

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1.นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 ประวัติและความเป็นมาของบริษัท

บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) เป็นหนึ่งในบริษัทย่อยในสายธุรกิจเอ็ดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศ ของบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“NMG”) ซึ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทฯ ได้ถูกจัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2539 ภายใต้ชื่อ “เนชั่น ซิฟเวอร์วันนี่” ซึ่งต่อมาในปี 2545 ได้มีการเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เนชั่นบุ๊คส์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 1 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊คส์” ในการผลิตและจำหน่ายหนังสือฟ็อกเก็ตบุ๊กส์ ซึ่งได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีได้มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง

ต่อมา ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (NMG) ครั้งที่ 4/2549 เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2549 ได้มีมติให้ปรับโครงสร้างสายธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ เพื่อให้สายธุรกิจดังกล่าวมีการดำเนินงานที่คล่องตัว ชัดเจน และเกิดการเติบโตของธุรกิจตามแผนที่วางไว้ รวมทั้งมีฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งเพียงพอที่จะรองรับการเติบโตในอนาคต โดยไม่ต้องพึ่งพิงความช่วยเหลือด้านการเงินจาก NMG ซึ่งให้บริษัทฯ เป็นบริษัทแม่ของสายธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ และถือหุ้นในบริษัทย่อย และกิจการที่ควบคุมร่วมกันจำนวน 2 บริษัท คือ 1) บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (“NED”) และ 2) บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (“NEE”) ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 และ 49.99 ตามลำดับ อีกทั้งยังรับเป็นผู้ดำเนินการแทน NMG ในธุรกิจตัวแทนขายโฆษณาให้สิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ตัวแทนการพิมพ์และจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารในประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียนบางส่วนให้แก่สำนักพิมพ์ต่างประเทศ รวมทั้งธุรกิจการอบรมสัมมนา, สอนภาษาต่างประเทศ และทักษะการสื่อสาร โดยในการปรับโครงสร้างกลุ่มธุรกิจ บริษัทฯ ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1 ล้านบาท เป็น 70 ล้านบาท ในปี 2549 โดยการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ NMG ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นเดิม และ NMG ได้ขายเงินลงทุนใน NED และ NEE ให้บริษัทฯ ตามมูลค่าทางบัญชี ณ วันที่เกิดรายการ อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ไม่มีการดำเนินธุรกิจการอบรมสัมมนา, สอนภาษาต่างประเทศ และทักษะการสื่อสาร (ซึ่งมีสัดส่วนรายได้ต่ำกว่าร้อยละ 5 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัทฯ) หลังจากไตรมาส 1 ปี 2552 นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังรับโอนธุรกิจสำนักพิมพ์ Bizbook จาก NMG ในไตรมาส 3 ปี 2552 เพื่อให้การแบ่งแยกธุรกิจระหว่างกลุ่มบริษัทฯ และ NMG มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ในการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ครั้งที่ 3/2551 เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2551 ได้มีมติให้บริษัทฯ แปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเปลี่ยนชื่อบริษัทฯ จากบริษัท เนชั่นบุ๊คส์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด เป็นบริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) รวมทั้งเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 70 ล้านบาทเป็น 85 ล้านบาทเพื่อรองรับการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนเป็นครั้งแรก

เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2552 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของ NMG ครั้งที่ 1/2552 ได้อนุมัติแผนงานการเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ และการนำหุ้นสามัญของบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่งการ Spin-off ดังกล่าวเป็นหนึ่งในขั้นตอนสำคัญที่จะเป็นการเพิ่มมูลค่าในการลงทุนของ NMG อีกทั้ง NMG สามารถนำเงินที่ได้จากการเสนอขายหุ้นเดิมพร้อมกับการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนมาจ่ายคืนเงินกู้ยืมซึ่งเป็นการปรับปรุงสถานะทางการเงิน

ของ NMG ให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นของ NMG ในอนาคต ต่อมาเมื่อวันที่ 23 กันยายน 2553 ที่ประชุมคณะกรรมการของ NMG ครั้งที่ 4/2553 ได้มีมติอนุมัติให้ NMG เสนอขายหุ้นสามัญจำนวน 4,000,000 หุ้นที่ NMG ถืออยู่ในบริษัทฯ พร้อมกับการเสนอขายหุ้นให้แก่ประชาชนและบุคคลทั่วไปเป็นครั้งแรกของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม การเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ จะทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของ NMG ในบริษัทฯ ลดลงจากที่เคยถืออยู่ร้อยละ 99.99 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว มาเป็นร้อยละ 77.65 จึงทำให้สัดส่วนการควบคุมในบริษัทฯ ลดลงไปตามสัดส่วนการถือหุ้น อย่างไรก็ตาม NMG ยังคงเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สุดในบริษัทฯ ภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญ และบริษัทฯ ยังคงมีสถานะเป็นบริษัทย่อยของ NMG เช่นเดิม ถึงแม้สัดส่วนการรับรู้รายได้และกำไรรวมถึงเงินปันผลของ NMG จากบริษัทฯ ที่ Spin-off ไปแล้วจะลดลงเนื่องจากสัดส่วนการถือหุ้นที่ลดลง แต่โดยทั่วไปบริษัทที่เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แล้วจะมีการขยายตัวในธุรกิจ ทำให้มีรายได้และผลกำไรที่เติบโตขึ้น ดังนั้นหากบริษัทฯ มีกำไรเพิ่มมากขึ้นจากการขยายตัว ก็อาจทำให้ส่วนแบ่งกำไรและเงินปันผลจากบริษัทฯ เท่าเดิมหรือเพิ่มขึ้นก็ได้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้น NMG เช่นกัน นอกจากนี้ เพื่อเป็นการลดผลกระทบจาก Dilution Effect ที่กล่าวมาข้างต้น คณะกรรมการของบริษัทฯ จึงมีมติให้มีการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนของบริษัทฯ จำนวน 9,000,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47.37 ของจำนวนหุ้นในการเสนอขายหุ้นสามัญครั้งนี้ทั้งหมด 19,000,000 หุ้น เพื่อเสนอขายแก่ผู้ถือหุ้นเดิมของ NMG ทุกรายตามสัดส่วนการถือหุ้นที่มีอยู่ (Pre-emptive right) โดยเป็นการจัดสรรในช่วงเวลาใกล้เคียงกับการเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ ให้แก่ประชาชนและบุคคลทั่วไป ในราคาที่เหมาะสม

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ

- ปี 2539 • จัดตั้งบริษัทฯ ในชื่อ บริษัท เนชั่น ชิฟเวอร์นี่ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท
- ปี 2541 • จัดตั้งบริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด โดยเป็นการร่วมทุนระหว่าง NMG และ เอ็กมอนท์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล โฮลดิ้ง เอ/เอส ด้วยทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท
- ปี 2545 • เปลี่ยนชื่อบริษัทฯ เป็น บริษัท เนชั่นบู้คส์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด
 - ก่อตั้งสำนักพิมพ์ “เนชั่นบู้คส์” เพื่อผลิตฟ็อกเก็ตบุ๊กส์ที่ได้รับลิขสิทธิ์จากทั้งในและต่างประเทศ
- ปี 2549 • บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1 ล้านบาท เป็น 70 ล้านบาท แบ่งออกเป็น 700,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท เสนอขายแก่ผู้ถือหุ้นเดิม คือ NMG
 - ปรับโครงสร้างกลุ่มธุรกิจโดยเข้าถือหุ้นในบริษัทย่อย และกิจการที่ควบคุมร่วมกัน จำนวน 2 บริษัท คือ บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE) และ บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED)
 - รับดำเนินธุรกิจการเป็นตัวแทนขายโฆษณาให้สิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ตัวแทนการพิมพ์และจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์และวารสารในประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียนบางส่วนให้แก่สำนักพิมพ์ต่างประเทศ รวมทั้งธุรกิจการอบรมสัมมนา, สอนภาษาต่างประเทศ และทักษะการสื่อสาร จาก NMG
 - บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) ปรับโครงสร้างทุนเพื่อลดขนาดทุนสะสม โดยเพิ่มทุนจดทะเบียนจากจำนวน 50 ล้านบาท เป็น 165 ล้านบาท โดยจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนให้แก่บริษัทฯ จากนั้น บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) ได้ลดทุนจดทะเบียนจากจำนวน 165 ล้านบาท เป็น 41.25 ล้านบาท
- ปี 2551 • บริษัทฯ แปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเปลี่ยนชื่อบริษัทฯจากบริษัท เนชั่นบู้คส์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด เป็น บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) รวมทั้งเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก

- 70 ล้านบาทเป็น 85 ล้านบาทเพื่อรองรับการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนเป็นครั้งแรก และเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จาก 100 บาทต่อหุ้น เป็น 1 บาทต่อหุ้น
- ปี 2552
- คณะกรรมการของบริษัทฯ มีมติให้มีการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนของบริษัทฯ จำนวน 9,000,000 หุ้น เพื่อเสนอขายแก่ผู้ถือหุ้นเดิมของ NMG ทุกรายตามสัดส่วนการถือหุ้นที่มีอยู่ (Pre-emptive right) โดยเป็นการจัดสรรในช่วงเวลาใกล้เคียงกับการเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ ให้แก่ประชาชนและบุคคลทั่วไป ในราคาที่เท่ากัน
- ปี 2553
- วันที่ 27 – 29 ตุลาคม 2553 บริษัทฯ ให้สิทธิผู้ถือหุ้นสามัญของ NMG จองซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ก่อนจำนวนทั้งสิ้นไม่เกิน 9,000,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 2.40 บาท
 - วันที่ 1-3 พฤศจิกายน 2553 บริษัทฯ เปิดสิทธิจองซื้อหุ้นต่อประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) จำนวนทั้งสิ้น 6,000,000 หุ้น และรวมถึงส่วนที่เหลือจากการใช้สิทธิของผู้ถือหุ้นสามัญของ NMG ซึ่งรวมทั้งสิ้นจำนวน 15,000,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 2.40 บาท บริษัทฯ ได้รับเงินจากการขายหุ้น IPO จำนวน 36 ล้านบาท สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อขยายธุรกิจสิ่งพิมพ์, การพัฒนาธุรกิจบนสื่อใหม่, การผลิตรายการการ์ตูนและรายการที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนเพื่อแพร่ภาพผ่านสื่อโทรทัศน์ และ การบริหารลิขสิทธิ์, ลงทุนเพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศและพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารคลังสินค้า และเป็นเงินทุนหมุนเวียน ทั้งนี้บริษัทฯ เปิดทำการซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์เป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2553
 - วันที่ 28 ธันวาคม 2553 บริษัทฯ เข้าถือหุ้นในบริษัท เอ็นคูปอง จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจขายสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านทางอินเทอร์เน็ต
- ปี 2554
- วันที่ 26 มกราคม 2554 บริษัทฯ จัดแถลงข่าวและเปิดให้บริการซื้อขายสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านทางอินเทอร์เน็ต
 - วันที่ 28 สิงหาคม 2554 เปิดตัวธุรกิจการบริหารลิขสิทธิ์ เซ็นสัญญาซื้อขาย VOOZCLUB จากประเทศเกาหลีเป็นตัวแทนให้ลิขสิทธิ์การ์ตูนการ์ตูน Canimals ในประเทศไทย
 - วันที่ 14 ธันวาคม 2554 บริษัทฯ จัดแถลงข่าวและเปิดตัวหนังสือชีวะประวัติ “สตีฟ จ๊อบส์” ฉบับภาษาไทย
- ปี 2555
- วันที่ 25 กรกฎาคม 2555 บริษัทฯ เปิดตัว Canimals (แคนนิมอลส์) ก๊วนกระป๋องจอมซน ตัวการ์ตูนชื่อดังจากเกาหลีอย่างเป็นทางการ
 - วันที่ 26 พฤศจิกายน 2555 บริษัทฯ เข้าถือหุ้นในบริษัท เนชั่น คิวดส์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ประกอบธุรกิจ และผลิตรายการในรูปแบบต่างๆ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ และสื่อรูปแบบใหม่
 - วันที่ 2 ธันวาคม 2555 บริษัทฯ เปิดตัวช่อง KidZone อย่างเป็นทางการ
 - วันที่ 14 ธันวาคม 2555 บริษัทฯ ดำเนินการเลิกกิจการและชำระบัญชีของ บริษัท เอ็นคูปอง จำกัด
- ปี 2556
- วันที่ 3 เมษายน 2556 บริษัทฯ จัดแถลงข่าวและเปิดตัวหนังสือชีวะประวัติ “ไอน์สไตน์” ฉบับภาษาไทย
 - วันที่ 23 เมษายน 2556 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ได้อนุมัติการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ดังนี้
 - ออกหุ้นสามัญจำนวนไม่เกิน 85,000,000 หุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ตามสัดส่วนจำนวนหุ้นที่ผู้ถือหุ้นแต่ละรายถืออยู่ (Rights Offering) ในอัตราส่วน 1 หุ้นสามัญเดิม ต่อ 1 หุ้นสามัญใหม่ ในราคาเสนอขายหุ้นละ 4 บาท
 - ออกหุ้นสามัญจำนวนไม่เกิน 85,000,000 หุ้น เพื่อรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิ ที่จะเสนอ

ขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น (Rights Offering) และได้รับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ที่ออกและเสนอขายครั้งนี้

- ออกหุ้นสามัญจำนวนไม่เกิน 4,250,000 หุ้น เพื่อรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย (ESOP) โดยไม่คิดมูลค่า มีอัตราการใช้สิทธิคือใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วย ต่อ 1 หุ้นสามัญ ราคาใช้สิทธิ 4 บาทต่อหุ้น

- วันที่ 26 สิงหาคม 2556 จัดตั้งบริษัท ไนน์ บี ไพร์ จำกัด โดยเป็นการร่วมทุนระหว่าง NINE และ บี ไพร์ สัดส่วนการลงทุน 60:40 ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ประกอบธุรกิจให้บริการด้านการศึกษา

1.3 โครงสร้างการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างกลุ่มธุรกิจและการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท NINE ปี 2556



หมายเหตุ :

- 1) เอ็กมอนท์อินเทอร์เน็ตเซ็กเคอร์เนชั่นแนล โฮลดิ้ง เอ/เอส เป็นบริษัทที่ถือหุ้นใหญ่โดย The Egmont Foundation ซึ่งเป็นมูลนิธิที่ก่อตั้งเพื่อทำประโยชน์ให้กับสังคม และดำเนินธุรกิจด้านสื่อและความบันเทิงรายใหญ่ในประเทศแถบสแกนดิเนเวียมากกว่า 130 ปี และดำเนินธุรกิจในประเทศต่างๆ มากกว่า 30 ประเทศ ถือหุ้น NEE ในสัดส่วนร้อยละ 49.00
- 2) บริษัท ไนน์ บี ไพร์ จำกัด จัดตั้งเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2556

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 NINE มีบริษัทย่อย ดังนี้

ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (%)
บริษัทย่อย		
บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด ทุนจดทะเบียน 41.25 ล้านบาท	สื่อโฆษณาทางสื่อรูปแบบใหม่	99.99
บริษัท เนชั่น คิวดีส จำกัด ทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท	ผลิตรายการโทรทัศน์ และให้บริการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์	99.99
บริษัทร่วม		
บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด ทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท	สิ่งพิมพ์	49.99
บริษัท ไนน์ ปี โปรท์ จำกัด ทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท	ให้บริการด้านการศึกษา	59.99

ภาพรวมในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

ลักษณะการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจสำนักพิมพ์ โดยผลิตและจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้และความบันเทิง ในรูปแบบของหนังสือเพื่อเด็กเกิดมัลติ และสิ่งพิมพ์สำหรับเด็ก ซึ่งมิได้มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง ในส่วนของหนังสือเพื่อเด็กเกิดมัลติ กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผ่านตัวบริษัทฯ เองในนามสำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊กส์” ซึ่งผลิตและจำหน่ายหนังสือเพื่อเด็กเกิดมัลติที่ได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ให้เป็นผู้จัดพิมพ์ และจำหน่ายผลงานที่มีคุณภาพ โดยมีกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายหลักเป็นผู้ใหญ่อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาหลากหลายแนว ได้แก่ 1) หมวดบริหารและจัดการ 2) หมวดนวนิยายและวรรณกรรม 3) หมวดภาษาและการเรียนรู้ 4) หมวดศาสนา จิตวิทยา และปรัชญา 5) หมวดทั่วไป ในปี พ.ศ. 2556 กลุ่มบริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายหนังสือเพื่อเด็กเกิดมัลติทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 900 ปก ซึ่งส่วนใหญ่ กลุ่มบริษัทฯ จะจัดจำหน่ายผ่านผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ในประเทศ โดยมีจุดกระจายหนังสือรวมกันทั้งสิ้นมากกว่า 9,500 จุด (ที่มา:บริษัท) นอกจากนั้น กลุ่มบริษัทฯ ยังดำเนินธุรกิจผลิต นำเข้า และจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กเพื่อการศึกษา บันเทิง และการเสริมทักษะ ซึ่งรวมถึงการ์ตูน และนิทานประเภทต่างๆ ผ่าน บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) และ บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE) ในนามสำนักพิมพ์ “เนชั่นเอ็ดดูเทนเมนท์” และ “เนชั่นเอ็กมอนท์” โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี กลุ่มบริษัทฯ จะมุ่งเน้นการผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูนยอดนิยมที่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากสำนักพิมพ์ชั้นนำของประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี ประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศในทวีปเอเชียอื่น ๆ อาทิ เซลล์ดอน, เบิร์ดแลนด์, โดราเอมอน, เครซอนชินจัง, คราก่อนบอล และ นารูโตะ นินจาคาถาโอ้โฮเฮะ เป็นต้น รวมทั้งสิ่งพิมพ์ที่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากกลุ่มประเทศแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย โดยในปี พ.ศ. 2556 กลุ่มบริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 3,500 ปก ซึ่งส่วนใหญ่ กลุ่มบริษัทฯ จะจัดจำหน่ายผ่านเอเยนต์หนังสือ และผู้จัดจำหน่ายหนังสือ โดยมีจุดกระจายหนังสือรวมกันทั้งสิ้นกว่า 9,500 จุด (ที่มา: บริษัทฯ)

กลุ่มบริษัทฯ โดยตัวบริษัทฯ เองยังดำเนินธุรกิจในการเป็นตัวแทนขายและจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ให้แก่สำนักพิมพ์ต่างประเทศ คือ The Wall Street Journal Asia และ The Yomiuri Shimbun รวมทั้งนิตยสารต่างประเทศ เช่น Fortune, Time และ Newsweek เป็นต้น และฐานข้อมูลออนไลน์จากบริษัทรักบี้ ในปี 2556 กลุ่มบริษัทฯ เป็นตัวแทนขายและรับจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศจำนวนทั้งสิ้น 182 ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นลูกค้าธุรกิจทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และกลุ่มนักศึกษา นักวิชาการ โดยมีการจำหน่ายผ่านระบบสมาชิก แพลตฟอร์มและร้านหนังสือ รวมถึงจำหน่ายแบบ Bulk ซึ่งมีจุดกระจายหนังสือพิมพ์และนิตยสารรวมกันทั้งสิ้นมากกว่า 400 แห่ง สำหรับฐานข้อมูลออนไลน์จะมีกลุ่มลูกค้าเป็นสถาบันการศึกษาทุกระดับชั้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็นตัวแทนขายสมาชิกและตัวแทนขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ฉบับที่พิมพ์ในประเทศไทย รับจ้างพิมพ์หนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia และ The Yomiuri Shimbun รวมถึงรับจัดส่งหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศอีกหลายฉบับด้วย

สรุปลักษณะการประกอบธุรกิจของแต่ละบริษัท

บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็กเตอร์เน็ตเวิร์ก จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “NINE”)

- ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์โดยผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือเพื่อการศึกษาที่ได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นกลุ่มผู้อ่านที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และมีได้มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง
- เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ต่างประเทศและนิตยสารต่างประเทศ ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นนักธุรกิจทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ
- เป็นตัวแทนขายสมาชิกและตัวแทนขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ที่พิมพ์ในประเทศไทย รับจ้างพิมพ์หนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia และ The Yomiuri Shimbun รวมถึงรับจัดส่งหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศอีกหลายฉบับ

บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (“NED”)

- ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์โดยผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนเพื่อการศึกษา และบันเทิง สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่เป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี โดยมุ่งเน้นหนังสือการ์ตูนยอดนิยมที่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากสำนักพิมพ์ชั้นนำของประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย รวมทั้งการรู้ความรู้อะไรและวรรณกรรมเยาวชนต่างๆ โดยมีได้มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง

บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (“NEE”)

- ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์โดยผลิต นำเข้า และจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนเพื่อการศึกษา บันเทิง และการเสริมทักษะ สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่เป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี ส่วนใหญ่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากกลุ่มประเทศแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย โดยมีได้มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง
- รับจัดจำหน่ายหนังสือให้แก่ NED

บริษัท เนชั่น คิวดส์ จำกัด

- ดำเนินธุรกิจผลิตรายการในรูปแบบต่างๆ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ และสื่อรูปแบบใหม่

บริษัท ไนน์ บีโพรท์ จำกัด

- ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านการศึกษา

จุดเด่นในการประกอบธุรกิจ

1. ธุรกิจสิ่งพิมพ์

1.1 กลุ่มบริษัทฯ ได้รับการยอมรับและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั่วโลก

กลุ่มบริษัทฯ เป็นผู้ริเริ่มการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์การ์ตูนที่มีการขอลิขสิทธิ์จากสำนักพิมพ์จากต่างประเทศอย่างถูกต้องเป็นรายแรกของประเทศไทย ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา 10 ปี กลุ่มบริษัทฯ ได้พิสูจน์ให้เจ้าของลิขสิทธิ์ต่างๆ ได้เห็นว่า บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างตรงไปตรงมา และถูกต้องตามจริยธรรมการดำเนินธุรกิจที่ดี

จากการยึดแนวทางการดำเนินการข้างต้น ทำให้กลุ่มบริษัทฯ ได้รับการยอมรับและเชื่อมั่นจากสำนักพิมพ์ต่างๆ ทั่วโลก ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ มีโอกาสสูงในการได้รับการพิจารณาคัดเลือกจากสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือที่ได้รับความนิยมจากต่างประเทศเพื่อมาดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศให้ได้ตามเป้าหมาย

1.2 กลุ่มบริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสืออย่างต่อเนื่อง

กลุ่มบริษัทฯ มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยม และมียอดขายรายประเภทสิ่งพิมพ์สูงติดอันดับต้นๆ ของประเทศไทยมาอย่างยาวนาน โดยโดดเด่นในหมวด การ์ตูน, หนังสือเสริมทักษะและพัฒนาสำหรับเยาวชน, หนังสือหมวดธุรกิจ บริหารและการลงทุน, ศาสนา และภาษาอังกฤษ อาทิเช่น นิยายการ์ตูน Boom, หนังสือการ์ตูนโดราเอมอน, ดราก้อนบอล, นารูโตะ นินจาคาถาโอ้โฮเฮะ, เทพมรณะ Bleach, Blue Exorcist, Slam Dunk, เกรซอนจีนจิ้ง, อิคารุเซียนโกะ, นูระ หลานจอมภูต, เคนได้ ควดดาบเดือด, คุโรโกะ นายจิตรพลิกสังเวียนบาส, หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ Disney, หนังสือชุดเจ้าหญิง, นิทานประกอบภาพระบายสี, หนังสือชุดวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์อังกฤษ, หนังสือโครโมะปวยยกมือขึ้น, หนังสือไอน์สไตน์ ชีวิตและจักรวาล, หนังสือคิดแบบอังกฤษ มาร์ก ชักเกอร์เบิร์ก, หนังสือคู่มือลูกลงทุน, หนังสือเพาะหุ่นเป็นเห็นผลยั่งยืน, ผอมสวยกลัวช่วยคุณได้, 15 กฎทองแห่งการพัฒนาตนเอง, ผอมสวยเป๊ะ สไลด์เกาหลี, 30 วัน รายด้วยรายได้ที่ไม่ต้องทำงาน, ไดเอทตามกรุ๊ปเลือด, ถนอมม้าม ขับขี้สารพัดโรค, หนังสือรู้ทันมะเร็ง, หนังสือฮวงจุ้ย, ปฏิทินฤกษ์มงคล, หนังสือแก่นแท้ป้าจ้อ, และหนังสือเลขคณิตพิชิตสมองเสื่อม เป็นต้น ดังนั้น นักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศจึงมีการติดต่อขอจำหน่ายลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมสูงให้แก่กลุ่มบริษัทฯ โดยตรงเป็นประจำ

