

## ส่วนที่ 1

### การประกอบธุรกิจ

#### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท บางกอก โฟสต์ จำกัด (มหาชน) ได้ก่อตั้งเมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 2489 ภายใต้ชื่อ บริษัท โฟสต์ พับลิชชิง จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 20,000,000 บาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษฉบับแรก of ประเทศไทย ภายใต้ชื่อ “Bangkok Post” ในเวลาต่อมาบริษัทได้จดทะเบียนเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี 2527 และแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัดในปี 2536

ปัจจุบัน บริษัทมีทุนจดทะเบียนที่ออกและเรียกชำระแล้วจำนวน 500,000,000 บาท และได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท บางกอก โฟสต์ จำกัด (มหาชน) ในปี 2560

##### 1.1. วิสัยทัศน์และพันธกิจ

###### วิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ของบริษัท บางกอก โฟสต์ จำกัด (มหาชน) คือ “การเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมสื่อของประเทศไทยและภูมิภาค” ด้วยการนำเสนอข่าวและข่าวสารที่แม่นยำ ข่าวธุรกิจและบทความเชิงไลฟ์สไตล์ที่รวดเร็วและสอดคล้องกับยุคสมัย ความต้องการและความสนใจของกลุ่มผู้อ่านและผู้ชมเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาโดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัลรูปแบบต่าง ๆ ในฐานะ “หนังสือพิมพ์ที่คุณเชื่อถือได้” อย่างแท้จริง

###### พันธกิจ

บริษัท บางกอก โฟสต์ จำกัด (มหาชน) จะดำเนินกิจกรรมดังต่อไปนี้เพื่อให้บรรลุ “วิสัยทัศน์” ดังระบุข้างต้น

- สืบค้นแหล่งข่าวและเผยแพร่เนื้อหาที่แม่นยำรวดเร็วและสอดคล้องกับความต้องการและไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของกลุ่มผู้อ่านและผู้ชมเป้าหมายที่มีความหลากหลาย
- ขยายฐานของสื่อที่มีอยู่และเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเพื่อทำให้การรายงานข่าวสารครอบคลุมทั้งในเชิงกว้างและเชิงลึกยิ่งขึ้นเพื่อให้เข้าถึงฐานผู้อ่านและผู้ชมได้กว้างที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้
- ใช้ความแข็งแกร่งด้านข้อมูลข่าวสารความเชี่ยวชาญด้านสื่อชื่อเสียงของแบรนด์และช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจรวมทั้งการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อขยายธุรกิจลูกค้าผู้ซื้อโฆษณาและฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
- มองหาโอกาสใหม่ ๆ อยู่เสมอในธุรกิจสื่อและการสื่อสารจากสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบันและสื่อการแพร่ภาพและเสียงที่เกิดขึ้นใหม่เพื่อให้กลุ่มบริษัทสามารถขยายการเข้าถึงและนำเสนอเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้อ่านและผู้ชมเป้าหมายได้อย่างยั่งยืนพร้อมทั้งรักษาผลการดำเนินการทางการเงินในระยะยาว
- ยึดถือและปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีในฐานะที่เป็นบริษัทมหาชนรวมทั้งยึดมั่นในจริยธรรมทางธุรกิจในทุกด้านของการดำเนินธุรกิจและเป็นพลเมืองบริษัทที่ดีในการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมช่วยปกป้องและพัฒนาสังคมชุมชนท้องถิ่นรวมทั้งสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืน

## 1.2. การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

### 1.2.1 ความเป็นมา

หนังสือพิมพ์ “Bangkok Post” เกิดขึ้นจากความสนใจพื้นฐานด้านสื่อสารมวลชนของ นายทหารอเมริกัน คือ พลตรี อเล็กซานเดอร์ แม็คโดนัลด์ จึงได้ชักชวน นายประสิทธิ์ ลูลิตานนท์ ร่วมกันก่อตั้งหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษฉบับแรกของประเทศไทยในชื่อ “Bangkok Post” โดยถือกำเนิดขึ้นเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2489 และมีพลตรี อเล็กซานเดอร์ แม็คโดนัลด์ เป็นบรรณาธิการบริหารคนแรก

ต่อมาหลังสงครามโลกครั้งที่สอง นายไคเบล นักลงทุนชาวเยอรมัน ได้ขอซื้อหุ้นของพลตรี อเล็กซานเดอร์ และแต่งตั้ง นายแฮร์รี เฟรเดอริก เป็นบรรณาธิการบริหารคนที่สอง ในปี 2506 ลอร์ด ธอมป์สัน เจ้าพ่อธุรกิจหนังสือพิมพ์เครือชายพลีท ได้เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท มีการติดตั้งแท่นพิมพ์ และอุปกรณ์การพิมพ์ พร้อมกับการนำเทคนิคการพิมพ์สมัยใหม่มาใช้เป็นครั้งแรกในประเทศไทย

บริษัท บางกอก โพสต์ จำกัด (มหาชน) (ได้เปลี่ยนชื่อจาก บริษัท โพสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2560) ได้จดทะเบียนเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2527

บริษัท ได้เข้าลงทุนในธุรกิจเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ได้แก่ บริษัท สยามโพสต์ จำกัด จำหน่ายหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวันในชื่อ “สยามโพสต์” บริษัท ฮาเซท ฟลิปปาคี โพสต์ จำกัด (ภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท โพสต์ อินเตอร์เนชั่นแนล มีเดีย จำกัด) ผลิตและจำหน่ายนิตยสารรายเดือน “แอล” “แอล เมน” และ “แอล เดคคองเรชั่น” บริษัท ฮาเซท ฟลิปปาคีโพสต์ – เอซีพี จำกัด (ภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท บางกอกโพสต์-บาวเออร์ มีเดีย จำกัด) ผลิตและจำหน่ายนิตยสารรายเดือน “คลีโอ” และ บริษัท บางกอกโพสต์ แอนด์ มาร์ติน คลินซ์ แอนด์ แอสโซซิเอตส์ เป็นนายหน้าขายโฆษณาให้กับต่างประเทศ และในปี 2539 บริษัท ตรีทศ ทรี-เจเนอเรชั่น จำกัด ได้เข้าดำเนินกิจการของบริษัท สยามโพสต์ จำกัด แทนและได้ปิดกิจการลงในปี 2541

ปี 2541 บริษัทได้ปิดแผนกแม็กกาซีน และขายหุ้นในบริษัทร่วมทุน “บจก. บางกอกโพสต์ แอนด์ มาร์ติน คลินซ์ แอนด์ แอสโซซิเอตส์” รวมทั้งปิดกิจการของบริษัทย่อย “อัลลายด์ นิวสเพเพอร์” ด้วย

ในกลางปี 2542 โครงการติดตั้งระบบการจัดหน้าหนังสือพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อเชื่อมโยงการทำงานในส่วนของหน้าข่าวและหน้าโฆษณา และได้มีการปรับโครงสร้างการทำงานของกองบรรณาธิการบางกอกโพสต์ใหม่ ช่วงปลายปี 2542 บริษัทได้ยุติการผลิตนิตยสาร Tatler และได้เลิกกิจการบริษัท เวิลด์ เพรส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย

เดือนพฤศจิกายนของปี 2543 บริษัทได้ร่วมลงทุนในบริษัท เว็บ แอดไวซอรี จำกัด เพื่อสร้างเว็บไซต์ด้านการเงินแห่งแรกในเมืองไทย แต่ไม่ประสบความสำเร็จ จึงเลิกกิจการในปลายปี 2544

ในระหว่างปี 2544 บริษัทมีความพยายามที่จะเข้าสู่ตลาดโฆษณาสมัครงาน จึงได้เริ่มผลิตและจำหน่ายนิตยสารชีวิตงานขึ้นมา แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ จึงต้องทำให้หยุดการผลิตในเดือนมกราคม 2545

นอกจากนั้นในรอบปี 2544 บริษัทยังได้เพิ่มส่วนต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ขึ้นมา อันจะเป็นประโยชน์และเพื่อสนองความต้องการแก่ผู้อ่านในกลุ่มต่าง ๆ โดยในส่วน Your Money จะนำเสนอข่าวทางการเงิน การธนาคาร ข้อมูลและข้อแนะนำต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการบริหารการเงินและธุรกิจในชีวิตประจำวัน Learning Post จะเป็นส่วนที่นำเสนอบทความต่าง ๆ ที่ครอบคลุมหัวข้อข่าวที่สำคัญ ๆ ด้านการศึกษาในมุมมองของนักเรียน อาจารย์ นอกจากนี้ยังมีบทเรียนภาษาไทยที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านชาวต่างประเทศอีกด้วย

ในช่วงปลายปี 2545 บริษัทได้เตรียมการขยายธุรกิจเพิ่ม คือ ผลิตและจำหน่ายหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวันฉบับภาษาไทยฉบับใหม่ โดยในไตรมาสสุดท้าย บริษัทได้รับพนักงานใหม่สำหรับกองบรรณาธิการโพสต์ทูเดย์ และในเดือนพฤศจิกายน 2545 ได้มีการแนะนำหนังสือพิมพ์ใหม่ให้กับตัวแทนผู้ซื้อโฆษณาได้รับทราบ

เดือนกุมภาพันธ์ ปี 2546 บริษัทเปิดตัวหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยฉบับใหม่ ภายใต้ชื่อว่า “โพสต์ทูเดย์” ซึ่งเป็นการนำเสนอหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวันที่มีรูปแบบที่เหมาะสมกับยุคสมัย เพื่อรองรับกลุ่มผู้อ่านทั้งผู้อ่านโดยทั่วไปและกลุ่มเป้าหมายเฉพาะด้านธุรกิจ ช่วงปลายปี 2546 แผนกหนังสือ ซึ่งเน้นการพิมพ์หนังสือภาษาอังกฤษได้หยุดธุรกรรมต่าง ๆ

ปี 2547 เป็นปีที่หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ มีอายุครบ 58 ปี หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์รูปแบบใหม่จึงได้เริ่มออกสู่สายตาประชาชนเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2547 โดยรูปแบบใหม่นี้มีความผสมผสานกันมากขึ้นระหว่างเนื้อหาที่ข่าวที่เพิ่มมากขึ้นและการจัดวางเนื้อหาของข่าวที่เหมาะสม รวมถึงการเปิดตัว “THE MAGAZINE” นิตยสารแฟชั่นรายปักษ์แรกในบางกอกโพสต์ ส่วนหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ซึ่งถือว่าเพียงดำเนินงานมาเป็นปีที่ 2 ก็สามารถติดอันดับเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีผู้อ่านมากที่สุด 1 ใน 10 อันดับแรก

ในระหว่างปี บริษัท ฮาเซท ฟิลิปปากิ โพสต์ จำกัดได้ร่วมลงทุนเปิดบริษัท เอชเอฟโพสต์-เอ็มซี จำกัด (ภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท โพสต์-ไอเอ็ม พลัส จำกัด) เพื่อทำการผลิตและจำหน่ายนิตยสาร “แมรี แคลร์” ซึ่งในปัจจุบัน นิตยสาร “แมรี แคลร์” ก็เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากผู้อ่านและผู้โฆษณาอย่างกว้างขวาง

ในเดือนกรกฎาคม 2548 หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ได้ทำการเปิดตัว “กูรู” นิตยสารสำหรับชาวเมืองโดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นผู้อ่านอายุ 20-35 ปี มีเนื้อหาเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์หลากหลายรูปแบบในเมือง ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวและสถานบันเทิงที่อยู่ในความนิยม และเมื่อ 1 สิงหาคม 2548 ซึ่งเป็นวันครบรอบ 59 ปีของการก่อตั้งหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ได้ขยายธุรกิจเข้าสู่โลกของสื่อแห่งอนาคต โดยได้จัดตั้งฝ่ายอิเล็กทรอนิกส์มีชื่อว่า “Post Digital” เพื่อให้บริการข่าวสารทางอิเล็กทรอนิกส์และดิจิทัล

Post Digital ยังได้สร้างสรรค์บริการใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นอีกหลายรูปแบบ หนึ่งในนั้นก็คือ การจัดทำหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ และโพสต์ทูเดย์ในรูปแบบ “Smart Edition” ซึ่งผู้อ่านที่มีอินเทอร์เน็ตสามารถคลิกเข้าไปอ่านหนังสือพิมพ์ดังกล่าวได้อย่างง่าย ๆ ไม่ว่าจะอยู่ ณ มุมใดของโลก โดยจะมีรูปลักษณ์และสไตล์ที่เหมือนกับหนังสือพิมพ์จริงทุกอย่าง และที่สำคัญยังมีฟังก์ชันการทำงานอัจฉริยะอื่น ๆ อาทิเช่น การสั่งให้ระบบอ่านหนังสือพิมพ์ให้ฟัง การแปลบทความในหนังสือพิมพ์เป็นภาษาต่าง ๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ ได้ปรับปรุงการเสนอบริการบนเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง ได้จัดตั้งเว็บไซต์งานใหม่ [www.jobjob.co.th](http://www.jobjob.co.th) ที่ได้เปิดตัวครั้งแรกไตรมาสที่ 4 ของปี 2549 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้บริการโฆษณาทางานสามารถเข้าถึงได้ง่าย ทั้งในรูปของสิ่งพิมพ์และออนไลน์ ซึ่งในปัจจุบันสื่อทั้ง 2 รูปแบบ นี้มีความเชื่อมโยงกันมากยิ่งขึ้น

การก่อสร้างศูนย์การพิมพ์และจัดจำหน่ายแห่งใหม่ ที่ตั้งอยู่บนเนื้อที่ 19 ไร่ ถนนบางนา-ตราด กม. 19.5 และอยู่ห่างจากสนามบินสุวรรณภูมิ 10 นาที ได้เริ่มในเดือนพฤศจิกายน 2548 แล้วเสร็จในเดือนตุลาคม 2549 และเริ่มติดตั้งเครื่องจักรในเดือนเดียวกันนี้ โรงพิมพ์เริ่มพิมพ์บางส่วนของหนังสือพิมพ์เพื่อจำหน่ายในเดือนกุมภาพันธ์ 2550 และได้เริ่มพิมพ์หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ทั้งฉบับเป็นครั้งแรกคือ ฉบับวันที่ 1 มิถุนายน 2550 โดยทำการปรับขนาดหนังสือพิมพ์ลงจากเดิมที่มีขนาดกว้าง 15.5 นิ้ว ลดลงเหลือ 14 นิ้ว และความสูงเดิม 22.75 นิ้ว เหลือ 21.5 นิ้ว ทำให้สามารถประหยัดกระดาษได้ถึงร้อยละ 12 ทั้งนี้ด้วยเครื่องจักรที่ทันสมัยทำให้สามารถลดการสูญเสียกระดาษได้กว่าร้อยละ 50 เมื่อเปรียบเทียบกับเครื่องจักรเดิม

บริษัทได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากสมเด็จพระรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินมาเปิดศูนย์การพิมพ์แห่งใหม่อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550 ศูนย์การพิมพ์ใหม่แห่งนี้ นับเป็นการลงทุนที่สูงที่สุดเท่าที่ บริษัทเคยลงทุนมา

ในปี พ.ศ. 2550 บริษัทได้เริ่มดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์และกระจายเสียงทางวิทยุตามเป้าหมายทางกลยุทธ์ในการขยายช่องทางในการกระจายข่าวไปยังสื่อชนิดอื่น ๆ

ข่าวโพสต์ทูเดย์ ซึ่งเป็นรายการข่าวภาคภาษาไทยทางโทรทัศน์ความยาว 2 ชั่วโมง เริ่มแพร่ภาพผ่านระบบโทรทัศน์ดาวเทียมชนิด C-band เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2550 ทางช่อง Next Step ผู้ชมโทรทัศน์ดาวเทียมส่วนใหญ่อาศัยอยู่นอกกรุงเทพฯ และการแพร่ภาพผ่านระบบดาวเทียมนี้ยังเข้าถึงผู้ชมโทรทัศน์เคเบิลแบบเสียเงินในส่วนภูมิภาคอีกด้วย โดยทั้ง 2 ช่องทางนี้รวมกันสามารถเข้าถึงผู้ชมประมาณ 5 ล้านครัวเรือน นอกเหนือไปจากการขยายช่องทางในการกระจายข่าวแล้ว รายการโทรทัศน์ยังช่วยเสริมการประชาสัมพันธ์หนังสือพิมพ์ของบริษัทไปพร้อม ๆ กัน และยังก่อให้เกิดรายได้จากการโฆษณาทางโทรทัศน์ รวมไปถึงช่วยเพิ่มยอดขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ อีกด้วย เพราะเป็นการขายโฆษณาร่วมกันระหว่างสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์

เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2550 บริษัทได้ซื้อหุ้นร้อยละ 40 ของบริษัท แพลซ นิวส์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ดำเนินการผลิต Business Radio ในขณะนั้นกระจายเสียงทาง FM 98.0

