๊ก แต่ปี 2555 จะเป็นปีที่เริ่มตั้งไข่อย่างจริงจัง แนวโน้มตลาดระยะยาวเติบโตแน่นอนแต่ค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายอายุต่ำกว่า 14 ปี เติบโตมากับเทคโนโลยี คู่แข่งกับการติดตามข่าวสารบนคอมพิวเตอร์ แต่ไม่ใช้การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ให้บริการต้องรอความต่อเนื่อง โดยรวมยังคงเป็นการให้ทดลองดาวน์โหลดมากกว่าเน้นการขาย แต่ละค่ายจะมุ่งพัฒนาแอปพลิเคชันของตัวเอง เหมือนเป็นการแข่งขันกัน แต่ยังไม่มีใครลงทุนด้านคอนเทนต์มากนัก ทิศทางตลาดอีบุ๊กในปี 2555 จึงจะเห็นภาพการบุกตลาดของค่ายต่างๆอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตามถึงแม้สื่อใหม่จะเริ่มรุกเข้ามามีอิทธิพลต่อผู้คนมากขึ้น แต่เม็ดเงินก็ยังไม่มากนักและจะยังไม่สามารถทำให้สัดส่วนรายได้เปลี่ยนแปลงไปมากนัก ยังคาดการณ์ว่าสื่อสิ่งพิมพ์ยังมีโอกาสเติบโตได้อยู่ ความได้เปรียบของคนทำสื่ออยู่ที่การมีเนื้อหา ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้บริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ประสบความสำเร็จในอนาคต จะยังคงเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจเที่ยงตรงและได้รับความเชื่อถือจากผู้บริโภค , การควบคุมต้นทุนและประสิทธิภาพการทำงาน รวมทั้งการใช้ประโยชน์จากเนื้อหา (Content) ที่มีอยู่ไปแตกขุดไปยังช่องทางใหม่ๆ ในทุกรูปแบบ (Platform) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในเวลาที่เหมาะสม เพื่อขยายฐานลูกค้าผู้บริโภคที่ไม่ใช่อ่านเพียงผู้อ่านเหมือนเดิม

3. ธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียง

ผลสำรวจของอุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2554 มีมูลค่า 104,640 ล้านบาท ขยายตัวเพียงร้อยละ 3.59 จากปีก่อนเนื่องจากผลกระทบจากมหาอุทกภัยในไตรมาส 4 ในจำนวนนี้เป็นงบประมาณผ่านสื่อโทรทัศน์ 62,238 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59.47 ของมูลค่าอุตสาหกรรมทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อหลักที่ได้รับความนิยมจากตัวแทนโฆษณาและเจ้าของสินค้าให้เป็นช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของตน

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

แนวโน้มอุตสาหกรรมในอนาคต

นอกจากนี้ หลังจากที่มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (“กสทช”) ตั้งแต่วันที่ 7 ตุลาคม 2554 เป็นต้นมา ส่งผลให้มีองค์กรที่มีอำนาจรับผิดชอบในการบริหารจัดการ การบังคับใช้กฎระเบียบ และดำเนินการในเรื่องสำคัญต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาต และกำกับดูแลคลื่นความถี่ของกิจการโทรทัศน์ วิทยุ และโทรคมนาคมอย่างชัดเจน คาดการณ์ว่า นอกจากจะทำให้เกิดการเปิดเสรีในธุรกิจสื่อโทรทัศน์ ส่งผลให้อุตสาหกรรมเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมมีการเติบโตและเกิดช่องรายการทีวีดาวเทียมใหม่ๆ เพิ่มขึ้นดังที่ได้กล่าวมาแล้ว การเปิดประมูลใบอนุญาต 3G บนคลื่นความถี่ใหม่ย่าน 2.1 กิกะเฮิรตซ์ ซึ่งเป็นภารกิจที่มีความสำคัญเร่งด่วนของ กสทช. จะเป็นปัจจัยผลักดันให้ธุรกิจโทรทัศน์ของไทยก้าวสู่ระบบดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งจะเอื้อประโยชน์ให้ผู้บริโภคทั่วประเทศสามารถรับชมช่องรายการโทรทัศน์ผ่านสื่อรูปแบบใหม่ต่างๆ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone แท็บเล็ต เว็บไซต์ ด้วยเทคโนโลยีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นกว่าปัจจุบัน ขณะที่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลและโครงข่ายการสื่อสาร 3G นี้ จะช่วยให้ผู้ผลิตสถานีโทรทัศน์หรือรายการโทรทัศน์สามารถสร้างสรรค์เนื้อหาและรูปแบบในการนำเสนอรายการให้มีความน่าสนใจ รวมทั้ง สามารถใช้สื่อรูปแบบใหม่ เช่น เว็บไซต์ เป็นสื่อหลักในการนำเสนอช่องรายการของตนให้เข้าถึงผู้ชมกลุ่มเป้าหมายแทนการใช้สื่อรูปแบบเดิมดังเช่นสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี

อุตสาหกรรมเคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียมได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทั่วประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยผลสำรวจจาก Nielsen พบว่า ณ เดือนสิงหาคม 2554 มีจำนวนรับสัญญาณดาวเทียมทั่วประเทศ จำนวน 8 ล้านจาน เมื่อเทียบกับในช่วงเวลาเดียวกันของปี 2553 ที่มีจำนวน 6.3 ล้านจาน ขณะที่จำนวนสมาชิกเคเบิลทีวี (ไม่รวมทรูวิชั่นส์) ในปี 2554 มีจำนวน 2.37 ล้านราย เพิ่มขึ้นจากปี 2553 ที่มีจำนวนสมาชิก 2.61 ล้านราย ซึ่งเมื่อรวมจำนวนครัวเรือนที่ติดตั้งจานสัญญาณดาวเทียมและเป็นสมาชิกเคเบิลทีวี จะพบว่า ในปี 2554 มีจำนวน 11 ล้านครัวเรือน เพิ่มขึ้นจาก 9.33 ล้านครัวเรือนในปี 2553 ส่งผลให้ในปี 2554 มี