1.3 กลุ่มบริษัทฯ ผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือหลากหลายประเภท

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ที่ให้ทั้งความรู้และความบันเทิงหลากหลายประเภทในรูปแบบของหนังสือฟ็อกเก็ตบุ๊กส์สำหรับกลุ่มผู้อ่านที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนสำหรับ

กลุ่มผู้อ่านที่เป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี ดังนั้น สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือของกลุ่มบริษัทฯ จึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้ทุกกลุ่ม ทุกเพศ และทุกวัย ซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้อ่านกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

1.4 กลุ่มบริษัทฯ มีผู้อัฒนที่เข้มแข็งและสามารถช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ได้

บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (NMG) ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้อัฒนรายใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจสิ่งพิมพ์มากกว่า 43 ปี รวมทั้งได้รับการยอมรับจากวงการอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ทั่วโลก และเอื้อให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถดำเนินกิจการสิ่งพิมพ์ที่ได้รับการยอมรับจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งสามารถดำเนินธุรกิจได้ในต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้จากการประหยัดจากขนาด (Economy of Scale) ด้วย

นอกจากนี้ การที่ NEE มีบริษัท เอ็กมอนท์ อินเทอร์เน็ตเซ็กเตอร์เนชั่นแนล โฮลดิ้ง เอ/เอส ซึ่งเป็นบริษัทสิ่งพิมพ์ชั้นนำในยุโรป เข้ามาถือหุ้น ก็ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มบริษัทฯ ได้รับความเชื่อถือจากธุรกิจสิ่งพิมพ์ในโลกตะวันตก รวมทั้งได้รับการถ่ายทอดความรู้และวิธีการบริหารจัดการธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานของกลุ่มบริษัทฯ อีกเช่นกัน

1.5 เนื้อหา (Content) และรูปภาพในสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือที่กลุ่มบริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์มีโอกาสนำไปขยายธุรกิจต่อทางสื่ออื่นๆ ได้

จากการที่กลุ่มบริษัทฯ ประสบผลสำเร็จในการผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือที่ได้รับความนิยมสูงดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น กลุ่มบริษัทฯ จึงมีนโยบายที่จะนำเนื้อหา (Content) และรูปภาพจากสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือที่ได้รับลิขสิทธิ์ไปต่อยอดการค้าบริการนอกเหนือจากสิ่งพิมพ์ ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น การให้บริการเนื้อหาผ่านแอปพลิเคชันบนแท็บเล็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่ สมาร์ทโฟน การให้บริการดาวน์โหลดรูปภาพในโทรศัพท์เคลื่อนที่ การให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น การให้บริการดังกล่าวของกลุ่มบริษัทฯ เป็นการเพิ่มช่องทางเลือกให้แก่ผู้อ่านในการบริโภคเนื้อหา และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ในอนาคตอีกด้วย

1.6 ผู้บริหารของกลุ่มบริษัทฯ เป็นผู้ที่มีประสบการณ์สูงในธุรกิจผลิตและจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์

ผู้บริหารของกลุ่มบริษัทฯ มีประสบการณ์ในการบริหารและดำเนินงานในธุรกิจผลิตและจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์กับกลุ่มบริษัทฯ และบริษัทในเครือ NMG ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้นำด้านการผลิตสื่อและสิ่งพิมพ์หลากหลายประเภทในประเทศไทยมาเป็นระยะเวลายาวนาน ดังนั้น ผู้บริหารของกลุ่มบริษัทฯ จึงสามารถใช้ความชำนาญและความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในการบริหารงานกลุ่มบริษัทฯ ให้ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในอนาคต

1.7 กลุ่มบริษัทฯ มีทีมบรรณาธิการที่มีคุณภาพ

จากการที่กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการคัดเลือกจ้างทีมงานบรรณาธิการที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีทัศนคติที่ดีกับสายงาน รวมทั้งมีการพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ทีมงานบรรณาธิการของกลุ่มบริษัทฯ มีคุณสมบัติเพียบพร้อม และสามารถถ่ายทอดงานพิมพ์จากต้นฉบับภาษาต่างประเทศมาเป็นภาษาไทยได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์และ

มีอรรถรส โดยเฉพาะอย่างยิ่งทีมงานบรรณาธิการการ์ตูนญี่ปุ่นที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาที่จบการศึกษาระดับสูงจากประเทศญี่ปุ่น และได้รับการยอมรับจากวงการธุรกิจสิ่งพิมพ์และผู้อ่านว่าเป็นทีมงานที่มีคุณภาพยิ่ง

2. ธุรกิจเพื่อการศึกษา

การดำเนินธุรกิจเพื่อการศึกษา เกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มกันของคณาจารย์คุณภาพสูงในหลากหลายสาขาวิชา สังกัดมหาวิทยาลัยรัฐชั้นนำของประเทศวุฒิการศึกษาระดับปริญญาโทถึงปริญญาเอกจากสถาบันการศึกษาชั้นนำในสหรัฐอเมริกาและ สหราชอาณาจักร มีประสบการณ์สอนสูงสุดมากกว่าสามสิบปี อีกทั้งเรายังมีอาคารสถานที่ที่พญาไท ซึ่งเป็นแหล่งธุรกิจกวดวิชาระดับมัธยมศึกษา ด้วยเหตุนี้ เราจึงสามารถสร้างโอกาสให้แก่แก่นักเรียนที่มุ่งมั่นพัฒนา การศึกษาในระบบการศึกษาที่กำหนดโดยกระทรวงศึกษาธิการ มุ่งมั่นการสอบแข่งขันเพื่อเข้าเรียนในสถาบันการศึกษา ที่ต้องการ รวมทั้งมุ่งมั่นการศึกษาเพื่อการแข่งขันในเวทีการทดสอบความสามารถระดับชาติ จนถึงสนามแข่งขัน โอลิมปิกระดับโลก

3. ธุรกิจโทรทัศน์

3.1 กลุ่มบริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานประกอบธุรกิจโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง

ตลอดระยะเวลากว่า 2 ปี บริษัทฯ ได้บริหารงานสถานีโทรทัศน์ ผลิตและสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์สาระ ความรู้ ความบันเทิง และกิจกรรมดีๆ ให้กับผู้ชม ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มผู้ชมทั่วประเทศ ทั้งในกลุ่มคน เมืองและต่างจังหวัด รวมไปถึงผู้ให้บริการเครือข่ายโทรทัศน์ดาวเทียม และผู้ประกอบการเคเบิลชั้นนำต่างๆ อย่าง ต่อเนื่อง ได้รับการจัดอันดับให้เป็นสถานีสาระบันเทิงสำหรับเด็กและครอบครัวอันดับหนึ่งในตลาด (No.1 of Variety Kids and Family Channel) มาตลอดสองปีที่ผ่านมา (ที่มา : ผลการสำรวจของบริษัท เอจีบี นีสัน ประเทศไทย จำกัด)

3.2 บริษัทฯ มีบุคลากรที่มีความสามารถและเชี่ยวชาญในการทำงานด้านธุรกิจโทรทัศน์

จากการที่กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการคัดเลือกกว่าจ้างทีมงานบริหารและทีมงานฝ่ายผลิตที่มีความรู้ความ เชี่ยวชาญ มีทัศนคติที่ดีกับสายงาน ส่งผลให้การบริหารจัดการ และการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มีคุณภาพและมี ประสิทธิภาพ ได้รับการยอมรับจากวงการธุรกิจโทรทัศน์ว่าเป็นทีมงานที่มีคุณภาพ

3.3 เนื้อหารายการที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์โดยตรง สามารถนำไปขยายธุรกิจต่อในสื่ออื่น

จากการที่กลุ่มบริษัทฯ ประสบผลสำเร็จในการผลิต และสร้างสรรค์รายการสาระบันเทิงสำหรับเด็กและ ครอบครัวจนได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น กลุ่มบริษัทฯ จึงมีนโยบายที่จะนำเนื้อหารายการที่ บริษัทฯ เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ไปต่อยอดการดำเนินธุรกิจนอกเหนือจากที่ทำอยู่ ในฐานะของ Content Provider นำเสนอ รายการต่างๆ ผ่านสื่อโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ในตลาดที่ต้องการเนื้อหารายการที่มีคุณภาพ รวมถึงสื่ออินเทอร์เน็ตและ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น การให้บริการเนื้อหาผ่านแอปพลิเคชันบนแท็บเล็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งการให้บริการ ดังกล่าวของกลุ่มบริษัทฯ เป็นการเพิ่มช่องทางในการรับรู้ รับชม และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

- เป็นหนึ่งในผู้นำและศูนย์รวมสื่อสิ่งพิมพ์ที่ให้สาระความรู้และความบันเทิงที่มีคุณภาพแก่ผู้อ่าน โดยการนำเสนอเนื้อหาสาระจากทั่วโลก
- ดำเนินธุรกิจเพื่อเพิ่มผลตอบแทนสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้นและผู้ที่เกี่ยวข้อง (Stakeholders) ของบริษัทฯ
- ใช้ประสบการณ์และความชำนาญของกลุ่มบริษัทฯ รวมทั้งการหาเนื้อหาที่แตกต่าง และโอกาสจากช่องว่างทางการตลาด ในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่
- ใช้ประโยชน์จากเนื้อหา (Content) ที่กลุ่มบริษัทฯ มี และความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มบริษัทฯ กับเจ้าของลิขสิทธิ์ในต่างประเทศ มาใช้ประโยชน์เพื่อการสร้างรายได้ใหม่จากสื่อใหม่ (New Media)
- พัฒนาบุคลากรและองค์กรเพื่อประสิทธิภาพสูงสุดด้วยหลักธรรมาภิบาลที่ดี

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

รายได้ของกลุ่มบริษัทฯ สามารถจำแนกออกได้เป็น 4 กลุ่มหลักตามประเภทธุรกิจ ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

รายได้จากกลุ่มธุรกิจ	2554		2555		2556	
	ลบ.	ร้อยละ	ลบ.	ร้อยละ	ลบ.	ร้อยละ
1. ธุรกิจสำนักพิมพ์						
1.1 การผลิตและจำหน่ายพ็อคเก็ตบุ๊กส์	62.73	21.14	74.98	21.13	71.05	19.77
1.2 การผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็ก	132.68	44.72	175.36	49.42	144.44	40.18
2. ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศและบริการที่เกี่ยวข้อง ¹	89.34	30.12	79.91	22.52	79.69	22.17
3. ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต	3.83	1.29	4.97	1.40	1.35	0.37
4. ผลิตรายการโทรทัศน์และให้บริการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์	-	-	4.33	1.22	51.32	14.28
5. รายได้อื่น ²	8.11	2.73	15.30	4.31	11.60	3.23
รายได้รวม	296.69	100.00	354.85	100.00	359.45	100.00

หมายเหตุ: ¹ รวมรายได้จากค่าจ้างพิมพ์ ค่าจัดส่ง และค่าบริการจากการเป็นตัวแทนขายโฆษณาในสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

² รายได้อื่นๆ ได้แก่ รายได้ค่าบริการส่วนกลาง ค่าบริการอื่นๆ รายได้จากการให้บริการด้านการศึกษา

รายได้จากการขายเศษซาก ดอกเบี้ยรับ และอื่นๆ เป็นต้น

2.2 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายธุรกิจ

1. ธุรกิจสำนักพิมพ์

1.1 สิ่งพิมพ์สำหรับเด็ก

1.1.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิต นำเข้าและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กเพื่อการศึกษา บันเทิง และการเสริมทักษะ ผ่าน NED และ NEE ในนามสำนักพิมพ์ “เนชั่นเอ็ดดูเทนเมนท์” และ “เนชั่นเอ็ดมอนท์” โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

ก) สิ่งพิมพ์สำหรับเด็กจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย

NED ได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ผลิตสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี ประเทศไทย และประเทศในทวีปเอเชีย โดยได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ชั้นนำ อาทิ Shueisha, Shogakukan, Kodansha, Kadokawa Shoten และ Futabasha เป็นต้น จนถึงปี 2556 NED ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็ก ทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 550 เรื่อง หรือมากกว่า 4,500 ปก ซึ่งดำเนินการในรูปแบบดังต่อไปนี้

- 1) นิตยสารการ์ตูนภายใต้ชื่อ “Boom” ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ เป็นเจ้าของหัวหนังสือ เป็นนิตยสารรายสัปดาห์ที่รวบรวมการ์ตูนญี่ปุ่นยอดนิยมหลากหลายเรื่องจากนิตยสารการ์ตูนรายสัปดาห์อันดับหนึ่งของญี่ปุ่นคือ “Shonen Jump” และการ์ตูนไทยไว้ในเล่มเดียวกัน

- 2) **หนังสือการ์ตูน (Comic Collection)** หมายถึงหนังสือการ์ตูนรวมเล่มและหนังสือการ์ตูนในรูปแบบพิเศษ (Limited Edition) ซึ่งได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางทั้งจากประเทศญี่ปุ่น และประเทศอื่นๆ ในเอเชียรวมทั้งประเทศไทย ส่วนใหญ่ของหนังสือการ์ตูนในกลุ่มนี้เป็นการรวมเล่มจากการ์ตูนที่ลงเป็นตอนๆ ในนิตยสารการ์ตูน “Boom” อาทิ “นารูโตะ นินจาคาถาโอ้โฮเฮะ” “Hunter x Hunter” “เทพมรณะ Bleach” “Jo Jo ล่าข้ามศตวรรษ” “นุระ หลานจอมภูต” “Sket Dance” “Bakuman” “Enigma” “Blue Exorcist” การ์ตูนไทย อาทิ “มิดที่ 13” “อภัยนิชาภา” เป็นต้น และล่าสุด บริษัทได้รับลิขสิทธิ์การ์ตูนเรื่องใหม่ ชื่อ Kuroko No Basket ที่มียอดขายรวมทุกเล่มมากกว่า 24 ล้านเล่มที่ประเทศญี่ปุ่น จากบริษัท Shueisha (ที่มา: Oricon)
 - 3) **หนังสือการ์ตูนเรื่องอื่นๆ ที่ไม่ได้มาจากนิตยสารการ์ตูน “Boom”** อาทิ หนังสือชุด “โดราเอมอน” “รวมผลงานการ์ตูนของ Fujiko F. Fujio ผู้เขียนโดราเอมอน” “เกรียนจีนจัง” “Monster ฉบับ Deluxe” “Pokemon” เป็นต้น
 - 4) **คอมมิกส์ เอซเซ (Comics Essay)** เป็นหนังสือที่มีร้อยแก้วผสมผสานกับลายเส้นการ์ตูน มีเนื้อหาสนุกสนานและให้แง่คิดที่น่าสนใจ อาทิ “ชีวิต 150 cm.” “ชีวิตคนโสดโหดมันฮา” “ชีวิตหญิงเดี่ยว” เป็นต้น
 - 5) **หนังสือการ์ตูนความรู้ (Edutainment Comics)** เป็นการ์ตูนสาระบันเทิง แบ่งเป็นช่องทำนองเดียวกับการ์ตูนญี่ปุ่น มีการแทรกความรู้ต่างๆ และคำอธิบายเชิงวิชาการ ผ่านการเล่าเรื่องที่สนุกสนาน มีทั้งแบบสี่เสี้ยวและภาพสี่สี จากสำนักพิมพ์ชั้นนำของเกาหลี อาทิ “อัลเบิร์ต ไอน์สไตน์ฉบับการ์ตูน” “คู่มือไดโนเสาร์ฆ่าสัตว์สุดชั่วสุดท่วงโลก” และการ์ตูนที่ได้รับลิขสิทธิ์จากบริษัทของคนไทย เช่น “เบิร์ตแลนด์ แดนมหัศจรรย์ ชุดตามรอยพระราชา” เป็นต้น
 - 6) **หนังสือนิทานภาพ (Story Book)** เป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก ประกอบไปด้วยภาพโดยมีเรื่องราวที่จะสอดแทรกปรัชญาสำหรับเด็ก พร้อมทั้งให้ความบันเทิง อาทิ “เชลล์ดอน” จากประเทศไทย “แกะน้อยสุดกวนกับหมาป่าจอมป่วน” จากประเทศจีน “Canimals” จากประเทศเกาหลี เป็นต้น
 - 7) **หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ (Activity Book)** เป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก ประกอบด้วยรูปภาพเป็นส่วนใหญ่ พร้อมความรู้และความบันเทิง ผ่านกิจกรรมต่างๆ อาทิ การระบายสี การวาดรูปต่างๆ การลากเส้น เกมทดสอบความจำ สี ตัวเลข หรือคำศัพท์ง่ายๆ โดยใช้ตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงที่เด็กชื่นชอบ อาทิ กิจกรรมหนังสือกิจกรรมพัฒนาทักษะชุด “เชลล์ดอน” และ “เบิร์ตแลนด์ แดนมหัศจรรย์” จากประเทศไทย “แกะน้อยสุดกวนกับหมาป่าจอมป่วน” จากประเทศจีน เป็นต้น
 - 8) **หนังสือสาระความรู้สำหรับเยาวชน** เป็นหนังสือที่ให้ความรู้ในเรื่องต่างๆ ที่เข้าใจง่าย มีรูปภาพประกอบและวิธีการเล่าที่ดึงดูดความสนใจของเด็ก ขณะเดียวกันก็สอดแทรกความรู้เฉพาะด้านควบคู่ไปด้วย ซึ่งอาจนำไปใช้เป็นหนังสืออ่านนอกเวลา เช่น “100 เรื่องควรรู้สู่ประชาคมอาเซียน” เป็นต้น
- ข) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย
- NEE 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 โดยส่วนใหญ่

ผลิตเป็น 2 ภาษา ซึ่งมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในเล่มเดียวกัน จนถึงปี 2556 NEE ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย ทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 1000 ปก ซึ่งดำเนินการในรูปแบบดังต่อไปนี้

- 1) **นิตยสารสำหรับเด็กชื่อ “Disney & Me”** เป็นนิตยสารรายเดือนสำหรับเด็กอายุ 5-8 ปี ลิขสิทธิ์จาก Disney ซึ่งให้ความรู้พร้อมความบันเทิงโดยการรวมนิทานภาพและกิจกรรมเสริมทักษะไว้ในเล่มเดียวกัน เช่น การระบายสี รูปภาพ ลากเส้น เกมทดสอบความจำ สี ตัวเลข นอกจากนี้ยังได้สอดแทรกความรู้ด้านภาษาอังกฤษ เช่น abc หรือ คำศัพท์ต่างๆ ฯลฯ นิตยสารฉบับนี้จัดพิมพ์เป็นสองภาษา (ไทย-อังกฤษ) เพื่อจูงใจให้ผู้ปกครองเลือกซื้อให้แก่บุตรหลาน และให้ครูพิจารณาใช้เป็นหนังสือเสริมหลักสูตรในโรงเรียน
- 2) **หนังสือนิทานภาพ (Story-telling book)** ซึ่งได้คัดสรรจากนิทานที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางจากทั้งในและต่างประเทศ อาทิ นิทานจากภาพยนตร์ “Frozen ผจญภัยแดนคำสาปราชินีหิมะ” “หนังสือรวมนิทานคลาสสิกของดิสนีย์ ฉบับปกแข็ง” “เจ้าหญิงแปลงโฉม” รวมทั้งนิทานชุด “Mickey & Friends” “Disney Princess” “Winnie the Pooh” ของ Disney “Scooby-Doo” ของ Warner Bros. “Thomas & Friends” ของ Hit Entertainment “Dora the Explorer” และ “SpongeBob” ของ Nickelodeon เป็นต้น นอกจากนี้ NEE ยังได้พัฒนาหนังสือนิทานประกอบกับชุดอ่านออกเสียงทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Read Along) ได้แก่ ชุด “Disney Princess” และ “Disney Pixar” อีกด้วย
- 3) **หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ (Activity Book)** เป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก ประกอบด้วยรูปภาพเป็นส่วนใหญ่ พร้อมความรู้และความบันเทิง ผ่านกิจกรรมต่างๆ อาทิ การระบายสี การวาดรูป การลากเส้น เกมทดสอบความจำ สี ตัวเลข หรือคำศัพท์ต่างๆ ฯลฯ จัดพิมพ์เป็นสองภาษา (ไทย-อังกฤษ) ส่วนใหญ่มีเนื้อหาเกี่ยวกับตัวการ์ตูนที่เป็นที่นิยมระดับนานาชาติ ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ในประเภทนี้ได้แก่ หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะชุด “Mickey & Friends” “Disney Princess” “Frozen ผจญภัยแดนคำสาปราชินีหิมะ” ของ Disney, หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะชุด “SpongeBob” และ “Dora the Explorer” ของ Nickelodeon, “Batman” ของ Warner Bros. เป็นต้น
- 4) **หนังสือวรรณกรรมการ์ตูน** เป็นหนังสือที่มีการเล่าด้วยภาพแบ่งเป็นช่องๆ มีการวางภาพคล้ายการ์ตูนญี่ปุ่น แต่เนื้อหาส่วนใหญ่มาจากวรรณกรรมที่โด่งดังสมัยก่อน มีทั้งแบบพิมพ์สีเดียวและสีสี่ อาทิ “ชุด Manga Shakespeare” เป็นต้น
- 5) **หนังสือสารานุกรมสำหรับเยาวชน** เป็นหนังสือที่เน้นให้ความรู้เชิงวิชาการในหัวข้อต่างๆ และมีรูปภาพประกอบเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของเด็กและเยาวชน สามารถนำไปใช้เป็นหนังสืออ้างอิงหรือสื่อประกอบการเรียนการสอน เพื่อเสริมสร้างความรู้ ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ในประเภทนี้ได้แก่ สารานุกรมชุด “เทคโนโลยีพลิกโลก” ของ Dorling Kindersley เป็นต้น
- 6) **หนังสือคู่มือข้อสอบสำหรับเยาวชน** เป็นหนังสือคู่มือแนวข้อสอบวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์อัจฉริยะ ของโครงการพัฒนาอัจฉริยภาพทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ โดยร่วมกับสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงศึกษาธิการ เหมาะสำหรับนักเรียน ครู และผู้สนใจทั่วไป

1.1.2 ลูกค้าย่อยเป้าหมาย

ลูกค้าย่อยเป้าหมายแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

- กลุ่มเด็กเล็ก (5-8 ปี)
- กลุ่มก่อนวัยรุ่น (9-12 ปี) และวัยรุ่น (13-18 ปี)

โดยหนังสือของกลุ่มบริษัทฯ นั้น มีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าย่อยเป้าหมายในพิสัยที่ต่างกันดังนี้

