

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

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

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

1.1. วิสัยทัศน์และพันธกิจ

วิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ของบริษัท บางกอก โฟสต์ จำกัด (มหาชน) คือ “การเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมสื่อของประเทศไทยและภูมิภาค” ด้วยการนำเสนอข่าวและข่าวสารที่แม่นยำรวดเร็วและสอดคล้องกับยุคสมัย ความต้องการและความสนใจของกลุ่มผู้อ่านโดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัลรูปแบบต่าง ๆ ในฐานะ “หนังสือพิมพ์ที่คุณเชื่อถือได้” อย่างแท้จริง

พันธกิจ

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

- สืบค้นแหล่งข่าวและเผยแพร่เนื้อหาที่แม่นยำรวดเร็วและสอดคล้องกับความต้องการและไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของกลุ่มผู้อ่านและผู้ชมเป้าหมายที่มีความหลากหลาย
- ขยายการรายงานข่าวสารให้ครอบคลุมทั้งในเชิงกว้างและเชิงลึก รวมทั้งขยายช่องทางสื่อที่มีอยู่และเนื้อหาเพื่อให้สามารถเข้าถึงฐานผู้อ่านและผู้ชมได้กว้างที่สุด
- ใช้ความแข็งแกร่งด้านข้อมูลข่าวสารความเชี่ยวชาญด้านสื่อชื่อเสียงของแบรนด์และช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจรวมทั้งการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อขยายธุรกิจลูกค้าผู้ซื้อโฆษณาและฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
- มองหาโอกาสใหม่ๆ ในธุรกิจสื่อและการสื่อสารจากสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบันสื่อที่เกิดขึ้นใหม่และสื่อการกระจายเสียงและออกอากาศเพื่อทำให้กลุ่มบริษัทสามารถขยายการเข้าถึงและนำเสนอเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้อ่านและผู้ชมเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ยึดถือและปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีในฐานะที่เป็นบริษัทมหาชนรวมทั้งยึดมั่นในจริยธรรมทางธุรกิจในทุกด้านของการดำเนินธุรกิจและเป็นพลเมืองบริษัทที่ดีในการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมช่วยปกป้องและพัฒนาสังคมชุมชนท้องถิ่นรวมทั้งสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืน

1.2. การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

1.2.1 ความเป็นมา

หนังสือพิมพ์ “Bangkok Post” เกิดขึ้นจากความสนใจพื้นฐานด้านสื่อสารมวลชนของ นายทหารอเมริกัน คือ พลตรี อเล็กซานเดอร์ แม็คโดนัลด์ จึงได้ชักชวนนายประสิทธิ์ 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 เจ้าพ่อธุรกิจหนังสือพิมพ์เครือชายพลี ได้เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท มีการติดตั้งแท่นพิมพ์ และอุปกรณ์การพิมพ์ พร้อมกันนำเทคนิคการพิมพ์สมัยใหม่มาใช้เป็นครั้งแรกในประเทศไทย

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

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

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

ในกลางปี 2542 โครงการติดตั้งระบบการจัดหน้าหนังสือพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อเชื่อมโยงการทำงานในส่วนของหน้าข่าวและหน้าโฆษณา และได้มีการปรับโครงสร้างการทำงานของกองบรรณาธิการบางกอกโฟสต์ใหม่ 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 ในหนังสือพิมพ์บางกอกโฟสต์ขึ้นมา 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 บริษัทเปิดตัวหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยฉบับใหม่ภายใต้ชื่อว่า “โพสต์ ทูเดย์” ซึ่งเป็นการนำเสนอหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวันที่มีรูปแบบที่เหมาะสมกับยุคสมัย เพื่อรองรับกลุ่มผู้อ่านทั้งผู้อ่านโดยทั่วไปและกลุ่มเป้าหมายเฉพาะด้านธุรกิจ ช่วงปลายปี 2546 แผนกหนังสือ ซึ่งเน้นการพิมพ์หนังสือภาษาอังกฤษได้หยุดธุรกิจต่าง ๆ

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

ในระหว่างปี บริษัท ฮาเซท ฟิลิปปากิ โพสต์ จำกัดได้ร่วมลงทุนเปิดบริษัทเอชเอฟโพสต์-เอ็มซี จำกัด (ภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท โพสต์-ไอเอ็ม พลัส จำกัด) เพื่อทำการผลิตและจำหน่ายนิตยสาร “แมรี แคลร์” ซึ่งในปัจจุบันนิตยสาร “แมรี แคลร์” ก็เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากผู้อ่านและผู้โฆษณาอย่างกว้างขวาง

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

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

นอกจากนี้ ได้ปรับปรุงการเสนอบริการบนเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง ได้จัดตั้งเว็บไซต์งานใหม่ www.jobjob.co.th ที่ได้เปิดตัวครั้งแรกไตรมาสที่ 4 ของปี 2549 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้บริการโฆษณาหางานสามารถเข้าถึงได้ง่าย ทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์และออนไลน์ 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

บริษัทได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนิน มาเปิดศูนย์การพิมพ์แห่งใหม่นี้อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550 ศูนย์การพิมพ์ใหม่นี้ นับเป็นการ ลงทุนที่สูงที่สุดเท่าที่ บริษัทเคยลงทุนมา

ในปี พ.ศ. 2550 บริษัทได้เริ่มดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์และกระจายเสียงทางวิทยุตามเป้าหมายทาง กลยุทธ์ในการขยายช่องทางในการกระจายข่าวไปยังสื่อชนิดอื่น ๆ

ข่าวโพสต์ทูเดย์ ซึ่งเป็นรายการข่าวภาคภาษาไทยทางโทรทัศน์ความยาว 2 ชั่วโมง เริ่มแพร่ภาพผ่านระบบ โทรทัศน์ดาวเทียมชนิด C-band เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2550 ทางช่อง Next Step ผู้ชมโทรทัศน์ดาวเทียมส่วนใหญ่อาศัยอยู่ นอกกรุงเทพฯ และการแพร่ภาพผ่านระบบดาวเทียมนี้ยังเข้าถึงผู้ชมโทรทัศน์เคเบิลแบบเสียเงินในส่วนภูมิภาคอีกด้วย โดยทั้ง 2 ช่องทางนี้รวมกันสามารถเข้าถึงผู้ชมประมาณ 5 ล้านครัวเรือน นอกเหนือไปจากการขยายช่องทางในการกระจายข่าวแล้ว รายการโทรทัศน์ยังช่วยเสริมการประชาสัมพันธ์หนังสือพิมพ์ของบริษัทไปพร้อม ๆ กัน และยังก่อให้เกิดรายได้จากการโฆษณา ทางโทรทัศน์ รวมไปถึงช่วยเพิ่มยอดขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ อีกด้วย เพราะเป็นการขายโฆษณาร่วมกัน ระหว่างสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์

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

ในปี 2551 หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ได้มีการปรับเนื้อหาข่าวให้อ่านง่ายและปรับปรุงรูปแบบของ หนังสือพิมพ์ให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น ได้แทรก “My Life” แมกกาซีนรายสัปดาห์ฉบับใหม่เพิ่มขึ้น มีเนื้อหาเป็นแบบไลฟ์สไตล์ จุดประสงค์เพื่อดึงดูดนักอ่านรุ่นใหม่ และหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ยังได้ทำการเปลี่ยนรูปแบบและสาระของหนังสือพิมพ์ฉบับ วันอาทิตย์ใช้ชื่อใหม่ว่า บางกอกโพสต์ซันเดย์ ซึ่งประกอบไปด้วยส่วน Spectrum ที่เสนอข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบัน และ Brunch จะเป็นส่วนของแมกกาซีนแบบไลฟ์สไตล์ อีกทั้งในส่วนของข่าวกีฬาก็ได้มีการปรับปรุงเช่นกัน เริ่มออกเป็นฉบับแรก ในเดือนกันยายน 2551 ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้อ่านเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังได้เพิ่ม Muse ในวันเสาร์ ซึ่งมีเนื้อหาเหมาะ สำหรับผู้อ่านที่เป็นสตรี เพื่อเพิ่มยอดผู้อ่านและยอดโฆษณาของสินค้าสำหรับสตรีอีกด้วย

หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ได้เปลี่ยนแปลงการใช้เครื่องหมาย “โพสต์ทูเดย์” ให้เป็นภาษาไทยเพื่อขจัดความ สับสนอันอาจเกิดจากเครื่องหมายเดิมที่มีทั้งภาษาไทยและอังกฤษ สำหรับเนื้อหาได้ปรับใหม่เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจง่ายขึ้น รวมทั้งหัวข้อข่าวต่าง ๆ ในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์ให้เป็นที่น่าสนใจ แต่การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือได้เพิ่มในส่วนของการ วิเคราะห์เศรษฐกิจและการเมืองซึ่งเขียนโดยนักวิเคราะห์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

สำหรับเว็บไซต์ บางกอกโพสต์ ได้ปรับปรุงรูปแบบหน้าเว็บไซต์ใหม่เมื่อปลายปี 2551 โดยเน้นจุดยืนของเว็บไซต์ บางกอกโพสต์ในการเป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยในภาคภาษาอังกฤษ ทำให้สามารถขยาย ผู้เข้าชมเว็บไซต์ออกไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

บริษัทได้ซื้อหุ้นบุริมสิทธิของ บริษัทโพสต์-ไอเอ็ม พลัส จำกัด และหุ้นสามัญของบริษัท โพสต์ อินเทอร์เน็ตซัน แนล มีเดีย จำกัด ซึ่งเป็นผู้พิมพ์และจำหน่ายนิตยสารต่างประเทศฉบับภาษาไทยภายใต้ชื่อ “แมรี แคลร์” “แอล” และ “แอล เดคคอเรชั่น” เมื่อปลายปี 2550 และกลางปี 2551 ตามลำดับเพิ่มเติม ทำให้ปัจจุบันทั้งสองบริษัทดังกล่าวเปลี่ยนสถานะเป็น บริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมทั้งหมด