บริษัทผู้ผลิตรายการ ทั้งที่เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ในธุรกิจสื่อแขนงต่างๆ และผู้ประกอบการอิสระรายใหม่ เปิดตัวช่องทีวีดาวเทียมเพิ่มขึ้น ทั้งช่องรายการข่าว ช่องรายการสาระบันเทิง และช่องรายการบันเทิง โดยแต่ละช่องมีการกำหนดเนื้อหารายการ และกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (Niche Market) ซึ่งเป็นเหตุให้การแข่งขันในธุรกิจมีความรุนแรงมากขึ้น เช่น ช่องทีวีวไรตี้ “8 infinity” และช่องทีวีวัยรุ่น “ฮัค ทวี” ของบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ช่องรายการตลกวาไรตี้ “สาระแน แชนแนล” ของบริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ช่องรายการสาระบันเทิงเกี่ยวกับครอบครัว “รักลูก แฟมิลี่ แชนแนล” ของกลุ่มบริษัท รักลูกกรุ๊ป จำกัด ช่องสาระบันเทิงเกี่ยวกับอาหารและท่องเที่ยว “Food Planet” ช่องรายการส่งเสริมสุขภาพ “Dr.TV” และช่องรายการบันเทิงศิลปะดนตรี “Dream Academy” ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 ส่วนภูมิภาค เช่นเดียวกันกับบริษัทฯ ที่ได้มีการเปิดตัวสถานีข่าวระงักซ์ และสถานี RAMA Channel

ในปี 2555 สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย คาดว่า ภายหลังการฟื้นตัวของภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมจากปัญหาอุทกภัยแล้ว อุตสาหกรรมโฆษณาจะมีการเติบโตประมาณร้อยละ 3 – 5 จากปี 2554 โดยสื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อหลักในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในส่วนของงบประมาณโฆษณาผ่านช่องรายการโทรทัศน์ทางเคเบิลทีวีและช่องทีวีดาวเทียม ผลจากแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้นของฐานผู้ชมของเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียม ซึ่งสมาคมโทรทัศน์ดาวเทียมคาดการณ์ว่า ในปี 2555 จะมีจำนวนครัวเรือนที่ติดตั้งจานสัญญาณดาวเทียมและเป็นสมาชิกเคเบิลทีวีเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ประมาณ 14.9 ล้านครัวเรือน หรือคิดเป็นฐานผู้ชมมากกว่า 50 ล้านคน ซึ่งครอบคลุมครัวเรือนไทยประมาณร้อยละ 80 – 90 นั้น จะส่งผลให้งบประมาณโฆษณาในอุตสาหกรรมเคเบิลทีวีและช่องทีวีดาวเทียมขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 30 ต่อปี และจะมีมูลค่าประมาณ 5,000 ล้านบาท ในปี 2557 ในขณะเดียวกัน การแข่งขันของผู้ผลิตรายการช่องทีวีดาวเทียมจะมีความรุนแรงเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เพิ่มขึ้น โดยสำหรับช่องรายการประเภทสถานีข่าว เช่น Nation Channel พบว่า ผู้ผลิตหนังสือพิมพ์รายใหญ่หลายแห่งมีแผนงานในการเปิดตัวช่องข่าวทีวีดาวเทียมหรือทดลองการออกอากาศในปี 2555 เช่น เครือหนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ เครือหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ สำหรับบริษัทก็จะเปิดสถานีทีวีดาวเทียมเพิ่มเช่นกัน

ข้อได้เปรียบของกลุ่มบริษัทคือการมีเนื้อหาหลากหลายประเภท และมีกลุ่มลูกค้าที่มีความแตกต่างกันตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ และการวางแผนทางการนำเสนอเนื้อหาของแต่ละสื่อที่จะแตกออกไปทุกPlatform จากประสบการณ์ความชำนาญด้านงานข่าวมาอย่างยาวนาน มีความพร้อมด้านบุคลากร และการเป็นที่ยอมรับในความน่าเชื่อถือ ประกอบกับประสบการณ์และการเป็นที่ยอมรับของNBCในฐานะผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวและสาระความรู้ที่มีคุณภาพจากสาธารณชนโดยทั่วไป ในปี 2555 สายงานด้านข่าวธุรกิจ-กรุงเทพธุรกิจ และสายงานด้านบันเทิง การศึกษาและต่างประเทศ จะเปิดตัวสถานีทีวีดาวเทียมอีกประมาณ 2-3 สถานี ควบคู่ไปกับการแพร่ภาพผ่านสื่อรูปแบบใหม่ รวมถึงความร่วมมือของคมชัดลึกและNBC ในการร่วมผลิตรายการทางสถานีดาวเทียมช่องต่างๆของNBC ซึ่งบริษัทฯ เชื่อมั่นว่า กลุ่มบริษัทมีขีดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจด้านนี้ และสื่อที่แตกออกมานั้นจะยังสามารถเป็นผู้นำในธุรกิจสื่อโทรทัศน์ได้ด้วย

4 ธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

จากผู้นักบุกเบิกโลกการสื่อสารในยุคดิจิทัลด้วยบริการข่าวบนมือถือ ตลอดจนสื่อออนไลน์ผ่าน Website จนมาเป็น New Media ซึ่งในปัจจุบันสื่อรูปแบบใหม่ได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว มีแนวโน้มการขยายตัวในอัตราที่สูงมากและต่อเนื่อง แนวโน้มธุรกิจโฆษณาในปี 2554 คาดการณ์ว่ายังคงมีการเติบโตในอัตราสูงต่อเนื่อง แต่เม็ดเงินก็ยังต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อหลัก จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการของสื่อใหม่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก จากเดิมที่มีเพียงเว็บไซต์, SMS, MMS ในปัจจุบันมีบริการใหม่ๆเกี่ยวกับสื่อรูปแบบใหม่เกิดขึ้นอีกมากมาย เช่น Application สำหรับใช้ในการรับชมรายการโทรทัศน์, Digital Magazine หรือการรับข่าวสารโดยผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่รูปแบบต่างๆ ทั้งโทรศัพท์เคลื่อนที่Smart Phone / Tablet / Smart TV ในปี 2555 นอกจากนี้ ในปี 2555 จากการเร่งขยายโครงข่าย 3G ของบริษัทผู้ให้บริการให้มีพื้นที่บริการกว้างขวาง และฐานของผู้ใช้บริการโครงข่าย 3G ที่เพิ่มมากขึ้น คาดว่า จะส่งผลให้เกิดการร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการโครงข่าย

