

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1.นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ของบริษัท “เป็นหนึ่งในผู้นำในการให้ความรู้ และความบันเทิงที่มีคุณภาพ”

พันธกิจ “ให้ความรู้และความบันเทิงจากทั่วโลก”

คุณค่าขององค์กร

Passion	ความรักและทุ่มเทในงาน
Integrity	ยึดมั่นในความถูกต้อง มีจริยธรรม โปร่งใส น่าเชื่อถือ
Synergy	ร่วมมือร่วมใจ ผสมผสานเพื่อความสำเร็จร่วมกัน ทำงานเป็นทีม
Care	ห่วงใยและเอาใจใส่ต่อผู้ถือหุ้น ลูกค้า พนักงาน และสังคม
Innovation	พัฒนา ปรับตัว ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และริเริ่มอย่างต่อเนื่อง

1.2 ประวัติความเป็นมา การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ

ประวัติและความเป็นมาของบริษัท

บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) เป็นหนึ่งในบริษัทย่อยในสายธุรกิจเอ็ดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศ ของบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“NMG”) ซึ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทฯ ได้ถูกจัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2539 ภายใต้ชื่อ “เนชั่น ซิฟเจอร์วันนี่” ซึ่งต่อมาในปี 2545 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น 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”) (ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (“NGE”)) ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 และ 98.99 ตามลำดับ อีกทั้งยังรับเป็นผู้ดำเนินการแทน NMG ในธุรกิจตัวแทนขายโฆษณาให้แก่สิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ตัวแทนการพิมพ์และจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารในประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียนบางส่วนให้แก่สำนักพิมพ์ต่างประเทศ รวมทั้งธุรกิจการอบรมสัมมนา, สอนภาษาต่างประเทศ และทักษะการสื่อสาร โดยในการปรับโครงสร้างกลุ่มธุรกิจ บริษัทฯ ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1 ล้านบาท เป็น 70 ล้านบาท ในปี 2549 โดยการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ NMG ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นเดิม และ NMG ได้ขายเงินลงทุนใน NED และ NEE ให้บริษัทฯ ตามมูลค่าทาง

บัญชี 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 เนชั่นอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล 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 สามารถนำเงินที่ได้จากการเสนอขายหุ้นเดิมพร้อมกับการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนมาจ่ายคืนเงินกู้ยืมซึ่งเป็นการปรับปรุงสถานะทางการเงินของ NMG ให้ดีขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นของ NMG ในอนาคต ต่อมาเมื่อวันที่ 23 กันยายน 2553 ที่ประชุมคณะกรรมการของ NMG ครั้งที่ 4/2553 ได้มีมติอนุมัติให้ NMG เสนอขายหุ้นสามัญจำนวน 4,000,000 หุ้นที่ NMG ถืออยู่ในบริษัทฯ พร้อมกับการเสนอขายหุ้นให้แก่ประชาชนและบุคคลทั่วไปเป็นครั้งแรกของบริษัทฯ