ในปี 2552 หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ก็ได้รับรางวัลเกียรติยศเพิ่มขึ้นจากรางวัลต่าง ๆ ที่ได้รับมากมาย เป็นรางวัลระดับนานาชาติจากธนาคารพัฒนาเอเชีย โดย คุณปริษฐา ยุทธมานพ ซึ่งเป็นผู้สื่อข่าวอาวุโสสายเศรษฐกิจของ บางกอกโพสต์ ได้นำเสนอบทความเรื่อง “Government Policies Fail the Poor” ซึ่งตีพิมพ์ในส่วน Spectrum ของฉบับ Sunday ในเดือนกรกฎาคมปีนี้ ซึ่งทางธนาคารพัฒนาเอเชียได้ประกาศให้บทความดังกล่าวเป็นบทความรองชนะเลิศอันดับ

หนึ่งในสาขา “ผลกระทบด้านความยากจนจากวิกฤตการณ์การเงินของโลก” และคุณปรีษฐากีเป็นนักหนังสือพิมพ์ไทยเพียงผู้เดียวที่ได้รับรางวัลจากธนาคารพัฒนาเอเชียในปี 2552

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

หนังสือพิมพ์ โพสต์ทูเดย์ ยังคงประสบความสำเร็จทั้งในแง่ของธุรกิจ ยอดจำหน่าย และการได้รับการยอมรับอย่างสูงในกลุ่มผู้อ่าน โดยสิ่งที่เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ คือ การเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงอย่างไม่หยุดนิ่ง อาทิ หนังสือพิมพ์ฉบับวันเสาร์ ที่เพิ่มเช็กซ์ใหม่ ๆ เพื่อความหลากหลาย ได้แก่ โพสต์ทูเดย์สุดสัปดาห์ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองเชิงวิเคราะห์ และรายงานที่น่าสนใจ “เช็ตสุดสัปดาห์” ที่เน้นข่าวตารา กีฬา ต่างประเทศ โดยถือเป็นเช็กซ์ที่ได้รับการยอมรับอย่างสูงจากกลุ่มผู้อ่านใหม่ ๆ รวมถึงลูกค้โฆษณา และเช็กซ์ “COOL” ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

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

หนังสือพิมพ์สตูดิโอ เดย์ ผลิตครบรอบ 40 ปี ในปี พ.ศ. 2552 และพร้อมก้าวเข้าสู่ศวรรษใหม่ในฐานะนิตยสารสำหรับวัยรุ่นเพียงฉบับเดียวในประเทศไทยที่นำเสนอความบันเทิงควบคู่ไปกับความรู้เป็นภาษาอังกฤษทั้งเล่ม สตูดิโอ เดย์ ยังคงเป็นที่ชื่นชอบไม่เพียงเฉพาะในกลุ่มนักรุ่น 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 ตลอดจนครอบคลุมไปถึงข่าวด่วนและฟังก์ชัน 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 ทูริวิชั่น 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 ทูริวิชั่น 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 ทูริวิชั่น ช่อง 8 (TNN 2) เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์รายการใหม่ “เศรษฐกิจคิดไม่ถึง” ที่ออกอากาศทางช่อง 5 ได้อย่างเต็มที่ และรายการใหม่นี้แนะนำเสนอเป็นครั้งแรกเมื่อวันจันทร์ 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 รายการนี้แนะนำเสนอเนื้อหาและจัดรายการโดย โพสต์ทูเดย์ เริ่มออกอากาศในเดือนเมษายน พ.ศ. 2552

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

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

ทางด้านโพสต์ทูเดย์ ยังคงรักษาตำแหน่งผู้นำตลาดหนังสือพิมพ์ธุรกิจและเศรษฐกิจในประเทศไทย พร้อมด้วยพัฒนาการสำคัญโดยการเข้าร่วมผลิตข่าวกับสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 โดยจัดตั้งบริษัทโพสต์ นิวส์ จำกัด ขึ้นเป็นบริษัทย่อยเพื่อดำเนินการ ส่วนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ได้มีการปรับเปลี่ยนให้มีการวิเคราะห์เจาะลึกมากยิ่งขึ้น แต่ยังคงบุคลิกของโพสต์ทูเดย์ ที่ทำข่าวให้ง่ายต่อการเข้าใจอันนำไปสู่การเสนอข่าวด้วยกราฟิกมากยิ่งขึ้น

สติวเด็นท์ วิคส์ ก้าวเข้าสู่ปีที่ 42 ด้วยอย่างก้าวที่แข็งแกร่ง พร้อมมุ่งสู่ศักราชใหม่ของการศึกษาภาษาอังกฤษและความบันเทิงในประเทศไทยด้วยการออกแบบที่ทันสมัย การเปลี่ยนแปลงการจัดวางหน้าและเนื้อหาสาระเพื่อให้ทันยุคสมัย มีความสดใหม่อยู่เสมอ และพร้อมที่จะเข้าสู่ผู้อ่านกลุ่มใหม่ด้วยทางเลือกใหม่ผ่านสื่อดิจิทัล โดยการปรับปรุงเว็บไซต์ เพิ่มขนาดของเครือข่ายสังคม และเพิ่มเครื่องมือบนมือถือเพื่อทำให้การเรียนรู้กับสติวเด็นท์ วิคส์ นั้นง่ายและสะดวก ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนหรือเวลาใดก็ตาม

แผนกดิจิทัล มีเดียเป็นองค์ประกอบสำคัญในกลยุทธ์ของกลุ่มบางกอกโพสต์ ในการจัดส่งข่าวและข้อมูลผ่านช่องทางสื่อออนไลน์หลากหลาย ในด้านข่าวและข้อมูลออนไลน์นั้น บางกอกโพสต์ ออนไลน์ (www.bangkokpost.com) ติดอันดับพอร์ทัลข่าวภาษาอังกฤษชั้นนำของประเทศไทยจากการประเมินโดย Alexa และ Truehits ซึ่ง มีการเปิดตัวบริการไต่เร็กทอรีและแผนที่ออนไลน์เพื่อให้ข้อมูลด้านธุรกิจ โลฟส์ไคส์ บ้านเท่ง อสังหาริมทรัพย์ และการศึกษาในประเทศไทย ปัจจุบัน นอกจากนี้บางกอกโพสต์ออนไลน์ยังสามารถเข้าชมผ่านมือถือและแอปพลิเคชันในไอโฟน ส่วนทางด้านดิจิทัลคอนเทนต์ได้มีการเปิดตัวหนังสือพิมพ์รายวันฉบับออนไลน์ที่สามารถให้บริการพิเศษที่เด่น ๆ ได้หลากหลาย อาทิ โฟล์คซอง แปลเนื้อหาข่าวเป็นภาษาต่าง ๆ บล็อก นอกจากนี้ยังเดินทางให้บริการข่าวด่วนผ่าน SMS ทางมือถือทั้งในภาษาอังกฤษและภาษาไทย

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 ฉบับต่อวันและแจกจ่ายไปยังจุดแจกประมาณ 200 จุดใจกลางกรุงเทพฯ รวมถึงสถานีรถไฟฟ้า และรถไฟใต้ดิน ตั้งแต่ วันจันทร์ถึงวันศุกร์

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

จากการที่หนังสือพิมพ์ M2F เป็นที่ยอมรับอย่างรวดเร็วในกลุ่มของคนทำงานในกรุงเทพมหานคร บริษัทตัดสินใจที่จะปรับปรุงระบบงานทางเว็บไซต์โดยเปิดรับลงโฆษณาทางหน้า M2FJob ร่วมกับเว็บไซต์M2FJob.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 ร่วมกันจัดงานมอบรางวัลด้านความงามประจำปีครั้งที่ 1 ซึ่งทำให้ความแข็งแกร่งในตลาดต่อผู้ลงโฆษณาแสดงให้เห็นถึงความมั่นใจด้านความงาม

ในปลายปี 2554 บริษัท โพสต์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลมีเดีย 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 บางกอกโพสต์ได้เพิ่มเช็กซ์ “ASIA FOCUS” เสนอข่าวธุรกิจและการลงทุนในภูมิภาค เพื่อขยายฐานผู้อ่านในภูมิภาคเอเชียและเตรียมพร้อมการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่กำลังจะเกิดขึ้น ซึ่งเช็กซ์ใหม่นี้ ออกเป็นรายสัปดาห์และได้รับการตอบรับจากผู้อ่านเป็นอย่างดี โดยวางเป้าหมายเพื่อพัฒนาการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวกับบรรยากาศและผลพวงของธุรกิจภูมิภาค เมื่อประเทศไทยก้าวเป็นส่วนหนึ่งของโครงข่ายชุมชนธุรกิจระดับภูมิภาคที่กว้างใหญ่ พร้อมทั้งเปิดตัวนิตยสารรายเดือน (ภาษาอังกฤษ) “THE MAGAZINE”

สำหรับโพสต์ทูเดย์ได้ปรับปรุงนิตยสารที่ออกทุกวันเสาร์ @weekly ให้ครอบคลุมข่าวเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์ของคนเมือง ข่าวบันเทิง ข่าวท่องเที่ยว และการตกแต่งบ้าน ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้อ่านเพิ่มขึ้น นอกจากนี้เว็บไซต์ของโพสต์ทูเดย์ยังคงขยายตัวและได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยที่มีการปรับปรุงเนื้อหาเพิ่มขึ้น ส่งผลให้มียอดแฟนเพจเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด

“สติวเด้นท์ วิคลี่” เดินหน้าเข้าสู่ปีที่ 46 ด้วยความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์อันยาวนาน และยังคงมุ่งมั่นก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคง เป็นเวลากว่า 4 ทศวรรษแล้วที่ สติวเด้นท์ วิคลี่ ได้รับการยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาของเยาวชนไทยมาหลายรุ่นหลายสมัย ท่ามกลางเทคโนโลยีสื่อสารที่ทันสมัย สติวเด้นท์ วิคลี่ ก็ได้พัฒนาตัวเองให้ทันยุคสมัยดึงดูดกลุ่มผู้อ่านรุ่นใหม่

เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งบนสื่อสังคม ในปีที่ผ่านมา สติวเด้นท์ วิคลี่ เปิดตัวแอปพลิเคชันบนมือถือ ที่ผู้อ่านสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลาและรองรับความนิยมสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื้อหาของ สติวเด้นท์ วิคลี่ ครอบคลุมถึงบทสัมภาษณ์พิเศษทั้งดาราไทยและนานาชาติ ข่าวล่าสุดในวงการบันเทิง ข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษา และเคล็ดลับในการทำข้อสอบ

