

## ส่วนที่ 1

## ข้อมูลสรุป (Executive Summary)

บริษัท เออาร์ไอพี จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “เออาร์ไอพี”) เดิมชื่อ บริษัท เอ.อาร์. อินฟอร์เมชัน แอนด์ พับลิเคชัน จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2532 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1,000,000 บาทแบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสื่อด้านธุรกิจ การบริหารจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT)

จากการที่องค์กรต่างๆ ให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรเพิ่มมากขึ้น เพื่อที่จะเสริมสร้างความรู้และทักษะของบุคลากรให้สามารถแข่งขันในธุรกิจได้ บริษัทฯ จึงได้ขยายการให้บริการในด้านการจัดงานประชุมและสัมมนาต่างๆ โดยใช้เนื้อหาจากสื่อสิ่งพิมพ์ของบริษัทฯ โดยเริ่มจัดให้กับสถาบันการศึกษาต่างๆ หลังจากนั้นได้ขยายการบริการไปยังภาครัฐและเอกชนเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเล็งเห็นถึงโอกาสในการจัดงานแสดงสินค้าไอที โดยอาศัยข้อได้เปรียบการเป็นผู้นำในธุรกิจนิตยสารไอที ทำให้บริษัทฯ มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และแนวโน้มของสินค้าเป็นอย่างดี ประกอบกับความสัมพันธ์อันดีกับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าไอที ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกค้าในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ของบริษัทฯ ส่งผลให้การจัดงานแสดงสินค้าไอทีของบริษัทฯ ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และมีการจัดอย่างต่อเนื่องรวมทั้งเพิ่มจำนวนงานทั้งในกรุงเทพมหานคร และภูมิภาคต่างๆ และจากความสำเร็จในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ และการจัดงานนิทรรศการ งานแสดงสินค้า และการจัดประชุมสัมมนา บริษัทฯ จึงได้ขยายธุรกิจ โดยการนำเสนอเนื้อหา (Content) ผ่านสื่อรูปแบบออนไลน์ เพื่อตอบสนองการใช้ชีวิต (Life Style) ของคนรุ่นใหม่เพิ่มมากขึ้น ทั้งการให้บริการฟรีอีเมลล์ การจดทะเบียนโดเมนเนม การประชาสัมพันธ์นิตยสารและงานแสดงสินค้าของบริษัทฯ ผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ของบริษัทฯ รวมทั้งการพัฒนาสื่อรูปแบบใหม่ที่ผสมผสานทั้งวีดิโอและสื่ออินเทอร์เน็ตแอกทีฟ (Interactive Media) ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย และสามารถแทรกการเรียนรู้ให้กับคนรุ่นใหม่ได้อย่างกลมกลืน

จากการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทฯ มีการเพิ่มทุนมาโดยตลอด ปัจจุบัน บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 116,500,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท โดยแบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 466,000,000 หุ้น และมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 78,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 312,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท

**ลักษณะการประกอบธุรกิจ**

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลัก 3 กลุ่ม ดังนี้

**1) ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจ การบริหารจัดการ และไอที**

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายนิตยสาร จำนวน 5 เล่ม เป็นนิตยสารไอทีและคอนซูเมอร์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 4 เล่ม ได้แก่ นิตยสาร COMPUTER.TODAY นิตยสาร COMMART นิตยสาร CEMART นิตยสาร eLeader&eEnterprise และนิตยสารเชิงวิเคราะห์เศรษฐกิจ ธุรกิจ การบริหารจัดการและการตลาด จำนวน 1 เล่ม ได้แก่ นิตยสาร Business+ รวมทั้งผลิตหนังสือรวบรวมข้อมูลรายปี ซึ่งเป็นหนังสือจัดอันดับบริษัทที่มีรายได้รวมสูงสุดของประเทศไทยจำนวน 1,000 บริษัท หนังสือเล่มด้านไอทีได้แก่ หนังสือ Click Today และหนังสือเล่มอื่นๆ เช่น หมวดการบริหาร การจัดการ การตลาด และหมวดทั่วไป เป็นต้น