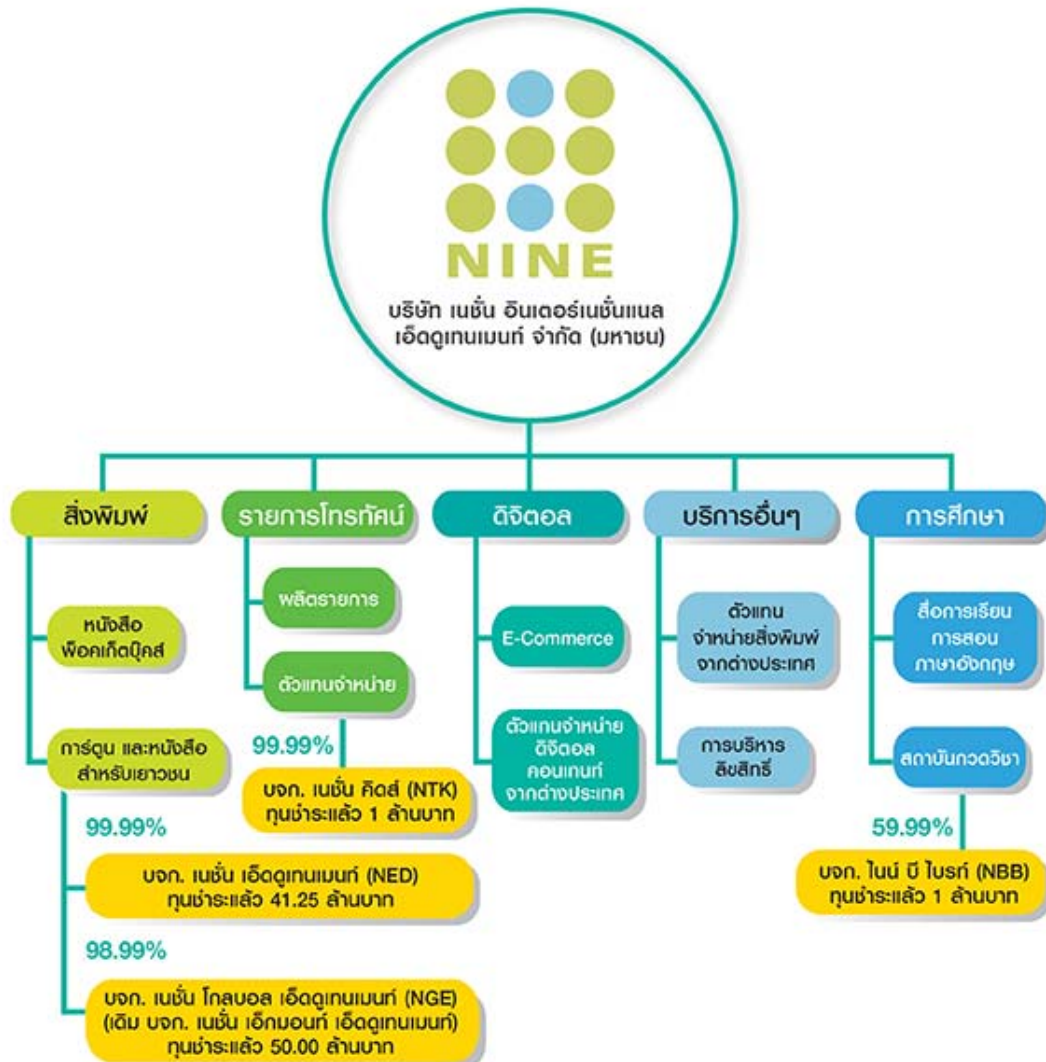
อย่างไรก็ตาม การเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ จะทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของ NMG ในบริษัทฯ ลดลงจากที่เคยถืออยู่ร้อยละ 99.99 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว มาเป็นร้อยละ 77.65 จึงทำให้สัดส่วนการควบคุมในบริษัทฯ ลดลงไปตามสัดส่วนการถือหุ้น อย่างไรก็ตาม NMG ยังคงเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สุดในบริษัทฯ ภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญ และบริษัทฯ ยังคงมีสถานะเป็นบริษัทย่อยของ NMG เช่นเดิม ถึงแม้สัดส่วนการรับรู้รายได้และกำไรรวมถึงเงินปันผลของ NMG จากบริษัทฯ ที่ Spin-off ไปแล้วจะลดลงเนื่องจากสัดส่วนการถือหุ้นที่ลดลง แต่โดยทั่วไปบริษัทที่เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ แล้วจะมีการขยายตัวในธุรกิจ ทำให้มีรายได้และผลกำไรที่เติบโตขึ้น ดังนั้นหากบริษัทฯ มีกำไรเพิ่มมากขึ้นจากการขยายตัว ก็อาจทำให้ส่วนแบ่งกำไรและเงินปันผลจากบริษัทฯ เท่าเดิมหรือเพิ่มขึ้นก็เป็นได้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้น NMG เช่นกัน นอกจากนั้น 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

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ

- ปี 2555
 - วันที่ 25 กรกฎาคม 2555 บริษัทฯ เปิดตัว Canimals (แคนนิมอลส์) ก๊วนกระป๋องจอมชน 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

- ปี 2556
- วันที่ 14 ธันวาคม 2555 บริษัทฯ ดำเนินการเลิกกิจการและชำระบัญชีของ บริษัท เอ็นคูปอง จำกัด
 - วันที่ 31 ธันวาคม 2555 บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นใน NINE ร้อยละ 78.46
 - วันที่ 3 เมษายน 2556 บริษัทฯ จัดแถลงข่าวและเปิดตัวหนังสือชีวประวัติ “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 เพื่อรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ 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 โปรดัก จำกัด โดยเป็นการร่วมทุนระหว่าง NINE และ บี โปรดัก สัดส่วนการลงทุน 60:40 ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ประกอบธุรกิจให้บริการด้านการศึกษา
 - วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นใน NINE ร้อยละ 83.76
- ปี 2557
- วันที่ 3 มีนาคม 2557 บริษัทฯ จัดแถลงข่าวและเปิดตัวหนังสือชีวประวัติ “อเล็กซ์ เฟิร์กูสัน” ฉบับภาษาไทย
 - วันที่ 25 กันยายน 2557 บริษัทฯ ได้รับรางวัล "Investor's Choice Award" จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย สำหรับบริษัทจดทะเบียนที่ทำคะแนนการประเมินคุณภาพการประชุมสามัญประจำปีเต็ม 100% ต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 4 ปี
 - วันที่ 29 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้น บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด จำนวน 49% จากผู้ถือหุ้นเดิม และเปลี่ยนชื่อบริษัทจาก บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด เป็น บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด
 - วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นใน NINE ร้อยละ 80.06

1.3 โครงสร้างการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท



หมายเหตุ :

- 1) เอ็กมอนท์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล โฮลดิ้ง เอ/เอส เป็นบริษัทที่ถือหุ้นใหญ่โดย The Egmont Foundation ซึ่งเป็นมูลนิธิที่ก่อตั้งเพื่อทำประโยชน์ให้กับสังคม และดำเนินธุรกิจด้านสื่อและความบันเทิงรายใหญ่ในประเทศแถบสแกนดิเนเวียมากกว่า 130 ปี และดำเนินธุรกิจในประเทศต่างๆ มากกว่า 30 ประเทศ ถือหุ้น NEE ในสัดส่วน 49%
- 2) บริษัท ไนน์ บี ไบรท์ จำกัด จัดตั้งเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2556
- 3) วันที่ 29 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้น บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด จำนวน 49% จากผู้ถือหุ้นเดิม และเปลี่ยนชื่อบริษัทจาก บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด เป็น บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 NINE มีบริษัทย่อย ดังนี้

ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (%)
บริษัทย่อย		
บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด ทุนจดทะเบียน 41.25 ล้านบาท	สื่อโฆษณาทางสื่อรูปแบบใหม่	99.99
บริษัท เนชั่น คัดส์ จำกัด ทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท	ผลิตรายการโทรทัศน์ และให้บริการ โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์	99.99
บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด ทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท	สิ่งพิมพ์	98.99
บริษัท ไนน์ บี โปรท์ จำกัด ทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท	ให้บริการด้านการศึกษา	59.99

หมายเหตุ เมื่อวันที่ 29/12/57 บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) เข้าซื้อหุ้น บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด จำนวน 49% จากผู้ถือหุ้นเดิม และเปลี่ยนชื่อบริษัทจาก บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด เป็น บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด

ภาพรวมในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

ลักษณะการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจสำนักพิมพ์ โดยผลิตและจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้และความบันเทิง ในรูปแบบของหนังสือเพื่อเด็กเกิดนิกส์ และสิ่งพิมพ์สำหรับเด็ก ซึ่งมิได้มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง ในส่วนของหนังสือเพื่อเด็กเกิดนิกส์ กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผ่านตัวบริษัทฯ เองในนามสำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊กส์” ซึ่งผลิตและจำหน่ายหนังสือเพื่อเด็กเกิดนิกส์ที่ได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ให้เป็นผู้จัดพิมพ์และจำหน่ายผลงานที่มีคุณภาพ โดยมีกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายหลักเป็นผู้ใหญ่อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาหลากหลายแนว ได้แก่ 1) หมวดบริหารและจัดการ 2) หมวดนวนิยายและวรรณกรรม 3) หมวดภาษาและการเรียนรู้ 4) หมวดศาสนา จิตวิทยา และปรัชญา 5) หมวดทั่วไป ในปี พ.ศ. 2557 กลุ่มบริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายหนังสือเพื่อเด็กเกิดนิกส์ทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 1,000 ปก ซึ่งส่วนใหญ่ กลุ่มบริษัทฯ จะจัดจำหน่ายผ่านผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ในประเทศ โดยมีจุดกระจายหนังสือรวมกันทั้งสิ้นมากกว่า 10,000 จุด (ที่มา:บริษัท) นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังดำเนินธุรกิจผลิต นำเข้า และจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กเพื่อการศึกษา บันเทิง และการเสริมทักษะ ซึ่งรวมถึงการ์ตูน และนิทานประเภทต่างๆ ผ่าน บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) และ บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NEE) ในนามสำนักพิมพ์ “เนชั่นเอ็ดดูเทนเมนท์” และ “เนชั่น เอ็กมอนท์” (ปัจจุบัน บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัทเนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด)โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี กลุ่มบริษัทฯ จะมุ่งเน้นการผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูนยอดนิยมที่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากสำนักพิมพ์ชั้นนำของประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี ประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศในทวีปเอเชีย อื่น ๆ อาทิ เซลล์ดอน, เบิร์ดแลนด์, โดราเอมอน, เกรซออนชินจัง, ดราก้อนบอล และ นารูโตะ นินจาคาถาโอ้โฮเฮะ เป็นต้น รวมทั้งสิ่งพิมพ์ที่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากกลุ่มประเทศแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย โดยในปี พ.ศ. 2557 กลุ่มบริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 5,500 ปก ซึ่ง

ส่วนใหญ่ กลุ่มบริษัทฯ จะจัดจำหน่ายผ่านเอเจนต์หนังสือ และผู้จัดจำหน่ายหนังสือ โดยมีจุดกระจายหนังสือรวมกันทั้งสิ้นกว่า 10,000 จุด (ที่มา: บริษัทฯ)

กลุ่มบริษัทฯ โดยตัวบริษัทฯ เองยังดำเนินธุรกิจในการเป็นตัวแทนขายและจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ให้แก่สำนักพิมพ์ต่างประเทศ คือ The Wall Street Journal Asia และ The Yomiuri Shimbun รวมทั้งนิตยสารต่างประเทศ เช่น Fortune, Time และ Economist เป็นต้น และฐานข้อมูลออนไลน์จากบริษัทยา กลุ่มบริษัทฯ เป็นตัวแทนขายและรับจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศจำนวนทั้งสิ้น 185 หัว ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นลูกค้าองค์กรทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และกลุ่มนักศึกษา นักวิชาการ โดยมีการจำหน่ายผ่านระบบสมาชิก แพลตฟอร์มและร้านหนังสือ รวมถึงจำหน่ายแบบ Bulk สำหรับฐานข้อมูลออนไลน์จะมีกลุ่มลูกค้าเป็นสถาบันการศึกษาทุกระดับชั้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็นตัวแทนขายสมาชิกและตัวแทนขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ฉบับที่พิมพ์ในประเทศไทย รับจ้างพิมพ์หนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia และ The Yomiuri Shimbun รวมถึงรับจัดส่งหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศอีกหลายฉบับด้วย