- หนังสือการ์ตูนและนิตยสารการ์ตูน มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น และอาจรวมไปถึงผู้ใหญ่ที่มีความชื่นชอบในการอ่านหนังสือการ์ตูน เนื่องจากเป็นความบันเทิงรูปแบบหนึ่งที่มีต้นทุนต่ำ
- นิทาน/ หนังสือภาพ/ หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มเด็กเล็ก
- วารสารกรรมเยาวชนมีลักษณะเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ จึงมีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายครอบคลุมกลุ่มเด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น
- หนังสือสาระความรู้มีความละเอียดของเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ ครอบคลุมลูกค้าย่อยเป้าหมายตั้งแต่กลุ่มเด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น
- หนังสือสารานุกรม มีความละเอียดของเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าย่อยเด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น
- หนังสือคู่มือข้อสอบสำหรับเยาวชน กลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มเด็กชั้นประถมศึกษา

1.1.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ก) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย

การจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชียนั้น NED ซึ่งเป็นผู้ผลิตจะขายสิ่งพิมพ์ที่ผลิตทั้งหมดให้แก่ NEE ซึ่งเป็นการขายบนเงื่อนไขไม่มีการรับคืน เพื่อให้ NEE นำไปจำหน่ายต่อให้กับเอเจนต์ที่จัดจำหน่ายการ์ตูน และผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ที่มีร้านหนังสือหลายสาขา ซึ่งเป็นการขายที่อาจมีการรับคืนได้ในภายหลัง โดยเอเจนต์เหล่านี้จะกระจายสินค้าต่อไปยังร้านหนังสือค้าปลีกรายย่อยซึ่งจะจำหน่ายต่อให้แก่ผู้อ่านอีกต่อหนึ่ง และ NEE ยังมีการจัดจำหน่ายโดยตรงแก่ผู้อ่านผ่านระบบสมาชิก

ในปี 2556 NEE จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชียส่วนใหญ่ผ่านเอเจนต์การ์ตูน รองลงมาได้แก่ ร้านหนังสือ ร้านค้าโมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ และ ร้านค้าที่ไม่ได้จำหน่ายหนังสือเป็นหลัก และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ ได้แก่ จำหน่ายตรงผ่านบูธ งาน event ตามลำดับ รวมจุดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 9,500 จุด (ที่มา: บริษัทฯ)

ข) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย

NEE จะทำการจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลียซึ่งตนเป็นผู้ผลิตผ่านผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ที่มีร้านหนังสือหลายสาขา และร้านค้าโมเดิร์นเทรด ซึ่งมีเงื่อนไขการขายที่อาจมีการรับคืนได้ในภายหลัง โดยร้านค้าเหล่านี้จะจำหน่ายต่อให้แก่ผู้อ่านอีกทอดหนึ่ง นอกจากนั้น NEE ยังมีการจัดจำหน่ายโดยตรงแก่สถาบันการศึกษา และผู้อ่านผ่านระบบสมาชิกด้วย

ในปี 2556 NEE จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย ส่วนใหญ่ผ่านร้านหนังสือ รองลงมาได้แก่ ร้านค้าโมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ และ ร้านค้าที่ไม่ได้จำหน่ายหนังสือเป็นหลัก นอกจากนี้ มีการจำหน่ายตรงผ่านบูธ โรงเรียน และองค์กรต่างๆ และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ รวมจัดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 11,500 จุด (ที่มา: บริษัทฯ 9,500 ร้านค้า / 2,000 โรงเรียน)

1.1.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

1) คัดเลือก สร้างสรรค์ พัฒนาสื่อที่มีคุณภาพ

บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและเยาวชนที่มีคุณภาพ ความเหมาะสม และตอบสนองความต้องการของกลุ่มเด็กและเยาวชน รวมทั้งส่งเสริมความรู้ด้านต่างๆ โดยเฉพาะความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ซึ่งสิ่งพิมพ์หลายประเภทของกลุ่มบริษัทฯ มีภาษาไทยควบคู่กับภาษาอังกฤษ

2) คัดเลือก สร้างสรรค์ สิ่งพิมพ์ที่ทันสมัยและได้รับความนิยมระดับนานาชาติ

กลุ่มบริษัทฯ จะใช้ข้อได้เปรียบสำนักพิมพ์อื่นๆ จากการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ในการพิจารณาคัดเลือกสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมสูงจากต่างประเทศ และมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมในประเทศมาทำการผลิต และจัดจำหน่ายได้ตามเป้าหมาย

3) พัฒนาสิ่งพิมพ์ที่สอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอย่างรวดเร็ว

กลุ่มบริษัทฯ มีการติดตามผลตอบรับของการ์ตูนเรื่องต่างๆ ที่ลงในนิตยสาร Boom ของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อคัดเลือกเรื่องที่ได้รับความนิยมสูง มาจัดพิมพ์รวมเล่มออกวางจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านและเพิ่มรายได้จากการ์ตูนเรื่องดังกล่าว

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและเยาวชนที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับสำนักพิมพ์อื่นๆ ในตลาดได้ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อหนังสือ เช่น จัดจำหน่ายหนังสือเป็นชุดในราคาพิเศษ หรือให้ส่วนลดพิเศษพร้อมของสมนาคุณ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ไม่มีนโยบายทำการตลาดด้วยราคาต่ำกว่าคู่แข่ง (Price War)

4) สร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อการมีส่วนร่วมของลูกค้ และกิจกรรมเพื่อสังคม

กลุ่มบริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้ได้รู้จักและมีส่วนร่วมได้แก่ กิจกรรมเปิดตัวหนังสือ กิจกรรมเสวนานักเขียน กิจกรรมแต่งตัวเลียนแบบตัวการ์ตูน (cos' play) กิจกรรมแนะนำหนังสือและเส้นทางสื่อสังคมออนไลน์อิเล็กทรอนิกส์ และอื่นๆ

5) พัฒนานักเขียนไทยให้มีคุณภาพ และก้าวสู่ระดับสากล

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสร้างนักเขียนการ์ตูนไทยหน้าใหม่ เห็นได้จากการจัดประกวดนักเขียนการ์ตูนไทยมาตลอดระยะเวลากว่า 10 ปี การจัดสัมมนาหรือ workshop แก่เด็กและเยาวชนผู้สนใจ การพิจารณาตีพิมพ์การ์ตูนจากนักเขียนการ์ตูนไทยในนิตยสารรายสัปดาห์ “Boom” และหนังสือเล่มอย่างต่อเนื่องตั้งแต่จัดตั้งบริษัทฯ

6) พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการกระจายสื่อที่คัดสรรแล้วว่ามีคุณภาพและมีเนื้อหาเหมาะสมไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ได้แก่ การให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งช่องทางดั้งเดิม ในด้านระบบงาน การพัฒนาความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า และการควบคุมติดตาม เพื่อเปิดโอกาสในการจำหน่ายให้ครอบคลุมหนังสือทุกกลุ่ม ทุกเพศวัย ในทุกช่องทางให้มากที่สุด รวมถึงการเปิดโอกาสการขายผ่านสื่อใหม่ อาทิ โซ

เซ็ลเน็ตเวิร์ก สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังเน้นการเข้าถึงเด็กและเยาวชนเป็นพิเศษผ่านการขายตรงเพื่อเข้าถึงผู้ปกครองของเด็กและเยาวชน รวมถึงการขายตรงเข้าสู่โรงเรียน โดยผ่านทางห้องสมุดหรือ ครู บรรณารักษ์ ครูที่ปรึกษา เพื่อเสนอทางเลือกในการใช้ประกอบการเรียนการสอน หรือมีไว้ให้นักเรียนค้นคว้าประจำห้องสมุดอีกทางหนึ่งด้วย

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 ตัวอย่างหนังสือที่ได้รับความนิยมสูงในกลุ่มนี้ เช่น “สตีฟ จ๊อบส์ (Steve Jobs)” โดย Walter Isaacson ที่มียอดขายสูงต่อเนื่องมาจากรุ่นปี 2554, “คิดแบบอัจฉริยะ มาร์ก ซักเกอร์เบิร์ก” โดย Ekaterina Walter, “ไอน์สไตน์ ชีวิตประวัติและจักรวาล” โดย Walter Isaacson, “เจาะจุดแข็ง” พิมพ์ครั้งที่ 20 หนังสือขายดีมาตลอด 10 ปีของบริษัทฯ โดย Marcus Buckingham และ Donald O. Clifton, Ph. D., “Good Works” โดย Philip Kotler เป็นต้น และในปี 2557 บริษัทฯ ได้ลิขสิทธิ์หนังสือ Alex Ferguson หนังสือที่ทำรายได้มากที่สุดในปี 2013 คือขายได้ถึง 800,000 เล่มในประเทศอังกฤษ ประเทศเดียว ภายในระยะเวลาเพียงไม่ถึง 3 เดือน

นอกจากนี้ยังมีงานเขียนของนักคิด นักเขียนไทยในกลุ่มการบริหารและการจัดการที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่านในวงกว้าง อาทิ “เพาะหุ้นเป็นเห็นผลยิ่งอื่น” โดย กวี ชูกิจเกษม, “30 วันรวยด้วยรายได้ที่ไม่ต้องทำงาน” โดย ดร. วีรพงษ์ ชุตินันท์, “คู่มือลงทุน” โดย เพลินภพ สงเคราะห์ และ กวี ชูกิจเกษม เป็นต้น

(2) หมวดนวนิยาย และวรรณกรรม (Fiction & Literature)

หนังสือในกลุ่มนี้เป็นนวนิยายและวรรณกรรมของนักเขียนไทยและนักเขียนต่างประเทศที่แปลเป็นภาษาไทย เช่น “The Host ร้าง...อุบัติรักข้าม ดวงดาว” โดย Stephenie Meyer นิยายของนักเขียน best seller ที่เนื้อเรื่องได้รับการนำไปทำเป็นภาพยนตร์, “ใต้เงารัตติกาล” โดย Deborah Harkness และนวนิยายของนักเขียนไทย ที่เจาะกลุ่มเป้าหมายนักศึกษามหาวิทยาลัยผู้หญิง และกลุ่มผู้หญิงวัยเริ่มต้นทำงาน ในโลโก้ Nation Books @ Love Story ได้แก่ “สายรุ้งพรางพายุที่ปลายฝัน” โดย บัณฑิตพรณ, “ปราบรัก ปราบหัวใจ” โดย พลอยมณี และ “สะกิดรัก ข่มใจ” โดยแพงกาย เป็นต้น

(3) หมวดภาษา และการเรียนรู้ (Language and Learning)

หนังสือในกลุ่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะด้านภาษาและการทดสอบความถนัดด้านต่างๆ ซึ่งหนังสือในกลุ่มพัฒนาทักษะด้านภาษาที่ได้รับความนิยม เช่น “ภาษาอังกฤษแค่ คริส ก็มันส์แล้ว+CD MP3” โดย คริส โดเฟอร์ ไรท์ นักเขียน Bestseller, หนังสือพัฒนาสมองสำหรับเด็กและผู้ใหญ่ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงจากผู้อ่าน เช่น “เลขคณิตพิชิตสมองเล่ม 5” “เลขคณิตพิชิตสมอง เล่ม 3” และ “สูตรคณิตคิดลัดปลูกพลังสมอง 2” เป็นต้น

(4) หมวดศาสนาและปรัชญา (Religion and Philosophy)

หนังสือในกลุ่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความเชื่อ คำสอนทางศาสนา และปรัชญา เช่น “เบิกบุญเปลี่ยนชีวิต ลิขิตได้ด้วยตัวเรา” โดย น.พ. อรรถเดช นนทะโชติ และ “สุขที่ใจ ใกล้ชิดเดียว” โดย พระไพศาล วิสาโล เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีหนังสือแปลเกี่ยวกับศาสตร์ด้านโหราศาสตร์และฮวงจุ้ย ผลงานของ โจอี ยับ ปริญญาจารย์และที่ปรึกษาผู้มีชื่อเสียงระดับโลก ผลงานของเขาได้รับการแปลเป็นภาษาไทยและมียอดขายที่น่าทึ่งอย่างต่อเนื่อง เช่น “อ่านใบหน้ารู้ชะตาชีวิต” และ “ปฏิทินฤกษ์มงคล ปี 2014” โดย โจอี ยับ ที่ได้รับความนิยมต่อเนื่องมานานถึง 5 ปี เป็นต้น

(5) หมวดทั่วไป (General Interest)

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

แนวไลฟ์สไตล์/ชีวิตคนดัง เป็นการนำแนวการดำเนินชีวิตของผู้ที่ประสบความสำเร็จในด้านต่างๆ มาจัดทำเป็นหนังสือ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อ่าน อาทิ “I AM ISSARA วันวาฬ ของปลาพา” โดย ปลาพา อีสระะ, “หล่อติดแก๊ส” โดย สุรศักดิ์ - สุรัช นิตติวัฒน์ เป็นต้น

แนวสุขภาพ สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์ได้ผลิตหนังสือแนวสุขภาพที่มีคุณภาพและยอดขายสูงอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากนักเขียนไทยที่ได้รับความนิยม ได้แก่ “รู้ทันมะเร็ง 2” โดย นายแพทย์สมหมาย ทองประเสริฐ, “ใครไม่ป่วยยกมือขึ้น เล่ม 4” โดย หมอแดง หมอนัท คี อโรคา, “ถนอมม้าม ขับยั้งสารพัดโรค” โดย หมอไพร เป็นต้น และหนังสือแปลจากต่างประเทศ ที่ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้อ่าน เช่น หนังสือชุด “พอม สวย ได้สไตลกรุ๊ปเลือด” และ “พอมสวยด้วยน้ำผักผลไม้” จากประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น

แนวท่องเที่ยว ผลิตหนังสือทั้งจากนักเขียนไทย และหนังสือแปลจากต่างประเทศ คัดเลือกเนื้อหาของผู้เขียนที่เป็นที่รู้จัก หรือมีความโดดเด่น เช่น “50 ร้านอาหารสุดๆ ในฮ่องกง” โดย ลุงเต้ง ป้าไก่ บล็อกเกอร์ชื่อดังในการแนะนำการท่องเที่ยวฮ่องกง เป็นต้น

1.2.2 ลูกค้านักอ่านเป้าหมาย

ลูกค้านักอ่านเป้าหมายหลักคือผู้มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเองในแง่มุมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทักษะในการทำงาน การใส่ใจสุขภาพ การพัฒนาความคิด และปรัชญาการดำเนินชีวิต และมีความชื่นชอบในการอ่านหนังสือเพื่อความบันเทิงและสาระความรู้

1.2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบัน บริษัทฯ ทำการจัดจำหน่ายหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์ผ่านช่องทางการจำหน่ายประเภทต่างๆ ดังนี้

1. **ร้านหนังสือ** เป็นช่องทางจัดจำหน่ายหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์ที่ใหญ่ที่สุดของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่ผ่าน บมจ.ซีเอ็ดยูเคชั่น ซึ่งจะจำหน่ายหนังสือในร้านหนังสือของตนเองที่มีจำนวนสาขามากที่สุดเป็นอันดับ 1 และกระจายหนังสือสู่ร้านค้าและร้านหนังสือชั้นนำอื่นๆ ต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดจำหน่ายหนังสือกลุ่มหมวดนวนิยายและวรรณกรรมผ่าน บริษัท อมรินทร์ บুক เซ็นเตอร์ จำกัด ผู้บริหารร้านนายอินทร์ ซึ่งมีสาขามากเป็นอันดับ 2 ของประเทศ ด้วยมีทักษะและความชำนาญเกี่ยวกับหนังสือหมวดนี้ เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงผู้อ่านให้มากยิ่งขึ้น รวมถึงมีการวางจำหน่ายแบบเปิดหน้าบัญชีโดยตรงผ่านร้านหนังสืออื่นๆ ที่เป็นช่องว่างทางการตลาด อาทิ ร้านดับเบิลยู บุกทาวเวอร์ ร้านบุ๊คสไมล์ ร้านดีเอ็นเอ ควบคู่ไปกับการผลิตหนังสือเล่มพิเศษจำหน่ายเฉพาะทางภายใต้โครงการ “Only At” ซึ่งมีร้านบุ๊คสไมล์เป็นตลาดหลัก ร้านค้าปลีกเครือข่าย (Chain Store) อื่นๆ เป็นตลาด

รอง เพื่อมุ่งเน้นถ่ายเท หมุนเวียนหนังสือไปถึงผู้อ่านภายใต้แนวคิด “หนังสือดี ราคาประหยัด” อย่างกว้างขวาง ต่อเนื่องอีกด้วย

2. **บุรุษจำหน่ายหนังสือ** เป็นการเปิดบุรุษจำหน่ายหนังสือแก่ผู้อ่านโดยตรง เพื่อผลในการอำนวยความสะดวกในแง่ความครบครัน หลากหลาย ด้วยราคาสมเหตุสมผล ผ่านรูปแบบงานตามสถานที่และขนาดในการจัดงานแบบต่างๆ โดยแบ่งเป็น **งานบุรุษระดับชาติ** โดยการสนับสนุนจากสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย อาทิ งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ งานมหกรรมหนังสือ งานสัปดาห์ครอบครัวหนังสือ งานสัปดาห์หนังสือภาคตะวันออก งานสัปดาห์หนังสือและการเรียนรู้อุบลราชธานี **งานบุรุษโมเดิร์นเทรด** ทั้งที่จัดเอง และจัดร่วมกับห้างสรรพสินค้าต่างๆ ภายในพื้นที่ห้างสรรพสินค้านั้นๆ **งานบุรุษโรงเรียน มหาวิทยาลัย** ทั้งโดยการจัดร่วมกับงานสัปดาห์ห้องสมุด สัปดาห์วิทยาศาสตร์ งานวาระพิเศษต่างๆ ของโรงเรียนแล้ว ยังมีการจัดขึ้นเป็นลักษณะงานโรดโชว์เพื่อให้ความรู้และแนะนำหนังสือไปในตัวอีกด้วยส่วนหนึ่ง
3. **จำหน่ายตรงแก่องค์กร** เป็นการจำหน่ายหนังสือแก่ผู้บริโภคที่เป็นบริษัทเอกชน โรงเรียน มหาวิทยาลัย และหน่วยงานราชการอื่นๆ ที่มีความต้องการหนังสือเพื่อกระตุ้นกิจการของบริษัทฯ
4. **ช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ** เช่น การจำหน่ายหนังสือให้แก่บริษัทในเครือเนชั่น เพื่อใช้เป็นของขวัญปีใหม่หรือของสมนาคุณแก่ลูกค้า และการจำหน่ายผ่านทางไปรษณีย์ และอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ www.nationbook.com และ nationbook.tarad.com ซึ่งให้ส่วนลดเป็นพิเศษแก่ผู้สั่งซื้อ และเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสำหรับผู้่านมากยิ่งขึ้น

ในปี 2556 สำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊กส์” ได้จัดจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางการจำหน่ายหลักคือร้านหนังสือ รองลงมาได้แก่จำหน่ายตรงผ่านบุรุษ โรงเรียน และองค์กรต่างๆ และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ ตามลำดับ รวมจุดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 5,500 จุด (ที่มา : บริษัทฯ)

1.2.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตและจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายครอบคลุมความต้องการของนักอ่านทุกกลุ่มอายุ เพศ และอาชีพ โดยพิจารณาคัดเลือกหนังสือทั้งในแง่ของเนื้อหา คุณภาพ และความเหมาะสม เพื่อให้หนังสือของบริษัทฯ สามารถเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างความบันเทิง และความรู้ของผู้อ่านให้ทันต่อยุคสมัย
- 2) เนื่องจากบริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้น บริษัทฯ จึงใช้ข้อได้เปรียบสำนักพิมพ์อื่นๆ ดังกล่าวในการคัดเลือกผลงานของนักเขียน และสำนักพิมพ์ที่เป็นที่ชื่นชอบของนักอ่านชาวไทย และมีคุณภาพระดับโลกโดยมียอดขายในอันดับต้นๆ (Bestseller) มานำเสนอ
- 3) ในส่วนของหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายที่เป็นหนังสือแปลจากภาษาต่างประเทศ บริษัทฯ ได้มีการมุ่งเน้นคุณภาพการแปลให้มีความถูกต้องตรงกับต้นฉบับมากที่สุด โดยไม่ละทิ้งความสละสลวยของบทความ เพื่อเป็นการเสริมสร้างอรรถรสในการอ่านหนังสือ และเสริมสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้อ่านมากที่สุด
- 4) บริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาจำหน่ายหนังสือที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับสำนักพิมพ์อื่นในตลาดได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อหนังสือ เช่น จัดจำหน่ายหนังสือในราคาพิเศษ หรือให้ส่วนลดพิเศษสำหรับหนังสือบางหมวด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่มีนโยบายทำการตลาดด้วยราคาต่ำกว่าคู่แข่ง (Price War)

- 5) บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่างๆ เช่น การเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือต่างๆ การเปิดตัวหนังสือ การพบปะนักเขียน การจัดส่งหนังสือให้แก่สื่อต่างๆ รวมถึงนักวิจารณ์ เป็นต้น
- 6) บริษัทฯ ได้ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ชื่อของสำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊กส์” และหนังสือให้เป็นที่ยู่อักในกลุ่มผู้อ่านผ่านสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง

1.3 การจัดหาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

1.3.1 การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

กลุ่มบริษัทฯ จะทำการพิจารณาแนวโน้มอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เพื่อวางแผนกำหนดประเภทสิ่งพิมพ์และรูปแบบเนื้อหาที่จะดำเนินการผลิตในแต่ละปี หลังจากนั้น กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการจัดหาและผลิตสิ่งพิมพ์ โดยมีขั้นตอนหลักในการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

1) การคัดสรรสื่อสิ่งพิมพ์

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

หลังจากนั้น คณะทำงานเพื่อคัดเลือกหนังสือของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหาร บรรณาธิการ ฝ่ายขาย และฝ่ายการตลาด จะทำการคัดเลือกสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมในการผลิตและจัดจำหน่ายซึ่งมีคุณสมบัติเบื้องต้นดังนี้

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

2) ติดต่อ เจริญ และทำสัญญาซื้อลิขสิทธิ์

หลังจากที่ได้รายชื่อสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมแล้ว ทางกลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อเจรจาราคา และเงื่อนไขในการซื้อลิขสิทธิ์กับนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ สำหรับหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์ในหมวดทั่วไปบางเล่ม กลุ่มบริษัทฯ อาจดำเนินการติดต่อนักเขียนที่คาดว่าจะเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้อ่านมาเพื่อเขียนหนังสือให้แก่กลุ่มบริษัทฯ จากนั้นจึงทำสัญญากับนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์

3) การจัดเตรียมต้นฉบับภาษาไทย

3.1) การแปล ในกรณีที่หนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศ กลุ่มบริษัทฯ จะติดต่อผู้แปลที่มีความเหมาะสมกับประเภทหนังสือเพื่อดำเนินการแปลเป็นภาษาไทย และติดต่อผู้ที่มีความเหมาะสมกับประเภทหนังสือดังกล่าวเพื่อทำหน้าที่บรรณาธิการเล่มตรวจสอบความถูกต้องของสำนวนแปล ซึ่งภายหลังจากที่ผู้แปลทำการลงนามในสัญญาและได้รับต้นฉบับสิ่งพิมพ์ภาษาต่างประเทศจากกลุ่มบริษัทฯ เรียบร้อยแล้ว ก็จะดำเนินการแปล โดยระยะเวลาในการแปล

นั้นขึ้นอยู่กับประเภทสิ่งพิมพ์ ความยากง่ายของเนื้อหา และจำนวนหน้า ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลาไม่เกิน 1-2 เดือน จากนั้นผู้แปลจะดำเนินการส่งผลงานแปลฉบับสมบูรณ์ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ เพื่อส่งต่อเล่มให้แก่บรรณาธิการดำเนินการตรวจสอบและแก้ไข ภายหลังจากบรรณาธิการตรวจต้นฉบับที่แปลเป็นภาษาไทยสมบูรณ์แล้ว ก็จะดำเนินการส่งให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ในกรณีสิ่งพิมพ์เป็นหนังสือการ์ตูน กลุ่มบริษัทฯ จะมีการนำต้นฉบับหนังสือการ์ตูนภาษาต่างประเทศมาทำการสแกนเพื่อนำมาแปลลงประกอบภาพการ์ตูน