**2) ธุรกิจการจัดงานนิทรรศการ งานแสดงสินค้า และการจัดประชุมสัมมนา**

ปัจจุบัน บริษัทฯ จัดงานแสดงสินค้าไอทีในกรุงเทพมหานครจำนวน 3 งาน ต่อปี ซึ่งได้แก่ งาน COMMART Thailand งาน COMMART X'Gen Thailand และงาน COMMART COMTECH Thailand โดยมีผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าเข้าร่วมงานมากกว่า 300 ตรายี่ห้อ (Brand) รวมทั้งมีการจัดงาน COMMART Regional ในภูมิภาคต่างๆ ซึ่งประกอบด้วยงาน COMMART E-Saan (คอมมาร์ตอีสาน) และ COMMART Burapha (คอมมาร์ตบูรพา) รวมทั้ง COMMART Campus (คอมมาร์ตแคมปัส) นอกจากนี้ เพื่อเพิ่มความหลากหลายในการจัดงานแสดงสินค้า บริษัทฯ ได้เริ่มจัดงาน CEMART (Consumer Electronics Mart) ขึ้น เป็นครั้งแรก ในเดือนสิงหาคม ปี 2553 ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและคอนซูเมอร์ อิเล็กทรอนิกส์ นอกเหนือจากงานแสดงสินค้า บริษัทฯ ยังได้รับความไว้วางใจจากหลายหน่วยงาน ทั้งภาครัฐ และเอกชน ให้เป็นผู้จัดและบริหารงานประชุมสัมมนาและกิจกรรมในหลายรูปแบบ อาทิ งานอภิปรายให้ความรู้ทางการจัดการธุรกิจ งานสัมมนากลุ่มย่อย Workshop งานนิทรรศการ หรือจัดกิจกรรมให้ความรู้ต่างๆ ให้กับองค์กรทั่วไป

### 3) ธุรกิจสื่อดิจิทัลและสื่ออื่น

จากการที่ในปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้อ่านและผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง มีความสะดวก รวดเร็ว และมีค่าใช้จ่ายต่ำ ส่งผลทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการรับรู้ข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ ไปหาเนื้อหาทางสื่อ อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคดังกล่าว บริษัทฯ จึงได้มีการพัฒนาเว็บไซต์ ต่างๆ ขึ้น เนื่องจากบริษัทฯ ถือเป็นผู้ผลิตเนื้อหา (Content Provider) จึงสามารถนำเนื้อหาจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ไปต่อยอดการ ดำเนินธุรกิจบนสื่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยปัจจุบัน บริษัทฯ มีเว็บไซต์ทั้งสิ้น 8 เว็บไซต์ ได้แก่ [www.arip.co.th](http://www.arip.co.th) เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลทางด้านไอที คอนซูเมอร์อิเล็กทรอนิกส์ [www.comtodaymag.com](http://www.comtodaymag.com) และ [www.commart.co.th](http://www.commart.co.th) เพื่อ ประชาสัมพันธ์นิตยสาร [www.commartthailand.com](http://www.commartthailand.com) และ [www.cemartthailand.com](http://www.cemartthailand.com) เพื่อประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าของ บริษัทฯ [www.buzzidea.tv](http://www.buzzidea.tv) เพื่อเป็นสถานีทีวีออนไลน์ [www.thaimail.com](http://www.thaimail.com) เพื่อให้บริการฟรีอีเมลล์ และ [www.thdomain.com](http://www.thdomain.com) เพื่อให้บริการจดทะเบียนโดเมนเนม

### ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานในช่วงปี 2550 ปี 2551 และปี 2552 บริษัทฯ มีรายได้ที่ลดลงซึ่งเกิดจากผลกระทบตามภาวะ เศรษฐกิจ การเมือง บริษัทฯ จึงได้ปรับกลยุทธ์การแข่งขัน โดยเฉพาะในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ รวมทั้งควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายให้ มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การปรับกลยุทธ์ดังกล่าวส่งผลให้บริษัทฯ มีอัตรากำไรที่ดีขึ้น และจากภาวะเศรษฐกิจที่ปรับตัวไปใน ทิศทางที่ดีขึ้นในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2553 ประกอบกับการปรับกลยุทธ์ดังกล่าวทำให้บริษัทฯ มีรายได้ที่เพิ่มขึ้น ใน ขณะเดียวกันบริษัทฯ ยังคงสามารถควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นทำให้บริษัทฯ มีผลประกอบการที่ดี ขึ้น

โดยรายได้รวมของบริษัทฯ ลดลงจาก 307.86 ล้านบาท ในปี 2550 เป็น 286.59 ล้านบาท ในปี 2551 คิดเป็นอัตราลดลงร้อยละ 6.91 และลดลงเป็น 225.92 ล้านบาท ในปี 2552 คิดเป็นอัตราลดลงร้อยละ 21.17 สำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2553 รายได้รวมปรับเพิ่มขึ้นจาก 150.33 ล้านบาทในงวดเดียวกันของปี 2552 เป็น 180.17 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นที่ร้อยละ 19.85 โดยในงวด 9 เดือนของปี 2553 รายได้รวมของบริษัทฯ แบ่งออกเป็นรายได้จากธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์จำนวน 60.19 ล้านบาท ธุรกิจการจัดงานนิทรรศการ งานแสดงสินค้า และการจัดประชุมสัมมนา จำนวน 113.28 ล้านบาท ธุรกิจสื่อดิจิทัลและสื่ออื่น จำนวน 6.13 ล้านบาท และรายได้อื่น จำนวน 0.58 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 33.40 ร้อยละ 62.87 ร้อยละ 3.40 และร้อยละ 0.32 ของรายได้รวม ตามลำดับ