และเจ้าของเนื้อหาเพื่อพัฒนาบริการเสริมด้านข้อมูล ที่สามารถใช้บริการผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่มีความหลากหลาย และเป็นข้อมูลในลักษณะออนไลน์เพิ่มมากขึ้น รวมทั้ง รายได้จากการจำหน่ายหรือบริการด้านข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่จะมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นด้วย ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดการณ์ว่า ในปี 2555 การให้บริการทุกประเภทสำหรับ โทรศัพท์เคลื่อนที่จะมีมูลค่าตลาดรวม 178,300 – 181,900 ล้านบาท เติบโตประมาณร้อยละ 8.1 – 10.3 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2554 ที่มีมูลค่าตลาดรวม 164,900 ล้านบาท โดยประมาณการดังกล่าวเป็นผลจากการเติบโตในส่วนของการใช้บริการด้านข้อมูลที่คาดว่าจะมีการเติบโตประมาณร้อยละ 33.6 – 38.1 หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 46,600 – 48,200 ล้านบาท ขณะที่บริการด้านเสียง เช่น บริการเสียงเพลงรอสาย เสียงเพลงสำหรับสายเรียกเข้า จะมีการเติบโตประมาณร้อยละ 1.3 – 2.8 จึงถือเป็นโอกาสทางธุรกิจของบริษัท ในฐานะการเป็นผู้ผลิตเนื้อหาที่มีความหลากหลายทั้งเรื่องข่าวสารสาระ ความรู้ บันเทิง กีฬา วาไรตี้ ฯลฯ สำหรับทุกเพศทุกวัย

12. ข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง

-ไม่มี-

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 2554 ต่อผู้สอบบัญชีและกรรมการตรวจสอบของบริษัทแล้ว ซึ่งครอบคลุมถึงข้อบกพร่องและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของระบบการควบคุมภายใน รวมทั้งการกระทำที่มีขอบที่อาจมีผลกระทบต่อการจัดทำรายงานทางการเงินของบริษัทและบริษัทย่อย

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

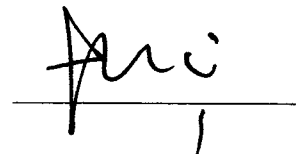
ชื่อ

ตำแหน่ง

ลายมือชื่อ

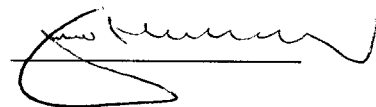
นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น

ประธานกรรมการ



นายธนชัย สันติชัยกุล

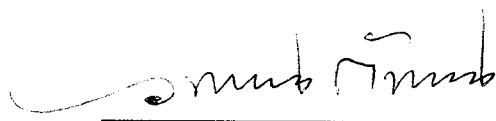
รองประธานกรรมการ
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร



ผู้รับมอบอำนาจ

นางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์

เลขานุการบริษัท



หนังสือมอบอำนาจ

วันที่ 30 มีนาคม 2555

โดยหนังสือมอบอำนาจฉบับนี้ข้าพเจ้า บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดย นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น และ นายธนชัย ตันติชัยกุล กรรมการผู้มีอำนาจลงนามกระทำการแทนบริษัท สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 1854 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร ขอมอบอำนาจให้นางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์ เลขานุการบริษัท เป็นผู้มีอำนาจลงลายมือชื่อกำกับเอกสารทุกหน้าเพื่อรับรองความถูกต้องของข้อมูลในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 2554 (แบบ 56-1) ของบริษัทฯ

เพื่อเป็นหลักฐาน ข้าพเจ้าจึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นหลักฐานสำคัญต่อหน้าพยาน

ลงชื่อ _____ ผู้มอบอำนาจ
(นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น และ นายธนชัย ตันติชัยกุล)



ลงชื่อ _____ ผู้รับมอบอำนาจ
(นางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์)

ลงชื่อ _____ พยาน
(นางสาวอุษา แสงประสาน)

ลงชื่อ _____ พยาน
(นางนงนุช พุ่มผล)



สำเนาถูกต้อง

ที่ สจก.000392

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

หนังสือรับรอง

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

1. ชื่อบริษัท บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

2. กรรมการของบริษัทมี 10 คน ตามรายชื่อดังต่อไปนี้

1.นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น

2.นายธนชัย สันติชัยกุล

3.นายเชวง จริยะพิสุทธิ์

4.นายนิวัฒน์ แร้งอริวงค์

5.นายปรกรณ์ บริมาสพร

6.นางสาวดวงกมล โชดนา

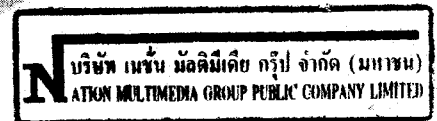
7.นายนิสสัย เวชชาชีวะ

8.นายโยธิน เมืองจำนงค์

9.นายเสริมสิน สมะลาภา

10.นางศรีสินธุ์ คัมภีร์เอส เมธาคิล/

3. ชื่อและจำนวนกรรมการซึ่งมีอำนาจลงลายมือชื่อแทนบริษัทคือ นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น ลงลายมือชื่อร่วมกับ นายเสริมสิน สมะลาภา รวมเป็นสองคนและประทับตราสำคัญของบริษัท หรือ นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น นายเสริมสิน สมะลาภา คนใดคนหนึ่งลงลายมือชื่อร่วมกับ นายธนชัย สันติชัยกุล หรือ นางสาวดวงกมล โชดนา รวมเป็นสองคน และประทับตราสำคัญของบริษัท ข้อจำกัดอำนาจของกรรมการ ไม่อยู่



4.ทุนจดทะเบียน 2,500,000,000.00 บาท /

(สองพันห้าร้อยล้านบาทถ้วน)

นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น

นายธนชัย สันติชัยกุล

ทุนชำระแล้วเป็นเงิน 1,647,740,300.00 บาท /

(หนึ่งพันหกร้อยสี่สิบล้านเจ็ดแสนสี่หมื่นสามร้อยบาทถ้วน)

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

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

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



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
Department of Business Development
Ministry of Commerce

"คิดค้น คิดใหม่ คิดสร้างสรรค์"
Creative Service
สายด่วน 1570 www.dbd.go.th

บริการออกเอกสาร www.dbd.go.th --> ดำเนินการโดยกรม --> บริการสังคม โทร. 02 528 7600 ต่อ 3630, 3836 หรือ 02 547 5994

จัดพิมพ์ เมื่อเวลา 13:58 น.



สำเนาถูกต้อง

ที่ สจก.000392

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

ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

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

ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ/

6. วัตถุประสงค์ของบริษัทมหาชน จำกัด 15 ข้อ ดังปรากฏในสำเนาเอกสารแนบท้ายหนังสือรับรองนี้
จำนวน 2 แผ่น โดยมีลายมือชื่อนายทะเบียนซึ่งรับรองเอกสารและประทับตรากรมพัฒนาธุรกิจการค้าเป็นสำคัญ

ออกให้ ณ วันที่ 14 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2555



บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
NATION MULTIMEDIA GROUP PUBLIC COMPANY LIMITED

รายการข้อควรทราบของนิติบุคคลมีดังนี้

เอกสารนี้ใช้ในวัตถุประสงค์เพื่อ มอบอำนาจลงนามในเอกสารแนบท้าย
นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น
นายชนะชัย สันติชัยกุล



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
Department of Business Development
Ministry of Commerce

“บริการ มีคุณภาพ ให้ใจดี”
Creative Service

สายด่วน 1570 www.dbd.go.th

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

จัดพิมพ์ เมื่อเวลา 12:43 น.