สื่อสิ่งพิมพ์และกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ รวมทั้งกลุ่มนิตยสารในเครือ ยังคงให้การสนับสนุนการจัดอีเวนต์หลากหลายอย่างต่อเนื่อง ทั้งอีเวนต์ทางด้านธุรกิจ แฟชั่น และไลฟ์สไตล์ ซึ่งช่วยให้บริษัทเป็นที่รู้จักและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อ่านกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงสร้างรายได้จากการโฆษณา เช่น Luxury Living, Bangkok Career Expo, Investment Expo, 50 หนุมโสดในฝัน Cleo, Elle Fashion Week เป็นต้น

ปลายปี 2556 แม้ว่ากลุ่มบริษัทไม่ชนะการประมูลคลื่นความถี่เพื่อขอรับใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลที่รัฐบาลจัดขึ้น แต่กลุ่มบริษัทเล็งเห็นศักยภาพในการสร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากการดำเนินงานด้านข่าวโทรทัศน์และการผลิตคอนเทนต์เชิงธุรกิจและไลฟ์สไตล์ให้แก่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล 24 ช่องใหม่ และช่องแอมเนสตี้โลกเดิม นอกจากนี้ ยังร่วมกับพันธมิตรธุรกิจโทรทัศน์กลุ่มต่าง ๆ เช่าเวลาออกอากาศจากประกอบการทีวีดิจิทัล และดำเนินการผลิต

รายการออกอากาศของตัวเองซึ่งกลุ่มบริษัทจะหาแหล่งรายได้ใหม่จากการโฆษณาบนสื่อในรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วนี้ ซึ่งจะช่วยให้อุตสาหกรรมรูปแบบการดำเนินธุรกิจและการผสมผสานรายได้ที่สมดุลยิ่งขึ้นตลอดระยะเวลาอีก 3-5 ปีข้างหน้า

ปลายปี 2556 กลุ่มนิตยสารเปิดตัวนิตยสาร Forbes ฉบับภาษาไทย ซึ่งเป็นนิตยสารที่มีชื่อเสียงของสหรัฐอเมริกา มาช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้แก่แบรนด์ของกลุ่มบริษัท ในฐานะแหล่งข้อมูลระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับโลก ที่มีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือในด้านเนื้อหาทางธุรกิจ ส่วนหัวนิตยสารแฟชั่นและไลฟ์สไตล์อื่น ๆ ที่เปิดตัวในปี 2556 ได้แก่ “แอล เมน” “Fast Bikes” และ “Cycling Plus” ทั้งหมดนี้จะช่วยให้กลุ่มบริษัทสามารถดึงดูดกลุ่มผู้อ่านและผู้โฆษณาให้ขยายวงกว้างขึ้นบนพื้นฐานการเติบโตที่ยั่งยืน และได้ปตินิตยสาร 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 2558กลุ่มบางกอกโพสต์ยังคงมุ่งมั่นรักษาตำแหน่งความเป็นผู้นำในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ด้วยการนำเสนอสิ่งพิมพ์ที่เป็นที่ยอมรับและข้อมูลที่เชื่อถือได้ อาทิ หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ‘บางกอกโพสต์’ ที่ฉลองครบรอบ 69 ปี ในปี 2558 และมีชื่อเสียงด้านข่าวสารที่เชื่อถือได้ ทั้งข่าวใหม่รายวัน ข่าวธุรกิจ และสารคดีพิเศษที่เกี่ยวข้องกับสังคมและไลฟ์สไตล์ของคนยุคปัจจุบัน หนังสือพิมพ์รายวันแนวธุรกิจภาษาไทย ‘โพสต์ทูเดย์’ ที่ฉลองครบรอบ 12 ปี เมื่อปี 2558 หนังสือพิมพ์แจกพรีรายวันภาษาไทย ‘M2F’ ที่ฉลองครบรอบ 4 ปี ในปี 2558 มีเนื้อหาครอบคลุมทั้งข่าวสารและไลฟ์สไตล์ได้รับความนิยมสูง และเป็นผู้นำในตลาดสิ่งพิมพ์แจกพรี และหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ภาษาอังกฤษ ‘สตีเวนส์ วีคลี่’ 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 เพื่อตอบรับการรับรู้และจดจำของผู้บริโภค รวมทั้งขยายฐานผู้อ่านและฐานผู้ซื้อโฆษณาให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

ในขณะเดียวกัน ตั้งแต่ปี 2557กลุ่มบางกอกโพสต์ 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 2558กลุ่มบางกอกโพสต์ ได้ลงทุนซื้อหุ้นร้อยละ 51 ของ บริษัท มัชฌิม เทเลวิชั่น จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตคอนเทนต์และรายการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นการร่วมทุนเข้าซื้อธุรกิจผลิตรายการสื่อดิจิทัลขนาดกลาง เพื่อขยายการดำเนินการด้านสื่อดิจิทัล และสร้างรายได้ให้มากยิ่งขึ้น ทั้งยังเป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้ธุรกิจของโพสต์ ทวี ในการเพิ่มการผลิตเนื้อหาให้กับช่องทีวีระบบดิจิทัลและแอนะล็อก

ในส่วนของสื่อหนังสือพิมพ์ ได้มีการลดบทบาทในส่วนของการผลิตนิตยสารแฟชั่น ภาษาอังกฤษ รายเดือน The Magazine หันมามุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลคุณภาพด้านข่าวสารของหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ฉบับ อันเป็นจุดแข็งที่ทำให้กลุ่ม บางกอกโพสต์ ยังคงรักษาตำแหน่งความเป็นผู้นำในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์มาจนถึงปัจจุบัน มีการปรับชื่อของหนังสือพิมพ์ ภาษาอังกฤษ รายสัปดาห์ Student Weekly มาเป็น S Weekly เพื่อความกระชับและง่ายต่อการจดจำของผู้อ่าน รวมไปถึง การควบรวมธุรกิจโพสต์พรีนซ์ที่รับจ้างผลิตสิ่งพิมพ์พาณิชย์เข้ากับกิจการโรงพิมพ์ เป็นการปรับโครงสร้างเพื่อรับมือกับ สถานการณ์แข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากการรับจ้างผลิตไม่ใช่ Core Business ของกลุ่ม จึงควบรวมหน่วยย่อยทางธุรกิจเพื่อหา ช่องทางดำเนินงานที่เพิ่มมูลค่าต่อไปในอนาคต

ปี 2560 เป็นอีกปีที่เต็มไปด้วยความท้าทายทางเศรษฐกิจท่ามกลางความโศกสลดของปวงชนชาวไทยที่รวม เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน น้อมสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณเป็นล้นพ้นอันหาที่สุดมิได้ ในพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร

ปี 2561 กลุ่มบางกอกโพสต์มุ่งเน้นด้านการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ด้วยการพัฒนา ศักยภาพและประสิทธิภาพ รวมทั้งการลงทุนในบริการและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อให้ทันกับความท้าทายที่เกิดขึ้นใน อุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ของไทย

ปี 2562 กลุ่มบางกอกโพสต์ ยังคงให้ความสำคัญกับการปรับปรุงการดำเนินงานและประสิทธิภาพในการผลิต อย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาสที่ 1/2562 ได้หยุดพิมพ์หนังสือพิมพ์ โพสต์ทูเดย์ แล้วเปลี่ยนมามุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร บนช่องทางออนไลน์ รวมทั้งหยุดผลิตและจำหน่ายหนังสือพิมพ์ M2F และในไตรมาสที่ 2/2562 บริษัทในเครือได้ทำการหยุด ผลิตนิตยสารต่างประเทศ ฉบับภาษาไทย บางฉบับที่ไม่ทำกำไร ได้แก่ นิตยสารคลีโอ ประเทศไทย และนิตยสาร ไชแอนซ์ อิลลัสเตรเตด ประเทศไทย ทั้งนี้ เพื่อลดค่าใช้จ่ายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของกลุ่มบริษัท นอกจากนั้น ไตรมาสที่ 3/2562 ได้หยุดทำการพิมพ์หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ที่ศูนย์การพิมพ์และจัดจำหน่ายที่บางนา และว่าจ้างบริษัทภายนอกในการพิมพ์ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์แทน

การใช้สื่อดิจิทัลได้มีการพัฒนาและเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วกว่าที่คาดคิด นับเป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่ไม่เคยมีมา ก่อน จึงเป็นที่แน่นอนว่า ปัจจัยภายนอกเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่าง ยากที่จะหลีกเลี่ยงได้ กลุ่มบางกอกโพสต์ก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน

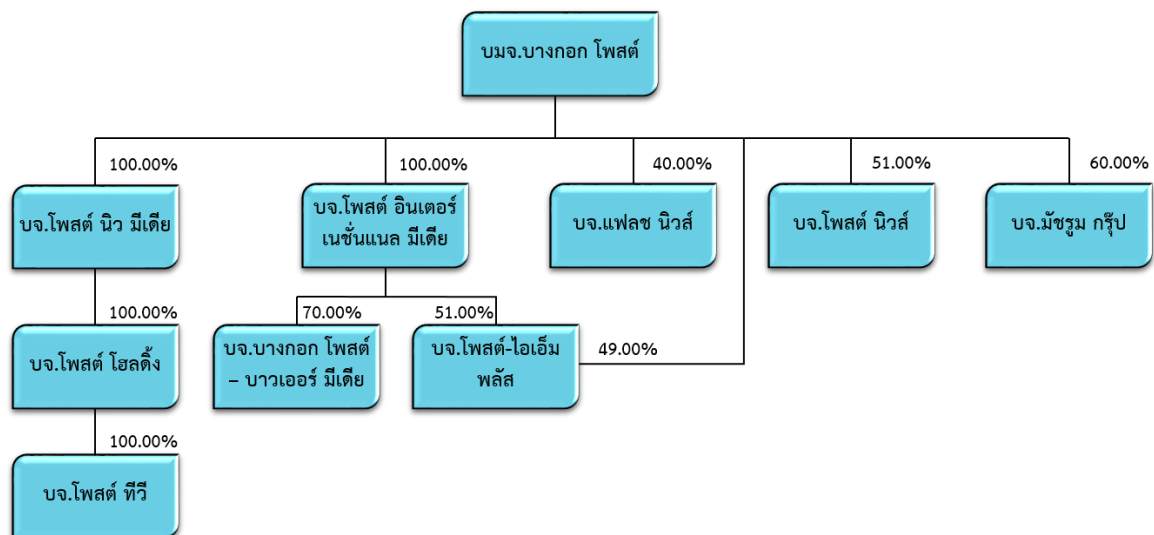
คณะผู้บริหารและพนักงานของกลุ่มบางกอกโพสต์ตระหนักดีถึงความท้าทายนี้ และได้ผนึกกำลังเพื่อก้าวไป ข้างหน้าอย่างเต็มที่ โดยมุ่งเน้นแนวทางหลักในการดำเนินธุรกิจ 5 แนวทาง ได้แก่