รายได้รวมของบริษัทฯ ที่ลดลงในปี 2550 ปี 2551 และปี 2552 สาเหตุส่วนหนึ่งเกิดจากธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งได้รับ ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจจะล่อตัวลง ทำให้มูลค่าการขายโฆษณาตกลง ประกอบกับการปรับกลยุทธ์ในการผลิตหนังสือเล่มของ บริษัทฯ โดยเน้นผลิตเฉพาะหนังสือที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของตลาด นอกจากนี้ ในปี 2552 บริษัทฯ ได้ยกเลิกการจัดทำ หนังสือพิมพ์ด้านธุรกิจซึ่งมีต้นทุนสูงและได้แจ้งยกเลิกนิตยสารไอทีที่บริษัทฯ ซึ่งถือลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ เพื่อผลิตและจำหน่ายใน ประเทศไทย เนื่องจากเจ้าของลิขสิทธิ์นิตยสารดังกล่าวได้เปลี่ยนรูปแบบการพิมพ์โดยยกเลิกการพิมพ์นิตยสาร แล้วหันไปนำเสนอ เนื้อหาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตแทน ส่งผลทำให้รายได้ธุรกิจสิ่งพิมพ์ลดลง อย่างไรก็ตาม จากการปรับหัวหนังสือ Business.Com เป็น Business+ รวมทั้งปรับเนื้อหาให้เน้นการบริหาร การจัดการ และการตลาดมากขึ้น ในช่วงปลายปี 2552 ทำให้รายได้จากการขาย โฆษณาของนิตยสารดังกล่าวช่วยชดเชยรายได้ส่วนหนึ่ง โดยรายได้จากธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ลดลงร้อยละ 14.80 และร้อยละ 35.21 สำหรับปี 2551 และปี 2552 ตามลำดับ สำหรับรายได้ในส่วนของการจัดงานนิทรรศการ งานแสดงสินค้า และการจัด ประชุมสัมมนา มีอัตรากำไรลดลงร้อยละ 1.09 และร้อยละ 13.21 สำหรับปี 2551 และปี 2552 ตามลำดับ สาเหตุส่วนใหญ่เกิดจาก การที่บริษัทฯ รับจ้างจัดงานประชุมสัมมนาตกลง ตามการชะลอตัวของภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจรวมทั้งภาครัฐ ต่างลดค่าใช้จ่ายในส่วนของการทำการตลาด รวมทั้งการจัดงานต่างๆ ลง สำหรับรายได้จากสื่อดิจิทัลและสื่ออื่น ถึงแม้ยังคงมี สัดส่วนไม่มาก เมื่อเทียบกับรายได้รวมทั้งหมด แต่มีแนวโน้มการเติบโตสูง โดยมีอัตรากำไรเติบโตร้อยละ 2.24 และร้อยละ 42.93 ในปี 2551 และปี 2552 ตามลำดับ

ตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จากการที่บริษัทฯ ได้มีการปรับกลยุทธ์การแข่งขันในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ส่งผลให้บริษัทฯ มี อัตรากำไรที่ดีขึ้น โดยบริษัทฯ มีอัตรากำไรขั้นต้นในปี 2550 ปี 2551 และปี 2552 เท่ากับร้อยละ 34.98 ร้อยละ 38.35 และร้อยละ 38.13 ตามลำดับ โดยในปี 2551 บริษัทฯ มีอัตรากำไรขั้นต้นที่ดีขึ้นเนื่องจากมีความสามารถในการบริหารต้นทุนได้ดีขึ้น ในขณะที่

ที่ปี 2552 ถึงแม้ว่าจะเป็นช่วงภาวะเศรษฐกิจถดถอย บริษัทฯ มีอัตรากำไรขั้นต้นเทียบเคียงได้กับปี 2551 เนื่องจากการยกเลิกการผลิตหนังสือพิมพ์ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายต้นทุนสูง นอกจากนี้ บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยลดลงจากจำนวน 85.65 ล้านบาท ในปี 2550 เป็นจำนวน 69.37 ล้านบาท ในปี 2551 และจำนวน 63.93 ล้านบาท ในปี 2552 คิดเป็นอัตรารีดลดที่ร้อยละ 19.01 และร้อยละ 7.85 ในปี 2551 และปี 2552 ตามลำดับ ถึงแม้ว่ารายได้ในปี 2551 และปี 2552 จะปรับตัวลดลง แต่บริษัทฯ มีการควบคุมค่าใช้จ่ายได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น รวมถึงการให้ความสำคัญกับการพิจารณาเลือกสื่อในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มากขึ้นและการปรับโครงสร้างองค์กรทำให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่าง ๆ ลดลง โดยบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 13.46 ล้านบาท ในปี 2550 จำนวน 28.06 ล้านบาท ในปี 2551 และจำนวน 14.67 ล้านบาท ในปี 2552 คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 4.37 ร้อยละ 9.79 และร้อยละ 6.49 ตามลำดับ