3.2) การจัดรูปเล่ม ภายหลังจากที่กลุ่มบริษัทฯ ได้รับต้นฉบับสิ่งพิมพ์ภาษาไทยฉบับสมบูรณ์ ก็จะนำมาดำเนินการจัดเรียงภาพ เนื้อหา และจัดรูปเล่มให้เหมาะสม ในบางกรณีที่เป็นสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ อาจถูกจำกัดให้จัดเรียงและจัดทำรูปแบบให้เหมือนต้นฉบับภาษาต่างประเทศ นอกจากนั้น กลุ่มบริษัทฯ จะทำการออกแบบปกหนังสือและจัดทำปกขึ้นมาเองในกรณีที่เจ้าของลิขสิทธิ์มีได้บังคับให้ใช้ปกหนังสือของต้นฉบับ หรือในกรณีที่กลุ่มบริษัทฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าปกเดิมไม่เหมาะสม

4) การจัดเตรียมการพิมพ์

4.1) การเตรียมกระดาษ กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อผู้ค้ากระดาษเพื่อดำเนินการสั่งจองกระดาษที่ใช้ในการจัดพิมพ์ ในระหว่างการเตรียมต้นฉบับ โดยปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ซื้อกระดาษเพื่อใช้ผลิตสิ่งพิมพ์จากบริษัทในเครือเนชั่น และผู้จัดจำหน่ายกระดาษภายในประเทศในราคาถูก

4.2) การจัดหาโรงพิมพ์ ในระหว่างการเตรียมต้นฉบับ กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อโรงพิมพ์เพื่อกำหนดรูปแบบการพิมพ์ ค่าจ้างพิมพ์ และวันกำหนดส่งของ โดยมีการเปรียบเทียบและเจรจาต่อรองเพื่อให้ค่าจ้างพิมพ์ต่ำที่สุดภายใต้รูปแบบสิ่งพิมพ์ที่กลุ่มบริษัทฯ ต้องการ ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ใช้บริการโรงพิมพ์จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ บจก. เนชั่น พรินต์ติ้ง เซอร์วิส, 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 จะซื้อลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์มาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นนักเขียนหรือสำนักพิมพ์ทั้งในและต่างประเทศจำนวนหลายราย เพื่อนำมาผลิตและจัดจำหน่ายเพียงรายเดียว (Exclusive) ในประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลา 3 – 5 ปี และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ในราคาและเงื่อนไขเดิม ส่วนใหญ่มีการกำหนดจำนวนขั้นต่ำในการผลิตสิ่งพิมพ์ครั้งแรก ทั้งนี้ เจ้าของลิขสิทธิ์สามารถยกเลิกสัญญาได้ หากกลุ่มบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาด้านการเงิน และ/หรืออยู่ในสถานะล้มละลาย เป็นต้น โดยมีค่าลิขสิทธิ์ที่สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

- 1) ค่าลิขสิทธิ์ขั้นต่ำซึ่งเป็นจำนวนคงที่ (minimum guarantee) กำหนดจากยอดพิมพ์เริ่มต้นขั้นต่ำ หรือประมาณการยอดขาย ชำระ ณ วันที่ลงนามในสัญญา หรือภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้
- 2) ค่าลิขสิทธิ์แปรผันที่คำนวณจากยอดจำหน่ายสิ่งพิมพ์หรือยอดพิมพ์ ซึ่งส่วนใหญ่มีการชำระทุกครึ่งปี หรือหนึ่งปี

ทั้งนี้ ประเภทของคำลิขสิทธิ์ รวมทั้งจำนวน และกำหนดเวลาการชำระค่าลิขสิทธิ์ของแต่ละสัญญานั้น ขึ้นอยู่กับการต่อรองระหว่างกลุ่มบริษัทฯ และเจ้าของลิขสิทธิ์

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจสิ่งพิมพ์

ภาพรวมอุตสาหกรรมธุรกิจสำนักพิมพ์

ปี 2556 เป็นปีที่ธุรกิจสำนักพิมพ์ต้องเผชิญกับความท้าทายหลากหลายปัจจัย โดยสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) แจ้งว่าภาพรวมสิ่งพิมพ์ในประเทศปี 2556 โดยเฉพาะหนังสืออ่านเล่นพกพา หรือ พ็อคเก็ตบุ๊ก นิตยสาร หรือแมกกาซีน ติดลบร้อยละ 20 เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจทำให้กำลังซื้อชะลอตัว ประกอบกับปัญหาการเมืองที่ส่งผลให้ร้านค้าต่าง ๆ จำหน่ายได้ลดลง ซึ่งจะต่อเนื่องมาถึงไตรมาสแรกของปี 2557 ที่คาดว่ามูลค่าตลาดจะลดลงร้อยละ 10 ซึ่งไปในแนวทางเดียวกันกับข้อมูลของผู้เข้าร่วมชมงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 18 ที่มียอดขายจ่ายต่อหนึ่งใบเสร็จลดลง ทำให้รายได้รวมของงานลดลงไป ทั้งๆที่จำนวนผู้เข้าชมงานเพิ่มจากครั้งที่แล้ว คือ จากเดิมประมาณ 1.9 ล้านคน เป็น 2.5 ล้านคน (ที่มา : สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย)

อีกหนึ่งสาเหตุหลักที่ทำให้ตลาดหนังสือหดตัวลง คือการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีมือถือและการสื่อสารที่มีทั้งความเร็ว ความสะดวก ราคาการใช้ที่ถูกกลง และกระจายไปสู่ทั่วประเทศเป็นพื้นที่กว้างขึ้นกว่าเดิม อีกทั้งอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพามีราคาที่ไม่สูง หาซื้อได้ง่าย ทำให้ผู้บริโภคหันไปใช้เวลาไปกับสื่อที่ไม่ใช่หนังสือมากยิ่งขึ้น

นอกจากนั้น บริษัทจัดจำหน่ายหนังสือขนาดใหญ่ได้ขึ้นส่วนแบ่งทางการขายหนังสือจากร้อยละ 40 เป็นร้อยละ 45 ทำให้ต้นทุนในการดำเนินการของสำนักพิมพ์สูงขึ้น ประกอบกับต้นทุนทางด้านอื่นๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ค่ากระดาษ ค่าแรง ค่าขนส่ง ก็สูงขึ้นเช่นเดียวกัน

เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการขายที่จะไปสู่ผู้อ่านโดยตรง อีกทั้งยังลดผลกระทบจากการขึ้นส่วนแบ่งทางการขายของบริษัทจัดจำหน่ายไปด้วยพร้อมกัน ในปี 2557 บริษัทได้จัดทำเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ N-store ซึ่งสามารถขายหนังสือในราคาพิเศษ จัดทำโปรโมชันที่หลากหลาย ส่งหนังสือตรงถึงมือผู้อ่านภายใน 24 ชั่วโมง โดยในระยะแรกจะจำหน่ายสิ่งพิมพ์และ e-book ของเครือเนชั่นเป็นหลัก ทั้งสิ่งพิมพ์ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ และจะขยายไปสู่สินค้าประเภทอื่น รวมถึงรับจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทต่างๆ ในลำดับต่อไป

การแข่งขันของอุตสาหกรรมหนังสือยังคงมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ ปริมาณหนังสือใหม่ที่จะออกในแต่ละเดือนยังมีจำนวนไม่แตกต่างจากปีที่ผ่านมา แต่ละสำนักพิมพ์ต้องพยายามที่จะหากลยุทธ์ที่ได้ผลในการเพิ่มยอดขาย เช่น การเฟ้นหานักเขียนที่ได้รับความนิยม การจัดทำรูปเล่มที่น่าสนใจ การออกแบบหน้าปกให้โดดเด่นกว่าคู่แข่งเมื่อวางที่ชั้นหนังสือ การเพิ่มของแถมของแถมที่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย การทุ่มประชาสัมพันธ์รวมถึงรายการส่งเสริมการขายต่างๆ ทั้งกับร้านหนังสือและผู้อ่าน อีกทั้งการเพิ่มเครือข่ายการขายไปยังแหล่งใหม่ ๆ และการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายที่เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภท ซึ่งบริษัท ฯ เอง ได้ใช้กลยุทธ์ดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่อง และ ในปี 2557 จากการที่เครือเนชั่น ได้ทำการประมูลทีวีดิจิตอลมาได้รวม 2 ช่อง จะเป็นโอกาสที่บริษัทสามารถใช้สื่อโทรทัศน์ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์หนังสือเพื่อขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นนอกเหนือไปจากสื่อเดิมที่มีอยู่

ปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจสำนักพิมพ์

จากการคาดการณ์ของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ทิศทางอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ปี 2556 โดยเฉพาะหนังสืออ่านเล่นพหุภาพ และนิตยสาร คาดว่ามีอัตราการเติบโตลดลง ประมาณร้อยละ 20 และจะต่อเนื่องมาถึงไตรมาสแรกของปี 2557 แต่ธุรกิจสำนักพิมพ์ก็ยังสามารถเติบโตได้จากปัจจัยดังต่อไปนี้ คือ

1. การนำเสนอเนื้อหาของหนังสือไปยังรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีบุ๊ก ที่อ่านได้จากโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต และเครื่องคอมพิวเตอร์ อีกทั้งมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ร่วมกับสื่อต่างๆ 360 องศา เช่น หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ โซเชียล เน็ตเวิร์ค หรือ สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น
2. การเพิ่มช่องทางการขายไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยตรง คือ การขายหนังสือผ่านร้านค้าอีคอมเมิร์ซ ซึ่งสามารถลดผลกระทบของการกระจายสินค้าที่ไม่ตรงกับแหล่งผู้ซื้อ มีผลทำให้ต้องมีการพิมพ์เพิ่มหนังสือเกินความต้องการ อีกทั้งยังลดผลกระทบจากส่วนแบ่งทางการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการขนส่งที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี 2557 บริษัท ฯ ได้จัดทำเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ Nstore ซึ่งสามารถขายหนังสือในราคาพิเศษ จัดทำโปรโมชั่นที่หลากหลาย ส่งหนังสือตรงถึงมือผู้อ่านภายใน 24 ชั่วโมง โดยในระยะแรกจะจำหน่ายสิ่งพิมพ์และ e-book ของเครือเนชั่นเป็นหลัก ทั้งสิ่งพิมพ์ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ และจะขยายไปสู่สินค้าประเภทอื่น รวมถึงรับจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทต่างๆ ในลำดับต่อไป
3. การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับหนังสือ โดยจัดร่วมกับองค์กร บริษัท และร้านค้าต่างๆ ทั้งในรูปแบบของการสัมมนา กิจกรรมเชิงปฏิบัติการ และอื่นๆ โดยมีประโยชน์ทั้งในด้านการเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร และการเพิ่มรายได้
4. การจัดพิมพ์เป็นจำนวนมากเพื่อบริษัท หรือ องค์กรต่างๆ ทั้งนี้ พบว่าในปัจจุบัน หลายหน่วยงานมีความสนใจในการผลิตหนังสือเพื่อเป็นของอภินันทนาการให้แก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น ซึ่งมีทั้งการนำคอนเทนต์ที่สำนักพิมพ์มีอยู่แล้วไปจัดทำฉบับพิเศษ หรือ การจัดทำเนื้อหาขึ้นมาใหม่ทั้งหมด

สภาพการแข่งขันธุรกิจสำนักพิมพ์

ธุรกิจสำนักพิมพ์ซึ่งผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือ เป็นธุรกิจที่ยังคงมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้มีผู้สนใจเข้ามาในธุรกิจสำนักพิมพ์โดยตลอด อีกทั้งธุรกิจสำนักพิมพ์เป็นประเภทธุรกิจที่มีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก มีขนาดของผู้ประกอบการที่แตกต่างกันอย่างหลากหลาย ประกอบกับประเภทและลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือหนังสือ ก็มีความแตกต่างกันอย่างหลากหลายเช่นกัน ดังนั้น การประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ประกอบด้วยปัจจัยหลัก สรุปได้ดังนี้

- ก) เนื้อหา เนื้อหาสาระของหนังสือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้อ่าน ดังนั้น สำนักพิมพ์ที่ประสบความสำเร็จต้องมีการคัดเลือกเนื้อหาที่ตรงต่อความต้องการของผู้อ่านและสามารถสร้างความแตกต่างได้ภายใต้ทางเลือกที่หลากหลายที่มีอยู่ในตลาด
- ข) การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายและสินค้าคงคลัง สำนักพิมพ์ควรบริหารช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมและทันเวลา รวมทั้งควรบริหารระดับของยอดคินหนังสือและสินค้าคงคลังให้เหมาะสมเพื่อลดเงินทุนหมุนเวียน
- ค) พันธมิตรธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นทำให้สำนักพิมพ์จำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์อย่างทันท่วงที โดยนอกเหนือจากการพึ่งพิงความสามารถในการแข่งขันของตนเองแล้ว สำนักพิมพ์อาจ

จำเป็นต้องหาพันธมิตรธุรกิจด้านต่างๆ เช่น สำนักพิมพ์เจ้าของลิขสิทธิ์ชั้นนำในต่างประเทศ และตัวแทนจำหน่ายหนังสือขนาดใหญ่ เป็นต้น

ในการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์การ์ตูนสำหรับเด็ก กลุ่มบริษัทฯ เป็นหนึ่งใน 5 สำนักพิมพ์ที่มียอดขายสูงที่สุดในประเทศไทย โดยสำนักพิมพ์คู่แข่ง 4 บริษัท ได้แก่ สำนักพิมพ์วิบูลย์กิจ สำนักพิมพ์สยามอินเตอร์คอมิกส์ สำนักพิมพ์บุรพัฒน์ และสำนักพิมพ์บงกช พับลิชชิ่ง ซึ่งสำนักพิมพ์ดังกล่าวผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูนจากประเทศญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่ และไม่มีร้านหนังสือเป็นของตนเอง ยกเว้นสำนักพิมพ์สยามอินเตอร์คอมิกส์

ในการผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือฟ็อกเก็ตบุ๊กส์ บริษัทฯ มีสำนักพิมพ์ที่เป็นคู่แข่งกันในตลาดแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

ก) สำนักพิมพ์ที่ไม่มีร้านหนังสือเป็นของตนเอง เช่น สำนักพิมพ์ โพสท์บุ๊กส์ สำนักพิมพ์เอ็กซ์เพอร์เน็ทบุ๊กส์ และสำนักพิมพ์สุภาพใจ เป็นต้น

ข) สำนักพิมพ์ที่มีร้านหนังสือของตนเอง เช่น บมจ. ซีเอ็ดดูเคชั่น สำนักพิมพ์ไคโนเรื่อ บมจ. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง และ สำนักพิมพ์น่านมีบุ๊กส์ เป็นต้น

2. ธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ และบริการที่เกี่ยวข้อง

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศชั้นนำและบริการที่เกี่ยวข้องผ่านตัวบริษัทฯ เอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 สิ่งพิมพ์ที่บริษัทฯ ให้บริการมีทั้งหมด 182 หัว ประกอบด้วยหนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศและนิตยสารภาษาต่างประเทศ และฐานข้อมูลออนไลน์ดังรายชื่อที่แสดงในตารางด้านล่าง ซึ่งธุรกิจดังกล่าวรวมถึงการเป็นตัวแทนขายสมาชิกและเป็นตัวแทนขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ฉบับที่พิมพ์ในประเทศไทย การรับจ้างพิมพ์โดยไม่มีลิขสิทธิ์ในสิ่งพิมพ์ อาทิ หนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia และ The Yomiuri Shimbun รวมถึง การจัดส่งให้แก่หนังสือพิมพ์และนิตยสารอีกหลายฉบับด้วย ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางด้านล่างเช่นกัน โดยการให้บริการดังกล่าวของบริษัทฯ เป็นแบบ One Stop Service เพื่อความสะดวกของเจ้าของสิ่งพิมพ์ในการติดต่อประสานงาน และแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น สำหรับฐานข้อมูลออนไลน์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบดิจิทัลที่บริษัทฯ เห็นว่าเป็นแนวโน้มของหลายสำนักพิมพ์ จึงได้เริ่มเป็นตัวแทนขายสมาชิกฐานข้อมูลออนไลน์โดยเริ่มจากการสารานุกรม Britannica เป็นอันดับแรก

ลำดับที่	ประเภท/หมวด/ ชื่อหนังสือ	จำนวนหัว	บริการที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ *
1	หนังสือพิมพ์	2	
	1. The Yomiuri Shimbun	1	1,2,3,4,5
	2. The Wall Street Journal Asia	1	1,2,4,5
	3. Financial Times	1	2
2	นิตยสาร	178	
	1. Automotive & Motorcycle	8	2
	2. Business & Finance	11	2,5
	3. Computer & Electronics	7	2

	4. Entertainment	14	2
	5. Health & Fitness	6	1,2,3,5
	6. Home & Garden	20	2
	7. Kids & Teens	22	2
	8. Men	8	2
	9. News & Current Affairs	17	1,2,5
	10. Science & Nature	9	2
	11. Sports & Recreation	7	2
	12. Women	23	2
	13. Cooking & Food	8	2
	14. Travel & Vacation	8	1,2,5
	15. Jewelry & Watch	2	2
	16. General Interest	8	2
3	หนังสือ	1	
	1. Veg Haven Guidebooks	1	1
4	ฐานข้อมูลออนไลน์	1	
	1. Britannica	1	2
รวมทั้งหมด		182	

ที่มา: บริษัทฯ

หมายเหตุ: * บริการที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ

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

2.2 ลูกค้าย่อยเป้าหมาย

ในกรณีหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่น กลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายคือ ชาวญี่ปุ่นและครอบครัวที่มาทำนุและทำงานในประเทศไทยทั้งชั่วคราวและเป็นระยะเวลานาน ซึ่งมีการสมัครสมาชิกเป็นรายเดือนเท่านั้น ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้พยายามขยายตลาด โดยเพิ่มทางเลือกในการเป็นสมาชิกระยะยาว เช่น 2 ปี 1 ปี และ 6 เดือน เป็นต้น ในส่วนหนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia กลุ่มเป้าหมายคือ นักธุรกิจชาวต่างชาติ นักธุรกิจและผู้บริหารระดับสูงชาวไทยที่ต้องการได้รับข่าวสารข้อมูลอัปเดตในภูมิภาคเอเชีย และทั่วโลก

บริษัทฯ ยังเดินทางขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มที่มีความสนใจในนิตยสารต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้ตรงกลุ่มมากขึ้น บริษัทฯ ได้แบ่งสินค้าออกเป็น 16 หมวด ดังนี้

Automotive & Motorcycle กลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายส่วนใหญ่ เป็นเจ้าของร้านขายรถยนต์ และผู้ที่ชื่นชอบการขับรถ และผู้ที่ติดตามการออกรถรุ่นใหม่ ๆ

Business & Finance มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ และนักบัญชีการเงิน ทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่อยู่ในประเทศไทย แต่ปัจจุบัน บริษัทฯ กำลังขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มนักศึกษาที่กำลังศึกษาด้านธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันมีความสนใจในนิตยสารภาษาต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

Computer & Electronics มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นผู้ประกอบการด้านคอมพิวเตอร์ และอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ รวมถึงคนทำงานด้าน IT นักศึกษา และบุคคลทั่วไปที่สนใจในด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และการสื่อสารทุกชนิด

Entertainment มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่ชื่นชอบการติดตามข่าวของดารา ภาพยนตร์ และข่าวบันเทิงทั่วไป

Health & Fitness มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นสถานประกอบการด้านสุขภาพ เช่น ร้านสปา ร้านอาหาร โรงพยาบาล สถานที่ออกกำลังกาย และรวมถึงบุคคลทั่วไปที่รักสุขภาพ

Home & Garden มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นพ่อบ้าน แม่บ้าน และคนทำงานที่สนใจในการตกแต่งบ้านและสวนของตนเอง และผู้ประกอบการธุรกิจบ้านและสวน เพื่อดูแลแนวโน้มความต้องการของลูกค้า

Kids & Teens มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นเยาวชน อายุ 7-19 ปี

Men มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นผู้ชาย ที่ชอบติดตามดาราคนโปรดของตนเอง ผ่านภาพและเนื้อหาที่น่าสนใจ

News & Current Affairs มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ นักวิชาการ กลุ่มนักศึกษา ที่ชื่นชอบการติดตามข่าว และสนใจในการวิเคราะห์ข่าวในเชิงลึก

Science & Nature มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นนักวิชาการ นักธรรมชาตินิยม นักศึกษาที่สนใจวิทยาศาสตร์ และธรรมชาติ

Sports & Recreation มีกลุ่มลูกค้า คือ บุคคลทุกเพศ ทุกวัยที่รักในกีฬาที่ตนเองชื่นชอบ เช่น ฟุตบอล กอล์ฟ บาสเกตบอล รวมถึงนักเดินทางที่สนใจสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

Women มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นบุคคลทั่วไปที่สนใจในเรื่องแฟชั่น ดารา ข่าวยุติธรรมต่างๆ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง

Cooking & Food มีกลุ่มเป้าหมายหลัก เป็นแม่บ้าน และคนทำงานที่มีความสนใจทำอาหาร ต้องการหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเมนูอาหาร และสาระนั้นๆของอาหารต่างๆ

Travel & Vacation มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ และบุคคลทั่วไปที่ต้องการข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยว

Jewelry & Watch มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นบริษัท ร้านค้าที่ดำเนินธุรกิจสินค้าเครื่องประดับ

General Interest มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นบุคคลทั่วไปที่ใฝ่หาความรู้ และข้อมูลเพื่อให้ตนเองมีความรู้รอบด้าน

นอกจากนี้ บริษัทยังบริหารจัดการจำหน่ายหนังสือเล่ม โดยหนังสือที่น่าสนใจเข้ามาเป็นหนังสือประเภทไกด์บุ๊กแนะนำร้านอาหารมั่งคั่งวิจิตร เพื่อตอบสนองลูกค้ากลุ่มที่สนใจเรื่องสุขภาพ

ปัจจุบันบริษัทได้ขยายผลิตภัณฑ์ไปยังข้อมูลประเภทดิจิทัล โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายสมาชิกฐานข้อมูลออนไลน์ให้กับบริติชานิก้า (Britannica) ซึ่งเป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมเชื่อถือมาช้านานในฐานะผู้ผลิตสารานุกรมคุณภาพ โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา โรงเรียนนานาชาติ และโรงเรียนสองภาษา

2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศของบริษัทฯ จะมีช่องทางการจำหน่ายที่แตกต่างกันไปตามที่สำนักพิมพ์เจ้าของลิขสิทธิ์ให้สิทธิไว้ในสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายของแต่ละสิ่งพิมพ์ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

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

ข) สมาชิก: บริษัทฯ เป็นตัวแทนในการบอกรับสมาชิกสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งระยะเวลาการเป็นสมาชิกล้วนมีความหลากหลายขึ้นกับประเภทหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร เช่น ราย 1 เดือน ราย 1 ปี ราย 2 ปี เป็นต้น สิ่งพิมพ์ดังกล่าวจะถูกจัดส่งถึงสถานที่ที่ผู้เป็นสมาชิกระบุไว้ โดยผู้จัดส่งที่บริษัทฯ หรือผู้ผลิตสิ่งพิมพ์เป็นผู้จ้าง สำหรับสมาชิกฐานข้อมูลออนไลน์จะเป็นการสมัครแบบรายปีในนามสถาบันการศึกษาเพื่อนักศึกษา หรือนักเรียนในสถาบัน โดยเมื่อบอกรับเป็นสมาชิก บริษัทฯ จะมีการประสานงานให้เปิดระบบฐานข้อมูลเพื่อสมาชิกเข้าใช้งานได้ผ่านหน้าเว็บไซต์ที่กำหนด

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

ตารางแสดงรายละเอียดช่องทางการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศหั่วต่างๆ ของบริษัทฯ