ในปี 2551 หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ได้มีการปรับเนื้อหาข่าวให้อ่านง่ายและปรับปรุงรูปแบบของหนังสือพิมพ์ให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น ได้แทรก “My Life” แมกกาซีนรายสัปดาห์ฉบับใหม่เพิ่มขึ้น มีเนื้อหาเป็นแบบไลฟ์สไตล์ จุดประสงค์เพื่อดึงดูดนักอ่านรุ่นใหม่ และหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ยังได้ทำการเปลี่ยนรูปโฉมและสาระของหนังสือพิมพ์ฉบับวันอาทิตย์ให้ชื่อใหม่ว่า บางกอกโพสต์ซันเดย์ ซึ่งประกอบไปด้วยส่วน Spectrum ที่เสนอข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบัน และ Brunch จะเป็นส่วนของแมกกาซีนแบบไลฟ์สไตล์ อีกทั้งในส่วนของข่าวกีฬาได้มีการปรับปรุงเช่นกัน เริ่มออกเป็นฉบับแรกในเดือนกันยายน 2551 ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้อ่านเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังได้เพิ่ม Muse ในวันเสาร์ ซึ่งมีเนื้อหาเหมาะสมสำหรับผู้อ่านที่เป็นสตรี เพื่อเพิ่มยอดผู้อ่านและยอดโฆษณาของสินค้าสำหรับสตรีอีกด้วย

หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ได้เปลี่ยนแปลงการใช้เครื่องหมาย “โพสต์ทูเดย์” ให้เป็นภาษาไทยเพื่อจัดความสับสนอันอาจเกิดจากเครื่องหมายเดิมที่มีทั้งภาษาไทยและอังกฤษ สำหรับเนื้อหาได้ปรับใหม่เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจง่ายยิ่งขึ้น รวมทั้งหัวข้อข่าวต่าง ๆ ในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์ให้เป็นที่น่าสนใจ แต่การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือได้เพิ่มในส่วนของการวิเคราะห์เศรษฐกิจและการเมืองซึ่งเขียนโดยนักวิเคราะห์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

สำหรับเว็บไซต์ บางกอกโพสต์ ได้ปรับปรุงแบบหน้าเว็บไซต์ใหม่เมื่อปลายปี 2551 โดยเน้นจุดยืนของเว็บไซต์บางกอกโพสต์ในการเป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยในภาคภาษาอังกฤษ ทำให้สามารถขยายผู้เข้าชมเว็บไซต์ออกไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

บริษัทได้ซื้อหุ้นบุริมสิทธิของ บริษัท โพสต์-ไอเอ็ม พลัส จำกัด และหุ้นสามัญของบริษัท โพสต์ อินเทอร์เน็ตซันแนล มีเดีย จำกัด ซึ่งเป็นผู้พิมพ์และจำหน่ายนิตยสารต่างประเทศฉบับภาษาไทยภายใต้ชื่อ “แมรี แคลร์” “แอล” และ “แอล เดคคอเรชั่น” เมื่อปลายปี 2550 และกลางปี 2551 ตามลำดับเพิ่มเติม ทำให้ปัจจุบันทั้งสองบริษัทดังกล่าวเปลี่ยนสถานะเป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมทั้งหมด

ในปี 2552 หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ก็ได้รับรางวัลเกียรติยศเพิ่มขึ้นจากรางวัลต่าง ๆ ที่ได้รับมามากมายเป็นรางวัลระดับนานาชาติจากธนาคารพัฒนาเอเชีย โดย คุณปริษฐา ยุทธมานพ ซึ่งเป็นผู้สื่อข่าวอาวุโสสายเศรษฐกิจของบางกอกโพสต์ ได้นำเสนอบทความเรื่อง “Government Policies Fail the Poor” ซึ่งตีพิมพ์ใน Spectrum ของฉบับ Sunday ในเดือนกรกฎาคมปีนี้ ซึ่งทางธนาคารพัฒนาเอเชียได้ประกาศให้บทความดังกล่าวเป็นบทความรองชนะเลิศอันดับหนึ่งในสาขา “ผลกระทบด้านความยากจนจากวิกฤตการณ์การเงินของโลก” และ คุณปริษฐา ก็เป็นนักหนังสือพิมพ์ไทยเพียงผู้เดียวที่ได้รับรางวัลจากธนาคารพัฒนาเอเชียในปี 2552

สำหรับเกียรติยศอีกประการหนึ่งที่ทางหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ได้รับ ก็คือ การได้รับคัดเลือกจากสหภาพยุโรป หรือ อียู ให้บางกอกโพสต์เป็นสื่อทางการเพียงฉบับเดียวในการรายงานข่าวการประชุม Euro Green Days Forum ซึ่งจัดขึ้นในประเทศไทยในช่วงต้นเดือนตุลาคม 2552

หนังสือพิมพ์ โพสต์ทูเดย์ ยังคงประสบความสำเร็จทั้งในแง่ของธุรกิจ ยอดจำหน่าย และการได้รับการยอมรับอย่างสูงในกลุ่มผู้อ่าน โดยสิ่งที่เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ คือ การเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงอย่างไม่หยุดนิ่ง อาทิ หนังสือพิมพ์ฉบับวันเสาร์ ที่เพิ่มเช็กชั้นใหม่ ๆ เพื่อความหลากหลาย ได้แก่ โพสต์ทูเดย์สุดสัปดาห์ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองเชิงวิเคราะห์ และรายงานที่น่าสนใจ “แซ่ดสุดสัปดาห์” ที่เน้นข่าวดารากีฬา ต่างประเทศ โดยถือเป็นเช็กชั้นที่ได้รับการยอมรับอย่างสูงจากกลุ่มผู้อ่านใหม่ ๆ รวมถึงลูกค้าโฆษณา และเช็กชั้น “COOL” ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ขณะเดียวกัน สิ่งที่เป็นโครงการใหม่ของ โพสต์ทูเดย์ ในปี 2552 คือ การจัดงาน POSTTODAY INVESTMENT EXPO 2009 ระหว่างวันที่ 6-8 กุมภาพันธ์ 2552 ที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว เพื่อฉลองครบรอบ 6 ปี การจัดงานในครั้งนี้ ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีทั้งในด้านรายได้ และภาพพจน์ อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของธุรกิจที่พร้อมจะก้าวต่อไปสู่การพัฒนาในอนาคต

หนังสือพิมพ์สตูดิโอ วีคลี่ ฉลองครบรอบ 40 ปี ในปี พ.ศ. 2552 และพร้อมก้าวเข้าสู่ศวรรษใหม่ในฐานะนิตยสารสำหรับวัยรุ่นเพียงฉบับเดียวในประเทศไทยที่น่าเสนอความบันเทิงควบคู่ไปกับความรู้เป็นภาษาอังกฤษทั้งเล่ม สตูดิโอ วีคลี่ ยังคงเป็นที่ชื่นชอบไม่เพียงเฉพาะในกลุ่มนักอ่านวัยรุ่น แต่รวมไปถึงผู้อ่านทุกวัยที่สนใจอ่านบทความที่น่าสนใจ ให้ความบันเทิง และช่วยพัฒนาทักษะด้านภาษาอังกฤษด้วย

สำนักพิมพ์โพสต์บุ๊กส์ เปิดตัวหนังสือที่น่าสนใจหลายเล่ม ทั้งหนังสือที่ต่อยอดกับหมวดหนังสือที่ตีพิมพ์อยู่แล้ว และหนังสือที่เปิดหมวดขึ้นมาใหม่ ด้วยทางเลือกหลากหลายนี้เอง ทำให้โพสต์บุ๊กส์ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้อ่านทุกเพศทุกวัย ทั้งกลุ่มลูกค้าประจำและลูกค้าใหม่ และทำยอดขายในระดับที่น่าพอใจ เนื่องจากโพสต์บุ๊กส์สามารถตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกันของกลุ่มผู้อ่านได้อย่างลงตัว

Post Digital มีการเปิดตัวพอร์ทัลใหม่ (m.bangkokpost.com) เพื่อให้บริการข่าวจากเว็บไซต์บางกอกโพสต์บนโทรศัพท์มือถือ ซึ่งช่วยขยายโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มผู้อ่านคนรุ่นใหม่ได้มากขึ้น นอกจากนี้ ในเว็บไซต์บางกอกโพสต์ยังมีพอร์ทัลในเครือข่าย Guru Bangkok Online (www.gurubangkok.com) ที่ให้บริการในการเป็นแหล่งรวมสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้ใช้ภาษาอังกฤษในกรุงเทพฯ นอกจากนี้บริษัทยังมีเว็บไซต์ข่าวภาษาไทย คือ โพสต์ทูเดย์ ออนไลน์ (www.posttoday.com) ซึ่งเน้นการนำเสนอข่าวภาษาไทยในด้านสังคมและชุมชนธุรกิจของไทย ตลอดจนครอบคลุมไปถึงข่าวด่วนและฟังกซ์ RSS เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านยิ่งขึ้น และ jobjob website (www.jobjob.co.th) เป็นอีกพอร์ทัลหนึ่งของบริษัท เป็นเว็บไซต์จัดหางานแบบอัจฉริยะ ที่มีฐานข้อมูลขนาดใหญ่ที่รวบรวมข้อมูลบริษัทชั้นนำต่าง ๆ มากมายในประเทศไทยเข้าไว้ด้วยกัน นอกจากนี้ยังอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ของการค้าทางดิจิทัล คือ digital front page printing (www.bangkokpost.com/digital frontpage) ผู้อ่านสามารถสั่งซื้อหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์และโพสต์ทูเดย์ฉบับวันใดก็ได้ นับตั้งแต่ที่หนังสือพิมพ์เริ่มตีพิมพ์เป็นฉบับแรก โดยจะพิมพ์ลงบนกระดาษคุณภาพดี ใส่กรอบ และบริการจัดส่งให้ถึงมือลูกค้า ลูกค้ากลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นบุคคลทั่วไป โรงแรม ร้านอาหาร ฯลฯ ที่ต้องการหนังสือพิมพ์หน้าหนึ่งแบบดิจิทัลเพื่อเป็นของขวัญให้กับเพื่อนและลูกค้าในวันเกิด หรือในโอกาสพิเศษต่าง ๆ

สำหรับสื่ออื่น ๆ บริษัทได้ผลิตหลากหลายรายการคุณภาพออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์และวิทยุ ภายใต้การดูแลและสนับสนุนจากกองบรรณาธิการของบางกอกโพสต์ และโพสต์ทูเดย์ มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 รายการต่าง ๆ ได้รับการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความสามารถในแข่งขัน ทั้งในด้านเนื้อหาและการผลิต และปัจจุบัน หนึ่งในรายการของเราได้รับการจัดอันดับโดยผู้ชมของ TNN 24 ให้เป็นผู้ผลิตรายการยอดเยี่ยมของสถานี

มกราคม พ.ศ. 2552 เปลี่ยนเครือข่ายจาก Next Step TV มาเป็น ทูริ วิชั่นส์ ช่อง 8 (TNN 2) โดยเปลี่ยนการออกอากาศ 2 รายการ คือ “สุรนนท์วันนี้” ซึ่งเป็นรายการที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับธุรกิจทั้งในด้านข่าว การให้แง่คิด ภาพจำลอง และทฤษฎีทางธุรกิจ และรายการ “โพสต์ทูเดย์ ทอล์ค” ซึ่งเป็นรายการวิเคราะห์เจาะลึกการเมืองและเศรษฐกิจ



กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 เริ่มออกอากาศรายการใหม่ “เจาะข่าว เล่าความ” ทาง ทูริชั่น ช่อง 7 (TNN 24) นำเสนอข่าวและวิเคราะห์ข่าว โดยผู้วิเคราะห์ข่าวรับเชิญจาก โพสต์ทูเดย์ และบางกอกโพสต์ รายการนี้ออกอากาศจนถึงปลายเดือนกรกฎาคม 2552

เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม พ.ศ. 2552 เสนอรายการของบางกอกโพสต์ ในชื่อ “Postscript รู้จริง รู้ทัน” ในรูปแบบการคุยข่าวประจำวัน โดยมีแขกรับเชิญมาพูดคุยเนื้อหาในประเด็นสำคัญ ๆ ทางด้านธุรกิจและสังคม ออกอากาศทางสถานี TNN 24

ปลายปี พ.ศ. 2552 ยกเลิกรายการ 2 รายการที่ออกอากาศทาง ทูริชั่น ช่อง 8 (TNN 2) เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์รายการใหม่ “เศรษฐกิจคิดไม่ถึง” ที่ออกอากาศทางช่อง 5 ได้อย่างเต็มที่ และรายการใหม่นี้นำเสนอเป็นครั้งแรกเมื่อวันจันทร์ ที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2553 มีเนื้อหาเกี่ยวกับด้านธุรกิจ ผลิตรายการโดยกองบรรณาธิการโพสต์ทูเดย์ และเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2554 ได้เปลี่ยนชื่อรายการเป็น “ธุรกิจติดดาว”

ในส่วนของการวิทยุ เริ่มโครงการใหม่ FM 101 RR ONE Radio Report ONE เมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2552 โดยร่วมมือกับ บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด การตัดสินใจครั้งนี้นำมาสู่การสร้างห้องส่งวิทยุใหม่ เพื่อให้สามารถจัดรายการ “โพสต์ทูเดย์ เรดิโอ ทอล์ค” ซึ่งเป็นรายการสดได้ รายการนี้นำเสนอเนื้อหาและจัดรายการโดย โพสต์ทูเดย์ เริ่มออกอากาศในเดือนเมษายน พ.ศ. 2552

ในเดือนพฤศจิกายน 2552 บริษัท โพสต์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล มีเดีย จำกัด ออกนิตยสารอเมริกันยอดเยี่ยม ในภาคภาษาไทย ฉบับใหม่ คือ “Martha Stewart Living”

ในปี 2553 บางกอกโพสต์มุ่งมั่นขยายการนำเสนอเนื้อหาสาระสู่หลากหลายช่องทางการสื่อสาร โดยนอกเหนือจากหนังสือพิมพ์และฉบับออนไลน์แล้ว ยังเริ่มจัดทำข่าวและบทวิเคราะห์ข่าวภาษาอังกฤษเป็นประจำทุกวันทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ในรายการ Morning Focus และในเดือนสิงหาคม 2553 บางกอกโพสต์เป็นหนังสือพิมพ์รายแรกในประเทศไทยที่จัดทำหนังสือพิมพ์ 3 มิติทั้งภาพข่าวและโฆษณา พัฒนาการที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การปรับองค์กรของฝ่ายบรรณาธิการข่าวให้ถึงพร้อมด้วยอุปกรณ์การสื่อสารหลายทางเต็มรูปแบบ และได้เริ่มปฏิบัติตามแผนงานผนวกรวม Outlook กับเช็กชั้นรายสัปดาห์อื่น ๆ ได้แก่ Horizon, Moring, Real Time, Database และ My life เข้าด้วยกันแล้วปรับให้เป็นเช็กชั้นสาระพิเศษใหม่ Life ซึ่งเปิดตัวเรียบร้อยแล้วในเดือนมกราคม 2554

ทางด้านโพสต์ทูเดย์ ยังคงรักษาตำแหน่งผู้นำตลาดหนังสือพิมพ์ธุรกิจและเศรษฐกิจในประเทศไทย พร้อมด้วยพัฒนาการสำคัญโดยการเข้าร่วมผลิตข่าวกับสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 โดยจัดตั้งบริษัท โพสต์ นิวส์ จำกัด ขึ้นเป็นบริษัทย่อยเพื่อดำเนินการ ส่วนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ได้มีการปรับเปลี่ยนให้มีการวิเคราะห์เจาะลึกมากยิ่งขึ้น แต่ยังคงบุคลิกของโพสต์ทูเดย์ ที่ทำข่าวให้ง่ายต่อการเข้าใจอันนำไปสู่การเสนอข่าวด้วยกราฟิกมากยิ่งขึ้น

สตูดิโอ วิดีโอ ก้าวเข้าสู่ปีที่ 42 ด้วยย่างก้าวที่แข็งแกร่ง พร้อมมุ่งสู่ศักราชใหม่ของการศึกษาภาษาอังกฤษและความบันเทิงในประเทศไทยด้วยการออกแบบที่ทันสมัย การเปลี่ยนแปลงการจัดวางหน้าและเนื้อหาสาระเพื่อให้ทันสมัย มีความสดใหม่อยู่เสมอ และพร้อมที่จะเข้าสู่ผู้อ่านกลุ่มใหม่ด้วยทางเลือกใหม่ผ่านสื่อดิจิทัล โดยการปรับปรุงเว็บไซต์ เพิ่มขนาดของเครือข่ายสังคม และเพิ่มเครื่องมือบนมือถือเพื่อทำให้การเรียนรู้กับสตูดิโอ วิดีโอ นั้นง่ายและสะดวก ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนหรือเวลาใดก็ตาม