รายได้รวมสำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2553 ของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 19.85 เป็นผลจากการมุ่งเน้นปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาในนิตยสาร Business+ การรวมหัวนิตยสาร eLeader & eEnterprise เข้าด้วยกัน เพื่อเพิ่มความเข้มข้นของเนื้อหาและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการจัดงาน CEMART (Consumer Electronics Mart) ขึ้นเป็นครั้งแรกในเดือนสิงหาคม 2553 เพื่อเป็นงานแสดงสินค้าคอนซูเมอร์ อิเล็กทรอนิกส์ ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ โดยพื้นที่การจัดงานครั้งแรกประมาณ 7,000 ตารางเมตร ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจที่มีการฟื้นตัวส่งผลให้บริษัทฯ มีรายได้เพิ่มขึ้น ในขณะที่บริษัทฯ สามารถควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายได้อย่างต่อเนื่อง ในขณะเดียวกันการพัฒนาในธุรกิจสื่อดิจิทัลเริ่มเห็นผลมากขึ้น ทำให้บริษัทฯ มีอัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 36.85 ในงวด 9 เดือนแรกของปี 2552 เป็นร้อยละ 45.03 ในงวด 9 เดือนแรกของปี 2553 และมีกำไรสุทธิจำนวน 26.40 ล้านบาท โดยมีอัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 14.65

สินทรัพย์รวมของบริษัทฯ มีจำนวน 154.89 ล้านบาท จำนวน 160.54 ล้านบาท จำนวน 131.51 ล้านบาท และจำนวน 127.09 ล้านบาท ในปี 2550 ปี 2551 ปี 2552 และ ณ สิ้นไตรมาส 3 ของปี 2553 ตามลำดับ ทั้งนี้ สินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัทฯ ประกอบด้วย ลูกหนี้การค้า สินค้าคงเหลือ ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนซึ่งเป็นซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ที่บริษัทฯ ใช้ในการประกอบธุรกิจ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.78 ร้อยละ 1.24 ร้อยละ 48.10 และร้อยละ 1.42 ของสินทรัพย์รวมตามลำดับ ในขณะที่หนี้สินรวมของบริษัทฯ มีจำนวน 69.98 ล้านบาท จำนวน 47.56 ล้านบาท และจำนวน 34.03 ล้านบาท ในปี 2550 ปี 2551 และปี 2552 ตามลำดับ ณ สิ้นไตรมาส 3 ของปี 2553 บริษัทฯ มีหนี้สินจำนวน 40.79 ล้านบาท โดยเป็นหนี้สินหมุนเวียนทั้งจำนวน ซึ่งประกอบด้วยหนี้สินหมุนเวียนที่สำคัญได้แก่ เจ้าหนี้การค้า ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย รายได้รับล่วงหน้า และภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.12 ร้อยละ 6.15 ร้อยละ 9.47 และร้อยละ 4.49 ของสินทรัพย์รวมตามลำดับ

ในปี 2550 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 84.91 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 112.97 ล้านบาทในปี 2551 คิดเป็นอัตรเติบโตที่ร้อยละ 33.04 อันเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิของบริษัทฯ ณ สิ้นปี 2552 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 97.48 ล้านบาท คิดเป็นอัตรารีดลดที่ร้อยละ 13.71 ซึ่งเกิดจากการที่บริษัทฯ จ่ายเงินปันผลในระหว่างปี 2552 จำนวน 30.16 ล้านบาท ในขณะที่กำไรสุทธิของบริษัทฯ ในปี 2552 เท่ากับ 14.67 ล้านบาท ณ สิ้น ไตรมาส 3 ของปี 2553 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 86.30 ล้านบาท คิดเป็นอัตรารีดลดที่ร้อยละ 11.47 เกิดจากการที่บริษัทฯ มีการเพิ่มทุนจำนวน 20 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิจำนวน 26.40 ล้านบาท ในขณะที่มีการจ่ายเงินปันผลจำนวน 57.59 ล้านบาท

ในปี 2550 ปี 2551 และปี 2552 บริษัทฯ มีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 1.40 เท่า 1.99 เท่า 1.96 เท่า ตามลำดับ และ ณ สิ้นไตรมาส 3 ของปี 2553 บริษัทฯ มีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 1.48 เท่า โดยอัตราส่วนสภาพคล่องลดลงเนื่องจากบริษัทฯ มีการจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้น ทำให้เงินสดและเงินฝากธนาคารของบริษัทฯ ลดลง ในขณะที่หนี้สินหมุนเวียนของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่จากรายได้รับล่วงหน้าที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากบริษัทฯ ได้รับชำระเงินล่วงหน้าจากลูกค้าเข้าพื้นที่ในงาน COMMART COMTECH Thailand ซึ่งจะจัดขึ้นในต้นเดือนพฤศจิกายน 2553