นายสุทธีชัย ม่วงห่อ	นายธนชัย ตันติชัยกุล	นายปกรณ์ บริมาศพร
ตำแหน่ง ประธานกรรมการ	ตำแหน่ง รองประธานกรรมการ	ตำแหน่ง กรรมการอิสระและประธานกรรมการตรวจสอบ
อายุ 66 ปี	อายุ 58 ปี	อายุ 65 ปี
การศึกษา -ประกาศนียบัตร โรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชย์ กรุงเทพมหานคร (ACC) -โรงเรียนแสงทองวิทยา อ.หาคะใหญ่ จ.สงขลา	การศึกษา -ปริญญาโท วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ -ปริญญาตรี สาขาบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	การศึกษา -ปริญญาโท สาขาวิศวกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย -ปริญญาตรี สาขาวิศวกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -Director Accreditation Program (DAP) รุ่นที่ 54	การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -หลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCP) รุ่นที่ 18 สถาบันวิทยาการศาลาคุณ ศาลาหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย -หลักสูตรผู้บริหารระดับสูงวิทยาการศาลาคุณ (วคท. รุ่น 1) สถาบันพระปกเกล้า -หลักสูตรการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย สำหรับผู้บริหารระดับสูง รุ่นที่ 11	การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -หลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCP) รุ่นที่ 17 - Fellow Member สถาบันวิทยาการศาลาคุณ ศาลาหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย -หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง (วคท. รุ่นที่ 3) สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย (TLCA) -หลักสูตร Executive Development Program (EDP) รุ่นที่ 1
จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 -นายสุทธีชัย ม่วงห่อ 146,000,540 หุ้น (8.86%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 -นายธนชัย ตันติชัยกุล 2,517,690 หุ้น (0.15%) -นางรัชฎา ตันติชัยกุล 561,970 หุ้น (0.03%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 -นายปกรณ์ บริมาศพร 269,000 หุ้น (0.02%)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี
ประวัติการทำงาน 2514 - ปัจจุบัน บรรณาธิการอำนวยการ บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 6 มี.ค.2555 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการ และ บรรณาธิการอำนวยการ บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2522 - 2536 ผู้อำนวยการแผนกบัญชีและการเงิน บริษัท เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป จำกัด 2536 - 2537 กรรมการผู้จัดการ บมจ. เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป 2538 - ศ.ค. 2539 รองประธานกรรมการ บมจ. เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป ศ.ค. 2539 - 2547 รองประธานกรรมการ บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2548 - 2550 รองประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการใหญ่ บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2551 - ปัจจุบัน รองประธานกรรมการ และ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2536 - ปัจจุบัน ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ. โอทีคิง แอนด์ อีควิปเมนต์ 2542 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการบริหาร บริษัท แอล แอนด์ ซี แมงกานีสเคอรัล จำกัด 2547 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการและประธานกรรมการตรวจสอบ บมจ. พรหมเมธีทอ 2553 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการบริหาร บริษัท แอล แอนด์ ซี โซลิตีเคท จำกัด



นายสุทธิชัย แซ่หลู่	นายระชัย สาคีชัยกุล	นายปรกรณ์ ขริมาสาพร
การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 2554 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการ -บมจ. เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น	การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 2545 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการ บมจ. เนชั่น อินเทอร์เน็ต เซ็นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ 2549 - 2553 ประธานกรรมการ บมจ. เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น 2554 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร บมจ. เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น	การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 2536 - ปัจจุบัน ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ. โอทีคิงแอนด์ อีควิปเมนท์ 2547 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการและประธานกรรมการตรวจสอบ บมจ. พรหมเม็ททอล
การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่มีบริษัทจดทะเบียน 2537 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ต เซ็นแนล จำกัด 2549 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท เนชั่น เอ็ม แอล จำกัด 2551 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการ -บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด 2554 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท เนชั่น ยู จำกัด	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่มีบริษัทจดทะเบียน 2534 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท โอมิวริ-เนชั่น อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด 2539 - ปัจจุบัน กรรมการ -บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ต เซ็นแนล จำกัด 2540 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด 2541 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด 2543 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการ -บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด 2548 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท คับบลิวทีเอส (ประเทศไทย) จำกัด 2549 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท เนชั่น เอ็ม แอล จำกัด 2551 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด 2552 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด 2554 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร บริษัท เนชั่น ยู จำกัด	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่มีบริษัทจดทะเบียน 2542 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการบริหาร -บริษัท แอล แอนด์ อี แมนูแฟคเจอร์ จำกัด 2553 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการบริหาร -บริษัท แอล แอนด์ อี โซลิตีเตค จำกัด

นายเชวง จริยะพิสุทธิ	นายไวยิน เนื่องจำนงค์	นายนิธชัย เวชชาชีวะ
ตำแหน่ง กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	ตำแหน่ง กรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ	ตำแหน่ง กรรมการอิสระ
อายุ 67 ปี	อายุ 62 ปี	อายุ 80 ปี
การศึกษา -ประกาศนียบัตร โรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชย์ กรุงเทพมหานคร (ACC)	การศึกษา -ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง -ศิลปศาสตรบัณฑิต (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง -ประกาศนียบัตร โรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชย์ กรุงเทพมหานคร (ACC)	การศึกษา -MBA (Political Economy) Stern School of Business, New York University -BA (Economic), Boston University -ประกาศนียบัตร วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร รุ่น 17
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 (DCP) รุ่น 36 สถาบันวิทยาการศาลาคุณ - ศาลาคุณหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย -หลักสูตรผู้บริหารระดับสูงวิทยาการศาลาคุณ (วศท.รุ่น 7)	การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -หลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการบริษัท (DCP) รุ่น 73
จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 -ไม่มี	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 -นายไวยิน ถือหุ้นจำนวน 1,000,000 หุ้น (0.06%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 -ไม่มี
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี
ประวัติการทำงาน 2534 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร บริษัท เอส เอส ที โฮลดิ้ง จำกัด 2534 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร บริษัท สยามซินดิเคท เทคโนโลยี จำกัด 2534 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร บริษัท สยามสต็อค เวอร์คส์ จำกัด 2552 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร บริษัท สยาม เอเซีย เอ็นไวรอนเม้นท์ จำกัด	ประวัติการทำงาน 2523 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร บมจ. ไมโครซอฟท์กรุ๊ป 2532 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท ไมโครซอฟท์ทาวเวอร์ จำกัด 2540 - ปัจจุบัน กรรมการ บมจ. เอ็ม เอช อี ซี 2551 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการบริหาร บมจ. พาสติกและหีบห่อไทย	ประวัติการทำงาน 2541 - ปัจจุบัน นายกสมาคมมหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาสารคาม

นายพวง จริยะพิสุทธิ	นายโยธิน เนื่องจำนงค์	นายนิสสัย เวชชาชีวะ
การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ -ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 2523 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร บมจ. ไมเคอร์นฟอร์มกรุ๊ป 2540 - ปัจจุบัน กรรมการ บมจ. เอ็ม เอฟ อี ซี 2551 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการบริหาร บมจ. พลาตติกและทีบพีโอไทย	การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ -ไม่มี
การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่มีในบริษัทจดทะเบียน 2534 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท เอส เอส ที โฮลดิ้ง จำกัด 2534 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท สยามชินดิเคท เทคโนโลยี จำกัด 2534 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท สยามสติล เวอร์คส์ จำกัด 2552 - ปัจจุบัน กรรมการบริหาร -บริษัท สยาม เอเซีย เอ็นไวรอนเม้นท์ จำกัด	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่มีในบริษัทจดทะเบียน 2532 - ปัจจุบัน กรรมการ -บริษัท ไมเคอร์นฟอร์มทาวเวอร์ จำกัด	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่มีในบริษัทจดทะเบียน -ไม่มี

นายนิวัฒน์ เจริญวิวงศ์	นายเสริมสิน สมธาดา	นางสาวดวงมณี โชตะนา
ตำแหน่ง กรรมการ	ตำแหน่ง กรรมการ	ตำแหน่ง กรรมการ
อายุ 69 ปี	อายุ 44 ปี	อายุ 48 ปี
การศึกษา -ปริญญาคุณวุฒิจิตกิตติมศักดิ์ สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย -ประกาศนียบัตร โรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชย์ กรุงเทพมหานคร (ACC)	การศึกษา -ปริญญาโท สาขาการพัฒนาระบบสารสนเทศ วิทยาลัยบริหารธุรกิจสโตน สถาบันเทคโนโลยีแห่งแมสซาชูเซตส์ (MIT) ประเทศสหรัฐอเมริกา -ปริญญาตรี สาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย -หลักสูตรสำหรับบริษัทถือ หลักผู้บริหาร วิทยาลัยบริหารธุรกิจฮาวเวิร์ด มหาวิทยาลัยฮาวเวิร์ด ประเทศสหรัฐอเมริกา	การศึกษา -ปริญญาตรี สาขานิติศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -Director Accreditation Program (DAP) รุ่นที่ 36	การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -Director Accreditation Program (DAP) รุ่นที่ 24	การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -หลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการบริษัท (DCP) รุ่น 144 สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย -หลักสูตร Executive Development Program (EDP) รุ่นที่ 4
จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 -นายนิวัฒน์ เจริญวิวงศ์ 49,092,280 หุ้น (2.98%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 -นายเสริมสิน สมธาดา 140,000,000 หุ้น (8.50%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 - 44,140.00 หุ้น (0.00%)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี
ประวัติการทำงาน 2528 - ปัจจุบัน กรรมการผู้จัดการ บริษัท กรีนสยาม จำกัด 2532 - ปัจจุบัน กรรมการ บ. เอเวอร์กรีน อินเตอร์เนชั่นแนล โฮลดิ้ง พรอพเพอร์ตี้ (กรุงเทพฯ) จก. 2533 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท เอเวอร์กรีน อินเตอร์เนชั่นแนล โฮลดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด 2544 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการบริหาร บริษัท เอเวอร์กรีน จีপিอิง เอเชีย (ไทยแลนด์) จำกัด 2546 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท เอเวอร์กรีน โอจิสดิสค์ (ประเทศไทย) จำกัด	ประวัติการทำงาน 2540 - 2554 อาจารย์ด้านอสังหาริมทรัพย์และการเงิน คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2542 - 2545 กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไทย ทอร์ทัส จำกัด 2546 - 2548 ประธานกรรมการ บริษัท แปซิฟิค แอสเซ็ทส์ จำกัด (มหาชน) 2546 - 2554 กรรมการและกรรมการผู้จัดการ บริษัท แมกเซอร์วิค พาร์ค จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย 2546 - 2554 กรรมการ บริษัท เคมปิน สยาม จำกัด 2553 - ปัจจุบัน นายกสมาคมมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ 2553 - ปัจจุบัน กรรมการ บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2554 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท เนชั่น ยู จำกัด พ.อ.54 - ปัจจุบัน กรรมการ บมจ. เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น	ประวัติการทำงาน 2530 - 2533 นักข่าว บริษัท เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป จำกัด 2533 - 2542 ผู้ช่วยบรรณาธิการ บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2542 - 2543 บรรณาธิการบริหาร บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2543 - 2550 บรรณาธิการหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2551 - ค.ศ. 2553 กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป ค.ศ. 2553 - ปัจจุบัน กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด 2554 - ปัจจุบัน กรรมการ บมจ. เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด

รองนายกฯ

นายนิวัฒน์ เสงี่ยมวงศ์	นายเสริมสิน สมะลาภา	นางสาวดวงกมล โชคชนะ
	พ.ย.54 - ปัจจุบัน กรรมการ บมจ. เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซิร์ฟเวอร์ จำกัด	
การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ -ไม่มี	การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ พ.ย.54 - ปัจจุบัน กรรมการ บมจ. เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น พ.ย.54 - ปัจจุบัน กรรมการ บมจ. เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซิร์ฟเวอร์ จำกัด	การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ -ไม่มี
การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่มิใช่บริษัทจดทะเบียน 2528 - ปัจจุบัน กรรมการผู้จัดการ -บริษัท กรีนสยาม จำกัด 2532 - ปัจจุบัน กรรมการ -บริษัท เอเวอร์กรีน อินเทอร์เน็ตเซอร์วิส โอเคิล พรอพเพอร์ตี้ (กรุงเทพ) จำกัด 2544 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการบริหาร -บ. เอเวอร์กรีน จีপিเอ็ม เอเชียน (ไทยแลนด์) จก. 2546 - ปัจจุบัน กรรมการ -บริษัท เอเวอร์กรีน โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่มิใช่บริษัทจดทะเบียน 2554 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท เนชั่น ยู จำกัด	การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่มิใช่บริษัทจดทะเบียน -ไม่มี

