

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท บางกอก โพสต์ จำกัด (มหาชน) เริ่มต้นจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 2489 ภายใต้ชื่อ บริษัท โพสต์ พับลิชชิง จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 20,000,000 บาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาอังกฤษฉบับแรกของประเทศไทยในชื่อ “Bangkok Post” ในเวลาต่อมาบริษัทได้จดทะเบียนเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี 2527 และแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัดในปี 2536

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

1.1. วิสัยทัศน์และพันธกิจ

วิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ของบริษัท บางกอก โพสต์ จำกัด (มหาชน) คือ “การเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมสื่อของประเทศไทยและภูมิภาค” ด้วยการนำเสนอข่าวและข่าวสารที่แม่นยำรวดเร็วและสอดคล้องกับยุคสมัย ความต้องการและความสนใจของกลุ่มผู้อ่านและผู้ชมเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาโดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อ ดิจิทัล รูปแบบต่าง ๆ ในฐานะ “หนังสือพิมพ์ที่คุณเชื่อถือได้”

พันธกิจ

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

- สืบค้นแหล่งข่าวและเผยแพร่เนื้อหาที่แม่นยำรวดเร็วและสอดคล้องกับความต้องการและไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของกลุ่มผู้อ่านและผู้ชมเป้าหมายที่มีความหลากหลาย
- ขยายฐานของสื่อที่มีอยู่และเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การรายงานข่าวสารครอบคลุมทั้งในเชิงกว้าง และลึกยิ่งขึ้นเพื่อให้เข้าถึงฐานผู้อ่านและผู้ชมได้กว้างที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้
- ใช้ความแข็งแกร่งด้านข้อมูลข่าวสารความเชี่ยวชาญด้านสื่อชื่อเสียงของแบรนด์และช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจรวมทั้งการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อขยายธุรกิจลูกค้าผู้ซื้อโฆษณาและฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
- มองหาโอกาสใหม่ ๆ อยู่เสมอในธุรกิจสื่อและการสื่อสารจากสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบันและสื่อการแพร่ภาพและเสียงที่เกิดขึ้นใหม่เพื่อให้กลุ่มบริษัทสามารถขยายการเข้าถึงและนำเสนอเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้อ่านและผู้ชมเป้าหมายได้อย่างยั่งยืนพร้อมทั้งรักษาผลการดำเนินการทางการเงินในระยะยาว
- ยึดถือและปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีในฐานะที่เป็นบริษัทมหาชนรวมทั้งยึดมั่นในจริยธรรมทางธุรกิจในทุกด้านของการดำเนินธุรกิจและเป็นพลเมืองบริษัทที่ดีในการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมช่วยปกป้องและพัฒนาสังคมชุมชนท้องถิ่นรวมทั้งสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืน

1.2. การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

1.2.1 ความเป็นมา

หนังสือพิมพ์ “Bangkok Post” เกิดขึ้นจากความสนใจพื้นฐานด้านสื่อสารมวลชนของ นายทหารอเมริกัน พลตรี อเล็กซานเดอร์ แม็คโดนัลด์ จึงได้ชักชวนนายประสิทธิ์ ลูธิตานนท์ ร่วมกันก่อตั้งหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษฉบับแรกของประเทศไทยในชื่อ “Bangkok Post” โดยถือกำเนิดขึ้นเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2489 และมีพลตรี อเล็กซานเดอร์ แม็คโดนัลด์ เป็นบรรณาธิการบริหารคนแรก

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

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

บริษัท ได้เข้าลงทุนในธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับหนังสือพิมพ์ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ได้แก่ บริษัท สยามโพสต์ จำกัด จำหน่ายหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวันในชื่อ “สยามโพสต์” บริษัท ฮาเซท ฟิลิปปากิ โพสต์ จำกัด (ภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท โพสต์ อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล มีเดีย จำกัด) ผลิตและจำหน่ายนิตยสารรายเดือน “แอล” “แอล เมน” และ “แอล เดคคอเรชั่น” บริษัท ฮาเซท ฟิลิปปากิโพสต์ – เอซีพี จำกัด (ภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท บางกอกโพสต์-บาวเออร์ มีเดีย จำกัด) ผลิตและจำหน่ายนิตยสารรายเดือน “คลีโอ” และ บริษัท บางกอกโพสต์ แอนด์ มาร์ติน คลินซ์ แอนด์ แอสโซซิเอตส์ เป็นนายหน้าขายโฆษณาให้กับต่างประเทศ ในปี 2539 บริษัท ดรีทส ทรี-เจนอเรชั่น จำกัด ได้เข้าดำเนินการกิจการของบริษัท 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 เว็บบ์ แอดไวซอรี่ จำกัด เพื่อสร้างเว็บไซต์ด้านการเงินแห่งแรกในเมืองไทย แต่ไม่ประสบความสำเร็จ จึงเลิกกิจการในปลายปี 2544

ในระหว่างปี 2544 บริษัทมีความพยายามที่จะเข้าสู่ตลาดโฆษณาสมัครงาน จึงได้เริ่มผลิตและจำหน่ายนิตยสารชีวิตงานขึ้นมา แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ จึงต้องทำให้หยุดการผลิตในเดือนมกราคม 2545

นอกจากนั้นในรอบปี 2544 บริษัทยังได้เพิ่มส่วนต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ขึ้นมา อันจะเป็นประโยชน์และเพื่อสนองความต้องการแก่ผู้อ่านในกลุ่มต่าง ๆ โดยในส่วนของ 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 ซึ่งเน้นการพิมพ์หนังสือภาษาอังกฤษได้หยุดธุรกรรมต่าง ๆ

ปี 2547 เป็นปีที่หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ มีอายุครบ 58 ปี หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์รูปแบบใหม่จึงได้เริ่มออกสู่สายตาประชาชนเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2547 โดยรูปแบบใหม่นี้มีความผสมผสานกันมากขึ้นระหว่างเนื้อหาข่าวที่เพิ่มมากขึ้นและการจัดวางเนื้อหาข่าวที่เหมาะสม รวมถึงการเปิดตัว “THE MAGAZINE” นิตยสารแฟชั่นรายปักษ์แรกในบางกอกโพสต์ ส่วนหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ซึ่งถือว่าเพียงดำเนินงานมาเป็นปีที่ 2 ก็สามารถติดอันดับเป็นหนังสือพิมพ์ที่มียอดผู้อ่านมากที่สุด 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 โดยได้จัดตั้งฝ่ายอิเล็กทรอนิกส์มีเดีย มีชื่อว่า “Post Digital” เพื่อให้บริการข่าวสารทางอิเล็กทรอนิกส์และดิจิทัล

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

นอกจากนี้ ได้ปรับปรุงการเสนอบริการบนเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง ได้จัดตั้งเว็บไซต์งานใหม่ 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

บริษัทได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินมาเปิดศูนย์การพิมพ์แห่งใหม่นี้อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 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 และยังคงให้เกิดรายได้จากการโฆษณาทางโทรทัศน์ รวมไปถึงช่วยเพิ่มยอดขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ อีกด้วย เพราะเป็นการขายโฆษณาร่วมกันระหว่างสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์

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

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

หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ได้เปลี่ยนแปลงการใช้เครื่องหมาย “โพสต์ทูเดย์” ให้เป็นภาษาไทยเพื่อขจัดความสับสนอันอาจเกิดจากเครื่องหมายเดิมที่มีทั้งภาษาไทยและอังกฤษ สำหรับเนื้อหาได้ปรับใหม่เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจง่ายยิ่งขึ้น รวมทั้งหัวข้อข่าวต่าง ๆ ในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์ให้เป็นที่น่าสนใจ แต่การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือได้เพิ่มในส่วนของการวิเคราะห์เศรษฐกิจและการเมืองซึ่งเขียนโดยนักวิเคราะห์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

สำหรับเว็บไซต์ บางกอกโพสต์ ได้ปรับปรุงแบบหน้าเว็บไซต์ใหม่เมื่อปลายปี 2551 โดยเน้นจุดยืนของเว็บไซต์บางกอกโพสต์ในการเป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยในภาษาอังกฤษ ทำให้สามารถขยายผู้เข้าชมเว็บไซต์ออกไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

บริษัทได้ซื้อหุ้นบริษัทรักษาของ บริษัท โพสต์-โอเอ็ม พลัส จำกัด และหุ้นสามัญของบริษัท โพสต์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล มีเดีย จำกัด ซึ่งเป็นผู้พิมพ์และจำหน่ายนิตยสารต่างประเทศฉบับภาษาไทยภายใต้ชื่อ “แมรี แคลร์” “แอล” และ “แอล เดคโคเรชั่น” เมื่อปลายปี 2550 และกลางปี 2551 ตามลำดับเพิ่มเติม ทำให้ปัจจุบันทั้งสองบริษัทดังกล่าวเปลี่ยนสถานะเป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมทั้งหมด

ในปี 2552 หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ก็ได้รับรางวัลเกียรติยศเพิ่มขึ้นจากรางวัลต่าง ๆ ที่เราได้รับมามากมาย เป็นรางวัลระดับนานาชาติจากธนาคารพัฒนาเอเชีย โดย คุณปริษฐา ยุทธมานพ ซึ่งเป็นผู้สื่อข่าวอาวุโสสายเศรษฐกิจของบางกอกโพสต์ ได้นำเสนอบทความเรื่อง “Government Policies Fail the Poor” ซึ่งตีพิมพ์ในส่วน Spectrum ของฉบับ Sunday ในเดือนกรกฎาคมปีนี้ ซึ่งทางธนาคารพัฒนาเอเชียได้ประกาศให้บทความดังกล่าวเป็นบทความรองชนะเลิศอันดับหนึ่งในสาขา “ผลกระทบด้านความยากจนจากวิกฤตการณ์การเงินของโลก” และคุณปริษฐาก็เป็นนักหนังสือพิมพ์ไทยเพียงผู้เดียวที่ได้รับรางวัลจากธนาคารพัฒนาเอเชียในปี 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

หนังสือพิมพ์สตีวเด้นท์ วิกส์ ฉลองครบรอบ 40 ปี ในปี พ.ศ. 2552 และพร้อมก้าวเข้าสู่ทศวรรษใหม่ในฐานะนิตยสารสำหรับวัยรุ่นเพียงฉบับเดียวในประเทศไทยที่นำเสนอความบันเทิงควบคู่ไปกับความรู้เป็นภาษาอังกฤษทั้งเล่ม สตีวเด้นท์ วิกส์ ยังคงเป็นที่ชื่นชอบไม่เพียงเฉพาะในกลุ่มนักอ่านวัยรุ่น แต่รวมถึงผู้อ่านทุกวัยที่สนใจอ่านบทความที่น่าสนใจ ให้ความบันเทิง และช่วยพัฒนาทักษะด้านภาษาอังกฤษด้วย

สำนักพิมพ์โพสต์บุ๊กส์ เปิดตัวหนังสือที่น่าสนใจหลายเล่ม ทั้งหนังสือที่ต่อยอดกับหมวดหนังสือที่ตีพิมพ์อยู่แล้ว และหนังสือที่เปิดหมวดขึ้นมาใหม่ ด้วยทางเลือกหลากหลายนี้เอง ทำให้โพสต์บุ๊กส์ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้อ่านทุกเพศทุกวัย ทั้งกลุ่มลูกค้าประจำและลูกค้าใหม่ และทำยอดขายในระดับที่น่าพอใจ เนื่องจากโพสต์บุ๊กส์สามารถตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกันของกลุ่มผู้อ่านได้อย่างลงตัว