## **ปัจจัยความเสี่ยง**

### **1. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากร**

เนื่องจากธุรกิจหลักของบริษัทฯ เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology : IT) ซึ่งต้องพึ่งพิงบุคลากรที่มีความรู้ มีความสามารถทางด้าน IT รวมทั้งจะต้องมีความเข้าใจภาวะตลาดและแนวโน้มสินค้าไอทีเป็นอย่างดี เพื่อจัดทำเนื้อหา ข่าวสาร ข้อมูลสำหรับสื่อต่างๆ ของบริษัทฯ เช่น นิตยสาร หนังสือเล่ม การจัดงานแสดงสินค้า สื่อดิจิทัลและสื่ออื่นๆ ของบริษัทฯ ซึ่งบุคลากรเหล่านี้ ถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ดังนั้น หากต้องเสียบุคลากรเหล่านี้ไป อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีมาตรการในการลดความเสี่ยงจากการสูญเสียบุคลากรดังกล่าว โดยบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรให้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานและเติบโตไปพร้อมๆ กับการประสบความสำเร็จของบริษัทฯ มีการจ่ายค่าตอบแทนในอัตราตลาด เพื่อจูงใจให้บุคลากรดังกล่าวทำงานที่บริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งบริษัทฯ ได้มีการจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ให้กับกรรมการและพนักงานของบริษัทฯ เพื่อเสริมสร้างกำลังใจ และแรงจูงใจให้พนักงานทำงานอยู่กับบริษัทฯ ในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีนโยบายในการพัฒนาความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นทีม ไม่ยึดติดกับตัวบุคคล ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะ

### **2. ความเสี่ยงจากการแข่งขันและจำนวนคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น**

ธุรกิจสื่อประเภทนิตยสารถือว่ามีการแข่งขันสูง ปัจจุบันมีนิตยสารไอทีกว่า 20 หัวนิตยสาร ทั้งนิตยสารที่ซื้อลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ และนิตยสารที่ผลิตเองในประเทศ จากการที่บริษัทฯ อยู่ในธุรกิจสื่อด้านไอทีมากกว่า 20 ปี ทำให้มีความเข้าใจภาวะและแนวโน้มตลาดสินค้าไอทีเป็นอย่างดี บริษัทฯ จึงสามารถคัดเลือกเนื้อหาที่อยู่ในความสนใจได้ทันต่อเหตุการณ์ นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนานิตยสารในเครืออย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการปรับขนาดหนังสือ ให้มีขนาดเล็กกะทัดรัด พกพาสะดวก การรวมนิตยสาร 2 เล่มให้เป็นฉบับเดียวเพื่อเพิ่มความเข้มข้นของเนื้อหา ทำให้นิตยสารไอทีของบริษัทฯ ได้รับความนิยมและการยอมรับอย่างกว้างขวาง

สำหรับ ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า บริษัทฯ เป็นผู้นำการจัดงานแสดงสินค้าไอที แต่ในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมา มีบริษัทค้าปลีกอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และสินค้าไอทีหลายแห่งได้เริ่มมีการจัดงานแสดงสินค้าไอทีและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งถือเป็นการแข่งขันทางอ้อมกับงานที่บริษัทฯ จัด แต่ด้วยประสบการณ์การจัดงานแสดงสินค้ากว่า 10 ปี โดยใช้กลยุทธ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ที่เน้นความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ภายในงาน การเลือกสถานที่จัดงานที่อยู่กลางใจเมือง พื้นที่กว้างขวาง เดินทางสะดวก มีการจัดกิจกรรมและการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจต่างๆ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ที่ครอบคลุมทุกสื่อ ประกอบกับความสัมพันธ์อันดีกับผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าต่างๆ ทำให้งานแสดงสินค้าของบริษัทฯ ยังสามารถรักษาความนิยมทั้งจากผู้เข้าชมงานและผู้เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าในงานได้เป็นอย่างดี

สำหรับธุรกิจสื่อดิจิทัลและสื่ออื่น โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ ปัจจุบัน มีการเปิดเว็บไซต์เป็นจำนวนมาก เนื่องจากทำได้ไม่ยากนัก อย่างไรก็ตาม จากประสบการณ์ในการสร้างสรรค์สื่อสิ่งพิมพ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านไอทีที่ยาวนานกว่า 20 ปี บริษัทฯ จึงมีความพร้อมในด้านเนื้อหาและความน่าเชื่อถือ โดยบริษัทฯ สามารถนำเนื้อหาและฐานข้อมูลที่มีมาพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการผ่านสื่อดิจิทัล ถึงแม้รายได้จากธุรกิจสื่อดิจิทัลและสื่ออื่นในปัจจุบัน ยังมีสัดส่วนไม่มากนัก แต่มีแนวโน้มการเติบโตสูงตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี

### **3. ความเสี่ยงจากการปรับเพิ่มขึ้นของราคากระดาษและการขาดแคลนกระดาษ**

กระดาษเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตนิตยสาร และหนังสือ ถึงแม้บริษัทฯ จะไม่มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง แต่บริษัทฯ เป็นผู้สั่งซื้อและจัดหากระดาษที่ใช้ในการจัดพิมพ์นิตยสารและหนังสือให้แก่โรงพิมพ์ เนื่องจากกระดาษจัดเป็นสินค้า Commodity ที่มีการเปลี่ยนแปลงราคาตามความต้องการของตลาดและตามปริมาณการผลิตของผู้ผลิตอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการผันผวนของราคากระดาษ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของบริษัทฯ ในขณะที่นิตยสารที่บริษัทฯ ผลิตไม่สามารถปรับราคาได้ เนื่องจากการแข่งขันสูง ในขณะเดียวกันบริษัทฯ อาจประสบปัญหาขาดแคลนกระดาษในกรณีที่ราคาปรับเพิ่มขึ้นได้ เนื่องจากการผลิตนิตยสาร บริษัทฯ สามารถกำหนดปริมาณการจำหน่ายพิมพ์ที่แน่นอน ทำให้บริษัทฯ สามารถคำนวณปริมาณกระดาษที่ใช้ได้ล่วงหน้า บริษัทฯ จึงใช้วิธีการสั่งจองกระดาษกับผู้ผลิตกระดาษ และ/หรือ

ตัวแทนจำหน่ายล่วงหน้าประมาณ 3-6 เดือน วิธีดังกล่าวทำให้บริษัทฯ สามารถหากระดาษได้ตามปริมาณที่ต้องการ ในราคาที่เหมาะสม และช่วยลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนกระดาษ นอกจากนี้ บริษัทฯ จะมีการพิจารณาเปลี่ยนแปลงชนิดกระดาษที่ใช้ เพื่อที่จะควบคุมต้นทุนการผลิตและคุณภาพการผลิตให้มีความเหมาะสม

#### 4. ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวส่งผลต่ออุตสาหกรรมโฆษณา

ในภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว จะส่งผลกระทบต่อการเติบโตอุตสาหกรรมโฆษณาค่อนข้างมาก เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะพิจารณาลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาลง ซึ่งจะส่งผลต่อรายได้ของบริษัทฯ เนื่องจากบริษัทฯ มีรายได้ค่าโฆษณาเป็นหลักในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ตระหนักถึงผลกระทบดังกล่าว จึงมีการพัฒนาปรับปรุงเนื้อหา และรูปแบบของนิตยสารให้ตอบสนองความต้องการของผู้อ่านอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งเพื่อดึงดูดลูกค้าซื้อโฆษณาของบริษัทฯ เช่น การปรับปรุงเนื้อหา และเปลี่ยนชื่อนิตยสาร Business.Com ซึ่งเดิมเป็นนิตยสารที่เน้นส่วนผสมระหว่างธุรกิจและไอที เป็น Business+ ซึ่งปรับปรุงเนื้อหาให้เป็นนิตยสารเชิงบริหาร การจัดการโดยตรง ทำให้บริษัทฯ สามารถขยายฐานลูกค้าโฆษณาได้หลากหลายมากขึ้น โดยได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีทั้งจากผู้อ่านและลูกค้าที่ซื้อโฆษณา รวมทั้ง การรวมนิตยสาร 2 เล่มเป็นฉบับเดียวเพื่อเพิ่มความเข้มข้นของเนื้อหา บริษัทฯ ยังใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขาย โดยเน้นให้มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษในการดึงดูดลูกค้าให้ลงโฆษณากับบริษัทฯ เช่น การขายโฆษณานิตยสารเป็น Package ลงโฆษณาในนิตยสารหลายเล่มของบริษัทฯ ตลอดจนโฆษณานี้สื่อดิจิทัลหรือร่วมกับการให้บูธ (Booth) ในงานแสดงสินค้าของบริษัทฯ เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังร่วมจัดกิจกรรมทางการตลาด เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้ากับผู้อ่านนิตยสาร เป็นการต่อยอดธุรกิจให้กับลูกค้า และเพิ่มรายได้ให้กับบริษัทฯ

#### 5. ความเสี่ยงเรื่องสถานที่จัดงานแสดงสินค้า

สถานที่จัดงานที่เหมาะสมถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการช่วยให้งานแสดงสินค้าประสบความสำเร็จ โดยงานแสดงสินค้าของบริษัทฯ ที่จัดขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร จะจัดที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์มาโดยตลอด เนื่องจากเป็นทำเลที่เหมาะสม ตั้งอยู่กลางใจเมือง เดินทางสะดวกด้วยรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) พื้นที่ในการจัดงานกว้างขวาง โดยบริษัทฯ จะทำการตกลงกับศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์สำหรับแผนการจัดงานทั้งปี แต่สัญญาเช่าจะเป็นสัญญาแต่ละครั้งของงานที่จัด ดังนั้นจึงอาจมีความเสี่ยงหากบริษัทฯ ไม่ได้เช่าพื้นที่ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ในการจัดงานแสดงสินค้าในกรุงเทพมหานคร อย่างไรก็ตาม ด้วยความสัมพันธ์ที่ดีกับศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์มาโดยตลอด บริษัทฯ จึงมั่นใจว่าจะสามารถเช่าพื้นที่กับศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ในการจัดงานแสดงสินค้าได้ต่อไป อย่างไรก็ตาม หากบริษัทฯ มีความจำเป็นที่จะต้องย้ายไปจัดงานแสดงสินค้าที่อื่น บริษัทฯ จะยังคงพิจารณาถึงสถานที่ที่เหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัจจุบันมีศูนย์จัดแสดงสินค้าเกิดขึ้นหลายแห่งทั้งในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่มีพื้นที่กว้างขวาง สามารถเดินทางได้โดยสะดวก และจากการที่งานแสดงสินค้าของบริษัทฯ เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางมากกว่า 10 ปี ประกอบกับความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าที่เข้ามาโดยตลอด บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่างานแสดงสินค้าของบริษัทฯ จะยังคงได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีเช่นเดิม