ลำดับ ที่	ประเภท/หมวด/ ชื่อหนังสือ	แผงหนังสือและ ร้านหนังสือ	สมาชิก	Bulk
1	หนังสือพิมพ์			
	1. The Yomiuri Shimbun	x	x	X
	2. The Wall Street Journal Asia	x	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	ฐานข้อมูลออนไลน์			
	1. Britannica		x	

2.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

สำหรับธุรกิจนี้ หากบริษัทฯ สามารถทำยอดขายเพิ่มขึ้นได้เพิ่มขึ้น บริษัทฯ จะได้รับค่าคอมมิชชั่นหรือส่วนลดในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน บริษัทฯ จึงมีนโยบายมุ่งเน้นการเพิ่มยอดขายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายอยู่แล้วในปัจจุบัน โดยการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังช่องทางใหม่ๆ เช่น การจำหน่ายแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ซึ่งเป็นการจัดจำหน่ายที่มีต้นทุนต่ำและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว และการจำหน่ายผ่านศูนย์บริการการขายสมาชิก (Subscription Center) ซึ่งบริษัทฯ มีแผนที่จะจัดตั้งขึ้นโดยรวบรวมสิ่งพิมพ์ของบริษัทฯ เอง และพันธมิตรทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้อ่าน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีเป้าหมายในการเพิ่มการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศหัวใหม่ โดยมุ่งเน้นสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจ และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านทุกกลุ่ม และเพิ่มความหลากหลายของสิ่งพิมพ์ ในปี 2556 บริษัทฯ ได้แบ่งการขายสิ่งพิมพ์ออกเป็น 2 ประเภทคือหนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดยในส่วนของนิตยสารได้แบ่งสินค้าออกเป็น 16 กลุ่ม ดังนั้นพนักงานของบริษัทฯ สามารถเจาะตลาดตามลูกค้าให้ตรงกลุ่มได้

บริษัทฯ จะพิจารณาความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทยจากปริมาณการขายตามแผงหนังสือและร้านหนังสือ เมื่อบริษัทฯ เห็นแนวโน้มความเป็นไปได้ในการทำกำไรจากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ดังกล่าวแล้ว บริษัทฯ จะทำการติดต่อสำนักพิมพ์เจ้าของสิ่งพิมพ์เพื่อขอเป็นตัวแทนจำหน่ายต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีกลยุทธ์เฉพาะในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายดังนี้

ก) ร้านหนังสือ และแผงหนังสือ (Newsstands)

บริษัทฯ มุ่งเน้นการติดต่อ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับร้านหนังสือขนาดใหญ่เป็นหลัก เนื่องจากมีสาขามาก และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากกว่าร้านหนังสือ หรือแผงหนังสือที่มีขนาดเล็ก

ข) สมาชิกส่วนบุคคลทั่วไป (Subscription)

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

ค) สมาชิกแก่โรงแรม องค์กรทั่วไป (Bulk)

บริษัทฯ มีทีมการขายที่ติดต่อกับสายการบิน โรงแรม สถาบันการศึกษา และ องค์กรอื่นๆ โดยตรงเพื่อชักชวนให้องค์กรเหล่านั้นซื้อสิ่งพิมพ์ต่างประเทศแบบ Bulk จากบริษัทฯ

2.5 บริการจัดพิมพ์ จัดส่งและกระจายสินค้า

ปัจจุบัน สำนักพิมพ์เจ้าของหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun และ The Wall Street Journal Asia ได้ว่าจ้างบริษัทฯ ให้ดำเนินการจัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ โดยบริษัทฯ ได้ใช้บริการโรงพิมพ์ในเครือเนชั่น ได้แก่ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ในการจัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ดังกล่าว หลังจากนั้นสำนักพิมพ์เจ้าของสิ่งพิมพ์ทั้งสอง ได้ว่าจ้างบริษัทฯ กระจายหนังสือพิมพ์ตามช่องทางการจำหน่ายต่างๆ โดยบริษัทฯ ได้ว่าจ้างบริษัทในเครือเนชั่น ได้แก่ บริษัท เอ็นเอ็มแอล จำกัด เป็นผู้กระจายหนังสือให้ ในส่วนของนิตยสารต่างประเทศนั้น สำนักพิมพ์เจ้าของสิ่งพิมพ์จะผลิตในต่างประเทศ และจัดส่งให้แก่ลูกค้าโดยว่าจ้างบริษัทฯ หรือผู้จัดส่งรายอื่น

สรุปสาระสำคัญของสัญญาตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

ในการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ บริษัทฯ จะทำสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่ายกับเจ้าของสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นสำนักพิมพ์ต่างประเทศจำนวนหลายราย โดยส่วนใหญ่มีระยะเวลา 1 ปีสำหรับสัญญาตัวแทนจำหน่ายนิตยสาร และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ในราคาและเงื่อนไขเดิม สำหรับสัญญาตัวแทนจำหน่ายหนังสือพิมพ์จะหมดอายุเมื่อมีการยกเลิกสัญญา ทั้งนี้ เจ้าของสิ่งพิมพ์สามารถยกเลิกสัญญาได้ หากกลุ่มบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาด้านการเงิน และ/หรืออยู่ในสถานะล้มละลาย และ/หรือเมื่อมีการแจ้งอีกฝ่ายล่วงหน้า เป็นต้น โดยบริษัทฯ จะได้รับค่าตอบแทนเป็นสัดส่วนของปริมาณที่จำหน่าย และค่าคอมมิชชั่นจากการขายสมาชิก

2.6 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

ยอดการจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศรวมถึงฐานข้อมูลออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการเติบโตของกลุ่มลูกค้าของสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่

ก) กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาพักในโรงแรมต่างๆ ทั่วประเทศไทย ถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักในการจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศของบริษัทฯ จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คาดว่าปี 2556 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยจำนวน 26 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้น 3.7 ล้านคนจากปี 2555 โดยมีอัตราเติบโตที่ร้อยละ 16.6

ข) กลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย

ชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทยเป็นเวลา 1 เดือนขึ้นไป ถือเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่สนใจอ่านนิตยสารและหนังสือพิมพ์จากต่างประเทศ จากข้อมูลสำนักตรวจคนเข้าเมือง พบว่าในปี 2556 ชาวต่างชาติที่อาศัยชั่วคราวในประเทศไทยซึ่งรวมถึงผู้มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย ผู้ที่เข้ามาประกอบธุรกิจ นักการทูต และข้าราชการ เป็นต้น มีจำนวนรวมประมาณ 1,194,533 คน ลดลง 228,531 คนจากปี 2555 โดยมีอัตราลดลงที่ร้อยละ 16

ค) กลุ่มคนไทยที่สนใจสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ

คนไทยกลุ่มวัยทำงานและนักธุรกิจ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และนักศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ที่ให้ความสนใจข่าวสารต่างประเทศ ถือเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่สนใจอ่านนิตยสารและหนังสือพิมพ์จากต่างประเทศ ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้มีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อยๆ

ง) กลุ่มสถาบันการศึกษา

สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาโดยทั่วไปเริ่มแบ่งงบประมาณเพื่อการซื้อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น รวมถึงการรับฐานข้อมูลเพื่อการสืบค้นในสาขาวิชาต่างๆ จำนวนสถาบันทั้งในสังกัดรัฐและเอกชนมีทั้งสิ้น 146 แห่ง สำหรับโรงเรียนนานาชาติได้มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยอย่างกระดานอัจฉริยะ (Smart Board) มาใช้ในห้องเรียน ซึ่งทำให้ความต้องการดิจิทัลคอนเทนต์ที่ใช้งานบนกระดานอัจฉริยะมีมากขึ้นตามไปด้วย โรงเรียนสองภาษาที่เริ่มมีแนวทางที่คล้ายกัน ตลาดดิจิทัลคอนเทนต์จึงนับว่ามีโอกาสที่ดีในการเติบโต ในขณะที่ไม่มีค่าใช้จ่ายด้านการจัดเก็บ หรือลอจิสติกส์

ในส่วนสภาวะการแข่งขันของธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศประเภทสมาชิกรับนั้น นับว่ามีคู่แข่งน้อยราย โดยมีคู่แข่งหลักจำนวน 3 ราย ได้แก่ บจก. แมกกาซีน อินเทอร์เน็ตเซ็กเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) บมจ. โพสท์ พับลิชชิง และกลุ่ม บจก. นิวสเปเปอร์ไคเร็คท์ ส่วนตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทแผงหนังสือหรือร้านค้า มีคู่แข่งจำนวนหลายราย ซึ่งประกอบด้วยคู่แข่งที่เป็นร้านหนังสือขนาดใหญ่ที่มีจำนวนหลายสาขา เช่น บริษัท เอเชียนบุ๊คส์ จำกัด และคู่แข่งรายย่อยอื่นๆ เป็นต้น

3. สายธุรกิจดิจิทัล

3.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

1.1.1 ดำเนินธุรกิจการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์หลากหลายแนวที่สอดคล้องกับรสนิยมการอ่านในแต่ละไลฟ์สไตล์ ดังนี้

การบริหารและการจัดการ (Business and Management)

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการบริหารและการจัดการ รวมถึงเศรษฐศาสตร์ การเงิน การบัญชี การตลาด ภาษี และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

ภาษา (Language)

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะด้านภาษา

ศาสนาและปรัชญา (Religion and Philosophy)

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความเชื่อ คำสอนทางศาสนา และปรัชญา

นวนิยาย และวรรณกรรม (Fiction & Literature)

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์แนวนวนิยายและวรรณกรรมของนักเขียนไทย และนักเขียนต่างประเทศที่แปลเป็นภาษาไทย

การ์ตูน (Comics)

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์แนวการ์ตูนที่ให้ความบันเทิง ความเพลิดเพลินในการอ่านสำหรับเด็กและเยาวชน

นิทาน (Story Book)

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์แนวนิทานที่ให้ความบันเทิง ความเพลิดเพลินในการอ่านสำหรับเด็กและเยาวชน

หมวดทั่วไป (General Interest)

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาหลากหลาย ครอบคลุมความสนใจด้านต่างๆ อาทิ สุขภาพและความงาม อาหาร การพัฒนาตนเอง ไลฟ์สไตล์ ท่องเที่ยว และชีวิตคนดัง

3.2 ลูกค้านักอ่านเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือผู้ที่มีอายุ 15-35 ปี เป็นผู้ที่รักการอ่านหนังสือในแนวต่างๆ เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์ชอบการอ่านหนังสือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์และซื้อสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรองคือผู้ที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่รักการอ่านหนังสือในแนวต่างๆ เริ่มอ่านหนังสือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์และซื้อสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

3.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบันบริษัทฯ ทำการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการจำหน่ายประเภทต่างๆ ดังนี้

แอปพลิเคชันของบริษัทฯ - เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบปฏิบัติการของ Apple และ Android

แอปพลิเคชันของพันธมิตร - เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบปฏิบัติการของ Apple และ Android

เว็บไซต์ - เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ของพันธมิตร

บูธจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ - เป็นการจัดบูธจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้อ่านโดยตรงในงานต่างๆ ที่สำคัญ เช่น งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ และงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ เป็นต้น

3.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) พัฒนา คัดเลือกสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีคุณภาพ โดยให้มีความหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค
- 2) ดำเนินการทำการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง และทำกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตร
- 3) ดำเนินการทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง
- 4) ดำเนินการทำการตลาดเพื่อสื่อสารไปถึงลูกค้าในการสร้างการรับรู้ และการจำหน่ายสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

3.5 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันธุรกิจดิจิทัล

อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยอยู่ในช่วงเริ่มต้น สภาพการแข่งขันทางธุรกิจยังไม่สูง แนวโน้มผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์แบบพกพาต่างๆ ในการค้นหาข้อมูลมากขึ้นเรื่อยๆ รวมถึงการสื่อสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์ และการอ่านหนังสือผ่านอุปกรณ์ต่างๆ อีกทั้งผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือต่างแข่งขันกันลงทุนในการพัฒนาเครือข่ายระบบ 3G เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถใช้งานได้อย่างรวดเร็ว และการเปิดตัวโทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์แบบพกพารุ่นใหม่ และระบบปฏิบัติการที่รองรับการใช้งานกับสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

สำนักพิมพ์ต่างๆ ให้ความสนใจในการทำสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมาก โดยผลิตสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์หลากหลายแนว เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละไลฟ์สไตล์ อาทิ แนวบริหารและการจัดการ,

สุขภาพ, อาหาร, ท่องเที่ยว, ภาษา, ศาสนา, จิตวิทยา, ชีวิตประวัติ, วรรณกรรม, รถยนต์, คอมพิวเตอร์, ตกแต่งบ้าน, การ์ตูน และอื่นๆ

ผู้ให้บริการสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มจำนวนมากขึ้น ซึ่งนอกเหนือจากร้านหนังสือ สำนักพิมพ์แล้ว ผู้ให้บริการมือถือ บริษัทพัฒนาแอปพลิเคชันได้ลงทุนพัฒนาและเปิดตัวระบบจำหน่ายสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันและเว็บไซต์หลายราย รวมถึงสถาบันการศึกษาและองค์กรต่างๆเริ่มให้ความสนใจในการทำระบบ E-Library เพื่อให้ให้นักศึกษาและพนักงานในองค์กรสามารถอ่านสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ได้มากขึ้น

โดยภาพรวม อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูงมากในอนาคต ด้วยปัจจัยต่างๆ ทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคเอง การพัฒนาเทคโนโลยี การพัฒนาอุปกรณ์พกพา การลงทุนพัฒนาสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรต่างๆ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ได้สะดวกสบายและมีความหลากหลายมากกว่าเดิม

เพื่อเป็นการรองรับกับการเติบโตดังกล่าว ปี 2557 บริษัทได้จัดทำเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ Nstore ซึ่งสามารถขายหนังสือในราคาพิเศษ จัดทำโปรโมชั่นที่หลากหลาย ส่งหนังสือตรงถึงมือผู้อ่านภายใน 24 ชั่วโมง โดยในระยะแรกจะจำหน่ายสิ่งพิมพ์และ e-book ของเครือเนชั่นเป็นหลัก โดยเฉพาะ e-book จะมีการเพิ่มจำนวนหนังสือ โดยเน้นทั้งสิ่งพิมพ์ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ และจะขยายไปสู่การจำหน่ายสินค้าประเภทอื่น รวมถึงรับจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทต่างๆ ในลำดับต่อไป

4. ธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมสำหรับเยาวชน

4.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

พื้นฐานของกลุ่มบริษัทฯ เป็นบริษัทที่อยู่ในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งในขณะที่ปัจจุบันภาวะการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัว และปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองที่เกิดขึ้นในสังคมส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจให้ชะลอตัวตาม รวมไปถึงความเจริญก้าวหน้าและการพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีใหม่ๆ ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป การบริโภคข้อมูลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์เริ่มลดน้อยลง เลือกที่จะเปิดรับสื่อต่างๆ มากยิ่งขึ้น ทั้งสื่อออนไลน์และสื่อโทรทัศน์เพื่อรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ

โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้เห็นโอกาสในการขยายตัวทางธุรกิจ กลุ่มบริษัทฯ จึงก้าวเข้ามาในธุรกิจสื่อโทรทัศน์ เพื่อตอบรับและก้าวทันผู้บริโภค รวมถึงยังเป็นช่องทางในการส่งเสริมธุรกิจสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ รวมถึงการวางแนวทางธุรกิจในอนาคตเพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างครบวงจร โดยได้จัดทำช่องโทรทัศน์ดาวเทียมผ่านระบบ C Band สำหรับเด็กและครอบครัว ผู้ชมที่เป็นพ่อแม่และเยาวชนรุ่นใหม่สามารถรับชมทีวีร่วมกัน ในรูปแบบของเนื้อหาที่เป็น Edutainment ที่มีมากกว่าแค่การรับชมการ์ตูน รายการที่คัดสรรและผลิตเองเน้นความสนุกสนาน สาระ บันเทิง และความคิดสร้างสรรค์ ภายใต้ชื่อสถานีโทรทัศน์ KidZone โซนคิดของเด็กคิดชน ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา 2 ปี ได้สร้างสรรค์รายการสาระ ความรู้ ความบันเทิง และกิจกรรมดีๆ ให้กับผู้ชม จนได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มผู้ชมทั่วประเทศ ทั้งในกลุ่มคนเมืองและต่างจังหวัด รวมไปถึงผู้ให้บริการเครือข่ายโทรทัศน์ดาวเทียม และผู้ประกอบการเคเบิลชั้นนำต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ได้รับการจัดอันดับให้เป็นอันดับหนึ่งของสถานีสาระบันเทิงสำหรับครอบครัว (Kids & Family Variety Channel)

จากความสำเร็จของบริษัทฯ ในการบริการงานสถานี Kidzone ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาหนึ่งปี ปัจจุบันสถานี Kidzone เติบโตขึ้น และด้วยชื่อเสียง ความชำนาญในการสร้างสรรค์รายการในรูปแบบของ Edutainment และ

พร้อมทั้งขยายชนิดของเนื้อหา ไปสู่พื้นที่ความคิดสร้างสรรค์ กับก้าวเข้าสู่ปีที่ 2 ในการเป็นสถานีโทรทัศน์ “คิดโซน” สถานีแห่งความ “คิด” สร้างสรรค์สื่อที่ดีสำหรับผู้ชมทั้งเด็ก วัยรุ่น และครอบครัวในรูปแบบของการเรียนรู้อย่างฉลาด (Play & Learn Smart) อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีแผนงานของการเพิ่มช่องทางในการหารายได้ให้มากขึ้น โดยการมุ่งเน้นพัฒนาผลิตรายการคุณภาพ (content provider) ไปบนแพลตฟอร์มช่องทีวีดิจิทัลของบริษัทในเครือเนชั่น ทั้ง Nation TV และ Now TV รวมถึงแพลตฟอร์มช่องทีวีดิจิทัลอื่นๆ เพื่อหวังแย่งชิงเม็ดเงินโฆษณาที่มีแนวโน้มจะกระจายตัวอย่างสมดุลตามจำนวนฐานผู้ชมที่มากขึ้น ซึ่งมีกำหนดการจะเริ่มในเดือนมีนาคม 2557

4.2 ภาวะตลาดอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม

ภายหลังจากการที่สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เริ่มทยอยออกใบอนุญาตให้ผู้ประกอบการทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวี ในปี พ. ศ. 2556 รวมถึงการวางแผนเปลี่ยนผ่านโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกสู่ระบบดิจิทัล โดยเปิดการประมูลทีวีดิจิทัล ในส่วนของช่องบริการธุรกิจ 24 ช่องเมื่อปลายเดือนธันวาคม พ. ศ. 2556 และคาดว่าจะสามารถเผยแพร่ภาพได้ราวไตรมาส 1 ปี 2557 จะเป็นปัจจัยหลักในการช่วยผลักดันให้ตลาดผลิตรายการโทรทัศน์ในประเทศไทยเติบโตและมีความคึกคักมากขึ้น โดยคาดว่าจะตลาดผลิตรายการโทรทัศน์ในปี 2557 จะมีมูลค่าสูงถึง 32,690 - 33,260 ล้านบาท เติบโตกว่าร้อยละ 14 - 16 จากปี 2556 ที่คาดว่าจะมีมูลค่าอยู่ที่ 28,780 ล้านบาท และการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคทีวีดิจิทัลในประเทศไทยจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการแข่งขันทางธุรกิจทีวีที่รุนแรง เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันด้านคุณภาพของเนื้อหาการโทรทัศน์ เพื่อสร้างความแตกต่างจากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รายอื่นๆ ซึ่งจะเป็นการยกระดับภาพรวมของเนื้อหาการโทรทัศน์ในประเทศไทยให้มีคุณภาพ หลากหลาย และตรงกับความต้องการของผู้ชมโทรทัศน์มากยิ่งขึ้น เพื่อแข่งขันกันชิงเม็ดเงินโฆษณาผ่านโทรทัศน์ที่มีมูลค่ากว่า 70,000 ล้านบาทต่อปี

AGB Nielsen Media Research รายงานการใช้งบโฆษณาผ่านสื่อช่วง 10 เดือน (ม.ค.-ต.ค.) ปี 2556 เติบโตขึ้น 1.46% หรือมีมูลค่า 1.057 แสนล้านบาท ขณะที่ช่วง 2 เดือนสุดท้ายมีปัจจัยหนุนหนุนทางการเมือง ส่งผลต่อบรรยากาศจับจ่ายสินค้าในช่วงฤดูการขยายปลายปีอยู่ในภาวะซบเซาส่งผลให้สินค้าต่างๆ ชะลอการใช้งบประมาณโฆษณาและจัดแคมเปญลง และคาดว่าจะถึงสิ้นปีนี้ภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณาจะเติบโตราว 2%-3% เท่ากับตัวเลขการเติบโตของจีดีพี แต่สำหรับแนวโน้มปี 2557 มีปัจจัยบวกจากการเลือกตั้งในช่วงต้นปี การออกอากาศโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ทีวีดิจิทัล) ช่วงไตรมาสแรก รวมทั้งการแข่งขันฟุตบอลโลก 2014 ที่ประเทศบราซิลในช่วงกลางปี ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญกระตุ้นการเติบโตในอุตสาหกรรมโฆษณาสื่อโทรทัศน์ให้ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ระบบดิจิทัลทีวีในประเทศไทย จะพบว่าทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวียังสามารถเติบโตคู่ขนานไปกับดิจิทัลทีวีได้ด้วยปัจจัยที่หลากหลาย และการปรับตัวทางธุรกิจที่เหมาะสม เนื่องด้วยฐานผู้ชมบนเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมซึ่งมีจำนวนสูงถึง 60% ของตลาดยังสามารถรับชมช่องรายการดิจิทัลทีวีผ่านเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมตามกฎหมาย Must carry ได้ในช่วงที่โครงข่ายดิจิทัลทีวียังไม่ครอบคลุมซึ่งอาจต้องใช้เวลาในการขยายโครงข่ายดังกล่าว และช่องรายการบนแพลตฟอร์มทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวียังคงมีความหลากหลายมากกว่าและมีฐานคนดูเฉพาะกลุ่มอยู่ก่อนแล้ว แต่ทั้งนี้ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มและช่องรายการบนทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวี จำเป็นต้องมีการปรับตัวทางธุรกิจที่เหมาะสม โดยเฉพาะการพัฒนาคุณภาพรายการและระบบออกอากาศ รวมทั้งเพิ่มบริการเสริมต่างๆ เพื่อดึงดูดฐานผู้ชมให้ยังคงใช้บริการต่อไป

นอกจากจะมีการเผยแพร่รายการโทรทัศน์ผ่านทีวีดาวเทียมแล้ว บริษัทยังได้รับเหมาช่วงเวลาจากเครือเนชั่นให้ทำรายการในดิจิทัลทีวี จะเป็นโอกาสให้ Kidzone ซึ่งปัจจุบันเป็นสถานีอันดับหนึ่งของ Kids & Family Variety

Channel ในโทรทัศน์ดาวเทียม จะมีเวลาออกอากาศในทีวีดิจิตอล 2 ช่องดังกล่าวได้ โดยจะทำการปรับภาพลักษณ์ใหม่ เปลี่ยนชื่อเป็น “คิดโซน” ปรับเนื้อหาของรายการให้มุ่งเน้นด้านสาระและบันเทิง เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ ขยายครอบคลุมไปยังกลุ่มวัยรุ่น จากเดิมที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักคือเยาวชนและครอบครัว ทำให้ขยายโอกาสในการสร้าง สักส่วนรายได้จากค่าโฆษณาสูงขึ้น