แผนกดิจิทัล มีเดียเป็นองค์ประกอบสำคัญในกลยุทธ์ของกลุ่มบางกอกโพสต์ ในการจัดส่งข่าวและข้อมูลผ่านช่องทางสื่ออันหลากหลาย ในด้านข่าวและข้อมูลออนไลน์นั้น บางกอกโพสต์ ออนไลน์ (www.bangkokpost.com) ติดอันดับพอร์ทัลข่าวภาษาอังกฤษชั้นนำของประเทศไทยจากการประเมินโดย Alexa และ Truehits ซึ่ง มีการเปิดตัวบริการไคลเอนต์และแพลตฟอร์มเพื่อให้ข้อมูลด้านธุรกิจไลฟ์สไตล์ บันเทิง อสังหาริมทรัพย์ และการศึกษาในประเทศไทย ปัจจุบัน นอกจากนี้บางกอกโพสต์ออนไลน์ยังสามารถเข้าชมผ่านมือถือและแอปพลิเคชันในไอโฟน ส่วนทางด้านดิจิทัล

คอนเทนต์ได้มีการเปิดตัวหนังสือพิมพ์รายวันฉบับออนไลน์ที่สามารถให้บริการพิเศษที่เด่น ๆ ได้หลากหลาย อาทิ โพล์เสียง แพลเนื้อหาข่าวเป็นภาษาต่าง ๆ บล็อก นอกจากนี้ยังเดินทางให้บริการข่าวด่วนผ่าน SMS ทางมือถือทั้งในภาคภาษาอังกฤษและภาษาไทย

เช็คชั่นไลฟ์ เป็นเช็คชั่นสารคดีใหม่ในหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ที่ได้เปิดตัวเมื่อเดือนมกราคม 2554 ได้รับการตอบรับอย่างดี หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ยังเสนอข่าวในสื่อหลายรูปแบบอย่างต่อเนื่องโดยได้ออกนิตยสารดิจิทัลภาษาอังกฤษรายเดือนชื่อ ไทยแพ็ค เมื่อเดือนตุลาคม 2554 ที่ผ่านมา

หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ได้จัดเปิดตัว “โพสต์ทูเดย์สมาร์ตไฟแนนซ์” เป็นสิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษรายเดือนแทรกในหนังสือพิมพ์เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2554 มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเงินส่วนบุคคล และการบริหารจัดการความมั่งคั่ง มีการดำเนินการที่ดีและได้ขยายกลุ่มผู้อ่านในตลาดธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก กิจกรรมของหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ที่จัดร่วมกับภาคการธนาคารเป็นการเพิ่มการขยายฐานผู้อ่านในตลาดธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก การขยายตัวด้านมัลติมีเดียของหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ในสองปีที่ผ่านมาจะช่วยสร้างกำไรและการขยายตัวของยอดขายหนังสือพิมพ์ในปี 2555

บริษัทได้เปิดตัว หนังสือพิมพ์ M2F เมื่อวันอังคารที่ 11 ตุลาคม 2554 ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย แจกฟรี หนังสือพิมพ์ M2F มียอดพิมพ์จำนวน 400,000 ฉบับต่อวัน และแจกจ่ายไปยังจุดแจกประมาณ 200 จุดใจกลางกรุงเทพฯ รวมถึงสถานีรถไฟฟ้า และรถไฟใต้ดิน ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์

ผู้อ่านให้การตอบรับต่อกิจกรรมและข่าวทางการตลาดของหนังสือพิมพ์ M2F อย่างเกินความคาดหมาย โดยกลุ่มเป้าหมายของหนังสือพิมพ์ M2F คือ กลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร บริษัทได้จัดให้มีการตรวจสอบยอดพิมพ์และแจกหนังสือพิมพ์โดย Hong Kong Audit Bureau of Circulation และผลการตรวจสอบครั้งแรกประมาณเดือนพฤษภาคม 2555 ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกันกับการประกาศผลการสำรวจผู้อ่านของเนลสัน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในการขายโฆษณาดีสเพลย์ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าโฆษณาที่ไม่ได้ลงโฆษณากับหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์และโพสต์ทูเดย์ เช่นกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าอุปโภคบริโภค ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจการค้าขนาดใหญ่ และแฟชั่น

จากการที่หนังสือพิมพ์ M2F เป็นที่ยอมรับอย่างรวดเร็วในกลุ่มของคนทำงานในกรุงเทพมหานคร บริษัทตัดสินใจที่จะปรับปรุงระบบงานทางเว็บไซต์โดยเปิดรับลงโฆษณาทางหน้า M2FJob ร่วมกับเว็บไซต์ M2FJob.com

นิตยสารต่างประเทศฉบับภาษาไทยมีผลการดำเนินงานที่ดีในปี 2554 “คลีโอ” มีผลการดำเนินการที่ดีมากในด้านของรายได้โฆษณา และยอดขาย “แอล” มีรายได้โฆษณามากเป็นพิเศษ เป็นการยืนยันถึงการเป็นที่หนึ่งในประเทศในด้านแฟชั่นและความงาม แม้ว่าจะมีการแข่งขันค่อนข้างสูงแต่ “แอล เดคคอเรชั่น” ได้จัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนนักออกแบบรุ่นใหม่ของไทย ในงาน ELLE Decoration Young Talent Design Project 2011 อย่างเต็มที่

ฝ่ายบรรณาธิการและฝ่ายการตลาดของ นิตยสาร Marie Claire ร่วมกันจัดงานมอบรางวัลด้านความงามประจำปี ครั้งที่ 1 ซึ่งทำให้มีความแข็งแกร่งในตลาดต่อผู้ลงโฆษณาแสดงให้เห็นถึงความมั่นใจด้านความงาม

ในปลายปี 2554 บริษัท โพสต์ อินเตอร์เนชั่นแนลมีเดีย จำกัด ได้ออก นิตยสารฉบับใหม่ชื่อ Science Illustrated ที่ฉีกแนวจากนิตยสารสำหรับผู้หญิงในกลุ่ม Science Illustrated เป็นนิตยสารของเดนมาร์ก ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศแรกในเอเชียตีพิมพ์เป็นภาษาท้องถิ่นจากทั้งหมด 22 ประเทศทั่วโลก บริษัทไม่มุ่งหวังจะหารายได้จากการขายโฆษณา แต่จะเป็นรายได้ที่มาจากการจำหน่ายหนังสือเป็นหลัก

บริษัทได้ขยายการให้บริการข่าวสารและข้อมูลทางธุรกิจในด้านอิเล็กทรอนิกส์และดิจิทัลประเภทต่าง ๆ เว็บไซต์ของบางกอกโพสต์และโพสต์ทูเดย์ มุ่งมั่นที่จะเป็นหน้าต่างของประเทศไทย บริษัทขยายการให้บริการข่าวสารข้อมูลโดยการผลิตรายการโทรทัศน์ออกอากาศทาง TNN 24 และสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 นอกจากนี้ บริษัทขยายการผลิตโดยร่วมผลิตรายการข่าวทางช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ ผ่านบริษัทย่อยของบริษัท และรายการวิทยุในภาคภาษาไทยกระจายเสียงทางสถานี FM 101.0 อีกด้วย

ในปี 2556 บางกอกโพสต์ได้เพิ่มเช็กชั้น “ASIA FOCUS” เสนอข่าวธุรกิจและการลงทุนในภูมิภาค เพื่อขยายฐานผู้อ่านในภูมิภาคเอเชียและเตรียมพร้อมการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่กำลังจะเกิดขึ้น ซึ่งเช็กชั้นใหม่นี้ ออกเป็นรายสัปดาห์และได้รับการตอบรับจากผู้อ่านเป็นอย่างดี โดยวางเป้าหมายเพื่อพัฒนาการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวกับบรรยากาศและผลพวงของธุรกิจภูมิภาค เมื่อประเทศไทยก้าวเป็นส่วนหนึ่งของโครงข่ายชุมชนธุรกิจระดับภูมิภาคที่กว้างใหญ่ พร้อมทั้งเปิดตัวนิตยสารรายเดือน (ภาษาอังกฤษ) “THE MAGAZINE”

สำหรับโพสต์ทูเดย์ได้ปรับปรุงนิตยสารที่ออกทุกวันเสาร์ @weekly ให้ครอบคลุมข่าวเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์ของคนเมือง ชาวบ้านเหิง ชาวท่องเที่ยว และการตกแต่งบ้าน ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้อ่านเพิ่มขึ้น นอกจากนี้เว็บไซต์ของโพสต์ทูเดย์ยังคงขยายตัวและได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยที่มีการปรับปรุงเนื้อหาเพิ่มขึ้น ส่งผลให้มียอดแฟนเพจเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด

“สติวเด็นท์ วิคลี” เดินทางเข้าสู่ปีที่ 46 ด้วยความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์อันยาวนาน และยังคงมุ่งมั่นก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคง เป็นเวลากว่า 4 ทศวรรษแล้วที่ สติวเด็นท์ วิคลี ได้รับการยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาของเยาวชนไทยมาหลายรุ่นหลายสมัย ท่ามกลางเทคโนโลยีสื่อสารที่ทันสมัย สติวเด็นท์ วิคลี ก็ได้พัฒนาตัวเองให้ทันสมัยดึงดูดกลุ่มผู้อ่านรุ่นใหม่

เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งบนสื่อสังคม ในปีที่ผ่านมา สติวเด็นท์ วิคลี เปิดตัวแอปพลิเคชันบนมือถือ ที่ผู้อ่านสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลาและรองรับความนิยมสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื้อหาของ สติวเด็นท์ วิคลี ครอบคลุมถึงบทสัมภาษณ์พิเศษทั้งดาราไทยและนานาชาติ ข่าวล่าสุดในวงการบันเทิง ข่าวสาระเกี่ยวกับการศึกษา และเคล็ดลับในการทำข้อสอบ

สื่อสิ่งพิมพ์และกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ รวมทั้งกลุ่มนิตยสารในเครือ ยังคงให้การสนับสนุนการจัดอีเว้นท์หลากหลายอย่างต่อเนื่อง ทั้งอีเว้นท์ทางด้านธุรกิจ แฟชั่น และไลฟ์สไตล์ ซึ่งช่วยทำให้บริษัทเป็นที่รู้จักและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อ่านกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงสร้างรายได้จากการโฆษณา เช่น Luxury Living, Bangkok Career Expo, Investment Expo, 50 หนุ่มโสดในฝัน Cleo, Elle Fashion Week เป็นต้น

ปลายปี 2556 แม้ว่ากลุ่มบริษัทไม่ชนะการประมูลคลื่นความถี่เพื่อขอรับใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลที่รัฐบาลจัดขึ้น แต่กลุ่มบริษัทเล็งเห็นศักยภาพในการสร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากการดำเนินงานด้านข่าวโทรทัศน์และการผลิตคอนเทนต์เชิงธุรกิจและไลฟ์สไตล์ให้แก่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล 24 ช่องใหม่ และช่องแอนะล็อกเดิม นอกจากนี้ ยังร่วมกับพันธมิตรธุรกิจโทรทัศน์กลุ่มต่าง ๆ เช่าเวลาออกอากาศจากประกอบการทีวีดิจิทัล และดำเนินการผลิตรายการออกอากาศของตัวเองซึ่งกลุ่มบริษัทจะหาแหล่งรายได้ใหม่จากการโฆษณาบนสื่อในรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วนี้ ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มบริษัทบรรลุรูปแบบการดำเนินธุรกิจและการผสมผสานรายได้ที่สมดุลยิ่งขึ้นตลอดระยะเวลาอีก 3-5 ปีข้างหน้า

ปลายปี 2556 กลุ่มนิตยสารเปิดตัวนิตยสาร Forbes ฉบับภาษาไทย ซึ่งเป็นนิตยสารที่มีชื่อเสียงของสหรัฐอเมริกา มาช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้แก่แบรนด์ของกลุ่มบริษัท ในฐานะแหล่งข้อมูลระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับโลก ที่มีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือในด้านเนื้อหาทางธุรกิจ ส่วนนิตยสารแฟชั่นและไลฟ์สไตล์อื่น ๆ ที่เปิดตัวในปี 2556 ได้แก่ “แอล เมน” “Fast Bikes” และ “Cycling Plus” ทั้งหมดนี้จะช่วยให้กลุ่มบริษัทสามารถดึงดูดกลุ่มผู้อ่านและผู้โฆษณาให้ขยายวงกว้างขึ้นบนพื้นฐานการเติบโตที่ยั่งยืน และได้ปิดนิตยสาร Martha Stewart Living ในเดือนธันวาคม

ในปี 2557 หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ฉลองครบรอบ 68 ปีด้วยรูปแบบออนไลน์ที่ดึงดูดผู้อ่านได้มากกว่า 70,000 ครั้งต่อวัน ส่วนหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์เตรียมฉลองครบรอบ 12 ในปี 2558 ด้วยการเพิ่มยอดผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไปถึง 350,000 ครั้งต่อวัน และผู้ติดตามเฟซบุ๊กถึง 2 ล้านคน

ในปี 2558 กลุ่มบางกอกโพสต์ยังคงมุ่งมั่นรักษาตำแหน่งความเป็นผู้นำในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ด้วยการนำเสนอสิ่งพิมพ์ที่เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือได้ อาทิ หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ‘บางกอกโพสต์’ ที่ฉลองครบรอบ 69 ปี



ในปี 2558 และมีชื่อเสียงด้านข่าวสารที่เชื่อถือได้ ทั้งข่าวใหม่รายวัน ข่าวธุรกิจ และสารคดีพิเศษที่เกี่ยวข้องกับสังคมและไลฟ์สไตล์ของคนยุคปัจจุบัน หนังสือพิมพ์รายวันแนวธุรกิจภาษาไทย ‘โพสต์ทูเดย์’ ที่ฉลองครบรอบ 12 ปี เมื่อปี 2558 หนังสือพิมพ์แจกฟรีรายวันภาษาไทย ‘M2F’ ที่ฉลองครบรอบ 4 ปี ในปี 2558 มีเนื้อหาครอบคลุมทั้งข่าวสารและไลฟ์สไตล์ได้รับความนิยมสูง และเป็นผู้นำในตลาดสิ่งพิมพ์แจกฟรี และหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ภาษาอังกฤษ ‘สตีเวนส์ วิกลี่’ หรือ S Weekly ในปัจจุบัน ที่ถือเป็นแหล่งของการเรียนรู้ภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนไทย ด้วยเนื้อหาสาระ ทั้งข่าว บันเทิง สารคดีพิเศษ นอกจากนี้ กลุ่มบางกอกโพสต์ ยังมีนิตยสารหัวต่างประเทศชั้นนำต่าง ๆ ที่มีเนื้อหาสาระครอบคลุมเรื่องแฟชั่น ตกแต่งบ้าน งานอดิเรก และไลฟ์สไตล์ ดังนั้น กลุ่มบางกอกโพสต์ จึงยังคงเดินหน้าพัฒนาผลิตภัณฑ์สื่อสิ่งพิมพ์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการให้บริการที่เกี่ยวข้อง โดยเพิ่มหัวหนังสือและเนื้อหาสาระใหม่ ๆ พร้อมทั้งสนับสนุนหรือร่วมสนับสนุนการจัดงานอีเว้นท์สำคัญ ๆ เพื่อตอกย้ำการรับรู้และจดจำของผู้บริโภค รวมทั้งขยายฐานผู้อ่านและฐานผู้ซื้อโฆษณาให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

ในขณะเดียวกัน ตั้งแต่ปี 2557 กลุ่มบางกอกโพสต์ ได้เริ่มดำเนินการตามกลยุทธ์ที่มีเป้าหมายที่จะทำให้กลุ่มบริษัทอยู่ในตำแหน่งที่มั่นคง ด้วยการนำเสนอข้อมูล ข่าวสารทั้งที่มีอยู่และข่าวใหม่ ซึ่งได้นำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ของบริษัท มาต่อยอดไปนำเสนอผ่านสื่อดิจิทัลที่เกิดขึ้นใหม่ในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งผ่านอุปกรณ์มือถือดิจิทัลที่หลากหลาย (บริการสมาชิกออนไลน์เพื่อให้บริการข้อมูลเฉพาะด้าน รวมถึงข่าวทั่วไปล่าสุด ข่าวธุรกิจ สารคดีพิเศษ ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว บันเทิง และร้านอาหาร) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าคนไทยรุ่นใหม่ที่ชอบเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะเมื่อมีเครือข่ายระบบ 4G ลูกค้าที่เสพติดอุปกรณ์มือถือและเทคโนโลยีจะได้รับประโยชน์ยิ่งขึ้นจากการเชื่อมต่อที่ไร้ขีดจำกัดนี้