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

แนวทางหลักทั้ง 5 ข้อนี้นี้จะได้นำมาสานต่อเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในปี 2562 ทั้งนี้ คณะผู้บริหารมีความ เชื่อมั่นว่า แผนนโยบายที่ได้กำหนดไว้จะประกอบกับการวางแผนและกลยุทธ์ในการบริหารจัดการต่าง ๆ จะช่วยให้กลุ่มบางกอก โพสต์รักษาความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมสื่อในประเทศไทย และจะยังคงดำรงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือ เป็นสื่อที่มีคุณภาพเคียงคู่ สังคมไทยต่อไป

ปี2563 กลุ่มกลุ่มบางกอกโพสต์ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19ที่เกิดการแพร่ระบาดไปทั่วโลกและส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการท่องเที่ยวการลงทุนและการบริโภค แต่กลุ่มบางกอกโพสต์ยังคงให้ความสำคัญกับการปรับปรุงการดำเนินงานและประสิทธิภาพในการผลิตรวมถึงการลงทุนในการบริการและเทคโนโลยีใหม่ๆอย่างต่อเนื่องเพื่อรับมือกับความท้าทายที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ไทย

1.3. โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท(ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563)



หมายเหตุ : ไม่มีการถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน และไม่มีบุคคลที่เกี่ยวข้องหรือที่อาจมีความขัดแย้งถือหุ้นมากกว่า 10%

บจ.โพสต์นิวส์ ชำระบัญชีแล้วเสร็จ ปี 2563

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท บางกอก โพสต์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดพิมพ์หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาอังกฤษที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทย ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจครบรอบ 74 ปี ในปี 2563รวมทั้ง เว็บไซต์โพสต์ทูเดย์ ที่นำเสนอข่าวสารและข้อมูลเชิงธุรกิจเป็นภาษาไทย ในรูปแบบดิจิทัล

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

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

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

รายได้ของกลุ่มบริษัทแบ่งตามประเภทธุรกิจในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา มีดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

ประเภทธุรกิจ	ดำเนินการโดย	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
		รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
ธุรกิจหนังสือพิมพ์	บมจ. บางกอก โพสต์	310.7	68.3	520.5	64.3	784.7	61.8
ธุรกิจนิตยสารต่างประเทศ	บจ. โพสต์ อินเตอร์เนชั่นแนล มีเดีย และ บริษัทย่อย	80.8	17.7	164.1	20.3	215.4	16.9
ธุรกิจผลิตคอนเทนต์และรายการโทรทัศน์	บจ. มัชฌิม กรุป, บจ. โพสต์ ทีวี และ บจ.โพสต์ นิวส์	63.6	14.0	124.2	15.4	270.1	21.3
รายได้รวม		455.1	100.0	808.8	100.0	1,270.2	100.0

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.1.1 ธุรกิจหนังสือพิมพ์

บางกอกโพสต์: บางกอกโพสต์ เข้าสู่ปีที่ 74 ในปี 2563 และได้ทำหน้าที่อย่างมั่นคงในฐานะสื่อมวลชนที่มีความรับผิดชอบต่อประเทศชาติและสังคมตลอดช่วงเวลาอันยาวนานจนขณะนี้นับเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีอายุ ยาวนานที่สุดในประเทศ

ในขณะที่ประเทศไทยมีความโดดเด่นและสำคัญมากขึ้นในสังคมโลก ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง บางกอกโพสต์ ซึ่งเป็นผู้นำ ตลาดข่าวสารภาษาอังกฤษของประเทศไทย มีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่เป็นหน้าต่างของประเทศในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของประเทศไทยที่ถูกต้องและเที่ยงตรง สู่สายตาชาวโลก ผ่านช่องทางสื่ออันหลากหลาย ทั้งนี้บางกอกโพสต์ได้พัฒนาสื่อดิจิทัลมาอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์เพชฌัญหหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์บริการข่าวสารผ่านโทรศัพท์มือถือการรายงานสถานการณ์ข่าวแบบไลฟ์สดและการทำรายการคุยข่าวบนสื่อออนไลน์ตอบสนองความต้องการของผู้อ่านและผู้ชม

แม้ว่าปี 2563 จะเป็นปีที่ยากลำบากสำหรับธุรกิจต่างๆทั่วโลกจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 แต่ช่องทางสื่อออนไลน์ของบางกอกโพสต์ก็สามารถขยายตัวได้มากโดยในปี 2563 เว็บไซต์บางกอกโพสต์มีผู้เข้าชมเป็นจำนวนหน้าที่ถูกแสดง (page view) สูงถึง 165.7 ล้านหน้าเพิ่มขึ้น 51.19% เมื่อเทียบกับปี 2562 และผู้เข้าชมเว็บไซต์บางกอกโพสต์ใช้เวลาเฉลี่ยในการชมสูงกว่าเว็บไซต์ข่าวอื่นๆในประเทศถึงสองเท่า

นอกจากนั้นบางกอกโพสต์ยังได้ทำความร่วมมือกับ The Wall Street Journal และ The New York Times เพื่อเสริมความแกร่งด้านเนื้อหาข่าวและให้ผู้อ่านได้อ่านข่าวรอบโลกและบทวิเคราะห์จากสองสื่อใหญ่ระดับโลกโดยในปี 2563 ได้ออกเชกซ์อินใหม่สำหรับวันอาทิตย์ชื่อ “Spotlight” นำเสนอข่าวสัปดาห์ข่าวบทความบทวิเคราะห์ที่เลือกสรรโดยทีมงานของ

The New York Times มีเนื้อหาครอบคลุมแนวโน้มทิศทางของโลกในด้านต่างๆ เช่น ธุรกิจวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ศิลปะ และวัฒนธรรม

แม้ในปี 2563 จะมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 แต่บางกอกโพสต์ก็ยังมีกิจกรรมที่หลากหลายโดยได้ปรับรูปแบบการจัดสัมมนาและการประชุมเป็นแบบไฮบริดเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ อาทิ 5G ระบบปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) และเทคโนโลยี Cloud Computing รวมทั้งงานสัมมนาประจำปี “บางกอกโพสต์อินเตอร์เนชันแนลฟอรัม” ซึ่งมีผู้นำของประเทศไทยและประเทศในภูมิภาคมาร่วมแสดงแนวคิดและมุมมองเชิงลึกเกี่ยวกับความท้าทายและนโยบายหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

สำหรับปี 2564 บางกอกโพสต์จะยังคงวางแผนขยายการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและการจัดกิจกรรมโดยยึดมั่นในหลักปฏิบัติของการเป็น “สื่อที่เชื่อถือได้”

โพสต์ทูเดย์: ปี 2563 โพสต์ทูเดย์เติบโตอย่างมั่นคงและได้ก้าวเข้าสู่สื่อดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบภายใต้แนวคิด “ก้าวใหม่ให้ความต่างอย่างมืออาชีพ” ด้วยการผสมผสานระหว่างทีมงานที่มีประสบการณ์สูงในวงการข่าวกับทีมงานคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ความเข้าใจและมีความสามารถในการใช้สื่อดิจิทัลทำให้โพสต์ทูเดย์สามารถเข้าถึงผู้อ่านผ่านช่องทางดิจิทัลในทุกแพลตฟอร์ม อาทิ เฟซบุ๊ก ยูทูบ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม สตรีมมิ่งพอดแคสต์ ไลน์ แอปพลิเคชัน และไลน์ออฟฟิเชียล ซึ่งปัจจุบันทุกแพลตฟอร์มของโพสต์ทูเดย์มียอดผู้ติดตามเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โพสต์ทูเดย์ได้มีการปรับรูปแบบการจัดสัมมนาที่เคยจัดเป็นประจำทุกปี เพื่อให้ความรู้กับประชาชนมาเป็นการจัดงานสัมมนาออนไลน์ในหัวข้อ “5 อุตสาหกรรมอนาคต” โดยความร่วมมือระหว่างหอการค้าไทยและสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) โดยมีนักธุรกิจระดับสูงผู้ประกอบการและธุรกิจขนาดย่อมเข้าร่วมและติดตามมากกว่า 10 ล้านราย

การสัมมนาออนไลน์ “5 อุตสาหกรรมอนาคต” ได้จัดเป็น 2 ซีซั่น โดยในซีซั่นที่ 1 จัด 5 หัวข้อ ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อุตสาหกรรมเกษตรเทคโนโลยีชีวภาพ และอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ส่วนในซีซั่นที่ 2 จัดอีก 5 หัวข้อ ได้แก่ อุตสาหกรรมดิจิทัล อุตสาหกรรมทางการแพทย์ ครัวเรือนยุคใหม่ เพื่ออุตสาหกรรม อุตสาหกรรมการบิน และโลจิสติกส์ และอุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ

นอกจากนี้ ยังมีนิตยสารอื่นที่แทรกในหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ อาทิ

- Life : นิตยสารไลฟ์สไตล์ภาษาอังกฤษ ทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์
- GURU : นิตยสารเอ็นเตอร์เทนเมนต์ภาษาอังกฤษ ทุกวันศุกร์

โพสต์ดิจิทัล: ตลอดปี 2563 กลุ่มบางกอกโพสต์ได้พัฒนาสื่อดิจิทัลและเพิ่มช่องทางออนไลน์โดยเน้นการมีส่วนร่วมกับผู้อ่าน (Engagement) ให้มากขึ้น รวมทั้งการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ทำให้มียอดผู้ติดตามบางกอกโพสต์และโพสต์ทูเดย์รวมกันมากกว่า 13 ล้านคนทั่วโลก

การสร้างประสบการณ์เฉพาะบุคคลแก่ผู้อ่านและการปรับปรุงการเชื่อมต่อ(interface) ช่วยเพิ่มยอดผู้อ่านและประสบการณ์ที่ดีของผู้ใช้โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางช่องทางโทรศัพท์มือถือ