สรุปลักษณะการประกอบธุรกิจของแต่ละบริษัท

บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “NINE”)

- ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์โดยผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายที่ได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นกลุ่มผู้อ่านที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และมีได้มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง
- เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ต่างประเทศและนิตยสารต่างประเทศ ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นนักธุรกิจทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ
- เป็นตัวแทนขายสมาชิกและตัวแทนขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ที่พิมพ์ในประเทศไทย รับจ้างพิมพ์หนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia และ The Yomiuri Shimbun รวมถึงรับจัดส่งหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศอีกหลายฉบับ(Britannica)

บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (“NED”)

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

บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (“NEE”) (ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NGE))

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

บริษัท เนชั่น คิวดส์ จำกัด

- ดำเนินธุรกิจผลิตรายการในรูปแบบต่างๆ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ และสื่อรูปแบบใหม่

บริษัท ไนน์ บีโพรท์ จำกัด

- ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านการศึกษา

จุดเด่นในการประกอบธุรกิจ

1. ธุรกิจสิ่งพิมพ์

1.1 กลุ่มบริษัทฯ ได้รับการยอมรับและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั่วโลก

กลุ่มบริษัทฯ เป็นผู้ริเริ่มการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์การ์ตูนที่มีการขอลิขสิทธิ์จากสำนักพิมพ์จากต่างประเทศ อย่างถูกต้องเป็นรายแรกของประเทศไทย ซึ่งตลอดระยะเวลา 20 ปี ที่ผ่านมามีกลุ่มบริษัทฯ ได้พิสูจน์ให้เจ้าของลิขสิทธิ์ ต่างๆ ได้เห็นว่า บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างตรงไปตรงมา และถูกต้องตามจริยธรรม การดำเนินธุรกิจที่ดี

จากการยึดแนวทางการดำเนินการข้างต้น ทำให้กลุ่มบริษัทฯ ได้รับการยอมรับและเชื่อมั่นจากสำนักพิมพ์ต่างๆ ทั่วโลก ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ มีโอกาสสูงในการได้รับการพิจารณาคัดเลือกจากสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือที่ได้รับความนิยม จากต่างประเทศเพื่อมาดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศให้ได้ตามเป้าหมาย

1.2 กลุ่มบริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสืออย่างต่อเนื่อง

กลุ่มบริษัทฯ มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยม และมียอดขายประเภทสิ่งพิมพ์สูงติดอันดับต้นๆ ของประเทศไทยมาอย่างยาวนาน โดยโดดเด่นในหมวด การ์ตูน, หนังสือเสริมทักษะและพัฒนาสำหรับเยาวชน, หนังสือหมวดธุรกิจ บริหารและการลงทุน, ศาสนา และภาษาอังกฤษ อาทิเช่น หนังสือการ์ตูนโดราเอมอน, นารูโตะ นินจาคาถาโอ้โฮเฮะ, เทพมรณะ Bleach, Blue Exorcist, เกรซออนชินจัง, อิคารุ เซียนโกะ, All You Need is Kill, คุโรโกะ นายจิตรพิลึกสังเวียนบาส, หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ Disney, หนังสือชุดเจ้าหญิง, นิทานประกอบภาพพระบารมี, หนังสือชุดมิกกี้และสหาย, หนังสือชุด การ์ตูนความรู้วิทยาศาสตร์ “Science Kids”, เขาชื่อ”ตู” ประวัติที่น่าสนใจของนายกรัฐมนตรีคนที่ 29 ของประเทศไทย, หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เฟอร์กูสัน อัดชีวิตประวัติดู, จอห์นนี่ ไอพฟ์ นักออกแบบอัจฉริยะ, HARD CHOICES โดย ฮิลลารี คลินตัน, สวงจู้ยปรับบ้านเปลี่ยนชีวิต, ปฏิทินถกษ มงคลปี 2015 ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องทุกปี, 21 วันหุ่นเป๊ะได้สไลด์เกาหลีเล่ม 1 และเล่ม 2, นวดกดจุด, ภาษาอังกฤษ แก่คริสก็มันส์แล้ว 1.5พร้อม ซีดี MP3, รู้ทันมะเร็ง2, ถนอมปอดยับยั้งสารพัดโรค, ถนอมไตยับยั้งสารพัดโรค เป็นต้น ดังนั้น นักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศจึงมีการติดต่อขอจำหน่ายลิขสิทธิ์ สิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมสูงให้แก่กลุ่มบริษัทฯ โดยตรงเป็นประจำ

1.3 กลุ่มบริษัทฯ ผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือหลากหลายประเภท

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ที่ให้ทั้งความรู้และความบันเทิงหลากหลายประเภท ในรูปแบบของหนังสือเพื่อกระตุ้นจิตสำนึกสำหรับกลุ่มผู้อ่านที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนสำหรับกลุ่มผู้อ่านที่เป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี ดังนั้น สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือของกลุ่มบริษัทฯ จึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้ทุกกลุ่ม ทุกเพศ และทุกวัย ซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้อ่านกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