กลยุทธ์ด้านสื่อดิจิทัลของกลุ่มบางกอกโพสต์ มุ่งเน้นที่จะมีบทบาทสำคัญในธุรกิจกระจายเสียงและภาพทางทีวีดิจิทัล โดยผ่านการดำเนินธุรกิจของ บริษัท โพสต์ ทวี จำกัด ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์และคอนเทนต์ให้แก่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล จนถึงช่วงกลางปี 2559 จึงได้ปรับกลยุทธ์ใหม่ โดยเน้นไปที่ธุรกิจที่บริษัทได้เปรียบในการแข่งขันแทน

ในช่วงเดือนกันยายน 2558 กลุ่มบางกอกโพสต์ ได้ลงทุนซื้อหุ้นร้อยละ 51 ของ บริษัท มัชฌิม เทเลวิชั่น จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตคอนเทนต์และรายการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นการร่วมทุนเข้าซื้อธุรกิจผลิตรายการสื่อดิจิทัลขนาดกลางเพื่อขยายการดำเนินการด้านสื่อดิจิทัล และสร้างรายได้ให้มากยิ่งขึ้น ทั้งยังเป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้ธุรกิจของโพสต์ ทวี ในการเพิ่มการผลิตเนื้อหาให้กับช่องทีวีระบบดิจิทัลและแอนะล็อก

ในส่วนของสื่อหนังสือพิมพ์ ได้มีการลดบทบาทในส่วนของการผลิตนิตยสารแฟชั่น ภาษาอังกฤษ รายเดือน The Magazine หันมามุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลคุณภาพด้านข่าวสารของหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ฉบับ อันเป็นจุดแข็งที่ทำให้กลุ่มบางกอกโพสต์ ยังคงรักษาตำแหน่งความเป็นผู้นำในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์มาจนถึงปัจจุบัน มีการปรับชื่อของหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ รายสัปดาห์ Student Weekly มาเป็น S Weekly เพื่อความกระชับและง่ายต่อการจดจำของผู้อ่าน รวมไปถึงการควบรวมธุรกิจโพสต์พริ้นท์ที่รับจ้างผลิตสิ่งพิมพ์พาณิชย์เข้ากับกิจการโรงพิมพ์ เป็นการปรับโครงสร้างเพื่อรับมือกับสถานการณ์แข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากการรับจ้างผลิตไม่ใช่ Core Business ของกลุ่ม จึงควบรวมหน่วยย่อยทางธุรกิจเพื่อหาช่องทางดำเนินงานที่เพิ่มมูลค่าต่อไปในอนาคต

ปี 2560 เป็นอีกปีที่เต็มไปด้วยความท้าทายทางเศรษฐกิจท่ามกลางความโศกสลดของปวงชนชาวไทยที่รวมเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน น้อมสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณเป็นล้นพ้นอันหาที่สุดมิได้ ในพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร

ปี 2561 กลุ่มบางกอกโพสต์มุ่งเน้นด้านการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ด้วยการพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพ รวมทั้งการลงทุนในบริการและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อให้ทันกับความท้าทายที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ของไทย

ปี 2562 กลุ่มบางกอกโพสต์ ยังคงให้ความสำคัญกับการปรับปรุงการดำเนินงานและประสิทธิภาพในการผลิตอย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาสที่ 1/2562 ได้หยุดพิมพ์หนังสือพิมพ์ โพสต์ทูเดย์ แล้วเปลี่ยนมามุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารบนช่องทางออนไลน์ รวมทั้งหยุดผลิตและจำหน่ายหนังสือพิมพ์ M2F และในไตรมาสที่ 2/2562 บริษัทในเครือได้ทำการหยุดผลิตนิตยสารต่างประเทศ ฉบับภาษาไทย บางฉบับที่ไม่ทำกำไร ได้แก่ นิตยสารคลีโอ ประเทศไทย และนิตยสาร ไซแอนซ์ อิลลัสเตรเตด ประเทศไทย ทั้งนี้ เพื่อลดค่าใช้จ่ายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของกลุ่มบริษัท นอกจากนี้ ไตรมาสที่ 3/2562 ได้หยุดทำการพิมพ์หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ที่ศูนย์การพิมพ์และจัดจำหน่ายที่บางนา และว่าจ้างบริษัทภายนอกในการพิมพ์หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์แทน

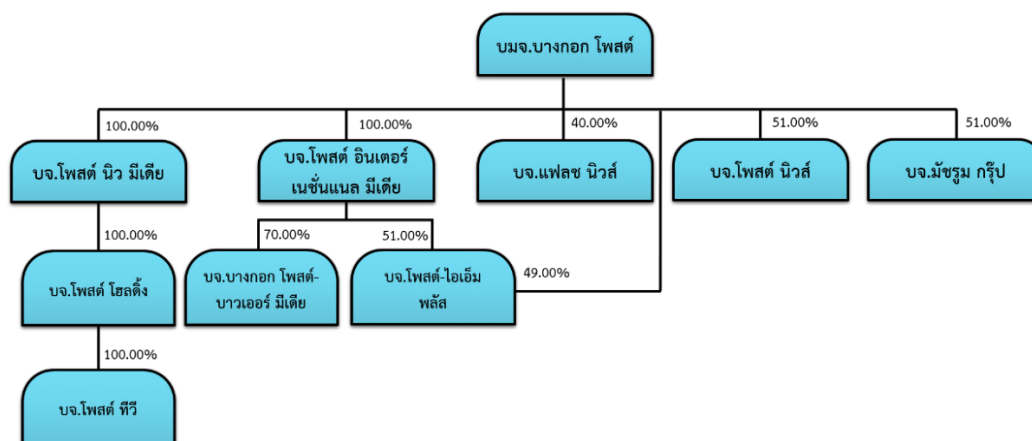
การใช้สื่อดิจิทัลได้มีการพัฒนาและเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วกว่าที่คาดคิด นับเป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน จึงเป็นที่แน่นอนว่า ปัจจัยภายนอกเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างยากที่จะหลีกเลี่ยงได้ กลุ่มบางกอกโพสต์ก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน

คณะผู้บริหารและพนักงานของกลุ่มบางกอกโพสต์ตระหนักดีถึงความท้าทายนี้ และได้ผนึกกำลังเพื่อก้าวไปข้างหน้าอย่างเต็มที่ โดยมุ่งเน้นแนวทางหลักในการดำเนินธุรกิจ 5 แนวทาง ได้แก่

1. ความสำคัญของเนื้อหาที่นำเสนอ โดยเนื้อหาต้องมีคุณภาพและทันต่อเหตุการณ์
2. โครงสร้างและขนาดขององค์กรที่เหมาะสมกับภาวะการณ์ของธุรกิจ โดยมุ่งเน้นที่ประสิทธิภาพของการทำงานเป็นหลัก
3. กระชับความสัมพันธ์กับคู่ค้า เน้นความสำคัญของการแสวงหาผลประโยชน์ร่วมกัน
4. พัฒนาขีดความสามารถของพนักงาน และเพิ่มโอกาสในการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา
5. มุ่งเน้นการพัฒนาด้านดิจิทัลและสื่อออนไลน์อย่างเร่งด่วน

แนวทางหลักทั้ง 5 ข้อนี้นี้ได้ถูกนำมาสานต่อเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในปี 2562 ทั้งนี้ คณะผู้บริหารมีความเชื่อมั่นว่า แผนนโยบายที่ได้กำหนดไว้จะประกอบกับการวางแผนและกลยุทธ์ในการบริหารจัดการต่าง ๆ จะช่วยให้กลุ่มบางกอกโพสต์รักษาความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมสื่อในประเทศไทย และจะยังคงดำรงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือ เป็นสื่อที่มีคุณภาพเคียงคู่สังคมไทยต่อไป

### 1.3. โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562)



หมายเหตุ : ไม่มีการถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน และไม่มีบุคคลที่เกี่ยวข้องหรือที่อาจมีความขัดแย้งถือหุ้นมากกว่า 10%

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท บางกอก โฟสต์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดพิมพ์หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาอังกฤษที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทย ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจครบรอบ 73 ปี ในปี 2562 รวมทั้ง เว็บไซต์โพสต์ทูเดย์ ที่นำเสนอข่าวสารและข้อมูลเชิงธุรกิจเป็นภาษาไทย ในรูปแบบดิจิทัล

ธุรกิจการพิมพ์เพื่อนำเสนอข่าวและข้อมูลของกลุ่มบางกอกโพสต์เติบโตอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทในปี 2489 ผ่านการริเริ่มทางกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อขยายช่องทางสื่อ กิจกรรม และบริการในรูปแบบต่างๆ ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ โดยมีเป้าหมายในการขยายส่วนแบ่งการตลาดและการเจาะกลุ่มลูกค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศได้มากขึ้น กลยุทธ์ของ กลุ่มบางกอกโพสต์ ได้แก่

- กลุ่มบางกอกโพสต์ดำเนินธุรกิจผ่านบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท โฟสต์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล มีเดีย จำกัด และบริษัทร่วมทุน ได้แก่ บริษัท บางกอก โฟสต์-บาวเออร์ มีเดีย จำกัด จัดพิมพ์และจัดจำหน่ายนิตยสารต่างประเทศที่ได้รับความนิยม เป็นฉบับภาษาไทย ครอบคลุม เนื้อหาทั้งธุรกิจ สังคม แฟชั่น ตกแต่งบ้าน ไลฟ์สไตล์ และท่องเที่ยว อาทิ แอล ประเทศไทย ฟอรัสบ ไทยแลนด์ และคลีโอ ประเทศไทย
- บริษัท มัชฌิม กรู๊ป จำกัด ดำเนินธุรกิจผลิตคอนเทนต์วิดีโอและมัลติมีเดียสำหรับโทรทัศน์และสื่อดิจิทัล โดยมีตลาดในประเทศและภูมิภาคเอเชีย
- กลุ่มบางกอกโพสต์ให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารบนสื่อดิจิทัลแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชัน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ แก่สมาชิกผู้อ่านชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวมทั้งบริการข้อมูลข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์ บนอุปกรณ์ต่างๆ ทั้งคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ แท็บเล็ต และ โทรศัพท์มือถือ เพื่อให้สอดคล้องกับความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคสมัยใหม่
- ธุรกิจสิ่งพิมพ์พาณิชย์ของกลุ่มบางกอกโพสต์ให้บริการงานพิมพ์ทั่วไปแก่องค์กรภาครัฐบาลและเอกชน
- กลุ่มบางกอกโพสต์ให้บริการด้านคอนเทนต์ การจัดการงานอีเว้นท์ และการตลาดบนแพลตฟอร์มดิจิทัล แก่องค์กรภาครัฐบาลและเอกชนธุรกิจสิ่งพิมพ์พาณิชย์ของกลุ่มบางกอกโพสต์ให้บริการงานพิมพ์ทั่วไปให้กับองค์กรภาครัฐบาลและเอกชน

บริษัท บางกอก โฟสต์ จำกัด (มหาชน) ยังคงมุ่งมั่นที่จะเติบโตและพัฒนาธุรกิจ ผ่านการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อรูปแบบต่างๆ สินค้า และบริการ โดยมีเป้าหมายหมายเพื่อขยายฐานผู้อ่านและผู้เข้าชมสื่อ ทั้งนี้ กลุ่มบางกอกโพสต์ ยังยึดมั่นในพันธกิจที่จะรักษาการเป็นผู้จัดพิมพ์และจัดจำหน่ายสื่อมัลติมีเดียชั้นนำของประเทศไทย โดยอาศัยชื่อเสียงที่ได้สั่งสมมายาวนานในอุตสาหกรรมสื่อของไทยในฐานะ “แหล่งข่าวและบทความที่น่าเชื่อถือที่สุด”

รายได้ของกลุ่มบริษัทแบ่งตามประเภทธุรกิจในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา มีดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

ประเภทธุรกิจ	ดำเนินการโดย	ปี 2562		ปี 2561		ปี 2560	
		รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
ธุรกิจหนังสือพิมพ์	บมจ. บางกอก โฟสต์	520.5	64.3	784.7	61.8	944.5	69.2
ธุรกิจนิตยสารต่างประเทศ	บจ. โฟสต์ อินเตอร์เนชั่นแนล มีเดีย และ บริษัทย่อย	164.1	20.3	215.4	16.9	202.8	14.9
ธุรกิจผลิตคอนเทนต์และรายการโทรทัศน์	บจ. มัชฌิม กรุป, บจ. โฟสต์ ทีวี และ บจ.โฟสต์ นิวส์	124.2	15.4	270.1	21.3	217.0	15.9
<b>รายได้รวม</b>		<b>808.8</b>	<b>100.0</b>	<b>1,270.2</b>	<b>100.0</b>	<b>1,364.3</b>	<b>100.0</b>

## 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

### 2.1.1 ธุรกิจหนังสือพิมพ์

บางกอกโฟสต์ : บางกอกโฟสต์ เข้าสู่ปีที่ 73 ในปี 2562 และได้ทำหน้าที่อย่างมั่นคงในฐานะสื่อมวลชนที่มีความรับผิดชอบต่อประเทศชาติและสังคมตลอดช่วงเวลาอันยาวนานจนขณะนี้นับเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีอายุ ยาวนานที่สุดในประเทศ

ในขณะที่ประเทศไทยมีความโดดเด่นและสำคัญมากขึ้นในสังคมโลก ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองนักท่องเที่ยวต่างชาติดำเนินการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยตลอดปี 2562 บางกอกโฟสต์ ซึ่งเป็นผู้นำ ตลาดข่าวสารภาษาอังกฤษของประเทศไทย มีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่เป็นหน้าต่างของประเทศในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของประเทศไทยที่ถูกต้องและเที่ยงตรง สู่สายตาชาวโลก ผ่านช่องทางสื่ออันหลากหลาย ไม่เพียงเฉพาะหนังสือพิมพ์เท่านั้น

ทั้งนี้ บางกอกโฟสต์ได้พัฒนาสื่อออนไลน์และสื่อดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ และบริการข่าวสารผ่านโทรศัพท์มือถือ ในปี 2562 ช่องทางสื่อออนไลน์ของบางกอกโฟสต์ได้ขยายตัวขึ้นมากทั้งในด้านรายได้และจำนวนผู้เข้าชม โดยจากข้อมูลของ Google Analytics ในปี 2562 เว็บไซต์บางกอกโฟสต์มีผู้เข้าชมเป็นจำนวนหน้าที่ถูกแสดง (page view) สูงถึง 84.73 หน้า เพิ่มขึ้น 11.9% เมื่อเทียบกับปี 2561 และมียอดผู้เข้าชมสูงถึง 16.7 ล้านคน ซึ่งโดยเฉลี่ย มีผู้เข้าชมเป็นจำนวนหน้าที่ถูกแสดง จำนวนกว่า 230,000 หน้าต่อวัน โดย เข้าถึงจากจำนวน 91,206 อุปกรณ์ ขณะที่เฟซบุ๊กมีผู้ติดตาม 960,844 คน

นอกจากนั้น ข้อมูลจาก Truehits.net ซึ่งเป็นเว็บไซต์ตรวจสอบสถิติ การเยี่ยมชมเว็บไซต์ต่างๆ พบว่า ผู้เข้าชมเว็บไซต์บางกอกโฟสต์ใช้เวลา เฉลี่ยในการชม 5.09 นาทีต่อครั้ง ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยการเข้าชมเว็บไซต์ ข่าวอื่นๆ ในประเทศ ซึ่งใช้เวลาเพียง 2-3 นาที ตัวเลขดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ข่าวและเนื้อหาของบางกอกโฟสต์ในสื่อทุกช่องทางได้รับความเชื่อถือจากผู้อ่านทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ในด้านของหนังสือพิมพ์ ปี 2562 ถือเป็นปีที่ท้าทายอีกปีหนึ่งเช่นเดียวกับสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ในปีนี้ถือเป็นก้าวที่สำคัญอีกก้าวหนึ่งของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ที่ได้พัฒนาเนื้อหาเพื่อผู้อ่านอย่างต่อเนื่อง โดยหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ได้จัดทำความร่วมมือกับ The Wall Street Journal เพื่อนำเสนอข่าวและเนื้อหาอันโดดเด่นของ The Wall Street Journal ในหน้าหนังสือพิมพ์และเว็บไซต์บางกอกโพสต์ ความร่วมมือดังกล่าวแสดงถึงจุดยืนและคำมั่นสัญญาของบางกอกโพสต์ที่มีต่อผู้อ่านที่จะนำเสนอเนื้อหาที่ดีที่สุดให้ผู้อ่านของเรา

ปี 2562 บางกอกโพสต์ได้จัดกิจกรรมที่หลากหลายและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี โดยเฉพาะงานสัมมนาประจำปีที่จัดขึ้นอย่างครอบคลุมในประเด็นสำคัญต่างๆ ที่สร้างผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงของโลกและการดำเนินชีวิต อาทิ 5G ระบบปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) และพลังของข้อมูล (Power of Data)

