

## ส่วนที่ 1

### การประกอบธุรกิจ

#### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

##### 1.1 วิสัยทัศน์, ปณิธาน และ คุณค่าขององค์กร ในการดำเนินงานของบริษัท

- **วิสัยทัศน์** : ผสานสื่อที่หลากหลายเพื่อเข้าถึงทุกครัวเรือน
- **ปณิธาน** : ให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง และสร้างแรงบันดาลใจด้วยความน่าเชื่อถือ  
ทันเหตุการณ์อย่างสร้างสรรค์
- **คุณค่าขององค์กร**

<b>Credibility</b>	: ความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจ ทั้งการรายงานข่าวสารและการประกอบธุรกิจ
<b>Integrity</b>	: ซื่อสัตย์ต่อมาตรฐานวิชาชีพ เคารพต่อ จรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจ
<b>Synergy</b>	: ตระหนักในคุณค่าของการผสานสื่ออันหลากหลาย และประสานความร่วมมือกับกลุ่มต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดของลูกค้า ผู้ถือหุ้นและพนักงาน
<b>Customer Focus</b>	: ให้บริการเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า
<b>Innovation</b>	: ความคิดสร้างสรรค์ ในสิ่งที่แตกต่าง ทั้งในด้านสินค้า การตลาด การขาย การให้บริการ และระบบการบริหาร

##### 1.2 ประวัติและความเป็นมาของบริษัท

บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งเป็นบริษัทจำกัด ภายใต้ชื่อ “บริษัท บิสดิเนสรีวิว จำกัด” ในปี 2519 ด้วยทุนจดทะเบียน 500,000 บาท เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายหนังสือพิมพ์ธุรกิจฉบับภาษาอังกฤษ “The Nation” ต่อมาในปี 2531 บริษัทฯ ได้เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท เนชั่น พับลิชชิ่ง กรุ๊ป จำกัด” และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากนั้นได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ในปี 2536 และเปลี่ยนชื่อ บริษัทฯ เป็น “บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)” ในปี 2539 โดยทุนจดทะเบียน 31 ธันวาคม 2558 เท่ากับ 2,663,572,194.95 บาท ทุนเรียกชำระแล้ว 2,155,848,808.86 บาท

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญด้านเงินทุน การบริหารงาน และการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ในระยะเวลา 3 ปี (ปี 2556 - ปี 2558) มีรายละเอียดดังนี้

**ลักษณะการประกอบธุรกิจ :** ประกอบด้วย 8 สายธุรกิจ ดังนี้

**1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย**

เป็นผู้ผลิต “หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ” ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย รวมทั้งดำเนินธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ เช่น เว็บไซต์ข่าว งานอบรมสัมมนา กิจกรรมพิเศษ บริการข่าวสั้นทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดำเนินงานโดยบริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM)

**2. สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย**

ผลิตหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และเนชั่นสุดสัปดาห์ ดำเนินงานโดยบริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM)

**3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ**

ผลิตหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น ธุรกิจอบรมสัมมนา และทักษะการสื่อสาร ดำเนินงานโดยบริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN)

**4. สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง**

● บริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสต์ติ้ง จำกัด (BBB)

เป็นบริษัทย่อยของ NMG เป็นเจ้าของ ช่องทีวีดิจิทัล ประเภท หมดหมูทั่วไปแบบความคมชัดปกติภายใต้ชื่อ NOW (ช่อง 26) มุ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต และการทำงานสำหรับคนรุ่นใหม่ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ทุน การลงทุน การสร้างแรงบันดาลใจสู่ความสำเร็จ และรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เช่น วัฒนธรรม กีฬา สิ่งแวดล้อม ครอบครัว และอื่นๆ เพื่อตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของเมือง

● บริษัท เนชั่น บรอดแคสต์ติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC)

เป็นผู้ก่อตั้งและบริหารงานสถานีที่โทรทัศน์อย่างครบวงจรทั้งการดำเนินการผลิต การจัดหารายการ และการขาย เวลาในด้านสายงานข่าวสาร สารบันเทิง ผลิตรายการวิทยุ New Media และ มีบริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด (บริษัทย่อยของ NBC) เป็นเจ้าของช่องทีวีดิจิทัล ประเภทหมดหมูข่าวสารและสาระ (SD) ภายใต้ชื่อ Nation TV (ช่อง 22)

**5. สายธุรกิจเอดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศ**

ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและการศึกษา ผลิตหนังสือเล่มในนามสำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์ เนชั่นจูเนียร์ ตัวแทนขายโฆษณาและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ผลิตรายการทีวีทางสถานีทีวีดิจิทัลต่างๆ ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE)

**6. สายธุรกิจด้านการพิมพ์**

เป็นผู้ให้บริการงานพิมพ์ทุกประเภท อย่างครบวงจรแก่กลุ่มบริษัท และลูกค้าภายนอกทั่วไป ดำเนินงานโดยบริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS)

## 7. สายธุรกิจด้านการขนส่ง

เป็นผู้ให้บริการขนส่งสิ่งพิมพ์ และสินค้าทุกประเภทแก่กลุ่มบริษัท และลูกค้าภายนอกทั่วไป ดำเนินงานโดย บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด (NML)

## 8. สายธุรกิจการศึกษา

ดำเนินธุรกิจด้านการศึกษา โดยเป็นผู้บริหารและดำเนินการมหาวิทยาลัยเนชั่น เปิดสอนหลักสูตรปริญญาตรีและปริญญาโท โดยมี 2 วิทยาเขต คือ วิทยาเขตกรุงเทพ และ วิทยาเขตลำปาง ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น ยู จำกัด (NU) (บริษัท ย่อยของ NMG)

### 1.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการบริหารงานในระยะเวลา 3 ปี ดังนี้

#### ด้านเงินทุนของบริษัท

ปี 2556	<ul style="list-style-type: none"> <li>เดือนเมษายน 2556 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของ NMG เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2556 ได้มีมติดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>อนุมัติการออก และเสนอขายใบสำคัญสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนโดยไม่คิดมูลค่า จำนวนไม่เกิน 1,647,740,300 หน่วย ในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 1 หุ้น ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ โดยใบสำคัญสิทธิมีอายุ 5 ปี นับแต่วันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิ</li> <li>อนุมัติการออก และเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ ให้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย (ESOP) โดยไม่คิดมูลค่า จำนวนไม่เกิน 82,387,015 หน่วย ในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 1 หุ้น ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ โดยใบสำคัญแสดงสิทธิมีอายุ 5 ปี นับแต่วันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิ</li> <li>อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจาก 873.30 ล้านบาท เป็น 2,663.57 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญจำนวนไม่เกิน 3,377,867,615 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.53 บาท เพื่อรองรับการเพิ่มทุนและการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิดังกล่าวข้างต้น</li> </ul> </li> <li>เดือนพฤษภาคม 2556 <ul style="list-style-type: none"> <li>NMG เพิ่มทุนจดทะเบียน โดยการออกหุ้นสามัญจำนวนไม่เกิน 3,377,867,615 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.53 บาท เพื่อรองรับการเสนอขายหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม ในอัตราส่วน 1 หุ้นสามัญเดิม ต่อ 1 หุ้นสามัญใหม่ ทำให้ทุนจดทะเบียนเพิ่มจาก 873.30 ล้านบาท เป็น 2,663.57 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 5,025,607,917 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.53 บาท เป็นทุนจดทะเบียน 2,663.57 ล้านบาท</li> <li>NBC (บริษัทย่อย NMG ถือหุ้นร้อยละ 64 ) เพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัท โดยการออกหุ้นสามัญจำนวนไม่เกิน 541,843,962 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อรองรับการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุน และการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ ทำให้ทุนจดทะเบียน</li> </ul> </li> </ul>
---------	---

	<p>เพิ่มจาก 178.50 ล้านบาท เป็น 720.34 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 720,343,962 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เป็นทุนจดทะเบียน 720.34 ล้านบาท</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• NINE (บริษัทชื่อย่อ NMG ถือหุ้นร้อยละ 83.76) เพิ่มทุนจดทะเบียนโดยการออกหุ้นสามัญ จำนวนไม่เกิน 174,250,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อรองรับการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุน และการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ ทำให้ทุนจดทะเบียนเพิ่มจาก 85 ล้านบาท เป็น 259.25 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 259,250,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เป็นทุนจดทะเบียน 259.25 ล้านบาท</li> <li>• เดือนมิถุนายน 2556 <ul style="list-style-type: none"> <li>• NMG เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทในอัตรา 1 หุ้นเดิมต่อ 1 หุ้นใหม่ ราคาหุ้นละ 1 บาท จำนวน 1,647,740,300 หุ้น เป็นจำนวนเงินรวม 1,647.74 ล้านบาท</li> <li>• NMG ออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน NMG-W3 จำนวน 1,647,740,300 หน่วย อายุ 5 ปี โดยไม่คิดค่าตอบแทนในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 1 หุ้น ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ หุ้นละ 1 บาท</li> </ul> </li> <li>• เดือนกรกฎาคม 2556 <ul style="list-style-type: none"> <li>• NBC บริษัทชื่อย่อเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทในอัตรา 1 หุ้นเดิมต่อ 2 หุ้นใหม่ ราคาหุ้นละ 3 บาท จำนวน 353,740,000 หุ้น เป็นจำนวนเงินรวม 1,061.22 ล้านบาท</li> </ul> <p>ทั้งนี้ NMG ได้รับสิทธิ์ซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ NBC ในอัตราส่วนหุ้นสามัญ เดิม 1 หุ้น ต่อ 2 หุ้นใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 233,761,522 หุ้น ในราคาหุ้นละ 3 บาท เป็นเงิน 701.28 ล้านบาท ทำให้สัดส่วนการลงทุนของ NMG ใน NBC เพิ่มจากร้อยละ 59.91 เป็นร้อยละ 64 และในระหว่างไตรมาส 4 ปี 2556 NMG ได้ลงทุนในหุ้นสามัญของ NBC เพิ่มเติม เป็น 39,734,900 หุ้น เป็นเงินรวม 169.58 ล้านบาท ทำให้สัดส่วนการลงทุนใน NBC เพิ่มขึ้น จากร้อยละ 64 เป็นร้อยละ 71.30</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• NBC (บริษัทชื่อย่อ) ได้มีการออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน NBC-W1 จำนวน 176,869,946 หน่วย อายุ 5 ปี โดยไม่คิดค่าตอบแทนในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 2 หุ้น ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ ราคาการใช้สิทธิ หุ้นละ 3 บาท</li> <li>• NINE (บริษัทชื่อย่อ) เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทในอัตรา 1 หุ้นเดิมต่อ 1 หุ้นใหม่ ราคาหุ้นละ 4 บาท จำนวน 85 ล้านหุ้น เป็นเงิน 340 ล้านบาท</li> </ul> <p>ทั้งนี้ NMG ได้รับสิทธิ์ซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ NINE ในอัตราส่วนหุ้นสามัญ เดิม 1 หุ้น ต่อ 1 หุ้นใหม่ จำนวน 75,733,411 หุ้น ในราคาหุ้นละ 4 บาท เป็นเงิน 302.93 ล้านบาท</p> </li> </ul>
--	--

	<p>ทำให้สัดส่วนการลงทุนของบริษัทใน NINE เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 78.46 เป็นร้อยละ 83.76</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● NINE (บริษัทย่อย) ออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน NINE-W1 จำนวน 85,000,000 หน่วย อายุ 5 ปี โดยไม่คิดค่าตอบแทนในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 1 หุ้น ต่อ 1 หน่วย ใบสำคัญแสดงสิทธิ ราคาการใช้สิทธิ หุ้นละ 4 บาท</li> <li>● เดือนสิงหาคม 2556 <ul style="list-style-type: none"> <li>● NINE (บริษัทย่อย) ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อ บริษัท ไนน์ บี ไพร์ท จำกัด ทุนจดทะเบียนและทุนเรียกชำระแล้ว 1 ล้านบาท ประกอบธุรกิจสถาบันกวดวิชาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความรู้วิชาทุกแขนง</li> <li>● NMG ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัท และ/หรือ บริษัทย่อย (ESOP) จำนวน 82,387,015 หน่วย ชนิดไม่มีมูลค่า อายุ 5 ปี อัตราการใช้สิทธิ ใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วยต่อหุ้นสามัญ 1 หุ้น ราคาในการใช้สิทธิ 1 บาท ต่อ 1 หุ้นสามัญ</li> <li>● NBC (บริษัทย่อย) ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัท และ/หรือ บริษัทย่อย (ESOP) จำนวน 8,798,905 หน่วย ชนิดไม่มีมูลค่า อายุ 5 ปี อัตราการใช้สิทธิ ใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วยต่อหุ้นสามัญ 1 หุ้น ราคาในการใช้สิทธิ 3 บาท ต่อ 1 หุ้นสามัญ</li> <li>● NINE (บริษัทย่อย) ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัท และ/หรือ บริษัทย่อย (ESOP) จำนวน 4,250,000 หน่วย ชนิดไม่มีมูลค่า อายุ 5 ปี อัตราการใช้สิทธิ ใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วยต่อหุ้นสามัญ 1 หุ้น ราคาในการใช้สิทธิ 4 บาท ต่อ 1 หุ้นสามัญ</li> </ul> </li> <li>● เดือนพฤศจิกายน 2556 <ul style="list-style-type: none"> <li>● NMG มีมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทให้จัดตั้งบริษัทร่วมทุน กับ บริษัท อีเลฟเวน มีเดีย กรุ๊ป จำกัด ในประเทศพม่า ภายใต้อิทธิพล บริษัท อีเลฟเวน-เนชั่น มีเดีย จำกัด (NMG ถือหุ้น 49%) มีทุนจดทะเบียน 40 ล้านบาท</li> <li>● กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัท และ/หรือ บริษัทย่อย มีการใช้สิทธิซื้อหุ้นตามใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งที่ 1 ในเดือนพฤศจิกายน 2556 ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>- กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NMG ได้ใช้สิทธิรวม 6,639,400 หน่วย ในราคาหุ้นละ 1 บาท เป็นเงิน 6.64 ล้านบาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 75,747,615 หน่วย</li> <li>- กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NBC ได้ใช้สิทธิรวม 1,195,800 หน่วย</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
--	---

	<p>ในราคาหุ้นละ 3 บาท เป็นเงิน 3.59 ล้านบาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 7,603,105 หน่วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NINE ได้ใช้สิทธิรวม 7,000 หน่วย ในราคาหุ้นละ 4 บาท เป็นเงิน 28,000 บาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 4,243,000 หน่วย</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>● เดือนธันวาคม 2556 <ul style="list-style-type: none"> <li>● ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิของบริษัทและบริษัทย่อย มีการใช้สิทธิครั้งที่ 1 ในช่วงวันที่ 4 - 12 ธันวาคม 2556 ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ NMG (NMG-W3) ใช้สิทธิรวม 1,881,570 หน่วย ในราคาหุ้นละ 1 บาท เป็นเงิน 1.88 ล้านบาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (NMG-W3) คงเหลือ 1,645,858,730 หน่วย</li> <li>- ผู้ถือใบสำคัญสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ NBC (NBC-W1) ใช้สิทธิรวม 9,481 หน่วย ในราคาหุ้นละ 3 บาท เป็นเงิน 28,443 บาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (NBC-W1) คงเหลือ 176,860,465 หน่วย</li> <li>- ผู้ถือใบสำคัญสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ NINE (NINE-W1) ใช้สิทธิรวม 41,386 หน่วย ในราคาหุ้นละ 4 บาท เป็นเงิน 0.16 ล้านบาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (NINE-W1) คงเหลือ 84,958,614 หน่วย</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
ปี 2557	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เดือนกุมภาพันธ์ 2557 <ul style="list-style-type: none"> <li>● BBB (บริษัทย่อย) ผู้ชนะการประมูล ที่วีดิจิตอล ในหมวดหมู่ทั่วไปทั่วไปแบบความคมชัดปกติ ในราคาประมูลรวม 2,200 ล้านบาท ได้ชำระเงินค่าธรรมเนียมใบอนุญาตงวดที่หนึ่ง รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 334 ล้านบาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและสุทธิจากเงินประกันการประมูลจำนวน 38 ล้านบาท) และได้วางหนังสือค้ำประกันจากสถาบันการเงินเพื่อค้ำประกันการชำระเงินค่าธรรมเนียมส่วนที่เหลือ จำนวน 1,828 ล้านบาท ให้กับ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (“กสทช.”) เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2557</li> <li>● NNV (บริษัทย่อย) ผู้ชนะการประมูล ที่วีดิจิตอล ในหมวดหมู่ข่าวสารและสาระแบบความคมชัดปกติ ในราคาประมูลรวม 1,338 ล้านบาท ได้ชำระเงินค่าธรรมเนียมใบอนุญาตงวดที่หนึ่ง รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 199.80 ล้านบาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและสุทธิจากเงินประกันการประมูลจำนวน 22 ล้านบาท) และได้วางหนังสือค้ำประกันจากสถาบันการเงินเพื่อค้ำประกันการชำระเงินค่าธรรมเนียมส่วนที่เหลือ จำนวน 1,116.20 ล้านบาท ให้กับ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (“กสทช.”) เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2557</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เดือนพฤษภาคม 2557 <ul style="list-style-type: none"> <li>● กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัท และ/หรือ บริษัทย่อย มีการใช้สิทธิซื้อหุ้นตามใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งที่ 2 ในเดือนพฤษภาคม 2557 ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>- กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NMG ได้ใช้สิทธิรวม 199,00 หน่วย ในราคาหุ้นละ 1 บาท เป็นเงิน 0.19 ล้านบาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 75,548,615 หน่วย</li> <li>- กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NBC ได้ใช้สิทธิรวม 10,000 หน่วย ในราคาหุ้นละ 3 บาท เป็นเงิน 0.03 ล้านบาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 7,593,105 หน่วย</li> <li>- กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NINE ไม่มีการใช้สิทธิ โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 4,243,000 หน่วย</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>● เดือนมิถุนายน 2557 <ul style="list-style-type: none"> <li>● ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิของบริษัทและบริษัทย่อย มีการใช้สิทธิครั้งที่ 2 ในเดือนมิถุนายน 2557 ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ NMG (NMG-W3) ใช้สิทธิรวม 38,287 หน่วย ในราคาหุ้นละ 1 บาท เป็นเงิน 0.04 ล้านบาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (NMG-W3) คงเหลือ 1,645,820,443 หน่วย</li> <li>- ผู้ถือใบสำคัญสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ NBC (NBC-W1) ไม่มีการใช้สิทธิ โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (NBC-W1) คงเหลือ 176,860,465 หน่วย</li> </ul> </li> <li>● ผู้ถือใบสำคัญสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ NINE (NINE-W1) ไม่มีการใช้สิทธิ โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (NINE-W1) คงเหลือ 84,958,614 หน่วย</li> </ul> </li> <li>● NMG ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2557 วันที่ 6 มิถุนายน 2557 มีมติอนุมัติการปรับโครงสร้างการถือหุ้นใน บริษัท แบงคอก บิสซิเนส พรอดแคสติ้ง จำกัด (BBB) ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทหมวดหมู่ทั่วไปแบบความชัดปกติ จากเดิมที่ NMG ถือหุ้นทางอ้อมผ่าน บริษัท กรุงเทพมหานคร มีเดีย จำกัด (KTM) ร้อยละ 99.99 มาเป็น ถือโดยตรงร้อยละ 99.80 โดยลงทุนในหุ้นเพิ่มทุน ดังนี้ <p>เดิม 1 ล้านบาท แบ่งเป็น 10,000 หุ้น หุ้นละ 10 บาท</p> <p>ใหม่ 500 ล้านบาท แบ่งเป็น 50,000,000 หุ้น หุ้นละ 10 บาท</p> <p>โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ และลงทุนในธุรกิจที่วิจิตร</p> </li> </ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>NBC</b> ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2557 วันที่ 6 มิถุนายน 2557 มีมติอนุมัติให้ลงทุนในหุ้นเพิ่มทุน ในบริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์วิชั่น จำกัด (NNV) ที่ NBC ถือหุ้นร้อยละ 99.90 โดย NNV ได้รับอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลประเภท หมดหม่ข่าวสารและสาระ แบบความชัดปกติ โดยลงทุนในหุ้นเพิ่มทุน ดังนี้  เดิม 1 ล้านบาท แบ่งเป็น 10,000 หุ้น หุ้นละ 10 บาท  ใหม่ 300 ล้านบาท แบ่งเป็น 30,000,000 หุ้น หุ้นละ 10 บาท  โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ และลงทุนในธุรกิจทีวีดิจิตอล</li> <li>● เดือนพฤศจิกายน 2557 <ul style="list-style-type: none"> <li>● กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัท และ/หรือ บริษัทย่อย มีการใช้สิทธิซื้อหุ้นตามใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งที่ 3 ในเดือนพฤศจิกายน 2557 ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>- กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NMG ได้ใช้สิทธิรวม 9,955,400 หน่วย ในราคาหุ้นละ 1 บาท เป็นเงิน 9.95 ล้านบาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 65,593,215 หน่วย</li> <li>- กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NBC ได้ใช้สิทธิรวม 285,200 หน่วย ในราคาหุ้นละ 3 บาท เป็นเงิน 0.86 ล้านบาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 7,307,905 หน่วย</li> <li>- กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NINE ไม่มีการใช้สิทธิ โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 4,243,000 หน่วย</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>● เดือนธันวาคม 2557 <ul style="list-style-type: none"> <li>● ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิของบริษัทและบริษัทย่อย มีการใช้สิทธิครั้งที่ 3 ในเดือนธันวาคม 2557 ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ NMG (NMG-W3) ใช้สิทธิรวม 2,150,981 หน่วย ในราคาหุ้นละ 1 บาท เป็นเงิน 2.15 ล้านบาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (NMG-W3) คงเหลือ 1,643,669,462 หน่วย</li> <li>- ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ NBC (NBC-W1) ไม่มีการใช้สิทธิ โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (NBC-W1) คงเหลือ 176,860,465 หน่วย</li> </ul> </li> <li>● ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ NINE (NINE-W1) ไม่มีการใช้สิทธิ โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (NINE-W1) คงเหลือ 84,958,614 หน่วย</li> <li>● NINE คณะกรรมการบริษัท มีมติอนุมัติซื้อเงินลงทุนในบริษัทย่อย คือ บจก. เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ (NEE) จากผู้ร่วมทุนที่เป็นผู้ถือหุ้นเดิม คือ บริษัท เอ็กมอนท์</li> </ul> </li> </ul>
--	--



	<p>อินเตอร์เนชั่นแนลโฮลดิ้ง เอ/เอส จำนวน 24,900 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 49.00 ในจำนวนเงิน 10 ล้านบาท ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของ NINE ใน NEE จากเดิมร้อยละ 49.99 เปลี่ยนเป็น ร้อยละ 98.99 และ NEE ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เนชั่น โกบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NGE)</p>
ปี 2558	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เดือนพฤษภาคม 2558 <ul style="list-style-type: none"> <li>● กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัท และ/หรือ บริษัทย่อย มีการใช้สิทธิซื้อหุ้นตามใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งที่ 4 ในเดือนพฤษภาคม 2558 ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>- กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NMG (NMG-WB) ได้ใช้สิทธิรวม 3,876,00 หน่วย ในราคาหุ้นละ 1 บาท เป็นเงิน 3.88 ล้านบาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 61,717,215 หน่วย</li> <li>- กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NBC (NBC-WB) ได้ใช้สิทธิรวม 580,762 หน่วย ในราคาหุ้นละ 3 บาท เป็นเงิน 1.74 ล้านบาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 6,727,143 หน่วย</li> <li>- กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NINE (NINE-WA) ไม่มีการใช้สิทธิ โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 4,243,000 หน่วย</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>● เดือนมิถุนายน 2558 <ul style="list-style-type: none"> <li>● ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิของบริษัทและบริษัทย่อย มีการใช้สิทธิครั้งที่ 4 ในเดือนมิถุนายน 2558 ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ NMG (NMG-W3) ใช้สิทธิรวม 740,015,624 หน่วย ในราคาหุ้นละ 1 บาท เป็นเงิน 740.01 ล้านบาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (NMG-W3) คงเหลือ 903,653,838 หน่วย</li> <li>- ผู้ถือใบสำคัญสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ NBC (NBC-W1) ไม่มีการใช้สิทธิ โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (NBC-W1) คงเหลือ 176,860,465 หน่วย</li> <li>- ถือใบสำคัญสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ NINE (NINE-W1) ไม่มีการใช้สิทธิ โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (NINE-W1) คงเหลือ 84,958,614 หน่วย</li> </ul> </li> <li>● ผู้ถือใบสำคัญสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ NINE (NINE-W1) ไม่มีการใช้สิทธิ โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (NINE-W1) คงเหลือ 84,958,614 หน่วย</li> </ul> </li> <li>● เดือนพฤศจิกายน 2558 <ul style="list-style-type: none"> <li>● กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัท และ/หรือ บริษัทย่อย มีการใช้สิทธิซื้อหุ้นตามใบสำคัญแสดงสิทธิครั้งที่ 5 ในเดือนพฤศจิกายน 2558 ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>- กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NMG (NMG-WB) ได้ใช้สิทธิรวม</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

	<p>7,402,400 หน่วย ในราคาหุ้นละ 1 บาท เป็นเงิน 7.40 ล้านบาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 54,314,815 หน่วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NBC (NBC-WB) ได้ใช้สิทธิรวม 148,000 หน่วย ในราคาหุ้นละ 3 บาท เป็นเงิน 0.44 ล้านบาท โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 6,579,143 หน่วย</li> <li>- กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของ NINE (NINE-WA) ไม่มีการใช้สิทธิ โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือ 4,243,000 หน่วย</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>● เดือนธันวาคม 2558 <ul style="list-style-type: none"> <li>● ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิของบริษัทและบริษัทย่อย มีการใช้สิทธิครั้งที่ 5 ในเดือนธันวาคม 2558 ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ (NMG (NMG-W3) ไม่มีการใช้สิทธิ โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (NMG-W3) คงเหลือ 903,653,838 หน่วย</li> <li>- ผู้ถือใบสำคัญสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ NBC (NBC-W1) ไม่มีการใช้สิทธิ โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (NBC-W1) คงเหลือ 176,860,465 หน่วย</li> <li>- ถือใบสำคัญสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของ NINE (NINE-W1) ไม่มีการใช้สิทธิ โดยมีใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ (NINE-W1) คงเหลือ 84,958,614 หน่วย</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
--	--

#### ด้านการดำเนินธุรกิจ

ปี 2556	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เดือนมีนาคม 2556 <p>หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจได้จัดงานสัมมนาด้านการตลาดที่ยิ่งใหญ่แห่งปี คือ งานสัมมนาและอบรม "Values Driven Marketing" โดยปรมาจารย์การตลาดระดับโลก ศ.ฟิลิป คอตเลอร์ เจ้าของแนวคิด Marketing 3.0 เพื่อให้ นักการตลาด นักธุรกิจไทย ได้นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และเป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับธุรกิจที่ต้องการสร้างความยั่งยืนให้กับภาคธุรกิจ สังคม และชุมชนไปพร้อมกัน</p> </li> <li>● เดือนเมษายน 2556 <p>สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์ โดย NINE ได้จัดงานเปิดตัวหนังสือหลายเล่มในงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติครั้งที่ 41 เช่น <b>"THE HOST" ร่าง...อุบัติรักข้ามดวงดาว</b> นวนิยายรักเรื่องเยี่ยมจากปลายปากกาของสเตเฟนี เมเยอร์ ผู้แต่งหนังสือชุดทไวไลท์ที่โด่งดัง แปลแล้ว 40 ภาษาทั่วโลก, หนังสือ <b>"เพาะหุ่นเป็น เห็นผลยั่งยืน"</b> โดย คุณกวี ชูกิจเกษม นักวิเคราะห์และนักกลยุทธ์เจ้าของรางวัลนักกลยุทธ์ยอดเยี่ยมปี 2551-2552 จากสมาคมนักวิเคราะห์หลักทรัพย์. <b>"อินส์ไอนด์"</b> โดย วอลเตอร์ ไอแซกสัน ชีวประวัติ และ จักรวาล (ฉบับสมบูรณ์) หนังสือชีวประวัติของอัจฉริยะที่โลกมีรู้สึมเปิดเผยเรื่องราวที่ไม่เคยปรากฏในหนังสือใดมาก่อน ครบถ้วนที่สุด สมบูรณ์ที่สุด</p> </li> </ul>
---------	---

● เดือนกันยายน 2556

หนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ ร่วมกับ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม จัดงานประชุมวิชาการ OIE Forum ประจำปี 2556 หัวข้อ "อุตสาหกรรมยุคใหม่ (Next Generation of Thai Industry) ก้าวที่ท้าทายสู่นาคต" ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา กรุงเทพฯ เพื่อนำเสนอแนวทางการปรับตัวของอุตสาหกรรมไทยให้สอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งระดมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์จากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษานักวิชาการ และผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

● เดือนตุลาคม 2556

- บริษัทย่อยของ NMG ได้เข้าร่วมการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ รวม 3 ใบอนุญาต ดังนี้

1. หมวดยุทธศาสตร์ไปแบบความคมชัดปกติ : เข้าร่วมประมูลโดย บจก. แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง (BBB) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทางอ้อมของ NMG ที่ NMG ถือหุ้น 99.99% ผ่าน บจก. กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย (KTM)
2. หมวดยุทธศาสตร์ข่าวสารและสาระ : เข้าร่วมประมูลโดย บจก. เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น (NNV) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ NBC ที่ NBC ถือหุ้น 99.99%
3. หมวดยุทธศาสตร์เยาวชน และครอบครัว เข้าร่วมประมูลโดย บจก. เนชั่น คิวดีส (NTK) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ NINE ที่ NINE ถือหุ้น 99.99%

- สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊กส์ ได้เปิดตัวหนังสือ ในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 18 เช่น "คู่มือนักลงทุน" ผลงานจากคุณเผด็จภพ สงเคราะห์ นักลงทุนโมเมนตัม และคุณกวี ชูกิจเกษม นักลงทุนหุ้นคุณค่า, "คิดแบบอัจฉริยะ มาร์ก ซักเกอร์เบิร์ก" เบื้องหลังความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ของมาร์ก ซักเกอร์เบิร์ก มหาเศรษฐีพันล้านวัย 29 ปี ซีอีโอแห่งเฟซบุ๊ก (facebook) ถ่ายทอดโดย เอกาเทรีนา วอลเตอร์

● เดือนพฤศจิกายน 2556

NBC จัดงาน “เทศกาลภาพยนตร์โลกแห่งกรุงเทพฯ ครั้งที่ 11 (11<sup>th</sup> world film festival of Bangkok) ร่วมกับ กระทรวงวัฒนธรรม ซึ่งมีภาพยนตร์มากกว่า 60 เรื่อง จาก 25 ประเทศ ที่โรงภาพยนตร์ เอส เอฟ วิลล์ ซีเนม่า เซ็นทรัลเวิลด์

● เดือนธันวาคม 2556

บริษัทย่อยได้เข้าร่วมการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ รวม 3 ใบอนุญาต เมื่อวันที่ 26 - 27 ธันวาคม ดังนี้

1. หมวดยุทธศาสตร์ไปแบบความคมชัดปกติ : เข้าร่วมประมูลโดย บจก. แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง (BBB) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทางอ้อมของ NMG ที่ NMG ถือหุ้น 99.99% ผ่าน บจก. กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย (KTM)

	<p>2. หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ : เข้าร่วมประมูลโดย บจก. เอ็นบีซี เน็กซ์วิชั่น (NNV) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ NBC ที่ NBC ถือหุ้น 99.99%</p> <p>3. หมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว เข้าร่วมประมูลโดย บจก. เนชั่น คิดส์ (NTK) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ NINE ที่ NINE ถือหุ้น 99.99%</p> <p>ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2557 บริษัทได้รับหนังสือแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษร จากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ว่า BBB ได้รับการรับรองผลเป็นผู้ชนะการประมูล ในหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ ในราคา 2,200 ล้านบาท และ NNV ได้รับรองผลเป็นผู้ชนะการประมูลในหมวดหมู่ข่าวสารและสาระในราคา 1,338 ล้านบาท</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ จัดงานสัมมนา “องค์กร 100 ปี สู่อัจฉริยะยั่งยืน” ณ. ห้อง Grand Hall ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค โดยมีผู้บริหารองค์กรชั้นนำในไทยที่มาร่วมแบ่งปันมุมมองในการบริหารองค์กรให้มีความยั่งยืนและเติบโตขึ้นอย่างมั่นคง</li> <li>หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก จัดรอบครบรอบ 12 ปี ร่วมกับเครือข่ายบางนา ด้วยการจัดงาน “คมชัดลึก วิ่งลอยฟ้า มินิมาราธอน 2556 ครั้งที่ 2” ณ สวนสุขภาพ บางหญ้าแพรก จังหวัดสมุทรปราการ</li> </ul>
ปี 2557	<ul style="list-style-type: none"> <li>เดือนมกราคม 2557 <ul style="list-style-type: none"> <li>บริษัทย่อย 2 บริษัท ได้รับหนังสือแจ้งรับรองผลเป็นผู้ชนะการประมูลให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล จาก กสทช.เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2557 ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>BBB (บริษัทย่อย) เป็นผู้ชนะการประมูล ในหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ ในราคา 2,200 ล้านบาท</li> <li>NNV (บริษัทย่อย) เป็นผู้ชนะการประมูล ในหมวดหมู่ข่าวสารและสาระ ในราคา 1,338 ล้านบาท</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>เดือนเมษายน 2557 <ul style="list-style-type: none"> <li>เนชั่น กรุ๊ป เปิดตัว ทวีติจิตอล 2 ช่อง โดยช่องข่าวใช้ชื่อ "เนชั่น ทิวิ" บนคอนเซ็ปต์ "ในสนามข่าวเรคือตัวจริง" ยืนยันความแข็งแกร่งด้านการวิเคราะห์ข่าวและเกาะติดความเคลื่อนไหวทุกเหตุการณ์สำคัญ ส่วนช่องวาไรตี้ ใช้ชื่อช่องว่า NOW วางคอนเซ็ปต์เชื่อมโยงระหว่าง Biz Life, Variety ทิวิวาไรตี้ที่ทันสมัย สร้างสรรค์ และสร้างแรงบันดาลใจ โดย NOW เกิดจากแบรนด์กรุงเทพธุรกิจ ผสานกับ "พันธมิตร" ผู้ผลิตรายการ กลุ่มซีอีโอ นักคิด จึงพร้อมเข้าสู่สนามทวีติจิตอลในกลุ่มช่องวาไรตี้ บนหมายเลขช่อง 26 ภายใต้แนวคิด "Think Tomorrow Today" เริ่มออกอากาศครั้งแรกในเดือนเมษายน</li> <li>สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์ โดย NINE ได้จัดงานเปิดตัวหนังสือหลายเล่ม ในงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติครั้งที่ 42 และสัปดาห์หนังสือนานาชาติครั้งที่ 12 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์</li> </ul> </li> </ul>

	<p>เช่น “บันทึกมวลมหาประชาชน” ปรากฏการณ์ภาพมวลมหาประชาชน โดยกองบก. คมชัดลึก, “อเล็กซ์เฟอร์กูสัน – อัดชีวิตประวัติ” ผลงานเล่มล่าสุดที่เฟอร์กี้ให้ข้อมูลและ เขียนด้วยตัวเองหลังจากวางมือจากการเป็นผู้จัดการทีม</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• เดือนพฤษภาคม 2557 <ul style="list-style-type: none"> <li>• หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก จัดงานประกาศผลรางวัล คมชัดลึก อวอร์ด 2014 หรือ คมชัดลึก อวอร์ด ครั้งที่ 11 ที่ ฮอลล์ EH 105 ไบเทคบางนา วันที่ 7 พฤษภาคม 2557 โดยเป็นรางวัล ที่มอบให้กับบุคคลในวงการบันเทิงไทย ใน 4 สาขา คือละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพลง ไทยสากล และเพลงลูกทุ่ง จัดโดย ฝ่ายข่าวบันเทิง</li> </ul> </li> <li>• เดือนมิถุนายน 2557 <ul style="list-style-type: none"> <li>• หนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ และสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทีวีช่อง NOW 26 จัดเวที "พลเมือง ปฏิรูป" 10 จังหวัดทั่วประเทศ ประกอบด้วย นครสวรรค์ นครราชสีมา นนทบุรี เชียงใหม่ ขอนแก่น น่าน นครนายก สมุทรสาคร กรุงเทพ และ สงขลา โดยเริ่มเวทีแรกที่จังหวัด นครสวรรค์ กับวาระ “ชาวนายั่งยืน ประเทศไทยยั่งยืน” และจะจัดเวทีครั้งสุดท้าย ที่กรุงเทพฯ เพื่อสรุปความคิดเห็นจากคนไทยทั่วประเทศ ในการร่วมกันสร้างความเปลี่ยนแปลงแก่ประเทศไทยในมิติต่างๆ ก่อนที่จะนำเสนอส่งต่อไปยังสภาปฏิรูป แห่งชาติ (สปช.)</li> <li>• NOW 26 ร่วมกับ วีจีไอ โกลบอล มีเดีย ผลิตข่าวสั้นภาษาอังกฤษ Now News Update ออกอากาศทาง BTS บนสถานีรถไฟฟ้ามหานคร ทั้ง 21 สถานี ตั้งแต่เวลา 07.00-20.00 น. เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์คนเมือง</li> </ul> </li> <li>• เดือนกรกฎาคม 2557 <ul style="list-style-type: none"> <li>• ทิวทัศน์ดิจิทัล ช่อง NOW 26 จัดกิจกรรม "จักรยานไทย สู่มหกรรมปั่นจักรยานโลก" ในวันอาทิตย์ที่ 6 กรกฎาคม 2557 เวลา 16.30 – 18.30 น. ณ ลานกิจกรรม Siam Square One ซอย 7</li> </ul> </li> <li>• เดือนสิงหาคม 2557 <ul style="list-style-type: none"> <li>• เนชั่น กรุ๊ป จัดงาน "สร้างเครือข่ายพันธมิตร SME สู่ทีวีดิจิทัล" นำเสนอสื่อ 2 ช่องทีวี ดิจิตอล "เนชั่นทีวี 22 และ NOW26" ชูกลยุทธ์ 5 จอ ตอบโจทย์เข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจเอสเอ็มอี ที่ต้องการขยายธุรกิจให้เติบโตไปทั่วประเทศ ใช้เป็นช่องทางโฆษณาประชาสัมพันธ์</li> <li>• หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ร่วมกับ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) เปิดเวที สัมมนา “Waste to Energy towards Green Society Achievement พลังงานจากขยะ มุ่งสู่สังคมสีเขียว” ในวันพุธที่ 27 สิงหาคม 2557 เวลา 09.00-16.00 น. ณ ห้องบอลรูม โรงแรมแลนด์มาร์ค</li> </ul> </li> </ul>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เดือนตุลาคม 2557 <ul style="list-style-type: none"> <li>● สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์ โดย NINE เปิดตัวหนังสือใหม่ ในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 17 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เช่น "The Design of Magic" เขียนโดย รัฐภูมิ วุฒิจำนงค์ คนไทยหนึ่งเดียวในทีมออกแบบผลิตภัณฑ์ของ Apple ถ่ายทอดประสบการณ์การทำงานในองค์กรระดับโลก,, “ทางเลือกที่ 3” มรดกเล่มสุดท้ายที่ ดร. สตีเฟ่น อาร์ โควิทย์ สูดยอดครูสำคัญระดับโลก ฝากไว้ให้คนรุ่นต่อไปได้ศึกษา , “ทอล์ก กะ ถีบ” ผลงานจากสามนักข่าวอารมณ์ดีจากรั้วเนชั่น กนก รัตน์วงศ์สกุล, ชีระ ชัยไพบูลย์และนันทขว้าง สิริสุนทร</li> </ul> </li> <li>● เดือนพฤศจิกายน 2557 <ul style="list-style-type: none"> <li>● หนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ และสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทีวีของ NOW 26 จัดเวที "พลเมืองปฏิรูป" วาระ “น้ำท่วม น้ำแล้ง มิติใหม่บริหารจัดการน้ำ” และ วาระ “เดินหน้าใหม่ สาธารณสุขไทย”</li> <li>● หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ร่วมกับ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม จัดงานสัมมนาวิชาการ (OIE Forum) ประจำปี 2557 เรื่อง “ปฏิรูปอุตสาหกรรม : ปฏิรูปเศรษฐกิจไทย” ในวันจันทร์ที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๕๗ ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา กรุงเทพฯ</li> </ul> </li> <li>● เดือนธันวาคม 2557 <ul style="list-style-type: none"> <li>● หนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ จัดงานสัมมนา หัวข้อ “Thailand Economic Outlook 2015 ทิศทางเศรษฐกิจไทย 2558 ในวันที่ 8 ธันวาคม 2557 ณ ห้องแลนด์มาร์ค บอลรูม โรงแรม เดอะแลนด์มาร์ค กรุงเทพฯ</li> <li>● มหาวิทยาลัยเนชั่น จัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ปีการศึกษา 2557 ภายใต้กรอบ (Theme) การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy Development) เพื่อเป็นเวทีส่งเสริมการแสดงผลงาน การเสวนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ นักคิด นักวิชาการ ปรมาจารย์ชุมชน ผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน และ ส่งเสริมสนับสนุนจังหวัดลำปางเป็นนครแห่งการศึกษา “LAMPANG U – TOWN : Local Economy Development” และ ได้ร่วมมือกับ 5 องค์กรเอกชนลำปาง ทำเอ็มโอยูความร่วมมือทางวิชาการ พร้อมตั้งคณะกรรมการร่วมจัดทำแผนยุทธศาสตร์ธุรกิจรองรับเออีซี ปี 58 โดยมีมหาวิทยาลัยเนชั่น สนับสนุนงานวิชาการและบริการ รวมถึงงานวิจัย เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ธุรกิจให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์จังหวัดและกลุ่มจังหวัด เพื่อก้าวสู่การรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน</li> <li>● เนชั่นกรุ๊ป จัด พิธีมอบโล่รางวัลเกียรติยศ “คนดี” โครงการ “แทนคุณแผ่นดิน” ประจำปี 2557 จัดขึ้น ณ ห้องบอลรูม ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ โดยมี ศ.เกียรติคุณ นพ.เกษม วัฒนชัย องคมนตรี เป็นประธานในพิธี ซึ่งในปีนี้มีผู้ได้รับรางวัลแทนคุณแผ่นดินทั้ง 4 ภาค 77 ท่าน</li> </ul> </li> </ul>
--	---

<p>ปี 2558</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เดือน เมษายน 2558 <ul style="list-style-type: none"> <li>● หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก จัดงานประกาศผลรางวัล คมชัดลึก อวอร์ด ครั้งที่ 12 ประจำปี 2557 ณ ศูนย์นิทรรศการ และการประชุมไบเทค วันที่ 27 เมษายน 2558 โดยเป็นรางวัลที่มอบให้กับบุคคลในวงการบันเทิงไทย ใน 4 สาขา คือละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพลงไทยสากล และ เพลงลูกทุ่ง จัดโดย ฝ่ายข่าวบันเทิง</li> <li>● สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์ โดย NINE ได้จัดงานเปิดตัวหนังสือหลายเล่ม ในงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติครั้งที่ 43 และสัปดาห์หนังสือนานาชาติครั้งที่ เช่น “คิดอย่างผู้นำ ทำอย่าง Google” เขียนโดย Eric Schmidt &amp; Jonathan Rosenberg แปลโดย ณงลักษณ์ จารุวัฒน์ และคณะ , “เจ็ค หม่า มังกรแห่งอาณาจักร Alibaba” เขียนโดย เจินเหว่ย ลูกศิษย์คนสนิท และผู้ช่วยส่วนตัวของ เจ็ค หม่า แปลโดย ปฏิพล ตั้งจักรวรานนท์</li> </ul> </li> <li>● เดือน พฤษภาคม 2558 <ul style="list-style-type: none"> <li>● ทิวทัศน์จอ ช่อง "NOW 26" ในเครือเนชั่นกรุ๊ป เปิดตัวสตูดิโอแห่งใหม่ ภายใต้ชื่อ "NOW@Siam" โดยเป็นสตูดิโอข่าวและรายการ ที่ตั้งอยู่ใจกลางย่านธุรกิจ (ซีบีดี) ศูนย์รวมแฟชั่นและวัยรุ่นทุกยุคทุกสมัย ที่บริเวณสยามสแควร์ซอย 7 เป็นอาคาร 4 ชั้น นอกจากจะมีห้องสตูดิโอขนาดใหญ่ ทั้งบริเวณชั้น 1 และชั้น 3 สำหรับออกอากาศ และบันทึกรายการต่างๆส่วนบริเวณชั้น 2 จะเป็นเสมือนห้องนิทรรศการ สำหรับจัดแสดงความรู้ด้านสื่อ เรียกว่าเป็น “มีเดียแล็ป สตูดิโอ” เป็นห้องทดลองเรียนรู้ด้านสื่อสารจากของจริง สตูดิโอคาว์ทาว์นแห่งนี้ จะเป็นเสมือนพื้นที่สื่อสารสาธารณะ เนื่องจากมีกิจกรรมต่อเนื่อง จากการเชิญผู้คนที่มีความรู้ มีทักษะและความสนใจในศาสตร์และศิลป์แขนงต่างๆ มาจัดเสวนา จัดแสดง แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้สนใจอย่างเปิดกว้าง เพื่อตอบสนองความต้องการสื่อสารในยุคใหม่ ที่พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนจากผู้รับสาร มาเป็นผู้ที่พร้อมสื่อสารรอบด้าน เป็นสังคมแห่งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้</li> </ul> </li> <li>● เดือน ตุลาคม 2558 <ul style="list-style-type: none"> <li>● หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และ สถานีโทรทัศน์ดิจิตอลทีวี ช่อง NOW 26 ร่วมกับบริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) เปิดเวทีสัมมนาเรื่อง“ผ่าวิกฤตภัยแล้ง-น้ำท่วม คู่อROADMAP บริหารจัดการน้ำในอนาคต” เพื่อหาแนวทางขับเคลื่อนการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืน อีกทั้งช่วยลดปัญหาจากภัยแล้ง-น้ำท่วม วันพฤหัสบดี ที่ 1 ตุลาคม 2558 เวลา 08.00-12.00 น. ณ ห้องแกรนด์ บอลรูม โรงแรมเชรอตัน แกรนด์ สุขุมวิท</li> <li>● NMG จัดงานมอบรางวัล "คนดีแทนคุณแผ่นดิน" ประจำปี 2558 ณ ห้องบอลรูม ฮอर्टัล เอ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2558 นับเป็นปีที่ 9 ของการสรรหาผู้ที่ทำความดี มาเข้าสู่กระบวนการคัดสรรโดยคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มี 4 คน 1 ศาสตราจารย์เกียรติคุณ นายแพทย์เกษม วัฒนชัย องคมนตรี เป็นประธานคณะกรรมการ และเป็นประธานมอบโล่รางวัลเกียรติคุณ "คนดีแทนคุณแผ่นดิน"ประจำปี 2558 ให้แก่</li> </ul> </li> </ul>
----------------	---

	<p>77 คนดีแทนคุณแผ่นดิน 4 ต้นแบบคนรุ่นใหม่แทนคุณแผ่นดิน และ 6 องค์ก่รต้นแบบกิดดี ทำดี สังคมดี</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์ โดย NINE ได้จัดงานเปิดตัวหนังสือหลายเล่ม ในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 20” (Book Expo Thailand 2015) ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เช่น “กว่าจะเป็น สตีฟ จ๊อบส์” เขียนโดย เบรนตัน ซเตนเออร์ และริก เทกเซลิ ผู้สื่อข่าวที่ติดตามรายงานข่าวและคลุกคลีกับสตีฟ จ๊อบส์มากกว่า 25 ปี , “รู้จุดซื้อจุดขาย ด้วยเทคนิคง่าย ๆ สไตล์นั่งเทียน” เขียนโดย ภาณุวัฒน์ เพ็ชรมมาตร</li> <li>● เดือน พฤศจิกายน 2558 <ul style="list-style-type: none"> <li>● หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และ สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล NOW26 เปิดเวทีสัมมนาเรื่อง “Thailand Economic Outlook 2016 อนาคตเศรษฐกิจไทย เติบโตอย่างไรในบริบทใหม่” พบกับทิศทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในภาวะชะลอตัว ในปาฐกถาพิเศษ “ขกเครื่องเศรษฐกิจใหม่ Thailand’s New S-Curve” โดย ดร.สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรี ในวันที่ 18 พฤศจิกายน 2558 ณ ห้องแอทินี คริสตัล ฮอลล์ ชั้น 3 โรงแรมพลาซ่า แอททินีรอยัลเมอร์เคียน</li> </ul> </li> </ul>
--	--

#### ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท บริษัทย่อยและบริษัทร่วม

เนชั่น กรุ๊ป ประกอบธุรกิจหลากหลายรูปแบบ โดยให้บริการด้านข่าวสารข้อมูลครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย เข้าถึงทุกเพศ ทุกวัย ผ่านทางทุกช่องทางของเนชั่นกรุ๊ป ครอบคลุมด้าน และมีสื่อมากที่สุดในประเทศไทย ทั้งหนังสือพิมพ์ ฟรีทีวีในระบบดิจิทัล 2 ช่อง คือ ช่อง เนชั่นทีวี 22 และ ช่อง NOW 26 วิทยุ สิ่งพิมพ์ และสื่อ New Media เช่น เว็บไซต์, สมาร์ทโฟน และสื่อสังคมออนไลน์ ต่าง ๆ เพื่อให้ทันกับเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาวัตกรรมใหม่ๆ ตลอดเวลา เพื่อตอบสนองให้แก่ผู้บริโภคที่มีการปรับเปลี่ยนตามเทคโนโลยีสมัยใหม่ เหล่านี้

และจากการที่มีฟรีทีวีเพิ่มเข้ามาอีก 2 ช่อง ถือเป็นโอกาสสร้างศักยภาพธุรกิจในอนาคต และนับเป็นจุดเปลี่ยนโครงสร้างธุรกิจของบริษัทจากเดิมที่มีธุรกิจสิ่งพิมพ์เป็นหลัก จะก้าวสู่ธุรกิจโทรทัศน์มากขึ้น

ดังนั้น เนชั่นกรุ๊ป จึงมีหลักการที่จะดำเนินการทั้งเรื่องความพร้อมของบุคลากร เทคโนโลยีสารสนเทศ กระบวนการในการดำเนินงาน ตามประเภทและลักษณะของกลุ่มเป้าหมายของแต่ละสาย ซึ่งปัจจุบันธุรกิจของ บริษัทสามารถแยกเป็นสายธุรกิจหลักได้ 8 สายธุรกิจ ดังนี้