1.4 กลุ่มบริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นที่เข้มแข็งและสามารถช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ได้

บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (NMG) ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจสิ่งพิมพ์มากกว่า 44 ปี รวมทั้งได้รับการยอมรับจากวงการอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ทั่วโลก และเอื้อให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถดำเนินกิจการสิ่งพิมพ์ที่ได้รับการยอมรับจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งสามารถดำเนินธุรกิจได้ในต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้จากการประหยัดจากขนาด (Economy of Scale) ด้วย

1.5 เนื้อหา (Content) และรูปภาพในสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือที่กลุ่มบริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์มีโอกาสนำไปขยายธุรกิจต่อทางสื่ออื่นๆ ได้

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

1.6 ผู้บริหารของกลุ่มบริษัทฯ เป็นผู้ที่มีประสบการณ์สูงในธุรกิจผลิตและจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์

ผู้บริหารของกลุ่มบริษัทฯ มีประสบการณ์ในการบริหารและดำเนินงานในธุรกิจผลิตและจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์กับกลุ่มบริษัทฯ และบริษัทในเครือเนชั่น ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้นำด้านการผลิตสื่อและสิ่งพิมพ์หลากหลายประเภทในประเทศไทยมาเป็นระยะเวลาช้านาน ดังนั้น ผู้บริหารของกลุ่มบริษัทฯ จึงสามารถใช้ความชำนาญและความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในการบริหารงานกลุ่มบริษัทฯ ให้ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในอนาคต

1.7 กลุ่มบริษัทฯ มีทีมบรรณาธิการที่มีคุณภาพ

จากการที่กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการคัดเลือกเจ้าพนักงานบรรณาธิการที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีทัศนคติที่ดีกับสายงาน รวมทั้งมีการพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ทีมงานบรรณาธิการของกลุ่มบริษัทฯ มีคุณสมบัติเพียบพร้อม และสามารถถ่ายทอดงานพิมพ์จากต้นฉบับภาษาต่างประเทศมาเป็นภาษาไทยได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์และมีอรรถรส

2. ธุรกิจเพื่อการศึกษา

2.1 กลุ่มบริษัทฯ มีบุคลากรที่พร้อมด้วยคุณวุฒิ และประสบการณ์ด้านการศึกษา

การดำเนินธุรกิจเพื่อการศึกษา เกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มกันของคณาจารย์คุณภาพสูงในหลากหลายสาขาวิชา สังกัดมหาวิทยาลัยรัฐชั้นนำของประเทศวุฒิการศึกษาระดับปริญญาโทถึงปริญญาเอกจากสถาบันการศึกษาชั้นนำในสหรัฐอเมริกาและ สหราชอาณาจักร มีประสบการณ์สอนสูงสุดมากกว่าสามสิบปี อีกทั้งเรายังมีอาคารสถานที่ที่พญาไท ซึ่งเป็นแหล่งธุรกิจกวดวิชาระดับมัธยมศึกษา ด้วยเหตุนี้ เราจึงสามารถสร้างโอกาสให้แก่นักเรียนที่มุ่งมั่นพัฒนาการศึกษาในระบบการศึกษาที่กำหนดโดยกระทรวงศึกษาธิการ มุ่งมั่นการสอบแข่งขันเพื่อเข้าเรียนในสถาบันการศึกษา

ที่ต้องการ รวมทั้งมุ่งมั่นการศึกษาเพื่อการแข่งขันในเวทีการทดสอบความสามารถระดับชาติ จนถึงสนามแข่งขันโอลิมปิกระดับโลก

2.2 กลุ่มบริษัทฯ มีความสัมพันธ์อันดีต่อสถาบันการศึกษา นักเรียน นักศึกษา และคณาจารย์

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจเพื่อการศึกษา เน้นการสร้างสรรค์สื่อคุณภาพสำหรับใช้เป็นหนังสืออ่านนอกเวลา และ/หรือเป็นสื่อที่อาจารย์สามารถใช้เป็นสื่อประกอบการสอนเพิ่มเติมได้อย่างดี ด้วยเนื้อหาที่มีประโยชน์รอบด้าน ทั้งสาระและความบันเทิง รวมถึงวิชาการต่างๆ สำหรับนักเรียนนักศึกษาใช้เป็นคู่มือเตรียมสอบได้อีกด้วย ทั้งนี้ในฐานะสื่อมวลชนที่เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาในประเทศ เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนสังคมที่ดีในอนาคต ด้วยการสร้างสรรคกิจกรรมส่งเสริมการศึกษา อาทิ กิจกรรมการแข่งขันสะกดคำภาษาอังกฤษชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย ที่จัดต่อเนื่อง 17 ปี กิจกรรมประกวดเขียนเรียงความภาษาอังกฤษเชิงสร้างสรรค์ที่จัดต่อเนื่องเป็นเวลา 10 ปี และกิจกรรมพัฒนาบุคลากรทางการศึกษาและเพื่อประกอบอาชีพให้กับองค์กรต่างๆตลอดปี

3. ธุรกิจโทรทัศน์

3.1 กลุ่มบริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานประกอบธุรกิจโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง

ตลอดระยะเวลากว่า 2 ปี บริษัทฯ ได้บริหารงานสถานีโทรทัศน์ ผลิตและสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์สาระความรู้ ความบันเทิง และกิจกรรมดีๆ ให้กับผู้ชม ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มผู้ชมทั่วประเทศ ทั้งในกลุ่มคนเมืองและต่างจังหวัด รวมไปถึงผู้ให้บริการเครือข่ายโทรทัศน์ดาวเทียม และผู้ประกอบการเคเบิลชั้นนำต่างๆอย่างต่อเนื่อง ได้รับการจัดอันดับให้เป็นสถานีสาระบันเทิงสำหรับเด็กและครอบครัวอันดับหนึ่งในตลาด (No.1 of Variety Kids and Family Channel) มาตลอดสองปีที่ผ่านมา : ผลการสำรวจของบริษัท เอจีบี นีสตัน ประเทศไทย จำกัด)

3.2 บริษัทฯ มีบุคลากรที่มีความสามารถและเชี่ยวชาญในการทำงานด้านธุรกิจโทรทัศน์

จากการที่กลุ่มบริษัทฯ มั่นใจในนโยบายในการคัดเลือกกว่าจ้างทีมงานบริหารและทีมงานฝ่ายผลิตที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีทัศนคติที่ดีกับสายงาน ส่งผลให้การบริหารจัดการ และการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ ได้รับการยอมรับจากวงการธุรกิจโทรทัศน์ว่าเป็นทีมงานที่มีคุณภาพ

3.3 เนื้อหารายการที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์โดยตรง สามารถนำไปขยายธุรกิจต่อไปได้อีก

จากการที่กลุ่มบริษัทฯ ประสบผลสำเร็จในการผลิต และสร้างสรรค์รายการสาระบันเทิงสำหรับเด็กและครอบครัวจนได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น กลุ่มบริษัทฯ จึงมีนโยบายที่จะนำเนื้อหารายการที่บริษัทฯ เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ไปต่อยอดการดำเนินธุรกิจนอกเหนือจากที่ทำอยู่ ในฐานะของ Content Provider นำเสนอรายการต่างๆ ผ่านสื่อโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ในตลาดที่ต้องการเนื้อหารายการที่มีคุณภาพ รวมถึงสื่ออินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น การให้บริการเนื้อหาผ่านแอปพลิเคชันบนแท็บเล็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งการให้บริการดังกล่าวของกลุ่มบริษัทฯ เป็นการเพิ่มช่องทางในการรับรู้ รับชม และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

- เป็นหนึ่งในผู้นำและศูนย์รวมสื่อสิ่งพิมพ์ที่ให้สาระความรู้และความบันเทิงที่มีคุณภาพแก่ผู้อ่าน โดยนำเสนอเนื้อหาสาระจากทั่วโลก

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

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเอ็นเนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ จำแนกตามประเภทธุรกิจ ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

รายได้จากกลุ่มธุรกิจ	2555		2556		2557	
	ลบ.	ร้อยละ	ลบ.	ร้อยละ	ลบ.	ร้อยละ
1. ธุรกิจสำนักพิมพ์						
1.1 การผลิตและจำหน่ายพ็อคเก็ตบุ๊กส์	74.98	21.13	70.51	19.62	47.67	17.76
1.2 การผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชน	175.36	49.42	140.06	38.96	72.14	26.87
2. ธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศและบริการที่เกี่ยวข้อง ¹	79.91	22.52	79.69	22.17	72.45	26.99
3. ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต	4.97	1.40	2.10	0.58	3.14	1.17
4. ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์และให้บริการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์	4.33	1.22	51.32	14.28	42.21	15.72
5. ธุรกิจด้านการศึกษา	-	-	4.17	1.16	3.84	1.43
6. รายได้อื่น ๆ ²	15.30	4.31	11.60	3.23	27.02	10.06
รายได้รวม	354.85	100.00	359.45	100.00	268.47	100.00

หมายเหตุ: ¹ รวมรายได้จากค่าจ้างพิมพ์ ค่าจัดส่ง และค่าบริการจากการเป็นตัวแทนขายโฆษณาในสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

² รายได้อื่น ๆ ได้แก่ รายได้จากบริการส่วนกลาง ค่าบริการอื่นๆ รวมทั้งรายได้จากการขายเศษซาก ดอกเบี้ยรับ และอื่นๆ เป็นต้น

2.2 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายธุรกิจ

1. ธุรกิจสำนักพิมพ์

1.1 สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชน

1.1.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

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

ก) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย

NED ได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ผลิตสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี ประเทศไทย และประเทศในทวีปเอเชีย โดยได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ชั้นนำ อาทิ Shueisha, Shogakukan, Kodansha, Kadokawa Shoten และ Futabasha เป็นต้น จนถึงปี 2557 NED ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชน ทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 600 เรื่อง หรือมากกว่า 4,500 ปก ซึ่งดำเนินการในรูปแบบดังต่อไปนี้