ปี 2563 จะเป็นปีที่มีเหตุการณ์สำคัญต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเศรษฐกิจ สังคม หรือการเมือง บางกอกโพสต์จะยังคงทำหน้าที่และมีบทบาทสำคัญในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ เหล่านี้สู่ผู้อ่าน โดยยึดมั่นในหลักปฏิบัติและจริยธรรม ของสื่อมวลชน และการเป็น “สื่อที่เชื่อถือได้”

**โพสต์ทูเดย์ :** ช่วงต้นปีจนถึงเดือนมีนาคม 2562 บางกอกโพสต์ ยังดำเนินการจัดพิมพ์และจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ และได้จัดสัมมนาหัวข้อ “อนาคตประเทศไทยหลังการเลือกตั้ง” ในวันพฤหัสบดีที่ 7 กุมภาพันธ์ 2562 ณ บางกอก คอนเวนชันเซ็นเตอร์ โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ โดยเชิญแคนดิเดตนายกรัฐมนตรีของ 4 พรรคการเมืองใหญ่มาร่วมแสดงวิสัยทัศน์ ประกอบด้วย คุณอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ หัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ ดร.อุตตม สาวนายน หัวหน้าพรรคพลังประชารัฐ ดร.ชัชชาติ สิทธิพันธุ์ พรรคเพื่อไทย และคุณธนธร จึงรุ่งเรืองกิจ หัวหน้าพรรคอนาคตใหม่ ซึ่งได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก

ภายหลังจากที่บริษัทตัดสินใจยุติการพิมพ์หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ในไตรมาสที่ 1 ปี 2562 โพสต์ทูเดย์ก็ได้เร่งปรับองค์กรเข้าสู่การเป็นสื่อดิจิทัลอย่างรวดเร็ว เพื่อผลิตสื่อดิจิทัลในรูปแบบใหม่ๆ ทั้งเว็บไซต์ เพชบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ยูทูบ และไลน์ออฟฟิเชียลแอดแคต์ ไปพร้อมๆ กับการพัฒนาสื่อแบรนด์ใหม่ในชื่อนิวส์เคลียร์ (News Clear) ที่นำเสนอเนื้อหาในรูปแบบ วิดีโอ

ในเวลาเพียงไม่กี่เดือน โพสต์ทูเดย์ก็สามารถพัฒนาจนกลายเป็นสื่อดิจิทัลเต็มรูปแบบ และได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ รวมทั้งยังจัดสัมมนาด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในหัวข้อ “5G: พลิกชีวิตเอสเอ็มอีไทย” เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยได้เตรียมความพร้อมทางธุรกิจรองรับเทคโนโลยี 5 จี ที่จะเกิดขึ้นในประเทศไทยในปี 2563 โดยมี ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เป็นประธานในงาน และกล่าวปาฐกถาพิเศษ ณ ห้องออডিทอเรียม ชั้น 6 หอ ดิจิทัล พาร์ค (ปทุมวัน) ถนนสุขุมวิท

**M2E :** หนังสือพิมพ์ M2F ผู้บุกเบิกหนังสือพิมพ์รายวันแจกฟรีของประเทศไทย เดินหน้าผลิตสื่อสิ่งพิมพ์คุณภาพ และรักษาความเป็นผู้นำของหนังสือพิมพ์แจกฟรีภาษาไทยซึ่งมียอดพิมพ์และยอดแจกจ่ายสูงที่สุดในประเทศ ภายใต้การสนับสนุนของชาวกรุงเทพฯ

ปี 2561 และ ปี 2562 ปฏิเสธไม่ได้ว่าสื่อสิ่งพิมพ์ประสบปัญหาอย่างหนักในแง่ธุรกิจ สื่อดิจิทัลทวีบทบาทมากขึ้นในสังคมข่าวสาร M2F เผชิญกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและตัดสินใจเพิ่มช่องทางการกระจายข่าวสารผ่านออนไลน์เพื่อสามารถเข้าถึงผู้อ่านได้มากและสะดวกขึ้น ทั้งทางเว็บไซต์ [www.m2fnews.com](http://www.m2fnews.com) และเฟซบุ๊ก รวมทั้งมีการนำเสนอ M2F ในรูปแบบ e-newspaper กระจายฐานผู้อ่านไปยังกลุ่มที่ชื่นชอบบรรณารักษ์ในอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์อีกด้วย อย่างไรก็ตาม บริษัทตัดสินใจยุติการพิมพ์และจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ M2F ในไตรมาสที่ 1 ปี 2562



นอกจากนี้ ยังมีนิตยสารอื่นที่แทรกในหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ อาทิ

- Life : นิตยสารไลฟ์สไตล์ภาษาอังกฤษ ทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์
- GURU : นิตยสารเอ็นเตอร์เทนเมนต์ภาษาอังกฤษ ทุกวันศุกร์
- B.Magazine : นิตยสารรวบรวมไลฟ์สไตล์ในวันหยุดสุดสัปดาห์ ภาษาอังกฤษ ทุกวันอาทิตย์

### 2.1.2 ธุรกิจสำนักพิมพ์

**Postbook :** ธุรกิจการพิมพ์หนังสือของบริษัทภายใต้ชื่อสำนักพิมพ์โพสต์บุ๊กส์ ผลิตหนังสือมากกว่า 500 ปก นับตั้งแต่เริ่มดำเนินการในปี 2551 โดยครอบคลุมเนื้อหาหลากหลายทั้งภาษาไทย และอังกฤษ อาทิ ธุรกิจ การลงทุน การพัฒนาตนเอง ประวัติศาสตร์ บันเทิง และวรรณกรรม

ในปี 2562 โพสต์บุ๊กส์ได้จัดพิมพ์หนังสือหลายประเภท อาทิ “ปรับธุรกิจ ให้รอดในยุคดิจิทัล” (Digital Darwinism: Survival of the Fittest in the Age of Business Disruption) ฉบับแปลเป็นภาษาไทย เพื่อให้นักอ่านไทยสามารถก้าวทันโลกดิจิทัล เขียนโดย Tom Goodwin คอลัมนิสต์ของ TechCrunch, Forbes The Guardian, GQ, Ad Age, Wired, Ad Week, Inc, MediaPost & Digiday และรองประธานบริหารและหัวหน้าฝ่ายนวัตกรรมของ Zenith Media, USA โดยได้รับการโหวตติดอันดับท็อป 10 ด้านการตลาดโดย LinkedIn และเป็นหนึ่งใน 30 คนที่ “ต้องติดตาม” บน Twitter จากการจัดอันดับของ Business Insider และ Fast Company และหนังสือยอดนิยม “ทำไมต้องช่วยธนาคาร” (Why Save the Bankers?) โดย Thomas Piketty ผู้เขียนหนังสือ “ทุนนิยมในศตวรรษที่ 21” (Capital in the Twenty-First Century) ซึ่งเป็นหนังสือติดอันดับขายดี

นอกจากนี้ยังจัดพิมพ์หนังสือเกี่ยวกับภูมิปัญญาทั้งตะวันตกและตะวันออกที่ให้ความรู้ด้านปรัชญาการดำรงชีวิต การบริหาร และประวัติศาสตร์ เช่น “พิชัยยุทธ์ซุนวู ฉบับหัวขาน (Ten Lectures on the Art of War by Huasan) โดยผู้เขียนได้ศึกษาค้นคว้าพิชัยยุทธ์ซุนวูมากกว่า 20 ปี จนสามารถวิเคราะห์พิชัยยุทธ์ซุนวูได้อย่างหมดเปลือก หนังสือ “มองทะลุเงาเห็นป่าไม้ เล่ม 4” เขียนโดย นิธิพันธุ์ วิประวิทย์ สูดยอดแฟนพันธุ์แท้ราชวงศ์จีนและผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์และอารยธรรมจีน รวมทั้งหนังสือวรรณกรรมจีนรุ่นใหม่ นิยายชุด “หงสา จอมราชันย์” หนังสือขายดี ในสาธารณรัฐประชาชนจีน

ปัจจุบัน โพสต์บุ๊กส์มุ่งมั่นพัฒนาช่องทางจำหน่ายหนังสือทางออนไลน์ เพื่อให้เข้าถึงผู้อ่านรุ่นใหม่มากขึ้น และเพิ่มความสะดวกแก่ผู้อ่านยิ่งขึ้น

**โพสต์ดิจิทัล :** ตลอดปี 2562 โพสต์ดิจิทัลยังคงมุ่งมั่นพัฒนาสินค้าและบริการของบริษัท ด้วยการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence – AI) การจัดการฐานข้อมูล และการออกแบบให้ใช้งานสะดวก เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในยุคปัจจุบัน รวมทั้งเพิ่มผลประโยชน์ให้สูงสุดแก่ผู้อุปถัมภ์และผู้ลงโฆษณาที่ต้องการช่องทางใหม่ๆ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในการเข้าถึงผู้บริโภค

นอกเหนือไปจากการออกแบบหน้าเว็บไซต์ใหม่ของบางกอกโพสต์และโพสต์ทูเดย์แล้ว โพสต์ดิจิทัลยังดำเนินการปรับปรุงระบบปฏิบัติการหลังบ้าน เพื่อให้สามารถรองรับปริมาณผู้เข้าชมเว็บไซต์บางกอกโพสต์ผ่านมือถือที่เพิ่มขึ้นถึง 11% คือจาก 48% เป็น 59% รวมทั้งเพิ่มความเร็วในการดาวน์โหลดเว็บไซต์ทั้ง 2 เว็บไซต์ เพื่อให้ผู้ใช้งานพึงพอใจยิ่งขึ้น นอกจากนี้ โพสต์ดิจิทัลยังต่อยอดพัฒนาบริการด้านสื่อโซเชียลมีเดีย รวมทั้งเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม และไลน์

สำหรับปี 2563 โพสต์ดิจิทัลจะเดินหน้าเต็มกำลังเพื่อก้าวขึ้นสู่อันดับ 1 ของตลาดสื่อออนไลน์ ผ่านการพัฒนาการใช้ฐานข้อมูล ซึ่งอยู่ในขั้นตอน การพัฒนาระบบสมาชิกแบบ Global Member System ที่จะถูกนำไปใช้ ร่วมกับแพลตฟอร์มการจัดการฐานข้อมูล (Data Management Platform – DMP) ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อพัฒนาคอนเทนต์ที่ตรงกับความสนใจของผู้อ่าน ตลอดจนแนะนำคอนเทนต์ที่เหมาะสมให้กับผู้อ่านแต่ละราย และนำข้อมูล เหล่านี้มาใช้ในการพัฒนาแคมเปญต่างๆ ร่วมกับลูกค้าเป้าหมาย เพื่อโอกาส ในการสร้างรายได้ต่อไป

โพสต์ดิจิทัลยังมีแผนพัฒนาบริการต่างๆ เพื่อตอบโจทย์ผู้ใช้งานกว่า 10 ล้านคน โดยการเพิ่มบริการออนไลน์ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถค้นหาและเลือกใช้บริการได้จากเว็บในเครือบางกอกโพสต์ได้อย่างครบวงจร อาทิ การให้บริการด้านการเงินออนไลน์ การส่งจองสินค้าและบริการ รวมไปถึง การทำธุรกิจ e-commerce เพื่ออำนวยความสะดวกและสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของผู้อ่าน

### 2.1.3 ธุรกิจนิตยสารต่างประเทศ

**นิตยสารแอล ประเทศไทย :** บริษัท โพสต์ อินเตอร์เนชั่นแนล มีเดีย จำกัด ก่อตั้งขึ้นในปี 2537 เพื่อผลิตและจัดพิมพ์นิตยสารแอล ประเทศไทย ซึ่งเป็นนิตยสาร แฟชั่นหัวนอกฉบับแรกของประเทศไทย

ตลอดระยะเวลา 25 ปี แอล ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญในการเป็นสื่อกลางด้านแฟชั่นและเทรนด์ดังตามกระแสโลกให้แก่ผู้อ่าน จนก้าวขึ้นสู่การเป็นนิตยสารแฟชั่นต่างประเทศชั้นนำฉบับภาษาไทย เมื่อสถานการณ์โลกเปลี่ยนแปลงไป สื่อออนไลน์มีความสำคัญมากขึ้น แอล ประเทศไทยจึงได้เพิ่มช่องทางจากการเป็นเพียงนิตยสาร สู่การผลิตคอนเทนต์ด้วยแนวคิด 360 องศา ทำให้เกิดคอนเทนต์ใหม่บนแพลตฟอร์มต่างๆ ทั้งสื่อดิจิทัลและอีเว้นท์

ปี 2562 แอล ประเทศไทยได้สร้างปรากฏการณ์ต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการจัดถ่ายภาพแฟชั่นชุดปกไกลถึงกรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส รวมถึง การสร้างรายได้รวม 30 ล้านบาท จากช่องทางออนไลน์ด้วยคอนเทนต์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านเว็บไซต์ คลิปวิดีโอ และโซเชียลมีเดียต่างๆ และการร่วมมือกับแบรนด์ดังระดับโลกมากมาย

ในส่วนของอีเว้นท์ แอล ประเทศไทยจัดงานครอบคลุมทั้งด้านแฟชั่น บิวตี้ และไลฟ์สไตล์ โดยงานใหญ่ประจำปี ELLE Fashion Week 2019 ซึ่ง จัดเป็นเวลา 4 วัน รวมทั้งสิ้น 8 โชว์ จาก 10 ดีไซน์เนอร์ ได้สร้างประวัติศาสตร์บทใหม่ด้วยการรวบรวมผลงานการออกแบบจาก 25 ดีไซน์เนอร์ชาวไทยระดับตำนานจนถึงดีไซเนอร์รุ่นใหม่ร่วมกันในโชว์ 25x25 ซึ่งเป็นโชว์เปิด ที่ยิ่งใหญ่ของงานนี้

นอกเหนือจากแฟชั่นแล้ว แอล ประเทศไทยยังสานต่อแคมเปญด้านบิวตี้ ด้วย ELLE Thailand Beauty Awards 2019 การประกาศรางวัลสุดยอดผลิตภัณฑ์ความงามในด้านต่างๆ จากการคัดเลือกของคณะกรรมการจากหลากหลายวงการและผู้ทดลองใช้จริง ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้อ่านและแบรนด์ความงามชั้นนำ

ในส่วนของไลฟ์สไตล์ แอล ประเทศไทยได้รับการคัดเลือกจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ให้เป็นผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์งาน STYLE Bangkok 2019 งานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์และงานออกแบบที่ใหญ่ที่สุดของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเกิดจากการรวม 3 งานใหญ่ เข้าไว้ด้วยกัน ได้แก่ งานแสดงแฟชั่นและเครื่องหนัง งานแสดงสินค้าของขวัญและของใช้ในบ้าน และงานแสดงสินค้าเฟอร์นิเจอร์

ในการก้าวเข้าสู่ปี 2563 แอล ประเทศไทยยังคงสานต่อความเป็นผู้นำในด้านแฟชั่น ความงาม ด้วยคอนเทนต์คุณภาพจากประเทศไทยและทั่วโลก เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้แก่ผู้อ่าน รวมทั้งความมุ่งมั่นยกระดับและเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้หญิงไทยได้แสดงพลังและศักยภาพในสังคมได้มากขึ้น อีกทั้งจะตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านคอนเทนต์ด้วย ELLE

IDOL แพลตฟอร์มรูปแบบใหม่ซึ่งจะมาพร้อมประสบการณ์สุดพิเศษที่จะทำให้แฟนคลับได้ใกล้ชิดศิลปินที่ชื่นชอบได้มากขึ้นผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ ซึ่งจะทำให้ แอล ประเทศไทยสามารถขยายฐานผู้อ่านให้เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ยิ่งขึ้น

**นิตยสารฟอร์บส ไทยแลนด์ :** นิตยสารฟอร์บสมีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า 100 ปี อยู่เคียงคู่กับพัฒนาการของโลกทุนนิยม จนอาจกล่าวได้ว่าเป็นสัญลักษณ์ของความมั่งคั่งและความสำเร็จในโลกของธุรกิจ นักลงทุนผู้ประกอบการ และผู้บริหารกิจการชั้นนำในระดับประเทศ

ท่ามกลางมรสุมธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ที่ทำให้นิตยสารต่างๆ พากันปิดตัวหรือเปลี่ยนแพลตฟอร์มเป็นออนไลน์ นิตยสารฟอร์บส ไทยแลนด์ ยังคงยืนหยัดอยู่ได้อย่างแข็งแกร่ง ทั้งสิ่งพิมพ์และออนไลน์ โดยเว็บไซต์ ฟอร์บส ไทยแลนด์เติบโตอย่างต่อเนื่องรับเทรนด์พฤติกรรมผู้อ่านที่เปลี่ยนไป