Post Digital มีการเปิดตัวพอร์ทัลใหม่ (m.bangkokpost.com) เพื่อให้บริการข่าวจากเว็บไซต์บางกอกโพสต์บนโทรศัพท์มือถือ ซึ่งช่วยขยายโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มผู้อ่านคนรุ่นใหม่มากขึ้น นอกจากนี้ ในเว็บไซต์บางกอกโพสต์ ยังมีพอร์ทัลในเครือข่าย Guru Bangkok Online (www.gurubangkok.com) ที่ให้บริการในการเป็นแหล่งรวมสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้ใช้ภาษาอังกฤษในกรุงเทพฯ นอกจากนี้บริษัทยังมีเว็บไซต์ข่าวภาษาไทย คือ โพสต์ทูเดย์ ออนไลน์ (www.posttoday.com) ซึ่งเน้นการนำเสนอข่าวภาษาไทยในด้านสังคมและชุมชนธุรกิจของไทย ตลอดจนครอบคลุมไปถึงข่าวต่างประเทศและฟังก์ชัน 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 การให้แง่คิดภาพจำลอง 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

ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2552 ยกเลิกรายการ 2 รายการที่ออกอากาศทาง ทูริชั่น ช่อง 8 (TNN 2) เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์รายการใหม่ “เศรษฐกิจคิดไม่ถึง” ที่ออกอากาศทางช่อง 5 ได้อย่างเต็มที่ รายการใหม่นี้นำเสนอเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 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 การตัดสินใจครั้งนี้ นำมาสู่การสร้างห้องส่งวิทยุใหม่ เพื่อให้สามารถจัดรายการ “โพสต์ทูเดย์ เรดิโอ ทอล์ค” ซึ่งเป็นรายการสดได้ รายการนี้นำเสนอเนื้อหาและจัดรายการโดย โพสต์ทูเดย์ เริ่มออกอากาศในเดือนเมษายน พ.ศ. 2552

ในเดือนพฤศจิกายน 2552 บริษัท โพสต์ อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล มีเดีย จำกัด ออกนิตยสารอเมริกันยอดนิยม ในภาษาไทย ฉบับใหม่ คือ “Martha Stewart Living”

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

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

สตูดิโอ วีคลี่ ก้าวเข้าสู่ปีที่ 42 ด้วยย่างก้าวที่แข็งแกร่ง พร้อมมุ่งสู่ศักราชใหม่ของการศึกษาภาษาอังกฤษและความบันเทิงในประเทศไทยด้วยการออกแบบที่ตื่นตา การเปลี่ยนแปลงการจัดวางหน้าและเนื้อหาสาระเพื่อให้ให้นิตยสารมีความสดใหม่อยู่เสมอ และพร้อมที่จะเข้าสู่ผู้อ่านกลุ่มใหม่ด้วยทางเลือกใหม่ผ่านสื่อดิจิทัล โดยการปรับปรุงเว็บไซต์ เพิ่มขนาดของเครือข่ายสังคม และเพิ่มเครื่องมือบนมือถือเพื่อทำให้การเรียนรู้กับสตูดิโอ วีคลี่ นั้นง่ายและสะดวก ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนหรือเวลาใดก็ตาม

แผนกดิจิทัล มีเดียเป็นองค์ประกอบสำคัญในกลยุทธ์ของกลุ่มบางกอกโพสต์ ในการจัดส่งข่าวและข้อมูลผ่านช่องทางสื่ออันหลากหลาย ในด้านข่าวและข้อมูลออนไลน์นั้น บางกอกโพสต์ ออนไลน์ (www.bangkokpost.com) ติดอันดับพอร์ทัลข่าวภาษาอังกฤษชั้นนำของประเทศไทยจากการประเมินโดย Alexa และ Truehits ซึ่ง มีการเปิดตัวบริการไต้หวันทอรี่และแผนที่ออนไลน์เพื่อให้ข้อมูลด้านธุรกิจ โลฟสเตอร์ บันเทิง อสังหาริมทรัพย์ และการศึกษาในประเทศไทย

ปัจจุบัน นอกจากนี้อ่างกอกโฟสต์ออนไลน์ยังสามารถเข้าชมผ่านมือถือและแอปพลิเคชันในไอโฟน ส่วนทางด้านดิจิทัลคอนเทนต์ได้มีการเปิดตัวหนังสือพิมพ์รายวันฉบับออนไลน์ที่สามารถให้บริการพิเศษที่เด่น ๆ ได้หลากหลาย อาทิ ไฟล์เสียงแปลเนื้อหาข่าวเป็นภาษาต่าง ๆ บล็อก นอกจากนี้ยังเดินทางให้บริการข่าวด่วนผ่าน SMS ทางมือถือทั้งในภาษาอังกฤษและภาษาไทย

เช็คชั่นไลฟ์ เป็นเช็คชั่นสารคดีใหม่ในหนังสือพิมพ์บางกอกโฟสต์ที่ได้เปิดตัวเมื่อเดือนมกราคม 2554 ได้รับการตอบรับอย่างดี หนังสือพิมพ์บางกอกโฟสต์ยังเสนอข่าวในสื่อหลายรูปแบบอย่างต่อเนื่องโดยได้ออกนิตยสารดิจิทัลภาษาอังกฤษรายเดือนชื่อ ไทยแพ็ค เมื่อเดือนตุลาคม 2554 ที่ผ่านมา

หนังสือพิมพ์โฟสต์ทูเดย์ได้จัดเปิดตัว “โฟสต์ทูเดย์สมาทไฟแนนท์” เป็นสิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษรายเดือนแรกในหนังสือพิมพ์เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2554 มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเงินส่วนบุคคล และการบริหารจัดการความมั่งคั่ง มีการดำเนินการที่ดีและได้ขยายกลุ่มผู้อ่านในตลาดธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก กิจกรรมของหนังสือพิมพ์โฟสต์ทูเดย์ที่จัดร่วมกับภาคการธนาคารเป็นการเพิ่มการขยายฐานผู้อ่านในตลาดธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก การขยายตัวด้านมัลติมีเดียของหนังสือพิมพ์โฟสต์ทูเดย์ในสองปีที่ผ่านมาจะช่วยสร้างกำไรและการขยายตัวของยอดขายหนังสือพิมพ์ในปี 2555

บริษัทได้เปิดตัว หนังสือพิมพ์ M2F เมื่อวันอังคารที่ 11 ตุลาคม 2554 ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย แจกฟรี หนังสือพิมพ์ M2F มียอดพิมพ์จำนวน 400,000 ฉบับต่อวันและแจกจ่ายไปยังจุดแจกประมาณ 200 จุดใจกลางกรุงเทพฯ รวมถึงสถานีรถไฟ และรถไฟใต้ดิน ตั้งแต่ วันจันทร์ถึงวันศุกร์

ผู้อ่านให้การตอบรับต่อกิจกรรมและข่าวทางการตลาดของหนังสือพิมพ์ M2F อย่างเกินความคาดหมาย โดยกลุ่มเป้าหมายของหนังสือพิมพ์ M2F คือ กลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร บริษัทได้จัดให้มีการตรวจสอบยอดพิมพ์และแจกหนังสือพิมพ์โดย Hong Kong Audit Bureau of Circulation และผลการตรวจสอบครั้งแรกประมาณเดือนพฤษภาคม 2555 ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกันกับการประกาศผลการสำรวจผู้อ่านของเนลสัน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในการขายโฆษณาดีสเพลย์ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าโฆษณาที่ไม่ได้ลงโฆษณาหนังสือพิมพ์บางกอกโฟสต์และโฟสต์ทูเดย์ 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 ร่วมกันจัดงานมอบรางวัลด้านความงามประจำปีครั้งที่ 1 ซึ่งทำให้ความแข็งแกร่งในตลาดต่อผู้ลงโฆษณาแสดงให้เห็นถึงความมั่นใจด้านความงาม

ในปลายปี 2554 บริษัท โฟสต์ อินเตอร์เนชั่นแนลมีเดีย จำกัด ได้ออก นิตยสารฉบับใหม่ชื่อ Science Illustrated ที่ฉีกแนวจากนิตยสารสำหรับผู้หญิงในกลุ่ม Science Illustrated เป็นนิตยสารของเดนมาร์ก ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศแรกในเอเชียตีพิมพ์เป็นภาษาท้องถิ่นจากทั้งหมด 22 ประเทศทั่วโลก บริษัทไม่มุ่งหวังจะหารายได้จากการขายโฆษณาแต่จะเป็นรายได้ที่มาจากการจำหน่ายหนังสือเป็นหลัก

บริษัทได้ขยายการให้บริการข่าวสารและข้อมูลทางธุรกิจในด้านอิเล็กทรอนิกส์และดิจิทัลประเภทต่าง ๆ เว็บไซต์ของบางกอกโฟสต์และโฟสต์ทูเดย์ มุ่งมั่นที่จะเป็นหน้าต่างของประเทศไทย บริษัทขยายการให้บริการข่าวสารข้อมูลโดยการผลิตรายการโทรทัศน์ออกอากาศทาง TNN 24 และสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 นอกจากนี้ บริษัทขยายการ

ผลิตโดยร่วมผลิตรายการข่าวทางช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ ผ่านบริษัทย่อยของบริษัท และรายการวิทยุในภาคภาษาไทย กระจายเสียงทางสถานี FM 101.0 อีกด้วย

ในปี 2556 บางกอกโฟสต์ได้เพิ่มเช็ทขึ้น “ASIA FOCUS” เสนอข่าวธุรกิจและการลงทุนในภูมิภาค เพื่อขยายฐานผู้อ่านในภูมิภาคเอเชียและเตรียมพร้อมการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่กำลังจะเกิดขึ้น ซึ่งเช็ทชั้นใหม่นี้ ออกเป็นรายสัปดาห์และได้รับการตอบรับจากผู้อ่านเป็นอย่างดี โดยวางเป้าหมายเพื่อพัฒนาการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวกับบรรยากาศและผลพวงของธุรกิจในภูมิภาค เมื่อประเทศไทยก้าวเป็นส่วนหนึ่งของโครงข่ายชุมชนธุรกิจระดับภูมิภาคที่กว้างใหญ่ พร้อมทั้งเปิดตัวนิตยสารรายเดือน (ภาษาอังกฤษ) “THE MAGAZINE”

สำหรับโฟสต์ทูเดย์ได้ปรับปรุงนิตยสารที่ออกทุกวันเสาร์ @weekly ให้ครอบคลุมข่าวเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์ของคนเมือง ข่าวบันเทิง ข่าวท่องเที่ยว และการตกแต่งบ้าน ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้อ่านเพิ่มขึ้น นอกจากนี้เว็บไซต์ของโฟสต์ทูเดย์ยังคงขยายตัวและได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยที่มีการปรับปรุงเนื้อหาเพิ่มขึ้น ส่งผลให้มียอดแฟนเพจเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด

“สติวเด็นท์ วิคลี” เดินหน้าเข้าสู่ปีที่ 46 ด้วยความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์อันยาวนาน และยังคงมุ่งมั่นก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคง เป็นเวลากว่า 4 ทศวรรษแล้วที่ สติวเด็นท์ วิคลี ได้รับการยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาของเยาวชนไทยมาหลายรุ่นหลายสมัย ท่ามกลางเทคโนโลยีสื่อสารที่ทันสมัย สติวเด็นท์ วิคลี ก็ได้พัฒนาตัวเองให้ทันยุคสมัยดึงดูดกลุ่มผู้อ่านรุ่นใหม่

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

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

ปลายปี 2556 แม้ว่ากลุ่มบริษัทไม่ชนะการประมูลคลื่นความถี่เพื่อรองรับใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลที่รัฐบาลจัดขึ้น แต่กลุ่มบริษัทเล็งเห็นศักยภาพในการสร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากการดำเนินงานด้านข่าวโทรทัศน์และการผลิตคอนเทนต์เชิงธุรกิจและไลฟ์สไตล์ให้แก่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล 24 ช่องใหม่ และช่องแอนะล็อกเดิม นอกจากนี้ ยังร่วมกับพันธมิตรธุรกิจโทรทัศน์กลุ่มต่าง ๆ เข้าเวลาออกอากาศจากประกอบการทีวีดิจิทัล และดำเนินการผลิตรายการออกอากาศของตัวเองซึ่งกลุ่มบริษัทจะหาแหล่งรายได้ใหม่จากการโฆษณาบนสื่อในรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มบริษัทบรรลุรูปแบบการดำเนินธุรกิจและการผลิตรายได้ที่สมดุลยิ่งขึ้นตลอดระยะเวลาอีก 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 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 2558 กลุ่มบางกอกโพสต์ยังคงมุ่งมั่นรักษาตำแหน่งความเป็นผู้นำในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ด้วยการนำเสนอสิ่งพิมพ์ที่เป็นที่ยอมรับและข้อมูลเชื่อถือได้ 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 วิกส์’ 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 เพื่อต่อยอดการรับรู้และจดจำของผู้บริโภค 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 โฟสต์ ทีวี จำกัด ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์และคอนเทนต์ให้แก่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล จนถึงช่วงกลางปี 2559 จึงได้ปรับกลยุทธ์ใหม่ โดยเน้นไปที่ธุรกิจที่บริษัทได้เปรียบในการแข่งขันแทน

ในช่วงเดือนกันยายน 2558 กลุ่มบางกอกโพสต์ ได้ลงทุนซื้อหุ้นร้อยละ 51 ของ บริษัท มัชฌิม เทเลวิชั่น จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตคอนเทนต์และรายการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นการร่วมทุนเข้าซื้อธุรกิจผลิตรายการสื่อดิจิทัลขนาดกลางเพื่อขยายการดำเนินการด้านสื่อดิจิทัล และสร้างรายได้ให้มากยิ่งขึ้น ทั้งยังเป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้ธุรกิจของ โฟสต์ ทีวี ในการเพิ่มการผลิตเนื้อหาให้กับช่องทีวีระบบดิจิทัลและแอนะล็อก

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

ปี 2560 เป็นอีกปีที่เต็มไปด้วยความท้าทายทางเศรษฐกิจท่ามกลางความโศกสลดของปวงชนชาวไทยที่รวมเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน น้อมสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณเป็นล้นพ้นอันหาที่สุดมิได้ ในพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร

ปี 2561 กลุ่มบางกอกโพสต์มุ่งเน้นด้านการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ด้วยการพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพ รวมทั้งการลงทุนในบริการและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อให้ทันกับความท้าทายที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ของไทย

กลุ่มบางกอกโพสต์รุดหน้าขยายผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัล รวมไปถึงธุรกิจการจัดงานอีเว้นท์ต่าง ๆ พร้อมทั้งเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์ที่นำโดยหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษที่เก่าแก่ของไทย หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ หนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย และนิตยสารชั้นนำในระดับสากล อาทิ นิตยสารแอล และนิตยสารฟอร์บส ไทยแลนด์

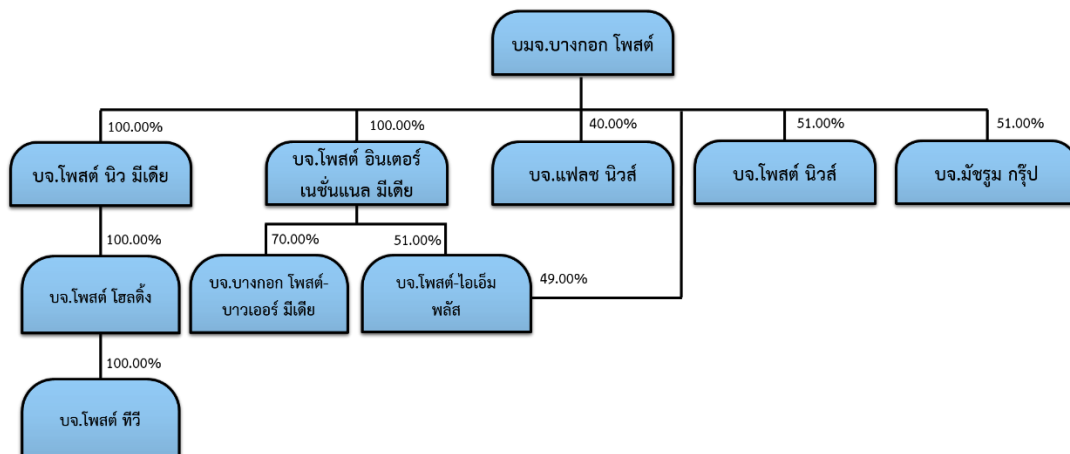
การใช้สื่อดิจิทัลได้มีการพัฒนาและเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วกว่าที่คาดคิด นับเป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน จึงเป็นที่แน่นอนว่า ปัจจัยภายนอกเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างยากที่จะหลีกเลี่ยงได้ กลุ่มบางกอกโพสต์ก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน

คณะผู้บริหารและพนักงานของกลุ่มบางกอกโพสต์ตระหนักถึงความท้าทายนี้ และได้ผนึกกำลังเพื่อก้าวไปข้างหน้าอย่างเต็มที่ โดยมุ่งเน้นแนวทางหลักในการดำเนินธุรกิจ 5 แนวทาง ได้แก่

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

แนวทางหลักทั้ง 5 ข้อนี้จะได้นำมาสานต่อเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในปี 2562 ทั้งนี้ คณะผู้บริหารมีความเชื่อมั่นว่า แนวนโยบายที่ได้กำหนดไว้ประกอบกับการวางแผนและกลยุทธ์ในการบริหารจัดการต่าง ๆ จะช่วยให้กลุ่มบางกอกโพสต์รักษาความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมสื่อในประเทศไทย และจะยังคงดำรงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือ เป็นสื่อที่มีคุณภาพเคียงคู่สังคมไทยต่อไป

1.3. โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท



หมายเหตุ : ไม่มีการถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน และไม่มีการถือหุ้นที่เกี่ยวข้องหรือที่อาจมีความขัดแย้งถึงหุ้นมากกว่า 10%

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท บางกอก โฟสต์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดพิมพ์และจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์บางกอกโฟสต์ (หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทย) หนังสือพิมพ์โฟสต์ทูเดย์ (หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวันภาษาไทย) และหนังสือพิมพ์ M2F (หนังสือพิมพ์ข่าวและไลฟ์สไตล์รายวันภาษาไทย)

นับตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทในปี 2489 กลุ่มบางกอกโฟสต์ ได้พัฒนาและขยายธุรกิจการพิมพ์ข่าวสารและสาระและธุรกิจการจัดจำหน่ายด้วยการริเริ่มเชิงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ครอบคลุมสื่อและกิจกรรมรูปแบบอื่น ๆ ที่เป็นที่ยอมรับทั้งผลิตภัณฑ์ทางการสื่อสารและการบริการที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อรักษาและขยายการเข้าถึงฐานกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากขึ้นได้แก่

- กลุ่มบางกอกโฟสต์ดำเนินธุรกิจผ่านบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท โฟสต์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล มีเดีย จำกัด และบริษัท ร่วมทุน ได้แก่ บริษัท บางกอก โฟสต์-บาวเออร์ มีเดีย จำกัด จัดพิมพ์และจัดจำหน่ายนิตยสารต่างประเทศ ยอดนิยมฉบับต่าง ๆ เป็นภาษาไทย ครอบคลุมเนื้อหาทั้งธุรกิจ สังคม แฟชั่น ตกแต่งบ้าน ไลฟ์สไตล์ และท่องเที่ยว อาทิ Elle, Science Illustrated, Forbes Thailand, และ Cleo
- กลุ่มบางกอกโฟสต์ได้บุกเบิกหนังสือพิมพ์ M2F ที่แจกฟรี รายวัน จันทร์ถึงศุกร์ โดยแจกจ่ายตรงถึงกลุ่มคนทำงานที่อาศัยอยู่ในเมืองและผู้เดินทางเป็นประจำด้วยระบบขนส่งสาธารณะในกรุงเทพฯ
- บริษัท มัชฌิม กรุป จำกัด เป็นผู้ผลิตเนื้อหาวิดีโอและมัลติมีเดียให้กับทั้งโทรทัศน์และสื่อดิจิทัล โดยมีตลาดในประเทศและภูมิภาคเอเชีย
- บริการด้านข้อมูลข่าวสารทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทย ผ่านสื่อดิจิทัลและแอปพลิเคชันบนมือถือหลากหลายช่องทาง ให้แก่สมาชิกผู้อ่านชาวไทยและชาวต่างประเทศ กลุ่มบางกอกโฟสต์ยังมีบริการนำเสนอข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของผู้บริโภคสมัยใหม่ โดยสามารถรับได้ทั้งจากเครื่องคอมพิวเตอร์ในสำนักงานหรือบ้าน คอมพิวเตอร์แท็บเล็ต หรือโทรศัพท์มือถือ
- ธุรกิจสำนักพิมพ์ของกลุ่มบางกอกโฟสต์ ซึ่งจัดพิมพ์หนังสือขายดีจากต่างประเทศในฉบับแปลเป็นภาษาไทย รวมทั้งหนังสือที่น่าสนใจทั้งฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่เขียนโดยนักข่าวและคอลัมนิสต์ของกลุ่มบางกอกโฟสต์ และนักเขียนไทยอื่น ๆ ที่มีชื่อเสียง ครอบคลุมเนื้อหาที่น่าสนใจอย่างหลากหลายและกว้างขวาง ทั้งทางธุรกิจ การบริหารจัดการ เทคโนโลยี ประวัติศาสตร์ ชีวประวัติบุคคลที่น่าสนใจ ศิลปะ และวัฒนธรรม
- ธุรกิจสิ่งพิมพ์พาณิชย์ของกลุ่มบางกอกโฟสต์ให้บริการงานพิมพ์ทั่วไปให้กับองค์กรภาครัฐบาลและเอกชน