- 1) “Shonen Jump” และการ์ตูนไทยไว้ในเล่มเดียวกัน (หมายเหตุ: ได้ยกเลิกการจัดทำนิตยสารฉบับนี้ในเดือนเมษายน 2557)
- 2) **หนังสือการ์ตูน (Comic Collection)** หมายถึงหนังสือการ์ตูนรวมเล่มและหนังสือการ์ตูนในรูปแบบพิเศษ (Limited Edition) ซึ่งได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางทั้งจากประเทศญี่ปุ่น และประเทศอื่นๆ ในเอเชียรวมทั้งประเทศไทย ส่วนใหญ่ของหนังสือการ์ตูนในกลุ่มนี้เป็นการรวมเล่มจากการ์ตูนที่ลงเป็นตอนๆ ในนิตยสารการ์ตูน “Boom” อาทิ “นารูโตะ นินจาคาถาโอ้โฮเฮะ” “เทพมรณะ Bleach” “Bakuman” “Blue Exorcist” การ์ตูนไทย อาทิ “มิดที่ 13” “เดโมนิค คอรัช” เป็นต้น
หนังสือการ์ตูนเรื่องอื่นๆ ที่ไม่ได้มาจากนิตยสารการ์ตูน “Boom” อาทิ หนังสือชุด “โดราเอมอน” “รวมผลงานการ์ตูนของ Fujiko F. Fujio ผู้เขียนโดราเอมอน” “เกรียนจีนจัง” “Pokemon” “All You Need Is Kill” เป็นต้น
- 3) **หนังสือการ์ตูนความรู้ (Edutainment Comics)** เป็นการให้ความรู้แก่เยาวชน ในรูปแบบการ์ตูน แบ่งเป็นช่องทำนองเดียวกับการ์ตูนญี่ปุ่น มีการแทรกความรู้ต่างๆ และคำอธิบายเชิงวิชาการ ผ่านการเล่าเรื่องที่สนุกสนาน มีทั้งแบบสีเดียวและภาพสี่สี การ์ตูนที่ได้รับลิขสิทธิ์จากบริษัทของคนไทย เช่น “เซลล์ดอน” และการ์ตูนความรู้ชุด Science Kids ที่ได้รับลิขสิทธิ์จาก สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.) กระทรวงศึกษาธิการ เป็นต้น
- 4) **หนังสือนิทานภาพ (Story Book)** เป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก ประกอบไปด้วยภาพโดยมีเรื่องราวสอดแทรกสาระสำหรับเด็ก พร้อมทั้งให้ความบันเทิง อาทิ หนังสือนิทานภาพเจ้าหญิงคิสนีย์, หนังสือภาพยนตร์การ์ตูนจากวอลท์ดิสนีย์
- 5) **หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ (Activity Book)** เป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก ประกอบด้วยรูปภาพ พร้อมความรู้และความบันเทิง ผ่านกิจกรรมต่างๆ อาทิ การระบายสี การวาดรูปต่างๆ การลากเส้น เกมทดสอบความจำ สี ตัวเลข หรือคำศัพท์ต่างๆ โดยใช้ตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงที่เด็กชื่นชอบ อาทิ กิจกรรมหนังสือกิจกรรมพัฒนาทักษะชุด “เจ้าหญิงคิสนีย์”, “มิกกี้และสหาย”, หนังสือภาพยนตร์การ์ตูนจากวอลท์ดิสนีย์ และ โมเดลกระดาษพัฒนาทักษะสำหรับเด็ก “ไดโนบ็อกซ์” เป็นต้น
- 6) **หนังสือสาระความรู้สำหรับเยาวชน** เป็นหนังสือที่ให้ความรู้ในเรื่องต่างๆ ที่เข้าใจง่าย มีรูปภาพประกอบและวิธีการเล่าที่ดึงดูดความสนใจของเด็ก ขณะเดียวกันก็สอดแทรกความรู้เฉพาะด้านควบคู่ไปด้วย ซึ่งอาจนำไปใช้เป็นหนังสืออ่านนอกเวลา เช่น “Science Kids พิชิตปริศนาพร้อมคิวิดิ” เป็นต้น

ข) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย

NGE ได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ผลิต นำเข้า และจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนที่ได้รับลิขสิทธิ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์และสำนักพิมพ์ชั้นนำจากกลุ่มประเทศแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย อาทิ Walt Disney, Warner Bros., Simon & Schusters, Nickelodeon ประเทศสหรัฐอเมริกา Hit Entertainment, Chorion, Scholastic UK, Egmont UK, Dorling Kindersley ประเทศอังกฤษ, VGS ในเครือของ EGMONT, Verlagsgesellschaften ประเทศเยอรมันนี, Larousse ประเทศฝรั่งเศส, Casterman ประเทศเบลเยียม, Paramon ประเทศสเปน และ Blake Education เป็นต้น โดยส่วนใหญ่ผลิตเป็น 2 ภาษา ซึ่งมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในเล่มเดียวกัน จนถึงปี 2557 NGE ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย ทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 1000 ปก ซึ่งดำเนินการในรูปแบบดังต่อไปนี้

- 1) **นิตยสารสำหรับเด็กชื่อ “Disney & Me”** เป็นนิตยสารรายเดือนสำหรับเด็กอายุ 5-8 ปี ลิขสิทธิ์จากดิสนีย์ ซึ่งให้ความรู้พร้อมความบันเทิงโดยการรวมนิทานภาพและกิจกรรมเสริมทักษะไว้ในเล่มเดียวกัน เช่น การระบายสีรูปภาพ ลากเส้น เกมทดสอบความจำ สี ตัวเลข พร้อมสอดแทรกความรู้ด้านภาษาอังกฤษ (หมายเหตุ: ได้ยกเลิกการจัดทำนิตยสารฉบับนี้ในเดือนเมษายน 2557)
- 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. เป็นต้น
- 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” เป็นต้น