ตลอดเวลา 6 ปีในประเทศไทย นิตยสารฟอร์บส ไทยแลนด์ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้อ่านนักธุรกิจรุ่นใหม่ ในฐานะนิตยสารธุรกิจและเศรษฐกิจการเงินแถวหน้าที่มีเนื้อหาหลักและถอบทเรียนที่สร้างแรงบันดาลใจได้เป็นอย่างดี

แม้ปี 2562 เป็นปีที่ท้าทายของวงการสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ฟอร์บส ไทยแลนด์ยังคง เติบโตด้วยผลประกอบการที่มีกำไร รวมทั้งกิจกรรมที่จัดขึ้นก็ได้การตอบรับที่ดีจากผู้อ่าน เจ้าของกิจการ และผู้สนับสนุน

เริ่มตั้งแต่ต้นปี วันที่ 31 มกราคม 2562 ฟอร์บส ไทยแลนด์ร่วมกับ TISCO Wealth จัดงานใหญ่ “TISCO Wealth & Forbes Thailand Dinner Talk” ที่ห้องแกรนด์ ฮอลล์ โรงแรม ดิ แอทธินี โฮเทล แบงค็อก งานนี้มีทั้งเวทีเพื่อความบันเทิงและเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์จากการเสวนาหัวข้อ “Investment Opportunities in Well-being Mega Trend & Advancement in Regenerative Medicine and Anti-Aging” ซึ่งมีวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ มาร่วมแลกเปลี่ยนข้อมูล เช่น Mr. Raymond Chong ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บีดีเอ็มเอส เวลเนส คลินิก และ นพ.ตฤพล วิรุฬหารุญ ประธานเจ้าหน้าที่ ปฏิบัติการ บีดีเอ็มเอส เวลเนส คลินิก โดยมีผู้เข้าร่วมงานมากกว่า 200 คน

ช่วงกลางปีในเดือนมิถุนายนซึ่งเป็นเดือนเกิด ฟอร์บส ไทยแลนด์ได้จัดงานใหญ่ Forbes Thailand Forum 2019: The Next Tycoons ณ ห้องแมกโนเลีย บอลรูม โรงแรมวอลดอร์ฟ แอสโทเรีย กรุงเทพ งานนี้ได้เชิญ Next Tycoons ในดวงธุรกิจตระกูลดังมาเป็นวิทยากรในช่วงเสวนา “Leading to New Frontiers” อาทิ ปิติ ภิรมย์ภักดี กรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารธุรกิจซัพพลายเชน บริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ จำกัด เฉลิมชัย มหากิจศิริ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท พีเอ็ม กรุ๊ป จำกัด และบริษัท ไทรีเซนไทย เอเยนต์ชีส์ จำกัด (มหาชน) และธนิศร์ เจียรวนนท์ กรรมการ ผู้จัดการ LOTS Wholesale Solutions สามนักธุรกิจหนุ่มทายาทตระกูลดังกับการกิจการสืบทอดกิจการในบริษัทที่แตกต่าง ทั้งสืบทอดความสำเร็จ บุกเบิก ธุรกิจใหม่ และก้าวไกลสู่ตลาดใหม่ในต่างประเทศ

งานนี้ยังมีเวทีเสวนาช่วงที่ 2 ในหัวข้อ “Succeeding for Success” โดยมีวิทยากรผู้ประสบความสำเร็จในการเป็นที่ปรึกษาการเปลี่ยนผ่านธุรกิจครอบครัว อย่าง อริญญา เกลิงศรี กรรมการผู้จัดการ South East Asia Center (SEAC) และกิตติพงศ์ อรุณพัฒน์พงศ์ ประธานกรรมการ บริษัท เบเคอร์ แอนด์ แม็คเค็นซี่ จำกัด และ ดร.สาธิต ผ่องธัญญา ผู้อำนวยการอาวุโส ที่ปรึกษาด้านการวางแผนการส่งต่อความมั่งคั่งจากรุ่นสู่รุ่น (Estate Planning & Family Office) ธนาคารไทยพาณิชย์ มาร่วมแลกเปลี่ยนมุมมองที่น่าสนใจในการเปลี่ยนผ่านการบริหารธุรกิจครอบครัวจากรุ่นสู่รุ่น หลังจบเวทีเสวนา แยกที่มาร่วมงานซึ่งส่วนใหญ่เป็นทายาทธุรกิจและนักบริหารรุ่นใหม่กว่า 200 คน ได้มีโอกาสพบปะแลกเปลี่ยนมุมมองอย่างเป็นกันเอง

ในปี 2562 ฟอร์บส ไทยแลนด์ ยังได้จัดทำสิ่งพิมพ์พิเศษขึ้นอีก 2 ฉบับ ได้แก่ Wealth Management & Investing 2019 ในเดือนมิถุนายน และ Forbes Life Thailand Property 4.0 ในเดือนพฤศจิกายน เพื่อเป็นอภินันทนาการแก่ผู้อ่านนิตยสารฟอร์บส ไทยแลนด์

สำหรับการก้าวเข้าสู่ปีที่ 7 ในปี 2563 ฟอร์บส ไทยแลนด์จะยังคงเดินหน้าผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพและสร้างสรรค์ในสไตลฟอร์บส อันเป็นที่ยอมรับในระดับสากล รวมทั้งกิจกรรมที่เป็นประโยชน์อย่างต่อเนื่อง

**นิตยสารไซแอนซ์ อิลลัสเตรเตด :** ในช่วงครึ่งปีแรกปี 2562 นิตยสารไซแอนซ์ อิลลัสเตรเตด ฉบับภาษาไทย ได้นำเสนอเรื่องราวโลกแห่งวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมที่น่าสนใจสำหรับคนที่ต้องการอัปเดตและรู้ทันความเป็นไปเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ ผ่านการนำเสนอที่สนุกสนานและเข้าใจง่ายทางสื่อหลัก คือนิตยสารที่วางแผงรายเดือนยังคงได้กระแสนตอบรับที่ดีจากผู้อ่าน และทางทีมงานเองก็ได้ขยายการให้ข้อมูลเชิงสาระในการสร้างโครงข่ายสู่กลุ่มผู้อ่านในโลกออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ [scienceillustratedthailand.com](http://scienceillustratedthailand.com) และโซเชียลมีเดีย ทั้งเฟซบุ๊กและอิน스타그램

ไซแอนซ์ อิลลัสเตรเตดสามารถทำรายได้จากโปรเจกต์พิเศษและกิจกรรมสำหรับกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก อาทิ Si-Camp (Singapore) การจัดแคมป์วิทยาศาสตร์ที่นำเยาวชนไปประเทศสิงคโปร์ งานออกบูทของไซแอนซ์ อิลลัสเตรเตด ในการสอบแข่งขันและประกาศผลในงาน Asmo และงานออกบูทสมาชิกไซแอนซ์ อิลลัสเตรเตด

นิตยสารไซแอนซ์ อิลลัสเตรเตดนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ด้วยมุมมองในแง่บวก ให้เห็นว่า โลกนั้นเป็นที่ที่น่าอยู่ โดยความรู้ทางวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมจากอดีตสู่ปัจจุบัน เน้นกลุ่มผู้อ่านและสมาชิกเป็นเป้าหมายหลัก เพื่อช่วยเสริมสร้างทัศนคติที่ดีและสร้างสรรค์อนาคตที่ดีให้โลกใบนี้

อย่างไรก็ตาม ในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 ได้ทำการหยุดผลิตและจำหน่าย เพื่อลดค่าใช้จ่ายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของบริษัท

**นิตยสารคลีโอ ประเทศไทย :** ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2562 คลีโอ ประเทศไทย ยังคงผลิตนิตยสาร รายเดือน นิตยสารแจกฟรี รวมทั้งการจัดกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับ สปอนเซอร์อย่างต่อเนื่อง อาทิ งาน Beauty Hall of Fame 2019 และงาน AIS Smart Gen 2019 ที่ยังคงได้รับความสนใจจากผู้อ่าน เหมือนทุกครั้งที่ผ่านมา

ในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลแทรกซึมอยู่ในทุกธุรกิจ และส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างยิ่งใหญ่ในอุตสาหกรรมสื่อ โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ คลีโอ ประเทศไทยถือเป็นโอกาสที่ดีในการปรับเปลี่ยน นำผู้อ่านที่คุ้นเคยกับสิ่งพิมพ์เข้าสู่โลกดิจิทัลที่กว้างไกลและรวดเร็วมากขึ้น พร้อมกับพัฒนาเนื้อหาให้ตอบโจทย์การอ่านผ่านหน้าจอสมาร์ทโฟนและคอมพิวเตอร์ประเภทต่างๆ แต่ยังคงรักษาดีเอ็นเอของสาวคลีโอเอาไว้ ทำให้มีผู้อ่านเข้ามาเป็นสมาชิกและมีการกดไลค์ กดแชร์ เนื้อหาเพิ่มมากขึ้น

ถึงแม้ว่า ไตรมาสที่ 2 ปี 2562 ได้หยุดการผลิตและจำหน่ายนิตยสารคลีโอ ประเทศไทย การนำเสนอข้อมูลข่าวสารยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่องบนช่องทางออนไลน์ สำหรับปี 2563 คลีโอ ประเทศไทยยังคงเดินหน้าจัดกิจกรรมที่โดดเด่นต่างๆ รวมทั้งปรับเปลี่ยนสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลใหม่ๆ ซึ่งคาดว่าจะได้รับความนิยม จากสปอนเซอร์ที่พร้อมจะก้าวสู่ธุรกิจสื่อออนไลน์ไปด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็น [www.cleo-thailand.com](http://www.cleo-thailand.com), CLEO Thailand YouTube รายการ Cleo On Ground, CLEO Horoscope และ CLEO Bachelors XOXO คลีโอ ประเทศไทย ในแพลตฟอร์มออนไลน์ยังคงเป็นเพื่อนแท้ของสาวๆ ตลอดไป

#### 2.1.4 ธุรกิจผลิตคอนเทนต์และรายการโทรทัศน์

บริษัท มัชฌิม กรุป จำกัด เป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลางที่มีความมั่นคงสูง และผลิตรายการครอบคลุมเนื้อหาหลากหลาย ทั้งรายการท่องเที่ยว อาหาร บ้านเทจ และไลฟ์สไตล์ การเข้าร่วมในกลุ่มบางกอกโพสต์ตั้งแต่ปี 2558 ทำให้ธุรกิจโทรทัศน์สามารถใช้ต่อยอดจากเนื้อหาสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัลที่มีอยู่ มาผลิตเป็นรายการโทรทัศน์ ออกอากาศในช่องทีวีดิจิทัล รวมทั้งแผนงานในการร่วมพัฒนาและออกอากาศรายการธุรกิจ “Academy” ซึ่งเป็น Reality Show เพื่อส่งเสริมธุรกิจและผู้ประกอบการ SME รายการ “Dr. Oz Thailand” และรายการ “อายุน้อย ร้อยล้าน” ซึ่งออกอากาศทางช่อง Workpoint 23 รายการ “The Best Seller” ออกอากาศทางช่อง MCOT Family 14 เป็นต้น

การดำเนินงานของบริษัท มัชฌิม กรุป จำกัด ตั้งแต่ปี 2561 เป็นต้นมา เต็มไปด้วยความท้าทายจาก Digital Disruption สิ่งที่เกิดขึ้นคือ รายได้จากธุรกิจเดิม ได้แก่ การผลิตรายการทีวี และการขาย Media ทางทีวีเริ่มลดลง แต่ด้วยแผนธุรกิจที่คณะกรรมการบริษัทได้วางไว้ ทำให้บริษัทมีรายได้จากกลุ่มธุรกิจใหม่มาเสริม ได้แก่ ธุรกิจจัดสัมมนา ธุรกิจ Marketing Solutions และ ธุรกิจแพลตฟอร์มออนไลน์

สำหรับปี 2563 มัชฌิม กรุป ยังคงเดินหน้าขยายหน่วยธุรกิจใหม่ควบคู่ไปกับหน่วยธุรกิจเดิม ในส่วนงานผลิตรายการทีวีและงานผลิตโฆษณาสินค้ายังคงดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง บริษัทได้พัฒนาหลักสูตรสำหรับผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ร่วมกับมหาวิทยาลัยศรีปทุม ชื่อโครงการ “Everest” เป็นโครงการที่จัดขึ้นมาเพื่อสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจเอสเอ็มอีในประเทศไทยให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งและมั่นคง

ด้านธุรกิจ Marketing Solutions ในปี 2563 บริษัทคาดว่าจะได้รับงานมากขึ้นหลังจากมีผลงานที่ประสบความสำเร็จหลายงานในปีที่ผ่านมา รวมทั้งจะต่อยอดธุรกิจโดยนำสินค้าในเครือข่ายผู้ประกอบการมาเสนอขายผ่านเครือข่ายการตลาดในช่องทางต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อสร้างรายได้เพิ่มอีกช่องทางหนึ่ง

#### 2.1.5 ธุรกิจอื่น ๆ

กลุ่มบางกอกโพสต์ได้จัดกิจกรรมงานอีเวนต์อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอกย้ำการรับรู้ในตราสินค้าและธุรกิจของบริษัท สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและผู้อ่าน รวมทั้งเพิ่มยอดขายและรายได้ให้กับบริษัท โดยบริษัทเป็นทั้งผู้จัด ผู้สนับสนุน และผู้ร่วมสนับสนุนงานอีเวนต์สร้างสรรค์ในหลากหลายรูปแบบและหลายขนาด ทั้งการสัมมนา แรลลี่ กีฬา การกุศล เพื่อสังคม แพชั่น คอนเสิร์ต ฯลฯ ในกรุงเทพฯ ต่างจังหวัด และต่างประเทศ

หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ จัดกิจกรรมและงานสัมมนาหลากหลายตลอดปี เช่น

- Bangkok Post - Exclusive Movie Preview 2019 @ Quartier CineArt
- Bangkok Post – Forum 2019 #1 @ Convention A1, Centara at CTW
- Bangkok Post Rally 2019 @ Centara Mirage Pattaya
- Thailand - Hong Kong Strategic Partnership @ Ballroom, Centara Central Ladpao
- Bangkok Post - Songkran Festival 2019 @ Central World
- Bangkok Post - Conference 2019 "Deep Think : AI" @ Siam Kempinski
- Bangkok Post - International Mini Marathon 2019 @ Central World
- Bangkok Post - Rally 2019 @ Rainessence Pattaya



- Bangkok Post - Forum 2019 #2 "Roadmap to Success@ Convention A1, Centara at CTW
- Bangkok Post Conference 2019 #2 " Power of Data" @ Siam Kempinski
- 5 จี พลิกชีวิตเอสเอ็มอีไทย True Digital Park
- Bangkok Post - International Forum 2019@ World Ballroom, Centara at CTW
- Bangkok Post - Cycling Championship 2019@เกษตรศิริฟาร์ม จ.ระยอง

นิตยสารในเครืออื่น ๆ ก็มีการจัดกิจกรรมต่อเนื่องตลอดปี เช่น

- “ELLE Fashion Week 2019” แฟชั่นอีเวนต์สุดยิ่งใหญ่แห่งปีจากเหล่าดีไซเนอร์ระดับไอคอนของเมืองไทย
- “Forbes Thailand Forum 2019 : The Next Tycoons” งานเสวนาที่นำนักธุรกิจรุ่นใหม่ที่ได้รับคัดเลือกจากครอบครัวในหลากหลายสาขามาร่วมถ่ายทอดประสบการณ์การดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

### 2.2.1 นโยบายการตลาด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

กลุ่มบางกอกโฟสต์จำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดยการรับสมัครสมาชิกรายปี รายสองปี ราย 6 เดือน สำหรับหนังสือพิมพ์บางกอกโฟสต์และโฟสต์ทูเดย์ สมาชิกจะได้ราคาต่ำกว่ามากเมื่อเทียบกับการซื้อตามแผงหนังสือ นอกจากนี้ยังมีการแจกแถมของขวัญหรือของสมนาคุณต่าง ๆ แก่สมาชิกโดยตลอดตามโอกาสต่าง ๆ สำหรับการขายโดยผ่านเอเยนต์หนังสือ มีการให้ส่วนลดประมาณร้อยละ 28 ของราคาขายปลีกหนังสือพิมพ์

กลุ่มบางกอกโฟสต์ขายโฆษณาโดยมีส่วนลดให้กับบริษัทตัวแทนโฆษณา ในการซื้อหน้าโฆษณาแต่ละครั้ง และคอมมิชชั่นตอนสิ้นปี

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

- (1) ลูกค้าด้านการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ แบ่งออกเป็นลูกค้าเอเยนต์ มีสัดส่วนประมาณ 35% รองลงมาเป็นกลุ่มลูกค้าที่สมัครสมาชิก มีสัดส่วนประมาณ 33% ส่วนที่เหลือเป็นลูกค้าประเภท Bulk Sales มีสัดส่วนประมาณ 32%
- (2) ลูกค้าด้านการขายโฆษณา ได้แก่ บริษัทห้างร้านทั่วไป ที่ต้องการลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ทั้งการโฆษณาผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ให้แก่บริษัทต่าง ๆ การโฆษณาเปิดโรงงานใหม่ การโฆษณารับสมัครงาน เป็นต้น ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ลงโฆษณาผ่านเอเยนต์ ซึ่งจะได้รับส่วนลดประมาณ 15% จากราคา Price List