บริษัท บางกอก โฟสต์ จำกัด (มหาชน) ตั้งเป้าที่จะเติบโตและพัฒนากิจกรรมทางธุรกิจของกลุ่ม ผ่านการพัฒนาช่องทางการรับสื่อต่าง ๆ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขยายยอดผู้อ่านและผู้เข้าชมสื่อ ทั้งนี้ บริษัทยังยึดมั่นในพันธกิจของกลุ่มที่จะรักษาการเป็นผู้พิมพ์โฆษณาและผู้จำหน่ายสื่อหลากหลายชนิดชั้นนำของประเทศไทย โดยอาศัยชื่อเสียงที่ได้สั่งสมมายาวนานในอุตสาหกรรมสื่อของไทยในฐานะ “แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือที่สุด” ของข่าวและบทความ

รายได้ของกลุ่มบริษัทแบ่งตามประเภทธุรกิจในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา มีดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

ประเภทธุรกิจ	ดำเนินการโดย	ปี 2561		ปี 2560		ปี 2559	
		รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
ธุรกิจหนังสือพิมพ์	บมจ. บางกอก โฟสต์	784.7	61.8	944.5	69.1	1,327.2	71.2
ธุรกิจนิตยสาร ต่างประเทศ	บจ. โฟสต์ อินเตอร์ เนชั่นแนล มีเดีย และ บริษัทย่อย	215.4	16.9	202.8	14.8	270.0	14.5
ธุรกิจผลิตคอนเทนต์ และรายการโทรทัศน์	บจ. มัชฌิม กรู๊ป, บจ. โฟสต์ ทีวี และ บจ.โฟสต์ นิวส์	270.1	21.3	217.0	15.9	257.0	13.8
รายได้อื่น		(0.4)	-	2.8	0.2	11.0	0.5
รายได้รวม		1,269.8	100.0	1,367.1	100.0	1,865.2	100.0

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.1.1 ธุรกิจหนังสือพิมพ์

บางกอกโฟสต์ : บางกอกโฟสต์ฉลองครบรอบ 72 ปี ในปี 2561 ซึ่งตลอดช่วงเวลาอันยาวนานได้มุ่งมั่นทำหน้าที่สื่อมวลชนที่มีความรับผิดชอบต่อประเทศชาติและสังคม จนปัจจุบันเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีอายุยาวนานที่สุดในประเทศ

ขณะที่ประเทศไทยมีบทบาทที่โดดเด่นและสำคัญมากขึ้นในสังคมโลก ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ในปี 2561 มีนักท่องเที่ยวต่างชาตินับว่า 34 ล้านคนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย บางกอกโฟสต์ ซึ่งเป็นผู้นำตลาดข่าวสารภาษาอังกฤษของประเทศไทยมีบทบาทอันสำคัญยิ่งในฐานะหน้าต่างของประเทศในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเที่ยงตรง ออกสู่สายตาชาวโลก ผ่านช่องทางสื่ออันหลากหลาย ซึ่งไม่เพียงแต่หนังสือพิมพ์เท่านั้น

บางกอกโฟสต์ได้พัฒนาการบริการข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ และบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในปี 2561 ช่องทางสื่อออนไลน์ของบางกอกโฟสต์ได้ขยายตัวขึ้นมากทั้งในด้านรายได้และจำนวนผู้เข้าชม โดยเว็บไซต์บางกอกโฟสต์มีผู้เข้าชมเฉลี่ย 62,000 คนต่อวัน มีจำนวนหน้าที่ถูกแสดง (pageview) กว่า 200,000 หน้าต่อวัน ขณะที่เฟซบุ๊กมีผู้ติดตามมากกว่า 946,000 คน

จากข้อมูลของ Google Analytics ในปี 2561 เว็บไซต์บางกอกโฟสต์มียอดผู้เข้าชมสูงถึง 11.15 ล้านคน มีจำนวนหน้าถูกแสดงกว่า 77.29 ล้านหน้า และข้อมูลจาก Truehits.net ซึ่งเป็นเว็บไซต์ตรวจสอบสถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์ต่าง ๆ พบว่าผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์บางกอกโฟสต์ใช้เวลาเฉลี่ยในการชม 5.26 นาทีต่อครั้ง ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ข่าวอื่น ๆ ในประเทศ ซึ่งใช้เวลาเพียง 2-3 นาที

ตัวเลขดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ข่าวและเนื้อหาของบางกอกโฟสต์ในสื่อต่าง ๆ ได้รับความเชื่อถือจากผู้อ่านทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สำหรับหนังสือพิมพ์ ปี 2561 ถือเป็นปีที่ท้าทายอีกปีหนึ่งเช่นเดียวกับสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วโลก ท่ามกลางแรงกดดันจากการพัฒนาเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตาม หนังสือพิมพ์บางกอกโฟสต์ยังคงยืนหยัด

ในฐานะสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความเชื่อถือจากผู้อ่านอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งได้รับการตอบรับ อย่างอบอุ่นจากผู้อ่าน ผู้นำภาครัฐ และเอกชน และผู้สนับสนุนจำนวนมาก

ปี 2561 บางกอกโฟสต์จัดกิจกรรมหลากหลายและได้รับการตอบรับอย่างดี อาทิ งานวิ่งการกุศล “บางกอกโฟสต์ อินเตอร์เนชั่นแนล มินิมาราธอน” ซึ่งนำรายได้ไปสนับสนุนการศึกษาสำหรับเด็กขาดแคลนผ่านมูลนิธิบางกอกโฟสต์ งานสัมมนาประจำปี “บางกอกโฟสต์ ฟอรัม” และ “บางกอกโฟสต์ อินเตอร์เนชั่นแนล ฟอรัม” ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ได้รับเกียรติจากรัฐมนตรี ผู้นำทางการเมือง และผู้นำองค์กรต่างประเทศเข้าร่วมงาน สะท้อนให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือของบางกอกโฟสต์ในสายตาของต่างประเทศ

ปี 2562 จะเป็นปีที่สำคัญยิ่งของประเทศไทย โดยพระราชพิธีบรมราชาภิเษกจะมีขึ้นระหว่างวันที่ 4-6 พฤษภาคม และยังเป็นปีที่ประเทศไทย จะมีการเลือกตั้งเป็นครั้งแรกในรอบ 5 ปี นอกจากนี้ ประเทศไทยยังดำรงตำแหน่งเป็นประธานสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรืออาเซียน ต่อจากสิงคโปร์ ในการนี้บางกอกโฟสต์จะดำรงรักษาบทบาทอันสำคัญยิ่ง ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ ที่สำคัญยิ่งเหล่านี้ไปสู่สายตาชาวโลก โดยยึดมั่นในหลักปฏิบัติและจริยธรรมของสื่อมวลชนและการเป็นสื่อที่เชื่อถือได้ ซึ่งเรายึดมั่นตลอดมา

โฟสต์ทูเดย์ : ปี 2561 หนังสือพิมพ์โฟสต์ทูเดย์ ได้พัฒนาเนื้อหาข่าวให้มีความลึกและกว้างมากกว่าที่สื่อทั่วไปนำเสนอ รวมทั้งเพิ่มการนำเสนอบทวิเคราะห์ บทความ รายงานพิเศษ และข่าว เช่น ความเคลื่อนไหวในวงการธุรกิจเอสเอ็มอี โอกาสทางธุรกิจในประชาคมอาเซียน ข่าวในแวดวงตลาดทุน การบริหารการเงินส่วนบุคคล เศรษฐกิจดิจิทัล ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น ทั้งหมดนี้ก็เพื่อให้ผู้อ่านหนังสือพิมพ์โฟสต์ทูเดย์ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และสามารถนำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน

ด้านสื่อออนไลน์ของโฟสต์ทูเดย์ ทั้งเว็บไซต์โฟสต์ทูเดย์และเฟซบุ๊กโฟสต์ทูเดย์ที่มีแฟนเพจมากกว่า 3.3 ล้านคน สามารถถ่ายทอดสดเหตุการณ์สำคัญผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ ทำให้มีผู้สนใจเข้าชมเป็นจำนวนมาก ขณะที่เพจเฟซบุ๊กนิวส์เคลียร์ซึ่งนำเสนอในรูปแบบคลิปข่าว ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน ก็มีการพัฒนารูปแบบการนำเสนออย่างต่อเนื่องด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย

M2F : หนังสือพิมพ์ M2F ผู้บุกเบิกหนังสือพิมพ์รายวันแจกฟรีของประเทศไทย เดินหน้าผลิตสื่อสิ่งพิมพ์คุณภาพมาเป็นปีที่ 7 และรักษาความเป็นผู้นำของหนังสือพิมพ์แจกฟรีภาษาไทยซึ่งมียอดพิมพ์และยอดแจกจ่ายสูงที่สุดในประเทศ ภายใต้การสนับสนุนของชาวกรุงเทพฯ

ปี 2561 ที่ผ่านมา ปฏิเสธไม่ได้ว่าสื่อสิ่งพิมพ์ยังคงประสบปัญหาอย่างหนักในแง่ธุรกิจ สื่อดิจิทัลทวีบทบาทมากขึ้นในสังคมข่าวสาร M2F ฝึการศึกษาปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและตัดสินใจเพิ่มช่องทางการกระจายข่าวสารผ่านออนไลน์เพื่อสามารถเข้าถึงผู้อ่านได้มากและสะดวกขึ้น ทั้งทางเว็บไซต์ www.m2fnews.com และเฟซบุ๊ก รวมทั้งมีการนำเสนอ M2F ในรูปแบบ e-newspaper กระจายฐานผู้อ่านไปยังกลุ่มที่ชื่นชอบการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์อีกด้วย

นอกจากการเดินหน้าในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และขยายตัวเข้าสู่สื่อดิจิทัลแล้ว M2F ยังต่อยอดธุรกิจด้วยการจัดกิจกรรมหลากหลายรูปแบบเพื่อชาวกรุงเทพฯ ซึ่งหลาย ๆ กิจกรรมเป็นที่กล่าวขวัญถึงและรอคอยของผู้อ่านในทุกปี อาทิ งานมหกรรม “อัศจรรย์สงกรานต์กลางกรุง M2F Presents Bangkok Songkran Festival @ CentralWorld” งานฟรีคอนเสิร์ต “M2F Bangkok Music Festival” การแข่งขันจักรยานทางเรียบ “M2F Cycling Championship” รวมทั้งยังมีกิจกรรมร่วมกับผู้อ่านผ่านการจัดแรลลี่และมินิคอนเสิร์ต ซึ่งสร้างความประทับใจและได้รับการสนับสนุนอย่างอบอุ่นจากผู้เข้าร่วมกิจกรรม

นอกจากนี้ ยังมีนิตยสารอื่นที่แทรกในหนังสือพิมพ์ อาทิ

- Life : นิตยสารไลฟ์สไตล์ภาษาอังกฤษ แทรกในหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์
- GURU : นิตยสารเอ็นเตอร์เทนเมนต์ภาษาอังกฤษ แทรกในหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ทุกวันศุกร์
- B.Magazine : นิตยสารรวบรวมไลฟ์สไตล์ในวันหยุดสุดสัปดาห์ ภาษาอังกฤษ แทรกในหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ทุกวันอาทิตย์
- Spectrum : นิตยสารเชิงวิเคราะห์ข่าวสารภาษาอังกฤษ จากบรรดานักเขียนในกองบรรณาธิการ แทรกในหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ทุกวันอาทิตย์
- Weekend Sport : นิตยสารกีฬาภาษาอังกฤษ แทรกในหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ทุกวันเสาร์และวันอาทิตย์
- @Weekly : นิตยสารไลฟ์สไตล์รายสัปดาห์ภาษาไทย แทรกในหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ทุกวันเสาร์