ผลิตภัณฑ์ดิจิทัลที่เปิดตัวใหม่ในปี 2563 ยังรวมถึงการไลฟ์รายงานข่าวและเหตุการณ์สำคัญการออกรายการ “Making Sense” วิเคราะห์เหตุการณ์ปัจจุบันในเชิงลึกและการจัดรายการในพอดแคสต์ของโพสต์ทูเดย์เช่นรายการ “Big Talk”, “Deep Talk”, “The Expert” และ “PostToday รับแขก” รายการใหม่เหล่านี้จะมาเสริมภาพลักษณ์ความเป็นสื่อชั้นนำด้านธุรกิจของโพสต์ทูเดย์ที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์นักธุรกิจรุ่นใหม่

นอกจากนั้นโพสต์ดิจิทัลยังได้รับการตอบรับที่เพิ่มขึ้นจากลูกค้าที่ต้องการทำการตลาดที่ตอบโจทย์เฉพาะบุคคล โดยสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในปี 2564 กลุ่มบางกอกโพสต์ยังคงพัฒนาคอนเทนต์และช่องทางสื่อดิจิทัลอย่างต่อเนื่องด้วยการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้

2.1.2 ธุรกิจนิตยสารต่างประเทศ

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

ตลอดระยะเวลา 26 ปีแอลประเทศไทยได้ให้ความสำคัญในการเป็นสื่อกลางด้านแฟชั่นและเทรนด์ดังตามกระแสโลกให้กับผู้อ่านจนได้เป็นนิตยสารแฟชั่นชั้นนำของประเทศไทยและในหลายปีที่ผ่านมาแอลประเทศไทยได้พัฒนาสู่การผลิตคอนเทนต์ด้วยแนวคิด 360 องศาครอบคลุมทั้งออนไลน์และออฟไลน์รวมทั้งสื่อดิจิทัลและอีเว้นท์รองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นของผู้อ่านและผู้บริโภค

แม้ท่ามกลางการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในปี 2563 แอลประเทศไทยยังคงสร้างปรากฏการณ์มากมายด้วยคอนเทนต์หลากหลายรูปแบบและสื่อต่างๆทั้งเว็บไซต์วิดีโอและโซเชียลมีเดียรวมทั้งยังมีโปรเจกต์ที่ทำร่วมกับสินค้าแบรนด์ระดับโลก

ในส่วนของอีเว้นท์แอลประเทศไทยจัดงานแฟชั่นความงามและไลฟ์สไตล์โดยงานใหญ่ประจำปี “ELLE Digital Fashion Week 2020 Powered by Lazada” จัดร่วมกับ Lazada ผู้นำแพลตฟอร์ม e-commerce ของเมืองไทยMistine แบรนด์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชั้นนำของเมืองไทยและสมาคมแฟชั่นดีไซน์เนอร์กรุงเทพ (BFS) เพื่อนำเสนอคอลเล็กชั่น Fall/Winter 2020 จากดีไซน์เนอร์ไทยแถวหน้าของวงการโดยจัดในรูปแบบ Virtual Runway รับชมที่บ้านและสร้างประสบการณ์การชมแฟชั่นโชว์แบบ Front Row at Home สอดคล้องกับสถานการณ์โลกและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

ในด้านความงามแอลประเทศไทยยังสานต่อ “ELLE Thailand Beauty Awards 2020” การประกาศรางวัลสุดยอดผลิตภัณฑ์ความงามในด้านต่างๆจากการคัดเลือกของคณะกรรมการจากหลายวงการและผู้ทดลองใช้จริงซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้อ่านและแบรนด์ความงามชั้นนำ

อีกโปรเจกต์ใหม่คือ “Elle Beauty Star” กิจกรรมใหม่ที่เฟ้นหาผลิตภัณฑ์ความงามดาวเด่นทั้งด้านคุณภาพและราคาจากการโหวตของผู้อ่านผ่านเว็บไซต์ ELLE Thailand จนได้ “50 Best Beauty Star Items” ในปีนี้

นอกจากนี้ยังมีงาน “ELLE x CentralWorld Fashion Re-Stage” ซึ่งจัดร่วมกับ CentralWorld ภายใต้แนวคิด ‘I dress to express, not to impress.’ ที่ให้ความสำคัญกับความต่างและความชอบที่หลากหลายโดยมีกิจกรรม อาทิ เวิร์กช็อปแฟชั่นโชว์แนะนำสินค้าและผลิตภัณฑ์ภายในศูนย์การค้าจากมุมมองผู้นำแฟชั่นของแอล

แอลประเทศไทยได้ต่อยอดความเป็นผู้นำด้านคอนเทนต์ด้วย “ELLE IDOL” แพลตฟอร์มใหม่ที่ได้รับความสำเร็จเป็นอย่างดีโดยมอบประสบการณ์สุดพิเศษให้แฟนคลับได้ใกล้ชิดศิลปินที่ชื่นชอบมากขึ้นผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือซึ่งทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ยิ่งขึ้นจนสร้างปรากฏการณ์สำคัญบนออนไลน์โดยเฉพาะอย่างยิ่งทาง Twitter ที่ติดเทรนด์ประเทศไทยและเทรนด์โลกในระดับท็อป

ในปี 2564 แอล ประเทศไทย ยังคงสานต่อความเป็นผู้นำในด้านแฟชั่นและความงามด้วยคอนเทนต์คุณภาพจากประเทศไทยและทั่วโลกเพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้แก่ผู้อ่านรวมทั้งความมุ่งมั่นยกระดับและเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้หญิงไทยได้แสดงพลังและศักยภาพในสังคมได้มากขึ้น

นิตยสารฟอร์บส ไทยแลนด์ :นิตยสารฟอร์บสมีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า 100 ปี อยู่เคียงคู่กับพัฒนาการของโลกทุนนิยม จนอาจกล่าวได้ว่าเป็นสัญลักษณ์ของความมั่งคั่งและความสำเร็จในโลกของธุรกิจ นักลงทุน ผู้ประกอบการ และผู้บริหารกิจการชั้นนำในระดับประเทศ

ท่ามกลางมรสุมธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ที่ทำให้นิตยสารต่างๆ พากันปิดตัวหรือเปลี่ยนแพลตฟอร์มเป็นออนไลน์ นิตยสารฟอร์บส ไทยแลนด์ยังคงยืนหยัดอยู่ได้อย่างแข็งแกร่ง ทั้งสิ่งพิมพ์และออนไลน์ โดยเว็บไซต์ ฟอร์บส ไทยแลนด์เติบโตอย่างต่อเนื่องรับเทรนด์พฤติกรรมผู้อ่านที่เปลี่ยนไป

ตลอดเวลา 7 ปีในประเทศไทย นิตยสารฟอร์บส ไทยแลนด์ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้อ่านนักธุรกิจรุ่นใหม่ ในฐานะนิตยสารธุรกิจและเศรษฐกิจการเงินแถวหน้าที่มีเนื้อหาหลักและถกเถียงที่สร้างแรงบันดาลใจได้เป็นอย่างดี

ปี 2563 มรสุมลูกใหญ่จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้หลายธุรกิจหยุดชะงักแต่ฟอร์บสไทยแลนด์ยังสามารถก้าวผ่านมาได้ เนื่องจากสินค้าไฮแบรนด์ที่เป็นลูกค้าหลักของฟอร์บสไทยแลนด์ยังมีการใช้จ่ายต่อเนื่องและจำนวนผู้อ่านไม่เปลี่ยนแปลง

ในเดือนมิถุนายนฟอร์บสไทยแลนด์ได้จัดพิมพ์คู่มือการลงทุนประจำปี “Wealth Management Investing 2020” เพื่อให้ข้อมูลการลงทุนที่ทันสมัย และเหมาะสมกับเวลาโดยเฉพาะโอกาสการลงทุนท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

นอกจากนี้ยังจัดพิมพ์ฉบับพิเศษได้แก่ “Forbes Life 2020” ในเดือนพฤศจิกายนและ “Forbes Life Family 2020” ในเดือนธันวาคมนำเสนอความสำเร็จของ 9 ครอบครัวนักธุรกิจ

เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เริ่มคลี่คลายฟอร์บสไทยแลนด์ได้จัดอีเวนต์ใหญ่ “Forbes Thailand: Thailand’s Mega Trends Forum 2020” ในวันที่ 3 ธันวาคมในรูปแบบไฮบริดอีเวนต์โดยมีวิทยากรที่เป็นผู้กำหนดนโยบายภาครัฐประกอบด้วยนายดอนปรมัตถ์วินัย รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศนายอาคม เติมพิทยาไพสิฐรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังและศ. ดร. นพ.ประสิทธิ์วัฒนาภาคณบดีคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลมหาวิทยาลัยมหิดลนอกจากนี้ยังมีตัวแทนภาคเอกชนผู้ประสบความสำเร็จในภาคส่วนต่างๆประกอบด้วยนางสาวจริพรจารุกรสกุลประธานคณะกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มบริษัทดับบลิวเอชเอคอร์ปอเรชั่นจำกัด(มหาชน) นายจุตินันท์กิริยมัยภักดีประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่บริษัทบุญรอดบริวเวอรี่จำกัดและบริษัทสิงห์คอร์เปอเรชั่นจำกัดนายสุระคณิตวิกุลประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัทคอมเซเวนจำกัด (มหาชน) มาร่วมถ่ายทอดมุมมองต่อการเปลี่ยนแปลงใหญ่ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

สำหรับปี 2564 ฟอร์บสไทยแลนด์จะก้าวสู่ปีที่ 8 ของการดำเนินกิจการในไทยแม้อยู่ในสถานการณ์เศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสื่อที่ท้าทายแต่ฟอร์บสไทยแลนด์มั่นใจว่าจะสามารถปรับตัว และเดินหน้าต่อไปได้เช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา

2.1.3 ธุรกิจผลิตคอนเทนต์และรายการโทรทัศน์

บริษัท มัชฌิม กรุ๊ป จำกัด เป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลางที่มีความมั่นคงสูง และผลิตรายการครอบคลุมเนื้อหาหลากหลาย ทั้งรายการท่องเที่ยว อาหาร บ้านเท่ง และไลฟ์สไตล์ การเข้าร่วมในกลุ่มบางกอกโพสต์ตั้งแต่ปี 2558 ทำให้ธุรกิจโทรทัศน์สามารถใช้ต่อยอดจากเนื้อหาสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัลที่มีอยู่ มาผลิตเป็นรายการโทรทัศน์ออกอากาศในช่องทางทีวีดิจิทัล รายการธุรกิจ “Academy” ซึ่งเป็น Reality Show เพื่อส่งเสริมธุรกิจและผู้ประกอบการ SME เช่น รายการ “อายุน้อย ร้อยล้าน” ซึ่งออกอากาศทางช่อง Workpoint 23 และรายการ Kong story ออนไลน์ที่ได้พัฒนามาอย่างต่อเนื่อง