จากภาพรวมข้างต้น การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ระบบดิจิตอลทีวีในประเทศไทยจะเป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมโฆษณา จากเดิมที่เคยถูกจำกัดทั้งเวลาและพื้นที่ลงโฆษณาจากช่องฟรีทีวีที่มีจำกัด ลูกค้าน่าจะมีทางเลือกในการลงโฆษณามากขึ้น รวมไปถึงลูกค้ายังสามารถเลือกลงโฆษณาได้ในช่องรายการที่ตรงกลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่า จึงเป็นโอกาสในการทำ การตลาดที่ชัดเจนและแม่นยำไปยังกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นเด็กและครอบครัว โดยการสร้างสรรค์คอนเทนต์คุณภาพจะ ผู้ชมเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงงบประมาณจากลูกค้าเอเจนซี่ที่ต้องการสื่อสารประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ ไปยัง กลุ่มเป้าหมายดังกล่าว

5. ธุรกิจการบริหารลิขสิทธิ์ (Character Management)

5.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนลิขสิทธิ์ของการ์ตูนที่มียอดขาย และได้รับความนิยมจาก ต่างประเทศ เพื่อบริหารสิทธิ์ของการ์ตูนเหล่านั้นๆ ให้กับผู้ผลิตสินค้าที่สนใจซื้อลิขสิทธิ์เพื่อนำไปผลิตเป็น สินค้าต่างๆ สำหรับจัดจำหน่ายภายในประเทศไทย รวมถึงเจ้าของผลิตภัณฑ์ และห้างค้าปลีก ที่สนใจซื้อลิขสิทธิ์เพื่อ กิจกรรมส่งเสริมการขาย นอกจากนี้ยังรวมถึงการทำตลาดเพื่อส่งเสริมให้การ์ตูนเหล่านั้นๆ ที่บริษัทฯ ดูแล อยู่ให้เป็นที่รู้จัก และได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้นในประเทศไทย เพื่อเป็นการสนับสนุนให้สินค้าลิขสิทธิ์ เกิดการบริโภคมากขึ้น ส่งผลให้มียอดขายที่ดี และเติบโตขึ้นตามลำดับ ซึ่งบริษัทฯ จะได้รับผลตอบแทนกลับคืนมาใน รูปแบบของค่าลิขสิทธิ์ ณ ปัจจุบันการ์ตูนการ์ตูนลิขสิทธิ์ที่บริษัทฯ ได้รับสิทธิในการเป็นตัวแทนสำหรับประเทศ ไทย มีดังนี้

1) CANIMALS (แคนนิมอลส์)

CANIMALS เป็นการ์ตูนการ์ตูนที่มีต้นกำเนิดจากประเทศเกาหลีใต้ ได้รับความนิยมมากในประเทศ เกาหลีใต้ และประเทศต่างๆ ในแถบยุโรป รวมถึงตะวันออกกลาง เนื่องจากความน่ารัก และโดดเด่นด้วยรูปแบบตัว การ์ตูนที่แตกต่างจากการ์ตูนการ์ตูนอื่นๆ ที่มีอยู่ในตลาดปัจจุบัน รวมถึงมีแอนิเมชันที่มีความสนุกสนาน สินค้า ลิขสิทธิ์ที่มีคุณภาพ ดีไซน์สวยงาม ที่ช่วยส่งเสริมให้ CANIMALS เป็นที่รู้จัก และได้รับการตอบรับจากกลุ่มเป้าหมาย เป็นอย่างดี รวมถึงการพัฒนาตัวการ์ตูนไปในแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น เกมแอปพลิเคชันบนเฟสบุ๊ก CANTASIA, สติกเกอร์ลายแคนนิมอลส์ที่ใช้ในโปรแกรมสนทนาทางโทรศัพท์ LINE เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวมีส่วนช่วยให้การ์ ตูนการ์ตูนแคนนิมอลส์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้าง และมีจำนวนมากขึ้น

2) YooHoo & Friends (ยูฮูแอนด์เฟรนด์)

YooHoo & Friends เป็นการ์ตูนการ์ตูนที่มีต้นกำเนิดจากประเทศเกาหลีใต้ ได้รับความนิยมเริ่มมาจากสินค้า ตุ๊กตาผ้าขน ที่ปัจจุบันมีการจำหน่ายที่กระจายไปมากกว่า 50 ประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย นอกจากนี้ YooHoo & Friends ยังได้พัฒนาในส่วนของแอนิเมชันเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบ และหลงรักตัวการ์ตูนๆ ดังกล่าว โดยเนื้อหาในการ์ตูนแอนิเมชันได้สอดแทรกแง่คิดในเรื่องของมิตรภาพ ความสามัคคี ความเสียสละ รวมถึงการ ให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ประเภทต่างๆ โดยใช้เป็นการ์ตูนการ์ตูน YooHoo & Friends ในการดำเนินเรื่อง

3) Astro Boy (แอสโตรบอย)

Astro Boy เป็นการ์ตูนเรดเดอร์การ์ตูนที่มีต้นกำเนิดจากประเทศญี่ปุ่น ผลงานของปรมาจารย์การ์ตูน เท็ตซึกะ โอซามุ ได้รับความนิยมและโด่งดังไปทั่วโลก ทั้งในรูปแบบแอนิเมชัน หนังสือการ์ตูน และหนังสือการ์ตูนอิเล็กทรอนิกส์ มีเนื้อหาเรื่องราวสนุกน่าติดตาม สามารถนำไปผลิตสินค้าลิขสิทธิ์ที่หลากหลาย ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่เยาวชนไปจนถึงผู้ใหญ่

5.2 ลูกค้าย่อยเป้าหมาย

ลูกค้าย่อยเป้าหมายของธุรกิจลิขสิทธิ์แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ

- กลุ่มบริษัทผู้ผลิตสินค้าประเภทต่างๆ
- กลุ่มบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์
- กลุ่มห้างสรรพสินค้า และห้างค้าปลีก

โดยกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ มีความต้องการที่จะนำลิขสิทธิ์การ์ตูนเรดเดอร์การ์ตูนไปใช้ในวัตถุประสงค์ที่คล้ายคลึงกัน คือ ต้องการซื้อลิขสิทธิ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ของตนเอง ให้มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด ซึ่งคาดหวังให้ยอดขายของตนเองเติบโตมากยิ่งขึ้น

5.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายลิขสิทธิ์การ์ตูนเรดเดอร์การ์ตูนนั้น บริษัทฯ มุ่งเน้นที่จะเข้าไปนำเสนอลิขสิทธิ์ให้กับบริษัทผู้ผลิต, เจ้าของผลิตภัณฑ์ และห้างค้าปลีกโดยตรง เพราะลักษณะของธุรกิจลิขสิทธิ์แตกต่างจากสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป

5.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) คัดเลือกการ์ตูนเรดเดอร์การ์ตูนลิขสิทธิ์ที่โด่งดัง และได้รับความนิยมในต่างประเทศ
- 2) คัดเลือกการ์ตูนเรดเดอร์การ์ตูนลิขสิทธิ์ที่มีแอนิเมชัน เพราะเป็นตัวช่วยสำคัญที่จะทำให้ตัวการ์ตูนลิขสิทธิ์นั้นๆ เป็นที่รู้จักในวงกว้างอย่างรวดเร็ว
- 3) โฆษณาและประชาสัมพันธ์การ์ตูนเรดเดอร์การ์ตูนลิขสิทธิ์ผ่านสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง
- 4) สร้างสรรค์กิจกรรมทางการตลาดที่โดดเด่น และแตกต่างเพื่อให้ผู้บริโภค รู้จัก และเกิดการจดจำการ์ตูนเรดเดอร์การ์ตูนให้มากขึ้น
- 5) หาคู่ค้าที่มีศักยภาพ เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์การ์ตูนเรดเดอร์การ์ตูนผ่านการทำการส่งเสริมการขาย และกิจกรรมทางการตลาดอื่นๆ

5.5 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจการบริหารลิขสิทธิ์

ธุรกิจการบริหารลิขสิทธิ์เป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากตัวเลขรวมในตลาดที่มีมูลค่าสูง และยังมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี สภาพการแข่งขันทางธุรกิจสูง การ์ตูนเรดเดอร์การ์ตูนที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยในปัจจุบัน ส่วนใหญ่มาจากค่ายยักษ์ใหญ่ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศญี่ปุ่น อาทิเช่น วอลต์ ดิสนีย์, วอร์เนอร์บรอส, มาร์เวล, ซานดิโอ, โคราเอมอน, ดราก้อนบอล, อุซึทริอัสแมน, อาร่าเต้, นารูโตะ และอื่นๆ การ์ตูนเรดเดอร์การ์ตูน

ดังกล่าวเป็นการ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนที่มีความเป็นอมตะ โด่งดังมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน บวกกับความแข็งแกร่งของการทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง ทำการออกอากาศแอนิเมชันทางโทรทัศน์ การมีภาพยนตร์แอนิเมชันเข้ามาฉายในประเทศไทย ทุกปี รวมไปถึงการจัดกิจกรรมที่ยิ่งใหญ่ สิ่งเหล่านี้ยิ่งตอกย้ำภาพความสำเร็จของการ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนนั้นๆ ในสายตาของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และเนื่องจากมูลค่ารวมของตลาดลิขสิทธิ์ในประเทศไทยมีมูลค่าสูง ทำให้มีผู้สนใจที่จะเข้ามาแบ่งเบ็ดเงินที่ได้จากค่าลิขสิทธิ์เป็นจำนวนมาก ไม่เว้นแม้กระทั่งการ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนที่ผลิตโดยบริษัทคนไทย อาทิ ก้านกล้วย, ปิงปอนด์, เซลล์คอน, เบิร์ดแลนด์, บลัดดี้ บันนี่ และอื่นๆ อีกมากมาย

ในเชิงของสินค้าลิขสิทธิ์การ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนชื่อดัง ได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เพราะค่ายการ์ตูนยักษ์ใหญ่ต่างๆ ได้มีการพัฒนากราฟิกอาร์ตเวิร์กของตัวการ์ตูนให้มีความทันสมัย หลากหลาย ตอบโจทย์ได้ทุกกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่แรกเกิด จนถึงวัยทำงาน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการต่างๆ เล็งเห็นโอกาสในการทำธุรกิจจากการซื้อสิทธิเพื่อผลิตเป็นสินค้า และทำการส่งเสริมการขายต่างๆ มากมายดังที่ได้เห็นในตลาด

โดยภาพรวมจะเห็นได้ชัดเจนว่า ธุรกิจการบริหารลิขสิทธิ์ในประเทศไทยมีการแข่งขันที่สูงมาก แต่ก็ยังมีช่องทางที่จะหารายได้จากธุรกิจลิขสิทธิ์ หากเรามีการ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนที่มีศักยภาพ และการทำการตลาดที่ชัดเจน แม่นยำ รวมถึงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์การ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนอย่างต่อเนื่อง เพื่อได้รับการยอมรับ และสร้างความมั่นใจในตัวการ์ตูนจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ผลิต, เจ้าของผลิตภัณฑ์ ร้านค้า และองค์กรต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้การ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนเป็นที่รู้จักและนิยมนมากขึ้นในหมู่ผู้บริโภค โดยปัจจุบัน บริษัทมีการ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนชั้นนำจากต่างประเทศ 3 การ์ตูนเรคเตอร์ คือ Canimals และ Yahooo & Friend จากประเทศเกาหลี และเจ้าหนูอะตอม Astroboy จากประเทศญี่ปุ่น

ธุรกิจอื่น

6. ธุรกิจให้บริการด้านการศึกษา

บริษัท เนชั่น บี ไบรท์ จำกัด ประกอบธุรกิจกวดวิชาระดับมัธยมต้นและมัธยมปลาย เพื่อส่งเสริมการศึกษาและเพิ่มขีดความสามารถของนักเรียนในการแข่งขันในสนามสอบที่มีจำนวนมากขึ้นในสภาวะที่มีการแข่งขันสูง ทั้งนี้เรามีเครือข่ายอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิและประสบการณ์การสอนสูง มีความรู้ถึงระดับปริญญาเอก และไม่ต่ำกว่าปริญญาโทจากต่างประเทศมากกว่าเจ็ดท่าน ซึ่งแต่ละท่านมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาต่างๆ คือ ภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์ ฟิสิกส์ เคมี และชีววิทยา ดังนั้น อาจารย์ทุกท่านจึงสามารถบริหารจัดการการเรียนการสอนในสาขาวิชาที่ตนเชี่ยวชาญได้เป็นอย่างดี โดยสามารถสอนได้ทั้งในภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

6.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

6.1.1 การเรียนการสอนเพื่อกวดวิชา โดยอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่สถาบันกวดวิชาบีไบรท์ โดยจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ หรือตามวัตถุประสงค์ของนักเรียน โรงเรียนเปิดคอร์สวิชาหลักตามความต้องการของตลาดโดยทั่วไป หรือนักเรียนสามารถจัดกลุ่มเพื่อขอเปิดคอร์สในสาขาวิชาที่นักเรียนต้องการ โดยทางสถาบันให้บริการอาคารสถานที่ และอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง

6.1.2 การเรียนการสอนเพื่อกวดวิชาผ่านสื่อวีดีโอที่สถาบันกวดวิชาบีไบรท์ โดยใช้สื่อที่ผลิตขึ้นจากการเรียนการสอนของอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิของสถาบัน นักเรียนสามารถวางแผนการเรียนเพื่อลงเรียนในเวลาที่มีนักเรียนสะดวก ลักษณะการเรียนเป็นการชมวีดีโอการเรียนการสอนแบบส่วนตัว นักเรียนหนึ่งคนต่ออุปกรณ์หนึ่งชุด ดังนั้น นักเรียนสามารถ

ควบคุมการเล่นวิดีโอได้ เช่นการข้ามไปยังบทถัดไป หรือการเล่นแบบ Fast Forward หรือหากนักเรียนไม่เข้าใจในส่วนใด สามารถเล่นวิดีโอในส่วนนั้นซ้ำได้ เป็นต้น

6.1.3 การเรียนกวดวิชาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต นอกพื้นที่ของสถาบันกวดวิชาปีโปรท์ (โดยใช้สื่อวิดีโอที่ได้กล่าวไว้ในผลิตภัณฑ์ที่ 6.1.2) ในกรณีที่นักเรียนไม่สะดวกในการเดินทางมาที่สถาบัน นักเรียนสามารถเรียนผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งนักเรียนจำเป็นต้องมีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเป็นของตนเอง โดยนักเรียนต้องสมัครเป็นสมาชิกของสถาบัน ซื่อคอร์สเรียน จากนั้นจึงสามารถดูวิดีโอการเรียนการสอนผ่านระบบ Video Streaming บนอินเทอร์เน็ตได้ทันที ทุกที่ ทุกเวลา และสามารถควบคุมการเล่นวิดีโอได้เช่นเดียวกันกับการมาดูวิดีโอที่สถาบัน

6.1.4 บริการให้เข้าใช้พื้นที่เพื่อการเรียนการสอน หรือเพื่อการประชุมกลุ่ม เนื่องจากสถาบันปีโปรท์ ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจกวดวิชาในใจกลางเมือง ดังนั้นผู้ให้บริการสามารถเดินทางมาที่สถาบันได้สะดวกทั้งทางบริการรถไฟฟ้า และเรามีที่จอดรถเพียงพอแก่ผู้มาใช้บริการ ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มรายได้จากการใช้ประโยชน์อาคารสถานที่โดยเฉพาะในช่วงระหว่างวัน ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์

6.1.5 บริหารจัดการการเรียนการสอนสำหรับครูอิสระ เพื่อสร้างเครือข่ายครูอิสระที่มีศักยภาพหรือกำลังประสบความสำเร็จ แต่ไม่มีทุนทรัพย์เพียงพอในการขยายโอกาส รวมทั้งไม่มีสถานที่เพื่อการเรียนการสอนเป็นของตนเอง และกำลังมองหาโอกาสในการเติบโตร่วมไปกับเรา ในกรณีนี้ สถาบันจะทำการส่งเสริมการตลาดให้ และผลตอบแทนที่ได้หลังหักค่าใช้จ่ายจะอยู่ในรูปแบบของการแบ่งผลกำไร (Profit Sharing)

6.2 ลูกค้านักเรียนเป้าหมาย

6.2.1 กลุ่มนักเรียนในสังกัดของกระทรวงศึกษาธิการ ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ถึงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือนักเรียนที่มีอายุ 10-16 ปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ผลการสอบที่ดีที่โรงเรียน (2) การสอบแข่งขันเพื่อเข้าเรียนในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1, มัธยมศึกษาปีที่ 4 หรือระดับมหาวิทยาลัย (3) การสอบแข่งขันในสนามแข่งขันอื่นๆ เช่น USO และสอวน. เป็นต้น

6.2.2 กลุ่มนักเรียนในระบบการศึกษาแบบนานาชาติ หรือระบบการศึกษาแบบสองภาษา ระดับเทียบเท่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ถึงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือนักเรียนที่มีอายุ 10-16 ปี

6.2.3 กลุ่มนักเรียนในระดับมหาวิทยาลัย ที่ต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะการเขียนและการสนทนาภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นทักษะที่มักไม่รวมอยู่ในการทดสอบเพื่อการสอบแข่งขันเพื่อเข้าเรียนชั้นมัธยมปลาย และระดับมหาวิทยาลัย จึงมักถูกละเลยจากการกวดวิชาเพื่อการสอบเข้า และนักเรียนในระดับมหาวิทยาลัยมักขาดทักษะเหล่านี้

6.2.4 กลุ่มคนทำงานที่ต้องการพัฒนาทักษะด้านภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เพื่อการตอบรับการเข้ามาของ AEC โดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อการประกอบการทำงานหรือการติดต่อธุรกิจ ทั้งนี้ทักษะที่สำคัญคือการเขียน และการสนทนาภาษาอังกฤษ

6.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

6.3.1 การเรียนการสอนที่เรียนสดกับอาจารย์และครูอิสระ นักเรียนสามารถสมัครเรียนที่สถาบัน หรือโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารของสถาบัน และนำ pay-in slip มาแสดงต่อเจ้าหน้าที่ จากนั้นจึงเริ่มเรียนได้ทันทีตามตารางเวลาของคอร์สวิชานั้นๆ

6.3.2 การเรียนการสอนผ่านสื่อวิดีโอ นักเรียนสามารถเดินทางมาสมัครเรียนที่สถาบันได้โดยตรง หรือโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารของสถาบัน และนำ pay-in slip มาแสดงต่อเจ้าหน้าที่ และสามารถเริ่มเรียนได้ทันที หรืออาจสำรองที่นั่งล่วงหน้า เพื่อทำการเรียนภายในเวลาทำการของสถาบัน

6.3.3 การเรียนการสอนผ่านเว็บไซต์ของสถาบันที่ <http://www.BeBrightAcademy.com> นักเรียนสามารถเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อสมัครสมาชิก และชำระเงินเพื่อซื้อคอร์สออนไลน์ (Online Payment) จากนั้นนักเรียนสามารถเริ่มเรียนได้ทันที ทุกที่ ทุกเวลา

6.3.4 การเข้าใช้พื้นที่เพื่อการเรียนการสอนหรือการประชุม ทางสถาบันจะให้สิทธิแก่อาจารย์ของสถาบันก่อน ผู้เข้าจำเป็นต้องระบุวันเวลาที่ชัดเจนเพื่อการเข้าเป็นรายชั่วโมง และชำระเงินเต็มจำนวนแก่เจ้าหน้าที่ที่สถาบัน หรือโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารของสถาบัน และนำ pay-in slip มาแสดงต่อเจ้าหน้าที่

6.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

เรามีจุดแข็งที่เป็นศักยภาพที่สำคัญหลายประการ ดังนี้

1. ทำเลที่ตั้งของสถาบันตั้งอยู่ในใจกลางเมือง ในแหล่งธุรกิจกวัดวิชา และใกล้แหล่งบริษัทเอกชนต่างๆ ดังนั้นเราจึงได้เปรียบในเรื่องของอาคารสถานที่ด้วยต้นทุนที่ต่ำและมีศักยภาพสูง จากการสังเกตโดยทั่วไป มีนักเรียนที่ตระเวนกวัดวิชาหลายหมื่นคนต่อวันในย่านนี้
2. สื่อการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษ โดยอาจารย์อภัยทิพย์ รัตตรงสี เป็นสื่อวิดีโอการเรียนการสอนที่มีชั่วโมงเรียนมากกว่า 500 ชั่วโมง และพร้อมลงสู่ตลาดได้ทันทีทั้งในรูปแบบของคอร์สเรียนวิดีโอและคอร์สเรียนออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
3. เรามีเครือข่ายอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิในทุกสาขาวิชา คือ ภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์ ฟิสิกส์ เคมี และชีววิทยา แต่ละท่านมีวุฒิด้านการศึกษาสูงถึงปริญญาเอกและไม่ต่ำกว่าปริญญาโท จากต่างประเทศ
4. เราสามารถบริหารจัดการให้สถาบันกวัดวิชาบีไบรท์เป็นศูนย์การเรียนรู้ครบทุกสาขาวิชา นักเรียนสามารถเลือกเรียนกับเราได้ครบทุกวิชาอย่างมีคุณภาพ

6.5 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจให้บริการด้านการศึกษา

ตลอดเวลาที่ผ่านมา มาตรฐานการเรียนและการสอนในโรงเรียนทั่วประเทศไทยยังขาดแคลนอาจารย์ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ทำให้มาตรฐานทางการศึกษาของแต่ละโรงเรียนแตกต่างกัน ประกอบกับค่านิยมของสังคมไทยที่ยังคงให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของสถาบันการศึกษา รวมทั้งความนิยมในสาขาวิชาและคณะการศึกษาซึ่งสามารถสร้างอาชีพและความมั่นคงในอนาคต อย่างไรก็ตาม การสอบแข่งขันเพื่อเข้าเรียนในระดับชั้นต่างๆ มีความเข้มข้นมากขึ้น อีกทั้ง การเปลี่ยนแปลงระบบสอบเข้ามหาวิทยาลัย ซึ่งใช้ผลการเรียนเฉลี่ยสะสมตลอดหลักสูตร ทำให้นักเรียนต้องพยายามทำคะแนนสอบที่โรงเรียนให้ได้โดยตลอด ทำให้นักเรียนจำเป็นต้องกวัดวิชาตลอดเวลา เพื่อให้มีระดับผลการเรียนในโรงเรียนที่ดี และสามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ ด้วยเหตุนี้ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาในปัจจุบันจึงจำเป็นต้องวางแผนการเรียนเสริมหรือกวัดวิชาระยะยาวตลอด 6 ปี และมีจุดมุ่งหมายเพื่อการสอบเข้าเรียนระดับมัธยมปลายโรงเรียนที่มีชื่อเสียง และสอบเข้ามหาวิทยาลัยในคณะที่ต้องการและมีชื่อเสียงด้วยเช่นกัน

ธุรกิจให้บริการด้านการศึกษา เป็นธุรกิจที่สามารถเติบโตในทุกภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ไม่ว่าเศรษฐกิจจะตกต่ำหรือการเมืองจะร้อนแรงเพียงใด ผู้ปกครองยังคงให้ความสำคัญด้านการศึกษาแก่บุตรหลานของ

คนเป็นสำคัญ ด้วยหวังวางรากฐานที่ดีและสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพที่มั่นคงในอนาคต อย่างไรก็ตาม ธุรกิจการศึกษาเป็นธุรกิจที่จำเป็นต้องใช้เวลาในการบ่มเพาะสร้างชื่อเสียงและผลงานให้เป็นที่ยอมรับแก่ผู้ปกครองและนักเรียน ดังนั้นภาพลักษณ์ที่ดีและคุณภาพทางการศึกษาจึงเป็นสิ่งที่สำคัญในการแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ ซึ่งบริษัท ไนน์ ปีปเปอร์ จำกัด ของกลุ่มบริษัท ฯ มีเครือข่ายอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิและประสบการณ์การสอนสูง มีความรู้ถึงระดับปริญญาเอก และไม่ต่ำกว่าปริญญาโทจากต่างประเทศมากกว่าเจ็ดท่าน ซึ่งแต่ละท่านมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาต่างๆ คือ ภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์ ฟิสิกส์ เคมี และชีววิทยา ดังนั้น บริษัท ฯ มั่นใจว่าจะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดที่มีอยู่ได้อย่างแน่นอน