2.1.2 ธุรกิจสำนักพิมพ์

Postbook : เป็นเวลากว่าทศวรรษที่สำนักพิมพ์โพสต์บุ๊กส์มุ่งมั่นผลิตหนังสือคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านเพื่อให้ผู้อ่านได้รับสาระความรู้ ทันกระแสโลก กระแสสังคม ตลอดจนความเพลิดเพลิน พร้อมพัฒนาตนเองในทุกด้าน และกว่า 400 ปกที่สำนักพิมพ์โพสต์บุ๊กส์จัดพิมพ์มาก็ได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากผู้อ่านซึ่งเป็นฐานลูกค้าที่เหนียวแน่น และได้พัฒนาการเชื่อมต่อทุกช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้และการอ่านจะอยู่ในรูปแบบใดก็ตาม สำนักพิมพ์มีเป้าหมายที่จะพัฒนาและผลิตหนังสือเนื้อหาดี มีคุณค่าเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้อ่าน ให้ได้รับทั้งความรู้และความสุขจากการอ่าน สิ่งสำคัญที่สำนักพิมพ์คำนึงถึงเสมอคือการได้เป็นส่วนหนึ่งของสังคมเพื่อบันทึกประวัติศาสตร์ และเป็นแหล่งข้อมูลให้ผู้อ่านพัฒนาตนเองเพื่อสังคมคุณภาพ พร้อมความสุขจากการอ่านตลอดไป

ในปี 2561 ธุรกิจสำนักพิมพ์ยังคงดำเนินไปอย่างต่อเนื่องด้วยการทำโปรโมชั่นและการออกจำหน่ายตามงานอีเว้นท์ ซึ่งได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดี นอกจากนี้ ทีมงานได้ให้ความสำคัญอย่างเข้มข้นต่อการคัดสรรหนังสือเพื่อตีพิมพ์ให้ตรงต่อความนิยมและความต้องการของตลาด หนังสือที่ตีพิมพ์ในปี 2561 ทั้งหมด 13 ปก และหนังสือขายดีพิมพ์ซ้ำอีก 5 ปก หมวดหนังสือที่โดดเด่นได้รับการตอบรับจากผู้อ่านเป็นอย่างดี คือ หมวดธุรกิจ การเงิน การลงทุน การพัฒนาตนเอง อาทิ “Cryptoassets แนวทางการลงทุนในบิตคอยน์และสินทรัพย์ดิจิทัลอื่น ๆ ที่นักลงทุนยุคใหม่พลาดไม่ได้” “Working with the Walking Dead กลยุทธ์การทำงานท่ามกลางหมีดิบ” “อสังหาฯ สีชะ เพื่อนแท้ของผู้หญิง” และสารบันเทิงที่ให้ความรู้ต่าง ๆ เช่น ชีวิตประวัติบุคคลสำคัญ ประวัติศาสตร์ กระแสสังคม ศิลปวัฒนธรรม จิตวิทยา และภาษา จากนักเขียนผู้เชี่ยวชาญทั้งไทยและต่างประเทศ อาทิ “มองตะเกียบเห็นป่าไผ่ เล่ม 4” สารความรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมจีนที่รวมเล่มจากคอลัมน์หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ “Really Easy English News เรียนภาษาอังกฤษง่าย ๆ ผ่านข่าวสั้น” “หมดตัวไม่ใช่เรื่องใหญ่ แต่ถ้าหมดใจอะไรก็ไม่ใช่เสีย” ตลอดจนวรรณกรรมทั้งจากนักเขียนที่ได้รับความนิยมทั้งไทยและต่างประเทศ อาทิ “เงือกสีข่าน ขุนศึกพิชิตโลก” “หงสาจอมราชันย์ ภาคพิเศษ เล่ม 7 (เตียนอุย)” รวมทั้งหนังสือขายดีที่พิมพ์ซ้ำ อาทิ “Getting Thing Done บริหารชีวิตพิชิตความสำเร็จ” “โลหิตอิสราเอล” “ปติวรดา” “นาคี 2” เป็นต้น

โดยในปี 2562 สำนักพิมพ์ยังคงมุ่งมั่นคัดสรรเนื้อหา ผลิตหนังสือ และพัฒนางานคุณภาพจากทุกองค์ความรู้ของทุกหน่วยงานในองค์กรเพื่อต่อยอดส่งต่อความรู้สู่สังคม ไม่ว่าจะเป็นทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ กิจกรรมต่าง ๆ อาทิ สัมมนาวิชาการ สัมมนาส่งเสริมความรู้ด้านต่าง ๆ ตลอดจนคอร์สสั้น ๆ เพื่อพัฒนาตนเอง และกิจกรรมสารบันเทิงด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ตลอดปี 2562 ยังมุ่งพัฒนาช่องทางจำหน่ายหนังสือออนไลน์และการเข้าถึงผู้อ่านให้มากขึ้น ง่ายขึ้น และสะดวกมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างประสบการณ์การสัมผัสความรู้ความบันเทิงสำหรับผู้อ่านให้ดีที่สุด

2.1.3 ธุรกิจนิตยสารต่างประเทศ

นิตยสารแอล ประเทศไทย : นับเป็นเวลา 25 ปี ตั้งแต่ก่อตั้งบริษัท โฟสต์ อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล มีเดีย จำกัด ในปี 2537 เพื่อผลิตและจัดพิมพ์นิตยสารแอล ประเทศไทย ซึ่งเป็นนิตยสารแฟชั่นหัวนอกฉบับแรกของประเทศไทย

ปี 2561 แอล ประเทศไทย ได้ต่อยอดความเป็นผู้นำของนิตยสารแฟชั่น โดยขยายขอบเขตการเป็นสื่อด้านแฟชั่นชั้นนำของประเทศด้วยการนำเสนอเนื้อหาแบบ 360° จากแพลตฟอร์มสิ่งพิมพ์สู่ช่องทางดิจิทัลและอีเว้นท์ โดยช่องทางดิจิทัลเพียงช่องทางเดียวสามารถสร้างรายได้ถึง 40 ล้านบาท ในขณะที่อีเว้นท์ได้สร้างสรรค์งานขนาดใหญ่ถึง 3 งาน ครอบคลุมทั้งด้านความงามและไลฟ์สไตล์

ในด้านแฟชั่น ความยิ่งใหญ่ของงาน ELLE Fashion Week 2018 ซึ่งจัดเป็นเวลา 5 วัน โดยได้รับความร่วมมือจากดีไซเนอร์ไทยถึง 14 โชว์ 19 แบรนด์ และเปิดโชว์อย่างยิ่งใหญ่ด้วยตำนานแห่งวงการแฟชั่นไทย สมชาย แก้วทอง ศิลปินแห่งชาติ สาขาก่อแบบแฟชั่น ทำให้ นับได้ว่านิตยสารแอลมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยสู่เวทีโลก

นอกเหนือจากด้านแฟชั่น แอลยังได้ก้าวสู่ความเป็นผู้นำด้านความงาม โดยจัดงาน Beauty ใหญ่ เป็นครั้งแรกถึง 2 งาน ได้แก่ งาน ELLE Thailand Beauty Awards 2018 และงาน ELLE Beauty Radar 2019 ซึ่งได้รับการตอบรับจากแบรนด์ความงามชั้นนำเป็นอย่างดี

ยิ่งไปกว่านั้น แอลยังได้รับการคัดเลือกจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ให้เป็นผู้ดำเนินการจัดงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์ที่ใหญ่ที่สุดของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นครั้งแรกที่รวม 3 งานใหญ่ไว้ด้วยกัน คือ งานแสดงสินค้าแฟชั่นและเครื่องหนัง งานแสดง สินค้าของขวัญและของใช้ในบ้าน และงานแสดงสินค้าเฟอร์นิเจอร์ ภายใต้ชื่อ STYLE Bangkok

ปี 2562 นับเป็นโอกาสอันดีในการต่อยอดความสำเร็จที่มีมายาวนานถึง 25 ปี แอล ประเทศไทย จึงมุ่งมั่นที่จะต่อยอดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ดำเนินอยู่ในปี 2561 และฉลองครบรอบ 25 ปี ด้วยการจัดแคมเปญ ELLE 25th Anniversary นำเสนอเรื่องราวของผู้หญิงในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ติดตามแอล ไทยแลนด์

นอกจากนี้ แอลยังได้ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายนิตยสารแอล ประเทศไทย และนิตยสาร ในเครือไปยังร้านค้าออนไลน์ต่าง ๆ อาทิ JD Central และ Shopee เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงนิตยสารแก่ผู้อ่านมากขึ้น

ในส่วนของการสร้างสรรค์เนื้อหาเพื่อสร้างการรับรู้ที่มากขึ้นในทุกแพลตฟอร์ม แอลได้รวมการผลิตคอนเทนต์ของสิ่งพิมพ์และดิจิทัลเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าทั้งในแง่ยอดขายรายฉบับและรายเดือน และช่องทางดิจิทัล โดยเน้นการผลิตคอนเทนต์อันเป็นเอกลักษณ์ พร้อมความเอ็กซ์คลูซีฟในแบบของแอล ประเทศไทย

นิตยสารฟอร์บส ไทยแลนด์ : นิตยสารฟอร์บสมีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า 100 ปี อยู่เคียงคู่กับพัฒนาการของโลกทุนนิยม จนอาจกล่าวได้ว่าเป็นสัญลักษณ์ของความมั่งคั่งและความสำเร็จในโลกของธุรกิจ นักลงทุน ผู้ประกอบการ และผู้บริหารกิจการชั้นนำในระดับประเทศ

แม้ว่าการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจะส่งผลกระทบต่อสื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ รวมถึงนิตยสารต่าง ๆ แต่ฟอร์บส ไทยแลนด์ยังคงเป็นที่นิยมขึ้นชอจากผู้อ่านและมีอัตราการเติบโตสูงกว่าเป้าหมายและสูงกว่าปีที่ผ่านมา ด้วยแพลตฟอร์มของเนื้อหาที่ครอบคลุมสื่อสิ่งพิมพ์ e-magazine (a la carte & buffet) และออนไลน์ (forbesthailand.com) และช่องทางโซเชียลมีเดียอื่น ๆ เช่น เฟซบุ๊ก และอินสตาแกรม

ตลอดปี 2561 ฟอร์บส ไทยแลนด์ Forbes Media LLC และพันธมิตร ได้ร่วมกันจัดกิจกรรมอย่างคึกคักเป็นประวัติการณ์ถึง 5 รายการ ได้แก่ งาน “Forbes Thailand Alternative Investments 2018: Investment Opportunities in Digital Era: Finding the Right Balance” งานเอ็กซ์คลูซีฟประจำปีที่จะจัดร่วมกับ Tisco Wealth สำหรับกลุ่มลูกค้าผู้มี