สำหรับปี 2563 มัชฌิม กรุ๊ป แม้ว่าจะประสบปัญหาเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ยังคงเดินหน้า ในส่วนงานผลิตรายการทีวีและงานผลิตโฆษณาสินค้ายังคงดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

ด้านธุรกิจ Marketing Solutions ในปี 2564 บริษัทคาดว่าจะได้รับงานมากขึ้นหลังจากมีผลงานที่ประสบความสำเร็จหลายงานในปีที่ผ่านมา ทั้งกลุ่มลูกค้าเอกชนและราชการ

2.1.4 ธุรกิจอื่น ๆ

ผลจากการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็วของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในปี 2563 ทำให้กลุ่มบางกอกโพสต์ปรับรูปแบบการจัดกิจกรรมเป็นแบบผสมผสานระหว่างออฟไลน์และออนไลน์ (hybrid event) มากขึ้นซึ่งช่วยให้บริษัทยังคงสามารถจัดกิจกรรมต่างๆได้รวมทั้งสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้กว้างขึ้น

กิจกรรมและการประชุมสัมมนาที่กลุ่มบางกอกโพสต์จัดในปี 2563 อาทิ

- งาน “Bangkok Post Conference 2020: 5G the Game Changer” ได้รับเกียรติจากนายพุทธิพงษ์ ปุณณกันต์รัฐมนตรีว่าการกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมผู้บริหารองค์กรผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมและผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัลมาร่วมแสดงวิสัยทัศน์ทิศทางและการขับเคลื่อน 5G ได้หลากหลายมิติ

- งาน “Powering Digital Thailand 2021” จัดร่วมกับบริษัทหัวเว่ยเทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัดและได้รับเกียรติจากพลเอกประวิตรวงศ์สุวรรณรองนายกรัฐมนตรีนายพุทธิพงษ์ปอณกันต์รัฐมนตรีว่าการกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมและนายณัฐพล ทีปสุวรรณรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการมากล่าวปาฐกถาพิเศษนอกจากนั้นยังมีวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีล้ำสมัยมาให้ความรู้เกี่ยวกับระบบ Cloud Computing เทคโนโลยีด้านการประมวลผลแบบ AI การเปลี่ยนผ่านทางเทคโนโลยีดิจิทัล ฯลฯ
- งานบางกอกโพสต์อินเตอร์เนชั่นแนลฟอรัม 2020 “Beyond the Pandemic: A Decade of Challenges from 2021” ได้รับเกียรติจากนายอาคม เติมพิทยาไพสิฐรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังมากล่าวเปิดงานและพันโทหญิงลัดดา แทมมีดักเวิร์ธสมาชิกวุฒิสภาแห่งสหรัฐอเมริกาจากรัฐอิลลินอยส์ร่วมทั้งตัวแทนจากองค์กรเอกชนชั้นนำต่างมาร่วมแลกเปลี่ยนมุมมองเกี่ยวกับความท้าทายที่ประเทศไทยและภูมิภาคกำลังเผชิญอยู่
- งานสัมมนา “5 First S-Curve Virtual Conference” จัดร่วมกับสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) และหอการค้าไทยเพื่อส่งเสริมตลาด MICE และเป็นเวทีแลกเปลี่ยนมุมมองและประสบการณ์ของอุตสาหกรรมต่างๆในยุค New Normal โดยจัดทั้งหมด 10 หัวข้อ

ด้านกิจกรรมเพื่อสังคมกลุ่มบางกอกโพสต์ได้จัดแรลลี่ “Bangkok Post Green Rally 2020” กิจกรรมที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนอกจากนี้ยังมีโครงการใหม่ “Bangkok Post Chairs for a Good Cause” ซึ่งจัดร่วมกับบริษัทซีเคาวเวอร์ จำกัด (มหาชน) นำหนังสือพิมพ์และนิตยสารเก่ามาผลิตเป็นชุดโต๊ะและเก้าอี้เปเปอร์มาเช่เพื่อบริจาคให้แก่โรงเรียนที่ขาดแคลน

สำหรับปี 2564 กลุ่มบางกอกโพสต์ยังคงเดินหน้าจัดกิจกรรมทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

นิตยสารในเครืออื่น ๆ ก็มีการจัดกิจกรรม เช่น

“ELLE Digital Fashion Week 2020 Powered by Lazada” จัดร่วมกับ Lazada ผู้นำแพลตฟอร์ม e-commerce ของเมืองไทย Mistine แบรินด์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชั้นนำของเมืองไทยและสมาคมแฟชั่นดีไซน์เนอร์กรุงเทพ (BFS) เพื่อนำเสนอคอลเล็กชั่น Fall/Winter 2020 จากดีไซน์เนอร์ไทยแถวหน้าของวงการโดยจัดในรูปแบบ Virtual Runway

ฟอรัมสไทยแลนด์ ได้จัดอีเวนต์ใหญ่ “Forbes Thailand: Thailand’s Mega Trends Forum 2020” ในวันที่ 3 ธันวาคม ในรูปแบบไฮบริดอีเวนต์

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 นโยบายการตลาด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

กลุ่มบางกอกโพสต์จำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดยการรับสมัครสมาชิกรายปี รายสองปี ราย 6 เดือน สำหรับหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์และโพสต์ทูเดย์ สมาชิกจะได้ราคาพิเศษเมื่อเทียบกับการซื้อตามแผงหนังสือ นอกจากนี้ยังมีการแจกแถมของขวัญหรือของสมนาคุณต่าง ๆ แก่สมาชิกโดยตลอดตามโอกาสต่าง ๆ สำหรับการขายโดยผ่านเอเยนต์หนังสือ มีการให้ส่วนลดประมาณร้อยละ 28 ของราคาขายปลีกหนังสือพิมพ์

กลุ่มบางกอกโพสต์ขายโฆษณาโดยมีส่วนลดให้กับบริษัทตัวแทนโฆษณา ในการซื้อหน้าโฆษณาแต่ละครั้ง และคอมมิชชั่นตอนสิ้นปี

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

- (1) ลูกค้าด้านการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ แบ่งออกเป็นลูกค้าเอเยนต์ มีสัดส่วนประมาณ 28% รองลงมาเป็นกลุ่มลูกค้าที่สมัครสมาชิก มีสัดส่วนประมาณ 54% ส่วนที่เหลือเป็นลูกค้าประเภท Bulk Sales มีสัดส่วนประมาณ 18% ในปี 2563 จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้สัดส่วนของการขายลูกค้าเอเยนต์และลูกค้าประเภท Bulk ลดลงแต่ในทางตรงข้ามลูกค้าสมาชิกมีสัดส่วนที่สูงมากขึ้น
- (2) ลูกค้าด้านการขายโฆษณา ได้แก่ บริษัทห้างร้านทั่วไป ที่ต้องการลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ทั้งการโฆษณาผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ให้แก่บริษัทต่าง ๆ การโฆษณาเปิดโรงงานใหม่ การโฆษณารับสมัครงาน เป็นต้น ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ลงโฆษณาผ่านเอเยนต์ ซึ่งจะได้รับส่วนลด 15% จากราคาขาย

ช่องทางการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ของบริษัท มีดังนี้

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

ช่องทางการขายโฆษณาของบริษัท มีดังนี้

- การขายโฆษณาผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณา
- การขายโฆษณาแก่ลูกค้าผู้ลงโฆษณาโดยตรง

2.2.1 สถานการณ์เศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสื่อปี 2563 และแนวโน้มปี 2564

เศรษฐกิจไทยปี 2563 หดตัวร้อยละ 6.1 จากปีก่อนถือเป็นอัตราการเติบโตต่ำที่สุดนับตั้งแต่วิกฤตเศรษฐกิจเอเชียในปี 2540-2541 อันเป็นผลจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ไปทั่วโลกและส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการท่องเที่ยวการลงทุนและการบริโภค

สภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติประเมินว่าเศรษฐกิจในปี 2564 จะขยายตัวเพียงเล็กน้อยประมาณร้อยละ 2.5-3.5 โดยมีปัจจัยสนับสนุนคือการบริโภคในประเทศและการลงทุนที่คาดว่าจะมีแนวโน้มพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้นหลังจากมีการผ่อนคลายล็อกดาวน์ทั่วโลกซึ่งช่วยลดผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

ทั้งนี้เศรษฐกิจไทยที่ดิ่งต่ำลงในปี 2563 ได้ก่อให้เกิดผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการใช้จ่ายเพื่อการตลาดและโฆษณาโดยบริษัทเดอะนิลเสนคอปปะนี (ประเทศไทย) จำกัดและสมาคมโฆษณาดิจิทัลเปิดเผยว่าในปี 2563 มูลค่าเม็ดเงินโฆษณาอยู่ที่ 106.25 ล้านบาทลดลงร้อยละ 14 จากปีก่อน

สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ในปี 2563 มีเม็ดเงินโฆษณาทั้งสิ้น 3.83 ล้านบาทลดลงร้อยละ 32 จากปีก่อนขณะที่สื่อในรูปภาพยนตร์ลดลงร้อยละ 51 และสื่อในร้านค้าลดลงร้อยละ 35 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้วอันเป็นผลจากมาตรการล็อกดาวน์เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการบริโภค

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 ที่ตั้งและโรงงาน

อาคารสำนักงานของบริษัท ตั้งอยู่เลขที่ 136 อาคารบางกอกโพสต์ ถนนสุนทรโกษา แขวงคลองเตย เขต คลองเตย กรุงเทพฯ 10110 เป็นที่ตั้งของสำนักงานบริหาร และสำนักงานของกองบรรณาธิการ ฝ่ายขาย ฝ่ายครีเอทีฟ ของ หนังสือพิมพ์และนิตยสารในเครือของบริษัททั้งหมด บนที่ดินเนื้อที่ 7 ไร่ 64 ตารางวา