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงหลักที่อาจมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทประกอบด้วยความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก และความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ

1. ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจสำนักพิมพ์

1.1 ความเสี่ยงจากภาวะอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์

ปี 2556 อุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ในประเทศโดยเฉพาะหนังสืออ่านเล่นพกพา และนิตยสาร ภาพรวมคิดลบร้อยละ 20 ทั้งนี้เนื่องจากการกำลังซื้อชะลอตัวลงเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ปัญหาหนี้ท่วมในต่างจังหวัด และปัญหาทางการเมือง (ที่มา: สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย) บริษัทกระจายหนังสือรายย่อยบางรายปิดตัวลง เป็นผลให้รายได้ของบริษัทในส่วนของหนังสือลดลง และคาดว่าจะมีผลต่อเนื่อง

สำหรับธุรกิจสำนักพิมพ์นั้น บริษัทมีกลยุทธ์ที่จะผลิตหนังสือที่ตรงตามความต้องการของผู้อ่านมากยิ่งขึ้น โดยเน้นคัดเลือกหมวดหนังสือที่ทำกำไรให้กับบริษัท การเพิ่มของแจกของแถมที่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย การเฟ้นหานักเขียนและหนังสือที่ได้รับความนิยมจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ การประชาสัมพันธ์รวมถึงรายการส่งเสริมการขายต่างๆ ทั้งกับร้านหนังสือและผู้อ่าน อีกทั้งการเพิ่มเครือข่ายการขายไปยังช่องทางใหม่ ๆ เช่น เครือข่ายร้านค้าอื่นๆ ที่ไม่ใช่ช่องทางการขายหนังสือเดิม และร้านค้าทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

1.2 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและคู่แข่งที่ให้บริการเนื้อหาสาระรูปแบบเดียวกัน

การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในปัจจุบัน ทำให้มีความเร็วในการใช้งานมากขึ้น อุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต มีราคาถูกลง ทำให้ผู้บริโภคหันไปใช้เวลากับอุปกรณ์ดิจิทัลมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นที่กลุ่มเป้าหมายคือ เยาวชนหันไปอ่านการ์ตูนละเมิดลิขสิทธิ์ที่เผยแพร่ตามเว็บไซต์ต่างๆ ได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เป็นผลให้ยอดขายของหนังสือการ์ตูนได้รับผลกระทบค่อนข้างมาก

เพื่อแก้ปัญหา บริษัทฯ ได้ดำเนินการออกจดหมายส่งไปยังเว็บไซต์ และแจ้งไปยังบริษัทผู้ให้ลิขสิทธิ์เพื่อหาทางร่วมกันในการจัดการ รวมทั้งการจัดทำหนังสือเป็นฉบับ e-book ให้มากขึ้น สามารถขายได้ทั้งระบบปฏิบัติการ iOS และ Android เพื่อรองรับตลาดดิจิทัล อีกทั้งยังมีแผนการที่จะเปิดเว็บไซต์จัดจำหน่าย e-book เป็นของบริษัทฯ เองในปี พ.ศ. 2557 มีชื่อว่า Nstore ซึ่งมีเป้าหมายที่จะเป็น amazon.com ในประเทศไทย

1.3 ความเสี่ยงจากช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ ที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้สะดวก และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละไลฟ์สไตล์

ช่องทางการจัดจำหน่าย Modern Trade เป็นช่องทางที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้า เนื่องจากรูปแบบและพื้นที่การจัดวางสินค้า มีการแบ่งตามประเภทสินค้าอย่างชัดเจน และอนุญาตให้ลูกค้าตกแต่งพื้นที่ขายสินค้าด้วยสื่อส่งเสริมการขายได้อย่างสวยงาม ปัจจัยเสี่ยงการจัดคัสเพลย์หนังสือให้โดดเด่นที่ร้านหนังสือจะขึ้นอยู่กับ Modern Trade แต่ละสาขาเป็นผู้ดำเนินการ ซึ่งจะทำให้อีกาสที่จะจัดคัสเพลย์หนังสือของบริษัทฯ ให้โดดเด่นอย่างต่อเนื่อง

เป็นไปได้ยาก และการเพิ่มค่าส่วนแบ่งการขายอันเนื่องมาจากค่าเช่าพื้นที่ของ Modern Trade สูงขึ้นและปัจจัยอื่นๆ ซึ่งจะทำให้ต้นทุนของสินค้าสูงขึ้น

ช่องทางการจำหน่าย Agent เป็นช่องทางที่เน้นการจำหน่ายหนังสือการ์ตูน พื้นที่การจัดวางสินค้าหลากหลาย ไม่มีพื้นที่มากพอสำหรับการตกแต่งดิสเพลย์หนังสือ ทำให้มีความเสี่ยงเนื่องจากหนังสือไม่อยู่ในตำแหน่งที่โดดเด่น ซึ่งอาจจะทำให้เสียโอกาสในการขาย และความเสี่ยงเนื่องจากการคืนหนังสือในจำนวนมาก จะทำให้ส่งผลต่อผลกระทบกับการดำเนินธุรกิจ

ช่องทางการจัดจำหน่าย E-Commerce เป็นช่องทางที่มีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น สร้างความสะดวกให้กับลูกค้าโดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางในการซื้อสินค้า และจะเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่จะช่วยลดปัจจัยเสี่ยงจากช่องทางการจัดจำหน่าย Modern Trade และ Agent

1.4 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบริษัทในเครือเนชั่นในการดำเนินธุรกิจและความเป็นอิสระในการบริหารงานของกลุ่มบริษัท

เนื่องจากเครือเนชั่น เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ในกลุ่มบริษัทฯ โดยมีการถือหุ้นในสัดส่วนประมาณร้อยละ 83.76 ของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด หลังจากการเสนอขายหุ้นของบริษัทฯ แก่นักลงทุนทั่วไป จนถึงปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ มีการทำธุรกรรมรายการระหว่างกันหลายประเภท เช่น การซื้อกระดาษ การจ้างพิมพ์ การจ้างส่งสื่อสิ่งพิมพ์ และการรับบริการต่างๆ เป็นต้น กับบริษัทในเครือเนชั่น ดังรายละเอียดในหัวข้อ 10 รายการระหว่างกัน โดยในปี 2556 และ 2555 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนขายสินค้า ต้นทุนการให้บริการ และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จากธุรกรรมข้างต้นกับบริษัทในเครือเนชั่นเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้นประมาณ 151.80 ล้านบาท และ 151.37 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.95 และ 46.78 ตามลำดับของค่าใช้จ่ายรวมตามงบการเงินรวมของกลุ่มบริษัทฯ ในช่วงเวลาดังกล่าว และกลุ่มบริษัทฯ ยังคงมีการทำธุรกรรมดังกล่าวอีกในอนาคต เนื่องจากบริษัทในเครือเนชั่นมีทีมงานที่มีความชำนาญ เครือข่ายในการจัดจำหน่ายและเครื่องจักรอุปกรณ์ พร้อมที่จะให้บริการในต้นทุนที่น่าจะต่ำกว่า หากกลุ่มบริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการเอง และมีกำลังการผลิตและบริการเพียงพอในการดำเนินการ ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบริษัทในเครือเนชั่นในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งหากบริษัทในเครือเนชั่นไม่สามารถสนับสนุนการให้บริการข้างต้นดังกล่าวได้ กลุ่มบริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบในการจัดพิมพ์ และการจัดส่งสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ก็เพียงเล็กน้อยเท่านั้น เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ สามารถสั่งซื้อกระดาษและรับบริการต่างๆ ผ่านผู้จัดจำหน่ายและผู้ให้บริการรายอื่นที่มีจำนวนหลายรายในประเทศไทย ในแง่ของทางการค้าปกติและมีราคาตามตลาดเช่นเดียวกับการดำเนินธุรกรรมรายการระหว่างกันข้างต้นแต่ราคาต้นทุนอาจจะสูงกว่าราคาที่ทางในเครือเนชั่นเรียกเก็บ นอกจากนั้นมูลค่าของการทำธุรกรรมรายการระหว่างกันข้างต้นในปี 2556 และ 2555 คิดเป็นประมาณร้อยละ 4.11 และ 4.88 ของรายได้รวมของบริษัทในเครือเนชั่น ในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งถือเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก ดังนั้น บริษัทในเครือเนชั่น จึงไม่ได้พึ่งพิงรายได้จากกลุ่มบริษัทฯ และมีแรงจูงใจในการหาประโยชน์จากรายการดังกล่าว

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายการบริหาร และการตัดสินใจที่เป็นอิสระจากบริษัทในเครือเนชั่นโดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นส่วนน้อยและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายของกลุ่มบริษัทฯ โดยมีอิสระในการจัดหาสินค้าหรือใช้บริการกับผู้ให้บริการภายนอกอื่นๆ ที่เสนอราคาที่มีเงื่อนไขทางการค้าปกติในราคาตลาดและเป็นประโยชน์มากที่สุดแก่กลุ่มบริษัทฯ เช่น ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ มีการจ้างพิมพ์กับบริษัทภายนอก ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ

จึงไม่มีการพึ่งพิงบริษัทในเครือเนชั่น จนทำให้ขาดความเป็นอิสระ นอกจากนี้ การทำธุรกรรมระหว่างบริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (“NEE”) กับบริษัทในเครือเนชั่น ยังมีการควบคุมจากผู้ถือหุ้นอีกฝ่ายคือ เอ็กมอนท์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล โฮลดิ้ง เอ/เอส ให้มีราคาและเงื่อนไขต่างๆ ที่เป็นธรรมและราคาตลาด

1.5 ความเสี่ยงจากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคากระดาษและการขาดแคลนกระดาษ

กระดาษที่ใช้ในการผลิตสิ่งพิมพ์จัดเป็นสินค้าประเภท Commodity ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาแปรผันตามความต้องการของการบริโภคและปริมาณการผลิตของผู้ผลิต (Demand & Supply) และเป็นวัตถุดิบหลักที่สำคัญในการผลิตสิ่งพิมพ์ของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งคิดเป็นต้นทุนประมาณร้อยละ 19.85 และ 16.91 ของต้นทุนขายและบริการตามงบการเงินรวมของกลุ่มบริษัทฯ ในปี 2556 และ 2555 ดังนั้นกลุ่มบริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการผันผวนของราคากระดาษ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและกำไรสุทธิของกลุ่มบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีความเสี่ยงจากการขาดแคลนกระดาษ Newsprint ชนิดม้วนที่ใช้พิมพ์หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือที่มีขอบพิมพ์สูง ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญที่บริษัทฯ ใช้ในการผลิตสิ่งพิมพ์ เนื่องจากกระดาษชนิดดังกล่าวหาซื้อได้ยากในประเทศไทยและต้องซื้อเป็นจำนวนมากในแต่ละครั้ง

ในการลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนกระดาษและการปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคากระดาษ Newsprint ชนิดม้วน กลุ่มบริษัทฯ จะสั่งซื้อจากบริษัทในเครือเนชั่นสำหรับการจัดพิมพ์ที่โรงพิมพ์ในเครือเนชั่น ซึ่งเป็นการจัดพิมพ์ส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ โดยบริษัทในเครือเนชั่นมีประสบการณ์ในการจัดซื้อกระดาษเป็นระยะเวลานาน มีการจัดซื้อกระดาษสำรองไว้ และเข้าใจในวงจรของราคากระดาษเป็นอย่างดี รวมทั้งบริษัทในเครือเนชั่นได้มีการบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนโดยการทำ Forward Contract ไว้ตามปริมาณกระดาษที่คาดว่าจะใช้ล่วงหน้า ดังนั้นการจัดซื้อกระดาษจากบริษัทในเครือเนชั่นจึงช่วยลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคากระดาษ และการขาดแคลนกระดาษได้รวมทั้งยังสามารถต่อรองราคากระดาษที่ถูกกว่าราคาตลาดทั่วไป

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ จะสั่งจองกระดาษก่อนการตั้งราคาขายของหนังสือ เพื่อให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถรักษาสัดส่วนของต้นทุนกระดาษต่อราคาระหว่างหนังสือไว้ได้ รวมทั้งบริษัทฯ สามารถปรับราคาของหนังสือหลายประเภทขึ้นได้ ในกรณีที่ต้นทุนกระดาษเพิ่มขึ้นอย่างเป็นสาระสำคัญ

1.6 ความเสี่ยงด้านการจัดหาลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์

ในการประกอบธุรกิจสำนักพิมพ์ ซึ่งมีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 60.71 และ 73.18 ของรายได้ทั้งหมดของกลุ่ม บริษัทฯ ในปี 2556 และ 2555 กลุ่มบริษัทฯ ไม่ได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ส่วนใหญ่ที่ผลิตและจัดจำหน่าย แต่กลุ่มบริษัทฯ มีการจัดซื้อลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์มาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ซึ่งคือนักเขียนหรือสำนักพิมพ์ทั้งในและต่างประเทศจำนวนหลายราย เพื่อนำมาผลิตและจัดจำหน่ายเพียงรายเดียว (Exclusive) ในประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลา 3 – 5 ปี และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ในราคาและเงื่อนไขเดิม ทั้งนี้ เจ้าของลิขสิทธิ์สามารถยกเลิกสัญญาได้หากกลุ่มบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาด้านการเงิน และ/หรืออยู่ในสถานะล้มละลาย เป็นต้น ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงที่ไม่สามารถจัดหาลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ที่ต้องการมาผลิตและจัดจำหน่ายได้ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการที่เจ้าของลิขสิทธิ์ไม่ต่ออายุสัญญา หรือยกเลิกสัญญา ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ฐานะทางการเงิน และผลประกอบการของกลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ไม่เคยประสบปัญหาด้านการจัดหาลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศในช่วงที่ผ่านมา เนื่องจากตลาดสิ่งพิมพ์มีขนาดใหญ่และมีลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ให้เลือกซื้อเป็นจำนวนมาก รวมทั้งกลุ่มบริษัทฯ ยังมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงหลายราย และประสบความสำเร็จในการผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือมาอย่างต่อเนื่อง กลุ่มบริษัทฯ จึงสามารถเลือกซื้อลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ที่ต้องการและได้รับความไว้วางใจจากเจ้าของลิขสิทธิ์ในการให้ลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ที่มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมสูงมาผลิตและจัดจำหน่าย นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังปฏิบัติตามสัญญาอย่างเคร่งครัด จึงไม่มีปัญหาเรื่องการไม่ต่อสัญญาหรือยกเลิกสัญญาตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังได้วางแผนการผลิตหนังสือที่มีความหลากหลาย ทั้งเนื้อหา, เจ้าของลิขสิทธิ์ และประเทศ เพื่อลดการพึ่งพิงเนื้อหา, เจ้าของลิขสิทธิ์ และประเทศใดประเทศหนึ่งมากเกินไป อีกทั้งยังผลิตหนังสือต้นฉบับโดยนักเขียนไทยเพิ่มขึ้น อันเป็นการกระจายความเสี่ยงแบบหนึ่ง ซึ่งบริษัทได้พัฒนาทีมงานให้มีศักยภาพในการผลิตเนื้อหา หรือหาผู้สร้างสรรค์เนื้อหาจากในประเทศ

1.7 ความเสี่ยงจากการด้อยค่าของสินค้าคงเหลือ

ปัจจุบัน สิ่งพิมพ์ของกลุ่มบริษัทฯ มีการขายผ่านตัวแทนจำหน่ายเป็นส่วนใหญ่ โดยกลุ่มบริษัทฯ จะรับคืนสิ่งพิมพ์ที่ไม่สามารถจำหน่ายได้จากตัวแทนจำหน่าย ซึ่งอาจเป็นผลให้มีสิ่งพิมพ์เป็นสินค้าคงเหลือเป็นจำนวนมากได้ สินค้าคงเหลือดังกล่าวมีโอกาสเสื่อมคุณภาพ เสียหาย และล้าสมัยเมื่อเวลาผ่านไป ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบกับยอดขายในปีปัจจุบันความเจริญเติบโตในส่วนของยอดขายลดลงกว่าปีก่อน ทำให้มีปริมาณสินค้าคงเหลือสูงกว่าในอดีต โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 และ 2555 กลุ่มบริษัทฯ มีมูลค่าสินค้าคงเหลือสุทธิจำนวน 143.86 ล้านบาท และ 119.08 ล้านบาท (ตามลำดับ) หรือคิดเป็นร้อยละ 18.89 และ 33.71 ของมูลค่าสินทรัพย์ทั้งหมดของกลุ่มบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ได้มีค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยในสัดส่วนร้อยละ 100 ของมูลค่าสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 1 ปีขึ้นไปและผลิตครบชุดแล้ว และของสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 3 ปีขึ้นไปแต่ยังผลิตไม่ครบชุด โดยมีการตั้งค่าเผื่อดังกล่าวทุกเดือนซึ่งการตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยนี้จะถูกพิจารณาการด้อยค่าจากผู้บริหารอีกครั้งหนึ่ง ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 และ 2555 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยจำนวน 41.71 และ 48.70 ล้านบาท (ตามลำดับ) นอกจากนี้ เพื่อลดปริมาณสินค้าคงเหลือ กลุ่มบริษัทฯ จะนำเอาหนังสือเก่าออกมาจำหน่ายเป็นระยะๆ โดยการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการขายในงานนิทรรศการต่างๆ ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี สำหรับหนังสือการ์ตูนที่มีเล่มต่อเนื่อง กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการนำเล่มที่ออกใหม่จำหน่ายควบคู่ไปกับเล่มที่ได้เคยวางจำหน่ายไปแล้ว ซึ่งรวมถึงการนำการ์ตูนที่มีการออกจำหน่ายครบทุกเล่มแล้วมาจัดจำหน่ายรวมเป็นชุดเพื่อกระตุ้นการจำหน่ายด้วย นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เพิ่มความระมัดระวังในการผลิตหนังสือใหม่และควบคุมปริมาณยอดพิมพ์เพื่อมิให้มีสินค้าคงเหลือมากขึ้น ทั้งนี้บริษัทฯ มีนโยบายการบริหารคลังสินค้าโดยการกำหนดจำนวนสินค้าไม่ให้มีปริมาณคงเหลือมากกว่าปีก่อน

2. ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจการเป็นตัวแทนจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศ

2.1 ความเสี่ยงจากการต่อสัญญา

ในการประกอบธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งมีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 22.17 และ 22.52 ของรายได้ทั้งหมดของกลุ่มบริษัทฯ ในปี 2556 และ 2555 กลุ่มบริษัทฯ จะทำสัญญาเป็นตัวแทน

จำหน่ายกับเจ้าของสิ่งพิมพ์จำนวนหลายราย โดยส่วนใหญ่สัญญาตัวแทนจำหน่ายนิตยสารมีระยะเวลา 1 ปี และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ในราคาและเงื่อนไขเดิม สำหรับสัญญาตัวแทนจำหน่ายหนังสือพิมพ์จะหมดอายุเมื่อมีการยกเลิกสัญญา ทั้งนี้เจ้าของสิ่งพิมพ์สามารถยกเลิกสัญญาได้ หากกลุ่มบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาด้านการเงิน และ/หรืออยู่ในสถานะล้มละลาย และ/หรือเมื่อมีการแจ้งอีกฝ่ายล่วงหน้า เป็นต้น ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการที่เจ้าของสิ่งพิมพ์ไม่ต่ออายุสัญญา หรือยกเลิกสัญญา ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจฐานะทางการเงิน และผลประกอบการของกลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ กับเจ้าของสิ่งพิมพ์มีการทำธุรกิจและมีความสัมพันธ์อันดีต่อกันเป็นระยะเวลานาน โดยผู้บริหารและทีมงานของบริษัทฯ เป็นกลุ่มที่ทำธุรกิจนี้กับเจ้าของสิ่งพิมพ์มาตั้งแต่เริ่มต้น รวมทั้ง กลุ่มบริษัทฯ ได้มีการปฏิบัติตามสัญญาอย่างเคร่งครัด จึงไม่มีปัญหาเรื่องการไม่ต่อสัญญาหรือยกเลิกสัญญาตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา นอกจากนี้ เจ้าของสิ่งพิมพ์ The Yomiuri Shimbun และ The Wall Street Journal Asia ได้ว่าจ้างกลุ่มบริษัทฯ ให้ดำเนินการพิมพ์และจัดส่งหนังสือพิมพ์ต่างประเทศดังกล่าว ซึ่งได้มีการลงทุนในการสร้างฐานข้อมูลการพัฒนาฐานข้อมูลลูกค้าในระบบสารสนเทศของบริษัทฯ และการพัฒนาบุคลากรของกลุ่มบริษัทฯ ให้มีความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะในการดำเนินงาน ดังนั้น โอกาสที่เจ้าของสิ่งพิมพ์ดังกล่าวจะยกเลิกสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายกับกลุ่มบริษัทฯ จึงมีน้อย

3. ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม

3.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์เข้าสู่ระบบดิจิทัล

การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่โทรทัศน์ยุคดิจิทัลในประเทศไทยจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันทางธุรกิจโทรทัศน์ที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันด้านคุณภาพของเนื้อหารายการ เพื่อสร้างความแตกต่างจากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รายอื่นๆ ให้มีคุณภาพหลากหลาย และตรงกับความต้องการของผู้ชมให้มากที่สุด แต่เนื่องจากมีเงินโฆษณาในตลาดมีเพิ่มสูงขึ้นในแต่ละปี จึงเป็นโอกาสในการเพิ่มรายได้จากค่าโฆษณาที่มีแนวโน้มจะกระจายตัวอย่างสมดุลตามจำนวนฐานผู้ชมมากขึ้น โดยบริษัทฯ จะมุ่งเน้นพัฒนา และผลิตรายการคุณภาพ เป็น Content Provider ที่ผลิตรายการไปยังกลุ่มเป้าหมายเด็กและครอบครัวในช่องดิจิทัลอื่นๆ โดยเฉพาะช่องโทรทัศน์ดิจิทัลที่เครื่องเล่นประมวลได้รวม 2 ช่อง

3.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมที่สูงขึ้น

ปี 2556 ภาพอุตสาหกรรมโทรทัศน์ดาวเทียม และเคเบิลทีวียังคงเป็นไปอย่างเข้มข้น ทั้งในด้านของประเภทรายการและจำนวนช่องรายการที่เพิ่มขึ้นกว่า 300 ช่องในปัจจุบัน ซึ่งส่งผลให้อัตรการแข่งขันในธุรกิจโทรทัศน์ของประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แต่เนื่องด้วยในตลาดยังคงมีช่องว่างในรายการบางประเภท โดยเฉพาะช่องรายการประเภทเอดดูเทนเมนท์ สำหรับเยาวชนและครอบครัว จึงเป็นโอกาสในการจัดทำช่องโทรทัศน์ดาวเทียมที่สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นให้เป็นช่องรายการที่มีคุณภาพ สร้างสรรค์ เหมาะสำหรับเยาวชนและครอบครัวอย่างแท้จริง ซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงจากการทำช่องโทรทัศน์ดาวเทียมในภาวะการแข่งขันที่รุนแรง โดยในปัจจุบัน ถือว่า Kidzone คืออันดับหนึ่งของหมวด Kids & Family Variety Channel

อีกทั้งโทรทัศน์ดาวเทียมและเคเบิลยังมีจุดเด่นในเรื่องของราคาโฆษณาที่ต่ำกว่าฟรีทีวี-ดิจิทัลทีวี รวมไปถึงลูกค้ายังสามารถเลือกลงโฆษณาได้ในช่องรายการที่ตรงกลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่า จึงเป็นโอกาสในการทำการตลาด