1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ ดำเนินงานโดยบริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) เน้นกลุ่มผู้สนใจข่าวสารภาคธุรกิจ นักลงทุน และประชาชนทั่วไปที่สนใจข่าวสาร ทางเศรษฐกิจ ทั้งเศรษฐกิจระดับมหภาค (Macro) และจุลภาค (Micro)
2. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และเนชั่นสุดสัปดาห์ ดำเนินงานโดย บริษัท คมชัดลึกมีเดีย จำกัด (KMM) เน้นกลุ่มลูกค้าประชาชนทั่วไป



3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ ผลิตหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่นดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเน้นกลุ่มคนไทยที่ติดตามความเคลื่อนไหวของการเมืองและเศรษฐกิจ รวมทั้งชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย, กลุ่มวัยรุ่น นักเรียนระดับมัธยมศึกษา และกลุ่มคนทำงานที่ต้องการความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำไปใช้ประโยชน์กับหน้าที่การงานหรือชีวิตประจำวัน

4. สายธุรกิจกลุ่มกระจายภาพและเสียง ผลิตสื่อทีวี วิทู และ New Media ผลิตรายการโทรทัศน์ในเชิง ข่าวสารและสาระ ออกอากาศทางช่องต่างๆ , สื่อวิทยุ (Radio) เป็นสื่อที่นำเสนอข่าวให้ผู้สนใจทางคลื่น FM 90.5 และ FM102, สื่อใหม่ (New Media) การนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อใหม่ๆ เช่น Internet Broadband และ ทางสมาร์ตโฟน โดยการส่งข่าวสารทาง ข่าวทั่วไปทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในรูปแบบ SMS MMS และอื่นๆ ตามเทคโนโลยีอำนวยความสะดวกของทุกเครือข่ายภายใต้ชื่อ Nation News on Mobile , และยังผ่านสื่อ ประเภทบล็อก Oknation.net, Facebook เพื่อให้ประชาชนทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและเผยแพร่สู่สาธารณชน ดำเนินงานโดย บมจ. เนชั่น บรอด แคสต์ติ้ง คอร์ปอเรชั่น (NBC) อีกทั้ง บริษัทฯ ยังได้นำทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตรายการโทรทัศน์ อาทิเช่น ข้อมูลข่าว ภาพข่าว คุณภาพบุคลากรทีมข่าว มาต่อยอดขยายธุรกิจไปยังธุรกิจเกี่ยวเนื่องต่างๆ นอกจากนี้

ยังเป็นเจ้าของใบอนุญาต ช่องทีวีดิจิทัล 2 ช่อง คือ

- ช่อง NOW 26 ออกอากาศภายใต้ช่องหมายเลข 26 ดำเนินการโดย บริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสต์ติ้ง จำกัด ซึ่งเป็น บริษัทย่อยของ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (NMG)
- ช่อง Nation TV ออกอากาศภายใต้ช่องหมายเลข 22 ดำเนินการโดย บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บริษัท เนชั่น บรอดแคสต์ติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC)

5. สายธุรกิจด้านเอดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศ และต่างประเทศ ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและการศึกษา ตัวแทนขายสมาชิกและขายโฆษณาและจัดจำหน่ายให้สิ่งพิมพ์ต่างประเทศ รวมถึงผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก และให้บริการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ ดำเนินงานโดย บมจ. เนชั่น อินเทอร์เน็ต-เนชั่น-เนล เอดดูเทนเมนท์ (NINE) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสำหรับสิ่งพิมพ์เน้นกลุ่มนักธุรกิจทั้งชาวไทยและ ต่างชาติ กลุ่มนักศึกษา

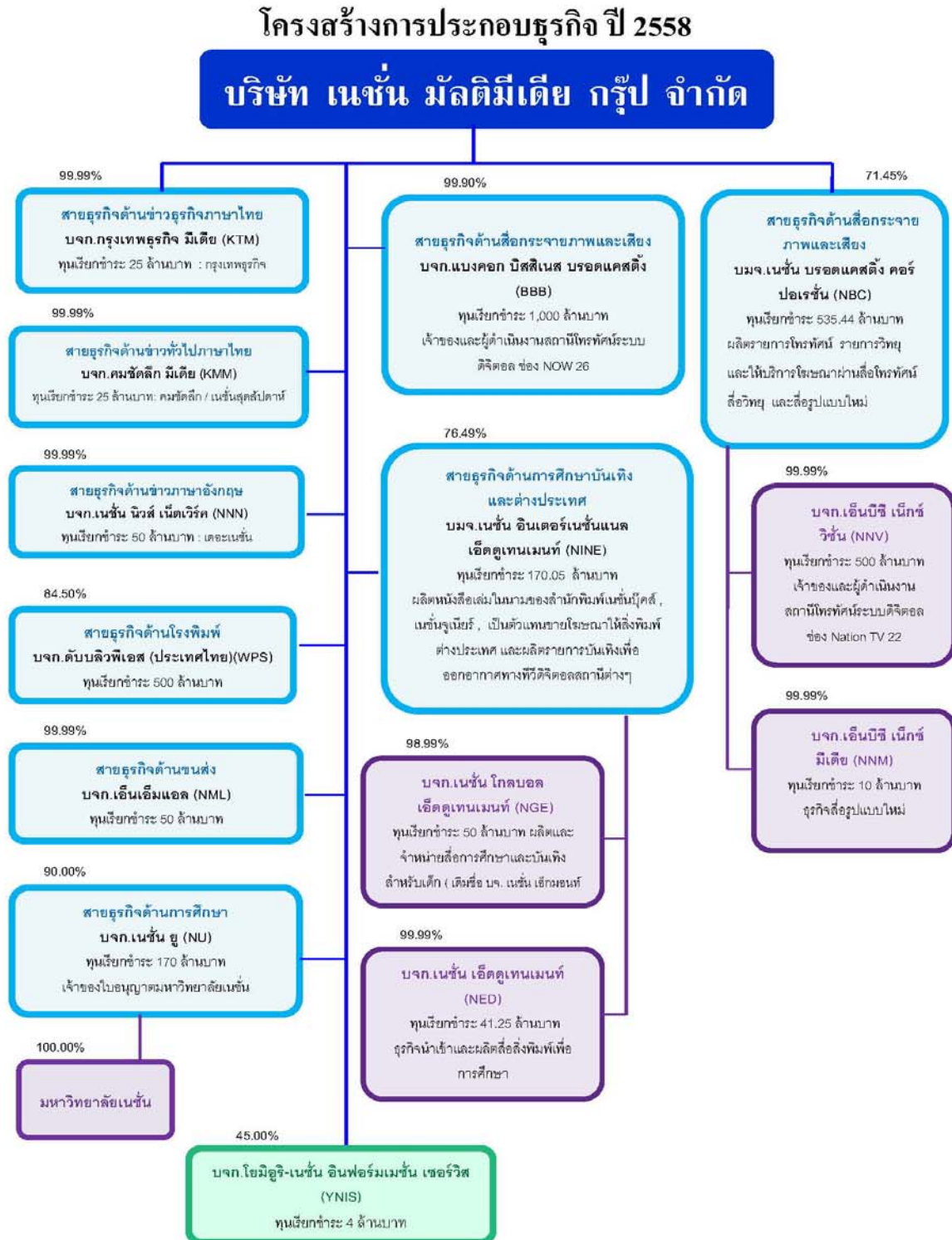
6. สายธุรกิจด้านการพิมพ์ ดำเนินธุรกิจรับจ้างพิมพ์ โดยบริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) โดยการพิมพ์หลัก จะรับพิมพ์หนังสือพิมพ์ของเครือเนชั่นกรุ๊ป ได้แก่ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก กรุงเทพธุรกิจ, The Nation , รวมทั้งรับงานพิมพ์หนังสือพิมพ์ต่างประเทศ ได้แก่ Yomiuri Shimbun และรับงานพิมพ์ในเครือเนชั่นประเภท งานการ์ตูน, พ็อกเก็ตบุ๊ก, สิ่งพิมพ์โฆษณา และลูกค้าภายนอก สำหรับงานพิมพ์ประเภทนิตยสาร วารสาร แคตตาล็อก และโบรชัวร์

7. สายธุรกิจด้านการขนส่ง ดำเนินธุรกิจรับจ้างขนส่งสินค้า (Logistics) ดำเนินงานโดยบริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด ดำเนินธุรกิจรับจ้างขนส่งสินค้า (Logistic) เพื่อให้บริการลูกค้าเนชั่นกรุ๊ป รองรับสายงานหลักในการจัดส่งหนังสือพิมพ์ ในเครือ ได้แก่ คมชัดลึก, กรุงเทพธุรกิจ, เดอะเนชั่น, และ The Yomiuri Shimbun ทั้งในเขตกรุงเทพฯ-ปริมณฑล และต่างจังหวัดทั่วประเทศ รวมทั้งรับงานบริการขนส่ง ให้กับบริษัทในเครือ และลูกค้าภายนอกทั่วไป

8. สายธุรกิจด้านการศึกษา โดยบริษัท เนชั่นยู จำกัด (NU) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ผู้ถือใบอนุญาตมหาวิทยาลัย เนชั่น เปิดสอนทั้งหลักสูตรปริญญาตรี,ปริญญาโท มี 2 วิทยาเขต คือ วิทยาเขตกรุงเทพฯ ตั้งอยู่ที่ ถนนบางนา-ตราด และวิทยาเขตภาคเหนือที่จังหวัดลำปาง

ทั้งนี้ เนชั่นกรุ๊ป จะเดินหน้าเพื่อบริหารงานและสร้างสรรงานให้มีคุณภาพ เพื่อสร้างมูลค่าสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างยั่งยืน

## 1.4 โครงสร้างการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท



## ข้อมูลบริษัทย่อย บริษัทร่วม ของ NMG ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	
		ทางตรง	ทางอ้อม
บริษัทย่อย			
บจก.กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย (“KTM”) ทุนจดทะเบียน 25,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 25,000,000 บาท	ผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ สิ่งพิมพ์ดิจิทัลมีเดียและ สื่อโฆษณา	99.99	-
บจก.คมชัดลึก มีเดีย (“KMM”) ทุนจดทะเบียน 25,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 25,000,000 บาท	ผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ สิ่งพิมพ์ดิจิทัลมีเดียและ สื่อโฆษณา	99.99	-
บจก.เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค (“NNN”) ทุนจดทะเบียน 100,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 50,000,000 บาท	ผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ฉบับ ภาษาอังกฤษ สิ่งพิมพ์ สิ่งพิมพ์ดิจิทัล มีเดียและสื่อโฆษณา	99.99	-
บจก.แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง (“BBB”) ทุนจดทะเบียน 1,000,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 1,000,000,000 บาท	เจ้าของและผู้ดำเนินงานที่วิดิจิตอล หมวดหมู่ทั่วไป แบบความคมชัดปกติ ภายใต้ชื่อ NOW	99.90	-
บมจ. เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น (“NBC”) ทุนจดทะเบียน 720,343,962 บาท ทุนเรียกชำระ 535,436,609 บาท	ผลิตรายการโทรทัศน์รายการวิทยุและ ให้บริการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อรูปแบบใหม่	71.45	-
บจก.เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น (“NNV”) (ถือหุ้นโดย NBC ร้อยละ 99.99) ทุนจดทะเบียน 500,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 500,000,000 บาท	ผลิตรายการโทรทัศน์และให้บริการผ่าน สื่อโทรทัศน์	-	71.45
บจก.เอ็นบีซี เน็กซ์มีเดีย (“NNM”) (ถือหุ้นโดย NBC ร้อยละ 99.99) ทุนจดทะเบียน 20,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 10,000,000 บาท	สื่อโฆษณาทางสื่อรูปแบบใหม่	-	71.45
บมจ.เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ (“NINE”) ทุนจดทะเบียน 259,250,000 บาท ทุนเรียกชำระ 170,048,386 บาท	นำเข้า ผลิต และจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์, ผลิตรายการโทรทัศน์และให้บริการ โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อดิจิตอล และ บริหารลิขสิทธิ์	76.49	-
บจก.เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ (“NED”) (ถือหุ้นโดย NINE ร้อยละ 99.99) ทุนจดทะเบียน 41,250,000 บาท ทุนเรียกชำระ 41,250,000 บาท	ธุรกิจนำเข้าและผลิตสิ่งพิมพ์การศึกษา	-	76.49

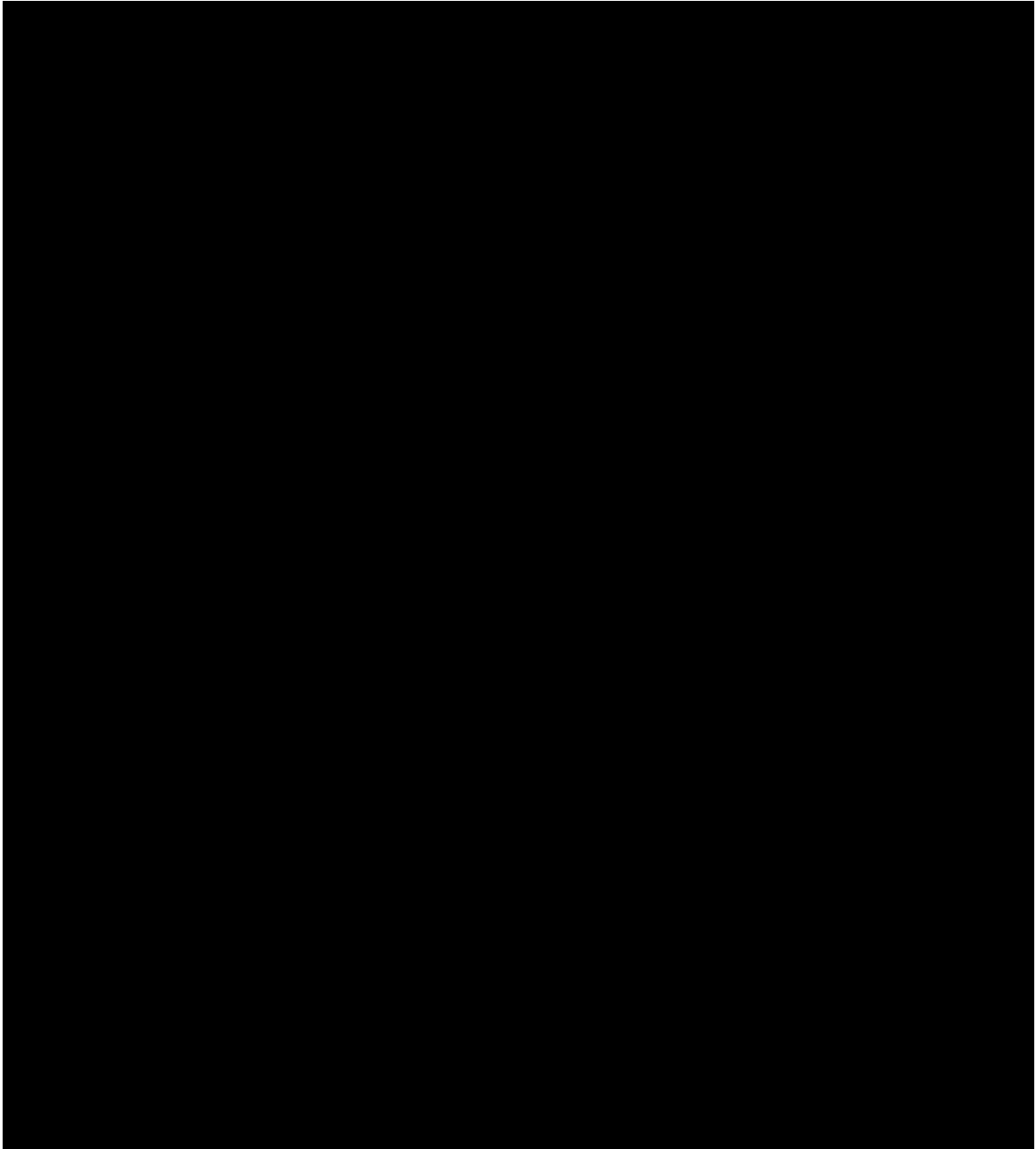
ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	
		ทางตรง	ทางอ้อม
บริษัทย่อย			
บจก. เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ (“NGE”) (เดิมชื่อ บจก. เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์) (ถือหุ้นโดย NINE ร้อยละ 98.99) ทุนจดทะเบียน 50,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 50,000,000 บาท	ธุรกิจนำเข้าและผลิตสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและเยาวชน และผลิตสิ่งพิมพ์การศึกษา	-	75.72
บจก.เนชั่น คิดส์ (“NK”) (ถือหุ้นโดย NINE ร้อยละ 99.99) ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 1,000,000 บาท	ผลิตรายการโทรทัศน์และให้บริการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์	-	76.49
บจก.ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) (“WPS”) ทุนจดทะเบียน 500,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 500,000,000 บาท	บริการด้านการพิมพ์	84.50	-
บจก.เอ็นเอ็มแอล (“NML”) ทุนจดทะเบียน 50,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 50,000,000 บาท	จัดส่งสิ่งพิมพ์และให้บริการขนส่งสินค้าภายนอก	99.99	-
บจก.เนชั่น ยู (“NU”) ทุนจดทะเบียน 170,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 170,000,000 บาท	บริการด้านการศึกษา	90.00	-
มหาวิทยาลัยเนชั่น (ถือใบอนุญาตโดย NU)	ให้บริการด้านการศึกษา	-	90.00
บริษัทร่วม			
บจก.โยมิอุริ-เนชั่น อินฟอर्मเมชัน เซอร์วิส ทุนจดทะเบียน 4,000,000 บาท ทุนเรียกชำระ 4,000,000 บาท	ธุรกิจด้านสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาข่าวภาษาญี่ปุ่นทั่วไป	45.00	

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 2.1 โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้จากการประกอบธุรกิจของบริษัท และบริษัทย่อย สำหรับ 3 ปี คือ 2556 – 2558

(หน่วย : ล้านบาท)



(หน่วย : ล้านบาท)

รายได้จากการขายและบริการรวม	ถือหุ้นร้อยละ	2556	%	2557	%	2558	%
<b>ธุรกิจการศึกษาและบันเทิง</b>							
บมจ.เนชั่น อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ (NINE)	76.49						
รายได้จากการผลิตและจำหน่ายพ็อกเก็ตบุ๊กส์		65.42	2.14%	54.51	1.85%	32.92	1.04%
รายได้จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ (NINE)		84.95	2.78%	73.89	2.51%	68.70	2.17%
<b>รวม</b>		<b>150.37</b>	<b>4.91%</b>	<b>128.40</b>	<b>4.36%</b>	<b>101.62</b>	<b>3.21%</b>
บจก.เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ (NED) โดย NINE (99.99%)							
รายได้จากการนำเข้าและผลิตสิ่งพิมพ์การศึกษา		62.80	2.05%	26.98	0.92%	-	0.00%
บจก.เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ (NGE) โดย NINE (98.99%)							
รายได้จากการนำเข้าและผลิตสิ่งพิมพ์ (การ์ตูน) และผลิตสิ่งพิมพ์การศึกษา		74.41	2.43%	39.93	1.36%	76.90	2.43%
<b>รวมรายได้จากธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง</b>		<b>287.58</b>	<b>9.40%</b>	<b>195.31</b>	<b>6.63%</b>	<b>178.52</b>	<b>5.64%</b>
<b>ธุรกิจด้านการพิมพ์</b>							
บจก.ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) (WPS)	84.50						
รายได้จากการรับจ้างพิมพ์		74.17	2.42%	65.77	2.23%	54.34	1.72%
<b>รวมรายได้จากธุรกิจการพิมพ์</b>		<b>74.17</b>	<b>2.42%</b>	<b>65.77</b>	<b>2.23%</b>	<b>54.34</b>	<b>1.72%</b>
<b>ธุรกิจให้บริการรับจัดส่งสินค้าและอื่น ๆ</b>							
บจก.เอ็นเอ็มแอล (NML)	99.99						
รายได้จากการจัดส่งสินค้า		90.94	2.97%	101.03	3.43%	106.33	3.36%
บจก.เนชั่นยู	90.00						
รายได้จากการให้บริการด้านการศึกษา		57.15	1.87%	51.80	1.76%	74.52	2.35%
<b>รวมรายได้จากธุรกิจให้บริการรับจัดส่งสินค้าและอื่น ๆ</b>		<b>148.09</b>	<b>4.84%</b>	<b>152.83</b>	<b>5.19%</b>	<b>180.85</b>	<b>5.71%</b>
<b>รวมรายได้จากการขายและบริการ-สุทธิ</b>		<b>2,949.25</b>	<b>96.38%</b>	<b>2,827.71</b>	<b>96.06%</b>	<b>3,014.59</b>	<b>95.25%</b>
ดอกเบี้ยรับ		26.55	0.87%	40.38	1.37%	27.97	0.88%
เงินปันผลรับ		0.91	0.03%	1.12	0.04%	0.84	0.03%
กำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุน		-		-		61.52	1.94%
รายได้อื่น		83.16	2.72%	74.48	2.53%	60.12	1.90%
<b>รายได้รวม</b>		<b>3,059.87</b>	<b>100%</b>	<b>2,943.69</b>	<b>100%</b>	<b>3,165.04</b>	<b>100%</b>

หมายเหตุ : 1. รายการข้างต้นหักรายการค้าระหว่างกันแล้ว

2. รายได้จากธุรกิจโทรทัศน์ส่วนใหญ่อยู่ภายใต้บริษัท NBC แต่มีบางส่วนอยู่ภายใต้ BBB และ NINE

3. ในปี 2556 บริษัทย่อยแห่งหนึ่ง - บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ได้ตั้งบริษัทย่อย คือ บริษัท ไนน์ บี ไพร์ท จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับให้บริการด้านการศึกษา

4. ในปี 2557 บริษัทย่อยแห่งหนึ่ง - บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ได้มาซึ่งอำนาจการควบคุมในบริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด โดยการซื้อหุ้นของบริษัทดังกล่าว

5. ในปี 2558 บริษัทย่อยทางอ้อมแห่งหนึ่ง - บริษัท ไนน์ บี ไพร์ท จำกัด ได้มีการจดทะเบียนเลิกกิจการและดำเนินการชำระบัญชีเสร็จสิ้นแล้ว

## 2.2 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (NMG) และบริษัทย่อยให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารครอบคลุม สื่อทุกประเภท ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ The Nation, หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, หนังสือพิมพ์คมชัดลึก, นิตยสาร เนชั่นสุดสัปดาห์, สื่อกระจายภาพและเสียง โดยเป็นเจ้าของใบอนุญาตดิจิทัลทีวี 2 ช่อง คือ ช่อง เนชั่นทีวี และ ช่อง NOW 26 , ผลิตรายการเพื่อออกอากาศในทีวีสถานีต่างๆ, ผลิตรายการในสถานีวิทยุ FM 90.5 สถานีวิทยุ FM 102.0 และสื่อใหม่ทางอินเทอร์เน็ต ผ่าน Tablet, มือถือ, สื่อหลักของในเครือทั้งเว็บไซต์ของทั้ง 5 สื่อหลักในเครือ The Nation , กรุงเทพธุรกิจ , คมชัดลึก และดิจิทัลทีวี ทั้งสองช่อง คือ เนชั่นทีวี และ NOW26

โครงสร้างมีลักษณะการประกอบธุรกิจ ของกลุ่มบริษัทประกอบด้วย 8 สายธุรกิจ ดังนี้

1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ ดำเนินงานโดยบริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM)
2. สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และเนชั่นสุดสัปดาห์ ดำเนินงานโดยบริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM)
3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ ผลิตหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น ดำเนินงานโดยบริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN) นอกจากนี้ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ร่วมทุน กับ บริษัท อีเลฟเวน มีเดีย กรุ๊ป จำกัด ในประเทศพม่า เพื่อจัดตั้งบริษัทร่วมทุน ชื่อ บริษัท อีเลฟเวน-เนชั่น มีเดีย จำกัด ที่เมืองย่างกุ้ง ประเทศพม่า โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 49 เพื่อประกอบกิจการสื่อและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยมีเป้าหมายที่จะขยายธุรกิจสู่ประเทศพม่า ด้วยการทำหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษรายวันทั่วไปในประเทศพม่า
4. สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง ผลิตรายการเพื่อออกอากาศในทีวีสถานีต่างๆ, ผลิตรายการวิทยุ, New Media และ เจ้าของใบอนุญาตช่องทีวีดิจิทัล 2 ช่อง คือ
  - ช่อง NOW 26 ประเภทหมวดหมู่ทั่วไปแบบความชัดปกติ (SD Variety) ดำเนินงานโดย บริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง จำกัด (BBB) (บริษัทย่อยของ NMG )
  - ช่อง Nation TV ประเภท หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ ( SD News) ภาศกภายใต้ช่องหมายเลข 22 ดำเนินงานโดยบริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด (NNV) (บริษัทย่อยของ NBC )
5. สายธุรกิจด้านการศึกษา บันเทิง และต่างประเทศ ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและการศึกษา ผลิตหนังสือเล่มในนามสำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์, ผลิตนิตยสารเนชั่นจูเนียร์ ตัวแทนโฆษณาและจัดจำหน่ายให้สิ่งพิมพ์ต่างประเทศ , ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก และให้บริการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ ดำเนินงานโดยบริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ต เนชั่น แอนด์ดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) โดยมีบริษัทย่อย คือ บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ (NED), บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NGE)
6. สายธุรกิจด้านการพิมพ์ ดำเนินธุรกิจรับจ้างพิมพ์ดำเนินงานโดยบริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS)
7. สายธุรกิจด้านการขนส่งดำเนินงานโดยบริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด (NML)
8. สายธุรกิจการศึกษา เปิดสอนระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ในมหาวิทยาลัยเนชั่น โดยมี 2 วิทยาเขต คือวิทยาเขตกรุงเทพ และวิทยาเขตลำปาง ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น ยู จำกัด (NU)

อย่างไรก็ตาม NMG ยังคงเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม บริหารฝ่ายขาย ฝ่ายการตลาด กองบก สำนักข่าวกลาง ศูนย์ช่างภาพ และฝ่ายงานสนับสนุน เพื่อสามารถบริการข้อมูลแก่ลูกค้าในสื่อที่หลากหลายได้ครบถ้วน โดยการจัดโครงสร้างบริหารฝ่ายขายสู่ 3 Platform คือ Print , Broadcasting และ Digital Media เพื่อเป็นช่องทางการหารายได้ในระยะยาว และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้แก่กลุ่มบริษัท

#### ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สายธุรกิจ	ลักษณะผลิตภัณฑ์หลัก
สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจ ภาษาไทย	<p><b>บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้ผลิตและจำหน่าย : หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ : หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวันภาษาไทย</li> <li>ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย : นักธุรกิจ นักธุรกิจรุ่นใหม่ นักวิชาการ ข้าราชการ นักการตลาด นิสิตนักศึกษา และ ประชาชนที่มีการศึกษาระดับกลาง ถึง ระดับสูง</li> <li>ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ธุรกิจ เช่น เว็บไซต์ข่าว ,งานสัมมนา กิจกรรมพิเศษ บริการข่าวสั้นทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่ หนังสือพิมพ์ดิจิทัล (i-Newspaper)</li> </ul> <p><b>บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM)</b></p> <p>ผู้ผลิตและจำหน่าย : หนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก : หนังสือพิมพ์ข่าวทั่วไปรายวันภาษาไทย นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ : นิตยสารวิเคราะห์ข่าวทั่วไปรายสัปดาห์</p> <p>ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย : ประชาชนทั่วไป</p> <p>รวมทั้งดำเนินธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก เช่น เว็บไซต์ข่าว งานอบรม สัมมนา กิจกรรมพิเศษ</p>
สายธุรกิจด้านข่าว ภาษาอังกฤษ	<p><b>บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN)</b></p> <p>ผู้ผลิตและจำหน่าย :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>หนังสือพิมพ์ The Nation : หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ</li> <li>Asia News Network : โครงการความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และ ภาพข่าว ระหว่างหนังสือพิมพ์ภายในภูมิภาคเอเชีย รวม 21 ฉบับ ใน 18 ประเทศ</li> </ul> <p>กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย : คนไทยที่ติดตามความเคลื่อนไหวของการเมืองและเศรษฐกิจ รวมทั้งชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย, กลุ่มวัยรุ่น และนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา กลุ่มคนทำงานที่ต้องการความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำไปใช้ประโยชน์กับหน้าที่การงานหรือชีวิตประจำวัน</p> <p><b>บริษัท อีเลฟเวน-เนชั่น มีเดีย จำกัด</b></p> <p>ประกอบกิจการสื่อและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ในประเทศพม่า</p>
สายธุรกิจด้านสื่อกระจาย ภาพและเสียง	<p><b>บริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง จำกัด (BBB)</b></p> <p>สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล NOW 26 เป็น 1 ใน 2 สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ของเครือเนชั่น กรุ๊ป เป็นผู้ได้รับใบอนุญาตทีวีดิจิทัล หมวดหมู่ทั่วไปความคมชัดปกติ โดยต่อยอด</p>



สายธุรกิจ	ลักษณะผลิตภัณฑ์หลัก
	<p>ธุรกิจจากหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และกรุงเทพธุรกิจ TV ที่ออกอากาศแพร่ภาพผ่านสัญญาณดาวเทียม</p> <p>NOW26 เป็นช่องวาไรตี้ความคมชัดมาตรฐาน (SD) ที่มีความแตกต่างจากช่องวาไรตี้อื่นๆ อย่างชัดเจนด้วยคอนเซ็ปต์การนำเสนอสาระบันเทิงที่มีคุณภาพ มีความสนุกสนาน สร้างสรรค์การเรียนรู้ ผ่านเนื้อหาของรายการไม่ว่าจะเป็นรายการสารคดีที่ผลิตจากสตูดิโอระดับโลก ภาพยนตร์ซีรีส์ต่างประเทศ รายการกีฬาจากต่างประเทศ และในประเทศ ละครซิทคอม รายการเรียลลิตี้ รายการวาไรตี้ท่องเที่ยวเชิงไลฟ์สไตล์ รายการด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ การลงทุน ที่ทำให้คอนเทนต์ของช่องมีความโดดเด่น เพื่อให้ผู้ชมได้รับความบันเทิงคุณภาพอย่างเต็มที่</p> <p>กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย : กลุ่มคนที่มีไลฟ์สไตล์คนเมือง นักธุรกิจ นักลงทุน และกลุ่มคนรุ่นใหม่ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ หรืออาจเรียกว่าเป็นกลุ่ม Urban mass</p> <p><b>บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจในการร่วมผลิตรายการวิทยุและผลิตข่าวสั้นต้นชั่วโมง ออกอากาศทางสถานี FM 90.5 MHz และ FM 102.0 MHz</li> <li>ร่วมกับบริษัทและพันธมิตรนำเนื้อหาถ่ายทอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการข่าวสารเพื่อเผยแพร่ ผ่านสื่อรูปแบบใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ Tablet โทรศัพท์เคลื่อนที่</li> <li>ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง : การผลิตและจำหน่ายVCD และ DVD การจัดอบรมสัมมนา การจัดนำเที่ยว การจัดกิจกรรมพิเศษ</li> </ul> <p>ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย : ประชาชนทั่วไป</p> <p><b>บริษัท เนชั่น เอ็นบีวี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด (NNV)</b></p> <p>สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล เนชั่นทีวี ช่อง 22 เป็นผู้ได้รับเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตทีวีดิจิทัลหมวดหมู่ข่าวสารและสาระ เป็นสถานีข่าวและสาระความรู้ 24 ชั่วโมงซึ่งมุ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง เป็นกลาง ทันเหตุการณ์ พร้อมบทวิเคราะห์และข้อมูลเชิงลึกอย่างรอบด้านจากทีมงานข่าวที่มีประสบการณ์ โดยมีช่องทางการออกอากาศหลายรูปแบบเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของบริษัทฯ ได้อย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้นำทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตรายการโทรทัศน์ อาทิเช่น ข้อมูลข่าว ภาพข่าว คุณภาพบุคลากรทีมข่าว มาต่อยอดขยายธุรกิจไปยังธุรกิจเกี่ยวเนื่องต่างๆ</p> <p>กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย : ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับรู้ข่าวสารประจำวันเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น</p>
สายธุรกิจด้าน	<p><b>บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊กส์โดยผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์ที่ได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นกลุ่มผู้อ่านที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป</li> </ul>

สายธุรกิจ	ลักษณะผลิตภัณฑ์หลัก
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ต่างประเทศและนิตยสารต่างประเทศซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นนักธุรกิจทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และกลุ่มนักศึกษา</li> <li>• เป็นตัวแทนขายสมาชิกและขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ที่พิมพ์ในประเทศไทย และขายหนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia ผ่านทาง E-Book รวมถึงรับจัดส่งหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศอีกหลายฉบับด้วย</li> <li>• ผลิตและจำหน่าย NJ Magazine : นิตยสารเพื่อการเรียนรู้ภาษาอังกฤษสำหรับเยาวชนรายเดือน</li> <li>• ดำเนินธุรกิจและผลิตรายการสาระบันเทิงเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนในรูปแบบต่างๆ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ และสื่อรูปแบบใหม่</li> </ul> <p><b>บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์โดยผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนเพื่อการศึกษาและบันเทิง สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่เป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปีโดยมุ่งเน้นหนังสือการ์ตูนยอดนิยมนิยมนที่ได้รับความนิยมจากสำนักพิมพ์ชั้นนำทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลี ฯ รวมทั้งการดูแลความรู้และวรรณกรรมเยาวชนต่างๆ</li> </ul> <p><b>บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NGE) (เดิมชื่อ บจก. เนชั่น เอ็ดมอนด์ เอ็ดดูเทนเมนท์)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์โดยผลิต นำเข้า และจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนเพื่อ การศึกษา บันเทิง และการเสริมทักษะ สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่เป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี</li> </ul>
สายธุรกิจด้านการพิมพ์	<p><b>บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์หนังสือพิมพ์ โดยงานพิมพ์หลักมาจากการรับพิมพ์หนังสือพิมพ์ของเครือ เนชั่น กรุ๊ป ได้แก่ หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก, กรุงเทพธุรกิจ, The Nation หนังสือรายปักษ์และรายสัปดาห์ – NJ Magazine ,เนชั่นสุดสัปดาห์, หนังสือ Pocket Bookหนังสือการ์ตูน และหนังสือเรียนจากลูกค้าภายนอก เช่น ไทยร่มเกล้า รวมทั้งรับพิมพ์หนังสือพิมพ์ต่างประเทศได้แก่ Yomiuri Shimbun นอกจากนี้ยังเป็นผู้พิมพ์ หนังสือพิมพ์ China Daily ที่แทรกใน The Nation</li> <li>• ดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์ที่เน้นด้านคุณภาพโดยแบ่งลูกค้าเป็น 2 กลุ่มใหญ่คือ บริษัทโอเนกเอนชั่นเป็นงานพิมพ์ประเภทงานการ์ตูน, พ็อกเก็ตบุ๊ก และสิ่งพิมพ์โฆษณา และลูกค้าภายนอก ซึ่งเป็นงานพิมพ์ประเภทนิตยสาร, วารสาร, แคตตาล็อก และโบรชัวร์ โดยลูกค้าหลักในปัจจุบัน ได้แก่ MIW Group, พุกผาเรือเอสเตท, กิฟฟารีน , ทีวีไคเร็กซ์ และอื่น ๆ อีกมากมาย</li> </ul>

สายธุรกิจ	ลักษณะผลิตภัณฑ์หลัก
สายธุรกิจด้านการขนส่ง	<b>บริษัท เนชั่นเอ็มแอล จำกัด (NML)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินธุรกิจรับจ้างขนส่งสินค้า (Logistic) ได้แก่ขนส่งหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ เพื่อให้บริการรองรับสายงานหลักในการจัดส่งหนังสือพิมพ์ ในกลุ่มเนชั่น ได้แก่ คมชัดลึก, กรุงเทพธุรกิจ, The Nation และ Yomiuri Shimbun ทั้งในเขตกรุงเทพฯ-ปริมณฑล และต่างจังหวัดทั่วประเทศ รวมทั้งการรับงานบริการขนส่งสินค้าอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ สินค้าส่งเสริมการตลาด ให้กับลูกค้าภายนอกทั่วไป เช่น ซีเอ็ด, นานมีบุ๊คส์, อมรินทร์บุ๊คส์เซ็นเตอร์ และรับส่งแคตตาล็อก ใบปลิว ให้แก่ลูกค้าภายนอก เช่น True Vision, Tesco Lotus, IKEA</li> </ul>
สายธุรกิจการศึกษา	<b>บริษัท เนชั่น ยู จำกัด</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินธุรกิจด้านการศึกษา บริหารมหาวิทยาลัยเนชั่น ปัจจุบันเปิดสอนที่วิทยาเขตลำปาง และวิทยาเขตกรุงเทพฯ สาขาวิชานิติศาสตร์ บริหารธุรกิจ และ MBA โดยอาศัยความแข็งแกร่งขององค์กรสื่อในเครือเนชั่น ทั้งหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ดิจิตอลมีเดีย เพื่อให้ให้นักศึกษาได้มีโอกาสพัฒนาทักษะจากประสบการณ์จริง เรียนกับมืออาชีพ โดยนักศึกษามีโอกาสพัฒนาทักษะและประสบการณ์ นอกเหนือจากภาคทฤษฎีด้วยการเรียนกับอุปกรณ์ปฏิบัติการของจริง ในสภาพการทำงานจริง</li> </ul>

### 2.2.1 – 2.2.3 สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย ข่าวทั่วไปภาษาไทย และข่าวภาษาอังกฤษ

โดยรายได้หลักของสายธุรกิจกลุ่มนี้ มาจาก 2 ทาง ได้แก่ รายได้จากโฆษณาประมาณร้อยละ 74 และรายได้จากการจำหน่ายหนังสือประมาณร้อยละ 15 โดยรายได้ของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 43 ของรายได้รวมทั้งกลุ่ม และมีค่าใช้จ่ายหลักดังต่อไปนี้

- ค่าพิมพ์ร้อยละ 10 ซึ่งจ้างบริษัทย่อย คือ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้รับจ้างพิมพ์
- ค่ากระดาษร้อยละ 6
- ค่าใช้จ่ายเงินเดือน ค่าเรื่อง ค่าข่าวของกองบรรณาธิการร้อยละ 15

#### 1. กลยุทธ์ทางการตลาด

เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วยสื่อหลายประเภท ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งมีทั้งหนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสารรายสัปดาห์ ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ซึ่งสามารถครอบคลุมลูกค้าได้ทุกกลุ่ม และเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า ซึ่งถือเป็นจุดที่ได้เปรียบคู่แข่ง

#### 1.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

1) **คุณภาพข่าวและการพิมพ์** บริษัทฯนำเสนอข่าวแบบฉบับไว ถูกต้อง เที่ยงตรง กล้าเสนอความจริง วิเคราะห์เจาะลึก และมีความเป็นกลาง รวมทั้งการเสนอข่าวที่สร้างสรรค์เป็นประโยชน์และสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของประชาชน ด้านคุณภาพในการพิมพ์ บริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพงานพิมพ์ คมชัด สีสวยไม่ผิดเพี้ยน การวาง Lay Out และรูปแบบหนังสือให้สวยงาม เพื่อให้ผู้อ่านรู้สึกสบายตา อ่านง่าย ส่งผลดีต่อโฆษณาของลูกค้าที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์และนิตยสารของบริษัท

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

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

## 1.2 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย

ด้านช่องทางการจำหน่าย บริษัทฯ มีโครงข่ายการจัดส่งสิ่งพิมพ์สู่ผู้อ่านในเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่แข็งแกร่ง รวมทั้งมีสาขาในเขตภูมิภาคต่างๆ ได้แก่ เชียงใหม่, หาดใหญ่ และขอนแก่น มีระบบการขนส่งหนังสือพิมพ์ไปสู่ทั่วประเทศ ได้ทุกวันภายในเวลาอันรวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีสายสัมพันธ์ที่ดีเป็นเวลานานกับตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ ซึ่งส่งเสริมให้ช่องทางการ

จัดจำหน่ายเข้มแข็งขึ้น

## 1.3 กลยุทธ์ด้านราคา

### ด้านโฆษณา

1) กลยุทธ์การขายในรูปของ “ Combined ” จากการที่กลุ่มบริษัทมีสิ่งพิมพ์ที่หลากหลายครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่มทั้งสื่อหนังสือพิมพ์รายวันและรายสัปดาห์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวม 5 ฉบับ ได้แก่ กรุงเทพธุรกิจ, The Nation , คม ชัด ลึก, เนชั่นสุดสัปดาห์ รวมถึงทีวีดิจิตอล ช่อง NOW ดังนั้นจึงเป็นข้อเสนอที่เป็นจุดแข็งสำหรับลูกค้าในการเลือกลงโฆษณา โดยลูกค้าสามารถเลือกเงื่อนไขพิเศษในการลงโฆษณาในสื่อแบบ Combined ได้ เช่น ในกรณีที่ต้องการลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ 2 ฉบับ 2 ภาษา คือ The Nation และ กรุงเทพธุรกิจ ซึ่งจะมีราคาต่ำกว่าการลงโฆษณาแยก สื่อกัน

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

### ด้านการจำหน่ายสิ่งพิมพ์

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

#### 1.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

กลยุทธ์การส่งเสริมการขายของกลุ่มบริษัท แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

##### 1) การส่งเสริมการขายสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท

กลุ่มบริษัทมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี แต่ละผลิตภัณฑ์จะมีการส่งเสริมการขายของตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไปตามกิจกรรม เช่น เพื่อเพิ่มยอดขายไม่ว่าจะเป็นการขายโฆษณา หรือสิ่งพิมพ์ หรือทั้ง 2 ส่วนร่วมกัน หรือมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ากลุ่มต่างๆ หรือเพื่อตอบแทนคืนกำไรกลับไปสู่ผู้อ่านและผู้ลงโฆษณา กิจกรรมในปีที่ผ่านมา เช่น คมชัดลึก อวอร์ด, “Thailand Economic Outlook 2016 อนาคตเศรษฐกิจไทย เติบโตอย่างไรในบริบทใหม่”, “ฝ่าวิกฤตภัยแล้ง-น้ำท่วม สู่ Road map บริหารจัดการน้ำในอนาคต” เป็นต้น

2) การส่งเสริมการขายในลักษณะพาสานสื่อ (Total Media Solution) เนื่องจากกลุ่มบริษัทดำเนินธุรกิจสื่อครบวงจร และเป็นกลุ่มบริษัทที่มีสื่อมากที่สุดในประเทศ จึงสามารถสร้างความได้เปรียบในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ โดยการนำสื่อหลายๆ สื่อมาทำกิจกรรมส่งเสริมการขายพร้อมกัน เช่น งานแทนคุณแผ่นดิน เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้รู้จักผลิตภัณฑ์ในเครือของบริษัท รวมทั้งรู้จักบริษัท จุดยืนและความน่าเชื่อถือในฐานะ บริษัทสื่ออีกด้วย

#### 2. การขายโฆษณาและช่องทางการจำหน่าย

การขายโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ของกลุ่มบริษัทฯ แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. การโฆษณาให้ลูกค้าโดยตรง (Direct Customers) เป็นการติดต่อโดยตรงระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้าผู้เป็นเจ้าของสินค้าที่มีความสนใจที่จะลงโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ
2. การจำหน่ายสื่อโฆษณาผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) เป็นการติดต่อระหว่างบริษัทฯ กับบริษัทตัวแทนโฆษณาโดยบริษัทตัวแทนโฆษณาจะเป็นผู้เสนอจัดสรรและวางแผนการใช้สื่อโฆษณาของลูกค้าผู้เป็นเจ้าของสินค้า บริษัทตัวแทนโฆษณาดังกล่าวเป็นบริษัททั่วไปในธุรกิจโฆษณาซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก บริษัทไม่มีการทำสัญญาผูกมัดใดๆ และกับบริษัทใดๆ รวมถึงไม่มีลูกค้ารายใหญ่ที่มีมูลค่ารายการเกินร้อยละ 30 ของรายได้โฆษณาของบริษัท

ตารางแสดงสัดส่วนการจำหน่ายสื่อโฆษณาของบริษัทผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ในปี 2558

ช่องทางการจัดจำหน่ายโฆษณา	สัดส่วนการจำหน่าย (หน่วย : ร้อยละ )
การจัดจำหน่ายโดยตรง (Direct Customer)	65%
การจัดจำหน่ายผ่านบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency)	35%
รวม	100%

ช่องทางการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ แบ่งเป็น 2 ช่องทางดังต่อไปนี้

1. การจัดจำหน่ายและการจัดส่งโดยตรงไปยังผู้อ่านในรูปแบบของการขายสมาชิกและ Bulk มีรูปแบบดังต่อไปนี้
  - การขายโดยตัวแทนขายซึ่งไม่ได้เป็นพนักงานของบริษัทจะได้รับค่าตอบแทนจากการขาย (Commission) ตามอัตราที่ตกลงไว้ล่วงหน้าของราคาสมาชิกที่สามารถขายได้
  - การบอกรับเป็นสมาชิกโดยตรงกับบริษัท ซึ่งลูกค้าสามารถบอกรับสมาชิกทางไปรษณีย์ โทรสาร ผ่านตามสื่อสิ่งพิมพ์, สื่อ Online E-commerce
  - การขายสมาชิกทางโทรศัพท์ (Retention&Telesales) โดยมีพนักงานติดต่อสมาชิกเดิมซึ่งใกล้หมดอายุสมาชิก หรือสมาชิกที่ยกเลิกการเป็นสมาชิกแล้วระยะหนึ่ง โดยเชิญชวนให้ต่ออายุสมาชิก หรือสมัครสมาชิกใหม่

- การขายสมาชิกผ่านทางพันธมิตรทางการค้า เช่น บัตรเครดิต VISA เป็นต้น
- การจำหน่ายสิ่งพิมพ์ให้แก่ลูกค้าสถาบัน โรงแรม สายการบิน โรงเรียน เป็นการขายในปริมาณมากตามที่ตกลงกัน โดยไม่มีการรับคืน

2. การจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าส่ง-เอเยนต์และการจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าปลีก-แผงร้านค้าย่อยเป็นการจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าส่งเพื่อนำไปขายต่อให้เอเยนต์รายย่อยแผงร้าน และลูกค้าปลีก กรณีที่เป็นเอเยนต์รายเดิม ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจและติดต่อกันมานานมากกว่า 20 - 30 ปี จะไม่มีการทำสัญญาผูกมัดระหว่างกัน ยกเว้นเอเยนต์รายใหม่จะทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรร่วมกัน โดยมีหนังสือค้ำประกันในวงเงินขั้นต่ำ 50,000 บาท ปัจจุบันบริษัทฯ มีผู้ค้าส่ง-เอเยนต์และชั้นเอเยนต์รวมประมาณ 1,000 ราย กระจายอยู่ตามจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ จึงถือว่าเป็นฐานการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ที่สำคัญของบริษัทฯ เนื่องจากเป็นช่องทางให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงสินค้าของบริษัทได้อย่างทั่วถึง ทั้งนี้บริษัทฯ จะให้ส่วนลดและรับคืนหนังสือซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานทั่วไปของการจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์

ตารางแสดงสัดส่วนการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ของบริษัทผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ในปี 2558

สิ่งพิมพ์	สมาชิก : (เอเยนต์+ Bulk)
กรุงเทพธุรกิจ	57 : 43
The Nation	25 : 75
คม ชัด ลึก	10 : 90
รวม	100%

### 3. ลักษณะของลูกค้า แบ่งเป็นกลุ่มผู้อ่าน และกลุ่มผู้ลงโฆษณา

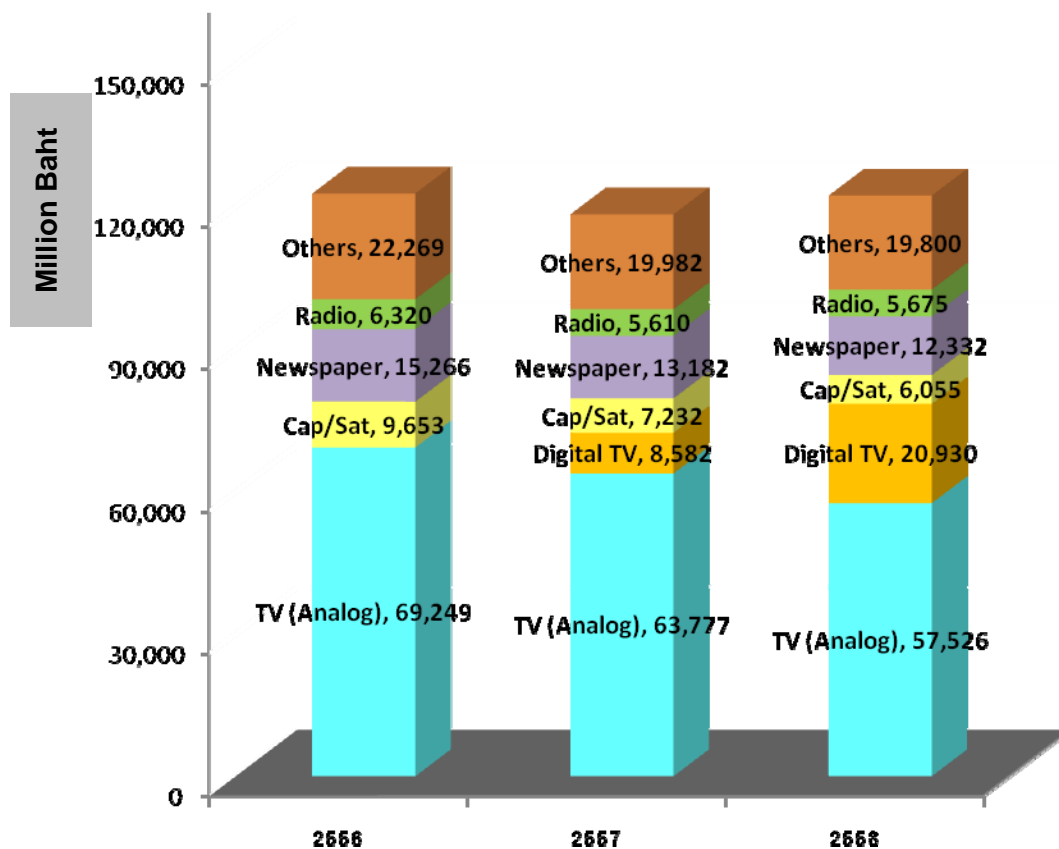
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ เป็นลูกค้าระดับกลางถึงระดับสูงที่มีความสนใจในข่าวสาร ซึ่งส่วนใหญ่มีพื้นฐานการศึกษาในระดับอุดมศึกษาขึ้นไป นักธุรกิจ ข้าราชการระดับสูง โดยลูกค้าส่วนใหญ่บอกรับเป็นสมาชิกรายปี กลุ่มผู้ลงโฆษณาส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสินค้าบริการที่มีราคาขายระดับกลางถึงระดับสูง เช่น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