ช่องทางการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ของบริษัท มีดังนี้

- การจัดจำหน่ายโดยตรง (สมาชิก)
- การจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าส่ง (เอเยนต์)
- การจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าปลีก (แผงร้าน)
- การจัดจำหน่ายโดยตรงให้กับสถานศึกษา โรงแรม โรงพยาบาล และสายการบิน

ช่องทางการขายโฆษณาของบริษัท มีดังนี้

- การขายโฆษณาผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณา
- การขายโฆษณาแก่ลูกค้าผู้ลงโฆษณาโดยตรง

## 2.2.1 สถานการณ์เศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสื่อปี 2561 และแนวโน้มปี 2562

เศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2561 เติบโตขึ้นร้อยละ 4.1 จากปีก่อน นับเป็นอัตราการเติบโตที่สูงที่สุดในรอบ 6 ปี เนื่องจากการขยายตัวของการส่งออก การบริโภคในประเทศ และการลงทุน

เศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ 4 ของปี 2561 เติบโตขึ้น 3.7% เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันในปีก่อน และเปรียบเทียบกับ 3.2% ในไตรมาสก่อนหน้า ตามข้อมูลของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

การเติบโตของโครงการของรัฐบาลในปี 2562 อยู่ที่ 3.5% - 4.5% มาจากแรงขับเคลื่อนของการลงทุนทั้งภาครัฐและเอกชน รวมไปถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องของภาคการท่องเที่ยว และการส่งออกจะดีขึ้น

ในภาคของสื่อ ปี 2561 การใช้จ่ายในการโฆษณามีการฟื้นตัวขึ้นปานกลาง เติบโต 3.9% จากปีก่อน หลังจากที่ได้รับผลกระทบหลายปี โดยโฆษณาในสื่อโทรทัศน์ซึ่งมีส่วนแบ่งถึงกว่า 60% ของงบรวม เติบโต 8% ในปี 2561 ส่วนสื่ออื่น ๆ ที่ฟื้นตัวดีขึ้น เช่น ป้ายโฆษณา โฆษณากลางแจ้ง โฆษณาวิทยุ โฆษณาในโรงภาพยนตร์ โฆษณาในขนส่งมวลชน และการโฆษณาออนไลน์

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลของนิลเสน ประเทศไทย โฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ยังคงหดตัวอย่างต่อเนื่องตลอดปี 2561 โดยนิตยสารลดลง 33% และสิ่งพิมพ์ลดลง 20% จากปีก่อน รวมไปถึงโฆษณาในเคเบิลทีวีและโทรทัศน์ดาวเทียมที่ลดลง 16.44%

การใช้จ่ายในการโฆษณาในปี 2562 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจากปี 2561 จาก 5% เป็น 7% ขับเคลื่อนโดยงบโฆษณาจากผู้ให้บริการทางการเงิน ผู้ค้าปลีก สินค้าบริโภค และรถยนต์

## 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

### 2.3.1 ที่ตั้งและโรงงาน

อาคารสำนักงานของบริษัท ตั้งอยู่เลขที่ 136 อาคารบางกอกโพสต์ ถนนสุนทรโกษา แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 เป็นที่ตั้งของสำนักงานบริหาร และสำนักงานของกองบรรณาธิการ ฝ่ายขาย ฝ่ายครีเอทีฟ ของหนังสือพิมพ์และนิตยสารในเครือของบริษัททั้งหมด บนที่ดินเนื้อที่ 7 ไร่ 64 ตารางวา

ศูนย์การพิมพ์และจัดจำหน่ายตั้งอยู่บนถนนบางนา-ตราด กม. 19.5 ต.บางโหลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ บนที่ดินเนื้อที่กว่า 19 ไร่ 1 งาน 40 ตารางวา

### 2.3.2 กำลังการผลิต

บริษัทได้ลงทุนในการสร้างศูนย์การพิมพ์และจัดจำหน่ายแห่งใหม่ด้วยเงินลงทุนประมาณ 980 ล้านบาท ซึ่งนับเป็นการลงทุนที่มากที่สุดในประวัติศาสตร์ของบริษัท และเป็นการตอกย้ำความมุ่งมั่นและเจตนารมณ์ในการรับใช้สังคมไทยและประเทศชาติในฐานะสื่อมวลชน ศูนย์การพิมพ์และจัดจำหน่ายแห่งนี้ ประกอบด้วยโรงพิมพ์ซึ่งมีเนื้อที่ 8,500 ตารางเมตร และมีโรงเก็บกระดาษอีก 1,200 ตารางเมตร การทำงานที่ใช้เทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัยที่สุดของ KBA รุ่น Prisma ของบริษัท Koenig & Bauer AG จากประเทศเยอรมนี ซึ่งเป็นแท่นพิมพ์ระบบ 4/1 หรือ double width/single plate แท่นแรก

ในเอเชียอาคเนย์ โดยระบบการทำงานทุกอย่างได้รับการควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะสามารถผลิตสิ่งพิมพ์ที่มีคุณภาพสูงสุด นอกจากนี้ ยังสามารถใช้ในการพิมพ์หน้าหนังสือพิมพ์ 8 หน้าติดกัน (Panorama) เป็นเครื่องแรกในประเทศไทย และสามารถพิมพ์หน้าสี่สีได้พร้อมกันถึง 32 หน้า มีกำลังการผลิตสูงถึง 75,000 ฉบับต่อชั่วโมง หรือ 600,000 ฉบับต่อวัน

นอกจากนั้น บริษัทยังได้นำระบบ Computer to Plate ของ Agfa Polaris XEV มาใช้ในการส่งต้นฉบับที่จัดหน้าเสร็จแล้วมายังเครื่องทำเพลต โดยไม่ต้องผ่านขั้นตอนการทำเพลตแบบใช้ฟิล์มอย่างแต่ก่อน ทำให้สามารถส่งหน้าหนังสือพิมพ์จากระบบคอมพิวเตอร์ของกองบรรณาธิการที่คลองเตยมายังศูนย์การพิมพ์แห่งนี้ได้โดยตรง

สำหรับขั้นตอนหลังการพิมพ์นั้นได้นำเอาเทคโนโลยีเมิร์รวมจาก Schur Packaging Systems ประเทศเยอรมนี ประกอบด้วยเครื่องสอดหนังสือพิมพ์ 4 เครื่อง ระบบสายพานส่งหนังสือพิมพ์จากแท่นพิมพ์มายังเครื่องหีบข้อเครื่องมัด และเครื่องห่อ

### 2.3.3 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่สำคัญที่ใช้ในการผลิตคือกระดาษหนังสือพิมพ์ เพลต และหมึกพิมพ์ ซึ่งบริษัทสั่งซื้อจากในประเทศ โดยผ่านตัวแทนภายในประเทศทั้งหมด

กระดาษหนังสือพิมพ์ที่บริษัทใช้เป็นกระดาษรีไซเคิล และหมึกพิมพ์เป็นประเภทที่ผลิตจาก vegetable oil

## 2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- - ไม่มี - -

อย่างไรก็ตาม ในไตรมาสที่ 3 ปี 2562 บริษัทได้หยุดการพิมพ์หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ที่ศูนย์การพิมพ์และจัดจำหน่าย โดยว่าจ้างบริษัทภายนอกดำเนินการจัดพิมพ์แทน

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

#### 3.1 ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบางกอกโพสต์

##### 3.1.1 ความเสี่ยงจากภาวะอุตสาหกรรมโฆษณา

รายได้หลักของกลุ่มบริษัทมาจากค่าโฆษณา ในขณะที่โครงสร้างต้นทุนส่วนใหญ่เป็นต้นทุนคงที่ ผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทจึงขึ้นอยู่กับภาวะอุตสาหกรรมโฆษณา ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณามักจะผันแปรไปตามภาวะเศรษฐกิจ เช่น หากภาวะ เศรษฐกิจมีแนวโน้มขยายตัว จะส่งผลให้มีการใช้งบโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มากขึ้น และหากเป็นภาวะที่เศรษฐกิจชะลอตัว การโฆษณาก็จะลดลงเช่นกัน

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว กลุ่มบริษัทได้กำหนดแผนกลยุทธ์และนโยบายที่จะลดความเสี่ยงที่เกิดขึ้น โดยการเพิ่มพื้นที่โฆษณากระจายออกไปนอกเหนือจากสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน โดยมีการเพิ่มช่องทางโฆษณาผ่านงานอีเว้นท์และสื่อดิจิทัล จากเดิมที่มีสัดส่วนเพียง 15% ของรายได้ทั้งหมด ให้มีไม่น้อยกว่า 20% ของรายได้ทั้งหมด รวมทั้งบริหารจัดการค่าใช้จ่ายอย่างรัดกุมและเหมาะสมตามสัดส่วนของยอดขาย

##### 3.1.2 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภค

พัฒนาการทางเทคโนโลยีในการกระจายเสียงและออกอากาศ รวมถึงการสื่อสารแบบไร้สายและเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้มีการนำเสนอข่าวสารข้อมูลผ่านสื่อได้หลากหลายมากขึ้น ผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารมีทางเลือกในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เพิ่มขึ้นมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องเสียเงินเพื่อซื้อหาข้อมูลข่าวสารอีกต่อไป เรื่องดังกล่าวมีผลกระทบในทางลบต่อการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ของกลุ่มบริษัทเป็นอย่างมาก กลุ่มบริษัทจึงต้องพัฒนาการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ เพิ่มเติมจากสื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัทอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารและผู้ซื้อสื่อโฆษณา

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว กลุ่มบริษัทได้พัฒนาช่องทางการสื่อสารเนื้อหาใหม่ทางดิจิทัลเพิ่มขึ้นอีก 4 ช่องทาง เพื่อให้สามารถส่งคอนเทนต์ที่เป็นหัวใจของกลุ่มบริษัทไปสู่กลุ่มเป้าหมายมากขึ้น พร้อมกับปรับเปลี่ยนวิธีการโฆษณาที่หลากหลาย อันเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่าที่สุด

##### 3.1.3 ความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบและการผันผวนของราคาวัตถุดิบ

กลุ่มบริษัทประกอบธุรกิจทางด้านสิ่งพิมพ์ กระดาษจึงเป็นวัตถุดิบหลักอย่างหนึ่งของธุรกิจ โดยมีสัดส่วนต้นทุนกระดาษอยู่ที่ประมาณ 8% ของต้นทุนขายและบริการ ซึ่งมักจะมีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านปริมาณตลอดจนราคาตามอุปสงค์และอุปทานของตลาดโลก กลุ่มบริษัทได้มีการติดตามและวางแผนการจัดซื้อล่วงหน้าและเก็บกระดาษหนังสือพิมพ์ในปริมาณที่คาดว่าจะเพียงพอต่อการผลิต รวมทั้งได้สั่งซื้อจากแหล่งผลิตในประเทศมากขึ้น

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว กลุ่มบริษัทมีนโยบายควบคุมการใช้กระดาษอย่างเคร่งครัด เช่น การทำข้อตกลงกับผู้รับจ้างพิมพ์หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ให้ควบคุมประสิทธิภาพในการผลิตให้มีต้นทุนของเสียน้อยที่สุด รวมทั้งบริหารจัดการเพื่อลดปริมาณหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารเก็บคืน

##### 3.1.4 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยในตลาดการเงิน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและกระแสเงินสด เนื่องจากกลุ่มบริษัทมีเงินกู้ยืมระยะสั้นและเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 จำนวน 1,282.25 ล้านบาท

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว กลุ่มบริษัทได้ติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจ ภาวะตลาดเงินและตลาดทุน และทิศทางอัตราดอกเบี้ยที่อาจเป็นสาเหตุของปัจจัยความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ยอย่างต่อเนื่อง และมีการประเมินความเสี่ยงเป็นประจำ เพื่อให้การดำเนินงานของกลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงอยู่ในขอบเขตที่บริหารงานได้

### 3.1.5 ความเสี่ยงจากการรับชำระหนี้จากลูกหนี้การค้า

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงในการรับชำระหนี้จากลูกหนี้การค้า โดยเฉพาะหนี้ที่มีระยะเวลาการค้างชำระนานๆ โดยในปี 2562 กลุ่มบริษัทมีระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยเท่ากับ 138 วัน

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว กลุ่มบริษัทได้กำหนดนโยบายและวิธีการในการควบคุมการขายเชื่อและเครดิตเทอมอย่างเคร่งครัด มีการปรับเปลี่ยนนโยบายการจ่ายคอมมิชชั่นใหม่ให้สอดคล้องกับการรับชำระหนี้ กลุ่มบริษัทจึงคาดว่าจะไม่ได้รับความเสียหายที่เป็นสาระสำคัญจากการรับชำระหนี้ของลูกหนี้ นอกเหนือจากจำนวนที่ได้บันทึกไว้ในบัญชีค่าเผื่อหนี้สูญไว้แล้ว นอกจากนี้ การขายของกลุ่มบริษัทไม่มีการกระจุกตัว เนื่องจากมีฐานลูกค้าที่หลากหลายและมีจำนวนมาก ราย

### 3.1.6 ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน

กลุ่มบริษัทมีการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมซึ่งดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ ซึ่งแตกต่างจากธุรกิจสิ่งพิมพ์ของบริษัท จึงมีความเสี่ยงที่อาจจะไม่ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว กลุ่มบริษัทจัดให้มีการติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการวิเคราะห์ผลจากการดำเนินงานเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ และรายงานต่อฝ่ายบริหารและคณะกรรมการบริษัทตามระยะเวลาที่กำหนด เพื่อดำเนินการปรับปรุงแก้ไขผลประโยชน์ประกอบการอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มบริษัทมีนโยบายพิจารณามูลค่ายุติธรรมของเงินลงทุนเมื่อมีข้อบ่งชี้การด้อยค่าสำหรับรอบระยะเวลาสิ้นปีอย่างต่อเนื่อง

### 3.1.7 ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติและการชะลอตัวของสถานะเศรษฐกิจโดยรวม

ประเทศไทยเผชิญปัญหาอุทกภัยร้ายแรงและการชะลอตัวของสถานะเศรษฐกิจโดยรวมในหลายปีที่ผ่านมา เหตุการณ์ดังกล่าวมีผลกระทบในทางลบต่อยอดขายโฆษณาของบริษัท ไม่ว่าจะเป็นการขายโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ หรือ สื่อโทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต หากเกิดเหตุดังกล่าวขึ้นอีกในอนาคต ก็จะทำให้เกิดภาวะชะงักงันในการใช้จ่ายโฆษณาของลูกค้าของบริษัทอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว กลุ่มบริษัทจึงมีการติดตามสถานการณ์และออกมาตรการเร่งด่วนเพื่อบรรเทาความเสียหายเมื่อมีภาวะดังกล่าวเกิดขึ้น

### 3.1.8 ความเสี่ยงด้านการพัฒนาและรักษาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและความสามารถ

บุคลากรเป็นปัจจัยหลักในการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ กลุ่มบริษัทได้ใช้จ่ายลงทุนพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการทำงาน อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของสื่อใหม่ๆ ทำให้เกิดปัญหาการรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว กลุ่มบริษัทจัดให้มีการสื่อสาร การฝึกอบรม พัฒนาในทุกระดับ เพื่อให้ทันต่อภาวะการณ์เปลี่ยนแปลงต่างๆ และเสริมทักษะใหม่ๆ ให้กับพนักงานเพื่อให้ทันกับภาวะการณ์ที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังสรรหาพนักงานใหม่ที่มีคุณภาพมาทดแทนในส่วนที่มีความจำเป็น เพื่อรักษา คุณภาพสินค้าของบริษัท



### 3.2 ความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์สิน

#### ความเสี่ยงจากการที่ขาดทุนสะสมจำนวนมาก อาจไม่สามารถจ่ายเงินปันผลได้ในอนาคตอันใกล้

ในงวดบัญชีปี 2562 บริษัทมีผลการดำเนินงานขาดทุนสุทธิจำนวน (308.76) ล้านบาท ซึ่งเป็นการดำเนินงานขาดทุนสุทธิต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 ของบริษัท และมีผลให้บริษัทมีผลการดำเนินงานขาดทุนสะสม ณ สิ้นปี 2562 เป็นจำนวน (1,249.28) ล้านบาท ทั้งนี้ การที่บริษัทมีขาดทุนสะสมจำนวนมากในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมานั้น เนื่องจากบริษัทประสบภาวะการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงและสภาวะหยุดชะงักที่เกิดจากเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Disruption) ทำให้ยอดขายของบริษัทและอัตราส่วนกำไรสุทธิลดลงอย่างต่อเนื่อง การที่บริษัทมีขาดทุนสะสมจำนวนมากดังกล่าว ทำให้บริษัทไม่สามารถจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นได้ตามกฎหมาย และผู้ถือหุ้นมีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับเงินปันผลตามนโยบายการจ่ายเงินปันผลที่กำหนดไว้