ความมั่งคั่งสูงของกลุ่มทิสโก้ งานสัมมนา “The Next Tycoons” ซึ่งเป็นหนึ่งในอีเวนต์ signature ของฟอร์บส ไทยแลนด์ โดยจัดพร้อมกับการฉลองครบรอบ 5 ปีของฟอร์บส ไทยแลนด์ ในธีม “Leading in the Age of Disruptions” งาน “Forbes Private Dinner” ซึ่งจัดร่วมกับ Forbes Media LLC โดยมี Mr. Steve Forbes เป็นประธาน และ Editor-In-Chief แห่ง Forbes Media เป็นผู้บรรยายพิเศษในหัวข้อ “Fact and Comment: Outlook of the World Economy” งาน “Forbes Global CEO Conference 2018” ที่จัดขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย โดยมีซีอีโอและผู้บริหารระดับสูงจากทั่วโลกประมาณ 400 ท่านเดินทางมาร่วมงาน และงาน “Forbes Thailand Private Dinner 2018” ภายใต้อำเภอ “Inside the Vietnam’s success story: the myths & truths about the economy & its business network” โดยมี Mr. Pham Hong Hai ซีอีโอจาก HSBC Bank (Vietnam) เป็นผู้บรรยายพิเศษ

นอกจากนี้ ยังมีการจัดทำสิ่งพิมพ์พิเศษอีก 2 ฉบับ ได้แก่ Wealth Management & Investing 2018 และ Forbes Life: Bangkok 2025 & Beyond เพื่อเป็นอีกหนึ่งหนทางการสำหรับสมาชิกและผู้ซื้อนิตยสารฟอร์บส ไทยแลนด์ฉบับเดือนมิถุนายนและพฤศจิกายน ตามลำดับ

สำหรับปี 2562 ฟอร์บส ไทยแลนด์จะยังคงยืนหยัดอย่างมั่นคงและแข็งแกร่ง มุ่งมั่นปรับปรุง และพัฒนาเนื้อหา การนำเสนอ และกิจกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มช่องทางในการแสวงหารายได้และเป็นการตอบแทนผู้อ่านสมาชิก และผู้สนับสนุน

นิตยสารไซแอนซ์ อิลลัสเตรเตด : ปี 2561 นิตยสารไซแอนซ์ อิลลัสเตรเตด ฉบับภาษาไทย ได้นำเสนอเรื่องราวโลกแห่งวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมที่น่าสนใจสำหรับคนที่ต้องการอัปเดตและรู้ทันความเป็นไปเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ ผ่านการนำเสนอที่สนุกสนานและเข้าใจง่ายทางสื่อหลัก คือนิตยสารที่วางแผงรายเดือนยังคงได้กระแสนับที่ตีจากผู้อ่าน และทางทีมงานเองก็ได้ขยายการให้ข้อมูลเชิงสาระในการสร้างคอนเทนต์กลุ่มผู้อ่านในโลกออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ scienceillustratedthailand.com และโซเชียลมีเดีย ทั้งเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม

ไซแอนซ์ อิลลัสเตรเตดสามารถทำรายได้ในปี 2561 เพิ่มขึ้น 249% จากปี 2560 โดยมีโปรเจกต์พิเศษและกิจกรรมสำหรับกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก อาทิ Si-Camp (Singapore) การจัดแคมป์วิทยาศาสตร์ที่นำเยาวชนไปประเทศสิงคโปร์ งานออกบูธของไซแอนซ์ อิลลัสเตรเตด ในการสอบแข่งขันและประกาศผลในงาน Asmo และงานออกบูธสมาชิกไซแอนซ์ อิลลัสเตรเตด ที่โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์และโรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย

สำหรับในปี 2562 ไซแอนซ์ อิลลัสเตรเตดมีเป้าหมายที่จะพัฒนาศักยภาพให้ครอบคลุมทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการเพิ่มรายได้จากผู้ลงโฆษณาและผู้อ่านสมาชิกรายปี รวมถึงรายได้เพิ่มจากโปรเจกต์พิเศษและการจัดกิจกรรมหลัก อาทิ Si-Camp

นิตยสารไซแอนซ์ อิลลัสเตรเตดนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ด้วยมุมมองในแง่บวก ให้เห็นว่า โลกนั้นเป็นที่ที่น่าอยู่ โดยความรู้ทางวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมจากอดีตสู่ปัจจุบัน เน้นกลุ่มผู้อ่านและสมาชิกเป็นเป้าหมายหลัก เพื่อช่วยเสริมสร้างทัศนคติที่ดีและสร้างสรรค์อนาคตที่ดีให้โลกใบนี้

นิตยสารคลีโอ ประเทศไทย : นิตยสารคลีโอ ประเทศไทย ในปี 2561 ยังคงมีรายได้เติบโตอย่างต่อเนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นธุรกิจหลัก และมีรายได้เพิ่มในส่วนของ CLEO Free Copy รวมทั้งยังมีการจัดกิจกรรมร่วมกับสปอนเซอร์สร้างรายได้อย่างต่อเนื่องทุกไตรมาส ไม่ว่าจะเป็น AIS Smart GEN 2018 by CLEO ในช่วงต้นปีกับกระแสนับที่เกินคาดตามมาด้วย NIVEA Mutual Skin Influencers Search by CLEO ส่วนช่วงกลางปีมีกิจกรรมพิเศษ อาทิ La Roche-Posay Effaclar Generation Search by CLEO และกิจกรรมที่จัดขึ้นทุกปี ได้แก่ CLEO Office Pop Up 2018, CLEO on Campus 2018 และ CLEO 50 Most Eligible Bachelors 2018 Presented by IPSA

ปี 2561 กับเทรนด์ของโลกโซเชียลมีเดีย ถือเป็นปีที่ท้าทายสำหรับคลีโอ คลีโอจึงยังคงมุ่งพัฒนาศักยภาพตอบรับกระแสการตลาดผ่านทางโซเชียลมีเดีย เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้อ่านได้อย่างครอบคลุมและครบวงจร โดยมีเป้าหมายขยายธุรกิจบนสื่อออนไลน์แพลตฟอร์มต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น www.cleo-thailand.com, CLEO Thailand You Tube รายการ CLEO On Ground, CLEO Horoscope, CLEO Bachelors XOXO, CLEO Make Over และ CLEO Connect ตลอดจนสื่อโซเชียลมีเดียอื่น ๆ อาทิ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และอินสตาแกรม ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดี

สำหรับปี 2562 คลีโอมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการต่อยอดกลุ่มผู้อ่านและกลุ่มลูกค้าผู้ลงโฆษณาทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และโซเชียลมีเดีย ตลอดจนสปอนเซอร์ในกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ AIS Smart GEN 2019 by CLEO, CLEO Beauty Hall of Fame 2019 และ Bachelor Run รวมทั้งกิจกรรมประจำปี CLEO on Campus และ CLEO 50 Most Eligible Bachelors 2019

นิตยสารคลีโอ ประเทศไทย ยังคงก้าวเดินอย่างมั่นคงสู่ปีที่ 22 ในฐานะเพื่อนแท้ที่อยู่เคียงข้างของสาวคลีโอทุกคน

2.1.4 ธุรกิจผลิตคอนเทนต์และรายการโทรทัศน์

บริษัท มัชฌิม กรุ๊ป จำกัด เป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลางที่มีความมั่นคงสูง และผลิตรายการครอบคลุมเนื้อหาหลากหลาย ทั้งรายการท่องเที่ยว อาหาร บันเทิง และไลฟ์สไตล์ การเข้าร่วมในกลุ่มบางกอกโพสต์ตั้งแต่ปี 2558 ทำให้ธุรกิจโทรทัศน์สามารถใช้ต่อยอดจากเนื้อหาสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัลที่มีอยู่ มาผลิตเป็นรายการโทรทัศน์ออกอากาศในช่องทีวีดิจิทัล 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 กรุ๊ป จำกัด ในปี 2561 เต็มไปด้วยความท้าทายจาก Digital Disruption สิ่งที่เกิดขึ้นคือ รายได้จากธุรกิจเดิม ได้แก่ การผลิตรายการทีวี และการขาย Media ทางทีวีเริ่มลดลง แต่ด้วยแผนธุรกิจที่คณะกรรมการบริษัทได้วางไว้ ทำให้บริษัทมีรายได้จากกลุ่มธุรกิจใหม่มาเสริม ส่งผลให้รายได้รวมของบริษัทเพิ่มขึ้นจากปีก่อนกว่า 20% โดยมีรายได้จากธุรกิจใหม่ ได้แก่ ธุรกิจจัดสัมมนา ธุรกิจ Marketing Solutions และธุรกิจแพลตฟอร์มออนไลน์

ในธุรกิจจัดสัมมนา บริษัทยังคงดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2561 มัชฌิม กรุ๊ป ได้เดินทางไปจัดสัมมนาเพื่อสร้างความรู้แก่นักธุรกิจเอสเอ็มอีไทยทั้งสิ้น 12 จังหวัด มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 5,000 คน ด้านธุรกิจ Marketing Solutions บริษัทได้รับงานประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยงานราชการต่าง ๆ รวมไปถึงบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ อาทิ แคมเปญ “ปึกแล้วรวย” โดยธนาคารไทยพาณิชย์ ร่วมกับ Google ให้ผู้ประกอบการร้านค้ามาร่วมปักหมุดใน Google My Business ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ทุกสาขาทั่วประเทศ ได้รับการตอบรับจากผู้เข้าร่วมใช้บริการเป็นอย่างมาก

ด้านธุรกิจแพลตฟอร์มออนไลน์ จากความสำเร็จของ Mushroom SuperClass บริษัทจึงได้รับโอกาสจัดคอร์สเรียนออนไลน์ให้ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัท Makro

สำหรับปี 2562 มัชฌิม กรุ๊ป ยังคงเดินหน้าขยายหน่วยธุรกิจใหม่ควบคู่ไปกับหน่วยธุรกิจเดิม ในส่วนงานผลิตรายการทีวีและงานผลิตโฆษณาสินค้ายังคงดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ส่วนธุรกิจจัดสัมมนาในเดือนกุมภาพันธ์ 2562 บริษัทได้พัฒนาหลักสูตรสำหรับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีร่วมกับมหาวิทยาลัยศรีปทุม ชื่อโครงการ “Everest” เป็นโครงการที่จัดขึ้นมาเพื่อสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจเอสเอ็มอีในประเทศไทยให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งและมั่นคง

ด้านธุรกิจ Marketing Solutions ในปี 2562 บริษัทคาดว่าจะได้รับงานมากขึ้นหลังจากมีผลงานที่ประสบความสำเร็จหลายงานในปีที่ผ่านมา รวมทั้งจะต่อยอดธุรกิจโดยนำสินค้าในเครือข่ายผู้ประกอบการมาเสนอขายผ่านเครือข่ายการตลาดในช่องทางต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อสร้างรายได้เพิ่มอีกช่องทางหนึ่ง

2.1.5 ธุรกิจอื่น ๆ

กลุ่มบางกอกโฟสต์ได้จัดกิจกรรมงานอีเว้นท์อย่างต่อเนื่อง เพื่อต่อยอดการรับรู้ในตราสินค้าและธุรกิจของบริษัท สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและผู้อ่าน รวมทั้งเพิ่มยอดขายและรายได้ให้กับบริษัท โดยบริษัทเป็นทั้งผู้จัด ผู้สนับสนุน และผู้ร่วมสนับสนุนงานอีเว้นท์สร้างสรรค์ในหลากหลายรูปแบบและหลายขนาด ทั้งการสัมมนา แรลลี่ กีฬา การกุศล เพื่อสังคม แพชั่น คอนเสิร์ต ฯลฯ ในกรุงเทพฯ ต่างจังหวัด และต่างประเทศ