#### 4. ภาวะการแข่งขัน

##### ภาวะการแข่งขันโดยรวม

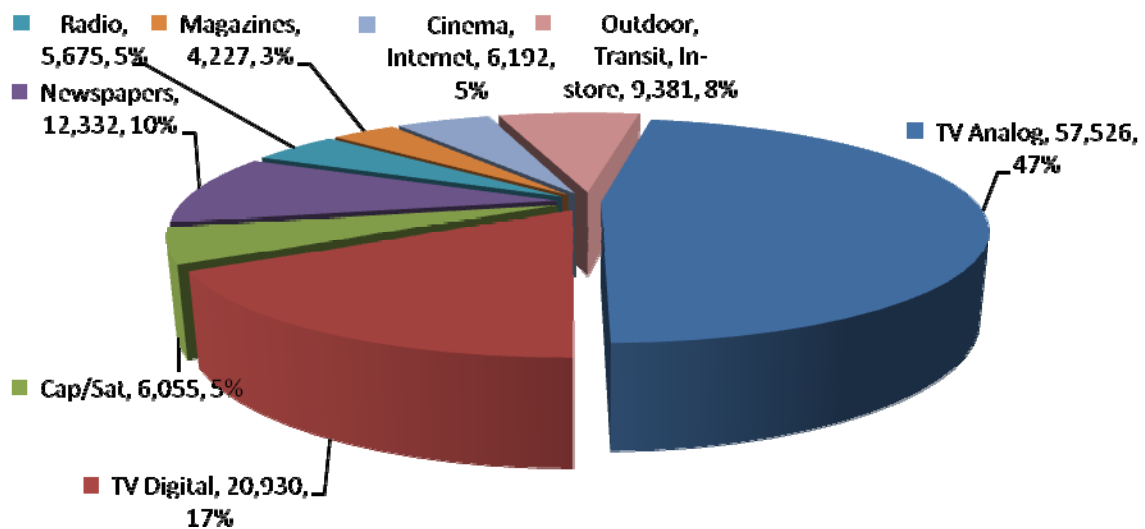
ปี 2558 มีค่าใช้จ่ายของการโฆษณาทั้งระบบเท่ากับ 122,318 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3% หรือ 3,954 ล้านบาท จากปี 2557 ที่มีมูลค่าเท่ากับ 118,364 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาทั้งระบบ และอัตราการเติบโตภายในระยะเวลา 3 ปี สำหรับปี 2556 – ปี 2558



ที่มา : นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย)

**ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาแยกตามสื่อในปี 2558 มูลค่า 122,318 ล้านบาท**



**หมายเหตุ** รายละเอียดที่มาของ Ad Spending มีดังนี้

- Newspapers : ไม่รวม นสพ. ท้องถิ่น
- Magazines : 80% ของทั้งหมด
- Cinema : เฉพาะเครือใหญ่ทั่วประเทศ
- Internet : 30 เว็บไซต์ (First page and inner page)
- Radio, Outdoor, Transit, In-Store : เฉพาะกรุงเทพฯ-ปริมณฑล

จากข้อมูลของนิลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) พบว่าอุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2558 มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 122,318 ล้านบาท โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 3% โดยปรับเพิ่มขึ้นจากปีก่อนไม่มากนัก ผลจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวในช่วงครึ่งปีแรก และเริ่มฟื้นตัวขึ้นในไตรมาส 4 จากแรงสนับสนุนการใช้จ่ายภายในประเทศทั้งในส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงผลบวกจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจระยะสั้นที่ทยอยออกมาตั้งแต่ช่วงเดือน กันยายน ส่งผลให้ความเชื่อมั่นต่อเศรษฐกิจของผู้บริโภคและภาคธุรกิจปรับตัวดีขึ้น

โดยภาพรวมธุรกิจหลักของบริษัทฯ ในปี 2558 ยังคงเป็น สื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งบริษัทฯ ได้พยายามขยายตลาดผู้อ่านควบคู่ไปกับการขยายตลาดโฆษณา โดยเน้นกลยุทธ์ Total Media Solution เพื่อเสนอขายสื่อทุกประเภทในกลุ่มบริษัท ทั้งสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ กิจกรรมพิเศษต่างๆ และสื่อนิพม์เดีย เช่น เว็บไซต์ สมาร์ทโฟน และสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ สื่อเหล่านี้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกันไปตามประเภทของสื่อ และคุ้มค่ากับงบประมาณของลูกค้าที่มีอยู่ และยังเป็นโอกาสการปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป จากเดิม

อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการลดการพึ่งพิงรายได้จากสื่อสิ่งพิมพ์ ที่มีแนวโน้มความนิยมลดลง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค กลุ่มบริษัท ได้เพิ่มช่องทางการหารายได้จากสื่อโทรทัศน์มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันสื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อหลักโดยมีมูลค่า 84,511 ล้านบาท ซึ่งมีสัดส่วนงบโฆษณาสูงสุดของมูลค่าโฆษณาทั้งหมดหรือคิดเป็นร้อยละ 69 โดยมาจาก TV Analog 57,526 ล้านบาท , มาจาก TV Digital 20,930 ล้านบาท และมาจาก เคเบิลทีวี/ดาวเทียม 6,055 ล้านบาท



โดยการใช้ระบบโฆษณาผ่านสื่อ TV Digital มีแนวโน้มเติบโตขึ้น ในขณะที่การใช้ระบบโฆษณาผ่านสื่อ TV Analog และ ผ่านสื่อเคเบิลทีวี/ดาวเทียม มีแนวโน้มลดลง ดังนั้นจากการที่กลุ่มบริษัทเป็นเจ้าของช่องทีวีดิจิทัล 2 ช่อง คือ Nation TV ช่อง 22 และ NOW ช่อง 26 จึงเป็นโอกาสที่บริษัทสามารถใช้สื่อโทรทัศน์ ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สื่อในเครือ รวมถึงกิจกรรมต่างๆ เพื่อขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น เข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น ครอบคลุมพื้นที่กว้างไกลถึงทุกภูมิภาคทั่วโลก

ภาพรวมในปี 2558 ภาวะเศรษฐกิจไทย ในช่วงครึ่งปีแรกอยู่ในภาวะชะลอตัว และเริ่มมีการฟื้นตัวขึ้นในไตรมาส 4 โดยมีแรงสนับสนุนจากการใช้จ่ายภายในประเทศทั้งในส่วนของการภาครัฐและภาคเอกชน ผลจากการที่รัฐบาลเบิกจ่ายงบประมาณได้เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 10 จากปีก่อน ประกอบกับการใช้จ่ายภาคเอกชนปรับตัวดีขึ้นทั้งในกลุ่มสินค้าจำเป็นถึงสินค้าคงทน รวมถึงผลบวกจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจระยะสั้นที่ทยอยออกมาตั้งแต่ช่วงเดือน ก.ย. ซึ่งนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจต่าง ๆ ได้ช่วยผลักดันการเติบโตของเศรษฐกิจในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2558 เช่น กองทุนหมู่บ้าน สินเชื่อเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ (Self loan) ให้ผู้ประกอบการ SMEs มาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ระยะสั้น รวมไปถึงการที่รัฐบาลอนุญาตให้ประชาชนนำค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการจำนวนหนึ่งหักหนี้บ้านพักในเจ็ดวันสุดท้ายของปี 2558 เพื่อนำสิทธิมาลดหย่อนภาษีได้ ในขณะที่การส่งออกสินค้า ยังได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัว รวมทั้งภาคเกษตรกรรมที่ได้รับผลกระทบจากภัยแล้งและเป็นข้อจำกัดต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

ภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณาปี 2559 สมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทยได้คาดการณ์ไว้ว่า อุตสาหกรรมโฆษณาปี 2559 จะเติบโตขึ้นอยู่กับเศรษฐกิจภายในประเทศ หากภาพรวมเศรษฐกิจปี 2559 โตขึ้น 2.5% ตามที่คาดการณ์ อุตสาหกรรมโฆษณาก็น่าจะเติบโต 4-5% จากปี 2558 โดยมีปัจจัยบวก จากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ รวมถึงความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่กำลังฟื้นตัวขึ้น ส่วนปัจจัยลบ มาจากเศรษฐกิจที่ยังชะลอตัวต่อเนื่อง , ผลกระทบจากเศรษฐกิจและปัจจัยจากต่างประเทศ , ปัญหาการเมือง โดยสื่อที่โดดเด่นเติบโตมากที่สุดก็ยังคงเป็น ดิจิตอลทีวี และสื่อดิจิตอลออนไลน์ โซเชียลมีเดีย จะมีบทบาทเพิ่มขึ้น เพราะพฤติกรรมไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคเปลี่ยนไป เสพสื่อผ่านหลายช่องทางในเวลาเดียวกัน หรือมัลติสกรีน

สำหรับปี 2559 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือสภาพัฒน์ วิเคราะห์แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี 2559 ว่าน่าจะขยายตัวได้ในช่วง 3-4% ต่อเนื่องจากการขยายตัวของเศรษฐกิจในปี 2558 โดยปัจจัยสนับสนุนเศรษฐกิจที่สำคัญ คือ เรื่องของการใช้จ่าย และการลงทุนภาครัฐ ในกรอบวงเงินของปีงบประมาณ 2559 ประมาณ 3.9 แสนล้านบาท

## สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม โดยพิจารณาตามประเภทสายธุรกิจดังนี้

สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจ ภาษาไทย	<b>หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวัน : กรุงเทพธุรกิจ</b> ถือเป็นผู้นำของกลุ่มหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวันโดยมีส่วนแบ่งตลาดด้านพื้นที่โฆษณา (คอลัมน์นี้) ประมาณร้อยละ 49 อย่างไรก็ตามในตลาดยังมีหนังสือพิมพ์ประเภทเดียวกันคือ Post Today โดยมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 34 และ ASTV ผู้จัดการรายวันเดลิ ประมาณร้อยละ 17
สายธุรกิจด้านข่าว การบ้านการเมืองทั่วไป ภาษาไทย	<b>หนังสือพิมพ์รายวันทั่วไป : คมชัดลึก</b> คมชัดลึกมีส่วนแบ่งการตลาดทางด้านพื้นที่โฆษณาประมาณร้อยละ 23 ในขณะที่ไทยรัฐ เดลินิวส์ มีส่วนแบ่งการตลาดด้านพื้นที่โฆษณาประมาณร้อยละ 33 และ 14 ตามลำดับ
สายธุรกิจด้านข่าว ภาษาอังกฤษ	<b>หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ : The Nation</b> มีคู่แข่งเพียงฉบับเดียวคือ Bangkok Post โดยผู้อ่านหนังสือพิมพ์กลุ่มนี้ค่อนข้างคงที่และจำกัด โดยส่วนใหญ่เป็นสมาชิกประจำ ปัจจุบัน The Nation มีส่วนแบ่งการตลาดด้านพื้นที่โฆษณา (คอลัมน์นี้) ประมาณ ร้อยละ 26 และ Bangkok Post ประมาณ ร้อยละ 74

## การผลิตหรือการจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

### 1. การผลิตหนังสือพิมพ์

	2556	2557	2558
<b>เดอะเนชั่น</b> ปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อวัน (ฉบับ)	59,000 – 61,000	59,000 – 61,000	59,000 – 61,000
<b>กรุงเทพธุรกิจ</b> ปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อวัน (ฉบับ)	95,000 – 100,000	95,000 – 100,000	95,000 – 100,000
<b>คม ชัด ลึก</b> ปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อวัน (ฉบับ)	300,000 – 400,000	300,000 – 400,000	300,000 – 400,000

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

อย่างไรก็ตามวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตหนังสือพิมพ์ คือกระดาษหนังสือพิมพ์ (Newsprint) มีสัดส่วนประมาณ 74% ของมูลค่าวัตถุดิบรวม ซึ่งบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบดังกล่าวเอง ปัจจุบันบริษัทฯ สามารถสั่งซื้อได้ทั้งภายในประเทศ และนำเข้าจากต่างประเทศ โดยไม่มีข้อผูกพันกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายใดรายหนึ่ง โดยเฉพาะ แต่จะพิจารณาตามราคาขายที่แต่ละรายเสนอมา เพื่อให้ได้วัตถุดิบในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพที่ต้องการ

## สภาพปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ (Newsprint)

จากข้อมูลในอดีตพบว่าราคกระดาษหนังสือพิมพ์จะมีการเปลี่ยนแปลงระดับราคาขึ้นลงไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับราคาเยื่อกระดาษ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ราคาน้ำมัน ความต้องการกระดาษและปริมาณการผลิต ซึ่งกระดาษหนังสือพิมพ์ถือเป็นสินค้าประเภท Commodity ซึ่งมีราคาตลาดโลกอ้างอิงทำให้สามารถเปรียบเทียบราคาจากผู้ผลิตแต่ละรายได้ ภาวะการผลิต การนำเข้า กระดาษและสิ่งพิมพ์ ในปี 2558 คาดว่าภาพรวมจะขยายตัวได้ โดยการผลิตเยื่อกระดาษ และกระดาษจะมีทิศทางที่ดีขึ้น เพื่อรองรับการขยายตัวของภาคการส่งออกสินค้าของประเทศ อย่างไรก็ตาม การผลิตกระดาษพิมพ์เขียนยังคงต้องเผชิญปัจจัยเสี่ยงจากความต้องการของผู้บริโภคที่ลดลง ประกอบกับการนำเข้ากระดาษจากต่างประเทศมาใช้ทดแทน ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีการวิจัยพัฒนานวัตกรรมและการออกแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ สำหรับการนำเข้ากระดาษที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศเกาหลีใต้ และสหรัฐอเมริกา

ทั้งนี้อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ยังคงต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับการเพิ่มช่องทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้มากขึ้น เช่น Tablet Smart Phone และ Online เป็นเหตุผลหลักให้สื่อสิ่งพิมพ์ต้องปรับตัวเป็น Content Provider ด้วยการเผยแพร่ข้อมูลออกไปได้ในทุกช่องทาง (Platform) ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์

อย่างไรก็ตาม หากในช่วงที่ราคากระดาษหนังสือพิมพ์เริ่มปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน ทำให้บริษัทฯ ต้องยืดหยุ่นนโยบายในการสั่งซื้อกระดาษตามความเหมาะสมของสถานการณ์ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะพิจารณาเลือกซื้อวัตถุดิบจากแหล่งต่างๆ โดยการเปรียบเทียบราคา เจรจาต่อรอง และพิจารณาเงื่อนไข การจัดส่งที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้เพื่อเป็นการสำรองวัตถุดิบในการผลิต บริษัทฯ ได้ซื้อวัตถุดิบทั้งในประเทศและต่างประเทศ และเพื่อเป็นการถ่วงดุลอำนาจการต่อรองของผู้ผลิตวัตถุดิบแต่ละราย โดยส่วนใหญ่บริษัทจะสั่งซื้อเป็นการล่วงหน้าประมาณ 3-4 เดือน ยกเว้นกรณีที่สามารถพยากรณ์ได้ว่าแนวโน้มราคาจะสูงขึ้นบริษัทจะสำรองสั่งซื้อกระดาษเพิ่มขึ้นเพื่อ ลดผลกระทบด้านราคา

สำหรับต้นทุนกระดาษที่นำเข้าเป็นเงินตราต่างประเทศ บริษัทฯ ได้มีนโยบายป้องกันความเสี่ยงโดยการทำ Forward Contract ไว้ล่วงหน้าตามแผนการสั่งซื้อในแต่ละปี ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ หมึกพิมพ์ พลาสติก และน้ำยาต่างๆ ซึ่งมีสัดส่วนรวมประมาณร้อยละ 21 ของมูลค่ารวมของวัตถุดิบ ในปี 2558 บริษัทฯ ได้สั่งซื้อจากบริษัทตัวแทน ในประเทศทั้งหมดเพราะมีผู้ขายเป็นจำนวนมาก

## 2. การผลิตข่าว (Contents)

ตลอด 45 ปีที่ผ่านมา เนชั่นกรุ๊ป มุ่งพัฒนาข่าวสาร และ เนื้อหา เพื่อตอบสนองการรับสื่อของคนไทยอย่างไม่หยุดนิ่ง จากจุดเริ่มต้นที่หนังสือพิมพ์รายวัน ภายใต้หนังสือพิมพ์รายวัน 3 ฉบับ คือ หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ The Nation หนังสือพิมพ์คอมมูนลิสต์ และ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ วันนี้ เนชั่นกรุ๊ป ได้ก้าวสู่การเป็นผู้ผลิตคอนเทนต์หลากหลายรูปแบบ มีศักยภาพในการป้อนข้อมูลข่าวสาร และเนื้อหา ทั้งสาระและบันเทิง ครอบคลุมสื่อ ในทุกแพลตฟอร์ม

ไม่ว่าพฤติกรรมการรับสื่อของคนไทยจะแปรเปลี่ยนไปอย่างไร เครือเนชั่น พร้อมตอบสนองไลฟ์สไตล์รับสื่อทุกรูปแบบ เราพร้อมส่งมอบคอนเทนต์ไปในทุกช่องทาง ผ่าน หนังสือพิมพ์ ทีวีดิจิทัล เว็บไซต์นับ 10 เว็บไซต์ภายใต้ร่มของเนชั่นกรุ๊ป รวมไปถึง โซเชียลมีเดียทั้งทวีตเตอร์ และเฟสบุ๊ค

เนชั่นกรุ๊ป อาจเป็นสื่อแห่งเดียวในประเทศไทยที่มีนวัตกรรม Convergence Newsroom หรือ การหลอมรวมกองบรรณาธิการ เพื่อเป็นศูนย์กลางการข่าว พร้อมคลังข่าว คลังข้อมูลขนาดมหึมา เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมสื่อ

ตามกระแสเทรนด์โลกได้อย่างรวดเร็ว เนชั่นกรุ๊ปได้สร้างสรรค์กระบวนการผลิตข่าวที่เรียกว่า Convergence Newsroom หรือ การหลอมรวมห้องข่าว ซึ่งนับเป็น หัวใจ ของการผลิตข่าวป้อนทุกสื่อในเครือ เป้าหมายคือ การผลิตข่าวที่มีทั้งคุณภาพ และ ประสิทธิภาพ เพราะ Convergence Newsroom สามารถตอบทุกโจทย์ของการสร้างสรรค์ข่าวคุณภาพได้ ไม่ว่าจะเป็นมิติของ ความเร็ว ความลึก หรือความรอบด้าน เนชั่นกรุ๊ป มุ่งพัฒนาทีมข่าวกว่า 400 คน ในกองบรรณาธิการ The Nation , กรุงเทพฯ , ชลบุรี , ภูเก็ต , เชียงใหม่ รวมทั้งทีวีดิจิตอล 2 ช่อง คือ Naion TV และ NOW26 ให้มีทักษะ Multi Skill , Multi Platform เพื่อผลิต เนื้อหาที่มีทั้ง ความรวดเร็ว เข้าถึง แม่นยำจาก “กองทัพอากาศ” เครือเนชั่นที่กระจายอยู่ทุกสนามข่าว

นอกจากนั้น Convergence Newsroom ยังทำหน้าที่ “คลังสมอง” ให้กับ กองทัพอากาศเนชั่นกรุ๊ป เพราะการหลอม รวมห้องข่าว นำมาซึ่งการหลอมรวม ความรอบรู้-ลุ่มลึกจากทีมบรรณาธิการที่เกี่ยวข้องรา ช่างของในแต่ละสายข่าว

นวัตกรรม Convergence Newsroom ยังนำเทคโนโลยี การจัดการคอนเทนต์ (Content Mangement) มาใช้เพิ่ม ศักยภาพการทำงาน ภายใต้ระบบคลังข่าว NCES (News Convergence Editorial System) ซึ่งทำให้การหลอมรวมทีม ข่าว เกิดขึ้นได้จริง โดยระบบปฏิบัติการข่าว NCES จะทำหน้าที่ Virtual Newsroom หรือ ห้องข่าวเสมือนจริง เป็นทั้งวันสต อปข้อมูล ข่าวสาร การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร รวมไปถึงเป็น “ศูนย์บัญชาการกลาง” สอดรับกับการทำงาน แบบ Mobility ของทีมข่าวที่คล่องตัวและรวดเร็ว ไม่อยู่หนึ่งที่ใดที่หนึ่ง การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในการทำงาน ให้ สะดวกรวดเร็วลดต้นทุนการผลิต และสามารถทำงานเป็นทีมทดแทนกันได้

## 2.2.4 ธุรกิจสื่อโทรทัศน์

### 1. สถานีโทรทัศน์ดิจิตอล NOW26 ดำเนินงานโดย บริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสต์ติ้ง จำกัด

#### การประกอบธุรกิจของแต่ละสายธุรกิจ

สถานีโทรทัศน์ดิจิตอลช่อง NOW26 เป็น 1 ใน 2 สถานีโทรทัศน์ดิจิตอล ในเครือเนชั่นกรุ๊ป ที่ชนะการประมูลเมื่อวันที่ 27 ธันวาคม พ.ศ. 2556 ถือเป็นธุรกิจที่ต่อยอดมาจากหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และกรุงเทพธุรกิจทีวี ที่ออกอากาศผ่าน สัญญาณดาวเทียม ก่อนจะเข้าร่วมประมูลใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ระบบดิจิตอล

NOW26 เป็นช่องวาไรตี้ความคมชัดมาตรฐาน (SD) ที่มีความแตกต่างจากช่องวาไรตี้อื่นอย่างชัดเจน ด้วยการนำเสนอ สารบันเทิงที่มีคุณภาพ มีความสนุกและสร้างสรรค์การเรียนรู้ ผ่านเนื้อหาของรายการไม่ว่าจะเป็นรายการสารคดีที่ผลิตจาก สตูดิโอระดับโลก ภาพยนตร์ซีรีส์ต่างประเทศ รายการกีฬาจากต่างประเทศและในประเทศ ละครซิตคอม รายการ เรียวลิตี้ รายการวาไรตี้ท่องเที่ยวเชิงไลฟ์สไตล์ รายการด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ การลงทุน ที่ทำให้คอนเทนต์ของช่องมีความ โดดเด่น เพื่อให้ผู้ชมได้รับความบันเทิงคุณภาพอย่างเต็มที่

#### รายการของ NOW26 แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มรายการ News นำเสนอข่าวสารด้านเศรษฐกิจ การเงิน สังคม กีฬา โดยทีมข่าวคุณภาพมากประสบการณ์ จาก กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์ธุรกิจอันดับหนึ่งของประเทศ ผ่านรูปแบบของรายการข่าว ทั้งยังมี รายการในรูปแบบ News Talk อาทิเช่น Money Go Round, ชั่วโมงที่ 26, คู่มือนักลงทุนและ Corporate Insight, เป็นต้น

2. กลุ่มรายการ Documentary นำเสนอเรื่องราวสารคดีหลากหลายรสชาติ ไม่ว่าจะเป็น ท่องเที่ยว ธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม เรื่องราวที่น่ารู้ เช่น สารคดีบันลือโลก, Life Below Zero, สารคดีเบิกฟ้าแดนมังกร, Human Planet, Planet Earth, ปริศนาบัลลังก์ วังต้องห้าม, เรื่องเล่าข้ามโลก, ช่างภาพสุดขั้วและ Mega Factory เป็นต้น

**3. กลุ่มรายการ Sport** มีทั้งการถ่ายทอดรายการกีฬาสำคัญๆ จากต่างประเทศและในไทย เช่น Dakar 2015, ปั่นสนั่นโลก Tour de France 2015, La Vuelta 2015, Top Gear, เทควันโด, บาสเก็ตบอล 3on3 และรายการกีฬาที่สร้างสรรค์โดยทางช่องอย่าง คมชัดลึก สิกมวยไทย เป็นต้น

**4. กลุ่มรายการ Entertainment** มีทั้งซีรีส์ต่างประเทศและรายการวาไรตี้ โดยซีรีส์ดังจากฝั่งตะวันตก เช่น Chicago Fire, Homeland, 24, Dr. Who, The Good Wife, Downton Abbey, White Collar, Nash Ville ส่วนซีรีส์จากฝั่งตะวันออกมีเจ้าพ่อเซี่ยงไฮ้, เปาบุ้นจิ้น, เพลงพิณรักข้ามภพ, หวงเพ็ชร์ ขอดพยัคฆ์กังฟู, ปู๊น จักรพรรดิ โลกไม่ลืม และรายการเรียลลิตี้ Master Chef

นอกจากนี้ยังมีรายการบันเทิงและรายการเรียลลิตี้ที่ผลิตเองโดยทางช่อง เช่น The Champ สังกะสีขยับขึ้น ขอดมวยไทย, Fat Fighter และกรงใจคอม วุ่นรัก พลพรรคตั้งตัว

### กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจ ของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์ NOW26 มีกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ดังนี้

#### 1. กลุ่มลูกค้า

- บริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) ผู้ให้บริการวางแผนการโฆษณาและจัดสรรเวลาโฆษณาให้กับลูกค้าเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่างๆ โดยลูกค้าในกลุ่มนี้ จะซื้อเวลาโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ในลักษณะเป็นชุด (Package) หลากรูปแบบในหลายรายการ และหลายช่วงเวลา โดยเป็นการซื้อล่วงหน้า และมีระยะเวลาการซื้อนาน ตั้งแต่ 1 เดือน 3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปี

- บริษัทเจ้าของสินค้าโดยตรง ได้แก่ บริษัททั่วไปที่กำหนดแนวทางโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้เอง โดยบริษัทเหล่านี้ จะติดต่อซื้อเวลาโฆษณากับบริษัท โดยตรง

#### 2. กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายของ NOW26 คือ กลุ่มคนที่มีไลฟ์สไตล์คนเมือง นักธุรกิจ นักลงทุน และกลุ่มคนรุ่นใหม่ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ หรืออาจเรียกว่าเป็นกลุ่ม Urban Mass โดยจำแนกได้ดังนี้

- ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และหัวเมืองในต่างจังหวัด มีรายได้ขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 20,000 บาท
- กลุ่มเอสเอ็มอี ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม
- กลุ่มผู้ชมทั่วประเทศ ที่มีรูปแบบการจับจ่ายผ่าน Hyper market เช่น Tesco Lotus หรือ Big C

#### 3. ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

จากความเข้มแข็งของคอนเทนต์ บุคลากรที่มีศักยภาพ บริษัทได้ขยายธุรกิจไปยังธุรกิจเกี่ยวเนื่อง โดยนำเนื้อหาของรายการ และประเด็นที่กำลังอยู่ในความสนใจของกระแสสังคม มาสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค และเพิ่มศักยภาพในการหารายได้ของบริษัทฯ ทั้งยังเป็นการสร้างเสริมชื่อเสียงและภาพลักษณ์อันดีของบริษัทฯ ให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้ชมและลูกค้าเป้าหมายได้กว้างขวางมากขึ้น โดยลักษณะสินค้า บริการ หรือกิจกรรมที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการ ณ ปัจจุบัน มีดังนี้

2.1 สัมมนา ภายใต้งานร่วมมือกับพันธมิตร เพื่อขยายเนื้อหาจากประเด็นข่าว รวมทั้งเป็นเวทีระดมสมองจากทุกภาคส่วนในการหาทางออกให้กับเศรษฐกิจและสังคม โดยปี 2558 บริษัทฯ ได้จัดสัมมนาหลายเวที เช่นการสัมมนา “Thailand Economic Outlook 2016 : อนาคตเศรษฐกิจไทย เติบโตอย่างไรในบริบทใหม่, ผ่านวิกฤติภัยแล้ง-น้ำท่วม โรคแม่พบบริหารจัดการน้ำในอนาคต เป็นต้น

2.2 กิจกรรมพิเศษ ในทุกรูปแบบ ทั้งกิจกรรมเพื่อสังคม สันทนาการ กิจกรรมวิชาการ ตลอดจนบันเทิง สำหรับกิจกรรมปี 2558 ได้แก่ พลังใจไทยแกร่ง Stronger United Thailand, คมชัดลึก อวอร์ด, โครงการแทนคุณแผ่นดิน “77 คนดี นำทางแทนคุณแผ่นดิน” กิจกรรมสันทนาการ เช่น ปั่นวันเดียว เที่ยวทั่วไทย เรียนรู้วิถีไทยสี่ภาค

## การตลาดและการแข่งขัน

### 1. ภาวะอุตสาหกรรม

ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ดิจิทัล ในปี 2558 ที่ผ่านมานับเป็นช่วงที่มีการแข่งขันรุนแรง จากผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลทั้ง 24 ช่องและผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบอนาล็อกเดิม ซึ่งยังคงออกอากาศแบบคู่ขนาน รวมทั้งทีวีแบบบอกรับสมาชิก หรือเคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียม ในขณะที่เม็ดเงินโฆษณาในภาพรวมของปี 2558 ที่ผ่านมามีแนวโน้มลดลงจากปี 2557 ไม่มากนัก

ตัวเลขการใช้จ่ายเม็ดเงินโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ณ สิ้นปี 2558 รวบรวมโดย บริษัท นีลเส็น ประเทศไทย ระบุว่า จากเม็ดเงินโฆษณาทั้งระบบ 122,318 ล้านบาท เป็นเม็ดเงินที่ใช้กับสื่อโทรทัศน์รวม 78,456 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนรวม 64.14%

ในจำนวนนี้เป็นเงินที่ใช้กับทีวีอนาล็อกเดิม 57,526 ล้านบาท หรือเป็นสัดส่วน 47.03% และเป็นเม็ดเงินที่ใช้กับทีวีดิจิทัล 20,930 ล้านบาท หรือเป็นสัดส่วน 17.11%

อย่างไรก็ดี หากดูจากเม็ดเงินโฆษณาที่ใช้กับสื่อทีวีดิจิทัล จะพบว่ามียอดเพิ่มขึ้นค่อนข้างสูง ถือว่า 20,930 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากเมื่อปี 2557 ถึง 143.91% จากยอดปี 2557 ซึ่งทีวีดิจิทัลมียอดการใช้จ่ายโฆษณาเพียง 8,581 ล้านบาท หรือ 7.25% จากยอดโฆษณาปี 2557 ที่มียอดรวมอยู่ที่ 118,364 ล้านบาท โดยทีวีระบบอนาล็อกเดิม 6 ช่องมียอดโฆษณา 63,777 ล้านบาท เป็นสัดส่วนกว่า 53.88% จากเม็ดเงินโฆษณารวมดังกล่าว ขณะที่ปี 2558 ยอดโฆษณาทีวีอนาล็อก 6 ช่องเดิม มีสัดส่วนลดลง โดย ณ สิ้นปี 2558 ลดลง 9.8% หรือลดลงไปกว่า 6,251 ล้านบาท เหลือ 57,526 ล้านบาท จากปี 2557 ที่เคยมียอดโฆษณา 63,777 ล้านบาท

### สัดส่วนโฆษณาทีวีทุกประเภท ปี 2558

ยอดโฆษณาทีวีรวม 84,511 = 100%

อนาล็อก	57,526	= 68.07%
ดาวเทียม/เคเบิล	6,055	= 7.16%
ทีวีดิจิทัล	20,930	= 24.77%

### ที่มา : นีลเส็น ประเทศไทย

จากตัวเลขดังกล่าวจะพบว่า ยอดโฆษณาผ่านทีวีดิจิทัลมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ต่างกับทีวีอนาล็อก 6 ช่องเดิมที่มียอดโฆษณาลดลง เช่นเดียวกับทีวีดาวเทียม และเคเบิลทีวี ซึ่งพบว่า ณ สิ้นปี 2558 ปรับตัวลดลงอย่างเห็นได้ชัด มียอดโฆษณารวมอยู่ที่ 6,055 ล้านบาท ลดลงกว่า 1,177 ล้านบาท หรือลดลง 16.27% ส่วนแบ่งเม็ดเงินโฆษณาในภาพรวมก็ลดลงด้วย เมื่อเทียบกับปี 2557 ซึ่งเคยมียอดโฆษณารวมที่ 7,232 ล้านบาท โดย ณ สิ้นปี 2558 ยอดโฆษณาลดเหลือ 6,055 ล้านบาท และสัดส่วนจากที่เคยมี 6.11% ลดเหลือ 4.95%

การดำเนินธุรกิจทีวีดิจิทัลในช่วงนี้ ถือเป็นช่วงบุกเบิกสร้างการยอมรับ ผู้ประกอบการหลายรายยังมีความคล่องตัวต่างกัน บางรายไม่สามารถบริหารจัดการได้ต้องตัดสินใจยุติการดำเนินงานไป ส่วนที่เหลือก็ต้องบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่าย พร้อมเร่งพัฒนาเนื้อหารายการ ให้ตอบโจทย์ความต้องการผู้ชมและลูกค้า สร้างการยอมรับ เพื่อขยายฐานผู้ชมและดึงดูดเม็ดเงินโฆษณา

## 2. กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ

สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล NOW26 ออกอากาศอย่างเป็นทางการกว่า 2 ปี นับจากวันแรกในเดือนเมษายน 2557 จนถึงปัจจุบัน มีกระแสตอบรับจากกลุ่มผู้ชมเพิ่มขึ้นมาก จากเดิมเป็นฐานผู้ชมที่ติดตามช่อง กรุงเทพมหานครทีวี มาก่อน คือ กลุ่มคนที่สนใจเรื่องเศรษฐกิจและการลงทุน แต่เมื่อทางช่องได้ปรับเนื้อหา ความเป็นมาไว้ดี ด้วยรายการประเภทบันเทิง สารคดี ภาพยนตร์ซีรีส์ เรียลลิตี้โชว์ และกีฬาต่างๆ โดยเฉพาะกีฬา "มวยไทย" ที่มีการถ่ายทอดสดประจำวันอาทิตย์ 19.45 น. ทำให้ฐานผู้ชมขยายจำนวนเพิ่มขึ้น จากฐานผู้ชมเดิมที่ส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพฯ ล่าสุดพบว่า ได้ขยายสู่ฐานผู้ชมในต่างจังหวัดเพิ่มขึ้น กระจายไปในหลายภาค

นอกจากนี้ ยังได้รับการจัดอันดับเรตติ้งดีขึ้น จากช่องทีวีดิจิทัลลำดับที่ 22 ขึ้นมาอยู่อันดับที่ 15 โดยเรตติ้งที่เพิ่มขึ้นนี้ ส่วนหนึ่งมาจากรายการกีฬา โดยเฉพาะมวยไทยซึ่งมีการถ่ายทอดสดประจำวันอาทิตย์ และยังมีรายการมวยสัญจรในแต่ละเทศกาลในพื้นที่จังหวัดต่างๆ

นอกจากมวยแล้ว รายการประเภทสารคดี ก็เป็นอีกหนึ่งคอนเทนต์ ที่ได้รับความสนใจจากผู้ชมสูง และทำให้ช่อง NOW26 มีกลุ่มผู้ชมทั่วไปขยายตัวเพิ่มขึ้น จากการเพิ่มเนื้อหารายการให้มีความหลากหลายนั่นเอง

### แผนดำเนินธุรกิจเติบโตยั่งยืน

#### 1. รายการสารคดีและบันเทิงระดับโลก

NOW26 มุ่งพัฒนารูปแบบและเนื้อหารายการอย่างต่อเนื่อง ทำให้ในปี 2558 มีกลุ่มรายการประเภทสารคดีจากสตูดิโอชั้นนำระดับโลก อาทิเช่น บีบีซี เนชั่นแนล จีโอกราฟฟิก สตูดิโอ เพิ่มมากขึ้น เพื่อเปิดประสบการณ์ความรู้และความบันเทิง น้ำดีแก่คนรุ่นใหม่อย่างแท้จริง เช่น สารคดี Life Below Zero สุดขูดสารคดีระดับโลกจาก National Geographic ที่เปิดประสบการณ์การใช้ชีวิตบนขั้วโลกที่มีอากาศหนาวติดลบแบบรุนแรง สารคดี Human Planet มนุษย์สุดขีด ผลงานร่วมสร้างจากทีมสารคดี BBC&Discovery ที่จะทดสอบขีดจำกัดของมนุษย์กว่า 80 แห่งรอบโลก

นอกจากนี้ยังมีการถ่ายทอดมหกรรมกีฬาระดับโลก เช่น รายการ “ปารีส-ดาการ์” การแข่งรถทางวิบากกลางทะเลทราย อเมริกาใต้ รายการ Top Gear รายการทดสอบประสิทธิภาพรถยนต์ที่มีผู้ชมติดตามมากสุดในโลก รายการเรียลลิตี้ที่โด่งดัง เช่น Master Chef การแข่งขันทำอาหารที่โด่งดังทั้งใน สหรัฐอเมริกา และการแข่งขัน Master Chef ประเทศไทยและประเทศจีน

รวมถึงการแข่งขัน “มวยไทยสมัครเล่น” ที่นำเสนออัตลักษณ์ของชาติในรูปแบบเรียลลิตี้มวยไทย โดย มิวส์สุดขูด แชมป์โลก สามารถ พยัคฆ์อรุณ, เขาทราย กาแล็คซี่, สมรักษ์ คำสิงห์, และเจริญทอง เกียรติบ้านช่อง ร่วมดำเนินรายการใน "The Champ สัมผัสชัยชนะขอมวยไทย เป็นต้น

#### 2. ร่วมพันธมิตรผลิตรายการหลากหลาย

การสนับสนุนของบริษัทพันธมิตรธุรกิจ สปอนเซอร์ ทางช่อง NOW26 นอกจากจะทำในลักษณะสปอนเซอร์โฆษณา และ Tied In แล้ว NOW26 ยังได้ผลิตรายการในลักษณะ Branded Content ร่วมกับพันธมิตรธุรกิจ โดย NOW26 ให้บริการสื่อที่ครบวงจรในโปรเจกต์นั้นๆ ทำให้รายการเหล่านั้น สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ และตอบโจทย์ผู้สนับสนุนได้เป็นอย่างดี โดยรายการที่ทาง NOW26 ได้ผลิตร่วมกับพันธมิตรธุรกิจ เช่น รายการ CEOs Upclose เป็นการทำรายการร่วมกับบริษัท โคโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย นำเสนอกลยุทธ์และวิสัยทัศน์ของผู้บริหารโคโยต้า ในการทำธุรกิจทั้งในไทยและต่างประเทศ รายการคู่หูนักลงทุน รายการวิเคราะห์การลงทุนในตลาดหุ้น ที่ผลิตร่วมกับบริษัทหลักทรัพย์กสิกรไทย โดย กวี ชูกิจเกษม และ เติมภพสงเคราะห์



### 3. พัฒนาช่องทางออกอากาศหลากหลาย

ด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าไปมาก ทำให้แพลตฟอร์มในการเข้าถึงรายการโทรทัศน์ทุกวันนี้ทำได้หลากหลาย ไม่จำกัดเฉพาะเครื่องรับโทรทัศน์ในบ้าน (Home TV) เท่านั้น แต่สามารถรับชมผ่านแพลตฟอร์มเครื่องรับอื่นๆ ได้ ทั้งโทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต การออกอากาศช่อง NOW26 จึงออกแบบให้เข้าถึงได้ในทุกแพลตฟอร์ม เพื่อปรากฏสู่สายตาผู้ชมให้มากที่สุด และได้จับมือกับพันธมิตรต่างๆ ในการนำเผยแพร่รายการของ NOW26

ปัจจุบันผู้ชมสามารถชม NOW26 ได้ผ่าน Smart TV โดยซื้อกล่อง Set Top Box + เส้าอากาศแบบก้างปลาติดเข้ากับเครื่องเดิม หรือสามารถชมผ่านจานรับสัญญาณดาวเทียมหรือเคเบิลทีวีทุกระบบที่มีอยู่แล้ว รับชมผ่านสมาร์ตโฟน ไอแพด โน้ตบุ๊ก รวมถึงจอแอลอีดีขนาดใหญ่ด้านหน้าอาคาร NOW@SIAM และรับชมสดผ่านเว็บไซต์ <http://www.now26.tv>

### กิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

สำหรับการดำเนินงานด้านCSR หรือกิจกรรมที่มีส่วนร่วมทำประโยชน์ต่อสังคมและชุมชน ในรอบปี 2558 ที่ผ่านมา NOW26 ในฐานะช่องทีวีดิจิทัล ที่เป็นสื่อสารมวลชน เป็นหน่วยงานที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางทีวีดิจิทัล การเลือกเนื้อหารายการทุกรายการ เน้นให้ประโยชน์ต่อผู้ชมและสังคมเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมพิเศษ ซึ่งเป็นประเด็นที่จัดขึ้น เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ดี ของผู้คนในสังคม ทั้งต่อประเด็นเชิงธุรกิจ เชิงสังคม จริยธรรม และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

### โครงการประกวดภาพถ่ายเกี่ยวกับเส้นทาง R3A (Kunming-Bangkok Highway Photography Contest)

เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจและส่งเสริมการใช้ประโยชน์เส้นทาง R3A (คุนหมิง-กรุงเทพฯ) ในฐานะเส้นทางเชื่อมโยงสำคัญ ระดับภูมิภาคซึ่งเชื่อมโยงประเทศไทยกับมณฑลยูนนาน ซึ่งเป็นมณฑลของจีนตอนใต้ที่อยู่ใกล้ประเทศมากที่สุด และกิจกรรมนี้ยังเป็นหนึ่งในกิจกรรมฉลองครบรอบ 40 ปีการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตไทย-จีนในปี 2558

### โครงการปั่นฟัน เดอะบัณฑิต

รายการทีวีที่ส่งเสริมให้เยาวชนไทยตระหนักและมีจิตสำนึกในการช่วยเหลือสังคม โดยโครงการนี้เกิดจากความร่วมมือกับมูลนิธิปิดทองหลังพระ สภามหาวิทยาลัย และเครือเนชั่นกรุ๊ป เพื่อเฟ้นหากลุ่มเยาวชนที่มีจิตสำนึก ตระหนักถึงปัญหาของสังคม และมีความเสียสละพร้อมที่จะลุกขึ้นมาแก้ไขปัญหา โดยนำเอาความรู้ต่างๆ ที่เรียนมาปรับใช้ อันเป็นการส่งเสริมเยาวชนรุ่นใหม่ให้ใช้ศักยภาพเพื่อพัฒนาประเทศชาติ

### โครงการ "ช่างภาพใจหล่อ"

"ช่อง NOW26 ร่วมกับทีมช่างภาพผู้ผลิตรายการ "Full Frame ช่างภาพสุดซึ้ง" จัดกิจกรรมประกวดภาพถ่ายสัตว์ป่าของกลุ่มช่างภาพ 26 คน เพื่อระดมทุนสมทบให้กับมูลนิธินกเงือกให้กับ ศ.ดร.พิไล พูลสวัสดิ์ ผู้แทนทีมวิจัยนกเงือกคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยกิจกรรมนี้มีการจัดประกวดภาพถ่ายผ่านหน้าเพจโครงการ ช่างภาพใจหล่อ จัดเสวนาเรื่องการถ่ายภาพสัตว์ป่าและวิถีชีวิตของนกเงือก ซึ่งทำหน้าที่เผยแพร่เมล็ดพันธุ์สู่ผืนป่า



## โครงการพลังใจไทยแกร่ง Stronger United Thailand

เป็นกิจกรรมต่อเนื่อง หลังจากเหตุการณ์ระเบิดที่บริเวณสี่แยกราชประสงค์ เครือเนชั่นได้ร่วมมือกับพันธมิตรหลากหลายกลุ่ม จัดกิจกรรมสร้างขวัญและกำลังใจคนไทย ใช้ชื่อว่า โครงการพลังใจไทยแกร่ง มีกิจกรรมส่งภาพส่งข้อความ เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ให้กำลังใจคนไทยด้วยกันให้ยืนหยัดสู้เหตุนร้าย พร้อมแสดงให้ทั่วโลกได้เห็นว่าประเทศไทยยังคงสวยงาม และสังคมไทยยังมีความเข้มแข็ง พร้อมต้อนรับแขกผู้มาเยือน โดยกิจกรรมนี้มีการเชิญสื่อจากต่างประเทศเข้ามาเยี่ยมชมและนำเรื่องราวความสวยงาม ความประทับใจไปเผยแพร่ต่อในต่างประเทศ พร้อมกับกิจกรรมการแสดงและออกบูธ ช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยว และบรรยากาศการท่องเที่ยวย่านราชประสงค์ขึ้น ที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์

## โครงการ "ร้องด้วยใจ"

ทางช่อง NOW26 ได้ร่วมกับชุมชนสยามสแควร์ จัดกิจกรรมเฉลิมพระเกียรติ เนื่องในวโรกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว 88 พรรษา ด้วยการเชิญชวนทุกคนในสยามสแควร์ ร่วมขับร้องบทเพลง "ดินไม่ขงพ่อ" อย่างพร้อมเพรียงกัน เมื่อค่ำวันที่ 4 ธันวาคม 2558 เพื่อร่วมกันแสดงถึงความจงรักภักดี และร่วมถวายพระพรพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พร้อมถ่ายทอดสดออกอากาศไปทั่วประเทศ

## 2.สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล Nation TV 22 ดำเนินงานโดย บริษัทเอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด

### การประกอบธุรกิจของแต่ละสายธุรกิจ

#### ธุรกิจสื่อโทรทัศน์


บริษัทเป็นผู้ผลิตและจัดหารายการโทรทัศน์ประเภทข่าวและสาระความรู้ โดยมีช่องทางการออกอากาศหลายรูปแบบ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของบริษัทได้อย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ บริษัทยังได้นำทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตรายการโทรทัศน์ อาทิเช่น ข้อมูลข่าว ภาพข่าว คุณภาพบุคลากรทีมข่าว มาต่อยอดขยายธุรกิจไปยังธุรกิจเกี่ยวเนื่องต่างๆ

### ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

#### 1) สถานีโทรทัศน์ที่บริษัทเป็นผู้ดำเนินการ

บริษัทเป็นผู้ก่อตั้งและบริหารงานสถานีโทรทัศน์อย่างครบวงจร ทั้งด้านการดำเนินการผลิต การจัดหารายการออกอากาศ การให้เช่าเวลาออกอากาศ และการขายเวลาโฆษณา ซึ่งบริษัทฯ มีรายได้จากการขายเวลาโฆษณา การรับจ้างผลิตรายการและสารคดีสั้น และค่าเช่าเวลา โดย บริษัทได้ดำเนินการในการบริหารสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน อย่างเต็มรูปแบบภายหลังได้รับอนุญาตจาก กสทช.

ชื่อสถานี	แนวคิดหลักของสถานี	ช่องทางรับชม
1. สถานีข่าว Nation TV เริ่มออกอากาศปี 2557	สถานีข่าวและสาระความรู้ 24 ชั่วโมงซึ่งมุ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง เป็นกลาง ทันเหตุการณ์ พร้อมบทวิเคราะห์และข้อมูลเชิงลึกอย่างรอบด้านจากทีมงานข่าวที่มีประสบการณ์	- อุปกรณ์ชุดรับสัญญาณดิจิทัล(Settop Box) ช่อง 22 - ทิวดาวเทียม ช่อง 32 - เคเบิลทีวีท้องถิ่น - ทิวดาวเทียม ไทยคม-6 ระบบ C-Band ความถี่ 3880 MHz

ชื่อสถานี	แนวคิดหลักของสถานี	ช่องทางรับชม
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทิวทัศน์เทียม ไทยคม-5 ระบบKU-Band ความถี่ 12355 MHz</li> <li>- เว็บไซต์ <a href="http://www.nationtv.com">www.nationtv.com</a></li> <li>- โทรศัพท์เคลื่อนที่</li> <li>- Application ผ่าน iPad และ iPhone</li> </ul>

## 2) รายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ

บริษัทดำเนินธุรกิจร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทรายการข่าวและสาระความรู้กับสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ โดยมีรายได้จากส่วนแบ่งการขายเวลาโฆษณา และการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการในรายการ ในปี 2558 บริษัทมีรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ในช่อง ดังนี้

สถานีโทรทัศน์	ชื่อรายการ	รูปแบบรายการ	วันและเวลาในการออกอากาศ
ช่อง 3	เรื่องเด่นเย็นนี้	รายงานข่าวเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในรอบวัน หรือประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจของสังคม	ทุกวันจันทร์-วันอาทิตย์ เวลา 16.00 -17.45 น.
ช่อง 9	ยิ่งถก กนกซัก	รายการสารระบับเทิงประเภท “Situation talk” รายการแรกของไทย	ทุกวันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 18.20 –18.50 น.