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว กลุ่มบริษัทจึงได้มี การควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่ายอย่างต่อเนื่อง การปรับปรุงการดำเนินงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์ พิจารณายกเลิกธุรกิจและธุรกรรมที่ไม่ทำกำไรให้แก่กลุ่มบริษัท รวมทั้งการจำหน่ายสินทรัพย์ที่ไม่มีความจำเป็นในการหารายได้ของกลุ่มบริษัท

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 ทรัพย์สินหลักที่บริษัทและบริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจ

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน - ที่ตั้งอาคารสำนักงานใหญ่ เขตคลองเตย กรุงเทพฯ รวมเนื้อที่ 7 ไร่ 64 ตารางวา	บริษัทเป็นเจ้าของ	859	
2. อาคารสำนักงาน - อาคารบางกอกโพสต์ ตั้งอยู่เลขที่ 136 ถนนสุนทรโกษา แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ ประกอบด้วยอาคาร สำนักงาน 8 ชั้น อาคารสำนักพิมพ์ อาคาร บริการ และอาคารจอดรถ พื้นที่ใช้สอยรวม 35,480 ตารางเมตร	บริษัทเป็นเจ้าของ	316	
3. ที่ดิน - ที่ตั้งศูนย์การพิมพ์และจัดจำหน่าย อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ รวมเนื้อที่ 19 ไร่ 1 งาน 40 ตารางวา	ติดจำนอง	261	ติดภาระจำนอง (1)
4. โรงงาน - ศูนย์การพิมพ์และจัดจำหน่าย ตั้งอยู่เลขที่ 999 หมู่ที่ 9 ถนนบางนา-ตราด กม. 19.5 ต. บางโฉลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ ประกอบด้วยอาคารโรงพิมพ์ 2 หลัง ที่จอดรถ ที่กลับริด ทางเข้าออกรถ และ อาคารเก็บ กระดาษ พื้นที่ใช้สอยรวม 9,040 ตารางเมตร	ติดจำนอง	107	ติดภาระจำนอง (1)

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
<p>5. เครื่องจักรและอุปกรณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตประกอบด้วย <ul style="list-style-type: none"> <li>- เครื่องพิมพ์หนังสือพิมพ์ (KBA)</li> <li>- เครื่องผลิตเพลต (AGFA)</li> <li>- ระบบ Mailroom พร้อมอุปกรณ์ (SCHUR)</li> <li>- เครื่องสอดแทรกหนังสือพิมพ์ (Inserting Equipment)</li> <li>- อะไหล่เครื่องพิมพ์ SCHUR WHEEL TGG 3000 Gripper</li> <li>- อุปกรณ์อื่น ๆ</li> </ul> </li> </ul>	บริษัทเป็นเจ้าของ	143	

(1) ที่ดินและโรงงาน ศูนย์การพิมพ์และจัดจำหน่าย อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ ติดภาระจำนองวงเงินกู้ระยะยาวกับสถาบันการเงิน

## 4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ประกอบด้วย

บริษัท	ประเภทกิจการ	ทุนที่เรียกชำระแล้ว (ล้านบาท)	ร้อยละของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียง	มูลค่าเงินลงทุนสุทธิ* (ล้านบาท)
1. บจ. โพสต์ ทีวี (ถือหุ้นโดยบจ. โพสต์ โฮลดิ้ง 100%)	ผลิตรายการโทรทัศน์ (หยุดดำเนินธุรกิจหลัก)	25.00	100.00	-
2. บจ. โพสต์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล มีเดีย	ผลิตนิตยสาร Elle, Elle Men และ Forbes	25.00	100.00	10.60
3. บจ. โพสต์-ไอเอ็ม พลัส (ถือหุ้นโดย บจ.โพสต์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล มีเดีย 51%)	ผลิตนิตยสาร (หยุดดำเนินธุรกิจหลัก)	50.00	100.00	-
4. บจ.บางกอก โพสต์-บาวเออร์ มีเดีย (ถือหุ้นโดย บจ.โพสต์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล มีเดีย 70%)	ผลิตนิตยสาร Cleo (หยุดดำเนินธุรกิจหลัก)	16.40	70.00	7.48
5. บจ. แฟลช นิวส์	ผลิตรายการวิทยุ (หยุดดำเนินธุรกิจหลัก)	23.00	40.00	-
6. บจ. โพสต์ นิวส์	ผลิตรายการข่าว (อยู่ระหว่างชำระบัญชี)	10.00	51.00	-
7. บจ. โพสต์ นิว มีเดีย	ลงทุน (หยุดดำเนินธุรกิจหลัก)	25.00	100.00	-
8. บจ. โพสต์ โฮลดิ้ง (ถือหุ้นโดย บจ.โพสต์ นิว มีเดีย 100%)	ลงทุน (หยุดดำเนินธุรกิจหลัก)	25.00	100.00	-
9. บจ. มัชฌิม กรุ๊ป	ผลิตรายการโทรทัศน์	80.00	51.00	4.50

\* มูลค่าเงินลงทุนสุทธิ รวมถึง ราคาทุนของเงินลงทุนหลังหักค่าเผื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่า

#### 4.3 ราคาประเมินทรัพย์สิน

วันที่ 21 พฤศจิกายน 2562 บริษัทมีการประเมินราคา (1) ศูนย์การพิมพ์และจัดจำหน่าย (บางนา) ประกอบด้วย ที่ดินพร้อมอาคารสิ่งปลูกสร้าง และเครื่องพิมพ์พร้อมอุปกรณ์ และ (2) อาคารสำนักงาน (คลองเตย) ประกอบด้วย ที่ดินพร้อมอาคารสำนักงาน โดยว่าจ้าง บริษัท ไนท์แฟรงค์ ชาร์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สินอิสระที่อยู่ในรายชื่อที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ให้ความเห็นชอบ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบมูลค่าตลาดของทรัพย์สินตามสภาพการใช้ประโยชน์ปัจจุบัน (Market Value for Existing Use) ในสภาพที่ไม่มีภาระผูกพัน สำหรับวัตถุประสงค์สาธารณะ ด้วยวิธีการประเมินมูลค่าที่คิดจากต้นทุน (Cost Method) รายละเอียดดังนี้

- (1) ศูนย์การพิมพ์และจัดจำหน่าย (บางนา) มูลค่ารวม 424,300,000 – 509,500,000 บาท ประกอบด้วย

**ที่ดิน** ตั้งอยู่เลขที่ 999 หมู่ที่ 9 แยกจากถนนเทพรัตน (ทางหลวงหมายเลข 34) บริเวณหลักกิโลเมตรที่ 19+700 (ฝั่งขาเข้า) ไปทางทิศใต้ประมาณ 70 เมตร ในตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีเนื้อที่ดินตามเอกสารสิทธิ์ 19 ไร่ 1 งาน 40 ตารางวา ปัจจุบันเป็นที่ตั้งอาคารศูนย์การพิมพ์และจัดจำหน่าย

- มูลค่า 261,200,000 บาท

**อาคารสิ่งปลูกสร้าง** ได้แก่ อาคารโรงพิมพ์ อาคารคลังเก็บกระดาษ อาคารสำนักงานจัดจำหน่าย โรงเก็บสารเคมี อาคารควบคุมไฟฟ้าย่อย อายุอาคารประมาณ 13 ปี และสิ่งปลูกสร้างอื่นๆ ได้แก่ ถนนและลานคอนกรีต รั้วลวดหนามและเสาคอนกรีตพร้อมประตูรั้ว และสะพานคอนกรีตเสริมเหล็ก

- มูลค่า 107,300,000 บาท

**เครื่องพิมพ์พร้อมอุปกรณ์ในกระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์** มีจำนวน 6 รายการ รวม 23 ชุด/เครื่อง เครื่องจักรส่วนใหญ่เริ่มใช้งานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 มีอายุใช้งานที่ผ่านมาประมาณ 2-12 ปี เครื่องจักรส่วนใหญ่ผลิตและนำเข้าจากประเทศเยอรมัน และบางส่วนเป็นเครื่องจักรจากประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และไทย

- มูลค่า 55,800,000 – 141,000,000 บาท

- (2) อาคารสำนักงาน (คลองเตย) มูลค่ารวม 1,175,000,000 บาท ประกอบด้วย

**ที่ดิน** ตั้งอยู่เลขที่ 136 ถนน ณ ระนอง แขวงคลองเตย เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีเนื้อที่ดินตามเอกสารสิทธิ์ 7 ไร่ 64.0 ตารางวา ปัจจุบันเป็นที่ตั้งอาคารสำนักงาน

- มูลค่า 859,200,000 บาท

**อาคารสิ่งปลูกสร้าง** ได้แก่ อาคารสำนักงาน อาคารบริการ อาคารสำนักพิมพ์ อาคารจอดรถ อายุอาคารประมาณ 26 ปี มีพื้นที่ใช้สอยรวม 35,483 ตารางเมตร และสิ่งปลูกสร้างอื่นๆ ได้แก่ ป้อมยาม ถนนและลานคอนกรีต รั้วและประตูรั้วเหล็กดัด

- มูลค่า 315,800,000 บาท



#### 4.3.1 มูลค่าสินทรัพย์สุทธิที่ปรับด้วยราคาประเมิน

ราคาตามบัญชีของสินทรัพย์สุทธิที่ปรับด้วยราคาประเมิน ณ 31 ธ.ค. 2562 = 2,283,892,426 บาท

#### 4.3.2 มูลค่าสินทรัพย์หลังจากหักภาระผูกพัน

ราคาตามบัญชีของสินทรัพย์สุทธิหลังจากหักภาระผูกพัน ณ 31 ธ.ค. 2562 = 1,986,425,426 บาท

#### 4.3.3 มูลค่าสินทรัพย์ต่อหุ้น

ราคาตามบัญชีของสินทรัพย์รวม ณ 31 ธ.ค. 2562 = 3.96 บาทต่อหุ้น (ราคาพาร์ 1 บาทต่อหุ้น)

### 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

-- ไม่มี --

## 6. ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

### ข้อมูลบริษัท

บริษัท บางกอก โพสต์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลักในการผลิตและจำหน่ายหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ “Bangkok Post” หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวันภาษาไทย “โพสต์ทูเดย์” และหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยแจกฟรี “M2F” ให้บริการข้อมูลข่าวสารทางอิเล็กทรอนิกส์และดิจิทัล การจัดกิจกรรมอีเว้นท์และสัมมนาหลากหลายรูปแบบ ภายใต้ชื่อ Bangkok Post Group และให้บริการด้านการพิมพ์พาณิชย์อื่น ๆ อีกทั้งผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือในนามของ สำนักพิมพ์โพสต์ บุ๊คส์

- หุ้นสามัญของบริษัท มีการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ชื่อย่อ “POST”
- ทุนจดทะเบียนประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 505,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
- ทุนออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้วประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 500,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท

### ข้อมูลทั่วไปของบริษัทและบริษัทย่อย

#### ▪ บริษัท บางกอก โพสต์ จำกัด (มหาชน)

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	อาคารบางกอกโพสต์ เลขที่ 136 ถนนสุนทรโกษา แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
ประเภทธุรกิจ	ผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสาร รวมถึงช่องทางออนไลน์
เลขทะเบียนบริษัท	0107536001583 (เลขทะเบียนเดิม บมจ. 232)
โทรศัพท์	026164000
โทรสาร	026164597
Home Page	www.bangkokpost.com
ทุนจดทะเบียน	505,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 505,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
ทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว	500,000,000 บาท

#### ▪ บริษัท โพสต์ อินเทอร์เน็ตชั่นแนล มีเดีย จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	อาคารบางกอกโพสต์ เลขที่ 136 ถนนสุนทรโกษา แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
ประเภทธุรกิจ	ผลิตและจำหน่ายนิตยสาร
เลขทะเบียนบริษัท	0105537122986
โทรศัพท์	026164666
โทรสาร	026713174
Home Page	--
ทุนจดทะเบียน	25,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 250,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
ร้อยละของจำนวนหุ้นที่ถือทั้งหมดทางตรงและทางอ้อม	100

■ บริษัท บางกอก โพสต์-บาวเออร์ มีเดีย จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	อาคารบางกอกโพสต์ เลขที่ 136 ถนนสุนทรโกษา แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
ประเภทธุรกิจ	ผลิตและจำหน่ายนิตยสาร
เลขทะเบียนบริษัท	0105539135015
โทรศัพท์	026164666
โทรสาร	026713174
Home Page	www.cleothailand.com
ทุนจดทะเบียน	16,400,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 100,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท และหุ้นบุริมสิทธิ์จำนวน 64,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
ร้อยละของจำนวนหุ้นที่ถือทั้งทางตรงและทางอ้อม	70

■ บริษัท โพสต์-ไอเอ็ม พลัส จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	อาคารบางกอกโพสต์ เลขที่ 136 ถนนสุนทรโกษา แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
ประเภทธุรกิจ	ผลิตและจำหน่ายนิตยสาร
เลขทะเบียนบริษัท	0105547017689
โทรศัพท์	026164666
โทรสาร	026713174
Home Page	--
ทุนจดทะเบียน	50,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 255,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท และหุ้นบุริมสิทธิ์จำนวน 245,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
ร้อยละของจำนวนหุ้นที่ถือทั้งทางตรงและทางอ้อม	100

■ บริษัท โพสต์ ทีวี จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	อาคารบางกอกโพสต์ เลขที่ 136 ถนนสุนทรโกษา แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
ประเภทธุรกิจ	ผลิตคอนเทนต์และรายการโทรทัศน์
เลขทะเบียนบริษัท	0105515003780
โทรศัพท์	026164000
โทรสาร	026164597
Home Page	--
ทุนจดทะเบียน	25,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 250,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
ร้อยละของจำนวนหุ้นที่ถือทั้งทางตรงและทางอ้อม	100

■ บริษัท โพสต์ นิว มีเดีย จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	อาคารบางกอกโพสต์ เลขที่ 136 ถนนสุนทรโกษา แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
ประเภทธุรกิจ	ลงทุน
เลขทะเบียนบริษัท	0105556157773
โทรศัพท์	026164000
โทรสาร	026164597
Home Page	--
ทุนจดทะเบียน	25,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 250,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
ร้อยละของจำนวนหุ้นที่ถือทั้งทางตรงและทางอ้อม	100

■ บริษัท โพสต์ โฮลดิ้ง จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	อาคารบางกอกโพสต์ เลขที่ 136 ถนนสุนทรโกษา แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
ประเภทธุรกิจ	ลงทุน
เลขทะเบียนบริษัท	0105556158206
โทรศัพท์	026164000
โทรสาร	026164597
Home Page	--
ทุนจดทะเบียน	25,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 250,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
ร้อยละของจำนวนหุ้นที่ถือทั้งทางตรงและทางอ้อม	100

■ บริษัท แฟลช นิวส์ จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	48/5-6 ชั้น 8 ซอยรุ่งเรือง ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
ประเภทธุรกิจ	ผลิตรายการวิทยุ
เลขทะเบียนบริษัท	0105547159653
โทรศัพท์	026164000
โทรสาร	026164597
Home Page	--
ทุนจดทะเบียน	25,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 250,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
ร้อยละของจำนวนหุ้นที่ถือทั้งทางตรงและทางอ้อม	40

■ บริษัท มัชฌิม กรุ๊ป จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	23/104 อาร์.ซี.เอ. บล็อก จี ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระราม 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
ประเภทธุรกิจ	ผลิตคอนเทนเดอร์และรายการโทรทัศน์
เลขทะเบียนบริษัท	0105547126861
โทรศัพท์	022031186-7
โทรสาร	026414338
Home Page	www.ryounoi100lan.com
ทุนจดทะเบียน	80,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 800,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
ร้อยละของจำนวนหุ้นที่ถือทั้งทางตรงและทางอ้อม	51

ข้อมูลสำคัญอื่น

นายทะเบียนหุ้น	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด ชั้น 14 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ 020099000 โทรสาร 020099991
ผู้สอบบัญชีอิสระ	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด ชั้น 33 อาคารเลอริชดา ออฟฟิศคอมเพล็กซ์ เลขที่ 193/136-137 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 022640777 โทรสาร 022640789-90
ที่ปรึกษาทางกฎหมาย	บริษัท วิกเคอรี่ แอนด์ วรชัย จำกัด ชั้น 16 อาคาร จีพีเอฟ วิทยุทาวเวอร์ เอ เลขที่ 93/1 ถนนวิทยุ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทรศัพท์ 022566311, 026509691 โทรสาร 022566317