หนังสือพิมพ์บางกอกโฟสต์ จัดกิจกรรมและงานสัมมนาหลากหลายตลอดปี เช่น

- Bangkok Post - Movie Preview @ Quartier CineArt
- Bangkok Post - Rally 2018 @ ATTA Kao Yai
- Marshall Goldsmith - Centara @ CTW
- Bangkok Post - Forum'18 - Centara @ CTW
- Bangkok Post International Forum 2018 @ World Ballroom Centara CTW
- Bangkok Post - Golf Challenge 2018 #1 @ Thai Country Club
- Bangkok Post - Mini Marathon 2018 @ CTW

หนังสือพิมพ์โฟสต์ทูเดย์ จัดงานอีเว้นท์ทั้งในประเทศและต่างประเทศตลอดปี เช่น

- Post Today - Movie Preview @ Quartier CineArt
- Post Today - 15th Anniversary @ Centara - CTW
- CLMVT - Vietnam @ InterCon Saigon
- Post Today - Rally 2018 @ Marriott Rayong
- SME Matching Day 2018 @ Centara - CTW
- Post Today - Wealth Campus @ ม.ลาดกระบัง
- Seminar จีนใต้ @ Kunming China
- Sez Forum @ Thailand with APM @ สโมสรทหารบก ถนนวิภาวดีรังสิต
- Press Con SME Matching Day 2018 @ 5-6-7 Lotus - Centara
- ดิดปัก SMEs ไทยบินไกลสู่ตลาดโลก @ Centara Ladpao
- Supply Chain @ ศูนย์ราชการ
- ผ่าชุมทรัพย์แดนจีนใต้ รู้ก่อน รวยก่อน @ Centara Ladpao
- Audition SWU Talent @ ม.ศ.ว.

หนังสือพิมพ์ M2F จัดกิจกรรมต่อเนื่องตลอดปี เช่น

- M2F Children's Day 2018 @ Siam Pavalai
- M2F Movie Preview @ Quartier CineArt
- M2F Music Fest 2018 @ CTW
- M2F Songkran 2018 @ CTW

- Run Against Drugs @ สวนรถไฟ
- Thaitanium Unbreakable Concert @ Bitec Bangna
- M2F Cycling Championship 2018 @ เชื้อขุนด่านปราการชล

นิตยสารในเครืออื่น ๆ ก็มีการจัดกิจกรรมต่อเนื่องตลอดปี เช่น

- “Cleo 50 Most Eligible Bachelors 2018” กิจกรรมค้นหาสุดยอดหนุ่มโสดในฝัน
- “ELLE Fashion Week Fall/Winter 2018”
แฟชั่นอีเวนต์สุดยิ่งใหญ่แห่งปีจากเหล่าดีไซเนอร์ระดับไอคอนของเมืองไทย
- “Forbes Thailand Forum 2018 : The Next Tycoons” งานเสวนาที่นำนักธุรกิจรุ่นใหม่ที่ได้รับ
ต่อจากครอบครัวในหลากหลายสาขามาร่วมถ่ายทอดประสบการณ์การดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 นโยบายการตลาด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

กลุ่มบางกอกโพสต์จำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดยการรับสมัครสมาชิกรายปี รายสองปี ราย 6 เดือน สำหรับหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์และโพสต์ทูเดย์ สมาชิกจะได้รับราคาต่ำกว่ามากเมื่อเทียบกับการซื้อตามแผงหนังสือ นอกจากนี้ยังมีการแจกแถมของขวัญหรือของสมนาคุณต่าง ๆ แก่สมาชิกโดยตลอดตามโอกาสต่าง ๆ สำหรับการขายโดยผ่านเอเยนต์หนังสือ มีการให้ส่วนลดประมาณร้อยละ 28 ของราคาขายปลีกหนังสือพิมพ์ ส่วนหนังสือพิมพ์ M2F แจกฟรีในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มบางกอกโพสต์ขายโฆษณาโดยมีส่วนลดให้กับบริษัทตัวแทนโฆษณา ในการซื้อหน้าโฆษณาแต่ละครั้ง และคอมมิชชั่นตอนสิ้นปี

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

- (1) ลูกค้าด้านการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ แบ่งออกเป็นลูกค้าเอเยนต์ มีสัดส่วนประมาณ 43% รองลงมาเป็นกลุ่มลูกค้าที่สมัครสมาชิก มีสัดส่วนประมาณ 32% ส่วนที่เหลือเป็นลูกค้าประเภท Bulk Sales มีสัดส่วนประมาณ 25%
- (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

2.2.2 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 หลังจากหดตัวมาหลายปี 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 ฝ่ายครีเอทีฟของหนังสือพิมพ์และนิตยสารในเครือของบริษัททั้งหมด 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 แท่นแรกในเอเชียอาคเนย์ โดยระบบการทำงานทุกอย่างได้รับการควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะสามารถผลิตสิ่งพิมพ์ที่มี

คุณภาพสูงสุด 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

สำหรับขั้นตอนหลังการพิมพ์นั้นได้นำเอาเทคโนโลยีเมิร์มจาก Schur Packaging Systems ประเทศเยอรมนี ประกอบด้วยเครื่องสอดหนังสือพิมพ์ 4 เครื่อง ระบบสายพานส่งหนังสือพิมพ์จากแท่นพิมพ์มายังเครื่องหีบห่อเครื่องมัด และเครื่องห่อ

2.3.3 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่สำคัญที่ใช้ในการผลิตคือกระดาษหนังสือพิมพ์ เพลต และหมึกพิมพ์ ซึ่งบริษัทสั่งซื้อจากในประเทศ โดยผ่านตัวแทนภายในประเทศทั้งหมด

กระดาษหนังสือพิมพ์ที่บริษัทใช้เป็นกระดาษรีไซเคิล และหมึกพิมพ์เป็นประเภทที่ผลิตจาก vegetable oil

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-- ไม่มี --

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบางกอกโฟสต์

3.1.1 ความเสี่ยงจากภาวะอุตสาหกรรมโฆษณา

รายได้หลักของกลุ่มบางกอกโฟสต์มาจากค่าโฆษณา ในขณะที่โครงสร้างต้นทุนส่วนใหญ่เป็นต้นทุนคงที่ ผลการดำเนินงาน จึงขึ้นอยู่กับภาวะอุตสาหกรรมโฆษณา ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณามักจะผันแปรไปตามภาวะเศรษฐกิจ เช่น หากภาวะเศรษฐกิจมีแนวโน้มขยายตัว จะส่งผลให้การใช้งบโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มากขึ้น และหากเป็นภาวะที่เศรษฐกิจชะลอตัว จะส่งผลให้การโฆษณาลดลงเช่นกัน

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

3.1.2 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภค

พัฒนาการทางเทคโนโลยีในการกระจายเสียงและออกอากาศ รวมถึงการสื่อสารแบบไร้สายและเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้มีการนำเสนอข่าวสารข้อมูลผ่านสื่อได้หลากหลายมากขึ้น ผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารมีทางเลือกในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้นมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องเสียเงินเพื่อซื้อหาข้อมูลข่าวสารอีกต่อไป เรื่องดังกล่าวมีผลกระทบในทางลบต่อการจำหน่ายสิ่งพิมพ์เป็นอย่างมาก จึงต้องพัฒนาการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ เพิ่มเติมจากสื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งเป็นธุรกิจหลักอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารและผู้ซื้อสื่อโฆษณา

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว กลุ่มบางกอกโฟสต์ได้พัฒนาช่องทางการสื่อสารเนื้อหาใหม่ทางดิจิทัลขึ้นอีก 4 ช่องทาง เพื่อให้สามารถส่งคอนเทนต์ที่เป็นหัวใจไปสู่กลุ่มเป้าหมายมากขึ้น พร้อมกับปรับเปลี่ยนวิธีการโฆษณาที่หลากหลาย อันเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่าที่สุด

3.1.3 ความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบและการผันผวนของราคาวัตถุดิบ

กลุ่มบางกอกโฟสต์ประกอบธุรกิจทางด้านสิ่งพิมพ์ กระดาษจึงเป็นวัตถุดิบหลักอย่างหนึ่งของธุรกิจ โดยมีสัดส่วนต้นทุนกระดาษอยู่ที่ประมาณ 10% ของต้นทุนขายและบริการ ซึ่งมักจะมีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านปริมาณตลอดจนราคาตามอุปสงค์และอุปทานของตลาดโลก แต่กลุ่มบางกอกโฟสต์ได้มีการติดตามและวางแผนการจัดซื้อล่วงหน้า และเก็บกระดาษหนังสือพิมพ์ในปริมาณที่คาดว่าจะเพียงพอต่อการผลิต รวมทั้งได้สั่งซื้อจากแหล่งผลิตในประเทศมากขึ้น

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว กลุ่มบางกอกโฟสต์ยังมีนโยบายควบคุมต้นทุนการใช้กระดาษอย่างเคร่งครัด เช่น การควบคุมประสิทธิภาพในการผลิตให้มีต้นทุนของเสียน้อยที่สุด รวมทั้งการบริหารการจัดจำหน่ายเพื่อลดปริมาณหนังสือคืน

3.1.4 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยในตลาดการเงิน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและกระแสเงินสด เนื่องจากกลุ่มบางกอกโฟสต์มีเงินกู้ยืมระยะสั้น และเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 จำนวน 1,300.64 ล้านบาท

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว กลุ่มบางกอกโฟสต์จึงมีการติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจ ภาวะตลาดเงิน และตลาดทุน และทิศทางอัตราดอกเบี้ยที่อาจเป็นสาเหตุของปัจจัยความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย ซึ่งจะมีการวัดความเสี่ยงเป็นประจำ เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อยมีความเสี่ยงอยู่ในขอบเขตที่สามารถยอมรับได้

3.1.5 ความเสี่ยงจากการรับชำระหนี้จากลูกหนี้การค้า

กลุ่มบางกอกโฟสต์มีความเสี่ยงในการรับชำระหนี้จากลูกหนี้การค้า โดยเฉพาะหนี้ที่มีระยะเวลาการค้างชำระนาน ๆ โดยในปี 2561 บริษัทมีระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยเท่ากับ 115 วัน

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว จึงกำหนดให้มีนโยบายและวิธีการในการควบคุมการขายเชื่อและเครดิตเทอมอย่างเคร่งครัด มีการปรับเปลี่ยนนโยบายการจ่ายคอมมิชชั่นใหม่ให้สอดคล้องกับการรับชำระหนี้ คาดว่าจะไม่ได้รับความเสียหายที่เป็นสาระสำคัญจากการรับชำระหนี้ของลูกหนี้ นอกเหนือจากจำนวนที่ได้บันทึกไว้ในบัญชีค่าเผื่อนี้สูญไว้แล้ว นอกจากนี้ การขายของกลุ่มบางกอกโฟสต์ไม่มีการกระจุกตัว เนื่องจากมีฐานลูกค้าที่หลากหลายและมีจำนวนมาก