#### 6. ความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้อง

เนื่องจากบริษัทฯ ประกอบธุรกิจด้านสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อดิจิทัล โดยเนื้อหาที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจจะได้จากทั้งหนังสือ บทความที่เขียนโดยกองบรรณาธิการของบริษัทฯ และนักเขียนอิสระ รวมทั้งการแปลจากบทความต่างประเทศ ส่งผลทำให้อาจมีความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้อง ทั้งในเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์ หรือบทวิเคราะห์ที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลอื่น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว ดังนั้น เนื้อหาในการจัดทำสื่อต่างๆ จะต้องจัดทำด้วยความรอบคอบ ระมัดระวัง นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการจัดทำข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ เพื่อเป็นกรอบให้พนักงานยึดถือปฏิบัติ และมีการจัดฝึกอบรม โดยเชิญวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญมาให้ความรู้แก่กองบรรณาธิการ เพื่อทราบปัจจัยความเสี่ยง รวมทั้งกรณีที่จะเกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ได้ เพื่อเป็นการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ได้ระดับหนึ่ง สำหรับนักเขียนอิสระ บริษัทฯ มีการระบุในสัญญาที่นักเขียนอิสระจะต้องยืนยันว่าผลงานของตนมิได้ละเมิดลิขสิทธิ์ผู้หนึ่งผู้ใด และหากมี

ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์เกิดขึ้น ผู้เขียนจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าเสียหายเอง ในขณะที่เดียวกัน บริษัทฯ มีการซื้อประกันภัยทางวิชาชีพ เพื่อลดผลกระทบหากโดนฟ้องร้อง

## 7. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

เทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ปัจจุบัน สื่อดิจิทัล โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ต ถือเป็นช่องทางใหม่ในการนำเสนอเนื้อหา ข้อมูลและข่าวสารต่างๆ ที่รวดเร็ว ครอบคลุม และมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างต่ำ ส่งผลทำให้การใช้อินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน และมีอัตราการใช้งานที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อการค้าและการของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ของบริษัทฯ บริษัทฯ คำนึงถึงความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าว จึงได้เตรียมความพร้อม โดยนำเนื้อหาจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ไปต่อยอดธุรกิจบนสื่ออินเทอร์เน็ต ตั้งแต่ปี 2541 และพัฒนามาโดยตลอด เพื่อที่จะเป็นเป็นผู้ผลิตสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและครบวงจรมากที่สุด ปัจจุบัน บริษัทฯ มีเว็บไซต์ทั้งสิ้น 8 เว็บไซต์ เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลทางด้านไอที และคอนซูเมอร์อิเล็กทรอนิกส์ ประชาสัมพันธ์นิตยสารและงานแสดงสินค้าของบริษัทฯ เป็นสถานีทีวีออนไลน์ รวมทั้งให้บริการฟรีอีเมลและให้บริการจดทะเบียนโดเมน

## 8. ความเสี่ยงจากการที่บริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นในบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2553 นายมินทร์ อิงค์ธเนศ ถือหุ้นในบริษัทฯ คิดเป็นร้อยละ 69.09 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ และภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไปจำนวน 138,400,000 หุ้น และภายหลังจากการใช้สิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่ให้กรรมการและพนักงานจำนวน 15,600,000 หุ้น แล้ว ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ดังกล่าวจะถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 46.42 ซึ่งจะทำให้ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ดังกล่าวสามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกำหนดหรือข้อบังคับของบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนเสียงของผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียง เนื่องจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่สามารถใช้เสียงซึ่งเกินกว่าร้อยละ 25 สำหรับการ行使สิทธิในการคัดค้านในมติต่างๆ ได้ ส่งผลให้ผู้ถือหุ้นรายอื่นไม่อาจถ่วงดุลการออกเสียงของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้

นอกจากนี้ บริษัทฯ แอปซีลอน เวเนเจอร์ส พีทีอี แอลทีดี ถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 29.95 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ และภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไป และภายหลังจากการใช้สิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่ให้กรรมการและพนักงานแล้ว จะถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 20.05 ทั้งนี้ หากผู้ถือหุ้นรายใหญ่สองรายซึ่งไม่เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกันตามมาตรา 258 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ มีการออกเสียงไปในทิศทางเดียวกัน จะมีสิทธิออกเสียงรวมกันในสัดส่วนร้อยละ 66.47 ซึ่งจะทำให้ผู้ถือหุ้นกลุ่มดังกล่าวมีอำนาจในการควบคุมบริษัทฯ และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของบริษัทฯ ได้เกือบทุกเรื่องไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่เกี่ยวข้องกำหนดหรือข้อบังคับของบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัทฯ จึงมีความเสี่ยง จากการไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุล เรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณา อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการแต่งตั้งกรรมการอิสระเข้ามาเป็นคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบ พิจารณา และกลั่นกรองมิให้เกิดรายการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในอนาคต และเพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินงานของบริษัทฯ

## 9. ความเสี่ยงเรื่องผลกระทบต่อราคาหุ้นจากการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ที่ออกให้กรรมการและพนักงานของบริษัทฯ

ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 3/2553 เมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2553 ได้มีมติอนุมัติการออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ให้กับกรรมการและพนักงานของบริษัทฯ จำนวน 15,600,000 หน่วย โดยไม่คิดมูลค่า โดยกรรมการและพนักงานสามารถใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ได้ในราคา 0.25 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาเสนอขายต่อประชาชนทั่วไปในครั้งนี้ โดยกรรมการและพนักงานของบริษัทฯ ที่ได้รับการจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิ จะสามารถใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ในอัตรา 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิต่อ 1 หุ้นสามัญ อายุใบสำคัญแสดงสิทธิ 3 ปี นับจากวันที่ออกจำนวนหุ้นที่บริษัทฯ ออกเพื่อรองรับการใช้สิทธิรวมจำนวน 15,600,000 หุ้น (รายละเอียดเพิ่มเติมแสดงในข้อ 8 โครงสร้างเงินทุน) ดังนั้น ผู้ลงทุนอาจได้รับผลกระทบจากจำนวนหุ้นสามัญที่เพิ่มขึ้นเมื่อกรรมการและพนักงานใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของ

บริษัทฯ (Dilution effect) และจากการที่ผู้ลงทุนกลุ่มดังกล่าวมีต้นทุนที่ต่ำกว่าหากใช้สิทธิแปลงสภาพใบสำคัญแสดงสิทธิและนำหุ้นออกมาขาย เนื่องจากหุ้นสามัญของบริษัทฯ ยังไม่ได้จดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จึงยังไม่มีราคาตลาดของหุ้น แต่หากจะคำนวณจากราคาจองซื้อหุ้นของบริษัทฯ ตามการเสนอขายครั้งนี้ จะมีผลกระทบต่อราคาจากการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิเท่ากับร้อยละ 2.42

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากจำนวนหุ้นสามัญที่ออกเพื่อรองรับการใช้สิทธิของกรรมการและพนักงานของบริษัทฯ ในครั้งนี้ที่มีจำนวนเพียง 15,600,000 หุ้น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 3.46 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดหลังการเสนอขายหุ้นให้กับประชาชน ถือเป็นปริมาณที่น้อยมากจึงไม่น่าส่งผลกระทบต่อราคาหุ้นอย่างมีนัยสำคัญ และผลกระทบต่อดังกล่าว ไม่ได้เกิดขึ้นทันที แต่จะเกิดขึ้นเมื่อมีการใช้สิทธิตามกำหนดระยะเวลาการใช้สิทธิ คือ อีกไม่ต่ำกว่า 1 ปี ข้างหน้า และทยอยใช้สิทธิต่อทุกๆ 6 เดือน

### สรุปข้อมูลหลักทรัพย์ที่เสนอขาย

บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 116,500,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 466,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท และมีจำนวนทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วเท่ากับ 78,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 312,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท

โดยที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 3/2553 เมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2553 มีมติให้เสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ต่อประชาชนทั่วไปจำนวน 138,400,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 30.73 ของทุนชำระแล้วภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้ และมีมติออกหุ้นสามัญจำนวน 15,600,000 หุ้นเพื่อรองรับใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ที่ออกให้กรรมการและพนักงานของบริษัทฯ จำนวน 15,600,000 หน่วย คิดเป็นร้อยละ 3.35 ของทุนจดทะเบียนทั้งหมดภายหลังการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนของบริษัทฯ ให้แก่ประชาชนและการเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญให้กับกรรมการ และพนักงานของบริษัทฯ

บริษัทฯ จะเสนอขายหุ้นสามัญให้แก่ประชาชนจำนวน 138,400,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 0.90 บาท โดยบริษัทฯ มีวัตถุประสงค์ในการนำเงินที่ได้จากการระดมทุนไปใช้เพื่อพัฒนาสื่อทั้งหมดของบริษัทฯ ขยายการจัดงานนิทรรศการ และใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน ทั้งนี้ บริษัทฯ มีความประสงค์ที่จะนำหุ้นสามัญของบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ภายหลังจากที่ได้รับอนุญาตให้เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไปจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

(ผู้ลงทุนควรอ่านละเอียดข้อมูลในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ก่อนตัดสินใจจองซื้อหลักทรัพย์)