ที่ชัดเจนและแม่นยำไปยังกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นเยาวชนและครอบครัว โดยการสร้างสรรค์คอนเทนต์คุณภาพ เจาะกลุ่มผู้ชม รวมไปถึงการทำการตลาดร่วมกับสิ่งพิมพ์ในเครือ และกิจกรรมการตลาดอื่นๆ

4. ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจดิจิทัล

4.1 ความเสี่ยงจากการลักลอบทำซ้ำเนื้อหา

การดำเนินธุรกิจด้านดิจิทัล ซึ่งในปัจจุบันมีหลายช่องทาง เช่น คอมพิวเตอร์, โทรศัพท์มือถือ, แท็บเล็ต, E-Reader หรืออุปกรณ์อื่นๆ ซึ่งอาจมีการลักลอบ ทำซ้ำ หรือนำเนื้อหาสาระไปใช้โดยผิดกฎหมายซึ่งทำให้เกิดความเสี่ยงและผลกระทบต่อการทำธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ด้วยหากมีการนำไปผลิต ขายหรือส่งต่อ เพื่อลดความเสี่ยงจากการลักลอบนี้ ทางบริษัทฯ พิจารณาเลือกเทคโนโลยีที่มีความปลอดภัยสูง รวมถึงการเลือกเนื้อหาและเวลาที่เหมาะสมในการจำหน่ายสินค้า และความเสี่ยงอีกประการคือธุรกิจดิจิทัลจะมีการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีค่อนข้างสูงและมีการเปลี่ยนแปลงเร็ว ทางบริษัทฯ บริหารจัดการความเสี่ยงเหล่านี้ด้วยการหาพันธมิตรที่มีความพร้อมทางด้านเทคโนโลยี และร่วมมือกันในการพัฒนาเพื่อให้ธุรกิจดิจิทัลมีความทันสมัยอย่างต่อเนื่อง

5. ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจการบริหารลิขสิทธิ์ (Character Management)

5.1 ความเสี่ยงจากการแข่งขันทางการตลาด

ปัจจุบันในประเทศไทยมีคาร์แรคเตอร์การ์ตูนที่มีชื่อเสียงโด่งดังเป็นจำนวนมากที่เสนอขายลิขสิทธิ์เพื่อผลิตเป็นสินค้า การแข่งขันส่วนแบ่งทางการตลาด ซึ่งจะควบคู่ไปกับการทำให้คาร์แรคเตอร์การ์ตูนเป็นที่รู้จัก และปริมาณของคาร์แรคเตอร์การ์ตูนที่เป็นตัวแทน โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การตลาดที่แตกต่าง ซึ่งหลังจากที่บริษัทฯ ได้ทำการเปิดตัวการ์ตูน Canimal ไปในปี 2555 หลังจากนั้นบริษัทฯ ได้ทำการซื้อสิทธิ์คาร์แรคเตอร์การ์ตูนเพิ่มขึ้นคือ Astro Boy (จากประเทศญี่ปุ่น) และ YooHoo & Friends (จากประเทศเกาหลี) โดยคำนึงถึงความโดดเด่น ความมีชื่อเสียงของคาร์แรคเตอร์ ความมีศักยภาพในเชิงของการนำมาพัฒนาเป็นสินค้า รวมถึงควรจะต้องมีการดูแอนิเมชันที่มีเนื้อหาสนุก เหมาะกับรสนิยมของผู้บริโภคในประเทศไทย เพื่อมาแข่งขันกับคู่แข่งในตลาด

5.2 ความเสี่ยงจากการต่อสัญญา

เนื่องจากการจดสัญญาเป็นตัวแทนบริหารลิขสิทธิ์คาร์แรคเตอร์การ์ตูนนั้นมีระยะเวลาสัญญาเฉลี่ยประมาณ 3-5 ปี ขึ้นอยู่กับข้อตกลงของแต่ละลิขสิทธิ์ ดังนั้น ในการต่อสัญญาเจ้าของลิขสิทธิ์อาจจะขอเรียกเก็บค่าสิทธิเพิ่ม เนื่องจากได้รับข้อเสนอการเป็นตัวแทนจากบริษัทอื่น จึงเป็นเหตุให้บริษัทฯ เกิดความเสี่ยงในการถูกเรียกเก็บค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น หรืออาจจะไม่รับการต่ออายุสัญญาในการเป็นตัวแทนสิทธิของคาร์แรคเตอร์การ์ตูนอื่นๆ

5.3 ความเสี่ยงจากช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าลิขสิทธิ์ที่มีจำนวนจำกัด

ปัจจุบันช่องทางหลักในการจัดจำหน่ายสินค้าลิขสิทธิ์ มีอยู่ 3 ช่องทาง ดังนี้

1) **ห้างสรรพสินค้า** ช่องทางนี้เป็นช่องทางที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าลิขสิทธิ์ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากรูปแบบและพื้นที่การจัดวางสินค้า มีการแบ่งตามประเภทสินค้าอย่างชัดเจน รวมถึงอนุญาตให้ลูกค้า (ผู้ซื้อลิขสิทธิ์) ตกแต่งพื้นที่ขายสินค้าด้วยสื่อส่งเสริมการขายได้อย่างสวยงาม แต่ช่องทางนี้ไม่ค่อยเป็นที่สนใจของลูกค้า เนื่องจากมีต้นทุนการขายสูง และข้อจำกัดอื่นๆ ที่ห้างฯ เป็นผู้กำหนด

2) **ห้างค้าปลีก** ช่องทางนี้เป็นช่องทางที่สร้างรายได้ให้กับลูกค้าค่อนข้างสูง อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าลิขสิทธิ์ได้ระดับหนึ่ง เนื่องจากห้างค้าปลีกมีจำนวนสาขามาก ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ดี ยอดขายสูง และพื้นที่การจัดวางสินค้าเป็นสัดส่วนแยกตามหมวดหมู่ แต่จำเป็นต้องใช้สื่อส่งเสริมการขายที่เป็นรูปแบบตายตัวที่ถูกกำหนดโดยห้างฯ สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้ห้างค้าปลีกมีอิทธิพลต่อผู้ซื้อลิขสิทธิ์ในการเลือกสินค้า (ทั้งที่มีลิขสิทธิ์และไม่มีลิขสิทธิ์) เข้าไปจัดจำหน่าย หากห้างฯ มีความสนใจในลิขสิทธิ์ตัวใด ก็จะทำให้ง่ายในการตัดสินใจซื้อลิขสิทธิ์จากลูกค้า ความแตกต่างระหว่างห้างสรรพสินค้าและห้างค้าปลีก ก็คือ คุณภาพสินค้า เพราะห้างค้าปลีกใช้กลยุทธ์การตลาดแบบแข่งขันทางด้านราคา เป็นผลให้คุณภาพสินค้าลดลงตามลำดับ

3) **ตลาดขายส่ง** ช่องทางนี้เป็นช่องทางที่สร้างรายได้สูงให้กับผู้ซื้อลิขสิทธิ์ และไม่ค่อยมีข้อจำกัดใดๆ จากร้านค้า มีการซื้อขายกันเป็นเงินสด และมีตัวแทนพ่อค้าคนกลางที่จะนำสินค้าเหล่านี้ไปขายในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ สัดส่วนการขายสินค้าผ่านทางช่องทางนี้จึงมีมากกว่าช่องทางอื่นๆ ข้างต้นถึงร้อยละ 50 แต่ข้อเสียก็คือ ช่องทางนี้ไม่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าลิขสิทธิ์ หรือคาร์แรคเตอร์การ์ตูน เพราะไม่ได้เน้นการจัดวางสินค้าให้สวยงาม แต่เน้นการขายเป็นจำนวนมาก ราคาถูก

6. ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจการให้บริการด้านการศึกษา

6.1 ความเสี่ยงจากการแข่งขันทางการตลาด

ธุรกิจการให้บริการด้านการศึกษาเป็นธุรกิจที่มีอนาคตสดใส และสามารถเติบโตได้ในทุกสภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง ปัจจัยภายนอกจึงมีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจกวดวิชาน้อยมาก อย่างไรก็ตาม ภาวะการแข่งขันของกลุ่มในอุตสาหกรรมนี้ทวีความรุนแรงขึ้น โดยเฉพาะในด้านจำนวนผู้แข่งขันในตลาดที่มากขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง โดยสถิติจากงานการวิจัย* ได้กล่าวไว้ว่าจำนวนของโรงเรียนกวดวิชาทั่วประเทศไทยที่จดทะเบียนอย่างถูกต้องมีจำนวนเพียง 864 แห่งในปี 2547 และสูงขึ้นมากถึง 1,128 แห่งในปี 2551 ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงและครองส่วนแบ่งตลาดเป็นส่วนใหญ่อยู่แล้วจึงปรับกลยุทธ์มาใช้เทคโนโลยีช่วยสอนและทำตลาดกลุ่มใหญ่ ส่วนผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดต้องเผชิญกับรายได้ที่ไม่แน่นอน และจำเป็นต้องวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มีความชัดเจนเพื่อเข้าสู่ตลาดให้ได้

สำหรับสถาบันกวดวิชาปีโปร์ท์ เรามีความพร้อมทั้งเครือข่ายอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิในทุกสาขาวิชา มีอาคารสถานที่ในทำเลสำคัญใจกลางเมืองด้วยต้นทุนที่ต่ำ มีสื่อการเรียนการสอนที่พร้อมบุกดตลาด และมีพันธมิตรสื่อในเครือเนชั่นสนับสนุนทางการตลาด ปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญจึงเป็นการทำธุรกิจในช่วงแรกที่ไม่อาจคาดการณ์รายรับที่แน่นอนได้ และความยากลำบากในการสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงให้เป็นที่ประจักษ์ต่อกลุ่มนักเรียนและผู้ปกครอง ซึ่งเป็นเป้าหมายที่คาดหวังในระยะยาวต่อไป

**(ที่มา: สุนิย์ วรรณโกมล และธานินทร์ ศิลป์จารุ. “ปัจจัยสำคัญทางการตลาดและความต้องการของผู้เรียนที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเรียน โรงเรียนกวดวิชาเพื่อเตรียมสอบเข้าระดับปริญญาตรี.” วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ 19, 3 (กันยายน – ธันวาคม 2552) : 426-427.)*

7. ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อผู้ลงทุน

7.1 ผลกระทบต่อผู้ถือหุ้น (Dilution Effect) จากการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิ “NINE-W1”

ในเดือนมิถุนายน 2556 บริษัทได้มีการออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน NINE-W1 จำนวน 85,000,000 หน่วย อายุ 5 ปี โดยไม่คิดค่าตอบแทนในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 1 หุ้น ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ยังคงเหลือใบสำคัญแสดงสิทธิที่ยังไม่ได้ใช้จำนวนทั้งสิ้น 84,958,614 หน่วย

ในการนี้หากผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิทำการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัทเต็มจำนวน ผู้ถือหุ้นสามัญของบริษัทอาจได้รับผลกระทบจาก Dilution Effect ทั้งในเรื่องของราคาหุ้นในตลาดที่อาจปรับตัวลดลง และสัดส่วนการถือหุ้นที่ลดลงดังต่อไปนี้

ก่อนการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเต็มจำนวน (31 ธันวาคม 2556)

จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	170,048,386	หุ้น
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นก่อนการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ	100	%

หลังการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเต็มจำนวน (NINE-W1)

จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	255,007,000	หุ้น
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นภายหลังการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ	66.68	%
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นที่ลดลง	33.32	%

7.2 ผลกระทบต่อผู้ถือหุ้น (Dilution Effect) จากการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิ “ESOP-WA”

ในเดือนสิงหาคม 2556 บริษัทได้มีการออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่กรรมการ 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 ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ยังคงเหลือใบสำคัญแสดงสิทธิที่ยังไม่ได้ใช้จำนวนทั้งสิ้น 4,243,000 หน่วย

ในการนี้หากผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิทำการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัทเต็มจำนวน ผู้ถือหุ้นสามัญของบริษัทอาจได้รับผลกระทบจาก Dilution Effect ทั้งในเรื่องของราคาหุ้นในตลาดที่อาจปรับตัวลดลง และสัดส่วนการถือหุ้นที่ลดลงดังต่อไปนี้

ก่อนการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเต็มจำนวน (31 ธันวาคม 2556)

จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	170,048,386	หุ้น
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นก่อนการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ	100	%

หลังการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเต็มจำนวน (ESOP-WA)

จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	174,291,386	หุ้น
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นภายหลังการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ	97.56	%
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นที่ลดลง	2.44	%

8. ปัจจัยเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจ

8.1 ความเสี่ยงจากกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายและบริหารจัดการกลุ่มบริษัท

ภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญแก่ประชาชนทั่วไป ปัจจุบัน เครือเนชั่นถือหุ้นร้อยละ 78.46 ของทุนชำระแล้ว จึงทำให้สามารถควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญในการประชุมผู้ถือหุ้นได้ทั้งหมด ซึ่งรวมถึงมติพิเศษที่กฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของจำนวนหุ้นที่เข้าประชุมและมีสิทธิออกเสียง ทำให้ผู้ถือหุ้นรายอื่นไม่สามารถรวบรวมคะแนนเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องของผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้ นอกจากนี้ เครือเนชั่นยังมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่มบริษัทฯ โดยมีกรรมการตัวแทนจำนวน 3 ท่านจากทั้งหมด 9 ท่าน และคณะกรรมการบริหารจำนวน 3 ท่านจากทั้งหมด 5 ท่าน เป็นตัวแทนที่มาจากเครือเนชั่น

อย่างไรก็ตาม เพื่อถ่วงดุลการบริหารงานของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ บริษัทฯ จึงได้แต่งตั้งกรรมการอิสระที่เป็นบุคคลภายนอกจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำหน้าที่ในการตรวจสอบการดำเนินงานของผู้บริหารและดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายย่อย

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 อุปกรณ์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 และ 2555 และ 2556 กลุ่มบริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หน่วย: ล้านบาท

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ			ภาระผูกพัน		
		31 ธ.ค. 2554	31 ธ.ค. 2555	31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2554	31 ธ.ค. 2555	31 ธ.ค. 2556
ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์ที่เช่า	เจ้าของ	1.19	0.43	0.47	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และอุปกรณ์สำนักงาน	เจ้าของ	3.12	6.20	4.64	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
ยานพาหนะ	เจ้าของ	0.23	0.06	-	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
รวม		4.54	6.69	5.11			

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ คือ ค่าลิขสิทธิ์ในการผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หน่วย: ล้านบาท

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ		
	31 ธ.ค. 2554	31 ธ.ค. 2555	31 ธ.ค. 2556
ค่าลิขสิทธิ์	37.40	43.02	41.64
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	1.58	0.39	0.28
รวม	38.98	43.40	41.93

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายการตัดจำหน่ายค่าลิขสิทธิ์โดยพิจารณาจากจำนวนที่สูงกว่าระหว่างวิธีเส้นตรงภายในระยะเวลา 3-5 ปี ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยอายุสัญญาสิทธิของกลุ่มบริษัทฯ และการคำนวณตามจำนวนเล่มของสื่อสิ่งพิมพ์ที่จำหน่ายได้ภายใต้สัญญาสิทธิเหล่านั้น โดยเริ่มตัดจำหน่ายเมื่อผลิตสิ่งพิมพ์เรียบร้อยแล้ว ในส่วนของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ กลุ่มบริษัทฯ ตัดจำหน่ายโดยวิธีเส้นตรงเป็นระยะเวลา 5 ปี วิธีการตัดจำหน่าย ระยะเวลาที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์และมูลค่าคงเหลือจะได้รับการทบทวนทุกสิ้นรอบปีบัญชีและปรับปรุงตามความเหมาะสม

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังเป็นเจ้าของหัตถ์ลิขสิทธิ์การ์ตูน “Boom” “Jiro” และ “Disney & Me” ซึ่งได้มีการจดทะเบียนกับสำนักหอสมุดแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรมเรียบร้อยแล้ว

หมายเหตุ : บริษัท ฯ ยกเลิกการพิมพ์นิตยสาร Jiro ในเดือนกันยายน 2555

4.3 สัญญาเช่าทรัพย์สินระยะยาว

กลุ่มบริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่อาคารสำนักงานและคลังสินค้าเพื่อใช้ในการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- สัญญาเช่าสำหรับเป็นสำนักงาน ที่อาคารที่ซีไอเอฟ ทาวเวอร์ ชั้น 29 เลขที่ 1858/123-124 ถนนบางนา-ตราด กรุงเทพฯ รวมพื้นที่ประมาณ 735.93 ตารางเมตร ระยะเวลาเช่า 2 ปี 10 เดือน และสามารถต่ออายุสัญญาได้
- สัญญาเช่าสำหรับเป็นคลังสินค้า อาคารเลขที่ 42/8 ถนนบางนา-ตราด กม. 4 หมู่ 10 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ จากบริษัท โซติซเซอร์กุล จำกัด ซึ่งมีพื้นที่ประมาณ 1,800 ตารางเมตร เป็นเวลา 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2557 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2559 และสามารถต่ออายุสัญญาเช่าได้
- สัญญาเช่าสำหรับเป็นคลังสินค้า อาคารเลขที่ 69/10-11 หมู่ที่ 2 ซอยวัดหนามแดง ถนนศรีนครินทร์ ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จากบริษัท สานณรงค์ จำกัด ซึ่งมีพื้นที่ประมาณ 1,360 ตารางเมตร เป็นเวลา 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 10 กันยายน 2554 ถึงวันที่ 9 กันยายน 2557 และสามารถต่ออายุสัญญาเช่าได้

4.4 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและกิจการที่ควบคุมร่วมกัน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 และ 2555 และ 2556 บริษัทฯ มีเงินลงทุนตามวิธีราคาทุนในบริษัทย่อยและกิจการที่ควบคุมร่วมกัน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หน่วย: ล้านบาท

ชื่อ	ความสัมพันธ์	ทุนชำระแล้ว			สัดส่วนเงินลงทุน (ร้อยละ)			มูลค่าเงินลงทุนวิธีราคาทุน		
		31 ธ.ค. 2554	31 ธ.ค. 2555	31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2554	31 ธ.ค. 2555	31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2554	31 ธ.ค. 2555	31 ธ.ค. 2556
บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด	บริษัทย่อย	41.25	41.25	41.25	99.99	99.99	99.99	25.36	25.36	25.36
บริษัท เนชั่น คิวดส์ จำกัด	บริษัทย่อย	-	0.25	1.00	-	99.99	99.99	-	0.25	1.00
บริษัท เอ็นดูปอง จำกัด	บริษัทย่อย	1.00	-	-	99.98	-	-	1.00	-	-
บริษัท ไนน์ บีโพรท์ จำกัด	บริษัทย่อย	-	-	1.00	-	-	59.99	-	-	0.60
บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด	กิจการที่ควบคุมร่วมกัน	50.00	50.00	50.00	49.99	49.99	49.99	25.05	25.05	25.05
รวม								51.41	50.66	52.01

4.5 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และกิจการร่วมค้า

บริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และกิจการร่วมค้าในอนาคต โดยพิจารณาจากปัจจัยหลักๆ เช่น

- 1) มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถเอื้อประโยชน์ (Synergy) ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ได้
- 2) ผลตอบแทนจากการลงทุน

3) สถานะทางการเงินของบริษัทที่จะลงทุน

4) ภาวะเศรษฐกิจและการเมือง

อย่างไรก็ตาม โครงการลงทุนของบริษัทฯ ต้องผ่านการพิจารณาจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ และ/หรือ ที่ประชุมผู้ถือหุ้น ตามขอบเขตอำนาจการอนุมัติที่บริษัทฯ ได้กำหนดไว้ และตามกฎหมายต่างๆ ของคณะกรรมการ กสท. และ/หรือ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทฯ จะส่งตัวแทนของบริษัทฯ ตามสัดส่วนการถือหุ้นของ บริษัทฯ เข้าร่วมบริหารงานและดูแลการดำเนินธุรกิจ ตามที่คณะกรรมการของบริษัทฯ ได้มอบหมาย โดยบุคคลนั้น จะต้องเป็นผู้ที่ไม่มีผลประโยชน์ขัดแย้งในทางธุรกิจกับบริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือกิจการร่วมค้าอื่นๆ

4.6 นโยบายในการบริหารลูกหนี้การค้า

ในการจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ โดยปกติกลุ่มบริษัทฯ มีการให้สินเชื่อแก่ลูกค้าโดยเฉลี่ยเป็นระยะเวลา 15 วัน ถึง 90 วัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 และ 2555 และ 2556 กลุ่มบริษัทฯ มียอดลูกหนี้การค้าสุทธิจากค่าเผื่อนี้สงสัย จะสูญและค่าเผื่อนี้รับคืนจำนวน 103.10 ล้านบาท และ 120.37 ล้านบาท และ 162.35 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมี ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ จำนวน 4.32 ล้านบาท และ 3.12 ล้านบาท และ 3.79 ล้านบาท ตามลำดับ และมีหนี้สูญและค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญในปีดังกล่าว จำนวน 0.59 ล้านบาท และ 1.28 ล้านบาท และ 0.71 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งในการ พิจารณาดังกล่าวเผื่อนี้สงสัยจะสูญ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการประเมินเป็นสัดส่วนร้อยละ 1 ของยอดขายในแต่ละ เดือนประกอบกับการพิจารณาประวัติการชำระหนี้ และการคาดการณ์เกี่ยวกับการชำระหนี้ในอนาคตของลูกค้า นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีการตั้งค่าเผื่อนี้รับคืนในการขายเพื่อเกิดบัญชี สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชน และหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 และ 2555 และ 2556 มีจำนวน 10.17 ล้านบาท และ 9.56 ล้านบาท และ 9.78 ล้านบาท ตามลำดับ นโยบายของกลุ่มบริษัทฯ คือ จะตั้งค่าเผื่อนี้รับคืนโดยใช้สัดส่วน ร้อยละของสินค้านี้รับคืนต่อสินค้าที่ขายโดยเฉลี่ย 12 เดือนย้อนหลัง โดยลูกหนี้การค้าส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ เป็นลูกหนี้การค้าประเภทตัวแทนขาย หรือร้านหนังสือขนาดใหญ่ที่มีความสัมพันธ์ที่ถาวร และมีการค้าขาย อย่างสม่ำเสมอ และกรณีที่เป็นลูกค้าใหม่ บริษัทฯ ต้องให้ตัวแทนจำหน่ายดังกล่าววางเงินประกันค่าสินค้าตามนโยบาย บริษัทฯ

4.7 นโยบายในการบริหารสินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือของกลุ่มบริษัทฯ คือ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554 และ 2555 และ 2556 กลุ่มบริษัทฯ มีสินค้าคงเหลือสุทธิจากค่าเผื่อนี้รับคืนจำนวน 94.30 ล้านบาท และ 119.08 ล้านบาท และ 143.86 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีค่าเผื่อนี้รับคืนจำนวน 60.12 ล้านบาท และ 48.70 ล้านบาท และ 41.71 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 38.93 และร้อยละ 29.02 และร้อยละ 22.48 ของสินค้าคงเหลือ ตามลำดับ ซึ่งในการ พิจารณาดังกล่าวเผื่อนี้รับคืนกลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการประเมินเป็นสัดส่วนร้อยละ 100 ของมูลค่าสินค้าคงเหลือ ที่มีอายุมากกว่า 1 ปีขึ้นไปและผลิตครบชุดแล้ว และสัดส่วนร้อยละ 100 ของสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 3 ปีขึ้นไป แต่ยังไม่ครบชุด อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ จะพิจารณาการตั้งค่าเผื่อนี้รับคืนตามสินค้าที่คาดว่าจะขายได้จาก การดำเนินธุรกิจตามปกติ

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทหรือบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทหรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงเกินกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 รวมทั้งไม่มีคดีที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ และไม่มีคดีความในธุรกิจอื่นที่ไม่ได้เป็นธุรกิจโดยปกติของบริษัทและบริษัทย่อย