3.1.6 ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน

กลุ่มบางกอกโฟสต์มีการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ซึ่งดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ ซึ่งแตกต่างจากธุรกิจสิ่งพิมพ์ จึงมีความเสี่ยงที่อาจจะไม่ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว กลุ่มบางกอกโฟสต์จึงจัดให้มีการติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม โดยวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน และเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ และรายงานต่อฝ่ายบริหารและคณะกรรมการบริษัทตามระยะเวลาที่กำหนด เพื่อดำเนินการปรับปรุงแก้ไขผลประโยชน์อย่างต่อเนื่อง โดยมีนโยบายการพิจารณามูลค่ายุติธรรมของเงินลงทุนเมื่อมีข้อบ่งชี้การด้อยค่าสำหรับรอบระยะเวลาสิ้นปีอย่างต่อเนื่อง

3.1.7 ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติและความไม่สงบอันเนื่องมาจากการชุมนุมทางการเมือง

ประเทศไทยเคยเผชิญปัญหาอุทกภัยร้ายแรงและความไม่สงบอันเนื่องมาจากการชุมนุมทางการเมือง ในหลายปีที่ผ่านมา เหตุการณ์ดังกล่าวมีผลกระทบในทางลบต่อยอดขายโฆษณา ไม่ว่าจะเป็นการขายโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์หรือในสื่อโทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต หากเกิดเหตุดังกล่าวขึ้นอีกในอนาคต ก็จะทำให้เกิดความชะงักงันในการใช้จ่ายโฆษณาของลูกค้าของกลุ่มบางกอกโฟสต์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว จึงมีการติดตามสถานการณ์และต้องออกมาตรการเร่งด่วนเพื่อบรรเทาความเสียหายเมื่อมีภาวะดังกล่าวเกิดขึ้น

3.1.8 ความเสี่ยงด้านการพัฒนาและรักษาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและความสามารถ

บุคลากรเป็นปัจจัยหลักในการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ กลุ่มบางกอกโฟสต์ได้ใช้จ่ายลงทุนพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการทำงาน อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของสื่อใหม่ ๆ ทำให้เกิดปัญหาการรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ

เพื่อเป็นการควบคุมความเสี่ยงที่เกิดขึ้น จึงจัดให้มีการสื่อสาร การฝึกอบรมพัฒนาในทุกระดับ เพื่อให้ทันต่อภาวะการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ และเสริมทักษะใหม่ ๆ ให้กับพนักงานเพื่อให้ทันกับภาวะการณ์ที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้ ยังมีการสรรหาพนักงานใหม่ที่มีคุณภาพมาทดแทนในส่วนที่มีความจำเป็น เพื่อรักษาคุณภาพสินค้าของบริษัท

3.2 ความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

ความเสี่ยงจากการที่ขาดทุนสะสมจำนวนมาก อาจไม่สามารถจ่ายเงินปันผลได้ในอนาคตอันใกล้

ในงวดบัญชีปี 2561 กลุ่มบางกอกโฟสต์มีผลการดำเนินงานขาดทุนสุทธิจำนวน (167.65) ล้านบาท ซึ่งเป็นการดำเนินงานขาดทุนสุทธิต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 และมีผลการดำเนินงานขาดทุนสะสม ณ สิ้นปี 2561 เป็นจำนวน (935.32) ล้านบาท การที่กลุ่มบางกอกโฟสต์มีขาดทุนสะสมจำนวนมากในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา นั้น เนื่องจากประสบการณ์แข่งขันที่ค่อนข้างสูง ทำให้ยอดขายและอัตราส่วนกำไรสุทธิลดลงอย่างต่อเนื่อง การที่มีขาดทุนสะสมจำนวนมากดังกล่าว ทำให้กลุ่มบางกอกโฟสต์ไม่สามารถจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นได้ตามกฎหมาย และผู้ถือหุ้นมีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับเงินปันผลตามนโยบายการจ่ายเงินปันผลที่กำหนดไว้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินหลักที่บริษัทและบริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจ

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน - ที่ตั้งอาคารสำนักงานใหญ่ เขตคลองเตย กรุงเทพฯ รวมเนื้อที่ 7 ไร่ 64 ตารางวา	บริษัทเป็นเจ้าของ	859	
2. อาคารสำนักงาน - อาคารบางกอกโฟสต์ ตั้งอยู่เลขที่ 136 ถนนสุนทรโกษา แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ ประกอบด้วยอาคาร สำนักงาน 8 ชั้น อาคารสำนักพิมพ์ อาคาร บริการ และอาคารจอดรถ พื้นที่ใช้สอยรวม 35,480 ตารางเมตร	บริษัทเป็นเจ้าของ	581	
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 ที่กัลปพฤกษ์ ทางเข้าออกรถ และ อาคารเก็บ กระดาษ พื้นที่ใช้สอยรวม 9,040 ตารางเมตร	ติดจำนอง	317	ติดภาระจำนอง (1)

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 (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	954	

(1) ที่ดินและอาคารโรงพิมพ์ 2 หลัง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ หลัง ติดภาระจำนองกับสถาบันการเงิน มูลค่าวงเงิน 490 ล้านบาท

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ประกอบด้วย

บริษัท	ประเภทกิจการ	ทุนที่เรียก ชำระแล้ว (ล้านบาท)	ร้อยละ ของ จำนวนหุ้น ที่มีสิทธิ ออกเสียง	มูลค่าเงิน ลงทุนสุทธิ* (ล้านบาท)
1. บจ. โพสต์ ทีวี (ถือหุ้นโดยบจ. โพสต์ โฮลดิ้ง 100%)	ผลิตรายการโทรทัศน์ (หยุดดำเนินการธุรกิจหลัก)	25.00	100.00	-
2. บจ. โพสต์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล มีเดีย	ผลิตนิตยสาร Elle, Elle Men, Science Illustrated, และ Forbes	25.00	100.00	91.61
3. บจ. โพสต์-ไอเอ็ม พลัส (ถือหุ้นโดย บจ.โพสต์ อินเทอร์เน็ตเนชั่น แนล มีเดีย 51%)	ผลิตนิตยสาร (หยุดดำเนินการธุรกิจหลัก)	50.00	100.00	0.002
4. บจ.บางกอก โพสต์-บาวเออร์ มีเดีย (ถือหุ้นโดย บจ.โพสต์ อินเทอร์เน็ตเนชั่น แนล มีเดีย 70%)	ผลิตนิตยสาร Cleo	16.40	70.00	10.12
5. บจ. แฟลช นิวส์	ผลิตรายการวิทยุ (หยุดดำเนินการธุรกิจหลัก)	23.00	40.00	-
6. บจ.โพสต์ นิวส์	ผลิตรายการข่าว (อยู่ระหว่างชำระบัญชี)	10.00	51.00	-
7. บจ.โพสต์ นิว มีเดีย	ลงทุน (หยุดดำเนินการธุรกิจหลัก)	25.00	100.00	-
8. บจ. โพสต์ โฮลดิ้ง (ถือหุ้นโดย บจ.โพสต์ นิว มีเดีย 100%)	ลงทุน (หยุดดำเนินการธุรกิจหลัก)	25.00	100.00	-
9. บจ.มัชรูม กรู๊ป	ผลิตรายการโทรทัศน์	80.00	51.00	114.86

* มูลค่าเงินลงทุนสุทธิ รวมถึง ราคาทุนของเงินลงทุนหลังหักค่าเพื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่า

4.3 ราคาประเมินทรัพย์สิน

วันที่ 28 กันยายน 2561 บริษัทได้จัดให้มีการประเมินที่ดินใหม่ โดยว่าจ้าง บริษัท ไนท์แฟรงค์ ชาร์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สินอิสระในตลาดทุนที่อยู่ในรายชื่อที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ให้ความเห็นชอบโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ทราบมูลค่าตลาด (Market Value) ในลักษณะกรรมสิทธิ์สมบูรณ์ตามสภาพปัจจุบัน บริษัทประเมินได้ใช้วิธีเปรียบเทียบกับข้อมูลตลาด (Comparable Method) เป็นเกณฑ์ในการประเมิน

ที่ดินของบริษัทที่มีการประเมินใหม่ ประกอบด้วย ที่ดินของบริษัทจำนวน 2 แปลง ได้แก่

- ที่ตั้งอาคารสำนักงานใหญ่ เขตคลองเตย กรุงเทพฯ เนื้อที่ดินรวมตามเอกสารสิทธิ์ 7 ไร่ 64 ตารางวา ซึ่งมีราคาประเมินใหม่ ตารางวาละ 300,000 บาท หรือ คิดเป็นมูลค่าตามราคาประเมินใหม่ 859 ล้านบาท
- ที่ตั้งศูนย์การพิมพ์และจัดจำหน่าย อำเภอบางพลี สมุทรปราการ เนื้อที่ดินรวมตามเอกสารสิทธิ์ 19 ไร่ 1 งาน 40 ตารางวา ซึ่งมีราคาประเมินใหม่ ตารางวาละ 33,750 บาท หรือ คิดเป็นมูลค่าตามราคาประเมินใหม่ 261 ล้านบาท

4.3.1 มูลค่าสินทรัพย์สุทธิที่ปรับด้วยราคาประเมิน

ราคาตามบัญชีของสินทรัพย์สุทธิที่ปรับด้วยราคาประเมิน ณ 31 ธ.ค. 2561 = 2,283,982,290 บาท

4.3.2 มูลค่าสินทรัพย์หลังจากหักภาระผูกพัน

ราคาตามบัญชีของสินทรัพย์สุทธิหลังจากหักภาระผูกพัน ณ 31 ธ.ค. 2561 = 1,669,037,170 บาท

4.3.3 มูลค่าสินทรัพย์ต่อหุ้น

ราคาตามบัญชีของสินทรัพย์รวม ณ 31 ธ.ค. 2561 = 4.57 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 อีกทั้งผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือในนามของสำนักพิมพ์โพสต์ 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	ผลิตและจำหน่ายหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือ รวมถึงข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทาง multimedia อาทิ โทรศัพท์ วิทยุ และ digital media
เลขทะเบียนบริษัท	0107536001583 (เลขทะเบียนเดิม บมจ. 232)
โทรศัพท์	026164000
โทรสาร	026719694
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
ร้อยละของจำนวนหุ้นที่ถือทั้งทางตรงและทางอ้อม	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	026719694
Home Page	www.youtube.com/posttvofficial
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	026719694
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	026719694
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	026934777
โทรสาร	026933298
Home Page	--
ทุนจดทะเบียน	25,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 250,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
ร้อยละของจำนวนหุ้นที่ถือทั้งทางตรงและทางอ้อม	40

● บริษัท มัชรูม กรุ๊ป จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	23/104 อาร์.ซี.เอ. บล็อก จี ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระราม 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
ประเภทธุรกิจ	ผลิตคอนเทนเนอร์และรายการโทรทัศน์
เลขทะเบียนบริษัท	0105547126861
โทรศัพท์	022031186-7
โทรสาร	026414338
Home Page	www.mushroomgroup.co.th
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 อาคารเลครัชดา ออฟฟิศคอมเพล็กซ์ เลขที่ 193/136-137 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 022640777 โทรสาร 022640789-90
ที่ปรึกษาทางกฎหมาย	บริษัท วิกเคอรี แอนด์ วรชัย จำกัด ชั้น 16 อาคาร จีพีเอฟ วิทยุทาวเวอร์ เอ เลขที่ 93/1 ถนนวิทยุ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทรศัพท์ 022566311, 026509691 โทรสาร 022566317