นางวิมลทิน ศิโยมเดช เบนนาค	
ตำแหน่ง	กรรมการ
อายุ	52 ปี
การศึกษา	
-ปริญญาโท : สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยโคลัมเบีย (นิวยอร์ก) -Diploma Ecole Supérieure des Sciences Economiques, Et Commerciales in France	
การอบรม	
สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -ไม่มี	
จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554	
-ไม่มี	
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร	
-ไม่มี	
ประวัติการทำงาน	
2549 - ปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการ บริษัท คาวนีย์ จำกัด (มหาชน)

วิมลทิน เบนนาค

นางกวิศดิน ศีโฆษธร เปรณดิฉ
การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ -ไม่มี
การดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่น ที่มิใช่บริษัทจดทะเบียน -ไม่มี

นายสุทธินันท์ แซ่ห่อ	นายธนชัย สันติชัยกุล	นายพนา จันทร์โรจน์
ตำแหน่ง ประธานกรรมการ และบรรณาธิการอำนวยการ	ตำแหน่ง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	ตำแหน่ง กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ
อายุ 66 ปี	อายุ 58 ปี	อายุ 53 ปี
การศึกษา -ประกาศนียบัตร โรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชย (ACC) -โรงเรียนแสงทองวิทยา อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	การศึกษา -ปริญญาโท พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ -ปริญญาตรี สาขาบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	การศึกษา -ปริญญาโท : Tufts University, USA
การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -Director Accreditation Program (DAP) รุ่นที่ 54	การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -หลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการ (DCP) รุ่นที่ 18 สถาบันวิทยาการตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย -หลักสูตรผู้บริหารระดับสูงวิทยาการตลาดทุน (วศท.รุ่น 1) สถาบันพระปกเกล้า -หลักสูตรการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย สำหรับผู้บริหารระดับสูง รุ่นที่ 11	การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -หลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการบริษัท (DCP) รุ่นที่ 71 สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย -สัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่องการบริหารความเสี่ยง
จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 -นายสุทธินันท์ แซ่ห่อ 146,000,540 หุ้น (8.86%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 -นายธนชัย สันติชัยกุล 2,517,690 หุ้น (0.15%) -นางรัชฎา สันติชัยกุล 561,970 หุ้น (0.03%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 -นางพนา จันทร์โรจน์ 124,500 หุ้น (0.01%)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี
ประวัติการทำงาน 2514 - ปัจจุบัน บรรณาธิการอำนวยการ บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 6 มี.ค. 55 - ปัจจุบัน ประธานกรรมการ และบรรณาธิการอำนวยการ บมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2522 - 2536 ผู้อำนวยการแผนกบัญชีและการเงิน บริษัท เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป จำกัด 2536 - 2537 กรรมการผู้จัดการ บมจ. เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป 2538 - ศ.ค. 2539 รองประธานกรรมการ บมจ. เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป ศ.ค. 2539 - 2547 รองประธานกรรมการ บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2548 - 2550 รองประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการใหญ่ บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2551 - ปัจจุบัน รองประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2531 - 2535 นักข่าวอาวุโส - หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น บริษัท เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป จำกัด 2536 - 2537 บรรณาธิการข่าวเศรษฐกิจ บมจ. เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป 2537 - 2538 บรรณาธิการบริหาร บมจ. เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป 2538 - 2540 บรรณาธิการ - หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น บมจ. เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป 2540 - 2542 ผู้ช่วยบรรณาธิการอำนวยการ บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2543 - 2547 บรรณาธิการ - หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2548 - ศ.ค. 2553 กรรมการอำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2551 - ปัจจุบัน กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด กรรมการ -บมจ.เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซกเมนต์ เอ็ดดูเทนเมนท์
การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น 1 การประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น 1	การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น 1 การประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น 1	การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น 1 การประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น 1

วาทะ ภิวัตน์

นางเบญจวรรณ ศรีสุทธิธาดา	นางสาวปัทมพร หอมนาค	นายวิฑูร พิงประเสริฐ
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายจัดจำหน่าย	ตำแหน่ง ผู้อำนวยการอาวุโส - ฝ่ายสนับสนุนการตลาด	ตำแหน่ง บรรณาธิการอาวุโส สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย
อายุ 55 ปี	อายุ 56 ปี	อายุ 58 ปี
การศึกษา -ปริญญาโท คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์ (นิด้า) -ปริญญาตรี สาขาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี	การศึกษา -ปริญญาตรี คณะเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชามัธยมศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	การศึกษา -ปริญญาโท รัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร (นิด้า) -ปริญญาตรี สาขาวิชารัฐศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -ไม่มี	การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -ไม่มี	การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -ไม่มี
จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 - 205,600.00 หุ้น (0.01%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 - ไม่มี	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 - 50,000.00 หุ้น (0.0030%)
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี
ประวัติการทำงาน 2532 - 2533 ผู้จัดการฝ่ายขายสมาชิก บริษัท เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป จำกัด 2534 - 2535 ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ฝ่ายจัดจำหน่าย บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2536 - 2545 ผู้อำนวยการ ฝ่ายจัดจำหน่าย บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2546 - ปัจจุบัน ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายจัดจำหน่าย บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2538 - 2541 บรรณาธิการ นิตยสารเนชั่นจูเนียร์ บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2542 - 2549 ผู้อำนวยการ ฝ่ายโฆษณาขาย บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2551 - 2552 บรรณาธิการ โครงการพิเศษ บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด 2552 - ปัจจุบัน ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายสนับสนุนการตลาด บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ประวัติการทำงาน 2521 - 2524 นักข่าวหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น บริษัท เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป จำกัด 2525 - ต.ค. 2532 ผู้ช่วยหัวหน้าข่าวหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น บริษัท เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป จำกัด ต.ค. 2532 - ต.ค. 2532 บรรณาธิการข่าวหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ บริษัท เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป จำกัด ต.ค. 2532 - 2535 บรรณาธิการหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ บริษัท เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป จำกัด 2536 - 2539 ผู้ช่วยบรรณาธิการเครือเนชั่น บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2540 - 2552 ผู้ช่วยบรรณาธิการอาวุโส บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2553 - พ.ย. 2553 บรรณาธิการอาวุโส หนังสือพิมพ์คมชัดลึก บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป พ.ย. 2553 - ปัจจุบัน บรรณาธิการอาวุโส หนังสือพิมพ์คมชัดลึก บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด
การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น 1 การประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น 1	การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น 1 การประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น 1	การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น 1 การประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น 1