## 3) ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

ในปี 2558 บริษัทมีนโยบายต่อยอดธุรกิจโดยนำข้อได้เปรียบที่มีอยู่ทั้งด้านเนื้อหาข้อมูล คุณภาพบุคลากร ความพร้อมของเครื่องมืออุปกรณ์ และชื่อเสียงของบริษัทฯ ขยายธุรกิจไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัท โดยการนำเนื้อหาข่าวรายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมหรือข่าวเหตุการณ์ที่อยู่ในความสนใจของกระแสสังคมมาสร้างสรรค์เป็นสินค้าหรือกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภค และเพิ่มศักยภาพในการหารายได้ของบริษัท รวมทั้ง ยังเป็นการสร้างเสริมชื่อเสียงและภาพลักษณ์อันดีของบริษัทให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้ชมและลูกค้าเป้าหมายได้กว้างขวางมากขึ้น โดยลักษณะสินค้า บริการ หรือกิจกรรมที่บริษัทได้ดำเนินการ ณ ปัจจุบัน มีดังนี้

ลักษณะสินค้าหรือบริการ	รูปแบบ
การจัดกิจกรรมพิเศษ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดมินิโทลด์โชว์ ปิดหีองคช “ข่าวขึ้นคนกนก” ณ งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ในงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ครั้งที่ 43</li> <li>- การจัดทัวร์ Steven Gerrard’s Farewell Trip ซึ่งเป็นทริปพิเศษ คือการไปร่วมลูนแชมป์ กับทีมลิเวอร์พูล ในแมทช์สุดท้าย ก่อนปิดฤดูกาล</li> </ul>

## การตลาดและการแข่งขันของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

### 1.) ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ปี 2558 อุตสาหกรรมสื่อเคเบิลค่อนข้างต่ำ เป็นไปตามอุตสาหกรรมโฆษณาที่มีมูลค่า 1.41 แสนล้านบาท เคเบิล 3.5% โดยสื่อดั้งเดิมส่วนใหญ่อยู่ในภาวะทรงตัวและลดลง

ส่วนสื่อโฆษณาที่เติบโตสูง คือ ทีวีดิจิทัล สื่อออนไลน์ และ สื่อเคลื่อนที่ โดยทีวีดิจิทัล ปี 2557 ซึ่งเป็นปีแรกที่ออกอากาศ โฆษณาอยู่ที่ 8,580 ล้านบาท ปี 2558 นิลเส็น ประเทศไทย รายงานมูลค่าอยู่ที่ 20,931 ล้านบาท เคเบิล 144% ซึ่งเป็นการรายงานตัวเลขจากราคาเสนอขาย (rate card) แต่จากการประเมินของสมาคมฯ ที่คำนวณโดยหักส่วนลด 30% จากราคาเสนอขาย คาดว่ามูลค่าโฆษณาทีวีดิจิทัลปี 2558 มีมูลค่าราว 15,000 ล้านบาท ขณะที่ปี 2559 คาดว่าจะมีมูลค่า 22,000 ล้านบาท เคเบิลราว 50%

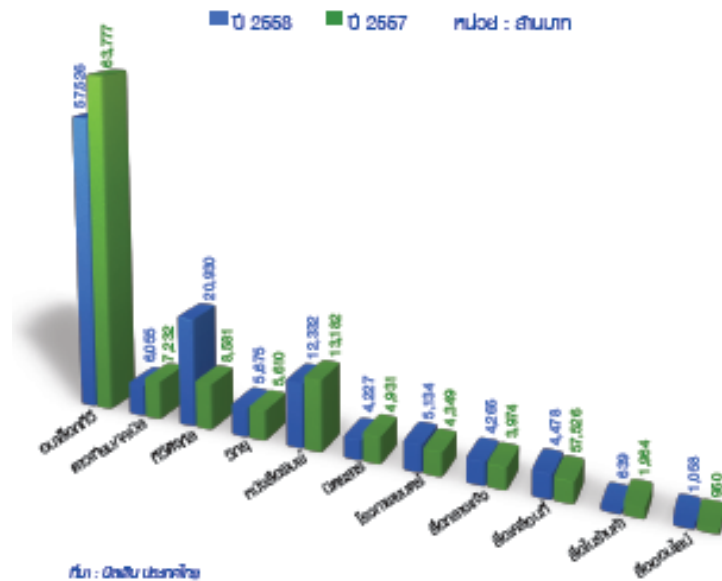
ทั้งนี้ เม็ดเงินโฆษณาจากทีวีดิจิทัล ส่วนหนึ่งเป็นการ โยกงบมาจากกลุ่มฟรีทีวีรายเดิม (ทีวีอนาล็อก) และ กลุ่มเคเบิล และทีวีดาวเทียม ซึ่งหลายช่องย้ายแพลตฟอร์ม มาออกอากาศบนทีวีดิจิทัล ขณะที่สื่อโฆษณาเคเบิลและทีวีดาวเทียมปีนี้ จะอยู่ในภาวะถดถอยต่อเนื่อง หรือลดลงราว 25% มีมูลค่า 4,500 ล้านบาท

ในปี 2558 จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตโทรทัศน์ระบบภาคพื้นดินแบบดิจิทัล (Digital Terrestrial TV Broadcasting Service) หรือ ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล 24 ช่องใหม่ และโทรทัศน์ในระบบบอานาล็อก 6 ช่องเดิม ที่ออกอากาศคู่ขนาน เป็นการเพิ่ม ขึ้นของจำนวนช่องทีวี ทำให้ภูมิทัศน์สื่อ หรือ Media Landscape ของสื่อทีวีในประเทศไทยเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง และการเพิ่มขึ้นของจำนวนช่องทีวี ทำให้การแข่งขันรุนแรง ท่ามกลางความไม่พร้อมของการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัล ตามที่ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เคยประกาศไว้ เมื่อครั้งเปิดประมูลใบอนุญาต ส่งผลให้ผู้ประกอบการ กลุ่มไทยทีวี ยุติการออกอากาศไปแล้ว 2 ช่อง สะท้อนความยากลำบากในการดำเนินธุรกิจ และพิสูจน์ความเป็นมืออาชีพของทีวีดิจิทัล

ความล่าช้าของโครงการสนับสนุนเปลี่ยนผ่านจากระบบอนาล็อก สู่ระบบดิจิทัล ยังคงเป็นปัญหาสำคัญ แม้ว่าการแจกคู่มือส่วนลดมูลค่า 690 บาทต่อครัวเรือน เพื่อนำไปใช้เป็นส่วนลดในการซื้อกล่องแปลงสัญญาณทีวีดิจิทัล (DVB-T2 Set-top box) หรือเครื่องรับโทรทัศน์ที่มีอุปกรณ์แปลงสัญญาณทีวีดิจิทัลในตัว (Built-in Digital TV tuner) ได้ดำเนินการไปแล้ว แต่การแลกกล่องรับสัญญาณยังไม่มีเท่าจำนวนการรับคู่มือ อีกทั้งการติดตั้งกล่องและเสาเพื่อรับสัญญาณ ก็ยังไม่สามารถสรุปจำนวนที่ชัดเจนได้

อย่างไรก็ตาม สื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นช่องทางหลัก ในการสื่อสารทางการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ของสินค้าและบริการ ทำให้อัตราการเติบโตยังดีกว่าสื่อแขนงอื่นๆ

### ภาพรวมการใช้สื่อโฆษณาปี 2558 เปรียบเทียบกับปี 2557



ที่มา : Nielsen ประเทศไทย

แม้การแข่งขันในธุรกิจทีวีค่อนข้างรุนแรง แต่ก็เริ่มเห็นแนวโน้มที่ดี จากเม็ดเงินโฆษณาที่ทยอยปรับเปลี่ยน จากทีวีอนาล็อกเดิม 6 ช่อง มาสู่ทีวีดิจิตอลมากขึ้น ตัวเลขการใช้จ่ายเม็ดเงินโฆษณา ณ สิ้นปี 2558 ซึ่งรวบรวมโดย บริษัท Nielsen ประเทศไทย พบว่าจากเม็ดเงินโฆษณาทั้งระบบ 122,318 ล้านบาท เป็นเม็ดเงินที่ใช้กับสื่อโทรทัศน์รวม 78,456 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนรวม 64.14%

ในจำนวนนี้เป็นเงินที่ใช้กับทีวีอนาล็อกเดิม 57,526 ล้านบาท หรือเป็นสัดส่วน 47.03% และเป็นเม็ดเงินที่ใช้กับทีวีดิจิตอล 20,930 ล้านบาท หรือเป็นสัดส่วน 17.11%

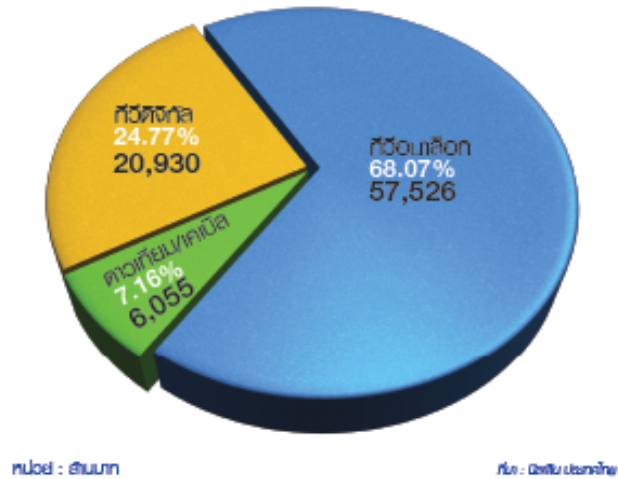
เม็ดเงินโฆษณาที่ใช้กับสื่อทีวีดิจิตอลที่ 20,930 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากเมื่อปี 2557 ซึ่งทีวีดิจิตอลมียอดการใช้จ่ายโฆษณาเพียง 8,581 ล้านบาท หรือ 7.25% จากยอดโฆษณาปี 2557 ที่มียอดรวมอยู่ที่ 118,364 ล้านบาท ในขณะที่ทีวีระบบอนาล็อกเดิม 6 ช่องมียอดโฆษณาถึง 63,777 ล้านบาท หรือเป็นสัดส่วนกว่า 53.88% จากเม็ดเงินโฆษณารวมดังกล่าว

เห็นได้ชัดว่าทิศทางการปรับตัวของเม็ดเงินโฆษณา เริ่มถ่ายเทจากทีวีอนาล็อกเดิม มาสู่ทีวีดิจิทัล โดยมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง หากดูจากยอดโฆษณาทีวีดิจิตอลปี 2558 พบว่าเติบโตขึ้นกว่า 143.91% ด้วยยอดโฆษณาที่เพิ่มขึ้นจาก 8,581 ล้านบาทในปี 2557 มาเป็น 20,930 ล้านบาท เมื่อสิ้นสุดปี 2558

ขณะที่ยอดโฆษณาทีวีอนาล็อก 6 ช่องเดิม มีสัดส่วนลดลง อัตราส่วนการโฆษณาก็ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดย ณ สิ้นปี 2558 ลดลง 9.8% หรือลดลงไปกว่า 6,251 ล้านบาท เหลือ 57,526 ล้านบาท ลดจากปี 2557 ที่เคยมียอดโฆษณาสูงถึง 63,777 ล้านบาท

### สัดส่วนโฆษณาทีวีทุกประเภท ปี 2558

ยอดโฆษณาทีวีรวม 84,511 ล้านบาท



ที่มา : นิลเส้น ประเทศไทย

เช่นเดียวกับทีวีดาวเทียม และเคเบิลทีวี ยอดโฆษณา ณ สิ้นปี 2558 ปรับตัวลดลงอย่างเห็นได้ชัด มียอดโฆษณารวมอยู่ที่ 6,055 ล้านบาท ลดลงกว่า 1,177 ล้านบาท หรือลดลง 16.27% ส่วนแบ่งเม็ดเงินโฆษณาในภาพรวมก็ลดลงด้วย เมื่อเทียบกับปี 2557 ซึ่งเคยมียอดโฆษณารวมที่ 7,232 ล้านบาท โดย ณ สิ้นปี 2558 ยอดโฆษณาเหลือ 6,055 ล้านบาท และสัดส่วนจากที่เคยมี 6.11% ลดเหลือ 4.95%

เหตุผลประการหนึ่งที่ทำให้ทีวีดาวเทียม และเคเบิลทีวี มียอดโฆษณาตกลง เนื่องจากทีวีดิจิตอล 24 ช่องใหม่ มีความหลากหลายมากพอที่จะดึงดูดผู้ชม จากกลุ่มทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวีมาได้ อีกทั้งกฎเกณฑ์ว่าด้วยการเรียงลำดับช่องตามใบอนุญาตประกอบการทีวีดิจิตอล ซึ่งกำหนดไว้ชัดเจนว่า การแพร่ภาพทีวีดิจิตอลในทุกแพลตฟอร์ม จะต้องเรียงช่องให้ตรงตามใบอนุญาตของแต่ละช่องไป เมื่อมีการบังคับใช้จริง ช่วยลดความสับสนของผู้บริโภคได้

ในช่วงเริ่มต้นตั้งแต่วันแรก ของการออกอากาศทีวีดิจิตอลอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2557 มาจนกระทั่งถึงช่วงไตรมาสที่สี่ของปี 2558 การออกอากาศทีวีดิจิตอลในแพลตฟอร์มต่างๆ ไม่มีการเรียงช่องตามหลักเกณฑ์ดังกล่าว ขึ้นอยู่กับการจัดเรียงช่องของทีวีดาวเทียม และเคเบิลทีวี ซึ่งสร้างความสับสนทั้งต่อผู้รับชม และผู้ประกอบการทีวีดิจิตอล

แต่ล่าสุดการที่ กสทช.ได้บังคับใช้ หลักเกณฑ์การจัดลำดับบริการโทรทัศน์ หรือหลักเกณฑ์การเรียงช่อง ที่ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ตั้งแต่วันที่ 2 ตุลาคม 2558 โดยมีผลบังคับใช้ตามกฎหมาย ตั้งแต่วันที่ 2 ธันวาคม 2558 ทำให้ผู้รับใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ ทั้ง ทีวีดาวเทียม เคเบิลทีวี ต้องจัดการออกอากาศทีวีดิจิตอลไว้ที่ช่องรายการ 1-36 ตามการประมูล ส่วนช่องรายการที่ 37-60 ผู้ประกอบการสามารถเลือกนำเสนอรายการใดก็ได้

### ความชัดเจนในการเรียงช่องการออกอากาศ ช่วยลดความสับสนให้กับผู้บริโภค และส่งผลดีต่อทีวีดิจิตอล

การออกอากาศทีวีดิจิตอลช่องใหม่ที่ผ่านมา ซึ่งมีช่องฟรีทีวีเพิ่มขึ้นอีก 21 ช่อง ออกอากาศคู่ขนานไปกับช่องทีวีอนาล็อกเดิม ทำให้ผู้ชมกระจายตัวจากทีวีอนาล็อกมาชมทีวีดิจิตอลช่องใหม่มากขึ้น ตามข้อมูลการสำรวจของ สมาคมมีเดีย

เอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT : Media Agency Association Thailand) ซึ่งระบุว่าปีแรกของทีวีดิจิตอลออกอากาศในปี 2557 จำนวนผู้ชมทีวีช่องอนาล็อกลดลงราว 10% และลดลงต่อเนื่องอีก 5% ในปี 2558 ส่งผลให้ทีวีอนาล็อกไม่มีแผนปรับราคาโฆษณาเพิ่มขึ้น

ทีวีดิจิตอลเมื่อปี 2557 มีผู้ชมเพิ่มขึ้น 30% โดยช่องผู้นำเรตติ้งทีวีดิจิตอลมียอดผู้ชมใกล้เคียงกับทีวีอนาล็อกช่อง 5 และช่อง 9 ทำให้ทีวีดิจิตอลปรับราคาโฆษณาเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 40% โดยช่องผู้นำเรตติ้งปรับขึ้นเท่าตัว ขณะที่ช่องทีวีดาวเทียมและเคเบิล มีผู้ชมลดลง 20% จึงไม่มีการปรับราคาเพิ่มขึ้นในกลุ่มนี้

ในปี 2558 ทีวีดิจิตอลกลุ่มผู้นำเรตติ้ง ประกาศปรับราคาค่าโฆษณาเพิ่มขึ้น 100-300% และมีโอกาสที่โฆษณจากทีวีอนาล็อครายเดิม จะย้ายมายังทีวีดิจิตอลเพิ่มขึ้น ตามการคาดการณ์ของ บริษัท มายด์แชร์ ประเทศไทย ที่ระบุว่าปัจจัยดังกล่าว ทำให้งบโฆษณาสื่อทีวีทุกช่องทางในปี 2558 มียอดโฆษณารวมใกล้เคียง 8 หมื่นล้านบาท โดยทีวีดิจิตอลมีเม็ดเงินเพิ่มขึ้น 200%

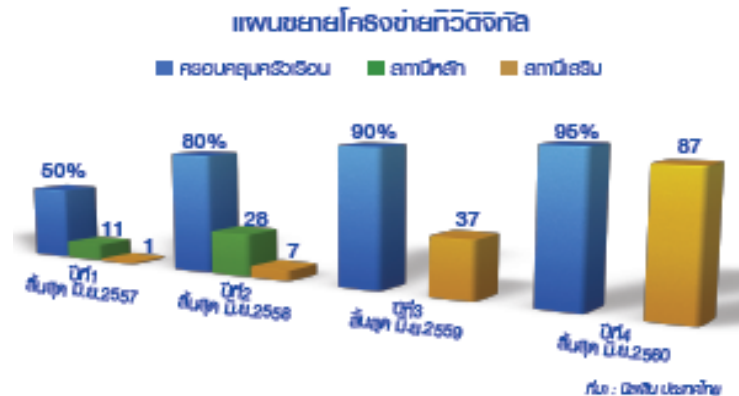
ผลสำรวจการรับชมทีวีดิจิตอล ครั้งที่ 3 ระหว่างวันที่ 16-24 ม.ค. 2558 โดยสมาคมมีเดียเอเจนซีฯ พบว่า จำนวนผู้รับชมทีวีอนาล็อกผ่านเสาอากาศแบบดั้งเดิม มีจำนวนลดลงจากการสำรวจครั้งแรก เมื่อเดือนพ.ค. 2557 จากเดิมมีอยู่ 21% สำรวจครั้งที่ 2 อยู่ที่ 14% และครั้งที่ 3 อยู่ที่ 12%

ขณะที่การรับชมทีวีดิจิตอลผ่านกล่องรับสัญญาณดิจิตอล มีจำนวนที่เพิ่มขึ้นจาก 6% จากการสำรวจครั้งแรก และพบว่ามีขึ้นไปถึง 22% ในการสำรวจล่าสุด กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามยังได้ทำการเปลี่ยนและติดตั้งอุปกรณ์ เพื่อดูทีวีดิจิตอลจากการสำรวจครั้งแรกที่มี 37% เพิ่มขึ้นมาเป็น 67% จากการสำรวจในเดือนม.ค. 2558

พฤติกรรมการรับชมทีวีของผู้บริโภค หลังจากติดตั้งกล่องรับสัญญาณแล้วพบว่า ดูฟรีทีวีเดิมเป็นหลักลดลงจาก 52% เหลือ 38% โดยผู้บริโภคดูช่องทีวีดิจิตอลเป็นหลัก มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นจาก 8% เป็น 16% ส่วนผู้บริโภคที่ยังดูทั้งระบบอนาล็อกและระบบดิจิตอลเท่าๆ กันเพิ่มขึ้นจาก 39% เป็น 46%

ส่วนการแจกคู่มือเพื่อใช้เป็นส่วนลดในการซื้อกล่องรับสัญญาณดิจิตอล DVB-T2 พบว่า 57% ของผู้ถูกสำรวจได้รับคู่มือแล้ว แต่กลุ่มนี้มีถึง 60% ไม่ให้ความสนใจในการแลกกล่องรับสัญญาณ โดย 50% ยังไม่ได้แลกกล่อง เนื่องจากมีกล่องและจานดาวเทียม หรือติดตั้งเคเบิลทีวีอยู่แล้ว ในขณะที่ 13% บอกว่าการแลกมีขั้นตอนยุ่งยาก ขณะที่ 8% บอกคุณภาพกล่องรับสัญญาณไม่ดี และ 8% อยู่ระหว่างการตัดสินใจ

สำหรับการขยายโครงข่ายทีวีดิจิตอล ข้อมูลจาก กสทช. ระบุว่า ผู้รับใบอนุญาตให้บริการโครงข่ายทีวีดิจิตอล ซึ่งประกอบด้วย อสมท (ช่อง 9) ไทยพีบีเอส กองทัพบก (ช่อง 5) กรมประชาสัมพันธ์ (ช่อง 11) จะต้องขยายโครงข่ายให้ครอบคลุมครัวเรือนทั้งหมดอย่างน้อย ตามที่ระบุดังนี้ คือ ต้องครอบคลุม 50% ของจำนวนครัวเรือนภายใน 1 ปีนับจากวันได้รับอนุญาต 80% ของครัวเรือนภายใน 2 ปี 90% ภายใน 3 ปี และ 95% ภายใน 4 ปี



ที่มา : กสทช.

ในปี 2557-2558 การขยายโครงข่ายปีที่ 1 และปีที่ 2 ได้ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว โดยเป็นการติดตั้งสถานีหลักจำนวน 39 สถานี และสถานีเสริม 8 สถานี

#### การติดตั้งสถานีโครงข่ายทีวีดิจิทัล

##### ปีที่ 1

สถานีหลัก 11 สถานี ได้แก่

กรุงเทพฯ นครราชสีมา เชียงใหม่ สงขลา อุบลราชธานี สุราษฎร์ธานี ระยอง สิงห์บุรี สุโขทัย ขอนแก่น อุดรธานี  
สถานีเสริม 1 สถานี ได้แก่ หัวหิน

##### ปีที่ 2

สถานีหลัก 28 สถานี ได้แก่

ร้อยเอ็ด เชียงราย สระแก้ว นครสวรรค์ นครศรีธรรมราช ภูเก็ต ตรัง สุรินทร์ สกลนคร ลำปาง น่าน เพชรบูรณ์  
ประจวบคีรีขันธ์ กาญจนบุรี ชุมพร ตรัง มุกดาหาร ตาก แม่ฮ่องสอน ระนอง เลย ชัยภูมิแพร่ สตูล อุดรดิตถ์ ปังกาฬ ศรีสะเกษ  
ยะลา

สถานีเสริม 7 สถานี ได้แก่

ทุ่งสง (เขาคาว) ชุมพวง ชุมแพ เขายายเที่ยง บุรีรัมย์ พะเยา (เมือง) วังคัน (ด่านช้าง 2)

ที่มา : กสทช.

สมาคมมีเดียเอเยนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT) มองว่า อุตสาหกรรมโฆษณาปี 2559 จะเติบโตหรือไม่ขึ้นอยู่กับภาพรวมเศรษฐกิจภายในประเทศ หากภาพรวมเศรษฐกิจปี 2559 โต 2.5% ตามที่คาดการณ์ อุตสาหกรรมโฆษณาจะเติบโตไม่เกิน 3%

ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล จะสามารถฟื้นกำลังซื้อในต่างจังหวัดได้มากน้อยแค่ไหน อย่างไรก็ตามในปี 2559 เชื่อว่าสินค้าส่วนใหญ่ ยังคงระมัดระวังการใช้งบโฆษณา และยังคงรอความชัดเจนจากนโยบายของรัฐบาลในการกระตุ้นเรื่องการใช้จ่ายใช้สอยภายในประเทศ เม็ดเงินที่จะลงเข้าสู่ธุรกิจทีวีดิจิทัลก็จะเป็นไปตาม ภาพเศรษฐกิจและแนวโน้มการใช้จ่ายใช้สอยในประเทศ



ส่วนการปรับราคาโฆษณาในสื่อทีวีปีนี้ มาจาก “ทีวีดิจิทัล” ในกลุ่มช่องผู้นำเรตติ้งท็อปไฟว์ โดยเฉลี่ยมีการปรับราคาโฆษณาประมาณ 35% ขณะที่กลุ่มฟรีทีวีรายเดิมปีนี้อัตราการลดลงของจำนวนผู้ชมเริ่มคงที่ และยังรักษาส่วนแบ่งเม็ดเงินโฆษณาในช่วงไพรม์ไทม์ละครได้ดี

## 2.) การตลาด

### กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสื่อโทรทัศน์

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจสื่อโทรทัศน์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- สร้างความเป็นผู้นำในการเป็นสถานีข่าวอันดับ 1 ในทุกกลุ่มเป้าหมายและทุกพื้นที่การรับชม

นับตั้งแต่วันแรกของการออกอากาศในระบบดิจิทัลทีวี (No.1 From Day 1) จากการสำรวจของ AGN Nielsen Media Research เนชั่นทีวี เป็นสถานีข่าวที่ได้รับความนิยมสูงสุดเป็นอันดับ 1 ของสถานีข่าวเคเบิลและดาวเทียมทั้งหมดในพื้นที่กรุงเทพและหัวเมืองใหญ่ทั่วประเทศ จุดแข็งของสถานีคือมีบุคลากรที่เชี่ยวชาญมีประสบการณ์ และได้รับการยอมรับจากกลุ่มผู้ชมทุกวัย ในปี 2556 การที่บริษัทฯ ไม่มีรายการในฟรีทีวีเป็นโอกาสในการนำบุคลากรของบริษัทฯ มาเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับสถานีมากยิ่งขึ้น

- การพัฒนาคุณภาพรายการอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ มีนโยบายพัฒนาคุณภาพรายการ โดยสร้างรายการรูปแบบใหม่ๆ ในช่องเนชั่นทีวี โดยขยายเวลาการออกอากาศรายการข่าวให้เริ่มวันใหม่ตั้งแต่เวลา 05.30 - 08.00 น. วันจันทร์ - ศุกร์ ด้วยรายการ “ข่าวข้นรับอรุณ” รายการวาไรตี้ นิวส์โชว์ รายการโหม่ไลน์ สุทธิชัย หยุ่น รายการวิเคราะห์เหตุการณ์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ผั่นกำลังทีมข่าวต่างประเทศนำโดย สุทธิชัย หยุ่น รายการไลน์กนก วาไรตี้ของคนข่าวอารมณ์ดีในมุมที่เป็นข่าวและไม่เป็นข่าวกับ กนก รัตน์วงศ์สกุล อีกทั้งยังมีการพัฒนาเนื้อหาในรายการข่าว เก็บตกจากเนชั่น (ภาคเย็น) โดยการวิเคราะห์เจาะลึก ข่าวเด่นประเด็นร้อนของวัน ในช่วง ห้องข่าวลูกเงิน โดยการวิเคราะห์จากคนข่าวมืออาชีพ สุทธิชัย หยุ่น เทพชัย หยอง และทัพบรรณาธิการข่าวเครือเนชั่น สร้างความแข็งแกร่งให้กับการวิเคราะห์ข่าวที่แตกต่างครบทุกมิติ ในด้านบุคลากร เนชั่นทีวี ได้ทำการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทีมผู้ประกาศรุ่นใหม่ เข้าสู่การเป็นผู้สื่อข่าวและผู้ประกาศข่าวมืออาชีพอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

นอกจากการพัฒนาด้านเนื้อหาแล้วในทางเทคนิคยังได้มีการลงทุนสร้างสตูดิโอใหม่ @ The Coast สีแยกบางนา เป็นสตูดิโอ 4 มิติ ให้เป็นสตูดิโอที่สามารถรองรับการผลิตรายการทั้งรายการสดและรายการเทป รวมถึงเป็นสถานที่จัดกิจกรรมควบคู่ไปกับกิจกรรมของสถานีและรายการต่างๆ

- การเป็นผู้นำด้านโซเชียลมีเดีย เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชม

บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญต่อการนำโซเชียลมีเดียรูปแบบใหม่ๆ มาใช้ในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชมผ่านทางหน้าจอโทรทัศน์และในเว็บไซต์ เป็นศูนย์กลางและริเริ่มการใช้ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก และแฮชแท็ก โดยกำหนดหัวข้อที่อยู่ในความสนใจของผู้ชมและเชิญชวนให้ผู้ชมแสดงความคิดเห็นผ่านทางโซเชียลมีเดียรูปแบบต่างๆ จนเป็นที่ยอมรับว่าพิธีกรและผู้สื่อข่าวของสถานีมีแฟนคลับในโลกโซเชียลมีเดียรวมกันสูงสุดในกลุ่มข่าว



■ การกำหนดอัตราค่าโฆษณาที่เหมาะสม

บริษัทฯ มีนโยบายกำหนดอัตราค่าโฆษณาของรายการหรือรายการโทรทัศน์ต่างๆ ให้มีความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย คือ คำนึงถึงคุณค่าผู้ลงโฆษณา เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว รวมถึงเป็นอัตราที่บริษัทฯ สามารถดำรงอยู่และแข่งขันในธุรกิจได้ ซึ่งการกำหนดอัตราค่าโฆษณา บริษัทฯ จะพิจารณาจากความนิยมของรายการ ช่วงเวลาในการออกอากาศ และเทียบเคียงกับอัตราค่าโฆษณาของผู้ประกอบการอื่นในธุรกิจเดียวกัน เช่นเดียวกันกับการกำหนดราคาสินค้าหรือบริการของธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

■ การขายเวลาโฆษณาจะจงบเป็นรายการ

นอกจากการขายแบบแพ็คเกจ ที่บริษัทฯ ใช้เป็นรูปแบบหลักของการโฆษณาที่เข้ามาตั้งแต่เริ่มเปิดสถานี ทางบริษัทฯ เห็นศักยภาพของรายการหลายๆรายการที่ได้รับความนิยมสูงและมีศักยภาพในการสร้างรายได้ได้หลากหลายรูปแบบทั้งการขายนาฬิกาโฆษณา การขาย TIE-IN ในรายการ และการจัดกิจกรรมร่วมกับรายการ จึงเพิ่มรูปแบบการขายแบบเจาะจงรายการให้มีจำนวนมากขึ้น เช่น รายการข่าวข้นรับอรุณ รายการข่าวข้นคนเนชั่น รายการเก็บตกจากเนชั่น รายการ 'โหมโรง' สุธรัชช หุ่น รายการ 'ไลน์กนก เป็นต้น ซึ่งรายการเหล่านี้มีอัตราค่าโฆษณาและรายได้สูงกว่าค่าเฉลี่ยของสถานี เป็นอีกช่องทางในการเพิ่มรายได้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับรายการนอกจากการขายแบบแพ็คเกจที่มีอยู่เดิม

■ การให้บริการทางการตลาดในลักษณะการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ

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

ในปี 2558 บริษัทฯ ได้เพิ่มการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับกลุ่มผู้ชมโดยตรง เช่น กิจกรรม Nation Bike Thailand ที่ดำเนินการจัดกิจกรรมไปทุกภาคของประเทศไทย ในแต่ละครั้งที่จัดกิจกรรมได้รับความนิยม มีผู้เข้าร่วมงานจำนวนมาก เท่ากับบริษัทฯ ได้เพิ่มกลุ่มมากขึ้นตาม

■ การมีทีมขายที่มีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ มีทีมขายโฆษณาที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการขายโฆษณา ในรูปแบบ Branded Content หลากหลายรูปแบบ และโฆษณาที่ออกอากาศในช่วงสั้นต่อรายการ (Loose Spot)

กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์ของบริษัทฯ และรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี มีกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ดังนี้

■ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- บริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) คือ บริษัทที่ให้บริการวางแผนการโฆษณาและจัดสรรเวลาโฆษณาให้กับลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ โดยลูกค้าในกลุ่มนี้จะซื้อเวลาโฆษณาและการประชาสัมพันธ์กับบริษัทฯ

ในลักษณะเป็นชุด (Package) หลายรูปแบบในหลายรายการ และหลายช่วงเวลา โดยเป็นการซื้อล่วงหน้าและมีระยะเวลาการซื้อนาน ตั้งแต่ 1 เดือน 3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปี

- บริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าโดยตรง ได้แก่ บริษัททั่วไปที่กำหนดแนวทางโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้เอง โดยบริษัทเหล่านี้จะติดต่อซื้อเวลาโฆษณา หรือร่วมดำเนินกิจกรรมทางการตลาดกับบริษัทฯ โดยตรง

#### ■ กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

ช่องรายการและรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ ในปี 2558 มีกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่แตกต่างกัน ดังนี้

สถานีโทรทัศน์/ รายการโทรทัศน์	กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย
สถานีข่าว Nation TV	ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับรู้ข่าวสารประจำวันหรือสนใจข้อมูลวิเคราะห์เชิงลึก เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น
รายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3	ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับรู้ข่าวสารประจำวัน เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น
รายการยิ่งถก กนกชก ช่อง 9	ประชาชนทั่วไป ที่ต้องการรับรู้ข่าวสารในรูปแบบ การนำเสนอรายการแบบมีสาระและบันเทิง

สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจเกี่ยวเนื่องของบริษัทฯ คือ กลุ่มผู้ชมประจำของช่องรายการหรือรายการโทรทัศน์ของบริษัท รวมทั้งประชาชนทั่วไปที่มีความต้องการใช้สินค้าหรือรับบริการของบริษัทฯ

#### การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

บริษัทมีฝ่ายขายโฆษณาของตนเอง ซึ่งทำหน้าที่ติดต่อกับบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทเจ้าของสินค้าโดยตรง ในรูปแบบ Branded Content หลากหลายรูปแบบ การผลิตวีดิทัศน์แนะนำสินค้าและองค์กร โดยใช้เทคนิคการถ่ายภาพมุมสูง ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมแก่ลูกค้าตรงจำนวนมาก และโฆษณาที่ออกอากาศในช่วงสั้นต่อรายการ (Loose Spot)

สำหรับธุรกิจเกี่ยวเนื่อง บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าและบริการต่างด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ โดยใช้สื่อของบริษัท และพันธมิตรทางธุรกิจเป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงการใช้ Facebook และ Twitter ของพิธีกร ช่วยเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้างขวางมากที่สุด

#### การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจสื่อโทรทัศน์

##### 1.) สถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่ร่วมผลิตกับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี

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

##### 1.1 รายการที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตเอง

#### ■ News Programme

ฝ่ายข่าวทำหน้าที่เป็นผู้จัดหาและผลิตข่าวทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม ต่างประเทศ บันเทิง ภูมิภาค เพื่อนำเสนอในรูปแบบต่างๆ เช่น รายการคุยข่าว รายการสัมภาษณ์ข่าว รายการสนทนาและวิเคราะห์ข่าว เป็นต้น ซึ่งจะมีการประชุมบรรณาธิการข่าวทุกสัปดาห์ กำหนดทิศทางข่าวร่วมกัน กำหนดชิ้นงานข่าวให้

ผู้สื่อข่าวไปทำข่าว พิจารณาคัดเลือกข่าวที่มีคุณค่าน่าสนใจออกอากาศ และตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาข่าว ก่อนออกอากาศทุกครั้ง

#### ■ Non News Programme

บริษัทฯ มีฝ่ายผลิตและสร้างสรรค์รายการ ทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทอื่นๆ ที่นอกเหนือจากรายการข่าวและรายการที่เกี่ยวข้องกับข่าว ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นรายการสาระความรู้ รายการวาไรตี้ไลฟ์สไตล์ และรายการสารคดีสั้นในเรื่องที่เป็นประโยชน์ (Filler) ซึ่งแต่ละรายการ จะมีผู้ควบคุมรายการ (Producer) ทำหน้าที่ควบคุมดูแลให้การผลิตรายการเป็นไปตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้

#### 1.2 รายการที่ร่วมผลิตกับผู้ผลิตภายนอกและพันธมิตรสื่อ

บริษัทฯ มีการตกลงร่วมผลิตรายการกับพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นผู้ผลิตอิสระมืออาชีพ ซึ่งบริษัทฯ จะคัดเลือกบริษัทผู้ผลิตภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในวงการต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นรายการประเภทสาระความรู้และวาไรตี้ไลฟ์สไตล์ โดยบริษัทฯ สามารถมีส่วนร่วมในการวางแผนคิดของรายการ เพื่อให้รายการมีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่สอดคล้องกับนโยบายสถานี รวมถึงเป็นผู้พิจารณาตรวจสอบคุณภาพรายการก่อนนำแพร่ภาพออกอากาศต่อไป

ในปี 2558 มีรายการเพิ่มขึ้นจากที่มีอยู่ เช่น รายการลำนำไพร่ เป็นรายการ update ความก้าวหน้าของ ไอที การใช้อุปกรณ์ไอที ที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม

#### 1.3 รายการที่ให้ผู้ผลิตภายนอกเช่าเวลาออกอากาศ

ในปี 2558 สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลมีการแข่งขันสูงมาก บริษัทมีนโยบายไม่ขยายเวลาเช่าเพิ่มขึ้น บริษัท พิจารณาคัดเลือกประเภทรายการให้หลากหลาย เพื่อให้สถานีได้มีรายการครบทุกรส ทุกรูปแบบ เช่นรายการ Sport Talk The Hero ประเภทกีฬา และรายการตะลอนครัว รายการครัวฮีโร่ ประเภทอาหาร

ปี 2558 ที่ผ่านมานะชั่นทีวี มุ่งมั่นที่จะก้าวไปสู่การเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาการเป็นผู้นำอันดับ 1 ในกลุ่มสถานีโทรทัศน์กลุ่มข่าวและสาระ จัดแผนพัฒนาด้านคอนเทนต์และบุคลากร ควบคุมแผนการตลาด และการลงทุนด้านเทคนิคและอุปกรณ์คู่กันไป

### ธุรกิจสื่อวิทยุ

#### ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจสื่อวิทยุ

บริษัทฯ ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ ดำเนินการผลิตรายการ เพื่อออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงมา 25 ปี โดยมีรายได้จากการขายโฆษณา ซึ่งปี 2558 บริษัทเป็นผู้ร่วมผลิตรายการ และข่าว เพื่อออกอากาศทางสถานีวิทยุระบบ FM. 2 สถานี และระบบ AM 1 สถานี ดังนี้

**FM.90.5 MHz.** (สถานีวิทยุกรมการพลังงานทหาร) ภายใต้อำนาจ “มิตีข่าว 90.5” เน้นผลิตข่าวสั้นด่วนชั่วโมง ข่าวเศรษฐกิจกลางชั่วโมง และรายการวิทยุ ที่รายงานข่าวความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ที่น่าสนใจ ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม การตลาด ต่างประเทศ การวิเคราะห์ข่าวสำคัญอย่างเจาะลึก และสัมภาษณ์บุคคลในข่าว ดำเนินรายการโดยผู้ดำเนินรายการมืออาชีพ ผู้ดำเนินรายการชื่อดังจาก Nation TV และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

**FM.102 MHz.** (สถานีวิทยุ ขส.ทบ.กรมการขนส่งทหารบก) ภายใต้ชื่อ “Nation Business Radio” ผลิตรายการสาระความรู้ การเมือง เศรษฐกิจ และความเคลื่อนไหวต่างๆ ในสังคมคนทำงาน แนววาไรตี้ไลฟ์สไตล์ ที่จะประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของคนวัยทำงานขึ้นไป ดำเนินรายการโดยผู้ดำเนินรายการคุณภาพ และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

**ระบบ AM 1107 KHz.** (สถานีวิทยุ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์) ผลิตข่าวสั้นดินชั่วโมง ในรูปแบบสรุปสถานการณ์ข่าว และเหตุการณ์สำคัญ เน้นข่าวที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ต่อประชาชนส่วนใหญ่และที่อยู่ในท้องถิ่น

โดยมีรายละเอียดดังนี้

สถานีวิทยุ	วันและเวลาออกอากาศ / รัศมีพื้นที่ออกอากาศ	ลักษณะรายการ	กลุ่มเป้าหมาย
F.M. 90.5 MHz	วันจันทร์ - วันศุกร์/ เวลา 08.00 - 12.00 น. เวลา 13.00 - 15.00 น. และเวลา 18.30 - 20.00 น.  วันเสาร์ เวลา 05.00 - 06.00 น. และเวลา 19.30 - 20.00 น.  รัศมีออกอากาศ : กรุงเทพฯ และปริมณฑล, พระนครศรีอยุธยา, ราชบุรี, เพชรบุรี, สุพรรณบุรี, ฉะเชิงเทรา, สมุทรสงคราม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รายงานข่าวความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ที่น่าสนใจ ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม การตลาด ต่างประเทศ รวมทั้งวิเคราะห์ข่าวสำคัญอย่างเจาะลึก และสัมภาษณ์บุคคลในข่าวใหญ่สำคัญ</li> <li>- รายงานข่าวสั้นเหตุการณ์สำคัญที่น่าสนใจ</li> <li>- รายงานข่าวสั้นทันธุรกิจกลางชั่วโมงน่าสนใจ</li> <li>- รายการสรุปข่าวกีฬาดังจากทั่วโลก</li> <li>- สนทนาสุขภาพ ภายใจ ให้เคล็ดลับดูแลตัวเอง ทั้งความงาม อาหารการกิน และเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวที่น่าสนใจในสังคม</li> <li>- ดำเนินรายการโดยผู้ดำเนินรายการจากวิทยุเนชั่น Nation TV บก.ในเครือ และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน</li> </ul>	กลุ่มนักธุรกิจ ผู้บริหาร คนทำงาน นักศึกษา และ ประชาชนทั่วไปที่สนใจ ข่าวสาร อายุ 25 ปีขึ้นไป
F.M.102.0 MHz	วันจันทร์ - วันอาทิตย์ เวลา 05.00 - 23.00 น. กรุงเทพฯ และปริมณฑล	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รายการข่าว และสาระความรู้ แบบวาไรตี้ไลฟ์สไตล์ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน</li> <li>- ดำเนินรายการโดยผู้ดำเนินรายการวิทยุเนชั่น Nation TV บก.ในเครือ และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน</li> </ul>	กลุ่มคนทำงานทั่วไป อายุ 25 ปีขึ้นไป

สถานีวิทยุ	วันและเวลาออกอากาศ / รัศมีพื้นที่ออกอากาศ	ลักษณะรายการ	กลุ่มเป้าหมาย
สถานีวิทยุ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ A.M. 1107 KHz	ทุกวัน/ ออกอากาศต้นชั่วโมง/ ทั่วประเทศ	รายงานข่าวสั้นเหตุการณ์สำคัญ ที่น่าสนใจ	ประชาชนทั่วไปที่สนใจ ข่าวสาร

### ช่องทางการติดตาม รับฟัง ข่าว และรายการของ Nation Radio

นอกจากการออกอากาศทางคลื่นวิทยุ บริษัทฯ ยังได้เผยแพร่ข่าว และรายการวิทยุ F.M. 90.5 MHz และ F.M. 102.0 MHz ผ่านสื่อใหม่ในรูปแบบต่างๆ เพื่อเพิ่มช่องทางให้ผู้ฟังสามารถรับฟังรายการวิทยุของบริษัทฯ ได้สะดวกมากขึ้น รวมทั้งเพื่อให้สามารถรับฟังย้อนหลังได้ด้วย ได้แก่

- การออกอากาศทางอินเทอร์เน็ต โดยสามารถรับฟังรายการผ่านเว็บไซต์ [www.nationradio.co.th](http://www.nationradio.co.th) นอกจากนี้ยังสามารถรับฟังผ่านเว็บไซต์อื่น ที่ลิงค์สัญญาณไปด้วย อาทิ [www.sanook.com](http://www.sanook.com)
- การออกอากาศแบบ Radio on Mobile บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone Window Phone และผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ทวิตเตอร์ [www.twitter.com/NTRadio\\_NBC](http://www.twitter.com/NTRadio_NBC) เฟซบุ๊ก [www.facebook.com/radio..nbc](http://www.facebook.com/radio..nbc)

### การตลาดและการแข่งขันของธุรกิจสื่อวิทยุ

#### 1.) ภาพอุตสาหกรรม และการแข่งขัน

บริษัท เนชั่น ประเทศไทย จำกัด รายงานยอดซื้อสื่อโฆษณา ปี 2558 มีมูลค่า 122,318 ล้านบาท เติบโตจากปี 2557 ที่มียอด 102,346 ล้านบาท คิดเป็น 3.34 % ทั้งนี้ สื่อทีวีอนาล็อก เคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม หนังสือพิมพ์ ต่างมียอดซื้อสื่อโฆษณา “ลดลง” ขณะที่สื่อวิทยุ กลับมีรายได้จากการโฆษณาเติบโตขึ้น 1.16 % อยู่ที่ 5,675 ล้านบาท จาก 5,625 ล้านบาท เมื่อปี 2557 ด้านทีวีดิจิทัล ช่องใหม่ โฆษณาเติบโตมากถึง 143% ทั้งนี้ มาดซ์แชร์ ประเทศไทย มีเดียเอเจนซี ระบุว่า รูปแบบการใช้งบโฆษณาของสินค้าและบริการต่างๆ ปีที่ผ่านมา ได้จัดสรรงบโฆษณาจากสื่อดั้งเดิม หรือเทรดิชันแนล มีเดีย ไปยังสื่อดิจิทัลเพิ่มขึ้น

ด้วยการเติบโตของสื่อประเภทอื่นๆ ตามการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน รวมถึงดิจิทัลทีวี ที่มีถึง 24 ช่อง ส่งผลให้สื่อวิทยุต้องเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มขึ้น ทั้งการแข่งขันกันภายในธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการรายเดิม เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด และงบประมาณโฆษณาผ่านสื่อวิทยุที่มีแนวโน้มลดลง และการแข่งขันภายนอกธุรกิจกับสื่อประเภทอื่นๆ ที่มีแนวโน้มจะได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ทำให้ในปี 2558ผู้ประกอบการสถานีวิทยุต่างปรับตัวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันหลายด้าน เช่น การเพิ่มช่องทางในการรับฟังรายการวิทยุ ไปยังสื่อรูปแบบใหม่อื่นๆ อาทิ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก หรือการรับฟังผ่านแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการรับฟังรายการของกลุ่มผู้ฟัง

ภาวะการแข่งขันในธุรกิจสื่อวิทยุที่เกิดขึ้นในปี 2559 จะรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อ กสทช. ประกาศเตรียมเปิดประมูลให้บริการวิทยุกระจายเสียงความชัดเจนสูง หรือดิจิทัล เรดิโอ หลังจากได้ออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ประกอบการกระจายเสียงเริ่มทดลองออกอากาศในระบบดิจิทัลไปแล้วกว่า 3,900 ราย ซึ่งเมื่อเปิดประมูลไปแล้ว ก็จะทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ธุรกิจนี้เพิ่มขึ้น การแข่งขันก็จะสูงขึ้นด้วย นอกจากนี้ ธุรกิจสื่อวิทยุยังปรับเปลี่ยนรูปแบบการ

นำเสนอรายการผ่านสื่อรูปแบบใหม่เพิ่มขึ้นมากขึ้น หลังจากมีบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายใต้ระบบ เพราะประเทศไทยมีโครงข่ายระบบการสื่อสารแบบไร้สายความเร็วสูงครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศ

## 2.) การตลาด

### กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสื่อวิทยุ

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจวิทยุ ดังนี้

#### ▪ การกำหนดคุณลักษณะของรายการวิทยุแต่ละสถานีที่ชัดเจน

บริษัทฯ กำหนดตำแหน่งรายการวิทยุที่บริษัทฯ ร่วมผลิตแต่ละสถานีให้มีบุคลิกรายการที่ชัดเจน เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายให้ติดตามรับฟังรายการต่อเนื่องในระยะยาว และให้ลูกค้าโฆษณาตัดสินใจเลือกซื้อเวลาโฆษณาได้ง่ายขึ้น

#### ▪ การผลิตผลงานที่มีคุณภาพ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของรายการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายและก้าวทันเทคโนโลยีสมัยใหม่ ด้วยการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ระบบข้อมูลข่าว และเครื่องมืออุปกรณ์ในการผลิตรายการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ล้วนมีส่วนช่วยพัฒนาให้รายการวิทยุของบริษัทฯ มีคุณภาพโดดเด่นทั้งในด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ เป็นที่ยอมรับของลูกค้าผู้ฟังและลูกค้าโฆษณา

#### ▪ การกำหนดอัตราค่าโฆษณาที่เหมาะสมและมีความยืดหยุ่น

บริษัทฯ กำหนดอัตราค่าโฆษณาของรายการวิทยุ โดยพิจารณาจากความนิยมของรายการ ช่วงเวลาในการออกอากาศ และเทียบกับอัตราค่าโฆษณาของผู้ประกอบการอื่นในธุรกิจเดียวกัน นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการขายเวลาโฆษณาในลักษณะเป็นชุด (Package) เพื่อกระจายการลงโฆษณาทั้งในรายการที่ได้รับความนิยมจากผู้ฟังในระดับสูง และระดับปานกลางไปพร้อมกัน โดยมีชุดการขายอย่างหลากหลายในราคาที่มีส่วนลดอย่างคุ้มค่า เพื่อให้สอดคล้องกับงบประมาณของลูกค้า ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้การกำหนดอัตราค่าโฆษณามีความยืดหยุ่น และสนองตอบต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าโฆษณาได้มากขึ้น

นอกจากนี้ ยังจัดกิจกรรมต่างๆ ตามกระแสตลาด และความต้องการของลูกค้า โดยผูกโยงกับรายการที่มีอยู่ในคลื่น เพื่อสนับสนุนการขายโฆษณาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

#### ▪ การเพิ่มศักยภาพในการรับฟัง

บริษัทฯ ขยายช่องทางการรับฟังรายการวิทยุไปยังสื่ออื่นๆ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่เป็นที่นิยมของสังคมในขณะนั้น เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และการจัดทำแอปพลิเคชัน เพื่อช่วยขยายฐานผู้ฟังรายการวิทยุของบริษัทฯ ให้กว้างขวางขึ้น

### กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจของธุรกิจสื่อวิทยุ

รายการวิทยุและรายงานข่าวสั้นต้นชั่วโมงที่บริษัทฯ ร่วมผลิต มีกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

#### ▪ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ บริษัทตัวแทนโฆษณา และบริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าโดยตรง

#### ▪ กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งมีความแตกต่างกันตามแนวคิดหลักของรายการ ดังนี้

รายการ	กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย
F.M. 90.5 MHz	กลุ่มนักธุรกิจ ผู้บริหาร คนทำงาน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป ที่สนใจข่าวสาร อายุ 25 ปีขึ้นไป
F.M.102.0 MHz	กลุ่มคนทำงานทั่วไป อายุ 25 ปีขึ้นไป และผู้ประกอบการรายย่อย
รายงานข่าวสั้นต้นชั่วโมง	ประชาชนทั่วไปที่สนใจข่าวสาร

#### การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจสื่อวิทยุ

บริษัทฯ มีฝ่ายขายโฆษณาเฉพาะสื่อวิทยุของตนเอง เพื่อทำหน้าที่ติดต่อกับบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทเจ้าของสินค้าโดยตรง

#### การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจสื่อวิทยุ

ปัจจัยหลักสำคัญในการผลิตรายการวิทยุ คือ บุคลากร และสถานที่เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ปัจจุบัน โดยบุคลากรส่วนงานสื่อวิทยุ แบ่งเป็น 1) ฝ่ายข่าวรับหน้าที่ในการผลิตข่าว อ่านข่าว และจัดรายการ 2) บุคลากรร่วมจัด โดยดึงผู้ประกาศข่าวจากฝ่ายทีวี และบรรณาธิการในเครือ มาร่วมจัดรายการ เพื่อเพิ่มสีสัน ความลึกของข้อมูล และศักยภาพของรายการ 3) ฝ่ายเทคนิค ทำหน้าที่ควบคุมการผลิตและการออกอากาศ โดยมีห้องจัดรายการจำนวน 4 ห้อง และห้องควบคุมหลัก (Master Control Room) 1 ห้อง ตั้งอยู่ที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ ซึ่งด้วยความพร้อมของปัจจัยหลักทั้ง 3 ด้าน ทำให้ในปัจจุบัน บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรายการวิทยุด้วยตนเองส่วนหนึ่ง และยังได้รับสนับสนุนจากฝ่ายทีวีอีกส่วนหนึ่ง โดยแบ่งรูปแบบรายการเป็นดังนี้

##### ■ รายงานข่าวสั้นต้นชั่วโมง

ฝ่ายข่าววิทยุทำหน้าที่เป็นผู้จัดหาข่าวจากแหล่งข่าวต่างๆ และผลิตข่าว ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ต่างประเทศ และภูมิภาค เพื่อนำมาออกอากาศเป็นข่าวสั้นต้นชั่วโมงภายในระยะเวลาประมาณ 4 นาที/ครั้ง และข่าวสั้นกลางชั่วโมง ระยะเวลาประมาณ 3 นาที/ครั้ง