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

2.3.2 กำลังการผลิต

บริษัทได้ลงทุนในการสร้างศูนย์การพิมพ์และจัดจำหน่ายแห่งใหม่ด้วยเงินลงทุนประมาณ 980 ล้านบาท ซึ่งนับเป็นการลงทุนที่มากที่สุดในประวัติศาสตร์ของบริษัท และเป็นการตอกย้ำความมุ่งมั่นและเจตนารมณ์ในการรับใช้สังคมไทย และประเทศชาติในฐานะสื่อมวลชน ศูนย์การพิมพ์และจัดจำหน่ายแห่งนี้ ประกอบด้วยโรงพิมพ์ซึ่งมีเนื้อที่ 8,500 ตารางเมตร และมีโรงเก็บกระดาษอีก 1,200 ตารางเมตร การทำงานที่ใช้เทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัยที่สุดของ KBA รุ่น Prisma ของ บริษัท Koenig & Bauer AG จากประเทศเยอรมนี ซึ่งเป็นแท่นพิมพ์ระบบ 4/1 หรือ double width/single plate แท่นแรกในเอเชียอาคเนย์ โดยระบบการทำงานทุกอย่างได้รับการควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะสามารถผลิตสิ่งพิมพ์ที่มีคุณภาพสูงสุด นอกจากนั้น 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

สำหรับขั้นตอนหลังการพิมพ์นั้นได้นำเอาเทคโนโลยีเมิร์ลุ่มจาก Schur Packaging Systems ประเทศเยอรมนี ประกอบด้วยเครื่องสอดหนังสือพิมพ์ 4 เครื่อง ระบบสายพานส่งหนังสือพิมพ์จากแท่นพิมพ์มายังเครื่องหีบห่อ เครื่องมัด และเครื่องห่อ

2.3.3 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่สำคัญที่ใช้ในการผลิตคือกระดาษหนังสือพิมพ์ เพลต และหมึกพิมพ์ ซึ่งบริษัทสั่งซื้อจากในประเทศ โดยผ่านตัวแทนภายในประเทศทั้งหมด

กระดาษหนังสือพิมพ์ที่บริษัทใช้เป็นกระดาษรีไซเคิล และหมึกพิมพ์เป็นประเภทที่ผลิตจาก vegetableoil

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 และหากเป็นภาวะที่เศรษฐกิจจะชะลอตัว การโฆษณาจะลดลงเช่นกัน

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 กลุ่มบริษัทได้พัฒนาช่องทางการสื่อสารเนื้อหาใหม่ทางดิจิทัลเพิ่มขึ้น เพื่อให้สามารถส่งคอนเทนต์ที่เป็นหัวใจของกลุ่มบริษัทไปสู่กลุ่มเป้าหมายมากขึ้น พร้อมกับปรับเปลี่ยนวิธีการโฆษณาที่หลากหลาย อันเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่าที่สุด

3.1.3 ความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบและการผันผวนของราคาวัตถุดิบ

กลุ่มบริษัทประกอบธุรกิจทางด้านสิ่งพิมพ์ กระดาษจึงเป็นวัตถุดิบหลักอย่างหนึ่งของธุรกิจ โดยมีสัดส่วนต้นทุนกระดาษอยู่ที่ประมาณ 5% ของต้นทุนขายและบริการ ซึ่งมักจะมีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านปริมาณตลอดจนราคาตามอุปสงค์และอุปทานของตลาดโลก กลุ่มบริษัทได้มีการติดตามและวางแผนการจัดซื้อล่วงหน้าและเก็บกระดาษหนังสือพิมพ์ในปริมาณที่คาดว่าจะเพียงพอต่อการผลิต รวมทั้งได้สั่งซื้อจากแหล่งผลิตในประเทศมากขึ้น

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว กลุ่มบริษัทมีนโยบายควบคุมการใช้กระดาษอย่างเคร่งครัด เช่น การทำข้อตกลงกับผู้รับจ้างพิมพ์หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ให้ควบคุมประสิทธิภาพในการผลิตให้มีต้นทุนของเสียน้อยที่สุด รวมทั้งบริหารจัดการเพื่อลดปริมาณหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารเก็บคืน

3.1.4 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยในตลาดการเงิน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและกระแสเงินสด เนื่องจากกลุ่มบริษัทมีเงินกู้ยืมระยะสั้นและเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 จำนวน 1,239.17 ล้านบาท

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว กลุ่มบริษัทได้ติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจ ภาวะตลาดเงินและตลาดทุน และทิศทางอัตราดอกเบี้ยที่อาจเป็นสาเหตุของปัจจัยความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ยอย่างต่อเนื่องและมีการประเมินความเสี่ยงเป็นประจำเพื่อให้การดำเนินงานของกลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงอยู่ในขอบเขตที่บริหารงานได้

3.1.5 ความเสี่ยงจากการรับชำระหนี้จากลูกหนี้การค้า

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงในการรับชำระหนี้จากลูกหนี้การค้า โดยเฉพาะหนี้ที่มีระยะเวลาการค้างชำระนานๆ โดยในปี 2563 กลุ่มบริษัทมีระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยเท่ากับ 68 วัน

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว กลุ่มบริษัทได้กำหนดนโยบายและวิธีการในการควบคุมการขายเชื่อและเครดิตเทอมอย่างเคร่งครัด มีการปรับเปลี่ยนนโยบายการจ่ายคอมมิชชั่นใหม่ให้สอดคล้องกับการรับชำระหนี้ กลุ่มบริษัทจึงคาดว่าจะไม่ได้รับความเสียหายที่เป็นสาระสำคัญจากการรับชำระหนี้ของลูกหนี้นอกเหนือจากจำนวนที่ได้บันทึกไว้ในบัญชีค่าเผื่อหนี้สูญไว้แล้ว นอกจากนี้ การขายของกลุ่มบริษัทไม่มีการกระจุกตัว เนื่องจากมีฐานลูกค้าที่หลากหลายและมีจำนวนมาก รายทางบริษัทได้มีมาตรการเร่งการติดตามทวงถามหนี้จากลูกค้าให้เร็วขึ้น เพื่อให้บริษัทมีสภาพคล่องมากขึ้น ลูกหนี้การค้าที่ค้างชำระเกินหนึ่งปีในปี 2563 มีจำนวน 4.5 ล้านบาท หรืออัตราร้อยละ 4.1 ของลูกหนี้การค้าทั้งหมดและได้ดำเนินการติดตามตามขั้นตอนตามกฎหมาย รวมถึงบริษัทได้ตั้งสำรองตามมาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 ไว้อย่างเพียงพอ

3.1.6 ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน

กลุ่มบริษัทมีการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมซึ่งดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ ซึ่งแตกต่างจากธุรกิจสิ่งพิมพ์ของบริษัท จึงมีความเสี่ยงที่อาจจะไม่ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว กลุ่มบริษัทจัดให้มีการติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องรวมถึงการวิเคราะห์ผลจากการดำเนินงานเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ และรายงานต่อฝ่ายบริหารและคณะกรรมการบริษัทตามระยะเวลาที่กำหนด เพื่อดำเนินการปรับปรุงแก้ไขผลประโยชน์ประกอบกิจการอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มบริษัทมีนโยบายพิจารณามูลค่ายุติธรรมของเงินลงทุนเมื่อมีข้อบ่งชี้การด้อยค่าสำหรับรอบระยะเวลาสิ้นปีอย่างต่อเนื่อง

จากผลประกอบการปี 2563 บริษัทได้มีการบันทึกการด้อยค่าจากเงินลงทุนในบริษัทย่อย จำนวน 32 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทย่อยมีผลประกอบการขาดทุนอย่างต่อเนื่อง

3.1.7 ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติและความไม่สงบอันเนื่องมาจากการชุมนุมทางการเมือง

ประเทศไทยเคยเผชิญปัญหาอุทกภัยร้ายแรงและความไม่สงบอันเนื่องมาจากการชุมนุมทางการเมืองในหลายปีที่ผ่านมาเหตุการณ์ดังกล่าวมีผลกระทบในทางลบต่อยอดขายโฆษณาของบริษัทไม่ว่าจะเป็นการขายโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตหากเกิดเหตุดังกล่าวขึ้นอีกในอนาคตก็จะเกิดภาวะชะงักงันในการใช้จ่ายงบโฆษณาของลูกค้าของบริษัทอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าวบริษัทจึงมีการติดตามสถานการณ์และต้องออกมาตรการเร่งด่วนเพื่อบรรเทาความเสียหายเมื่อมีภาวะดังกล่าวเกิดขึ้น

3.1.8 ความเสี่ยงด้านการพัฒนาและรักษาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและความสามารถ

บุคลากรเป็นปัจจัยหลักในการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ กลุ่มบริษัทได้ใช้จ่ายลงทุนพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการทำงาน อย่างไรก็ตาม การขยายตัว ของสื่อใหม่ๆ ทำให้เกิดปัญหาการรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว กลุ่มบริษัทจัดให้มีการสื่อสาร การฝึกอบรม พัฒนาในทุกระดับ เพื่อให้ทันต่อภาวะการเปลี่ยนแปลงต่างๆ และเสริมทักษะใหม่ๆ ให้กับพนักงานเพื่อให้ทันกับภาวะการณที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังสรรหาพนักงานใหม่ที่มีคุณภาพมาทดแทนในส่วนที่มีความจำเป็น เพื่อรักษา คุณภาพสินค้าของบริษัท

3.1.9 ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

ผลจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 บริษัทได้เผชิญกับปัจจัยความเสี่ยงทางธุรกิจหลายด้านอาทิ จำนวนยอดขายที่ลดลงการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทานและการประกอบธุรกิจดังนั้นบริษัทจึงเร่งปรับกระบวนการทำงานให้เป็นดิจิทัลเพื่อลดความเสี่ยงในด้านการปฏิบัติงานรวมทั้งต้องรองรับผู้ขายสินค้าและลูกค้าเพื่อรักษากระแสเงินสด อีกทั้งยังนำมาตรการความปลอดภัยเพื่อลดความเสี่ยงให้พนักงานและลูกค้าของบริษัท