นางสาวปัทมพร หอมนาค

นางสาวพิมพ์กาญจน์ อัครศิริชัย	นางสาวณัฐวรา แสงวรินทร์	นางอรพิน รามวงศ์วาน
ตำแหน่ง กรรมการผู้อำนวยการ - ฝ่ายขายโฆษณา	ตำแหน่ง ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายขายโฆษณา	ตำแหน่ง ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายขายโฆษณา
อายุ 53 ปี	อายุ 44 ปี	อายุ 46 ปี
การศึกษา -ศิลปศาสตรบัณฑิต (มนุษยศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง -Certificate in English with Business Studies, London Guildhall University	การศึกษา -ปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการทั่วไป สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) -ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	การศึกษา -ปริญญาโท คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) -ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -หลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการบริษัท (DCP) รุ่น 71 สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย -สัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่องการบริหารความเสี่ยง -หลักสูตร Executive Development Program (EDP) รุ่นที่ 6	การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -หลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการบริษัท (DCP) รุ่น 148	การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -ไม่มี
จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 - 898,250.00 หุ้น (0.05%)	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 - ไม่มี	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 - ไม่มี
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร -ไม่มี
ประวัติการทำงาน 2541 - 2544 ผู้อำนวยการอาวุโส บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2544 - 2548 กรรมการผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายปฏิบัติการ บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2548 - 2550 กรรมการผู้อำนวยการ สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2551 - ปัจจุบัน กรรมการผู้อำนวยการ - ฝ่ายโฆษณา บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2549 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท ดับบลิวทีเอส (ประเทศไทย) จำกัด 2553 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด	ประวัติการทำงาน 2536 - 2537 พนักงานขายโฆษณา บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2538 - 2539 หัวหน้าฝ่ายขายโฆษณา บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2540 - 2542 ผู้จัดการฝ่ายขายโฆษณา บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2543 - 2544 ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ฝ่ายขายโฆษณา บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2545 - 2546 ผู้อำนวยการ ฝ่ายขายโฆษณา บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2547 - 2549 ผู้ช่วยผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายขายโฆษณา บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2550 - ปัจจุบัน ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายขายโฆษณา บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2553 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท ดับบลิวทีเอส (ประเทศไทย) จำกัด 2553 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด	ประวัติการทำงาน 2533 - 2534 พนักงานฝ่ายขายโฆษณา บริษัท เนชั่น พับลิชชิง กรุ๊ป จำกัด 2535 - 2537 หัวหน้าฝ่ายขายโฆษณา บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2538 - 2542 ผู้จัดการฝ่ายขายโฆษณา บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2543 - 2544 ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ฝ่ายขายโฆษณา บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2545 - 2546 ผู้อำนวยการ ฝ่ายขายโฆษณา บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2547 - 2549 ผู้ช่วยผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายขายโฆษณา บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2550 - ปัจจุบัน ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายขายโฆษณา บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2553 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด
การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น 1 การประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น 1	การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น 1 การประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น 1	การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น 1 การประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น 1

นายสุพจน์ เพ็ชรศิริ	นางสาวธรรมา โอสมานนท์
ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายบัญชี	ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายการเงิน
อายุ 43 ปี	อายุ 43 ปี
การศึกษา -ปริญญาตรี บัญชีบัณฑิต (การสอบบัญชี) เกียรตินิยมอันดับ 2 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย -ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ทะเบียนเลขที่ 4666	การศึกษา -ปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
การอบรม คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย -หลักสูตร Strategy Management Program สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -หลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการบริษัท (DCP) รุ่น 151	การอบรม สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย -หลักสูตรบทบาทหน้าที่และทักษะของการเป็นกรรมการบริษัท (DCP) รุ่น 151
จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 - ไม่มี	จำนวนหุ้นที่ถือครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 - ไม่มี
ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร - ไม่มี
ประวัติการทำงาน 2546 ผู้จัดการอาวุโส บริษัท สำนักงาน เอสจีวี ณ อยุธยา จำกัด 2546 - 2549 ผู้ช่วยกรรมการบริหาร บริษัท เคทีเอ็มจี ภูมิโฆย สอบบัญชี จำกัด 2550 - 2552 ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2553 - ปัจจุบัน ผู้ช่วยผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายบัญชี บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2553 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท คับบิลวิทเอส (ประเทศไทย) จำกัด 2553 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด 2553 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด	ประวัติการทำงาน 2539 - 2540 ผู้จัดการ ฝ่ายบัญชี บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2540 - 2543 ผู้จัดการฝ่ายการเงิน บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2543 - 2545 ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายการเงิน บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2546 - 2548 ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายการเงิน บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2549 - ปัจจุบัน ผู้ช่วยผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายการเงิน บมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป 2549 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด 2551 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด 2554 - ปัจจุบัน กรรมการ บริษัท เนชั่นเอ็นคอมน์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด 2554 - ปัจจุบัน กรรมการ บมจ. เนชั่นอินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์
การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น 1 การประชุมสามัญผู้ถือหุ้น 1	การเข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง) การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น 1 การประชุมสามัญผู้ถือหุ้น 1



	บริษัท	บริษัทย่อย								บริษัทร่วมทุน	บริษัทย่อยทางอื่น	กิจการควบคุมร่วมกัน
	NMG	NBC	NINE	WPS	NML	NNN	KTM	KMM	NU	YNIS	NED	NEE
สายธุรกิจ		5	4	6	7	3	1	2	8		4	4
นายสุทธิตชัย แซ่หยุ่น	X, //	X, //			/	X, //			//			
นายชนะชัย สันติชัยกุล	//	//	X, //	//	//	//	//	X, //	//	//	//	//
นายปรกรณ์ บริมาสาร	/											
นายเชวง จริยะพิสุทธิ์	/											
นายนิวัฒน์ แจ่มจริยวงศ์	/											
นายนิสสัย เวชชาชีวะ	/											
นายโยธิน เนื่องจำนงค์	/											
นายเสริมสิน สมะลาภา	//	/	/						/			
นางคริสติน ดีไบเอช เบรนเดล	/											
นางสาวดวงกมล โชตะนา	//	//					//					