##### ■ รายการวิทยุ

รายการวิทยุที่ออกอากาศทาง F.M. 90.5 MHz และ F.M.102.0 MHz ประกอบด้วย รายการที่เกี่ยวข้องกับข่าว และรายการสาระความรู้ ไร่ดีไลฟ์สไตล์ โดยส่วนใหญ่มีรูปแบบการนำเสนอในลักษณะการพูดคุยสนทนาระหว่างผู้จัดรายการ และการสัมภาษณ์แหล่งข่าว หรือวิทยากรผู้เชี่ยวชาญภายนอกที่รับเชิญพิเศษในแต่ละตอน ซึ่งแต่ละรายการ ฝ่ายข่าวและผู้จัดรายการจะร่วมกันกำหนดประเด็นหลักในการนำเสนอ รวบรวมข้อมูล นัดหมายแหล่งข่าวที่เกี่ยวข้องในการให้สัมภาษณ์ รวมทั้งจัดทำทราซการ และดูแลการผลิต เพื่อให้รายการดำเนินไปด้วยความราบรื่น

#### ธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

บริษัทฯ ได้พัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการด้านข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ผ่านสื่อรูปแบบใหม่ อย่างต่อเนื่อง อันได้แก่ เว็บไซต์ และอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต สมาร์ททีวี เพื่อรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการรับข้อมูลข่าวสารของคนยุคใหม่ผ่านสื่อต่างๆ และพัฒนาการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในรูปแบบใหม่ ให้ทันกับเทคโนโลยีที่ก้าวไปข้างหน้าอย่างรวดเร็ว ตลอดจน สนับสนุนดิจิทัลทีวี เพื่อสร้างประสบการณ์การรับชมโทรทัศน์ที่แตกต่างจากเดิมให้กับผู้บริโภค ได้แก่ การรับชมรายการจากสถานีได้ครบทุกช่องทาง อย่างต่อเนื่อง

## ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

### 1.) ธุรกิจเว็บไซต์

บริษัทฯ จัดทำเว็บไซต์เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ของบริษัทฯ โดยทั้งหมดเป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารและสาระความรู้ โดยบริษัทฯ มีรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาบนเว็บไซต์ ซึ่งในปี 2558 ดังนี้

ชื่อเว็บไซต์	รูปแบบ
www.nationtv.tv	เว็บไซต์ที่นำเสนอรายการโทรทัศน์ของสถานีข่าวเนชั่นทีวี
www.oknation.net	บล็อกที่ให้ประชาชนทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอข้อมูลข่าวสาร
www.nationradio.co.th	เว็บไซต์ที่นำเสนอรายการวิทยุที่บริษัทฯ ร่วมผลิต ซึ่งออกอากาศทางสถานีวิทยุ F.M. 90.5 MHz และ F.M.102.0 MHz
http://breakingnews.nationtv.tv	นำเสนอข่าวสั้นจากสถานีข่าวเนชั่นทีวีและสำนักข่าวเนชั่น ส่งให้เว็บไซต์ในเครือเนชั่นฯ และเว็บไซต์อื่นๆ ที่เป็นพันธมิตรธุรกิจ
www.247friend.net	กิจกรรมทบทวนความรู้ด้านวิชาการสำหรับเยาวชนที่เตรียมตัวสอบเข้ามหาวิทยาลัย

ในปี 2558 บริษัทฯ ยังเป็นตัวแทนจำหน่ายพื้นที่โฆษณาให้กับบริษัทภายนอกทั่วไป โดยมีรายได้จากส่วนแบ่งค่าโฆษณาในสัดส่วนที่แตกต่างกันตามข้อตกลงที่ได้ทำกันไว้ ซึ่งในปัจจุบัน มีเว็บไซต์ของบริษัทภายนอกที่อยู่ในการดูแลของ บริษัทฯ คือ

- www.pantip.com : เว็บบอร์ดชุมชนที่เป็นแหล่งข้อมูลใหญ่ที่สุดในประเทศไทย
- www.exteen.com : บล็อกที่ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอข้อมูลข่าวสาร รวมถึง จัดทำแคมเปญโฆษณา ในเว็บไซต์อื่นๆ ให้กับลูกค้าที่ต้องการลงโฆษณา โดยเป็นนายหน้าในการติดต่อเพื่อ จัดทำแคมเปญโฆษณานั้นๆ
- Facebook, Youtube, Instagram : จัดทำแคมเปญโฆษณาให้กับลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์ดังกล่าว
- Manage Influencer : บริหารเหล่าบรรดา Online Influencer ในการนำเสนอสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

### 2.) ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

บริษัทฯ นำข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุของบริษัทฯ และพันธมิตรทางธุรกิจมาพัฒนาให้มีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่สามารถตอบรับกับวิถีการใช้ชีวิตที่ทันสมัยของคนยุคใหม่ ซึ่งนิยมรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อรูปแบบใหม่ๆ โดยในปี 2558 บริษัทฯ ให้บริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ประเภทต่างๆ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone แท็บเล็ต ดังนี้



▪ บริการส่งข่าวหรือรายงานเหตุการณ์ต่างๆ ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในรูปแบบข้อความสั้น (SMS: Short Message Service) และภาพเคลื่อนไหวพร้อมเสียง (MMS : Multimedia Messaging Service) ซึ่งสามารถให้บริการส่งข่าวผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครือข่าย และทุกประเภทข่าวตามความต้องการของลูกค้า เช่น ข่าวธุรกิจ ข่าวภาษาอังกฤษ และข่าวสารทั่วไป เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทฯ มีรายได้จากค่าสมาชิกรายเดือนของผู้ใช้บริการ SMS และ MMS ที่เป็นบริการของบริษัทฯ และได้รับส่วนแบ่งรายได้ค่าสมาชิก SMS และ MMS ของพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งบริษัทฯ ให้บริการเป็นตัวแทนดำเนินกิจกรรมด้านการตลาด

### ในปี 2558 บริการ SMS และ MMS ของบริษัทฯ และพันธมิตรทางธุรกิจ มีดังนี้

#### บริการ SMS

บริการ	รูปแบบ	อัตราค่าบริการ
เนชั่นทันข่าว	ข่าวสำคัญและประเด็นข่าวใหม่ที่เกิดขึ้นอย่างทันเหตุการณ์จากสถานีข่าว Nation Channel	49 บาท/เดือน
The Nation News	ข่าวภาษาอังกฤษจากหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น	49 บาท/เดือน
ThaiVisa	ข่าวภาษาอังกฤษจาก ThaiVisa และหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น	49 บาท/เดือน
ข่าวด่วนกรุงเทพธุรกิจ	ข่าวและความเคลื่อนไหวด้านเศรษฐกิจและการเงินจากหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ	49 บาท/เดือน
ข่าวด่วนคมชัดลึก	ข่าวสำคัญและประเด็นข่าวใหม่ที่เกิดขึ้นอย่างทันเหตุการณ์จากหนังสือพิมพ์คมชัดลึก	29 บาท/เดือน
Nation Oil Alert	บริการแจ้งราคาน้ำมัน ขึ้น-ลง ทันทีที่มีการเปลี่ยนแปลง	ครั้งละ 1 บาท
Enjoy English with NJ	สาระความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษ	29 บาท/เดือน
บริการ Horo Daily	บริการดูดวงแบบรายวัน กับหมอดูต๊อแต็ก A4 จากหนังสือพิมพ์คมชัดลึก	ครั้งละ 3 บาท

#### บริการ MMS

บริการ	รูปแบบ	อัตราค่าบริการ
SMS + MMS By Suthichai Yoon	วิเคราะห์ข่าวประเด็นสำคัญ โดย สุทธิชัย หยุ่น	59 บาท/เดือน
บริการข่าวภาษาพม่า Myanmar Tadin	ข่าวและความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับแรงงานพม่าในประเทศไทย และข่าวที่น่าสนใจจาก Eleven Media	ครั้งละ 3 บาท

▪ บริการ Application สำหรับใช้ในการรับชมข้อมูลข่าวสารผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่รูปแบบต่างๆ เช่น โทรศัพท์ เคลื่อนที่ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต สำหรับรับชมรายการของสถานีข่าวเนชั่นทีวี ให้บริการแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย เพื่อเป็นการเพิ่มช่องในการเผยแพร่สถานีโทรทัศน์ของบริษัทฯ ให้เข้าถึงผู้ชมได้กว้างขวางขึ้น

## การตลาดและการแข่งขันของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

### 1.) ภาพอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

การเติบโตอย่างรวดเร็วของโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ตส่วนหนึ่งมาจากการขยายพื้นที่บริการ 3จี บนคลื่นความถี่ 2.1 กิกะเฮิร์ตซ์ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความต้องการอุปกรณ์สื่อสารมากขึ้น รวมถึงราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ต ที่มีราคาถูกลง

ปี พ.ศ.2558 กสทช.ได้ดำเนินจัดประมูล 4G ที่คลื่นความถี่ 1800 เมกะเฮิร์ตซ์ และ 900 เมกะเฮิร์ตซ์ ซึ่งจะเป็ปัจจัยสำคัญช่วยกระตุ้นให้เกิดการใช้อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการใช้งานโซเชียลมีเดีย ประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในประเทศที่มีผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก และไลน์มากที่สุดในเอเชีย โดยมีผู้ใช้งานมากกว่า 28 ล้านคน โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางการสื่อสารที่จะช่วยกระตุ้นให้รายได้ตลาดโฆษณาออนไลน์เติบโตอย่างรวดเร็ว

### 2.) การตลาด

#### กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

ช่องทางการสื่อสารและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง จากการขยายตัวของ แพลตฟอร์มและช่องทางการสื่อสารต่างๆ ที่เข้าถึงผู้บริโภครวดเร็ว ตรงกลุ่มเป้าหมาย ทุกที่ที่เวลา ผู้บริโภคใช้ สมาร์ทโฟนเป็นช่องทางเข้าถึงข้อมูล พฤติกรรมการดูทีวีหลากหลายช่องทาง บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่ ดังนี้

#### 2.1) ธุรกิจเว็บไซต์

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขัน เพื่อเพิ่มความนิยมเว็บไซต์ของบริษัทฯ และรายได้จากการขายโฆษณาในเว็บไซต์ของบริษัทฯ และเว็บไซต์ของพันธมิตรทางธุรกิจ ดังนี้

##### ▪ การพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของเว็บไซต์

บริษัทฯ ดำเนินการติดตามเพื่อพัฒนาเนื้อหาข้อมูลและระบบการใช้งานในเว็บไซต์ให้มีความถูกต้อง ทันสมัย สอดคล้องความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และก้าวทันเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายหลัก คือ 5 Screen นั้นหมายถึง ผู้บริโภค จะเข้าถึงเนื้อหา ข้อมูลของบริษัทฯ ได้ในทุกช่องทาง และการนำเสนอจะต้องมีความแตกต่างจากช่องทางหลัก

▪ การใช้โซเชียลมีเดียช่วยในการประชาสัมพันธ์ โดย NBC และเนชั่นกรุ๊ป มีผู้ติดตามในเครือข่ายโซเชียลมีเดียมากกว่า 7 ล้านคน

##### ▪ การแสวงหาความร่วมมือพันธมิตรทางธุรกิจรายใหม่

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

## 2.2) ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ดังนี้

### ■พัฒนาคุณภาพบริการเดิมและสร้างสรรค์บริการใหม่

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

### ■การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย

บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เพื่อขยายฐานสมาชิกใหม่เพิ่มขึ้น และรักษาสมาชิกเดิมให้ยังคงรับบริการของบริษัทฯ ต่อเนื่องไปในระยะยาว เช่น การให้สมัครทดลองใช้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแก่สมาชิกใหม่ การเพิ่มระยะเวลาใช้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแก่สมาชิกเดิม เป็นต้น

## 2.3) ธุรกิจจัดการสัมมนาและกิจกรรมเกี่ยวกับธุรกิจนิวมีเดีย

บริษัทฯ มีการสัมมนาเกี่ยวกับธุรกิจนิวมีเดีย เช่น งานสัมมนา Digital Marketing Summit ถือเป็นงานใหญ่ทางด้าน Digital Marketing ที่ผู้เกี่ยวข้องให้ความสนใจ รวมไปถึงการจัดสัมมนากลุ่มย่อยให้กับองค์กรที่สนใจในเรื่องโซเชียลมีเดีย ในฐานะ "ผู้มีอิทธิพล" (Influencer) ทางความคิดที่จะช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค สินค้าและบริการต่างๆ นิยมให้บล็อกเกอร์เขียนแนะนำและรีวิวสินค้า ซึ่งเป็นพื้นฐานของผู้บริโภคที่จะเชื่อในสิ่งที่ผู้บริโภคด้วยกันมากกว่าการโฆษณา

## 2.4) ธุรกิจการให้บริการและจัดการประชาสัมพันธ์องค์กรผ่านเครือข่ายสังคม

บริษัทฯ ให้บริการประชาสัมพันธ์และบริหารโซเชียลมีเดียให้กับองค์กรที่สนใจ ปัจจุบันบริษัทต่างๆ ให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดียเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นโอกาสที่ก่อให้เกิดธุรกิจการให้บริการจัดการประชาสัมพันธ์และบริหารโซเชียลมีเดียให้กับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ ที่ต้องการทำประชาสัมพันธ์ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านโซเชียลมีเดีย ปัจจัยหลักในการให้บริการธุรกิจบริการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย คือ การรุกเข้าสู่โซเชียลมีเดียของเนชั่นกรุ๊ป อย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่องทำให้ เนชั่นกรุ๊ป และ NBC เป็นสื่อกลุ่มเดียวที่มีบุคลากรและการรายงานข่าวผ่านทางโซเชียลมีเดียมากที่สุดในประเทศไทย ประกอบกับโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดียได้รับความนิยมอย่างสูงในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา โดยเจ้าหน้าที่จะดำเนินการคิดแผนการตลาดออนไลน์และวิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียลมีเดียให้กับลูกค้าที่ต้องการเข้าถึงลูกค้าในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่นิยมติดต่อสื่อสารผ่านทางออนไลน์ นอกจากนี้ NBC มีความได้เปรียบในธุรกิจนี้ในฐานะที่เป็นพันธมิตรกับเว็บไซต์คอมมูนิตี้ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ได้แก่ บล็อกเก็ท, เอ็กซ์ทิน และยังเป็นเจ้าบล็อกโอเคเนชั่น รวมถึงการมีผู้ติดตามและแฟนเพจในโซเชียลมีเดียมากกว่า 2 ล้านคน

## 2.5) ธุรกิจการให้บริการ Content Marketing

Content Marketing เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่มีประโยชน์ให้กับผู้บริโภค โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ จดจำแบรนด์สินค้า เกิดความจงรักภักดีในสินแบรนด์สินค้า เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นในสายตาผู้บริโภค และเกิดการซื้อสินค้าและบริการในที่สุดโดยไม่ต้องใช้โฆษณา Content Marketing กำลังได้รับความนิยมมากในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการผ่านทางโซเชียลมีเดีย เป็นเทรนด์ที่เกิดขึ้นมาต่อเนื่องในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ

ในฐานะสื่อมวลชนที่มีประสบการณ์ในการผลิตเนื้อหา ในทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็น บทความ รูปภาพหรือคลิปวิดีโอ ได้นำความรู้ความชำนาญมาสร้างสรรค์ Content Marketing เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการให้กับแบรนด์ต่างๆ และสื่อสาร ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของบริษัท โดยกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาสร้างความรู้สึกผูกพัน ให้เกิดขึ้นกับแบรนด์สินค้า บริษัทจะช่วยคิดแคมเปญ เนื้อหาในรูปแบบต่าง และนำเสนอให้กับบริษัทที่สนใจจะทำการประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบดังกล่าว

#### กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

- ธุรกิจเว็บไซต์ กลุ่มลูกค้าแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้
  - กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ บริษัทตัวแทนโฆษณา และบริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าโดยตรง
  - กลุ่มผู้เข้าชมเป้าหมาย ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละเว็บไซต์ เช่น เว็บไซต์สถานีโทรทัศน์ของบริษัทฯ อาทิ [www.nationtv.com](http://www.nationtv.com) มีกลุ่มผู้เข้าชมเป้าหมาย คือ ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสาร ขณะที่เว็บไซต์ของพันธมิตรทางธุรกิจ ที่บริษัทฯ ให้บริการเป็นตัวแทนจำหน่ายพื้นที่โฆษณา
  - ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับรู้ข่าวสารอย่างทันเหตุการณ์

#### การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

##### ▪ ธุรกิจเว็บไซต์

บริษัทฯ มีฝ่ายขายพื้นที่โฆษณาในเว็บไซต์ของตนเอง ทำหน้าที่ติดต่อกับบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทเจ้าของสินค้าโดยตรง ปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ดำเนินการปรับปรุงเว็บไซต์ เพื่อวัตถุประสงค์ในการเพิ่มรายได้ ดังต่อไปนี้

- เพิ่มทราฟฟิกให้กับเว็บไซต์ โดยการปรับปรุงเว็บไซต์ ออกแบบให้น่าสนใจและมีเนื้อหาที่หลากหลายขึ้น การอัปเดตข่าวที่รวดเร็ว และการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย
- จัดทำระบบ Social Monitoring สำหรับนักข่าวใช้มอร์นิเตอร์ข่าว กระแสข่าวที่กำลังจะเกิดขึ้น ซึ่งส่งผลให้บริษัท เป็นผู้นำในการเสนอข่าวได้อย่างรวดเร็ว

บริษัทฯ ได้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการต่างๆ ของบริษัทฯ ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และเว็บไซต์ ของบริษัทฯ รวมทั้งผ่านสื่อหนังสือพิมพ์และเว็บไซต์ของพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทฯ โดยผู้บริโภคที่ประสงค์จะใช้บริการข้อมูลดังกล่าว สามารถสมัครใช้บริการด้วยตนเองผ่านทางอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น การสมัครรับ SMS MMS ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การดาวน์โหลด Application ต่างๆ นอกจากนี้ยังขยายการพัฒนาแอปพลิเคชันไปยังระบบอื่นๆ ได้แก่ วินโดวส์โฟน, แบล็กเบอร์รี่ เพื่อรองรับผู้ใช้กลุ่มใหม่ด้วย

#### การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่

##### 1.) ธุรกิจเว็บไซต์

ปัจจัยหลักสำคัญในการดำเนินการธุรกิจเว็บไซต์ คือ บุคลากร ฐานข้อมูลข่าว และเครื่องมืออุปกรณ์ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจุบัน บริษัทฯ ใช้บริการ Cloud Service เพื่อความเสถียรและรองรับการขยายตัวของทราฟฟิกที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่เกิดสถานการณ์ไม่ปกติ

## ฝ่ายการตลาด

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

### 2.) ธุรกิจบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

ปัจจัยหลักสำคัญในจัดหาบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ได้แก่ บุคลากร ฐานข้อมูลหรือเนื้อหา และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต โดยเจ้าหน้าที่ส่วนงานดังกล่าวมีหน้าที่นำฐานข้อมูลหรือเนื้อหาในรูปแบบต่างๆ เช่น สัญญาณภาพ และเสียงของรายการโทรทัศน์หรือข่าว MMS ข้อความ SMS มาจัดทำในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลให้พร้อมจัดส่งไปยังระบบของผู้ให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือรองรับต่อการใช้ผ่าน Application ของอุปกรณ์เคลื่อนที่ของค่ายผู้ผลิตต่างๆ รวมทั้ง เป็นผู้พัฒนา Application สำหรับใช้รองรับบริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่รูปแบบต่างๆ

ทั้งนี้บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC) ให้ความสำคัญในธุรกิจนี้มาโดยตลอด จะเห็นว่าในแต่ละปี NBC ไม่หยุดนิ่งในการพัฒนาและศึกษาค้นคว้าเทคโนโลยีสื่อสารใหม่ๆ เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค ในยุคที่มีความต้องการบริโภคข้อมูลข่าวสารผ่าน "มัลติสกรีน" เช่น การเข้าร่วมเป็นพันธมิตร กับ โอเปอร์เรเตอร์ทุกบริษัท เพื่อกระจายแอปพลิเคชัน ให้ถึงมือผู้บริโภคมากที่สุด

### 2.2.5 ธุรกิจเอ็ดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศ

ดำเนินงาน โดย บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

#### การประกอบธุรกิจของแต่ละสายธุรกิจ

##### 1. ธุรกิจสำนักพิมพ์

##### 1.1 สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชน

##### 1.1.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิต นำเข้าและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนเพื่อการศึกษา บันทึกลง และการเสริมทักษะ ผ่าน NED และ NGE ในนาม สำนักพิมพ์ “เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์” และ “เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์” โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

ก) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย

NED ได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ผลิตสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี ประเทศไทย และประเทศในทวีปเอเชีย โดยได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ชั้นนำ อาทิ Shueisha, Shogakukan, Kodansha, Kadokawa Shoten และ Futabasha เป็นต้น จนถึงปี 2558 NED ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชน ทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 600 เรื่อง หรือมากกว่า 4,500 ปก ซึ่งดำเนินการในรูปแบบดังต่อไปนี้

- 1) หนังสือการ์ตูน (Comic Collection) หมายถึงหนังสือการ์ตูนรวมเล่มและหนังสือการ์ตูนในรูปแบบพิเศษ (Limited Edition) ซึ่งได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางทั้งจากประเทศญี่ปุ่น และประเทศอื่นๆ ในเอเชียรวมทั้งประเทศไทย อาทิ “นารูโตะ นิโนจาคาถาไอโซเฮะ” “โคราเอมอน” “เครยอนจินจัง” “เทพมรณะ Bleach” “Bakuman” “Blue Exorcist” การ์ตูนไทย อาทิ “มิดทรี 13” เป็นต้น และล่าสุดได้รับลิขสิทธิ์หนังสือการ์ตูน One Punch Man การ์ตูนใหม่ที่กำลังโด่งดังทั่วโลกในขณะนี้

- 2) **หนังสือการ์ตูนความรู้ (Edutainment Comics)** เป็นการให้ความรู้แก่เยาวชนในรูปแบบการ์ตูน แบ่งเป็นช่องทำนองเดียวกับการ์ตูนญี่ปุ่น มีการแทรกความรู้ต่างๆ และคำอธิบายเชิงวิชาการ ผ่านการเล่าเรื่องที่สนุกสนาน มีทั้งแบบสีเดียวและภาพสี่สี การ์ตูนที่ได้รับลิขสิทธิ์จากบริษัทของคนไทย เช่น “เชลล์ดอน” และการ์ตูนความรู้ชุด Science Kids ที่ได้รับลิขสิทธิ์จาก สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.) กระทรวงศึกษาธิการ เป็นต้น

ข) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย

NGE ได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ผลิต นำเข้า และจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนที่ได้รับลิขสิทธิ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์และสำนักพิมพ์ชั้นนำจากกลุ่มประเทศแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย อาทิ Walt Disney, Warner Bros., Simon & Schusters, Nickelodeon ประเทศสหรัฐอเมริกา Hit Entertainment, Chorion, Scholastic UK, Egmont UK, Dorling Kindersley ประเทศอังกฤษ, VGS ในเครือของ EGMONT, Verlagsgesellschaften ประเทศเยอรมนี, Larousse ประเทศฝรั่งเศส, Casterman ประเทศเบลเยียม, Paramon ประเทศสเปน และ Blake Education เป็นต้น โดยส่วนใหญ่ผลิตเป็น 2 ภาษา ซึ่งมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในเล่มเดียวกัน จนถึงปี 2558 NGE ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย ทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 1,000 ปก ซึ่งดำเนินการในรูปแบบดังต่อไปนี้

- 1) **หนังสือนิทานภาพ (Storybook)** ซึ่งได้คัดสรรจากนิทานที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางจากทั้งในและต่างประเทศ อาทิ นิทานจากภาพยนตร์ “Frozen ผจญภัยแดนคำสาปราชินีหิมะ” “หนังสือเชิทรวมนิทาน Frozen ตอนใหม่” “หนังสือรวมนิทานคลาสสิกของดิสนีย์ ได้แก่ เจ้าหญิงนิทรา, ซินเดอเรลลา, เจ้าหญิงเงือกน้อย, โลมงามกับเจ้าชายอสูร, Frozen, สโนไวท์” “หนังสือรวมนิทานเจ้าหญิงไซไฟซ์ที่หนึ่ง” “รวมนิทานสัตว์เลื้อยแสนรักของเจ้าหญิง” “นิทานจากภาพยนตร์ The Good Dinosaur ผจญภัยไดโนเสาร์เพื่อนรัก”
- 2) **หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ (Activity Book)** เป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก ประกอบด้วยรูปภาพเป็นส่วนใหญ่ พร้อมความรู้และความบันเทิง ผ่านกิจกรรมต่างๆ อาทิ การระบายสี การวาดรูป การลากเส้น เกมทดสอบความจำ สีตัวเลข หรือคำศัพท์ต่างๆ ฯลฯ จัดพิมพ์เป็นสองภาษา (ไทย-อังกฤษ) ส่วนใหญ่มีเนื้อหาเกี่ยวกับตัวการ์ตูนที่เป็นที่นิยมระดับนานาชาติ ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ในประเภทนี้ได้แก่ “หนังสือระบายสี Frozen ผจญภัยแดนคำสาปราชินีหิมะ” “ระบายสี Frozen Fever” “หนังสือก๊อปปี้เชิทรวมนิทานระบายสีจากภาพยนตร์ Inside Out” “กิจกรรมเสริมทักษะจากภาพยนตร์ Inside Out” “เกมระบายสีสัตว์เลื้อยแสนรัก” “ระบายสี Sofia The First” เป็นต้น

### 1.1.2 ลูกค้ายุทธศาสตร์เป้าหมาย

ลูกค้ายุทธศาสตร์เป้าหมายแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

- กลุ่มเด็กเล็ก (4 -8 ปี)
- กลุ่มก่อนวัยรุ่น (9-12 ปี) และวัยรุ่น (13-18 ปี)

โดยหนังสือของกลุ่มบริษัทฯ นั้น มีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ายุทธศาสตร์เป้าหมายในนิสัยที่ต่างกันดังนี้

- หนังสือการ์ตูนและนิตยสารการ์ตูน มีกลุ่มลูกค้ายุทธศาสตร์หลักเป็นกลุ่มก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น และอาจรวมไปถึงผู้ใหญ่ที่มีความชื่นชอบในการอ่านหนังสือการ์ตูน เนื่องจากเป็นความบันเทิงรูปแบบหนึ่งที่มีต้นทุนต่ำ
- นิทาน/ หนังสือภาพ/ หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ มีกลุ่มลูกค้ายุทธศาสตร์หลักเป็นกลุ่มเด็กเล็ก

- วรรณกรรมเยาวชนมีลักษณะเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ จึงมีกลุ่มลูกคำเป้าหมายครอบคลุมกลุ่มเด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น
- หนังสือสาระความรู้มีความละเอียดของเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ ครอบคลุมลูกคำเป้าหมายตั้งแต่กลุ่มเด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น
- หนังสือสารานุกรม มีความละเอียดของเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ ครอบคลุมกลุ่มลูกคำเด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น
- หนังสือคู่มือข้อสอบสำหรับเยาวชน กลุ่มลูกคำเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มเด็กชั้นประถมศึกษา

#### 1.1.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ก) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย

การจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชียนั้น NED ซึ่งเป็นผู้ผลิตจะขายสิ่งพิมพ์ที่ผลิตทั้งหมดให้แก่ NGE ซึ่งเป็นการขายบนเงื่อนไขไม่มีการรับคืน เพื่อให้ NGE นำไปจำหน่ายต่อให้กับเอเจนต์ที่จัดจำหน่ายการ์ตูน และผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ที่มีร้านหนังสือหลายสาขา ซึ่งเป็นการขายที่อาจมีการรับคืนได้ในภายหลัง โดยเอเจนต์เหล่านี้จะกระจายสินค้าต่อไปยังร้านหนังสือค้าปลีกรายย่อยซึ่งจะจำหน่ายต่อให้แก่ผู้อ่านอีกต่อหนึ่ง

ในปี 2558 NGE จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย ส่วนใหญ่ผ่านเอเจนต์การ์ตูน รองลงมาได้แก่ ร้านหนังสือ ร้านค้าโมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ และ ร้านค้าที่ไม่ได้จำหน่ายหนังสือเป็นหลัก และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ ได้แก่ จำหน่ายตรงผ่านบูธ งาน event ตามลำดับ รวมจัดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 10,000 จุด (ที่มา: บริษัทฯ )

ข) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย

NGE จะทำการจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลียซึ่งตนเป็นผู้ผลิตผ่านผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ที่มีร้านหนังสือหลายสาขา และร้านค้าโมเดิร์นเทรด ซึ่งมีเงื่อนไขการขายที่อาจมีการรับคืนได้ในภายหลัง โดยร้านค้าเหล่านี้จะจำหน่ายต่อให้แก่ผู้อ่านอีกทอดหนึ่ง นอกจากนั้น NGE ยังมีการจัดจำหน่ายโดยตรงแก่สถาบันการศึกษา และผู้อ่านผ่านระบบสมาชิกด้วยเช่นกัน

ในปี 2558 NGE จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย ส่วนใหญ่ผ่านร้านหนังสือ รองลงมาได้แก่ ร้านค้าโมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ และ ร้านค้าที่ไม่ได้จำหน่ายหนังสือเป็นหลัก นอกจากนั้น มีการจำหน่ายตรงผ่านบูธ โรงเรียน และองค์กรต่างๆ และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ เช่น ร้านค้าออนไลน์ รวมจัดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 12,000 จุด (ที่มา: บริษัทฯ 10,000 ร้านค้า / 2,000 โรงเรียน)

#### 1.1.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

1) คัดเลือก สร้างสรรค์ พัฒนาสื่อที่มีคุณภาพ

บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนที่มีคุณภาพ ความเหมาะสม และตอบสนองความต้องการของกลุ่มเด็กและเยาวชน รวมทั้งส่งเสริมความรู้ด้านต่างๆ โดยเฉพาะความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ซึ่งสิ่งพิมพ์หลายประเภทของกลุ่มบริษัทฯ มีภาษาไทยควบคู่กับภาษาอังกฤษ



2) คัดเลือก สร้างสรรค์ สิ่งพิมพ์ที่ทันสมัยและได้รับความนิยมระดับนานาชาติ

กลุ่มบริษัทฯ จะใช้ข้อได้เปรียบสำนักพิมพ์อื่นๆ จากการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ในการพิจารณาคัดเลือกสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมสูงจากต่างประเทศ และมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมในประเทศมาทำการผลิตและจัดจำหน่ายได้ตามเป้าหมาย

3) พัฒนาสิ่งพิมพ์ที่สอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอย่างรวดเร็ว

กลุ่มบริษัทฯ มีการติดตามข่าวสารความนิยมของหนังสือในต่างประเทศและในประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อคัดเลือกเรื่อง ที่ได้รับความนิยมสูง มาจัดพิมพ์วางจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับ สำนักพิมพ์อื่นๆ ในตลาดได้ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อหนังสือ เช่น จัดจำหน่ายหนังสือเป็น ชุดในราคาพิเศษ หรือให้ส่วนลดพิเศษพร้อมของสมนาคุณ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ไม่มีนโยบายทำการตลาดด้วย ราคาต่ำกว่าคู่แข่ง (Price War)

4) สร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อการมีส่วนร่วมของลูกค้า และกิจกรรมเพื่อสังคม

กลุ่มบริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักและมีส่วนร่วมได้แก่กิจกรรม เปิดตัวหนังสือ กิจกรรมเสวนานักเขียน เสวนาให้ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาในหนังสือ เช่น สัมมนาเจาะจุดแข็ง กิจกรรมแต่งตัว เล่นแบบตัวการ์ตูน (cos' play) กิจกรรมประกวดระบายสี กิจกรรมแนะนำหนังสือและลุ้นรางวัลทางสื่อสังคมออนไลน์ อิเล็กทรอนิกส์ และอื่นๆ

5) พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการกระจายสื่อที่คัดสรรแล้วว่ามีคุณภาพและมีเนื้อหาเหมาะสมไปยังกลุ่มเป้าหมาย อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ได้แก่ การให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งช่องทางดั้งเดิม ในด้าน ระบบงาน การพัฒนาความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า และการควบคุมติดตาม เพื่อเปิดโอกาสในการจำหน่ายให้ครอบคลุมหนังสือ ทุกกลุ่ม ทุกเพศวัย ในทุกช่องทางให้มากที่สุด รวมถึงการเปิดโอกาสการขายผ่านสื่อใหม่ อาทิ โซเชียลเน็ตเวิร์ก สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ตลอดจนชุมชนออนไลน์ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของหนังสือเด่น เช่น ชุมชนคนรักแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด สำหรับหนังสือเกี่ยวกับเชอร์ล็อก โฮมส์ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังเน้นการเข้าถึงเด็กและเยาวชนเป็นพิเศษผ่านการ ขายตรงเพื่อเข้าถึงผู้ปกครองของเด็กและเยาวชน รวมถึงการขายตรงเข้าสู่โรงเรียน โดยผ่านห้องสมุดหรือ ครูบรรณารักษ์ ครู ที่ปรึกษา เพื่อเสนอทางเลือกในการใช้ประกอบการเรียนการสอน หรือมีไว้ให้นักเรียนค้นคว้าประจำห้องสมุดอีกทางหนึ่ง

## 1.2 หนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์

### 1.2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

หนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์ของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 หมวดหลักดังนี้

#### (1) หมวดบริหารและการจัดการ (Business and Management)

หนังสือในกลุ่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการบริหารและการจัดการในหัวข้อต่างๆ รวมถึงเศรษฐศาสตร์ การเงิน การลงทุน การบัญชี การตลาด ภาษี และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การจัดการเชิงกลยุทธ์ และกรณีศึกษาทางธุรกิจ ตัวอย่าง หนังสือที่ได้รับความนิยมสูงในกลุ่มนี้ เช่น “แจ๊ค หม่า พญามังกรแห่งอาณาจักรอาลีบาบา”, “คิดอย่างผู้นำ ทำอย่าง Google”,



“สตีฟ จ๊อบส์ (Steve Jobs)” โดย Walter Isaacson ที่มียอดขายสูงต่อเนื่องมาจากปี 2554, “คิดแบบอัจฉริยะ มาร์ก ซักเกอร์เบิร์ก” โดย Ekaterina Walter และ “เจาะจุดแข็ง” พิมพ์ครั้งที่ 24 หนังสือขายดีมาตลอด 10 ปีของบริษัท ฯ โดย Marcus Buckingham และ Donald O. Clifton, Ph. D., เป็นต้น และในปี 2557 บริษัท ฯ ได้ลิขสิทธิ์หนังสือ Alex Ferguson หนังสือที่ทำรายได้มากที่สุดในปี 2013 คือขายได้ถึง 800,000 เล่มในประเทศอังกฤษประเทศเดียว ภายในระยะเวลาเพียงไม่ถึง 3 เดือน

นอกจากนี้ยังมีงานเขียนของนักคิด นักเขียนไทยในกลุ่มการบริหารและการจัดการที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่านในวงกว้าง อาทิ “เทคนิคการตามล่าหาหุ่นเวฟ 3X ด้วยคลื่นเอลเลียด” โดยคุณประจวบ วงษ์นิยม “HR A to Z คำบริหารคนเหนือตำรา” โดยคุณจารุพันธ์ อธิธาว์กุล เป็นต้น

## (2) หมวดภาษา และการเรียนรู้ (Language and Learning)

หนังสือในกลุ่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะด้านภาษาและการทดสอบความถนัดด้านต่างๆ ซึ่งหนังสือในกลุ่มพัฒนาทักษะด้านภาษาที่ได้รับความนิยม เช่น “ภาษาอังกฤษแก่คริสต์มันส์แล้ว 1.5 พร้อม ซีดี MP3” โดย คริสโตเฟอร์ ไรท์ นักเขียน Bestseller เป็นต้น

## (3) หมวดศาสนาและปรัชญา (Religion and Philosophy)

หนังสือในกลุ่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับคำสอนทางศาสนา ปรัชญา และความเชื่อ เช่น “หลวงพ่อกุณ เทพเจ้าแห่งด่านขุนทด” “ไม่มีเกิด ไม่มีตาย” “ทำนายชะตา เสริมดวง โชคดี รับป๊อกร” เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีหนังสือแปลเกี่ยวกับศาสตร์ด้านโหราศาสตร์และฮวงจุ้ย ผลงานของ โจอี ยับ ประจักษ์และที่ปรึกษาผู้มีชื่อเสียงระดับโลก ผลงานของเขาได้รับการแปลเป็นภาษาไทยและมียอดขายที่น่าพอใจอย่างต่อเนื่อง เช่น “ฮวงจุ้ย ปรับบ้านเปลี่ยนชีวิต”, “ปฏิทินฤกษ์มงคล ปี 2016” เขียนโดย โจอี ยับ ที่ได้รับความนิยมต่อเนื่องมานานถึง 6 ปี เป็นต้น

## (4) หมวดทั่วไป (General Interest)

หนังสือในกลุ่มนี้เป็นหนังสือที่มีเนื้อหาหลากหลาย ครอบคลุมความสนใจด้านต่างๆ ของผู้อ่านในวงกว้าง อาทิ สุขภาพและความงาม อาหาร บ้านและการตกแต่ง การพัฒนาตนเอง สัตว์เลี้ยง และไลฟ์สไตล์ ตลอดจนเรื่องชีวิตคนดัง หนังสือเด่นของกลุ่มนี้ได้แก่

**แนวไลฟ์สไตล์/ชีวิตคนดัง** เป็นการนำแนวการดำเนินชีวิตของผู้ที่ประสบความสำเร็จในด้านต่างๆ มาจัดทำเป็นหนังสือเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อ่าน อาทิ “สาริต เซกัล การตะหัวใจไทย” เป็นต้น

**แนวสุขภาพ** สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์ได้ผลิตหนังสือแนวสุขภาพที่มีคุณภาพและยอดขายสูงอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากนักเขียนไทยที่ได้รับความนิยม ได้แก่ “ถนอมหัวใจ ยับยั้งสารพัดโรค” “เฮฮาสดี้ ขบวนการกรู๊ปเลือด” “ใครไม่ป่วยยกมือขึ้น ตอนคู่มือบำบัดโรค” และหนังสือแปลจากต่างประเทศ เช่น “แต่งหน้าสวย โดยไม้อ้อศิลป์กรรม” “ผิวสวยใส ไม่ต้องพึ่งครีมบำรุง” เป็นต้น

**แนวท่องเที่ยว** ผลิตหนังสือทั้งจากนักเขียนไทย และหนังสือแปลจากต่างประเทศ คัดเลือกเนื้อหาของผู้เขียนที่เป็นที่รู้จัก หรือมีความโดดเด่น เช่น “คู่มือเที่ยวญี่ปุ่น” เป็นต้น

## (5) หมวดนิยาย วรรณกรรม (Fiction)

หนังสือหมวดนี้ เป็นหนังสือที่แปลจากต่างประเทศ ได้แก่ นิยายไตรภาค เรื่อง “พอมดแม่มดมือใหม่ คู่ซ่าท้าพลังเวทย์ปฐมบท-ดุกกล้า” “พอมดแม่มดมือใหม่ คู่ซ่าท้า พลังเวทย์ปฐมบท-พรสวรรค์” “พอมดแม่มดมือใหม่ คู่ซ่าท้า พลังเวทย์ปฐมบท-เพลิงกัลป์”

### 1.2.2 ลูกค้ายุคใหม่เป้าหมาย

ลูกค้ายุคใหม่เป้าหมายหลักคือ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเองในแง่มุมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทักษะในการทำงาน การใส่ใจสุขภาพ การพัฒนาความคิด และปรัชญาการดำเนินชีวิต มีความชื่นชอบในการอ่านหนังสือเพื่อความบันเทิงและสาระความรู้

### 1.2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบัน บริษัทฯ ทำการจัดจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางการจำหน่ายประเภทต่างๆ ดังนี้

1. **ร้านหนังสือ** เป็นช่องทางจัดจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายที่ใหญ่ที่สุดของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่ผ่าน บมจ.ซีอีตยูเคชั่น ซึ่งจะจำหน่ายหนังสือในร้านหนังสือของตนเองที่มีจำนวนสาขามากที่สุดเป็นอันดับ 1 และกระจายหนังสือสู่ร้านค้าและร้านหนังสือชั้นนำอื่นๆ ต่อไป รวมถึงมีการวางจำหน่ายแบบเปิดหน้าบัญชีเองโดยตรงผ่านร้านหนังสืออื่นๆ ที่เป็นช่องว่างทางการตลาด อาทิ ร้านดับเบิลยู บิ๊กทาวเวอร์ ร้านบุ๊คสโตร์ ควบคู่ไปกับการผลิตหนังสือเล่มพิเศษจำหน่ายเฉพาะทางภายใต้โครงการ “Only At 7” ซึ่งมีร้านบุ๊คสโตร์เป็นตลาดหลัก ร้านค้าปลีกเครือข่าย (Chain Store) อื่นๆ เป็นตลาดรอง เพื่อมุ่งเน้นถ่ายทอด ทุนเวียนหนังสือไปถึงผู้อ่านภายใต้แนวคิด “หนังสือดี ราคาประหยัด” อย่างกว้างขวางต่อเนื่องอีกด้วย

2. **บูธจำหน่ายหนังสือ** เป็นการเปิดบูธจำหน่ายหนังสือแก่ผู้อ่านโดยตรง เพื่อผลในการอำนวยความสะดวกในแง่ความครบครัน หลากหลาย ด้วยราคาสมเหตุสมผล ผ่านรูปแบบงานตามสถานที่และขนาดในการจัดงานแบบต่างๆ โดยแบ่งเป็นงานบูธระดับชาติ โดยการสนับสนุนจากสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย อาทิ งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ งานมหกรรมหนังสือระดับชาติ งานสัปดาห์ครอบครัวหนังสือ และงานสัปดาห์หนังสืออื่นๆ ในส่วนภูมิภาค งานบูธโมเดิร์นเทรด ทั้งที่จัดเอง และจัดร่วมกับห้างสรรพสินค้าต่างๆ ภายในพื้นที่ห้างสรรพสินค้านั้นๆ งานบูธโรงเรียนและมหาวิทยาลัย ทั้งโดยการจัดร่วมกับงานสัปดาห์ห้องสมุด สัปดาห์วิทยาศาสตร์ งานวาระพิเศษต่างๆ ของโรงเรียนแล้ว ยังมีการจัดขึ้นเป็นลักษณะงานโรดโชว์เพื่อให้ความรู้และแนะนำหนังสือไปในตัวอีกด้วยส่วนหนึ่ง

3. **จำหน่ายตรงแก่องค์กร** เป็นการจำหน่ายหนังสือแก่ผู้บริหารที่เป็นบริษัทเอกชน โรงเรียน มหาวิทยาลัย และหน่วยงานราชการอื่นๆ ที่มีความต้องการหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายของบริษัทฯ

4. **ช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ** เช่น การจำหน่ายหนังสือให้แก่บริษัทในเครือเนชั่น เพื่อใช้เป็นของขวัญปีใหม่หรือของสมนาคุณแก่ลูกค้า และการจำหน่ายผ่านทางไปรษณีย์ ผ่านช่องทางจัดจำหน่ายออนไลน์ ได้แก่ nstore.net ร้านค้า อิคอมเมิร์ซเครือเนชั่น, LINE SHOP, LAZADA และผ่าน Facebook Fanpage ของเครือ ซึ่งให้ส่วนลดเป็นพิเศษแก่ผู้สั่งซื้อ และเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสำหรับผู้อ่านมากยิ่งขึ้น

ในปี 2558 สำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊คส์” ได้จัดจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางการจำหน่ายหลักคือร้านหนังสือ รองลงมาได้แก่การจำหน่ายตรงผ่านบูธ สถาบันการศึกษา หน่วยงานราชการ องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน อาคารสำนักงานต่างๆ และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ ตามลำดับ รวมจุดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 10,000 จุด (ที่มา : บริษัทฯ )

### 1.2.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตและจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายครอบคลุมความต้องการของนักอ่านทุกกลุ่มอายุ เพศ และอาชีพ โดยพิจารณาคัดเลือกหนังสือทั้งในแง่ของเนื้อหา คุณภาพ และความเหมาะสม เพื่อให้หนังสือของบริษัทฯ สามารถเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างความบันเทิง และความรู้ของผู้อ่านให้ทันต่อยุคสมัย

- 2) เนื่องจากบริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้น บริษัทฯ จึงใช้ชื่อได้เปรียบสำนักพิมพ์อื่นๆ ดังกล่าวในการคัดเลือกผลงานของนักเขียน และสำนักพิมพ์ที่เป็นที่ชื่นชอบของ นักอ่านชาวไทย และมีคุณภาพระดับโลกโดยมียอดขายในอันดับต้นๆ (Bestseller) มาแนะนำ
- 3) ในส่วนของหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กที่เป็นหนังสือแปลจากภาษาต่างประเทศ บริษัทฯ ได้มีการมุ่งเน้นคุณภาพการแปลให้มีความถูกต้องตรงกับต้นฉบับมากที่สุด โดยไม่ละทิ้งความสละสลวยของบทความ เพื่อเป็นการเสริมสร้างอรรถรสในการอ่านหนังสือ และเสริมสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้อ่านมากที่สุด
- 4) บริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาจำหน่ายหนังสือที่เหมาะสม และสามารถแข่งขันกับสำนักพิมพ์อื่นในตลาดได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อหนังสือ เช่น จัดจำหน่ายหนังสือในราคาพิเศษ หรือให้ส่วนลดพิเศษสำหรับหนังสือบางหมวด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่มีนโยบายทำการตลาดด้วยราคาต่ำกว่าคู่แข่ง (Price War)
- 5) บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่างๆ เช่น การเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือต่างๆ การเปิดตัวหนังสือ การพบปะนักเขียน การจัดส่งหนังสือให้แก่สื่อต่างๆ รวมถึง นักวิจารณ์ เป็นต้น
- 6) บริษัทฯ ได้ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ชื่อของสำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊กส์” และหนังสือให้เป็นที่รู้จักในกลุ่ม นักอ่านผ่านสื่อต่างๆ หลากหลายรูปแบบให้ครบถ้วน เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ เป็นต้น

### 1.3 การจัดหาสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

#### 1.3.1 การผลิตสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

กลุ่มบริษัทฯ จะทำการพิจารณาแนวโน้มอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เพื่อวางแผนกำหนดประเภทสิ่งพิมพ์และรูปแบบเนื้อหาที่จะดำเนินการผลิตในแต่ละปี หลังจากนั้น กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการจัดหาและผลิตสิ่งพิมพ์ โดยมีขั้นตอนหลักในการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

##### 1) การคัดสรรสิ่งพิมพ์

กลุ่มบริษัทฯ จะจัดส่งบรรณาธิการและทีมงานไปเยี่ยมชมงานเทศกาลหนังสือในต่างประเทศ (Book Fairs) เพื่อดูแนวโน้มของสิ่งพิมพ์โลก และสรรหารายชื่อสิ่งพิมพ์ที่น่าสนใจ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีการสำรวจตลาดเพื่อสอบถามหรือหาข้อมูลของประเภทหรือรายชื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายโดยตรง ในบางกรณีนักเขียนหรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์อาจทำการติดต่อขอจำหน่ายลิขสิทธิ์ในการผลิตและจัดจำหน่ายแก่กลุ่มบริษัทฯ โดยตรงเนื่องจากชื่อเสียงของกลุ่มบริษัทฯ เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์ในแนวธุรกิจและการจัดการ และการพัฒนาตนเองของกลุ่มบริษัทฯ

หลังจากนั้น คณะทำงานเพื่อคัดเลือกหนังสือของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหาร บรรณาธิการ ฝ่ายขาย และฝ่ายการตลาด จะทำการคัดเลือกสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมในการผลิตและจัดจำหน่ายซึ่งมีคุณสมบัติเบื้องต้นดังนี้

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

2) ติดต่อเจรจา และทำสัญญาซื้อขายลิขสิทธิ์

หลังจากที่ได้รายชื่อสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมแล้ว กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อเจรจาราคา และเงื่อนไขในการซื้อลิขสิทธิ์กับนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ สำหรับหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายในหมวดทั่วไปบางเล่ม กลุ่มบริษัทฯ อาจดำเนินการติดต่อนักเขียนที่คาดว่าจะเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้อ่านมาเพื่อเขียนหนังสือให้แก่กลุ่มบริษัทฯ จากนั้นจึงทำสัญญากับนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์

3) การจัดเตรียมต้นฉบับภาษาไทย

3.1) การแปล ในกรณีที่หนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศ กลุ่มบริษัทฯ จะติดต่อผู้แปลที่มีความเหมาะสมกับประเภทหนังสือเพื่อดำเนินการแปลเป็นภาษาไทย และติดต่อผู้ที่มีความเหมาะสมกับประเภทหนังสือดังกล่าวเพื่อทำหน้าที่บรรณาธิการเล่ม ตรวจสอบความถูกต้องของสำนวนแปล ซึ่งภายหลังจากที่ผู้แปลทำการลงนามในสัญญาและได้รับต้นฉบับสิ่งพิมพ์ภาษาต่างประเทศจากกลุ่มบริษัทฯ เรียบร้อยแล้ว ก็จะดำเนินการแปล โดยระยะเวลาในการแปลนั้นขึ้นอยู่กับประเภทสิ่งพิมพ์ ความยากง่ายของเนื้อหา และจำนวนหน้า ซึ่งส่วนใหญ่จะมีระยะเวลาไม่เกิน 1-2 เดือน จากนั้นผู้แปลจะดำเนินการส่งผลงานแปลฉบับสมบูรณ์ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ เพื่อส่งต่อเล่มให้แก่บรรณาธิการดำเนินการตรวจสอบและแก้ไข ภายหลังจากบรรณาธิการตรวจต้นฉบับที่แปลเป็นภาษาไทยสมบูรณ์แล้ว ก็จะดำเนินการส่งให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ในกรณีที่สิ่งพิมพ์เป็นหนังสือการ์ตูน กลุ่มบริษัทฯ จะมีการนำต้นฉบับหนังสือการ์ตูนภาษาต่างประเทศมาทำการสแกนเพื่อนำคำแปลลงประกอบภาพการ์ตูน

3.2) การจัดรูปเล่ม ภายหลังจากที่กลุ่มบริษัทฯ ได้รับต้นฉบับสิ่งพิมพ์ภาษาไทยฉบับสมบูรณ์ ก็จะนำมาดำเนินการจัดเรียงภาพเนื้อหา และจัดรูปเล่มให้เหมาะสม ในบางกรณีที่หนังสือพิมพ์จากต่างประเทศ อาจถูกจำกัดให้จัดเรียงและจัดทำรูปแบบให้เหมือนต้นฉบับภาษาต่างประเทศ นอกจากนั้น กลุ่มบริษัทฯ จะทำการออกแบบปกหนังสือ และจัดทำปกขึ้นมาเองในกรณีที่เจ้าของลิขสิทธิ์มิได้บังคับให้ใช้ปกหนังสือของต้นฉบับ หรือในกรณีที่กลุ่มบริษัทฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าปกเดิมไม่เหมาะสม