3.2 ความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

ความเสี่ยงจากการที่ขาดทุนสะสมจำนวนมาก อาจไม่สามารถจ่ายเงินปันผลได้ในอนาคตอันใกล้

ในงวดบัญชีปี 2563 บริษัทมีผลการดำเนินงานขาดทุนสุทธิจำนวน (364.9) ล้านบาท ซึ่งเป็นการดำเนินงานขาดทุนสุทธิต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 ของบริษัท และมีผลให้บริษัทมีผลการดำเนินงานขาดทุนสะสม ณ สิ้นปี 2563 เป็นจำนวน (1,610.7) ล้านบาท ทั้งนี้ การที่บริษัทมีขาดทุนสะสมจำนวนมากในช่วง 6 ปี ที่ผ่านมา นั้น เนื่องจากบริษัทประสบภาวะการณแข่งขันที่ค่อนข้างสูงและสภาวะหยุดชะงักที่เกิดจากเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Disruption) ทำให้ยอดขายของบริษัทและอัตราส่วนกำไรสุทธิลดลงอย่างต่อเนื่อง การที่บริษัทมีขาดทุนสะสมจำนวนมากดังกล่าว ทำให้บริษัทไม่สามารถจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นได้ตามกฎหมาย และผู้ถือหุ้นมีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับเงินปันผลตามนโยบายการจ่ายเงินปันผลที่กำหนดไว้

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าวกลุ่มบริษัทจึงได้มีการควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่ายอย่างต่อเนื่อง การปรับปรุงการดำเนินงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์ พิจารณายกเลิกธุรกิจและธุรกรรมที่ไม่ทำกำไรให้แก่กลุ่มบริษัท รวมทั้งการจำหน่ายสินทรัพย์ที่ไม่มีความจำเป็นในการหารายได้ของกลุ่มบริษัท

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินหลักที่บริษัทและบริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจ

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน - ที่ตั้งอาคารสำนักงานใหญ่ เขตคลองเตย กรุงเทพฯ รวมเนื้อที่ 7 ไร่ 64 ตารางวา	บริษัทเป็นเจ้าของ	859	
2. อาคารสำนักงาน - อาคารบางกอกโพสต์ ตั้งอยู่เลขที่ 136 ถนนสุนทรโกษา แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ ประกอบด้วยอาคารสำนักงาน 8 ชั้น อาคารสำนักพิมพ์ อาคารบริการ และอาคารจอดรถ พื้นที่ใช้สอยรวม 35,480 ตารางเมตร	บริษัทเป็นเจ้าของ	121	
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 ที่จอดรถที่กั๊บลรต ทางเข้าออกรถ และ อาคารเก็บกระดาษ พื้นที่ใช้สอยรวม 9,040 ตารางเมตร	ติดจำนอง	42	ติดภาระจำนอง (1)

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
5. เครื่องจักรและอุปกรณ์ - เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ประกอบด้วย - เครื่องพิมพ์หนังสือพิมพ์ (KBA) - เครื่องผลิตเพลต (AGFA) - ระบบ Mailroom พร้อมอุปกรณ์ (SCHUR) - เครื่องสอดแทรกหนังสือพิมพ์ (Inserting Equipment) - อะไหล่เครื่องพิมพ์ SCHUR WHEEL TGG 3000 Gripper - อุปกรณ์อื่น ๆ	บริษัทเป็นเจ้าของ	-	

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

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 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 Menและ Forbes	25.00	100.00	-
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	7.94
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.มัชรูม กรุ๊ป	ผลิตรายการโทรทัศน์	80.00	60.00	12.1

*มูลค่าเงินลงทุนสุทธิ รวมถึง ราคาทุนของเงินลงทุนหลังหักค่าเผื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่า

4.3 ราคาประเมินทรัพย์สิน

บริษัทมีการประเมินราคา (1) ศูนย์การพิมพ์และจัดจำหน่าย (บางนา) ประกอบด้วยที่ดินพร้อมอาคารสิ่งปลูกสร้างและเครื่องพิมพ์พร้อมอุปกรณ์ และ (2) อาคารสำนักงาน (คลองเตย) ประกอบด้วย ที่ดินพร้อมอาคารสำนักงาน โดยว่าจ้างบริษัท ไนท์แฟรงค์ ชาร์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด (ประเมิน ณ วันที่ 4 และ 5 สิงหาคม 2563) และ บริษัท 15 ที่ปรึกษาธุรกิจ จำกัด (ประเมิน ณ วันที่ 2 พฤศจิกายน 2563) ซึ่งเป็นบริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สินอิสระที่อยู่ในรายชื่อที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ให้ความเห็นชอบโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบมูลค่าตลาดของทรัพย์สินตามตามสภาพการใช้ประโยชน์ปัจจุบัน (Market Value for Existing Use) ในสภาพที่ไม่มีภาระผูกพัน **สำหรับวัตถุประสงค์สาธารณะ**โดยประเมินจากราคาเฉลี่ยของผู้ประเมินทรัพย์สินทั้งสองราย ด้วยวิธีการประเมินมูลค่าที่คิดจากต้นทุน (Cost Method) รายละเอียดดังนี้

(1) ศูนย์การพิมพ์และจัดจำหน่าย (บางนา) ประกอบด้วย

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

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

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

(2) อาคารสำนักงาน (คลองเตย) ประกอบด้วย

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

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

ลำดับ	รายละเอียด	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)	มูลค่ายุติธรรมโดยผู้ประเมินฯ (ล้านบาท)		ราคาประเมิน เฉลี่ย (ล้านบาท)
			KF ¹	15BA ²	
1	ศูนย์การพิมพ์และจัดจำหน่าย (บางนา)				
	ที่ดิน	261.20	261.20	261.20	
	อาคารสิ่งปลูกสร้าง	96.41	83.70	-	
	เครื่องจักร	11.27	92.60	66.00	
	รวม	368.88	437.50	327.00	382.25
2	อาคารสำนักงาน (คลองเตย)				
	ที่ดิน	859.20	859.20	859.00	
	อาคารสำนักงาน	305.14	242.20	-	
	รวม	1,164.34	1,101.40	859.00	980.20
	รวมทั้งสิ้น	1,533.22	1,538.90	1,186.00	1,362.45

หมายเหตุ: *ราคามูลค่ายุติธรรมประเมินโดย บริษัท ไนท์แฟรงค์ ชาร์เตอร์ (ประเทศไทย) เมื่อวันที่ 4 และ 5 สิงหาคม 2563 และ บริษัท 15 ที่ปรึกษาธุรกิจ จำกัด เมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2563

4.3.1 มูลค่าสินทรัพย์สุทธิที่ปรับด้วยราคาประเมิน

ราคาตามบัญชีของสินทรัพย์สุทธิที่ปรับด้วยราคาประเมิน ณ 31 ธ.ค. 2563 = 1,768,342,301 บาท

4.3.2 มูลค่าสินทรัพย์หลังจากหักภาระผูกพัน

ราคาตามบัญชีของสินทรัพย์สุทธิหลังจากหักภาระผูกพัน ณ 31 ธ.ค. 2563 = 1,494,874,901 บาท

4.3.3 มูลค่าสินทรัพย์ต่อหุ้น

ราคาตามบัญชีของสินทรัพย์รวม ณ 31ธ.ค. 2563 = 2.99บาทต่อหุ้น (ราคาพาร์ 1 บาทต่อหุ้น)

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

-- ไม่มี --

6. ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ข้อมูลบริษัท

บริษัท บางกอก โพสต์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจหลักในการผลิตและจำหน่ายหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ “Bangkok Post” ให้บริการข้อมูลข่าวสารทางอิเล็กทรอนิกส์และดิจิทัล การจัดกิจกรรมอีเว้นท์และสัมมนาหลากหลายรูปแบบ ภายใต้ชื่อ Bangkok Post Group และให้บริการด้านการพิมพ์พาณิชย์อื่นๆอีกทั้งผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือในนามของสำนักพิมพ์โพสต์ 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 กรุงเทพมหานคร 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 กรุงเทพมหานคร 10110
ประเภทธุรกิจ	ผลิตและจำหน่ายนิตยสาร
เลขทะเบียนบริษัท	0105537122986
โทรศัพท์	026164666
โทรสาร	026713174
Home Page	--
ทุนจดทะเบียน	25,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 250,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
ร้อยละของจำนวนหุ้นที่ถือทั้งทางตรงและทางอ้อม	100

■ บริษัท บางกอก โพสต์-บาวเออร์ มีเดีย จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	อาคารบางกอกโพสต์ เลขที่ 136 ถนนสุนทรโกษา แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 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 และหุ้นบุริมสิทธิจำนวน 64,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
ร้อยละของจำนวนหุ้นที่ถือทั้งทางตรง และทางอ้อม	70

* ทุนจดทะเบียนเลิกบริษัท 14 ธันวาคม 2563

■ บริษัท โพสต์-ไอเอ็ม พลัส จำกัด

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

■ บริษัท โพสต์ ทีวี จำกัด

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

■ บริษัท โพสต์ นิว มีเดีย จำกัด

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

■ บริษัท โพสต์ โฮลดิ้ง จำกัด

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

■ บริษัท แฟลช นิวส์ จำกัด

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

■ บริษัท มัชฌิม กรู๊ป จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	23/104 อาร์.ซี.เอ. บล็อก จี ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระราม 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
ประเภทธุรกิจ	ผลิตคอนเทนเนอร์และรายการโทรทัศน์
เลขทะเบียนบริษัท	0105547126861
โทรศัพท์	022031186-7
โทรสาร	026414338
Home Page	www.ryounoi100lan.com
ทุนจดทะเบียน	80,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 800,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
ร้อยละของจำนวนหุ้นที่ถือทั้งทางตรง และทางอ้อม	60

■ ข้อมูลสำคัญอื่น

นายทะเบียนหุ้น	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด ชั้น 14 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 020099000 โทรสาร 020099991
ผู้สอบบัญชีอิสระ	บริษัท สอบบัญชี ธรรมนิติ จำกัด ชั้น 6-7 อาคารธรรมนิติ เลขที่ 178 ซอย เพิ่มทรัพย์ แขวง บางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800 โทรศัพท์ 025960500 โทรสาร 025960560
ที่ปรึกษาทางกฎหมาย	บริษัท วิคเคอรี่ แอนด์ วรรณชัย จำกัด ชั้น 16 อาคาร จีพีเอฟ วิทยุทาวเวอร์ เอ เลขที่ 93/1 ถนนวิทยุ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 โทรศัพท์ 022566311, 026509691 โทรสาร 022566317