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

สายธุรกิจ 1 = สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย 2 = สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย 3 = สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ 4 = สายธุรกิจด้านเอดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ

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

บริษัทย่อย

NBC	บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
NINE	บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)
WPS	บริษัท คีบบลิวทีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
NML	บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด
NNN	บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ก จำกัด
KTM	บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด
KMM	บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด
NU	บริษัท เนชั่น ยู จำกัด

สัดส่วนการถือหุ้น	
ณ 31 มี.ค. 55	%
ถือหุ้นโดยตรง	61.99%
ถือหุ้นโดยตรง	78.46%
ถือหุ้นโดยตรง	84.50%
ถือหุ้นโดยตรง	99.99%
ถือหุ้นโดยตรง	99.99%
ถือหุ้นโดยตรง	99.97%
ถือหุ้นโดยตรง	99.99%
ถือหุ้นโดยตรง	90.00%

บริษัทร่วมทุน

YNIS บริษัท โยมิอุริ-เนชั่น อินฟอรมเมชั่น เซอร์วิส จำกัด

สัดส่วนการถือหุ้น	
ณ 31 มี.ค. 55	%
ถือหุ้นโดยตรง	45.00%

บริษัทย่อยทางอื่น

NED บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด

สัดส่วนการถือหุ้น	
ณ 31 มี.ค. 55	%
ถือหุ้นผ่าน NINE	99.99%

กิจการควบคุมร่วมกัน

NEE บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด

สัดส่วนการถือหุ้น	
ณ 31 มี.ค. 55	%
ถือหุ้นผ่าน NINE	49.99%



รายละเอียดเกี่ยวกับการกรณการของบริษัทย่อย ณ 31 มีนาคม 2555

รายชื่อบริษัทย่อย รายชื่อกรรมการ	NBC	NINE	KTM	KMM	NNN	WPS	NML	NU
นายสุทธิชัย แซ่หยุ่น	x				x		//	//
นายธนัชชัย สันติชัยกุล	//	x	//	x	//	//	//	//
นายเสริมสิน สมะลาภา	/	/						/
นางสาวดวงกมล ไชตะนา	//		//					
นายอดิศักดิ์ ลิ้มปัฐพัฒนกิจ	//			//				
นางสาวเอี่ยมศรี บุญหทัยรัตน์	//				//			
นายสุพงษ์ สัมธนากุล	/							
นายเมธา สุนทรจิตร	/							
นายกิตติชัย ลัทธินิโสมกุล	/							
นางเกษรี กาญจนะฉิมชัย		//						
นางสาวนันทพร วงษ์เชษฐา		//						
นายสมศักดิ์ เขียว จิระนคร		/						
นายกริธา มติธนาวิรุฬห์		/						
นายสุธีร์ จินตนาณภูมิตร		/						
นายพนา จันทรวโรจน์		//			//			
นางสาวมัยยา ไสสถานนท์		//			//			
นายตุลสถิตย์ ทับทิม			//		//			
นายสุพจน์ เพียรศิริ			//	//		//		
นางสาวพิมพ์ภาณูจน์ อันศรีศิริชัย			//			//		
นางสาวอรพิมพ์ เหลืองอ่อน				//				
นางสาวณัฐวรา แสงวารินทร์				//		//		
นางอรพิน งามวงศ์วาน					//			
นายธงชัย บุญศฤงคารนนท์						//		
นายอั้งเจ็ง แซ่ไชว						//		
นายตะวัน เทวอักษร						/		
นายวรสิทธิ์ เทวอักษร						/		
นางสาวสุภา หงษ์ทอง						/		
นางเมทินี ธนวงษ์วิบูลย์							/	
นายอดิศักดิ์ ศาภิมล							//	
นายฉัตรวุฒิ พิษผล								/

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

2. ชื่อย่อ	ชื่อบริษัท	ชื่อย่อ	ชื่อบริษัท
NBC	บมจ.เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น	NNN	บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด
NINE	บมจ.เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์	WPS	บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
KTM	บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด	NML	บริษัท เอ็น เอ็ม แอล จำกัด
KMM	บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด	NU	บริษัท เนชั่น ยู จำกัด



รายงานคณะกรรมการตรวจสอบ

ประจำปี 2554

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

ในปี 2554 คณะกรรมการตรวจสอบได้ประชุมร่วมกัน 4 ครั้ง แต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ 4 ชั่วโมง เพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้ระบุไว้ในกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบ ในการประชุมทุกครั้งมีการประชุมร่วมกับผู้สอบบัญชี และมีวาระการประชุมร่วมกับผู้จัดการสำนักงานตรวจสอบภายใน ตลอดจนได้ประชุมร่วมกับผู้บริหารระดับสูงของบริษัทในวาระที่เกี่ยวข้อง จากการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวข้างต้นคณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นดังนี้

1. งบการเงินประจำปี 2554 ของบริษัทมีความเหมาะสม และไม่พบรายการใดที่อาจมีผลกระทบอันเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินดังกล่าว
2. ระบบควบคุมภายในของบริษัทมีความเหมาะสม เพียงพอ และมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันสำนักงานตรวจสอบภายในมีพนักงานที่มีประสบการณ์ในด้านตรวจสอบภายในจำนวน 3 ท่าน เพื่อดูแลและรับผิดชอบงานด้านนี้
3. รายการที่เกี่ยวข้องกันที่ปรากฏในปี 2554 เป็นรายการที่เป็นธุรกิจตามปกติทั่วไป สมเหตุสมผล และไม่พบรายการใดที่ผิดปกติ
4. บริษัทได้ปฏิบัติตามกรอบของกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลอดจนข้อกำหนดและกฎหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท
5. ผู้สอบบัญชีของบริษัทประจำปี 2554 ได้แก่ นายวิเชียร ธรรมตระกูล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3183 เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทในปี 2554 เป็นปีที่สี่ เป็นบุคคลที่เหมาะสมเพราะมีความรู้และเป็นอิสระตลอดจนมีประสบการณ์ในการสอบบัญชีมาเป็นเวลายาวนาน

สำหรับการพิจารณาคัดเลือกผู้สอบบัญชีเพื่อสอบบัญชีของบริษัทประจำปี 2555 คณะกรรมการตรวจสอบเสนอให้แต่งตั้งนายวิเชียร ธรรมตระกูล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3183 หรือนายวินิจ ศิลามงคล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3378 หรือนายเจริญ ผู้สัมฤทธิ์เลิศ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4068 แห่งบริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัท ประจำปี 2555



(นายปกรณ์ บริมาสพร)

ประธานกรรมการตรวจสอบ