4) การจัดเตรียมการพิมพ์

4.1) การเตรียมกระดาษ กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อผู้ค้ากระดาษเพื่อดำเนินการสั่งจองกระดาษที่ใช้ในการจัดพิมพ์ ในระหว่างการจัดเตรียมต้นฉบับ โดยปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ซื้อกระดาษเพื่อใช้ผลิตสิ่งพิมพ์จากบริษัทในเครือเนชั่น และผู้จัดจำหน่ายกระดาษภายในประเทศในราคาตลาด

4.2) การจัดหาโรงพิมพ์ ในระหว่างการจัดเตรียมต้นฉบับ กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อโรงพิมพ์เพื่อกำหนดรูปแบบการพิมพ์ ค่าจ้างพิมพ์ และวันกำหนดส่งของ โดยมีการเปรียบเทียบและเจรจาต่อรองเพื่อให้ค่าจ้างพิมพ์ต่ำที่สุดภายใต้รูปแบบสิ่งพิมพ์ที่กลุ่มบริษัทฯ ต้องการ ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ใช้บริการโรงพิมพ์จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ บจก. ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย), บจก. เอช-เอ็น กรุ๊ป และบจก. พรินต์โพร

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

5) การพิมพ์และจัดส่ง

กลุ่มบริษัทฯ จะจัดส่งไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ต้นฉบับสิ่งพิมพ์ให้แก่โรงพิมพ์เพื่อดำเนินการพิมพ์ เมื่อโรงพิมพ์ดำเนินการพิมพ์เรียบร้อยแล้ว โรงพิมพ์จะจัดส่งมาเพื่อจัดเก็บที่คลังสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ

### สรุปสาระสำคัญของสัญญาลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

ในการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ กลุ่มบริษัทฯ จะซื้อลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์มาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นนักเขียนหรือสำนักพิมพ์ทั้งในและต่างประเทศจำนวนหลายราย เพื่อนำมาผลิตและจัดจำหน่ายเพียงรายเดียว (Exclusive) ในประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลา 3 - 5 ปี และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ในราคาและเงื่อนไขเดิม ส่วนใหญ่มีการกำหนดจำนวนขั้นต่ำในการผลิตสิ่งพิมพ์ครั้งแรก ทั้งนี้ เจ้าของลิขสิทธิ์สามารถยกเลิกสัญญาได้ หากกลุ่มบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาด้านการเงิน และ/หรืออยู่ในสถานะล้มละลาย เป็นต้น โดยมีค่าลิขสิทธิ์ที่สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลักดังนี้

- 1) ค่าลิขสิทธิ์ขั้นต่ำซึ่งเป็นจำนวนคงที่ (minimum guarantee) กำหนดจากยอดพิมพ์เริ่มต้นขั้นต่ำ หรือประมาณการยอดขาย ชำระ ณ วันที่ลงนามในสัญญา หรือภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้
- 2) ค่าลิขสิทธิ์แปรผันที่คำนวณจากยอดจำหน่ายสิ่งพิมพ์หรือยอดพิมพ์ ซึ่งส่วนใหญ่มีการชำระทุกครึ่งปี หรือหนึ่งปี ทั้งนี้ ประเภทของค่าลิขสิทธิ์ รวมทั้งจำนวน และกำหนดเวลาการชำระค่าลิขสิทธิ์ของแต่ละสัญญานั้น ขึ้นอยู่กับการต่อรองระหว่างกลุ่มบริษัทฯ และเจ้าของลิขสิทธิ์

### ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจสิ่งพิมพ์

#### ภาพรวมอุตสาหกรรมธุรกิจสำนักพิมพ์

ปี 2558 นับเป็นอีกปีที่ธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ตกต่ำอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากการที่นิตยสารปิดตัวมากขึ้นหลายฉบับ และจำนวนคนเข้าชมงานมหกรรมหนังสือระดับชาติเดือนตุลาคม 2558 ที่ผ่านมา ลดลงถึง 25% ยอดขายรวมของทุกสำนักพิมพ์ของงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งล่าสุด เดือนตุลาคม ปี 2558 ลดลงจากปี 2557 ที่ 14.7% (ที่มา: สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย) ข้อมูลนี้ตอกย้ำให้เห็นชัดเจนว่า อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์กำลังอยู่ในภาวะซบเซา สภาพการณ์นี้ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงแต่ในประเทศไทยเท่านั้น ทว่าโลกก็ประสบปัญหาอย่างเดียวกัน นอกจากนี้ ร้านขายหนังสือรายย่อยยังปิดตัวลงอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะร้านขายหนังสือการ์ตูน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ราคาต่อเล่มไม่สูง มีผลเป็นลูกโซ่ทำให้ผู้อ่านหาซื้อหนังสือลำบากขึ้น และไม่สามารถสั่งจํานวนน้อยจากร้านค้าออนไลน์ได้ เนื่องจากค่าส่งมีมูลค่าใกล้เคียงกับราคาหนังสือ ทำให้ผู้อ่านหนังสือการ์ตูนรอซื้อในงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ หรืองานมหกรรมหนังสือระดับชาติมากกว่าหนังสือประเภทอื่น จะเห็นได้ว่า ยอดขายของหนังสือการ์ตูนของบริษัทฯ ในสองงานดังกล่าวมีอัตราส่วนลดลงน้อยกว่าหนังสือประเภทอื่น (ที่มา: บริษัทฯ)

ในส่วนของหนังสือสำหรับผู้ใหญ่ เช่น หนังสือแนวธุรกิจ หนังสือสุขภาพ หนังสือที่มีชื่อเสียงมาจากต่างประเทศยังเป็นหมวดที่ทำรายได้ค่อนข้างคงที่ หากมีการเลือกหนังสือที่มีเนื้อหาดี น่าเชื่อถือ อยู่ในกระแสที่เป็นความสนใจ หรือเจาะกลุ่มผู้อ่านที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ปี 2558 ยังเป็นปีที่หนังสือระบายสีสำหรับผู้ใหญ่เป็นที่นิยม หลายสำนักพิมพ์จัดพิมพ์หนังสือแนวนี้นับเป็นความแปลกใหม่ของวงการ และสร้างความสดใสให้กับผู้อ่าน

หนังสือเด็กเล็ก เช่น หนังสือกิจกรรมระบายสี เสริมสร้างทักษะ หนังสือสอนภาษาอังกฤษ เป็นหนังสือที่ยังคงต้องใช้ความน่ารักของการ์ตูนเรเตอร์ และราคาเป็นหลัก หากสองสิ่งนี้ควบคู่ไปด้วยกัน ก็สามารถทำยอดขายให้เป็นที่พอใจ

สำหรับธุรกิจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีการเติบโตมากกว่าเดิม แต่ก็ยังไม่สามารถทดแทนรายได้ที่ลดลงของหนังสือกระดาษได้ เนื่องจากผู้อ่านยังนิยมอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ทั้งๆที่มีผู้ประกอบการหลายรายเข้ามาดำเนินธุรกิจนี้อย่างจริงจัง และนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ซึ่งเป็นการบ้านที่ผู้ประกอบการและสำนักพิมพ์ต้องหาวิธีการที่ก่อให้เกิดรายได้ต่อไป

ด้วยสถานการณ์ที่กล่าวข้างต้น ปี 2559 บริษัทฯ ยังคงมีกลยุทธ์ในการทำงานคือ การคัดเลือกเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของผู้อ่าน การควบคุมยอดพิมพ์ให้เหมาะสมกับยอดขาย การเพิ่มสินค้าคู่ไปกับหนังสือสำหรับเด็กเล็กเพื่อเป็นการจูงใจในการเลือกซื้อ การเพิ่มช่องทางการขายไปยังแหล่งใหม่ เช่น เพิ่มจำนวนร้านค้าออนไลน์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อในเครือให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และ Social Media ซึ่งมีสมาชิกมากกว่า 5 ล้านคน อีกทั้งร่วมกับพันธมิตรที่หลากหลายในการขยายไปยังผู้อ่านกลุ่มใหม่ เป็นต้น

## 2. ธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ และบริการที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศชั้นนำและบริการที่เกี่ยวข้องผ่านตัวบริษัทฯ เอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 สิ่งพิมพ์ที่บริษัทฯ ให้บริการมีทั้งหมด 184 ฉบับ ประกอบด้วยหนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศและนิตยสารภาษาต่างประเทศ และสมาชิกออนไลน์ต่างประเทศ ดังรายชื่อที่แสดงในตารางด้านล่าง ซึ่งธุรกิจดังกล่าวรวมถึงการเป็นตัวแทนขายสมาชิกและเป็นตัวแทนขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ฉบับที่พิมพ์ในประเทศไทย การรับจ้างพิมพ์โดยไม่มีลิขสิทธิ์ในสิ่งพิมพ์คือ หนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun รวมถึง การให้บริการจัดส่งกับหนังสือพิมพ์และนิตยสารอีกหลายฉบับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางด้านล่างเช่นกัน โดยการให้บริการดังกล่าวของบริษัทฯ เป็นแบบ One Stop Service เพื่อความสะดวกของเจ้าของสิ่งพิมพ์ในการติดต่อประสานงาน และแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น

ลำดับที่	ประเภท/หมวด/ ชื่อหนังสือ	จำนวนหัว	บริการที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ *
1	หนังสือพิมพ์	2	
	1. The Yomiuri Shimbun	1	1,2,3,4,5
	2. Financial Times	1	2
2	นิตยสาร	180	
	1. Automotive & Motorcycle	13	2
	2. Business & Finance	16	2,5
	3. Computer & Electronics	13	2
	4. Entertainment	11	2
	5. Health & Fitness	7	1,2,3,5
	6. Home & Garden	18	2
	7. Kids & Teens	18	2
	8. Men	8	2
	9. News & Current Affairs	9	1,2,5
	10. Science & Nature	7	2
	11. Sports & Recreation	10	2
	12. Women	23	2
	13. Cooking & Food	7	2
	14. Travel & Vacation	9	1,2,5

ลำดับที่	ประเภท/หมวด/ ชื่อหนังสือ	จำนวนหัว	บริการที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ *
	15. General Interest	6	2
	16. Life Style & Fashion	5	2
3	หนังสือ	1	
	1. Veg Haven Guidebooks	1	1
4	สมาชิกออนไลน์	1	
	1. The Wall Street Journal Asia	1	2
รวมทั้งหมด		184	

ที่มา: บริษัทฯ

หมายเหตุ: \* บริการที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ

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

## 2.2 ลูกค้าย่อยเป้าหมาย

ในกรณีหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ ชาวญี่ปุ่นและครอบครัวที่มาพำนักรและทำงานในประเทศไทยทั้งชั่วคราวและเป็นระยะเวลานาน รวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ในส่วนหนังสือพิมพ์ Financial Times กลุ่มเป้าหมายคือ นักธุรกิจชาวต่างชาติ นักธุรกิจและผู้บริหารระดับสูงชาวไทยที่ต้องการได้ข่าวสารข้อมูลอัพเดทในภูมิภาคเอเชีย และทั่วโลก

บริษัทฯ ยังเดินทางขายกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มที่มีความสนใจในนิตยสารต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้ตรงกลุ่มมากขึ้น บริษัทฯ ได้แบ่งสินค้าออกเป็น 16 หมวด ดังนี้

**Automotive & Motorcycle** กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ เป็นเจ้าของร้านขายรถยนต์ ผู้ที่ชื่นชอบการขับรถ และผู้ที่ติดตามการออกรถรุ่นใหม่ ๆ

**Business & Finance** มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ และนักบัญชีการเงิน ทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่อยู่ในประเทศไทย แต่ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้ขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มนักศึกษาที่กำลังศึกษาด้านธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันมีความสนใจในนิตยสารภาษาต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

**Computer & Electronics** มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นผู้ประกอบการด้านคอมพิวเตอร์ และอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ รวมถึงคนทำงานด้าน IT นักศึกษา บุคคลทั่วไปที่สนใจในด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และการสื่อสารทุกชนิด

**Entertainment** มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่ชื่นชอบการติดตามข่าวของดารา ภาพยนตร์ และข่าวบันเทิงทั่วไป

**Health & Fitness** มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นสถานประกอบการด้านสุขภาพ เช่น ร้านสปา ร้านอาหาร โรงพยาบาล สถานที่ออกกำลังกาย และรวมถึงบุคคลทั่วไปที่รักสุขภาพ

**Home & Garden** มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นพ่อบ้าน แม่บ้าน และคนทำงานที่สนใจในการตกแต่งบ้านและสวนของตนเอง และผู้ประกอบการบ้านและสวน เพื่อดูแนวโน้มความต้องการของลูกค้า

**Kids & Teens** มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นเยาวชน อายุ 7-19 ปี

**Men** มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นผู้ชาย ที่ชอบติดตามดาราคนโปรดของตนเอง ผ่านภาพและเนื้อหาที่น่าสนใจ

**News & Current Affairs** มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ นักวิชาการ กลุ่มนักศึกษา ที่ชื่นชอบการติดตามข่าวและสนใจในการวิเคราะห์ข่าวในเชิงลึก



**Science & Nature** มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นนักวิชาการ นักธรรมชาตินิยม นักศึกษาที่สนใจวิทยาศาสตร์ และธรรมชาติ  
**Sports & Recreation** มีกลุ่มลูกค้า คือ บุคคลทุกเพศ ทุกวัยที่รักในกีฬาที่ตนเองชื่นชอบ เช่น ฟุตบอล กอล์ฟ บาสเกตบอล รวมถึงนักเดินทางที่สนใจสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

**Women** มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นบุคคลทั่วไปที่สนใจในเรื่องแฟชั่น ดารา ข่าวกันเทิงต่างๆ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง

**Cooking & Food** มีกลุ่มเป้าหมายหลัก เป็นแม่บ้าน และคนทำงานที่มีความสนใจทำอาหาร ต้องการหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเมนูอาหาร และสารน่ารู้ของอาหารต่างๆ

**Travel & Vacation** มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ และบุคคลทั่วไปที่ต้องการข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยว

**Jewelry & Watch** มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นบริษัท ร้านค้าที่ดำเนินธุรกิจสินค้าเครื่องประดับ

**General Interest** มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นบุคคลทั่วไปที่ใฝ่หาความรู้ และข้อมูลเพื่อให้ตนเองมีความรู้รอบด้าน

นอกจากนี้ บริษัทยังบริหารจัดการจำหน่ายหนังสือเล่ม โดยหนังสือที่นำเข้ามาเป็นหนังสือประเภทไกด์บุ๊กแนะนำร้านอาหาร มังสวิรัติ เพื่อตอบสนองลูกค้ากลุ่มที่สนใจเรื่องสุขภาพ

ปัจจุบันบริษัทได้ขยายผลิตภัณฑ์ไปยังข้อมูลประเภทดิจิทัล โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายสมาชิกออนไลน์ให้กับ The Wall Street Journal Asia ซึ่งเป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมมาช้านาน โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักธุรกิจระดับสูงที่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ

## 2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศของบริษัทฯ จะมีช่องทางการจำหน่ายที่แตกต่างกันไปตามที่สำนักพิมพ์เจ้าของลิขสิทธิ์ให้สิทธิไว้ในสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายของแต่ละสิ่งพิมพ์ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

ก) ร้านหนังสือ และแผงหนังสือ (Newsstand): บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายกระจายสิ่งพิมพ์ไปที่ร้านหนังสือ และแผงหนังสือให้แก่ผู้ผลิตสิ่งพิมพ์เพียงรายเดียวในประเทศไทย (Exclusive) ซึ่งนำไปจำหน่ายต่อไปยังผู้อ่านโดยตรง ซึ่งบริษัทฯ มีจุดกระจายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศผ่านช่องทางนี้รวมกันทั้งสิ้นมากกว่า 400 แห่ง

ข) สมาชิก: บริษัทฯ เป็นตัวแทนในการบอกรับสมาชิกสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งระยะเวลาการเป็นสมาชิกล้วนมีความหลากหลายขึ้นกับประเภทหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร เช่น ราย 1 เดือน ราย 1 ปี ราย 2 ปี เป็นต้น โดยสิ่งพิมพ์ส่วนใหญ่ในปัจจุบันจะขายสมาชิกควบคู่ทั้งสิ่งพิมพ์และออนไลน์ โดยมี The Wall Street Journal Asia ที่ขายออนไลน์เพียงอย่างเดียว สิ่งพิมพ์ดังกล่าวจะถูกจัดส่งถึงสถานที่ที่ผู้เป็นสมาชิกระบุไว้ โดยผู้จัดส่งที่บริษัทฯ หรือผู้ผลิตสิ่งพิมพ์เป็นผู้จ้าง

ค) Bulk: ในช่องทางนี้ บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศห่อละหลายเล่มให้แก่ผู้ซื้อเพียงรายเดียว เช่น โรงแรม สายการบิน และองค์กรต่างๆ เป็นต้น โดยสำนักพิมพ์เจ้าของสิ่งพิมพ์ต่างประเทศนั้นๆ จะมีการกำหนดลักษณะการจำหน่ายและจำนวนเล่มที่จำหน่ายในแบบ Bulk ที่แตกต่างกันไป



ตารางแสดงรายละเอียดช่องทางการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศต่างๆ ของบริษัทฯ

ลำดับที่	ประเภท/หมวด/ ชื่อหนังสือ	แผงหนังสือและร้านหนังสือ	สมาชิก	Bulk
1	หนังสือพิมพ์			
	1. The Yomiuri Shimbun	x	x	X
	2. The Wall Street Journal Asia	x	x	
	3. Financial Times		x	
2	นิตยสาร			
	1. Automotive & Motorcycle		x	
	2. Business & Finance		x	
	3. Computer & Electronics		x	
	4. Entertainment		x	
	5. Health & Fitness	x	x	
	6. Home & Garden		x	
	7. Kids & Teens		x	
	8. Men		x	
	9. News & Current Affairs	x	x	X
	10. Science & Nature		x	
	11. Sports & Recreation		x	
	12. Women		x	
	13. Cooking & Food		x	
	14. Travel & Vacation		x	
	15. Jewelry & Watch			
	16. General Interest		x	
3	หนังสือ			
	1. Veg Haven Southeast Asia	x		
4	สมาชิกออนไลน์			
	1. The Wall Street Journal Asia		x	

#### 2.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

สำหรับธุรกิจนี้ หากบริษัทฯ สามารถทำยอดขายได้เพิ่มขึ้น บริษัทฯ จะได้รับค่าคอมมิชชั่นหรือส่วนลดในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน บริษัทฯ จึงมีนโยบายมุ่งเน้นการเพิ่มยอดขายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายอยู่แล้วในปัจจุบัน โดยการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังช่องทางใหม่ๆ เช่น การจำหน่ายแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ซึ่งเป็น

การจัดจำหน่ายที่มีต้นทุนต่ำและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว และการจำหน่ายผ่านศูนย์บริการการขายสมาชิก Nstore ซึ่งบริษัทฯ ได้จัดตั้งขึ้นโดยรวบรวมสิ่งพิมพ์ของบริษัทฯ เองและพันธมิตรทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้อ่าน เป็นต้น

บริษัทฯ ยังคงมีเป้าหมายในการเพิ่มการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจ และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านทุกกลุ่ม และเพิ่มความหลากหลายของสิ่งพิมพ์ ในปี 2558 บริษัทฯ จึงได้แบ่งการขายสิ่งพิมพ์ออกเป็น 2 ประเภทคือหนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดยในส่วนของนิตยสารได้แบ่งสินค้าออกเป็น 16 กลุ่ม ดังนั้นพนักงานของบริษัทสามารถเจาะตลาดตามลูกค้าให้ตรงกลุ่มได้

บริษัทฯ มีกลยุทธ์เฉพาะในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายดังนี้

ก) ร้านหนังสือ และแผงหนังสือ (Newsstands)

บริษัทฯ มุ่งเน้นการติดต่อ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับร้านหนังสือขนาดใหญ่เป็นหลัก เนื่องจากมีสาขามาก และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากกว่าร้านหนังสือ หรือแผงหนังสือที่มีขนาดเล็ก

ข) สมาชิกส่วนบุคคลทั่วไป (Subscription)

บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมการตลาดโดยจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศอื่นๆ ให้แก่สมาชิกในราคาที่ต่ำกว่าราคาดนปก หรือต่ำกว่าราคาที่จำหน่าย ณ แผงหนังสือ รวมถึงมีการมอบของสมนาคุณในกรณีสมัครเป็นสมาชิกสิ่งพิมพ์กับบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการชักชวนให้ผู้อ่านสมัครสมาชิกกับบริษัทฯ โดยผ่านช่องทางหลักคือ การชักชวนทางโทรศัพท์ การออกร้านในงานสัปดาห์หนังสือ การโปรโมทผ่านเว็บไซต์ และการส่งอีเมลและเอกสารไปยังผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เป็นต้น

ค) สมาชิกแก่โรงแรม องค์กรทั่วไป (Bulk)

บริษัทฯ มีทีมการขายที่ติดต่อกับสายการบิน โรงแรม โรงพยาบาล สถาบันการศึกษา และ องค์กรอื่นๆ โดยตรงเพื่อชักชวนให้องค์กรเหล่านั้นซื้อสิ่งพิมพ์ต่างประเทศแบบ Bulk จากบริษัทฯ

## 2.5 บริการจัดพิมพ์ จัดส่งและกระจายสินค้า

ปัจจุบัน สำนักพิมพ์เจ้าของหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ได้ว่าจ้างบริษัทฯ ให้ดำเนินการจัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ โดยบริษัทฯ ได้ใช้บริการโรงพิมพ์ในเครือเนชั่น ได้แก่ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ในการจัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ดังกล่าว หลังจากนั้นสำนักพิมพ์เจ้าของสิ่งพิมพ์ ได้ว่าจ้างบริษัทฯ กระจายหนังสือพิมพ์ตามช่องทางการจำหน่ายต่างๆ โดยบริษัทฯ ได้ว่าจ้างบริษัทในเครือเนชั่น ได้แก่ บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด เป็นผู้กระจายหนังสือให้ ในส่วนของนิตยสารต่างประเทศนั้น สำนักพิมพ์เจ้าของสิ่งพิมพ์จะผลิตในต่างประเทศ และจัดส่งให้แก่ลูกค้าโดยว่าจ้างบริษัทฯ หรือผู้จัดส่งรายอื่น

## สรุปสาระสำคัญของสัญญาตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

ในการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ บริษัทฯ จะทำสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่ายกับเจ้าของสิ่งพิมพ์ซึ่งเป็นสำนักพิมพ์ต่างประเทศจำนวนหลายราย โดยส่วนใหญ่มีระยะเวลา 1 ปีสำหรับสัญญาตัวแทนจำหน่ายนิตยสาร และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ สำหรับสัญญาตัวแทนจำหน่ายหนังสือพิมพ์จะหมดอายุเมื่อมีการยกเลิกสัญญา ทั้งนี้ เจ้าของสิ่งพิมพ์สามารถยกเลิกสัญญาได้ หากกลุ่มบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาด้านการเงิน และ/หรืออยู่ในสถานะล้มละลาย และ/หรือเมื่อมีการแจ้งอีกฝ่ายล่วงหน้า เป็นต้น โดยบริษัทฯ จะได้รับค่าตอบแทนเป็นสัดส่วนของปริมาณที่จำหน่าย และค่าคอมมิชชั่นจากการขายสมาชิก

### ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

ยอดการจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของกลุ่มลูกค้าของสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่

#### ก) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาพักในโรงแรมต่างๆ ทั่วประเทศไทย ถือเป็นกลุ่มลูกค้าที่สำคัญในการจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศของบริษัทฯ

#### ข) กลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย

ชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทยเป็นเวลา 1 เดือนขึ้นไป ถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักที่สนใจอ่านนิตยสารและหนังสือพิมพ์จากต่างประเทศ

#### ค) กลุ่มคนไทยที่สนใจสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ

คนไทยกลุ่มวัยทำงานและนักธุรกิจ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และนักศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปให้ความสนใจข่าวสารต่างประเทศ ถือเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่สนใจอ่านนิตยสารและหนังสือพิมพ์จากต่างประเทศ

#### ง) กลุ่มสถาบันการศึกษา

สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาโดยทั่วไปเริ่มแบ่งงบประมาณเพื่อซื้อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น จำนวนสถาบันทั้งในสังกัดรัฐและเอกชนมีทั้งสิ้น 146 แห่ง

ในส่วนสภาวะการแข่งขันของธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศประเภทสมาชิกรับ นับว่ามีคู่แข่งน้อยราย โดยมีคู่แข่งหลักจำนวน 3 ราย ได้แก่ บจก. แมกกาซีน อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) บมจ. โพสต์พับลิช ซึ่ง ส่วนตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทแผงหนังสือหรือร้านค้า มีคู่แข่งจำนวนหลายราย ซึ่งประกอบด้วยคู่แข่งที่เป็นร้านหนังสือขนาดใหญ่ที่มีจำนวนหลายสาขา เช่น บริษัท เอเซียบุ๊คส์ จำกัด และคู่แข่งรายย่อยอื่นๆ เป็นต้น

### **3. สายธุรกิจดิจิทัล**

#### 3.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

3.1.1 ดำเนินธุรกิจการผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ หลากหลายแนวที่สอดคล้องกับรสนิยมการอ่านในแต่ละไลฟ์สไตล์ ดังนี้

#### **การบริหารและการจัดการ (Business and Management)**

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการบริหารและการจัดการ รวมถึงเศรษฐศาสตร์ การเงิน วิเคราะห์หุ้น การบัญชี การตลาด ภาษี และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

#### **ภาษา (Language)**

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างๆ เกาหลี จีน ญี่ปุ่น ไทย เยอรมัน อังกฤษ และภาษาอื่นๆ

#### **คู่มือประกอบการเรียน (Educational)**

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์คู่มือเรียนชั้นประถม มัธยมต้น มัธยมปลาย สอบเข้า คู่มือครู แนะนำ การศึกษา อ่านนอกเวลา พจนานุกรม สารานุกรม สารคดีเชิงวิชาการ

#### **ศาสนาและปรัชญา (Religion and Philosophy)**

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความเชื่อ ธรรมเนียมประเพณี พระเครื่อง วัตถุมงคล คำสอนทางศาสนา และปรัชญา

#### นวนิยาย และวรรณกรรม (Fiction & Literature)

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แนวนวนิยายและวรรณกรรมของนักเขียนไทย และนักเขียนต่างประเทศที่แปลเป็นภาษาไทย บทกวี และกวีนิพนธ์

#### การ์ตูน (Comics & Manga)

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แนวการ์ตูนทั่วไป และการ์ตูนญี่ปุ่น ที่ให้ความบันเทิง ความเพลิดเพลินในการอ่านสำหรับเด็กและเยาวชน

#### นิทาน (Story Book)

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แนวนิทานที่ให้ความบันเทิง ความเพลิดเพลินในการอ่านสำหรับเด็กและเยาวชน

#### หมวดทั่วไป (General Interest)

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาหลากหลาย ครอบคลุมความสนใจด้านต่างๆ อาทิ สุขภาพและความงาม อาหาร การพัฒนาตนเอง ไลฟ์สไตล์ ท่องเที่ยว คอมพิวเตอร์ บ้านและสวน จิตวิทยา เกษตรกรรม กีฬา แผนที่ พยากรณ์ศาสตร์ พระราชพิธี ศิลปกรรม สัตว์เลี้ยง สันทนาการ สารคดี อัดชีวิตประวัติ และชีวิตคนดัง

#### หนังสือพิมพ์ (Newspaper)

จัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์เล่ม และหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ รายปี รายเดือน หมวดหมู่ข่าวทั่วไป ธุรกิจ หนังสือพิมพ์ต่างประเทศอื่นๆ

#### นิตยสาร (Magazines)

จัดจำหน่ายนิตยสารเล่ม และหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ รายปี รายเดือน ทั้งนิตยสารไทย และต่างประเทศ

3.1.2 ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค หลากหลายประเภท ครอบคลุมผู้บริโภค ทุกเพศ ทุกวัย ทุกไลฟ์สไตล์ ดังนี้

Category Level 1	Category Level 2
Mobile & Tablets	Mobiles
	Tablets
	Landline Phones
	Data Cards
	Mobile Accessories
	Pre-paid cards
	Tablet Accessories
Computers & Laptops	Laptops
	Desktops Computers
	Computer Accessories
	Scanners
	Computer Components

Category Level 1	Category Level 2
	Network Components
	Printers & Ink
	Software
<b>Consumer Electronics</b>	Audio
	Gaming
	TV & Video
	Gadgets
<b>Camera</b>	Accessories
	Bridge (advanced Point & Shoot)
	Camcoder
	Instant Camera
	Mirror less
	Point & Shoot (plain digital)
	Other Cameras
	DSLR / SLR
<b>Home Appliances</b>	Cooling & Heating
	Garment Care
	Housekeeping
	Large Appliances
	Small Kitchen Appliances
<b>Home &amp; Living</b>	Bath
	Bedding
	Furniture
	Home Décor
	Home Improvement
	Kitchen & Dining
	Outdoor & Garden
	Pets
	Stationery
	Storage & Organisation
	Lighting
<b>Toy, Kids, &amp; Babies</b>	Babies
	Kids
	Toys

Category Level 1	Category Level 2
<b>Health &amp; Beauty</b>	Baht & Body
	Face
	Food Supplement & Weight Management
	Fragrances
	Gift Sets
	Hair Care
	Health & Beauty Tools
	Makeup
	Men's Care
	Health & Personal Care
	Shapewear
	Personal Pleasure
	Medical Equipment
	Luxury Beauty
<b>Fashion</b>	Women
	Men
<b>Travel &amp; Luggage</b>	Bags & Backpacks
	Luggage
	Travel Accessories
<b>Sport &amp; Outdoors</b>	Yoga & Fitness
	Individual Sports
	Team Sports
	Outdoor & Adventure
	Shoes & Clothing
	Sports Bags
	Sport Watches & Sunglasses
	Helmets & Protection
	Accessories
<b>Automotive &amp; Gadgets</b>	Automotive
	Gadgets
<b>Media, Game &amp; Music</b>	Movies
	TV Series
	Music
	Music Instruments

Category Level 1	Category Level 2
	Games
Lifestyle	Wines & Spirits
	Partying
Watches	Women
	Men
	Kids

### 3.2 ลูกค้ายุคเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้ายุคเป้าหมายหลักคือผู้ที่มีอายุ 15-35 ปี เป็นผู้ที่รักการอ่านหนังสือในแนวต่างๆ เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์ชอบการอ่านหนังสือ และการอ่านในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และซื้อสินค้าอุปโภค บริโภคทั่วไปผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มลูกค้ายุคเป้าหมายรองคือผู้ที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่รักการอ่านหนังสือ และเริ่มอ่านหนังสือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และซื้อสินค้าอุปโภค บริโภคทั่วไปผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

### 3.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบันบริษัทฯ ทำการจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และสินค้าอุปโภค บริโภคทั่วไป ที่เป็นสินค้าของบริษัทฯ ทั้งหมด และสินค้าของคู่ค้า ร้านค้า และสำนักพิมพ์อื่น ผ่านช่องทางการจำหน่ายประเภทต่างๆ ดังนี้

**แอปพลิเคชันของบริษัทฯ** - เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบปฏิบัติการของ iOS และ Android

**แอปพลิเคชันของพันธมิตร** - เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบปฏิบัติการของ iOS และ Android

**เว็บไซต์** - เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ [www.nstore.net](http://www.nstore.net) และเว็บไซต์ของพันธมิตร

**โซเชี่ยลมีเดีย** - เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายผ่าน facebook fanpage ของ NSTORE, ned club, nationbooks ตลอดจนช่องทางสื่อสารกับลูกค้าผ่านทาง LINE account: NSTORE.net

**บูธจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์** - เป็นการจัดบูธจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้อ่านโดยตรงในงานต่างๆ ที่สำคัญ เช่น งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ และงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ เป็นต้น

**Affiliate Program** - ช่องทางการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์สินค้าของบริษัทฯ ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ โดยตัวแทนจำหน่ายทั่วไปที่สมัครโปรแกรมของเว็บไซต์ [www.nstore.net](http://www.nstore.net)

### 3.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

1) พัฒนา คัดเลือกสิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สินค้าอุปโภค บริโภค ที่มีคุณภาพ ทันต่อกระแสปัจจุบัน โดยให้ความสำคัญหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค

2) ดำเนินการทำการขายส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง และทำกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตร

3) ดำเนินการทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สินค้าอุปโภค บริโภค ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

4) ดำเนินการทำการตลาดเพื่อสื่อสารไปถึงลูกค้าในการสร้างการรับรู้ และการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สินค้าอุปโภค บริโภค ผ่านธุรกิจอีคอมเมิร์ซ



5) พัฒนาระบบปฏิบัติการ การจัดส่ง การชำระเงิน ระบบคืนสินค้า บริการหลังการขาย และหน้าเว็บไซต์ [www.nstore.net](http://www.nstore.net) เพื่ออำนวยความสะดวก ความน่าเชื่อถือ เชื่อมั่นในระบบ เพื่อสร้างความได้เปรียบให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซมากขึ้น

#### **ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันธุรกิจดิจิทัล**

การเข้าถึงสื่อดิจิทัลในประเทศไทยกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว โทรศัพท์มือถือ หรือสมาร์ทโฟนกลายเป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของคนไทย รวมทั้งเข้ามามีบทบาทในการใช้หลายอุปกรณ์ไปพร้อมๆ กัน (Multiscreen) ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจต้องพัฒนาแคมเปญในทุกช่องทาง

นอกจากนี้ โลกดิจิทัล ไม่ได้เป็นเพียงเทคโนโลยีเพื่อการใช้งานเท่านั้น หากแต่ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างประสบการณ์และความรู้อีกด้วย

อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยอยู่ในช่วงกำลังพัฒนาทั้งแบรนด์ค้าปลีก, สำนักพิมพ์ และบริษัทพัฒนาแอปพลิเคชันได้ลงทุนพัฒนา และเปิดตัวระบบจำหน่ายสิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน และเว็บไซต์หลายราย รวมถึงสถาบันการศึกษา และองค์กรต่างๆ ให้ความสนใจในการทำระบบ E-Library เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการรองรับกับเทรนด์ดิจิทัลดังกล่าว บริษัทได้ขยายและลงทุนเพิ่มในธุรกิจอีคอมเมิร์ซเพื่อทำการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และสินค้าอุปโภค บริโภคทั่วไป ที่เป็นสินค้าของบริษัททั้งหมด และสินค้าของกลุ่มร้านค้า และสำนักพิมพ์อื่น ผ่านเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ Nstore.net และยังกระจายเข้าไปยัง LINE, LINE SHOP, tarad.com, LAZADA และช่องทางออนไลน์อื่นๆ ตลอดจนมีการจัดทำการตลาดที่เข้มข้นขึ้นผ่านสื่อ Social Network, Google Search Engine, Affiliate Program ด้วยสื่อผสมผสานทั้งออนไลน์ และออฟไลน์เพื่อโปรโมทสินค้าใน NSTORE ซึ่งมีทั้งในและนอกเครือที่หลากหลาย มีการขยายไปจำหน่ายสินค้าของบริษัทกลุ่มเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนพยายามสร้างวัฒนธรรมการให้บริการเพื่อมุ่งหวังสร้างความรู้สึกประทับใจ อบอุ่นใจให้กับลูกค้า ให้ได้ใช้บริการแล้วเกิดความเชื่อมั่นในสินค้าที่มีคุณภาพ และงานบริการหลังการขาย ทั้งในด้านการจัดส่งสินค้า การรับประกันคืนสินค้าได้ภายใน 30 วัน ระบบการชำระเงินที่ครอบคลุมทุกช่องทางและปลอดภัย รวมถึงระบบอื่นๆ ในอนาคต เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำ (Brand Awareness) และกลับมาซื้อซ้ำอีก นอกจากนี้ ยังมีโครงการจำหน่าย E-book สำหรับ e-Library เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

#### **4. ธุรกิจผู้ผลิตรายการโทรทัศน์**

##### **4.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์**

จากการเป็นผู้ผลิตรายการสำหรับเด็กและครอบครัว (Kidzone - คิดโซน) แพร่ภาพผ่านสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมระบบ C-Band มาเป็นระยะเวลา 2 ปี โดยมีฐานเรตติ้งกลุ่มเยาวชนเป็นอันดับที่ 1 ในปี 2557 เพื่อตอบรับต่อการเปลี่ยนแปลงระบบโทรทัศน์ในประเทศไทยเป็นระบบดิจิทัล บริษัทฯ ได้พัฒนาคุณภาพเนื้อหาหารายการ ยกกระดับมาตรฐานการผลิต ผันตัวเพื่อเข้าสู่ธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลในฐานะผู้ผลิตรายการสำหรับเด็กและครอบครัว (NINE TV) “Edutainment Variety for Kids and Modern Families” โดยผลิตรายการเพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลต่างๆ อาทิ ช่อง MCOT Family(14) Nation TV(22) และ NOW(26)

โดยเน้นการผลิตรายการเอดดูเทนเมนต์ที่มีความหลากหลาย อาทิ ลูกโลก : รายการข่าวสำหรับเด็ก, คิดคลับ : รายการการ์ตูนและศิลปะเด็ก, The Toy : รายการแนะนำของเล่นใหม่ๆ และข่าวในวงการของเล่น, รายการ Enjoy English : รายการสอนภาษาอังกฤษ นอกจากนี้ยังมีรายการไลฟ์สไตล์ว่าไรดีสำหรับเด็กและครอบครัว อาทิ กระเป๋าเดินทาง :

รายการเดินทางและปฏิบัติการกิจฉบับครอบครัว, คิด ไดอารี่ : รายการท่องเที่ยวเรียนรู้เสริมสร้างจินตนาการ, The Family : รายการบุกบ้านคนดังเพื่อเรียนรู้การเลี้ยงดูลูกในแบบนักบริหาร ฯลฯ

ในปี 2558 ที่ผ่านมานอกจากรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนซึ่งบริษัทฯ มีความชำนาญอยู่แล้ว บริษัทฯ ได้ขยายแนวทางการผลิตไปในด้านโทรทัศน์เพื่อการบันเทิง โดยได้ผลิตรายการ "เรื่องของดาว NOW Society" ซึ่งเป็นรายการวาไรตี้และข่าวสารในวงการบันเทิง แพร่ภาพตั้งแต่วันจันทร์-ศุกร์ เวลา 12:45-13:00 น.

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ผลิตรายการ "คม ชัด ลึก คิดดาว" ซึ่งเป็นรายการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับคนเด่นคนดังในวงการบันเทิง แพร่ภาพทางช่อง NOW 26 ทุกวันอาทิตย์เวลา 14:30-15:00 น. เพื่อเพิ่มมิติใหม่ ๆ กับการผลิตรายการและสร้างเสริมทักษะในการพัฒนารายการหลายรูปแบบให้กับทีมงาน เพื่อให้สามารถรองรับรูปแบบความต้องการที่หลากหลายยิ่งขึ้นในอนาคต

และจากประสบการณ์การผลิตรายการสำหรับเยาวชนและครอบครัวที่ผ่านมา ในปี 2559 นี้ บริษัทฯ ยังขยายความสามารถในการพัฒนารายการประเภทเอดดูเทนเมนท์สำหรับวัยรุ่นโดยเฉพาะ โดยร่วมมือกับฝ่ายบรรณาธิการนิตยสาร Nation Junior เพื่อพัฒนารายการให้ความรู้ภาษาอังกฤษโดยต่อยอดจากกิจกรรม Spelling Bee ซึ่งเป็นการแข่งขันภาษาอังกฤษระดับโลกที่มีผู้เข้าร่วมสัปดาห์ละปี

### ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจผู้ผลิตรายการโทรทัศน์

ในช่วงเวลาปี 2558 เป็นช่วงเวลาที่มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นในวงการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลด้วยปริมาณช่องธุรกิจที่เพิ่มเป็น 24 ช่องรวมถึงช่องที่เปลี่ยนถ่ายมาจากช่องอนาล็อกเดิม โดยแต่ละช่องต่างก็พยายามจะพัฒนาและสร้างเอกลักษณ์ให้กับตัวเอง ส่งผลให้มีการสร้างรายการต่างๆ ที่มีรูปแบบหลากหลาย เพื่อค้นหาแนวทางที่เหมาะสม ซึ่งทำให้ผู้ชมมีทางเลือกในการรับชมมากขึ้น นอกจากนี้ ในปี 2558 เม็ดเงินโฆษณาผ่านโทรทัศน์ก็มีการย้ายจากโทรทัศน์อนาล็อกเดิมและจากสื่ออื่นๆ มาเพิ่มให้กับโทรทัศน์ดิจิตอล ทำให้เงินโฆษณาของโทรทัศน์ดิจิตอลเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

ในช่วงปี 2558 ที่ผ่านมานี้ บริษัทฯ Nine TV ได้เพิ่มความหลากหลายในการสร้างสรรค์รายการใหม่นอกจากนิตยสารประเภทเยาวชนและครอบครัวซึ่งเป็นความถนัดดั้งเดิม เพิ่มสัดส่วนของรายการวาไรตี้บันเทิงมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบรับกับความต้องการของตลาดที่ต้องการหาแนวทางรายการใหม่ๆ ในการแข่งขันเพื่อแย่งชิงเรตติ้งผู้ชม โดยเน้นการผลิตรายการผ่านช่อง NOW เพื่อร่วมในการพัฒนาแนวทางการสร้างสรรค์รายการให้กับบริษัทแม่ ขณะเดียวกันก็ยังคงพัฒนารายการกิจกรรม สื่อความรู้และสาระเพื่อเยาวชนควบคู่กันไปอย่างต่อเนื่อง

### ธุรกิจอื่น

#### 5. นิตยสารภาษาอังกฤษสำหรับเยาวชน : นิตยสารเนชั่นจูเนียร์ (NJ Magazine)

##### 5.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

นิตยสารสำหรับเยาวชนที่ให้ความรู้ด้านภาษาอังกฤษอย่างมีสาระควบคู่บันเทิง ด้วยเป็นธุรกิจที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่บริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อนักเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาและอาจารย์ผู้สอนมาเป็นระยะเวลายาวนาน NJ Magazine จึงเป็นนิตยสารวัยรุ่นรายเดือนภาษาอังกฤษ ที่ทำให้การเรียนรู้ภาษาอังกฤษเป็นเรื่องสนุกๆ สำหรับเด็กไทย ด้วยเนื้อหาที่เข้าถึงใจวัยรุ่น ขนาดกระทัดรัด คุ่มค่าคุ้มค่า เหมาะที่เยาวชนสามารถเพิ่มพูนความรู้นอกเวลาเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีเนื้อหาครอบคลุม Lifestyle สำหรับวัยรุ่นยุคใหม่ พัฒนา IQ และ EQ และการทบทวนความรู้เตรียมสอบเข้าระดับมหาวิทยาลัย

ใครว่าวัยรุ่นเข้าใจยาก - ชีวิตวัยรุ่นนั้นมีความหลากหลาย และมีมิติที่น่าสนใจ ด้วยประสบการณ์กว่า 23 ปีในการเป็นนิตยสารภาษาอังกฤษสำหรับวัยรุ่น ทำให้ NJ เป็นเหมือนเพื่อนสนิทที่รู้จักใจของวัยรุ่น

**ไลฟ์สไตล์ที่ไม่หยุดนิ่ง** - วัยรุ่นนั้นเต็มไปด้วยพลังงาน นอกเหนือจากการเรียนแล้ว กิจกรรมต่างๆ และการสร้างสรรค์เฮฮา คือสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับวัยรุ่นในยุคนี้ NJ จึงมาในขนาดกะทัดรัด พกพาสะดวกและยังทันสมัยก้าวทันไลฟ์สไตล์ของวัยรุ่นในยุคดิจิทัล ที่มีเนื้อหาอ่านและเข้าใจง่าย มีภาพประกอบที่เข้ากับความต้องการของผู้อ่าน และเหมาะที่จะแชร์เนื้อหาผ่านสังคมออนไลน์ที่วัยรุ่นปัจจุบันนิยมใช้งาน พร้อมด้วย NJ digital platforms ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น interactive e-magazine on tablet บริการ sms เรียนภาษาอังกฤษวันละ 4 เวลา และ game application on smart phone เพื่อที่จะตามติดวัยรุ่นไปได้ทุกที่

**หลากหลายและรอบด้าน** - นอกจากการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์ ข่าวสาร และเรื่องราวที่อยู่ในความสนใจของวัยรุ่นผ่านภาษาอังกฤษที่เข้าใจง่าย รวมถึงแบบฝึกหัดและแนวข้อสอบภาษาอังกฤษ แล้ว NJ ได้พัฒนาเนื้อหาให้สามารถตอบโจทย์การเป็นนิชสารคู่ใจของวัยรุ่นด้วยเนื้อหาเข้มข้นเกี่ยวกับการทบทวนความรู้และแนวข้อสอบ Admissions หัววิชาหลัก โดยทีมคณาจารย์ผู้มีประสบการณ์จากโครงการทบทวนความรู้กับมา มา เพื่อให้การเตรียมตัวสอบ Admissions ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป รวมถึงสถาบันกวดวิชาบีโบท ได้มีส่วนร่วมพัฒนาเนื้อหาวิชาภาษาอังกฤษเข้ามาในนิชสารอีกด้วย

ปัจจุบัน NJ Magazine มีผู้อ่านครอบคลุมทั่วประเทศ และเป็นที่ยอมรับโดยเฉพาะในระดับโรงเรียนมัธยมศึกษา ในขณะเดียวกันในปี 2558 ที่เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) บริษัทมีโอกาสต่อยอดธุรกิจในการให้ความรู้ภาษาอังกฤษ พร้อมทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ภาษาอังกฤษอย่างต่อเนื่อง คือกิจกรรมการแข่งขันสะกดคำภาษาอังกฤษชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย NJ Spelling Bee นับเป็นปีที่ 18 ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่งสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้ร่วมกับสถานทูตไอร์แลนด์ประจำประเทศไทย จัดการประกวดการเขียนเรียงความภาษาอังกฤษเชิงสร้างสรรค์แห่งประเทศไทย “Junior Dublin Literary Awards” โดยจัดต่อเนื่องมาครบรอบ 10 ปีแล้ว

#### ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจนิตยสารภาษาอังกฤษสำหรับเยาวชน

แม้ว่าปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในภาวะชะลอตัว เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อเทคโนโลยีมือถือและการสื่อสารที่มีทั้งความเร็ว ความสะดวก ราคาที่ถูกลง ทำให้เยาวชนรุ่นใหม่ นิยมรับข้อมูลข่าวสารทาง New Media แต่สำหรับธุรกิจนิตยสารภาษาอังกฤษ ที่เป็นหนังสืออ่านนอกเวลา มีสาระคู่บันเทิงในรูปแบบ edutainment ยังมีการแข่งขันที่ไม่สูงมาก อาจารย์และนักเรียนในระดับมัธยมศึกษา ยังคงสะดวกใช้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อการเรียนการสอนเป็นหลัก NJ Magazine จึงถือครองส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด ด้วยความสามารถเข้าถึงตลาดโรงเรียนทั่วประเทศ รองลงมาเป็นตลาดทาง Agent และสมาชิก

ทางด้านการพัฒนาเนื้อหา นอกเหนือจากข้อมูลข่าวสารรอบด้านที่กองบรรณาธิการนิตยสาร ถือเป็นหนึ่งในจุดแข็งของเนชั่นกรุ๊ป ที่ไม่เป็นรองเรื่องการนำเสนอข่าวสารสาระที่มีประโยชน์แล้ว เรายังเปิดโอกาสให้เยาวชนรุ่นใหม่มาร่วมแบ่งปันประสบการณ์ผ่านงานเขียนภาษาอังกฤษในคอลัมน์ต่างๆ เพื่อมีส่วนร่วมเป็นผู้ผลิตสื่อได้ในอีกทางหนึ่ง ทำให้เนื้อหาในนิตยสารมีความหลากหลาย และตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของเยาวชนเป็นอย่างดี

#### **2.2.6 สายธุรกิจโรงพิมพ์ ดำเนินงานโดย บริษัทดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด**

##### ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) เป็นบริษัทย่อยที่บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 84.5% ทุนจดทะเบียน 500 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์หนังสือพิมพ์ โดยการพิมพ์หลักจะรับพิมพ์หนังสือพิมพ์ของเครือเนชั่น กรุ๊ป รวมถึงการให้บริการงานพิมพ์สิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่น ป๊อปปี้การ์ด นิตยสาร ของในเครือเนชั่น กรุ๊ป และรับจ้างพิมพ์สิ่งพิมพ์คุณภาพสูง เช่น นิตยสาร แคลดา ล็อก โบปปลิว แผ่นพับ สำหรับลูกค้าภายนอกด้วย

## **การบริการงานพิมพ์ของ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด**

### **1. ดำเนินธุรกิจด้วยเครื่องพิมพ์ป้อนม้วน**

บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัดดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์หนังสือพิมพ์ ใช้เครื่องจักร Cold-set Web Offset ซึ่งรับงานพิมพ์จากบริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด, บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด และบริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด ได้แก่ หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก, กรุงเทพธุรกิจ, The Nation หนังสือรายปักษ์และรายสัปดาห์ – เนชั่น จูเนียร์ และเนชั่น สุดสัปดาห์ และแบบการเรียนการสอนจากลูกค้าภายนอกเช่น อักษรเจริญทัศน์รวมทั้งสำนักพิมพ์เจ้าของหนังสือพิมพ์ต่างประเทศได้แก่ Yomiuri Shimbun ซึ่งได้ว่าจ้างบมจ. เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ (NINE) ดำเนินการจัดพิมพ์ จัดจำหน่าย และขนส่ง ตามลำดับ และ NINE ได้ใช้บริการโรงพิมพ์ในเครือ ได้แก่ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้จัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ดังกล่าว

### **สิทธิและข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ**

-ไม่มี-

### **กลยุทธ์ทางการตลาด**

ให้บริการงานด้านการพิมพ์ที่มีคุณภาพอย่างครบวงจร โดยการใช้เครื่องจักร, อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัย และระบบบริหารคุณภาพ เพื่อการพัฒนาคุณภาพบริการการพิมพ์ให้ดียิ่งขึ้น โดยทีมงานที่มีประสบการณ์สูงทางด้านการพิมพ์

บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ได้รับรางวัลคุณภาพการพิมพ์ในปี 2556 จาก“งานประกวดสิ่งพิมพ์แห่งชาติ ครั้งที่ 8 (8th Thai Print Award 2013) สองรางวัลด้วยกัน คือ รางวัลเหรียญทอง Gold Award ประเภทงานพิมพ์จากเครื่องป้อนม้วน กระดาษเคลือบผิว 70 แกรมและมากกว่า (Web Offset-Coated Stock 70 gsm and up) และรางวัลเหรียญทองแดง Bronze Award ประเภทงานพิมพ์จากเครื่องป้อนม้วน กระดาษเคลือบผิว 65 แกรมหรือน้อยกว่าและมากกว่า (Web Offset-Coated Stock 65 gsm and less)

นอกจากนี้ บริษัทยังร่วมกับบริษัทในกลุ่มเนชั่นคือ บริษัท เอ็มเอ็มแอล จำกัด (บริษัทย่อยที่บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นอยู่ 99.99%) ให้บริการเพิ่มเติมที่โรงพิมพ์อื่นไม่สามารถทำได้ คือบริการด้านการจัดส่ง (Logistic) ตรงถึงลูกค้าตามบ้านหรือส่งถึงเอเจนต์หนังสือ เพื่อบริการลูกค้าอย่างครบวงจร

### **ลักษณะของลูกค้า**

ในปี 2558 ลูกค้าส่วนใหญ่ประมาณ 78% คือบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ นอกจากนี้มีการขยายตลาดงานด้านการพิมพ์ไปยังลูกค้าภายนอกเครือ อาทิเช่น เดอะ ภูเก็ต กาเซทท์, แบงค็อก ซิมบุน ซึ่งเป็นลูกค้าประเภท Web Offset

### **ภาวะการแข่งขัน**

บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ให้บริการพิมพ์หนังสือพิมพ์ของเนชั่น กรุ๊ปเป็นหลัก และเริ่มมีการปรับราคาเพื่อสามารถแข่งขันในธุรกิจงานพิมพ์ โดยเสนอบริการงานขนส่ง ซึ่งเป็นบริษัทในเครือร่วมด้วย

### เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต

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

กำลังการผลิต แยกตามประเภทการผลิตสินค้าและเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องดังนี้

#### กำลังการผลิตหนังสือพิมพ์

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

#### อัตรากำลังคนในด้านการผลิตหนังสือพิมพ์

ปัจจุบันโดยเฉลี่ยการทำงานเป็น 2 กะ จำนวนกะละ 8 ชั่วโมง และใช้เวลาในการพิมพ์เฉลี่ยวันละ 16 ชั่วโมง โดยมีตารางเวลาสลับการทำงานของเครื่องพิมพ์ ณ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯมีพนักงานในสายธุรกิจการพิมพ์รวมประมาณ 106 คน

#### วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตหนังสือพิมพ์แบ่งได้ดังต่อไปนี้

หน่วย : ร้อยละของมูลค่าวัตถุดิบรวม

วัตถุดิบ	ผลิตหนังสือพิมพ์และนิตยสาร
กระดาษหนังสือพิมพ์	79%
หมึกพิมพ์	8%
เพลท	9%
อื่นๆ ( เช่น น้ำยาล้างเพลท)	4%
รวม	100%

ในปี 2558 วัตถุดิบส่วนใหญ่ คือ กระดาษหนังสือพิมพ์ ซึ่ง บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จะเป็นผู้จัดหา เพื่อจัดส่งให้บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินการผลิตส่วนวัตถุดิบอื่นๆ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัดเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดหาวัตถุดิบ

### แหล่งที่มาของวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญ คือ กระดาษหนังสือพิมพ์ ซึ่งในปี 2558 บริษัทฯได้สั่งซื้อกระดาษหนังสือพิมพ์จากต่างประเทศ คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 72 % ของยอดการสั่งซื้อทั้งหมด และสั่งซื้อภายในประเทศ ประมาณ 28 % โดยผู้จำหน่ายกระดาษดังกล่าว ไม่มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมกับบริษัทหรือผู้บริหาร แต่จะพิจารณาเลือกซื้อจากการเปรียบเทียบราคาและความต้องการใช้งานเป็นสำคัญ โดยปัจจุบันมีผู้จัดจำหน่ายกระดาษเป็นจำนวนมากและปริมาณการผลิตในตลาดกระดาษค่อนข้างสูง บริษัทฯ จึงไม่ประสบกับปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ

ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ ได้แก่ หมึกพิมพ์ เพลท และน้ำยาต่างๆ ซึ่งมีสัดส่วนรวมประมาณร้อยละ 21 ของมูลค่าวัตถุดิบรวม ในปี 2558 บริษัทฯได้สั่งซื้อจากบริษัทตัวแทนในประเทศทั้งหมดเพราะมีผู้ขายเป็นจำนวนมาก โดยไม่ผูกพันกับรายใดรายหนึ่ง

### ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากการผลิตหนังสือพิมพ์ของบริษัทฯ ใช้วัตถุดิบน้อยประเภทโดยร้อยละ 79 ของวัตถุดิบหลัก คือ กระดาษ ส่วนที่เหลือเป็นวัสดุสิ้นเปลืองได้แก่ เพลา, หมึก, ฟิล์ม, น้ำยาเคมี ซึ่งเมื่อผ่านกระบวนการผลิตแล้ว บริษัทฯ จะนำมาจำหน่ายให้แก่ผู้รับซื้อสินค้าเก่า โดยเฉพาะวัสดุสิ้นเปลืองที่เป็นวัตถุเคมี จะต้องพิจารณาผู้รับซื้อที่ต้องได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมด้วยดังนั้นบริษัทจึงไม่มีวัตถุดิบหรือน้ำยาเคมีที่ใช้แล้ว เป็นมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังอยู่ภายใต้การควบคุมของ กรมโรงงานอุตสาหกรรม สำนักงานเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อมโรงงาน ซึ่งในทุกๆ ปี หน่วยงานดังกล่าวได้เข้ามาตรวจสอบสภาพและประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้วมีความเห็นว่าบริษัทไม่ได้สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

### งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

### 1. ดำเนินธุรกิจงานพิมพ์คุณภาพสูงแบบป้อนม้วนและป้อนแผ่น(Commercial Web & Sheet Fed)

ดำเนินธุรกิจให้บริการงานพิมพ์หนังสือทั้งในประเทศและต่างประเทศไม่ว่าจะเป็น งานหนังสือปกแข็ง, ตำราเรียน Encyclopedia , การ์ตูน, พ็อกเก็ตบุ๊กส์และนิตยสาร รวมถึงงานพิมพ์คุณภาพอื่นๆ

### ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

งานพิมพ์ภายในประเทศแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่

1. ลูกค้าในกลุ่มการพิมพ์เนชั่น ได้แก่ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน), บริษัท เนชั่น อินเตอร์ เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ,บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด , บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด เป็นต้น โดยงานพิมพ์สำหรับลูกค้ากลุ่มนี้ ส่วนใหญ่เป็นงานการ์ตูน, พ็อกเก็ตบุ๊ก และสิ่งพิมพ์โฆษณา
2. ลูกค้านอกกลุ่มเนชั่น ด้วยกำลังการผลิตที่สูงและกระบวนการผลิตที่ครบวงจร จึงได้มีการเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าที่มีงานพิมพ์ที่เน้นด้านคุณภาพและขอการพิมพ์สูง ทางบริษัทฯ สามารถรองรับงานพิมพ์ประเภทนิตยสาร, วารสาร, แคตตาล็อก ใบปลิวและแผ่นพับ ฯลฯ เช่น กีฬาฟาริน , พฤษภา เรียลเอสเตท , ธนาคารกสิกรไทย , ธนาคารทหารไทย, ธนาคารออมสิน , ทีวี ใดเร็ค, เอ็มไอดับบลิว กรุ๊ป, พลัส พรินต์ เป็นต้น

### สิทธิและข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

รับงานพิมพ์ที่เน้นคุณภาพสูงและขอการพิมพ์สูง

### กลยุทธ์ทางการตลาด

ให้บริการงานด้านการพิมพ์ที่มีคุณภาพสูงอย่างครบวงจร โดยใช้เครื่องจักร, อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัยจนถึงการบริการจัดหีบห่อ และระบบบริหารคุณภาพ (QC) เพื่อการพัฒนาคุณภาพบริการการพิมพ์ให้ดียิ่งขึ้น โดยทีมงานที่มีประสบการณ์สูงด้านการพิมพ์

นอกจากนี้ บริษัทยังร่วมกับบริษัทในกลุ่มเนชั่นคือ บริษัท เอ็มเอ็มแอล จำกัด (บริษัทย่อยที่บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นอยู่ 99.99%) ให้บริการเพิ่มเติมที่โรงพิมพ์อื่นไม่สามารถทำได้ คือบริการด้านการจัดส่ง (Logistic) ตรงถึงลูกค้าตามบ้านหรือส่งถึงเอเจนต์หนังสือ เพื่อบริการลูกค้าอย่างครบวงจร

### ลักษณะของลูกค้า

บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด มีรายได้ค่าบริการงานพิมพ์จากลูกค้าภายนอกที่มีลักษณะเน้นงานพิมพ์ที่มีปริมาณสูงและต่อเนื่องต่อเนื่อง เช่น Catalogue สินค้า, Direct Mail, คู่มือการใช้สินค้า, นิตยสารของสายการบิน เป็นต้น

### ภาวะการแข่งขัน

เนื่องจาก WPS ในส่วนงานคอมเมอร์เชียล มีศูนย์การพิมพ์ครบวงจรและมีเครื่องจักรที่ทันสมัย ได้แก่ เครื่องพิมพ์ป้อนแผ่น (Commercial Printing) และเครื่องพิมพ์คุณภาพและความจำสูง (Commercial Heat-set web Offset) รวมทั้งมีเครื่องจักรที่ให้บริการในการจัดหีบห่อรูปเล่มอย่างครบวงจร ซึ่งในธุรกิจประเภทเดียวกันมีเพียง บริษัท ศิริวัฒนา อินเตอร์พรีนติ้ง และ บริษัท ไซเบอร์พรีนส์เท่านั้น ดังนั้นการเน้นคุณภาพงานพิมพ์, ลดต้นทุนให้ต่ำลงและการส่งมอบตรงเวลา จึงเป็นภารกิจที่ทางบริษัทต้องบรรลุเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้

### เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต

สำหรับธุรกิจการบริการงานพิมพ์ มีเครื่องจักรที่ใช้ในการพิมพ์แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

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

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

### กำลังการผลิต แยกตามประเภทการผลิตสินค้าและเครื่องจักร

#### กำลังการผลิตของเครื่องพิมพ์

ปัจจุบันบริษัทมีเครื่องพิมพ์ทั้งหมด จำนวน 9 เครื่อง แบ่งเป็น

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

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

### อัตรากำลังคน

ปัจจุบันโดยเฉลี่ยการทำงานเป็น 2 กะ จำนวนกะละ 8 ชั่วโมง และใช้เวลาในการพิมพ์เฉลี่ยวันละ 16 ชั่วโมง โดยมีตารางเวลาสลับการทำงานของเครื่องพิมพ์ ณ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีพนักงานรวมประมาณ 104 คน



## 2.2.7. สายธุรกิจบริการขนส่ง

ดำเนินงานโดย บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด

### บริการขนส่งสินค้าและกระจายสินค้า

บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด ( Nation Media Logistic ) เป็นบริษัทในเครือ Nation Group ให้บริการขนส่งสิ่งพิมพ์ในเครือ Nation Group และสินค้าอื่นๆ เช่น ข้าราชการโรค อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ สินค้าส่งเสริมการตลาด ด้วยทีมสายส่งรถมอเตอร์ไซด์ และรถบรรทุกทุกขนาด ซึ่งสามารถครอบคลุมพื้นที่อยู่อาศัยในเมืองขนาดใหญ่ และพื้นที่ธุรกิจการค้าทั่วประเทศ

นอกเหนือจากทีมรถขนส่ง NML มีศูนย์กระจายสินค้าขนาดกว่า 2,000 ตารางเมตร บนถนนบางนา-ตราด และยังมีศูนย์กระจายสินค้าขนาดมากกว่า 500 ตร.ม. ในจังหวัดหัวเมืองขนาดใหญ่ 3 แห่ง และมีจุดพักสินค้าขนาดประมาณ 100 ตร.ม. อีกกว่า 14 แห่งกระจายอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ

บริการของ NML

#### 1. การขนส่งสินค้าแบบด่วนพิเศษ (Next day & 1-3 days)

ปัจจุบัน NML ให้บริการขนส่งแบบด่วนพิเศษ ในลักษณะขนส่งแบบ B2B คือจากผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้า/เจ้าของสินค้า ไปสู่ร้านค้าปลีก/ส่ง ทั้งในรูปแบบการค้า แบบเก่า และแบบสมัยใหม่ในพื้นที่ธุรกิจของทุกภูมิภาคของประเทศ รวม 505 อำเภอ จากทั้งหมด 926 อำเภอของประเทศไทย อีกทั้ง NML มีการให้บริการรับสินค้าจากภูมิภาคต่างๆ มาที่ กรุงเทพฯ เช่น ขนส่งสินค้า OTOP และ CO-OP

#### 2. Home delivery

ในปี 2556 NML เป็นต้นมา สามารถให้บริการขนส่งแบบ B2C คือจากผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้า/เจ้าของสินค้าไปสู่มือผู้บริโภคโดยตรง และสามารถให้บริการ ครอบคลุมทั่วพื้นที่ เขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล และเขตพื้นที่อำเภอเมืองใหญ่ๆ เช่น อ.แม่ริม, อ.หางดง, อ.สารภี, อ.สันทราย, อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น อ.บางละมุง อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ อ.เกาะช้าง จ.ตราด อ.เมือง จ.ภูเก็ต และ อ.เมือง อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา

อย่างไรก็ตามในปี 2558 บริษัท มีแผนการรวบรวม เครือข่ายเพื่อขยายพื้นที่ให้บริการไปสู่พื้นที่อำเภอเมือง และอำเภอขนาดใหญ่เพิ่มขึ้น พื้นที่ปี 2557 จำนวนครัวเรือนที่ให้บริการครอบคลุมมากกว่า 2.5 ล้านครัวเรือน งานกระจายสินค้า เป็นเวลากว่า 20 ปีที่ NML ให้บริการกระจายสิ่งพิมพ์ในเครือ Nation Group ไปสู่มือผู้บริโภคโดยตรง และผ่านร้านค้าเครือข่าย ซึ่งตลอดระยะเวลาดังกล่าว NML ได้มีโอกาสพัฒนาระบบสารสนเทศให้เหมาะสมกับสภาพธุรกิจกระจายสินค้าในทุกมิติ เช่น การรับสินค้า การควบคุมปริมาณสินค้า และการรับและจัดการ order เพื่อให้เอื้อต่อการนำส่ง และโดยเฉพาะระบบการจัดการ order นั้น ระบบดังกล่าวสามารถรองรับรายการสั่งสินค้าได้มากกว่า 10,000 รายการ/วัน จากจำนวนสิ่งพิมพ์ มากกว่า 890,000 ฉบับ/วัน ซึ่งในปี 2556 NML ได้นำประสบการณ์ และระบบสารสนเทศดังกล่าว มาให้บริการด้านการรับจัดเก็บ และกระจายสินค้าไปสู่ร้านค้าปลีก/ส่ง ทั้งในรูปแบบการค้า แบบเก่า และแบบสมัยใหม่ในพื้นที่ธุรกิจของทุกภูมิภาคของประเทศ โดยระบบดังกล่าว สามารถติดตาม ตรวจสอบ และประสานงานกันพนักงานขับรถทุกคนได้ เพื่อให้การส่งสินค้าถึงปลายทางได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดเวลา รวมถึงการเปิดข้อมูลผ่าน Website เพื่อให้ลูกค้าสามารถร่วมกันตรวจสอบสินค้าของลูกค้าได้เป็นการส่งเสริมการบริการอีกทางหนึ่ง

### 3. Leaflet & Direct mail

สำหรับเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล กว่า 10 ปีมาแล้วที่ NML ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าสำหรับการบริการนำส่งสื่อสิ่งพิมพ์ไปสู่ผู้บริโภคโดยตรง

จากการที่ NML เป็นบริษัทในเครือ Nation Group ซึ่งมีฐานลูกค้าสมาชิกหนังสือพิมพ์ และแมกกาซีน เป็นจำนวนมาก ซึ่งบริษัทได้ให้บริการส่งสิ่งพิมพ์สู่บ้านสมาชิกดังกล่าว มาเป็นเวลากว่า 40 ปี จากประสบการณ์การเรื่องพื้นที่ดังกล่าว ทำให้ NML มีทีมงานที่แข็งแกร่งด้านพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลเป็นอย่างดี อีกทั้ง NML ได้มีการสำรวจพื้นที่เพื่อจัดทำเป็นฐานข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงได้ลงทุนจัดซื้อ software แผนที่ GIS เพื่อให้การจัดการฐานข้อมูลเป็นไปอย่างถูกต้องแม่นยำ สามารถตอบโต้ความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม เช่น การกำหนดกลุ่มหมู่บ้าน หรือคอนโดมิเนียม ที่มีกำลังซื้อสูง ปานกลาง หรือการกำหนดพื้นที่การยื่นแจกแผ่นพับโฆษณาตามพื้นที่ธุรกิจสำคัญ เป็นต้น ทั้งนี้ในปี 2559 NML วางแผนขยายเครือข่ายการให้บริการในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ เพื่อสนองความต้องการด้านการกระจายสื่อสิ่งพิมพ์และข้อมูลของลูกค้าให้ครอบคลุมพื้นที่มากที่สุด

บริษัท NML มีประสบการณ์ที่แข็งแกร่งในด้านการจัดส่งสื่อสิ่งพิมพ์ ไปยังประเทศเพื่อนบ้านข้างเคียง ไม่ว่าจะเป็นขนส่งทางบก หรือ ทางอากาศ และเรามีความเชื่อมั่นว่าในปี 2559 เป็นต้นไป ทางเราจะสามารถพัฒนาและสร้างธุรกิจนี้ ให้เติบโตและมีศักยภาพที่ดีต่อไปได้อีกในอนาคต

#### 2.2.8. สายธุรกิจการศึกษา

ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น ยู จำกัด (Nation U Co., Ltd.: NTU)

ในด้านสายธุรกิจการศึกษานั้น บริษัท เนชั่น ยู จำกัด (Nation U Co., Ltd.: NU) เป็นบริษัทย่อยของ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) : NMG ดำเนินธุรกิจในการบริหารจัดการ “มหาวิทยาลัยเนชั่น” มาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2554

โดยที่ มหาวิทยาลัยเนชั่น ได้รับการอนุมัติจากทบวงมหาวิทยาลัย (ในชื่อเดิม วิทยาลัยโยนก) ให้เปิดการเรียนการสอนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 ดำเนินการโดยมูลนิธิโยนก วิทยาลัยโยนกได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาให้เปลี่ยนประเภทจากวิทยาลัยเป็น “มหาวิทยาลัยโยนก” เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2549 จนเมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2554 กระทรวงศึกษาธิการโดยคำแนะนำของคณะกรรมการการอุดมศึกษาอนุญาตให้เปลี่ยนชื่อเป็น “มหาวิทยาลัยเนชั่น” มหาวิทยาลัยเปิดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโท

มหาวิทยาลัยเนชั่นเป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนของจังหวัดลำปาง ที่มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพให้แก่สังคม ด้วยกระบวนการเรียนการสอน ที่มุ่งเน้นให้นักศึกษาเป็นนักคิด ใฝ่เรียนรู้ ทั้งในด้านวิชาการ การประยุกต์ใช้อย่างมีคุณธรรม และมีจิตสำนึกต่อสาธารณะ โดยมีกิจกรรมเพื่อฝึกฝนให้นักศึกษามีประสบการณ์จริง สามารถนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติหน้าที่การทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มหาวิทยาลัยเนชั่นมีภูมิทัศน์ที่สวยงามตามธรรมชาติ บรรยากาศการเรียนการสอนที่เอื้อต่อการเรียนรู้ และการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัยเป็น “อุทยานการศึกษา” มีการจัดการเรียนการสอนที่นักศึกษาที่มีความใกล้ชิดกับคณาจารย์ อีกทั้งยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ อาทิ ห้องสมุด หอพักนักศึกษาชาย หอพักนักศึกษาหญิง ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ห้องปฏิบัติการเทคโนโลยีการสื่อสาร (ฝึกปฏิบัติการถ่ายทอดโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง) ศูนย์ภาษานานาชาติ มหาวิทยาลัยตั้งอยู่ ณ เลขที่ 444 ถนนวชิราวุธดำเนิน ตำบลพระบาท อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง และเปิดการศึกษานอกสถานที่ตั้ง ที่ศูนย์เนชั่นบางนา ตั้งอยู่เลขที่ 1854 ถนนบางนาตราด กม. 4.5 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร

มหาวิทยาลัยเนชั่น เตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: AEC โดยการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย เป็นการสอนที่เน้นผล (outcome-based learning) เป็นสำคัญ ซึ่งได้รับความร่วมมือจากพันธมิตรทางธุรกิจชั้นนำ จากกลุ่ม เนชั่น และ เครือข่ายภายนอก มีคณาจารย์ รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิครอบคลุมในทุกสายงาน ไม่ว่าจะเป็น ด้านการบริหารธุรกิจ ด้านสังคมศาสตร์ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านสาธาณะสุขศาสตร์ ด้านการบริหารสื่อใหม่

มหาวิทยาลัยเนชั่น มีการพัฒนาหลักสูตรจากการศึกษาวิจัยและสำรวจความต้องการของผู้เรียน และ ผู้ใช้บัณฑิต เพื่อ เป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรเชิงรุก ที่มีประสิทธิภาพ ยืดหยุ่น และสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามวิวัฒนาการ ของแต่ละสาขาวิชา เพื่อรองรับการการแข่งขันในอุตสาหกรรมต่างๆ ทั้งในประเทศไทย และ ต่างประเทศ มุ่งผลิตบัณฑิตให้มีความ เป็นเลิศทางวิชาการ ชำนาญวิชาชีพ มีจิตอาสาพัฒนาสังคม ประเทศชาติ พร้อมทั้งเป็นมหาวิทยาลัยที่มีมาตรฐานวิชาชีพ ในระดับสากล และ ยังสนับสนุนพันธกิจของมหาวิทยาลัย คือ มุ่งผลิตบัณฑิตเชิงสร้างสรรค์ให้มีคุณธรรม จริยธรรม จิตอาสา ผลิตผลงานวิจัย ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ถ่ายโอนองค์ความรู้ในการบริการวิชาการวิชาชีพแก่สังคมภายใต้แนวปฏิบัติ ให้ สอดรับและตรงตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยที่กำหนดทั้ง 3 ด้านคือ : ทักษะด้านมืออาชีพ (Professional Skill) ทักษะด้าน การสื่อสาร (Communication Skill) และทักษะด้านภาษาอังกฤษ (English Skill) และ ตรงตามเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัย คือ “การเรียนกับมืออาชีพ” และ “บัณฑิตจิตอาสา” และตรงตามเกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิของสำนักงานคณะกรรมการการ อุดมศึกษา (สกอ)

จุดเด่นที่ได้รับการชื่นชมจากผู้ปกครอง คือ มหาวิทยาลัยเนชั่น มีการจัดการเรียนการสอน ที่เน้นการฝึกปฏิบัติใน สถานะที่ทำงานจริง อีกทั้งยังมีอุปกรณ์ปฏิบัติการด้านสื่ออันทันสมัย มีการฝึกงานตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 เพื่อให้ นักศึกษามุ่งเน้นการ ความรู้ที่เรียนมากับการปฏิบัติงานในสถานประกอบการให้มีความกล้าแสดงออก และนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์ ในงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### ด้านการวิจัย

ปี 2558 มหาวิทยาลัยเนชั่น ได้จัดตั้งสถาบันวิจัยเพื่อดำเนินการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนโดยมุ่งประเด็นทาง เศรษฐกิจและสังคมเป็นสำคัญ เช่น ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ แผนการท่องเที่ยวในประเทศไทย และมหาวิทยาลัยในฝัน เป็น ต้น ผลการสำรวจดังกล่าวได้มีการนำเสนอในสื่อต่าง ๆ ของเครือเนชั่น อาทิ ในรายการของสถานีโทรทัศน์ NOW26 หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อสังคมที่จะได้นำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการ ตัดสินใจทางธุรกิจ ตลอดจนกำหนดนโยบายขององค์กร

นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยเนชั่น ได้มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศเพื่อแสวงหาโอกาสในการพัฒนา ความรู้และการวิจัยร่วมกัน โดยในปี 2558 มหาวิทยาลัยได้ร่วมกับ Fukui University of Technology จัดการประชุมวิชาการที่ ประเทศญี่ปุ่น

มหาวิทยาลัยเนชั่น ยังได้ร่วมลงนามความร่วมมือแลกเปลี่ยนทางวิชาการกับ GuanXi University สาธารณรัฐประชาชน จีน วันที่ 16-19 กันยายน พ.ศ. 2558 และ หลังจากนั้นได้มีความร่วมมือจัดโครงการ Chinese Camp in Nanning เพื่อให้

นักศึกษาได้แลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและวิชาการ ณ มหาวิทยาลัยกว่างซี Guangxi University (GXU) ในวันที่ 23-29 พฤศจิกายน 2558

### กิจกรรมสนับสนุนเพื่อเสริมสร้างพัฒนาทักษะ

มหาวิทยาลัยเนชั่น เล็งเห็นถึงความสำคัญของการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกิจกรรม เพื่อสร้างเสริม และสนับสนุนให้มีความรู้ที่ได้รับมาใช้ในการพัฒนาตัวนักศึกษา มหาวิทยาลัย ตลอดจนถึงสังคมในรูปแบบต่างๆ

- งานปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา 2558 พร้อมกับลงนามบนพื้นผ้า ถวายพระพรชัยมงคล เนื่องในโอกาสอันเป็นศุภมงคลที่ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในโอกาสฉลองพระชนมายุ ครบ 5 รอบ 60 พรรษา เพื่อแสดงความจงรักภักดี และสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณ เมื่อวันเสาร์ ที่ 15 สิงหาคม 2558

- การคัดเลือกสโมสรนักศึกษา เพื่อเป็นส่วนหนึ่ง ของการพัฒนากิจกรรมนักศึกษา และคุณภาพชีวิตของนักศึกษา ภายในรั้วมหาวิทยาลัยอย่างยั่งยืน

- การจัดตั้งชมรมกิจกรรมของนักศึกษา ในมหาวิทยาลัย เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ทำกิจกรรม ตามความถนัดและความสนใจ ให้เป็นประโยชน์ต่อตัวนักศึกษาในการเสริมสร้างความรู้ทั้งทางด้านวิชาการและวิชาชีพ รวมทั้งพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์จากการได้ทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น

- โครงการสัมมนา Media and Good Governance วันที่ 8-9 กันยายน 2558 ที่ มหาวิทยาลัยเนชั่น วิทยาเขตลำปาง

- โครงการอบรมผู้นำนักศึกษา เพื่อรณรงค์ให้มีการจำหน่ายแอลกอฮอล์ รวมทั้งห้ามดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา ตามนโยบายมหาวิทยาลัยปลอดแอลกอฮอล์

- โครงการ English Camp เพื่อพัฒนาทักษะด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักศึกษาใหม่

- โครงการ English Speaking Day เพื่อพัฒนาทักษะด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักศึกษา และ บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย

- โครงการธรรมะในวัยนักศึกษา เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ควบคู่ไปกับการมีคุณธรรม จริยธรรม และจะได้นำหลักธรรมนั้น มาปรับใช้กับการเรียนรวมถึงการดำเนินชีวิตประจำวันอีกด้วย

- กิจกรรมประจำปี กีฬาสี , พิธีไหว้ครู

- พิธีสวมชุด และ พิธีฝากะบอกออมสินไม่ไผ่ ในพิธีปราสาทปริญญาดับคร

บัณฑิตทุกคนที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเนชั่น จะต้องมีความพร้อม ทั้งทางด้านวิชาการ ด้านวิชาชีพ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมีจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานตามสาขาอาชีพของตน เพื่อที่จะสร้างสรรค์สังคมและประเทศชาติให้เป็นสังคมที่มีคุณภาพต่อไปในภายภาคหน้า

นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยยังได้เปิดโอกาสทางการศึกษาให้กว้างยิ่งขึ้น ด้วยการจัดสรรทุนการศึกษาประเภทต่างๆ ให้แก่นักศึกษาที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด ดังนี้

### ทุนเรียนดี

- เกรดเฉลี่ยสะสม ตั้งแต่ 3.00-3.24 จะได้รับทุนส่วนลดค่าเล่าเรียนจำนวน 20%
- เกรดเฉลี่ยสะสม ตั้งแต่ 3.25-3.49 จะได้รับทุนส่วนลดค่าเล่าเรียนจำนวน 50%
- เกรดเฉลี่ยสะสม ตั้งแต่ 3.50-4.00 จะได้รับทุนส่วนลดค่าเล่าเรียนจำนวน 100%

\*นักศึกษาที่ได้รับทุนเรียนดี 100% ตลอดหลักสูตร สามารถยื่นคำร้องเพื่อขอสอบคัดเลือกเข้ารับทุนเรียนต่อปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยเนชั่นได้ ตามเงื่อนไขของมหาวิทยาลัย

### ทุนเด็กดีที่เรียน (โครงการ สกอ.-สพม.ได้รับทุน 20% ตลอดหลักสูตร)

ผู้ได้รับทุน ต้องเป็นผู้มีความประพฤติดี มีคุณธรรม จริยธรรม ทำกิจกรรมที่สร้างชื่อเสียงให้กับโรงเรียน และต้องได้รับหนังสือรับรองจากทางโรงเรียน ประกอบกับหลักฐาน Portfolio จากนักเรียน

### ทุนบุคลากร

ผู้รับทุนต้องเป็นบุคลากรหรือบุตรหลานในหน่วยงานหรือองค์กร โดยต้องมี MOU และมีหนังสือแจ้งการส่งบุคลากรมาศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย จะได้รับทุนการศึกษา 20% ตลอดหลักสูตร

### ทุนศิษย์เก่า

จะได้รับทุนการศึกษา 20% ตลอดหลักสูตร (สำหรับปริญญาโทที่2 หรือปริญญาโท)

ทุนการศึกษาเฉลิมพระเกียรติ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในโอกาสฉลองพระชนมายุ 60 พรรษา เพื่อเยาวชนจังหวัดน่าน ประจำปีการศึกษา 2558 เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2558 โดยมหาวิทยาลัยเนชั่น ร่วมกับธนาคารกสิกรไทย มอบทุนการศึกษา จำนวน 60 ทุน

### ทุนครบรอบ 45 ปี เนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป ประจำปี 2558

ทุนการศึกษา ประเภทที่ 1 ทุนสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า ที่มีผลการเรียนตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไปและมีความสามารถด้านภาษา ดนตรี ศิลปะ วัฒนธรรม ได้ศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในสาขาใดสาขาหนึ่งที่มหาวิทยาลัยเนชั่น โดยจะได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมการศึกษา ตลอดหลักสูตร 4 ปี มูลค่าทุนละ 240,000 บาทต่อทุน จำนวน 10

### ทุน ประกอบด้วย

- ทุนความสามารถด้านภาษา จำนวน 2 ทุน
- ทุนความสามารถด้านดนตรีจำนวน 2 ทุน
- ทุนความสามารถด้านศิลปะ จำนวน 2 ทุน
- ทุนความสามารถด้านวัฒนธรรม จำนวน 2 ทุน
- ทุนนักเรียน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 2 ทุน

**ทุนการศึกษา ประเภทที่ 2** มหาวิทยาลัยฯ จะมอบทุนการศึกษาจำนวนร้อยละ 50 ตลอดหลักสูตร ให้แก่นักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า เพื่อศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเนชั่น **จำนวนทั้งสิ้น 500 ทุน** ในคณะต่างๆ ดังต่อไปนี้

**คณะบริหารธุรกิจ** หลักสูตรบัญชีบัณฑิต (บช.บ.) จำนวน 50 ทุน

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) จำนวน 50 ทุน

**คณะวิทยาศาสตร์สุขภาพ** หลักสูตรสาธารณสุขศาสตรบัณฑิต (สศ.บ.) จำนวน 150 ทุน

**คณะนิเทศศาสตร์** หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ.) จำนวน 150 ทุน

**คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์** หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (รป.บ.) จำนวน 50 ทุน

**คณะเทคโนโลยีและสารสนเทศ** หลักสูตรคอมพิวเตอร์ธุรกิจ (บธ.บ.) จำนวน 50 ทุน

ปัจจุบัน มหาวิทยาลัยเนชั่น เปิดการเรียนการสอนทั้งในหลักสูตรปริญญาตรีและปริญญาโท โดยแบ่งการจัดการเรียนการสอน ณ มหาวิทยาลัยเนชั่น ลำปาง และ ศูนย์การศึกษาเนชั่นบางนา

ในปีการศึกษา 2558 มีนักศึกษาที่กำลังศึกษา อยู่ระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ทั้งมหาวิทยาลัยเนชั่น ลำปาง และ ศูนย์การศึกษาเนชั่นบางนา รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน 1,178 คน

**หลักสูตรที่มหาวิทยาลัยเนชั่นเปิดสอน มีดังนี้**

**มหาวิทยาลัยเนชั่น วิทยาเขตลำปาง**

**ระดับปริญญาตรี**

**คณะนิเทศศาสตร์**

- หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชานิเทศศาสตร์)

**คณะบริหารธุรกิจ เปิดสอนใน 2 หลักสูตร**

- หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
- หลักสูตรบัญชีบัณฑิต (สาขาวิชาการบัญชี)

**คณะวิทยาศาสตร์สุขภาพ**

- หลักสูตรสาธารณสุขศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์)

**คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ**

- หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์)
- หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ)

**คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์**

- หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์)

**ระดับปริญญาโท**

**คณะบริหารธุรกิจ**

- หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์**

- หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการบริหารการศึกษา)

- หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการบริหารท้องถิ่น)

**มหาวิทยาลัยเนชั่น ศูนย์เนชั่นบางนา**

**ระดับปริญญาตรี**

**คณะบริหารธุรกิจ**

- หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการตลาด)

**คณะนิเทศศาสตร์**

- หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

**ระดับปริญญาโท**

**คณะบริหารธุรกิจ (MBA)**

- หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต



### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทมีปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อกลุ่มบริษัท และหรือ ผู้ลงทุน อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งบริษัทได้มีมาตรการรองรับความเสี่ยงดังกล่าวโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 1. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

##### 1.1 ความเสี่ยงจากผลการดำเนินงานขึ้นอยู่กับภาวะอุตสาหกรรมโฆษณา

เนื่องด้วยรายได้หลักของบริษัทมาจากธุรกิจหนังสือพิมพ์ ซึ่งรายได้หลักของธุรกิจประเภทนี้มาจากรายได้ค่าโฆษณา โดยปี 2558 บริษัทมีรายได้จากการขายโฆษณารวมเท่ากับ 2,243 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 12 เมื่อเทียบกับปีก่อนที่รายได้จากการขายโฆษณาเท่ากับ 1,997 ล้านบาท โดยรายได้จากการขายโฆษณาคิดเป็นร้อยละ 76 ของรายได้จากการขายและบริการรวม ในขณะที่โครงสร้างต้นทุนส่วนใหญ่เป็นต้นทุนคงที่ ผลการดำเนินงานของ บริษัทจึงขึ้นอยู่กับภาวะอุตสาหกรรมโฆษณา ซึ่งค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณาจะผันแปรไปตามสภาวะเศรษฐกิจ หากภาวะเศรษฐกิจโดยรวมมีแนวโน้มขยายตัว จะส่งผลให้มีการใช้โฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มากขึ้น อย่างไรก็ตามหากภาวะเศรษฐกิจมีการชะลอตัวก็จะส่งผลถึงอุตสาหกรรมโฆษณาในทางตรงกันข้ามเช่นเดียวกัน ดังนั้นเพื่อลดผลกระทบจากความไม่แน่นอนจากภาวะเศรษฐกิจ บริษัทจึงได้มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ของทุกหน่วยธุรกิจและบริษัทในกลุ่มให้สอดคล้องกับนโยบายและวิสัยทัศน์ขององค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมุ่งเน้นการขยายรักษาความสามารถเชิงแข่งขันมาใช้ เพื่อที่จะลดความเสี่ยงหรือผลกระทบดังกล่าวที่จะเกิดขึ้น ด้วยการใช้ความได้เปรียบจากการที่บริษัทมีช่องทางการเผยแพร่สินค้า และบริการผ่านสื่อประเภทต่างๆ ที่หลากหลาย ด้วยการผสมผสานทุกสื่อ เข้าด้วยกัน เพื่อตอบสนองความต้องการด้านการตลาดกลายเป็น Total Media Solution แก่ผู้ลงโฆษณา ตลอดจน การนำสื่อแบบเดิมก้าวเข้าสู่เทคโนโลยีใหม่ๆ ในทุก แพลตฟอร์ม โดยคำนึงถึงเนื้อหาที่สอดคล้องและเป็นไปได้ของธุรกิจ ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มผู้รับสื่อเพื่อให้ได้เปรียบคู่แข่งในตลาด รวมถึงการจัด Package และ กิจกรรมตามความต้องการของลูกค้า (Tailor Made) เพื่อหารายได้จากโครงการ ทั้งภาครัฐ และเอกชนให้มากขึ้น รวมทั้งการสร้างรายได้จากกิจกรรมพิเศษ ซึ่งจะสามารถช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพทางด้านรายได้ไม่ให้เกิดลดลง ขณะเดียวกันยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายอย่างรัดกุมและเหมาะสม

นอกจากนี้ จากการที่ธุรกิจสิ่งพิมพ์อยู่ในภาวะชะลอตัว เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันไปบริโภคสื่อรูปแบบใหม่อื่นๆ เพิ่มขึ้น กลุ่มบริษัทได้รับทิศทางธุรกิจด้วยการมุ่งเข้าสู่ธุรกิจโทรทัศน์ ด้วยการเป็น เจ้าของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล 2 ช่อง คือ ช่อง NOW 26 (SD วาไรตี้) และ ช่อง Nation TV 22 (SD News) โดยทีวีดิจิทัลถือเป็นสื่อที่มีโอกาสเติบโตสูงในอนาคต และเป็นตลาดที่มีเม็ดเงินโฆษณาสูงกว่า ทุกสื่อ ดังนั้นจะทำให้บริษัทสามารถกระจายความเสี่ยงจากผลกระทบที่สื่อใหม่อาจจะเข้ามาทดแทนธุรกิจสิ่งพิมพ์ในอนาคต รวมถึงการทำ ธุรกิจ Digital Media ในรูปแบบอื่นๆ นอกเหนือจากรายได้จากค่าโฆษณา เช่น E-commerce, M-commerce หรือ S-Commerce (Social Media Commerce) , E-Educations ต่างๆ หรือ Entertainment เป็นต้น

##### 1.2 ความเสี่ยงของอุตสาหกรรมโฆษณาในสื่อโทรทัศน์

เนื่องจากปัจจุบันแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคนิยมใช้สื่อดิจิทัล และหันมาใช้ในการตลาดและกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อแบบใหม่เพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้ภาวะอุตสาหกรรมโฆษณาในสื่อโทรทัศน์ได้รับผลกระทบโดยตรง จากสื่ออื่นที่อาจมาทดแทนสื่อโทรทัศน์ ส่งผลให้บริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) และเจ้าของ

สินค้าหรือบริการ มีโอกาสเลือกใช้บริการโฆษณาผ่านสื่อได้หลากหลายประเภทมากขึ้น ทำให้ส่วนแบ่งการตลาดของการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ถูกแบ่งไปยังสื่อประเภทอื่น อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลของ AC Nielson พบว่ามูลค่าการใช้สื่อโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และยังคงครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดเมื่อเทียบกับสื่อประเภทอื่น โดยในปี 2558 มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 67 ของมูลค่าตลาดรวม

ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนา Content มาโดยตลอด เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและหลากหลายมากขึ้น โดยการทำวิจัยการตลาดเชิงลึก โดยนำผลวิจัยทั้งในและต่างประเทศที่เชื่อถือได้มาเป็นข้อมูล และนำเสนอรายการผ่านสื่อ New Media ของในเครือ ทุกแพลตฟอร์ม เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค และสามารถแข่งขันทางการตลาดได้ ซึ่งถือเป็นมาตรการเพิ่มเติมที่จะสามารถช่วยลดระดับความเสี่ยงลงได้

### 1.3 ความเสี่ยงจากกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

จากการที่บริษัททำธุรกิจสื่อครบวงจร บริษัทได้มีการแบ่งโครงสร้างการดำเนินธุรกิจให้มีความชัดเจน เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารงาน และการประเมินผลงานตามยุทธศาสตร์เชิงเป้าหมาย (Target-Based Strategy) ให้สอดคล้องกับนโยบายและวิสัยทัศน์ขององค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมุ่งเน้นการรักษาความสามารถในการแข่งขัน และนำความได้เปรียบในทางการแข่งขัน มาใช้ในการขยายธุรกิจ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ โดยแยกกลุ่มธุรกิจได้ดังนี้ สื่อสิ่งพิมพ์ และโฆษณา ได้แก่ บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด มีสื่อหลัก คือ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, บริษัท กมชัดลึกมีเดีย จำกัด มีสื่อหลักคือ หนังสือพิมพ์ กมชัดลึก และ บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด มีสื่อหลักคือ หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น, ธุรกิจกระจายภาพและเสียง เจ้าของและผู้ดำเนินการสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล 2 ช่อง คือ ช่อง NOW 26 (SD Variety) ดำเนินงานโดย บริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสต์ติ้ง จำกัด และ ช่อง Nation TV 22 (SD ข่าว) ดำเนินงานโดย บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด, ธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ, ธุรกิจขนส่ง, ธุรกิจโรงพิมพ์ และ ธุรกิจด้านการศึกษา

ทั้งนี้การแยกเป็นบริษัทย่อยเพื่อการประกอบธุรกิจในอนาคตเกิดประโยชน์สูงสุดรวมทั้งทำให้เกิดความชัดเจนในด้านความสัมพันธ์กับบริษัทแม่ และการบริหารที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนั้นหากไม่มีการบริหารการจัดการและกำกับดูแลบริษัทในกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อาจก่อให้เกิดความไม่สอดคล้องกันระหว่างทิศทางกลยุทธ์ของบริษัท รวมทั้งความขัดแย้งทางผลประโยชน์อาจทำให้เกิดการแข่งขันกันเองระหว่างบริษัทในกลุ่ม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์โดยรวมของบริษัท

ดังนั้นเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงบริษัทได้มุ่งเน้นให้มีการบริหารจัดการกลุ่มบริษัท โดยได้จัดทำแผนกลยุทธ์ ของทุกหน่วยธุรกิจและบริษัทในกลุ่มให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มุ่งเน้นการรักษาความสามารถในการแข่งขันและนำความได้เปรียบในทางการแข่งขันดังกล่าวมาใช้ในการลงทุนขยายธุรกิจ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ รวมทั้งยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อเป็นพื้นฐานการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยบริษัทได้แต่งตั้งผู้บริหารระดับสูงเป็นกรรมการบริหารในบริษัทที่บริษัทถือหุ้นอยู่ เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยง ในเรื่องนโยบาย กลยุทธ์ และทิศทาง การดำเนินธุรกิจไปสู่บริษัทในกลุ่ม และสามารถกำกับดูแลการขยายงานของบริษัทในกลุ่มให้สอดคล้องกับนโยบาย ของบริษัทแม่

สำหรับประโยชน์ในการแยกหน่วยธุรกิจที่มีความแข็งแกร่งเป็นบริษัทย่อยนั้น จะเป็นการขยายธุรกิจ และสร้างโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจ และเพิ่มความคล่องตัวด้านการบริหาร และแข็งแกร่งด้วยพลังบูรณาการสื่อคุณภาพของเครือเนชั่น จะเป็น

ส่วนหนึ่งในการร่วมสร้างสังคมคุณภาพให้กับประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามยังมีบริษัทย่อยอีกส่วนหนึ่งที่ยังมีผลประกอบการขาดทุนอยู่ ซึ่งบริษัทต้องดำเนินการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานควบคุมค่าใช้จ่าย เพื่อให้ทุกหน่วยงานเข้มแข็ง และสนับสนุนกันและกัน อย่างมีประสิทธิภาพตามเป้าหมาย

#### 1.4 ความเสี่ยงจากการลงทุนในโครงการทีวีดิจิตอล

กลุ่มบริษัทได้เข้าสู่ ธุรกิจทีวีดิจิตอลทีวี 2 ช่อง คือ ช่อง NOW 26 ประเภทหมวดหมู่ทั่วไป แบบความคมชัดปกติ (SD Variety) ช่อง NOW 26 และช่อง Nation TV 22 ประเภท หมวดข่าวสารและสาระ แบบความคมชัดปกติ (SD News) ผ่านบริษัทย่อยในกลุ่ม ทำให้บริษัทมีสื่อที่ครบวงจรครอบคลุมสื่อทุกชนิด และเป็นการต่อยอดธุรกิจปัจจุบัน รวมทั้งเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแสวงหารายได้ และโอกาสเติบโตในระยะยาวของบริษัท

ทั้งนี้การเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิตอล มีผลกระทบให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้น ด้านการขยายเวลาโฆษณา และการผลิตรายการ การแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น อาจก่อให้เกิดความไม่แน่นอนของราคาโฆษณาต่อวันที่ที่ผู้ประกอบการจะสามารถขายได้ โดยเฉพาะรายการใหม่ ๆ ที่ยังไม่มีอันดับความนิยมของรายการ จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ อาจขายโฆษณาในราคาที่ค่อนข้างต่ำในช่วงแรก

อย่างไรก็ตาม จากการที่ธุรกิจทีวีดิจิตอล ช่อง NOW 26 ช่อง วาไรตี้ ได้วางตำแหน่งของช่องและออกแบบรายการที่มีความแตกต่างจากช่องวาไรตี้ทั่วไปที่มักเน้นความบันเทิงเป็นหลัก โดยได้ออกแบบเนื้อหารายการที่ตอบรับกับไลฟ์สไตล์ผู้ชมรุ่นใหม่ทั้งการใช้ชีวิต การทำงาน และความบันเทิง ขณะเดียวกันก็เน้นภาพลักษณ์การนำเสนอที่ทันสมัย อีกทั้งรายการข่าวต่างๆ ก็มาจากประสบการณ์ของทีมข่าวจากกองบรรณาธิการ ของสื่อสิ่งพิมพ์ในเครือทั้งหมด ที่สั่งสมประสบการณ์มานาน ทำให้สามารถผลิตข่าวสารที่คุณภาพ นอกจากนี้ยังมีรายการที่ร่วมมือกับกลุ่มพันธมิตรที่เข้าร่วมผลิตรายการ และมีรายการที่ซื้อจากผู้ผลิตทั้งในและ ต่างประเทศ เพื่อให้ผู้ชมได้รับสาระ และความบันเทิงมากที่สุด อีกทั้งเพื่อให้ช่อง NOW 26 เป็นที่รู้จักให้กว้างขึ้น ได้มีการปรับผังรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมอยู่เสมอ เช่น การถ่ายทอดสดการชกมวย , รายการสารคดีต่างประเทศ , ซีรีส์ต่างประเทศ ที่ได้รับความนิยม ซึ่งส่งผลให้ Rating ของช่องเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง กลุ่มบริษัท จึงมีความเชื่อมั่นว่าจะสามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้เป็นอย่างดีอันจะส่งผลให้ราคาโฆษณาของบริษัทเป็นไปตามเป้าหมาย

### 2. ความเสี่ยงด้านการผลิต

#### 2.1 ความเสี่ยงจากการผลิตข่าว (Content)

กระแสเชิงบวกของสื่อใหม่ ทั้งออนไลน์ และโซเชียลมีเดีย เป็นความท้าทายสำคัญในการผลิตข่าวของสื่อสิ่งพิมพ์ และ สื่อโทรทัศน์ ภายใต้การบริหารของเนชั่นกรุ๊ป เพราะสื่อใหม่มีความได้เปรียบสื่อเดิม จากความสามารถในการเข้าถึงที่แพร่กระจาย รวดเร็ว และ สร้างให้เกิดการสื่อสารในรูปแบบทวิซายด์ ส่งต่อ คัดลอก และ ให้ความเห็น อย่างไรก็ตามคนข่าวหรือเนชั่นพร้อม รับมือกับสถานการณ์นี้ได้ดียิ่ง และสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งหลากหลายแพลตฟอร์มในอุตสาหกรรมสื่อไว้ได้

ปัจจัยแห่งความแข็งแกร่งของกองทัพข่าวเครือเนชั่น มาจาก 4 องค์ประกอบ

### **1. เราคือ “สื่อมืออาชีพ”**

ความน่าเชื่อถือที่สาธารณชน มีให้กับ ข่าวกวเครือเนชั่น ตลอด 44 ปีที่ผ่านมา คือ สันติภาพที่มีค่า และ เป็นข้อได้เปรียบที่ทำให้ สื่อในเครือเนชั่นกรุป ยังคงได้รับการตอบรับอย่างดี ท่ามกลางสมรภูมิการแข่งขัน ทั้งจากสื่อใหม่ และสื่อดั้งเดิม

### **2. สร้างสรรค์ Convergence Newsroom**

เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมสื่อตามกระแสเทรนด์โลกได้อย่างรวดเร็ว เนชั่นกรุปได้สร้างสรรค์กระบวนการผลิตข่าวที่เรียกว่า Convergence Newsroom หรือ การหลอมรวมห้องข่าว ซึ่งนับเป็น หัวใจ ของการผลิตข่าวป้อนทุกสื่อในเครือเป้าหมายคือ การผลิตข่าวที่มีทั้งคุณภาพ และ ประสิทธิภาพ เพราะ Convergence Newsroom สามารถตอบทุกโจทย์ของการสร้างสรรค์ข่าวคุณภาพได้ ไม่ว่าจะเป็นมิติของความเร็ว ความลึก หรือความรอบด้าน

เนชั่นกรุป มุ่งพัฒนาทีมข่าวกว่า 400 คน ในกองบรรณาธิการ The Nation , กรุงเทพธุรกิจ , คม ชัด ลึก รวมทั้ง ทวี ดิจิตอล 2 ช่อง คือ Naion TV และ NOW26 ให้มีทักษะ Multi Skill , Multi Platform เพื่อผลิตเนื้อหาที่มีทั้งความเร็ว เข้าถึง แม่นยำจาก “กองทัพข่าว” เครือเนชั่นที่กระจายอยู่ทุกสนามข่าว

นอกจากนั้น Convergence Newsroom ยังทำหน้าที่ “คลังสมอง” ให้กับ กองทัพข่าวเนชั่นกรุป เพราะการหลอมรวมห้องข่าว นำมาซึ่งการหลอมรวม ความรอบรู้-มุมมองจากทีมบรรณาธิการที่เกี่ยวข้องรา ช่างของในแต่ละสายข่าว

### **3. ระบบการจัดการคอนเทนต์ (Content Mangement) ที่ทันสมัย**

นวัตกรรม Convergence Newsroom ยังนำเทคโนโลยี การจัดการคอนเทนต์ (Content Mangement) มาใช้เพิ่มศักยภาพการทำงาน ภายใต้ระบบคลังข่าว NCES (News Convergence Editorial System) ซึ่งทำให้การหลอมรวมทีมข่าว เกิดขึ้นได้จริง โดยระบบปฏิบัติการข่าว NCES จะทำหน้าที่ Virtual Newsroom หรือ ห้องข่าวเสมือนจริง เป็นทั้งวันสตอป ข้อมูล ข่าวสาร การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร รวมไปถึงเป็น “ศูนย์บัญชาการกลาง” สอดรับกับการทำงานแบบ Mobility ของทีมข่าวที่คล่องตัวและรวดเร็ว ไม่อยู่นิ่งที่ใดที่หนึ่ง

การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในการทำงานให้ สะดวกรวดเร็วลดต้นทุนการผลิต และสามารถทำงานเป็นทีมทดแทนกันได้ เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากรซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของเนื้อหาข่าว

### **4. screens : มุ่งมั่นตอบสนองไลฟ์สไตล์รับสื่อใหม่**

ตลอดเวลาที่ผ่านมา เนชั่นกรุป ได้มุ่งมั่นพัฒนาสื่อใหม่ ทั้งเว็บไซต์ของทั้ง 5 สื่อหลักในเครือ The Nation , กรุงเทพธุรกิจ , คมชัดลึก และดิจิทัลทีวี ทั้งสองช่อง คือ เนชั่นทีวี และ NOW26 สะท้อนว่า เราให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับสื่อของผู้บริโภค โดยแต่ละเว็บไซต์ของเครือ เนชั่น มียอดผู้ชมในระดับต้นๆ ของแต่ละ หมวดหมู่

นอกจากนั้น ทีมข่าวเนชั่นกรุป ยังมีพลังมหาศาล ในโลกของโซเชียลมีเดีย ด้วยจำนวนยอดติดตามของทุกสื่อในเครือรวมกัน สูงที่สุดของอุตสาหกรรมจนถึงวันนี้ เครือเนชั่นกรุป สามารถเข้าถึง ผู้รับสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ บนนิยามของ 5 Screens ไม่ว่าจะเป็นรับสื่อในช่องทางไหน ทั้ง หนังสือพิมพ์ ทีวี มือถือ แทปเลต หรือ บนจอเดสก์ท็อป ก็สามารถรับข่าวสารคุณภาพ ผลผลิตของกระบวนการผลิตข่าวที่มีประสิทธิภาพ ของเครือเนชั่น ได้อย่างคล่องตัว

## 2.2 ความเสี่ยงด้านการรักษาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและความสามารถ

เนื่องจากภาพลักษณ์ของกลุ่มบริษัท เป็นองค์กรสื่อสารมวลชนที่ได้รับความยอมรับจากประชาชน ในความเป็นมืออาชีพของวงการสื่อสารมวลชน ซึ่งบุคลากรเป็นปัจจัยหลักในการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ บริษัท จึงได้ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรด้านกองบรรณาธิการ โดยได้เน้นการพัฒนาความรู้ความสามารถ ในการทำงานเป็นทีมโดยไม่ยึดติดกับตัวบุคคล ส่งผลให้ความเสี่ยงในการสูญเสียทีมงานมีน้อยและมีผลกระทบต่อบริษัทไม่มากนัก โดยปัจจุบันบุคลากรในกองบรรณาธิการของ The Nation, กรุงเทพธุรกิจ, คม ชัด ลึก และทีวีดิจิตอล ช่อง NOW 26 ประกอบด้วยผู้สื่อข่าว ผู้เขียนข่าว บรรณาธิการ ฝ่ายผลิต รวมประมาณ 696 คน ซึ่งแยก อยู่ในบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด, บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด, บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด และ บริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง จำกัด รวมถึงฝ่ายขายโฆษณา Display ของแต่ละสิ่งพิมพ์ ได้แก่ The Nation, กรุงเทพธุรกิจ และ คมชัดลึก, ทีวีดิจิตอล ช่อง NOW 26 ก็แยกอยู่ในบริษัทดังกล่าวข้างต้น ส่วนฝ่ายขายส่วนกลางที่ดูแลลูกค้ากลุ่ม ลูกค้ารายใหญ่ และทีมราชการยังคงอยู่กับบริษัทเหมือนเดิม สำหรับกองบรรณาธิการที่เป็นศูนย์ข่าวที่ยังสามารถใช้ Content ร่วมกันได้ เช่น ศูนย์ข่าวภูมิภาค, ศูนย์ช่างภาพ สำนักข่าวเนชั่น ยังคงบริหาร โดยบริษัท

นอกจากฝ่ายกองบรรณาธิการแล้ว ผู้บริหารระดับสูงจากหน่วยงานต่างๆ ของบริษัท ทั้งฝ่ายขาย การจัดจำหน่ายและหน่วยงานสนับสนุน ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จ ซึ่งทีมงานและบุคลากรส่วนนี้อยู่ภายใต้การบริหารของบริษัท

โดยการดำเนินธุรกิจภายใต้ภาวะแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง จำเป็นอย่างยิ่งในการเตรียมความพร้อมให้แก่ บุคลากรให้มีความสามารถปฏิบัติงานในงานที่รับผิดชอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยบริษัทได้จัดหลักสูตรการอบรมทั้งภายใน และภายนอกให้บุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและเทคโนโลยีอยู่เสมอ ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแนวทางการทำธุรกิจมากยิ่งขึ้น และยังให้ความสำคัญต่อผลตอบแทนและสวัสดิการสำหรับบุคลากรเพื่อให้เทียบเคียง กับบริษัทอื่นๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน รวมถึงการสร้าง Successor ที่ผู้บริหารระดับสูง จะได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนให้ มีส่วนร่วมในการบริหารและการตัดสินใจ อีกทั้งเป็นการกระจายอำนาจ และความรับผิดชอบให้ผู้บริหารในระดับรองลงมา โดยอยู่ภายใต้โครงสร้างที่ให้ความสำคัญต่อการกระจายความรับผิดชอบและภาระหน้าที่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มความคล่องตัว มุ่งเน้นประสิทธิภาพในการทำงานให้มากยิ่งขึ้น และลดความซ้ำซ้อนในระบบการทำงาน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง การแข่งขัน และความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมายได้ทันการณ์ พร้อมทั้งสร้างโอกาส ทางธุรกิจใหม่ๆ ให้แก่กลุ่มเพื่อสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยคงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ การร่วมมือที่ดี การให้บริการ และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็น Core Value (คุณค่าขององค์กร) ของกลุ่มเนชั่น

ดังนั้นหากบริษัทขาดบุคลากรสำคัญท่านใดท่านหนึ่งไปจะไม่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท เนื่องจากผู้บริหารในระดับสูงสุดได้จัดสรรและแบ่งงานถ่ายทอดก่อนไปถึงผู้บริหารในระดับรองลงมา ในขณะเดียวกันการดำเนินธุรกิจยังคงต้องรักษาความร่วมมือประสานงานกันในทุกสื่อ เพื่อสร้าง Synergy ร่วมกันในการบริหารภาพรวมของธุรกิจบนเครื่องัน

นอกจากนี้เพื่อให้ปฏิบัติงานของพนักงานทุกระดับสอดคล้องในทิศทางเดียวกันกับเป้าหมาย และวิสัยทัศน์ ขององค์กร บริษัทจึงได้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยใช้ดัชนีวัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Index : KPI) โดยมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ของงาน โดยมีการถ่ายทอดเป้าหมายขององค์กรลงสู่ระดับสายงานและฝ่าย รวมทั้งมีการผูกโยง KPI กับระบบการปรับเงินเดือนประจำปีของพนักงาน โดยจะแตกต่างกันตามผลการดำเนินงาน และพฤติกรรมการทำงานรวมทั้งความสามารถในการพัฒนาตนเอง เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรให้สามารถแข่งขันได้ในเชิงธุรกิจมากยิ่งขึ้น

## 2.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน นำมาสู่การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น เทคโนโลยี ดิจิตอล (Digital) , การสื่อสารแบบไร้สาย (Wireless) ที่ทำให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลถึงกันได้อย่างไร้ขีดจำกัด ทำให้เกิดธุรกิจ New Media ใหม่ ๆ ขึ้นมากมาย ส่งผลให้มีการนำเสนอข่าวสารข้อมูลผ่านสื่อได้หลากหลายมากขึ้น ผู้บริโภคข่าวสารมีทางเลือกในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากมาย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานของธุรกิจสื่อในปัจจุบัน และอนาคต

ดังนั้นเพื่อเป็นการลดความเสี่ยง และการสูญเสียโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่องค์กร บริษัทได้พัฒนาระบบ การบริหารฐานข้อมูลให้มีประสิทธิภาพ และได้มีการประยุกต์ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาช่วยสนับสนุนการปฏิบัติงาน, ปรับปรุงคุณภาพกระบวนการผลิตข่าวให้มีความคล่องตัว รวดเร็ว และ ผสมผสานสื่อใหม่ ๆ เข้าด้วยกันเพื่อให้มีความทันสมัยและสอดคล้องการเติบโตทางเทคโนโลยีและนิเวศน์ รวมถึงการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่าย โดยจะเน้นการผสมผสานรูปแบบสื่อและเทคโนโลยี ไว้ด้วยกัน เพื่อรองรับความต้องการในการรับสารทุกช่องทาง ทุกแพลตฟอร์ม ตลอดจนการใช้โซเชียลมีเดีย ซึ่งเป็นการผสานเทคโนโลยี บรอดแคสต์ และนิเวศน์ เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้ ผู้คนสามารถติดตามข่าวสารได้ตลอดเวลา โดยไม่มีโปรแกรมอีกต่อไป เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับข่าวสารของผู้บริโภคข่าวสารในปัจจุบัน และยังคงมีนโยบายที่จะทดลองและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับการนำเสนอผ่านสื่อผสมรูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้าง ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและสังสมประสบการณ์ เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการเจาะตลาดลูกค้าเป้าหมาย ในอนาคต

## 2.4 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่สำคัญของธุรกิจหนังสือพิมพ์คือกระดาษคิดเป็นต้นทุนประมาณร้อยละ 6 ของค่าใช้จ่ายต้นทุนขายตามงบการเงินรวม และคิดเป็นร้อยละ 63 ของต้นทุนวัตถุดิบรวม โดยสัดส่วนปริมาณการสั่งซื้อกระดาษในปีที่ผ่านมา ระหว่างกระดาษนำเข้า และการซื้อในประเทศคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 72 ต่อ 28 โดยกระดาษจัดเป็นสินค้าประเภท Commodity ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาแปรผันตามความต้องการของผู้บริโภคและปริมาณการผลิต ของผู้ผลิต (Demand & Supply) ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดราคาอ้างอิงในตลาดโลก ดังนั้นบริษัทจึงมี ความเสี่ยงจากการผันผวนของราคากระดาษ ซึ่งอาจส่งผลกระทบโดยตรงต่อต้นทุนการผลิตและกำไรสุทธิของบริษัท

ทั้งนี้จากประสบการณ์ในธุรกิจสิ่งพิมพ์และการติดตามราคากระดาษอย่างใกล้ชิดมาเป็นระยะเวลายาวนานทำให้ฝ่ายบริหารเข้าใจในวงจรของราคากระดาษเป็นอย่างดี โดยมีการติดตามและวางแผนการจัดซื้อล่วงหน้า และ Stock กระดาษในปริมาณที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการผลิต อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงนโยบายควบคุมต้นทุนการใช้กระดาษอย่างเคร่งครัด เช่น ควบคุมประสิทธิภาพในการผลิตให้มีต้นทุนของเสียที่น้อยที่สุด , การบริหารการวางจำหน่ายหนังสือที่มีประสิทธิภาพขึ้น เพื่อลดปริมาณ หนังสือคืน เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทได้บริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยการทำ Forward Contract ไว้ตามปริมาณกระดาษที่สั่งซื้อทันที ดังนั้นราคากระดาษยังไม่มีผลกระทบอย่างเป็นนัยสำคัญต่อต้นทุนการผลิตของบริษัท อย่างไรก็ตามบริษัทเฝ้าติดตามสถานการณ์ราคากระดาษอย่างใกล้ชิด



### 3. ความเสี่ยงจากการบริหารจัดการ

#### 3.1 การกำหนดนโยบายของฝ่ายบริหาร

ธุรกิจสื่อสารมวลชน เป็นสื่อกลางสำคัญในการกระจายข่าวสารไปยังประชาชนทั่วไป ซึ่งมีผลต่อการชี้นำความเห็นให้ประชาชนในด้านการเมือง เศรษฐกิจ ดังนั้นธุรกิจสื่อจำเป็นต้องมีผู้บริหารที่มีประสบการณ์เชี่ยวชาญในสาขาสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะ และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีจรรยาบรรณ โปร่งใส ผู้บริหารจึงมีส่วนสำคัญ ต่อการกำหนดนโยบาย จุดยืนในการนำเสนอข่าวอย่างมีจรรยาบรรณ วิธีการเขียนที่นำเสนอข่าวที่มีความเป็นกลาง โดยคณะกรรมการบริษัทและผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทเล็งเห็นความสำคัญในประเด็นนี้ จึงให้ความสำคัญของการนำเสนอข่าว และไม่เข้ามาก้าวล่วงนโยบายการนำเสนอข่าว แต่ได้กำหนดแนวทางการนำเสนอข่าวของ กองบรรณาธิการทุกสื่อในเครือไว้ ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัท และคอยกำกับให้การดำเนินงาน เป็นไปตามนโยบายที่กำหนดไว้

#### 3.2 การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้น/โครงสร้างคณะกรรมการ

โครงสร้างการเปลี่ยนแปลงของผู้ถือหุ้นหากผู้ถือหุ้นไม่เข้ามาแทรกแซงการบริหารงาน หรือมี Conflict of Interest จะไม่ส่งผลกระทบต่อการบริหารงาน และแผนการดำเนินงานของบริษัทอย่างมีนัยยะสำคัญ โดยเฉพาะการแทรกแซงต่อความเป็นอิสระในการนำเสนอข่าวของสื่อ อย่างไรก็ตาม จากการที่กลุ่มบริษัท เป็นสถาบันสื่อมีโครงสร้างการทำงานที่เข้มแข็งเป็นมืออาชีพ มีหน้าที่ นำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมอย่างรับผิดชอบ และมีจริยธรรม การเปลี่ยนแปลงใดๆ ในการถือครองหลักทรัพย์ของบริษัท ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการบริหารงาน และการทำงานสื่อ บริษัทจะยังคงรักษาจุดยืนของการเป็นสื่อมวลชนที่ดำรงไว้ซึ่งจริยธรรมในการนำเสนอข่าวสาร และทำหน้าที่ตรวจสอบความผิดปกติในสังคม เพื่อผลประโยชน์ต่อสาธารณชน และจะดูแลปกป้องผลประโยชน์ของพนักงานและผู้ลงทุนรายย่อยให้ดีที่สุด

### 4. ความเสี่ยงด้านการเงิน ได้แก่

#### 4.1 ความเสี่ยงจากภาระหนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทและบริษัทย่อยมีภาระเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน จำนวน 591.95 ล้านบาท โดยเป็นส่วนของเงินกู้ยืมระยะสั้น ที่เป็นเงินทุนหมุนเวียน ในวงเงินเบิกเกินบัญชี เจ้าหนี้ทรัสบริษัท และตัวสัญญาใช้เงินระยะสั้นรวม 590.39 ล้านบาท

ทั้งนี้บริษัทมีความเสี่ยงหากบริษัทไม่สามารถชำระหนี้ ดังนั้นเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงบริษัทได้มีการจัดทำประมาณการทางการเงิน โดยมีสมมติฐานอยู่บนหลักความระมัดระวัง เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดให้อยู่ภายใต้อัตราส่วนทางการเงินที่เหมาะสมเทียบเคียงได้กับบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกัน

#### 4.2 ความเสี่ยงจากภาระผูกพัน การชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตทีวีดิจิตอล

บริษัทย่อย 2 บริษัท ซึ่งเป็นเจ้าของใบอนุญาตทีวีดิจิตอล มีภาระต้องชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตทีวีดิจิตอลให้แก่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ตามเงื่อนไขการชำระเงิน ดังนี้

1. การชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตทีวีดิจิตอล ในหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ มูลค่า 2,200 ล้านบาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดยได้ชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาต จวตที่ 1 และ จวตที่ 2 รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 668 ล้านบาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) ไปเรียบร้อยแล้วโดยเหลืออีก 4 จวต จวตถัดไปจะชำระในเดือนเมษายน 2559 จำนวนร้อยละ 10 ของราคาประมูลขั้นต่ำ และ ร้อยละ 20 ของเงินในส่วนที่เกินกว่าราคาขั้นต่ำ รวมเป็นเงิน 402 ล้านบาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) และได้วางหนังสือค้ำประกันจากสถาบันการเงินเพื่อค้ำประกันการชำระเงินค่าธรรมเนียมส่วน



ที่เหลือ จำนวน 1,639.24 ล้านบาท (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดยค่าธรรมเนียมดังกล่าวจะชำระเป็นรายปีตามจำนวนเงินที่ระบุ ในสัญญาสิ้นสุดวันที่ 25 เมษายน 2562

2. การชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตทีวีดิจิตอล ในหมวดหมู่ข่าวสารและสาระ ความคมชัดปกติ มูลค่า 1,338 ล้านบาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดยได้ชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาต งวดที่ 1 และงวดที่ 2 รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 400 ล้านบาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) ไปเรียบร้อยแล้ว โดยเหลืออีก 4 งวด งวดถัดไปจะชำระในเดือนเมษายน 2559 จำนวนร้อยละ 10 ของราคา ประมูลขั้นต่ำ และ ร้อยละ 20 ของเงินในส่วนที่เกินกว่าราคาขั้นต่ำ รวมเป็นเงิน 245.60 ล้านบาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) และได้วางหนังสือค้ำประกันจากสถาบันการเงินเพื่อค้ำประกันการชำระค่าธรรมเนียมส่วนที่เหลือ จำนวน 1,004.08 ล้านบาท (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดยค่าธรรมเนียมดังกล่าวจะชำระเป็นรายปีตามจำนวนเงินที่ระบุ ในสัญญาสิ้นสุดวันที่ 25 เมษายน 2562

#### 4.3 ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน

การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการในสกุลเงินนั้นๆ ดังนั้นอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จึงมีความผันผวนตามภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อบริษัทในส่วนของต้นทุนการผลิต เนื่องจากวัตถุดิบหลักของบริษัท คือกระดาษหนังสือพิมพ์ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 72 ของปริมาณกระดาษที่ใช้ทั้งหมด และมีต้นทุนเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการผันผวนของค่าเงินบาทในการซื้อกระดาษจากต่างประเทศ

ดังนั้นเพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริษัทได้ทำการป้องกันความเสี่ยง โดยการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forward Contract) ตามแผนการสั่งซื้อกระดาษ ทั้งนี้ยอดเจ้าหน้าที่กระดาษต่างประเทศ ณ 31 ธันวาคม 2558 คิดเป็นร้อยละ 1 ของหนี้สินรวม ซึ่งไม่เป็นสาระสำคัญที่จะกระทบต่อการเงิน หากอัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวนมาก

#### 4.4 ความเสี่ยงจากการจัดหาเงินทุนจากแหล่งภายนอก

บริษัทมีแหล่งเงินทุนภายนอกอื่น ได้แก่ วงเงินสินเชื่อจากธนาคารและสถาบันการเงินต่างๆ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทและบริษัทย่อยมีวงเงินสินเชื่อรวม 4,507 ล้านบาท และมียอดใช้วงเงินสินเชื่อ 3,322 ล้านบาท โดยมีวงเงินสินเชื่อหมุนเวียนที่ยังสามารถใช้ได้อีก 1,185 ล้านบาท หรือร้อยละ 26 ของวงเงินสินเชื่อรวม ซึ่งแหล่งเงินทุนภายนอกที่เหลือดังกล่าว เพียงพอการดำเนินงานของบริษัท

โดยการประกอบธุรกิจของบริษัท มุ่งเน้นการสร้างรายได้ที่มั่นคงในระยะยาว ทำให้ผลประกอบการของบริษัทมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง มีแผนงานเพื่อขยายธุรกิจอย่างระมัดระวัง และได้จัดโครงสร้างเงินทุนที่สามารถดำรงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญต่าง ๆ ให้เหมาะสม บริษัทจึงมีความเชื่อว่าจะสามารถจัดหาเงินทุนเพื่อการขยายธุรกิจในอนาคตได้อย่างเพียงพอ ด้วยต้นทุนทางการเงินที่เหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทมีแหล่งเงินทุนภายนอกเพิ่มเติม ดังนี้

- จากการใช้สิทธิเพิ่มทุนของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 3 (NMG-W3) ที่บริษัทจัดสรรให้ผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน (Right Offering) เมื่อกลางปี 2556 จำนวน 1,647,740,300 หน่วย ในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 1 หุ้น ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ ในราคาใช้สิทธิ หุ้นละ 1 บาท ในระยะเวลา 5 ปี โดยสามารถใช้สิทธิได้ทุก ๆ 6 เดือน ในเดือนมิถุนายน และ เดือนธันวาคม ของแต่ละปี โดยสามารถใช้สิทธิครั้งแรก 15 ธันวาคม 2556 ครั้งสุดท้ายวันที่ 19 มิถุนายน 2561 ถ้าใช้ครบเต็มจำนวนบริษัทจะได้รับเงินเพิ่มทุนรวม 1,647.74 ล้านบาท ซึ่งจนถึง 31 ธันวาคม 2558 ใช้สิทธิไปแล้ว 744,086,462 หน่วย คงเหลือ 903,653,838

หน่วย ซึ่งจะใช้สิทธิได้ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2559 – เดือนมิถุนายน 2561 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 เหลืออีก 2 ปี 6 เดือน

- จากการใช้สิทธิเพิ่มทุนของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ที่จัดสรรให้แก่ กรรมการผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัท และ/หรือบริษัทย่อย ครั้งที่ 2 (“NMG-WB”) รวม 82,387,015 หน่วย เมื่อเดือน สิงหาคม 2556 โดยมีอัตราการใช้สิทธิ 1 ใบสำคัญแสดงสิทธิ สามารถซื้อหุ้นสามัญได้ 1 หุ้น ในราคาหุ้นละ 1 บาท ในระยะเวลา 5 ปี โดยสามารถใช้สิทธิได้ทุก ๆ 6 เดือน ใช้สิทธิครั้งแรก 15 พฤศจิกายน 2556 ครั้งสุดท้ายวันที่ 14 สิงหาคม 2561 หากผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ ใช้สิทธิทั้งหมด บริษัทจะได้รับเงินทั้งหมด รวม 82.37 ล้านบาท โดย ณ 31 ธันวาคม 2558 ใช้สิทธิแล้ว 28,072,200 หน่วย คงเหลือ 54,314,815 หน่วย ซึ่งจะใช้สิทธิได้ตั้งแต่ พฤษภาคม 2558 – สิงหาคม 2561 ณ 31 ธันวาคม 2557 เหลืออีก 2 ปี 8 เดือน

ดังนั้นในระบะเวลาดังกล่าว คาดว่าจะมีผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิทั้ง 2 ประเภท เต็มจำนวนตามสิทธิที่ได้รับ โดยบริษัทสามารถนำแหล่งเงินดังกล่าวมาใช้ในการรองรับการลงทุนเพิ่มเติม ได้อย่างเพียงพอ

#### 4.5 ความเสี่ยงจากการด้อยค่าของลูกหนี้การค้า

ในการตั้งสำรองหนี้สูญเป็นไปตามนโยบายบัญชีของบริษัทคือ บริษัทมีนโยบายการจัดเก็บหนี้และการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ โดยพิจารณาตามจำนวนหนี้ที่คาดว่าจะไม่สามารถ เรียกเก็บจากลูกหนี้ได้โดยประมาณการจากฐานะปัจจุบันของลูกหนี้ควบคู่กับประสบการณ์ในการเรียกเก็บหนี้ในอดีต นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญตามสัดส่วนร้อยละของรายได้ไว้ที่ร้อยละ 1 ของรายได้โฆษณา ส่วนรายได้จากการขายสิ่งพิมพ์ผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) จะตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้ค่ารับคืนของหนังสือในประเทศที่ร้อยละ 30 และ หนังสือต่างประเทศที่ร้อยละ 65 และบริษัทมีนโยบายลดสัดส่วนของ ลูกหนี้การค้าที่มีอายุเกินกว่า 12 เดือนให้มากที่สุด โดยลูกหนี้ที่มีอายุเกินกว่า 12 เดือน (งบการเงินรวม) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีจำนวน 67.59 ล้านบาท และมีอายุ 6-12 เดือน จำนวน 7.23 ล้านบาท โดยมีค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ (งบการเงินรวม) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 รวม 64.82 ล้านบาท และค่าเผื่อหนี้ค่ารับคืน 11.30 ล้านบาท นอกจากนี้บริษัทยังมีหน่วยงานเร่งรัดหนี้สินซึ่งทำหน้าที่ในการติดตามหนี้ที่มีปัญหาอย่างต่อเนื่อง

#### 5. ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อผู้ลงทุน

##### 5.1 ผลกระทบต่อผู้ถือหุ้น (Dilution Effect) จากการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิ “NMG-W3”

บริษัทมีการออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน NMG-W3 จำนวน 1,647,740,300 หน่วย อายุ 5 ปี โดยไม่คิดค่าตอบแทนในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 1 หุ้น ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ยังคงเหลือใบสำคัญแสดงสิทธิที่ยังไม่ได้ใช้จำนวนทั้งสิ้น 903,653,838 หน่วย

ในการนี้หากผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิทำการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัทเต็มจำนวน ผู้ถือหุ้นสามัญของบริษัทอาจได้รับผลกระทบจาก Dilution Effect ทั้งในเรื่องของราคาหุ้นในตลาดที่อาจปรับตัวลดลง และสัดส่วน การถือหุ้นที่ลดลงดังต่อไปนี้

#### ก่อนการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเต็มจำนวน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558)

จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	4,067,639,262	หุ้น
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นก่อนการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ	100	%

#### หลังการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเต็มจำนวน (NMG-W3)

จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	4,971,293,100	หุ้น
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นเดิมภายหลังการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ	81.82	%
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นเดิมที่ลดลง	18.18	%

#### 5.2 ผลกระทบต่อผู้ถือหุ้น (Dilution Effect) จากการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิ “NMG-WB”

บริษัทมีการออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัท และ/หรือ บริษัทย่อย (ESOP) จำนวน 82,387,015 หน่วย ชนิดไม่มีมูลค่าอายุ 5 ปี อัตราการใช้สิทธิ ใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วยต่อหุ้นสามัญ 1 หุ้น ราคาในการใช้สิทธิ 1 บาท ต่อ 1 หุ้นสามัญ ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ยังคงเหลือใบสำคัญแสดงสิทธิที่ยังไม่ได้ใช้จำนวนทั้งสิ้น 54,314,815 หน่วย

ในการนี้หากผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิทำการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัทเต็มจำนวน ผู้ถือหุ้นสามัญของบริษัทอาจได้รับผลกระทบจาก Dilution Effect ทั้งในเรื่องของราคาหุ้นในตลาดที่อาจปรับตัวลดลง และสัดส่วนการถือหุ้นที่ลดลงดังต่อไปนี้

#### ก่อนการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเต็มจำนวน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558)

จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	4,067,639,262	หุ้น
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นก่อนการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ	100	%

#### หลังการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเต็มจำนวน (NMG-WB)

จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	4,121,954,077	หุ้น
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นเดิมภายหลังการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ	98.68	%
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นเดิมที่ลดลง	1.32	%

## 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

### 4.1 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1.1 สินทรัพย์หลักของบริษัทและบริษัทย่อย คือ ที่ดิน อาคารและเครื่องจักรต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิต ดังรายละเอียดต่อไปนี้

มูลค่าทางบัญชีของสินทรัพย์หลักของบริษัทและบริษัทย่อย

มูลค่าทางบัญชีของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ที่ดินและส่วนปรับปรุง	579.56	เป็นเจ้าของ	ค้ำประกันตามสัญญาร่วมให้กู้
อาคารและส่วนปรับปรุง	280.41	เป็นเจ้าของ	ค้ำประกันตามสัญญาร่วมให้กู้
ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เช่า	106.76	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เครื่องจักรและอุปกรณ์	372.48	เป็นเจ้าของ	ค้ำประกันเงินกู้ระยะยาวของบริษัทย่อย และ ค้ำประกันตามสัญญาร่วมให้กู้ของบริษัท
อุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน	211.93	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เครื่องตกแต่งติดตั้งและเครื่องใช้ สำนักงาน	49.30	เป็นเจ้าของและ ตามสัญญาเช่า	ไม่มี
ยานพาหนะ	45.85	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	0.13	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
<b>รวมที่ดินอาคารและอุปกรณ์</b>	<b>1,646.42</b>		

คำอธิบายเพิ่มเติม :

- ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน ที่ดินของกลุ่มบริษัทมีทั้งหมดประมาณ 218 ไร่ - NMG ประมาณ 34 ไร่ มีมูลค่าตามบัญชี 342.31 ล้านบาท WPS ประมาณ 23 ไร่ มูลค่าตามบัญชี 104.38 ล้านบาท และ NTU ประมาณ 161 ไร่ มูลค่าตามบัญชี 132.87 ล้านบาท ซึ่งที่ดินของ WPS NMG และ NTU บางส่วน จำนวนประมาณ 57 ไร่ ใช้เป็นหลักประกันวงเงินสินเชื่อบางส่วนจากสถาบันการเงิน

- อาคารสำนักงาน เป็นอาคารสำนักงานโรงพิมพ์ของ WPS ที่ กม. 29 ใช้เป็นหลักประกันตามสัญญาเงินกู้ระยะยาว บริษัทและบริษัทย่อยยกเว้น บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ได้เช่าพื้นที่สำนักงานจาก กองทุนรวม อสังหาริมทรัพย์ ไทยคอมเมอร์เชียล อินเวสเมนต์ ซึ่งกลุ่มบริษัทได้ทำเป็นสัญญาเช่า โดยวัตถุประสงค์ของการเช่าพื้นที่สำนักงานเพื่อประโยชน์ในการประกอบกิจการของบริษัท สัญญาจะหมดอายุในเดือนพฤศจิกายน 2560

- ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เช่า เป็นของ NMG มูลค่าสุทธิ 55.28 ล้านบาท NTU NBC WPS มูลค่าสุทธิ 22.42 ล้านบาท 21.57 ล้านบาท 6.65 ล้านบาท ตามลำดับ และอื่น ๆ มูลค่าสุทธิ 0.84 ล้านบาท

- เครื่องจักรและอุปกรณ์ เป็นเครื่องจักรของ WPS มูลค่าสุทธิ 371.72 ล้านบาท และ NMG 0.76 ล้านบาท

- อุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน เป็นของ NMG มูลค่าสุทธิประมาณ 59 ล้านบาท NBC มูลค่าสุทธิประมาณ 133.84 ล้านบาท และ BBB มูลค่าสุทธิประมาณ 19.09 ล้านบาท ซึ่งในจำนวนนี้ได้รวมถึง อุปกรณ์ Electronic ต่าง ๆ ด้วย

- เครื่องตกแต่งติดตั้งและเครื่องใช้สำนักงาน เป็นของ NMG มูลค่าสุทธิประมาณ 21.25 ล้านบาท NTU มูลค่าสุทธิประมาณ 13.07 ล้านบาท และของบริษัทย่อยอื่นรวม 14.98 ล้านบาท

**4.1.2 สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนของบริษัทและบริษัทย่อย** คือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ค่าลิขสิทธิ์และเครื่องหมายการค้า มีมูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2558 ดังต่อไปนี้

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	15.61
ค่าลิขสิทธิ์หนังสือ	21.27
ค่าลิขสิทธิ์รายการ	77.99
เครื่องหมายการค้า	0.65
<b>รวม</b>	<b>115.52</b>

คำอธิบายเพิ่มเติม

- โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ส่วนใหญ่เป็นของ NMG มีมูลค่าตามบัญชี 11.69 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วยโปรแกรมต่าง ๆ ได้แก่ โปรแกรมระบบบัญชี, ระบบโฆษณา, ระบบจัดจำหน่าย, ระบบบริหารงานบุคคล เป็นต้น
- ค่าลิขสิทธิ์ เป็นค่าลิขสิทธิ์หนังสือของกลุ่มบริษัทย่อยที่ดำเนินธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์ โดยเป็นผู้นำเข้า ผลิตและจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ของในประเทศและต่างประเทศ โดยมี บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) เป็นบริษัทใหญ่ของกลุ่มธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์ กลุ่มบริษัทย่อยดังกล่าว มีนโยบายการตัดจำหน่ายค่าลิขสิทธิ์ โดยพิจารณาจากจำนวนที่สูงกว่าระหว่างวิธีเส้นตรงภายในระยะเวลา 3-5 ปี ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยอายุสัญญาลิขสิทธิ์ของกลุ่มบริษัทย่อยดังกล่าว และการคำนวณตามจำนวนเล่มของสื่อสิ่งพิมพ์ที่จำหน่ายได้ภายใต้สัญญาลิขสิทธ์นั้น ๆ โดยเริ่มตัดจำหน่ายเมื่อผลิตสิ่งพิมพ์เรียบร้อยแล้ว
- ค่าลิขสิทธิ์รายการ เป็นของ BBB และ NNV ส่วนใหญ่เป็นซีรีส์ สารคดีต่างประเทศ
- เครื่องหมายการค้า เป็นของ NBC ทั้งจำนวน

#### 4.2 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัท

ณ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีเงินลงทุนตามวิธีราคาทุน-สุทธิจากค่าเผื่อการด้อยค่าในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในธุรกิจต่าง ๆ รวม 2,995.11 ล้านบาท ดังนี้

ประเภทธุรกิจ	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน %
<b>บริษัทย่อย</b>		
ธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณา	1,077.60	35.98%
ธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียงและสื่อสมัยใหม่	989.59	33.04%
ธุรกิจสื่อการศึกษาและบันเทิง	340.62	11.37%
ธุรกิจบริการด้านการพิมพ์	422.50	14.11%
ธุรกิจด้านการขนส่ง และอื่น ๆ	163.00	5.44%
<b>บริษัทร่วม</b>		
ธุรกิจตัวแทนขายหนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่น	1.80	0.06%
<b>รวม</b>	<b>2,995.11</b>	<b>100.00%</b>

บริษัทฯ มีนโยบายในการลงทุนและเข้าบริหารบริษัทดังกล่าว โดยส่งตัวแทนในฐานะผู้ถือหุ้นเข้าร่วมเป็นกรรมการ

## นโยบายการลงทุน

บริษัทฯ ไม่เน้นการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร (Hardware) แต่จะเน้นการให้บริการในฐานะเป็นผู้ให้บริการข้อมูลข่าวสาร หรือ Content Provider ซึ่งสามารถให้บริการได้ในทุกๆ สื่อ และจะพิจารณาการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักเท่านั้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการลงทุนขยายเครือข่ายธุรกิจหลักให้ครบวงจร

โดยบริษัทร่วมกำหนดนโยบายและเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหาร โดยประกอบไปด้วย 8 สายธุรกิจ ดังนี้

1. สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย เป็นผู้ผลิตและจำหน่าย หนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ ดำเนินงานโดย บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM) เริ่มดำเนินการในไตรมาส 4 ปี 2553 NMG ถือหุ้นร้อยละ 99.99
2. สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และ นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ ดำเนินงานโดย บริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM) เริ่มดำเนินการในไตรมาส 4 ปี 2553 NMG ถือหุ้นร้อยละ 99.99
3. สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN) ตั้งแต่ปี 2552
4. ธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียงและสื่อสมัยใหม่

ดำเนินงานภายใต้บริษัทย่อย คือ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC) ประกอบธุรกิจจัดหาและผลิตข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่าง ๆ (Content Provider) เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อกระจายภาพและเสียงทางโทรทัศน์

ในช่วงปลายปี 2555 มีการก่อตั้งบริษัท บริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง จำกัด (“BBB”) เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์และให้บริการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นบริษัทที่บริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 99.99 เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2556 BBB ได้เข้าร่วมการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ และเป็น 1 ใน 7 ของผู้ชนะการประมูลที่เสนอราคาสูงสุด โดย BBB เสนอราคาใบอนุญาตทีวีดิจิทัลหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ จำนวน 2,200.00 ล้านบาท ภาพรวมการประกอบธุรกิจ BBB เป็นผู้บริหารและดำเนินการสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีในระบบดิจิทัลหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ ภายใต้ชื่อช่องรายการ “NOW” โดยออกอากาศภายใต้ชื่อย่อหมายเลข 26 ภายใต้แนวคิด Biz – Life Variety ซึ่งมุ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตและการทำงานสำหรับคนรุ่นใหม่ ทั้ง ด้านเศรษฐกิจ หุ่น การลงทุน การสร้างแรงบันดาลใจสู่ความสำเร็จ และรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เช่น วัฒนธรรม กีฬา สิ่งแวดล้อม ครอบครัว และอื่นๆ เพื่อตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนเมืองโดยออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง ในเดือนมิถุนายน 2557 BBB ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1 ล้านบาท เป็น 500 ล้านบาท โดยบริษัทได้ลงทุนเพิ่มเติมอีก 499 ล้านบาท ทำให้บริษัทมีสัดส่วนการลงทุนใน BBB เป็นร้อยละ 99.80 ต่อมาในเดือนกันยายน 2558 BBB ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 500 ล้านบาท เป็น 1,000 ล้านบาท โดยบริษัทได้ลงทุนเพิ่มเติมเป็นจำนวนเงิน 500 ล้านบาท ทำให้บริษัทมีสัดส่วนการลงทุนใน BBB เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 99.80 เป็นร้อยละ 99.90

และมีการก่อตั้งบริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด (“NNV”) เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์และให้บริการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ เป็นบริษัทที่บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 99.99 เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2556 NNV ได้เข้าร่วมการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ และเป็น 1 ใน 7 ของผู้ชนะการประมูลที่เสนอราคาสูงสุด โดย NNV เสนอราคาใบอนุญาตทีวีดิจิทัลหมวดหมู่ข่าวสารและสาระจำนวน 1,338.00 ล้านบาท ภาพรวมการประกอบธุรกิจ NNV เป็นผู้บริหารและดำเนินการสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีในระบบดิจิทัล หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ ภายใต้ชื่อช่องรายการ “Nation TV” โดยออกอากาศภายใต้ชื่อย่อหมายเลข 22 ภายใต้แนวคิดสถานีข่าวและสาระความรู้ 24 ชั่วโมง ซึ่งมุ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง เป็นกลาง ทันเหตุการณ์ พร้อมบทวิเคราะห์และข้อมูลเชิงลึกอย่างรอบด้านจากทีมงานข่าวที่มีประสบการณ์ ในเดือน

มิถุนายน 2557 NNV ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1 ล้านบาท เป็น 300 ล้านบาท ต่อมาในเดือนกันยายน 2558 NNV ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 300 ล้านบาท เป็น 500 ล้านบาท

#### 5. ธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ

ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้และความบันเทิง ในรูปแบบของหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์ และสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กวัย 3-6 ปี ภายใต้บริษัทย่อย คือ บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเอ็นเนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) ในส่วนของหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์ดำเนินธุรกิจในนามสำนักพิมพ์“เนชั่นบุ๊กส์” ซึ่งผลิตและจำหน่ายหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์ที่ได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังดำเนินธุรกิจผลิต นำเข้า และจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กวัย 3-6 ปี เพื่อการศึกษา บันเทิงและการเสริมทักษะ ซึ่งรวมถึงการ์ตูนและนิทานประเภทต่าง ๆ โดยอยู่ภายใต้การบริหารงานของ NINE คือ บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) และ บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NGE) โดยมี NINE เป็นบริษัทแม่ของกลุ่มธุรกิจ ทั้งนี้ NINE ได้เข้าจดทะเบียนพร้อมกันกับเสนอขายหุ้นให้แก่ประชาชนและบุคคลทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) ในตลาดหลักทรัพย์ MAI เรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2553

และยังมีการดำเนินธุรกิจผลิตรายการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ และสื่อรูปแบบใหม่ จากการเป็นผู้ผลิตรายการสำหรับเด็กและครอบครัว (Kidzone – คิดโซน) แพร่ภาพผ่านสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมระบบ C-Band มาเป็นระยะเวลา 2 ปี เพื่อตอบรับต่อการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบโทรทัศน์เป็นระบบดิจิทัล ได้มีการค้นคว้าเพื่อเข้าสู่ธุรกิจโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในฐานะผู้ผลิตรายการสำหรับเด็กและครอบครัว (NINE TV) “Edutainment Variety for Kids and Modern Families” โดยผลิตรายการเพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลต่าง ๆ อาทิ MCOT Family (14) Nation TV(22) และ NOW(26) ในปี 2558 ที่ผ่านมามีการขยายการผลิตไปในด้านโทรทัศน์เพื่อการบันเทิง มีการผลิตรายการวาไรตี้และข่าวสารในวงการบันเทิง

#### 6. ธุรกิจบริการด้านการพิมพ์

ดำเนินธุรกิจรับจ้างพิมพ์ภายใต้บริษัทย่อย คือ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS) (NMG ถือหุ้นร้อยละ 84.50) โดยให้บริการพิมพ์หนังสือพิมพ์ และหนังสืออื่น ๆ ได้แก่ การ์ตูน พ็อกเก็ตบุ๊กส์ และนิตยสาร รวมถึงงานพิมพ์ที่มีคุณภาพอื่น

#### 7. ธุรกิจบริการการขนส่ง และอื่น ๆ

ดำเนินธุรกิจบริการขนส่ง (Logistic) ภายใต้บริษัทย่อย คือ บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด (NML) NMG ถือหุ้นร้อยละ 99.99 โดยรับบริการขนส่งทั้งหนังสือพิมพ์ และหนังสือ Pocket book และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ให้กับ NMG และบริษัทในเครือ รวมทั้งรับงานบริการขนส่งให้กับบริษัทภายนอก งานแจกใบปลิว โบชัวร์สินค้าฯ เพื่อส่งเสริมการขายให้กับลูกค้าภายนอกด้วย และได้มีการนำเทคโนโลยีระบบ SKY FROG มาใช้เพื่อตรวจสอบสถานะการส่งสินค้าตั้งแต่การรับสินค้าจนกระทั่งสินค้าถึงมือลูกค้า แต่ละราย

#### 8. ธุรกิจการศึกษา

ในปี 2554 บริษัทได้ตั้งบริษัทย่อย คือ บริษัท เนชั่น ยู จำกัด (NU) (NMG ถือหุ้นร้อยละ 55) โดย NU ได้รับโอนใบอนุญาตมหาวิทยาลัยโยนก และเปลี่ยนชื่อเป็น มหาวิทยาลัยเนชั่น ที่อยู่จังหวัดลำปาง ต่อมา บริษัทได้ซื้อหุ้นเพิ่มอีกร้อยละ 35 ทำให้บริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นเป็นร้อยละ 90 มหาวิทยาลัยเนชั่นเปิดการเรียนการสอนทั้งในหลักสูตรปริญญาตรีและปริญญาโท โดยมีการเรียนการสอน ณ มหาวิทยาลัยเนชั่นลำปางและศูนย์ศึกษานานาชาติบางนา โดยมีหลักสูตรระดับปริญญาตรี ได้แก่ หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต หลักสูตรบัญชีบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต หลักสูตรสาธารณสุข



สตรบัณฑิต หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิตและหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต หลักสูตรระดับปริญญาโท ได้แก่ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิตและหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

#### การควบคุมดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ จะควบคุมและกำหนดนโยบายของบริษัทย่อยโดยจะส่งกรรมการของ NMG ไปเป็นกรรมการ ในบริษัทย่อยจำนวน 2-3 ท่าน และหากบริษัทย่อยมีการดำเนินธุรกิจที่กระทบต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทย่อยจะต้องเสนอเรื่องและขออนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทก่อน สำหรับกรณีที่เป็นบริษัทร่วม บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน บริษัทฯจะส่งกรรมการเข้าไปเป็นตัวแทนเฉลี่ย 1-2 คน ตามสัดส่วนการถือหุ้น

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายหรือคดีที่อยู่ระหว่างการพิจารณาซึ่งมีนัยสำคัญในประการที่จะมีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจปกติของบริษัทหรือบริษัทย่อย

อย่างไรก็ตามในวันประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2558 ซึ่งประธานในที่ประชุมไม่อนุญาตให้ผู้ถือหุ้นบางรายเข้าร่วมประชุมเนื่องจากมีข้อสงสัยอันสมควรเกี่ยวกับการเข้าถือหุ้นของกลุ่มดังกล่าวว่าได้กระทำโดยถูกต้องครบถ้วนตาม หลักเกณฑ์และกฎหมายหรือไม่ ซึ่งส่งผลให้เกิดคดีข้อพิพาทและการใช้สิทธิทางศาลเพื่อฟ้องร้องดำเนินการระหว่างบุคคลที่ เกี่ยวข้อง ซึ่งขณะนี้ข้อเท็จจริงยังไม่ยุติและยังคงอยู่ระหว่างการพิจารณาของพนักงานเจ้าหน้าที่และหน่วยงานยุติธรรม

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### 6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท : บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

เลขทะเบียนบริษัท : 0107536001524

ลักษณะการประกอบธุรกิจ : ประกอบด้วย 8 สายธุรกิจ ดังนี้

- 1.สายธุรกิจด้านข่าวธุรกิจภาษาไทย เป็นผู้ผลิต “ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ” ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย รวมทั้งดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ เช่น เว็บไซต์ข่าวงานอบรมสัมมนา กิจกรรมพิเศษ บริการข่าวเส้นทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดำเนินงานโดยบริษัท กรุงเทพธุรกิจ มีเดีย จำกัด (KTM)
- 2.สายธุรกิจด้านข่าวทั่วไปภาษาไทย ผลิตหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก และเนชั่นสุดสัปดาห์ ดำเนินงานโดยบริษัท คมชัดลึก มีเดีย จำกัด (KMM)
- 3.สายธุรกิจด้านข่าวภาษาอังกฤษ ผลิตหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น, ธุรกิจอบรมสัมมนา และทักษะการสื่อสาร ดำเนินงานโดยบริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (NNN)
- 4.สายธุรกิจด้านสื่อกระจายภาพและเสียง
  - บริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง จำกัด (BBB) เป็นบริษัทย่อยของ NMG เป็นเจ้าของ ช่องทีวีดิจิทัลประเภท หมดหมดทั่วไปแบบความคมชัดปกติภายใต้ชื่อ NOW (ช่อง 26 ) มุ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต และการทำงานสำหรับคนรุ่นใหม่ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ทุน การลงทุน การสร้างแรงบันดาลใจสู่ความสำเร็จ และรูปแบบการดำเนินชีวิต ( Lifestyle ) เช่น วัฒนธรรม กีฬา สิ่งแวดล้อม ครอบครัว และอื่นๆ เพื่อตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของเมือง
  - บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (NBC) เป็นก่อตั้งและบริหารงานสถานที่โทรทัศน์อย่างครบวงจรทั้งการดำเนินการผลิต การจัดการรายการ และการขายเวลาในด้านสายงานข่าวสาร สารบันเทิง ผลิตรายการวิทยุ New Media และ มีบริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด (บริษัทย่อย ของNBC ) เป็นเจ้าของ ช่องทีวีดิจิทัล ประเภทหมดหมดทั่วไปข่าวสารและสาระ (SD) ภายใต้ชื่อ Nation TV (ช่อง 22)
- 5.สายธุรกิจเอดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศ ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและการศึกษา ผลิตหนังสือเล่ม ในนามสำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์ เนชั่นจูเนียร์ ตัวแทนขายโฆษณาและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ, ผลิตรายการทีวี ทางสถานีทีวีดิจิทัลต่างๆ ดำเนินงานโดยบริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนลเอดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE)
- 6.สายธุรกิจด้านการพิมพ์ ผู้ให้บริการงานพิมพ์ทุกประเภท อย่างครบวงจรแก่กลุ่มบริษัท และลูกค้าภายนอกทั่วไป ดำเนินงานโดยบริษัท ดับบลิว พีเอส (ประเทศไทย) จำกัด (WPS)

7.สายธุรกิจด้านการขนส่งผู้ให้บริการขนส่งสิ่งพิมพ์ และสินค้าทุกประเภทแก่กลุ่มบริษัท และลูกค้าภายนอกทั่วไป ดำเนินงานโดยบริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด (NML)

8.สายธุรกิจการศึกษา ดำเนินธุรกิจด้านการศึกษา โดยเป็นผู้บริหารและดำเนินการมหาวิทยาลัยเนชั่น เปิดสอน หลักสูตรปริญญาตรี, ปริญญาโท โดยมี 2 วิทยาเขต คือ วิทยาเขตกรุงเทพ และ วิทยาเขตลำปาง ดำเนินงานโดย บริษัท เนชั่น ยู จำกัด (NU) ( บริษัทย่อยของ NMG )

#### ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

ทุนจดทะเบียน	:	2,663,572,194.95 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 5,025,607,915 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.53 บาท
ทุนเรียกชำระแล้ว	:	2,155,848,808.86 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 4,067,639,262 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.53 บาท
นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้น	:	รายละเอียดตามหัวข้อโครงสร้างการประกอบธุรกิจและการถือหุ้น ของกลุ่มบริษัท ปี 2558
โทรศัพท์	:	02-338-3333
โทรสาร	:	02 -338-3938
เลขานุการบริษัท	:	02-338-3612, 02-338-3289-90
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	1858/118-119,121-122,124-130 อาคารทีซีไอเอฟ ทาวเวอร์ ชั้น 27-32 ถ.บางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร เว็บไซต์ <a href="http://www.nationgroup.com">www.nationgroup.com</a>

#### นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558)

รายละเอียดสามารถดูได้จาก นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ ในหัวข้อ ข้อมูลบริษัทย่อย บริษัทร่วม และกิจการที่ควบคุมร่วมกันของ NMG ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558