1.1.2 ลูกค้าย่อยเป้าหมาย

ลูกค้าย่อยเป้าหมายแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

- กลุ่มเด็กเล็ก (4 -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 ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น
- หนังสือคู่มือข้อสอบสำหรับเยาวชน กลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มเด็กชั้นประถมศึกษา

1.1.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ก) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย

การจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชียนั้น NED ซึ่งเป็นผู้ผลิตจะขายสิ่งพิมพ์ที่ผลิตทั้งหมดให้แก่ NGE ซึ่งเป็นการขายบนเงื่อนไขไม่มีการรับคืน เพื่อให้ NGE นำไปจำหน่ายต่อไปให้กับเอเจนต์ที่จัดจำหน่ายการ์ตูน และผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ที่มีร้านหนังสือหลายสาขา ซึ่งเป็นการขายที่อาจมีการรับคืนได้ในภายหลัง โดยเอเจนต์เหล่านี้จะกระจายสินค้าต่อไปยังร้านหนังสือค้าปลีกรายย่อยซึ่งจะจำหน่ายต่อไปให้แก่ผู้อ่านอีกต่อหนึ่ง และ NGE ยังมีการจัดจำหน่ายโดยตรงแก่ผู้อ่านผ่านระบบสมาชิก

ในปี 2557 NGE จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชียส่วนใหญ่ผ่านเอเจนต์การ์ตูน รองลงมาได้แก่ ร้านหนังสือ ร้านค้าโมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ และ ร้านค้าที่ไม่ได้จำหน่ายหนังสือเป็นหลัก และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ ได้แก่ จำหน่ายตรงผ่านบูธ งาน event ตามลำดับ รวมจุดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 10,000 จุด (ที่มา: บริษัทฯ)

ข) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย

NGE จะทำการจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลียซึ่งตนเป็นผู้ผลิตผ่านผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ที่มีร้านหนังสือหลายสาขา และร้านค้าโมเดิร์นเทรด ซึ่งมีเงื่อนไขการขายที่อาจมีการรับคืนได้ในภายหลัง โดยร้านค้าเหล่านี้จะจำหน่ายต่อไปให้แก่ผู้อ่านอีกทอดหนึ่ง นอกจากนี้ NGE ยังมีการจัดจำหน่ายโดยตรงแก่สถาบันการศึกษา และผู้อ่านผ่านระบบสมาชิกด้วย

ในปี 2556 NGE จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลียส่วนใหญ่ผ่านร้านหนังสือ รองลงมาได้แก่ ร้านค้าโมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ และ ร้านค้าที่ไม่ได้จำหน่ายหนังสือเป็นหลัก นอกจากนี้ มีการจำหน่ายตรงผ่านบูธ โรงเรียน และองค์กรต่างๆ และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ รวมจุดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 12,000 จุด (ที่มา: บริษัทฯ 10,000 ร้านค้า / 2,000 โรงเรียน)

1.1.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

1) คัดเลือก สร้างสรรค์ พัฒนาสื่อที่มีคุณภาพ

บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนที่มีคุณภาพ ความเหมาะสม และตอบสนองความต้องการของกลุ่มเด็กและเยาวชน รวมทั้งส่งเสริมความรู้ด้านต่างๆ โดยเฉพาะความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ซึ่งสิ่งพิมพ์หลายประเภทของกลุ่มบริษัทฯ มีภาษาไทยควบคู่กับภาษาอังกฤษ

2) คัดเลือก สร้างสรรค์ สิ่งพิมพ์ที่ทันสมัยและได้รับความนิยมระดับนานาชาติ

กลุ่มบริษัทฯ จะใช้ข้อได้เปรียบสำนักพิมพ์อื่นๆ จากการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ในการพิจารณาคัดเลือกสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมสูงจากต่างประเทศ และมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมในประเทศมาทำการผลิต และจัดจำหน่ายได้ตามเป้าหมาย

3) พัฒนาสิ่งพิมพ์ที่สอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอย่างรวดเร็ว

กลุ่มบริษัทฯ มีการติดตามข่าวสารความนิยมของหนังสือในต่างประเทศและในประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อคัดเลือกเรื่องที่ได้รับคามนิยมสูง มาจัดพิมพ์วางจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับสำนักพิมพ์อื่นๆ ในตลาดได้ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อหนังสือ เช่น จัด

จำหน่ายหนังสือเป็นชุดในราคาพิเศษ หรือให้ส่วนลดพิเศษพร้อมของสมนาคุณ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ไม่มีนโยบายทำการตลาดด้วยราคาต่ำกว่าคู่แข่ง (Price War)

4) สร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อการมีส่วนร่วมของลูกค้า และกิจกรรมเพื่อสังคม

กลุ่มบริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักและมีส่วนร่วมได้แก่ กิจกรรมเปิดตัวหนังสือ กิจกรรมเสวนานักเขียน กิจกรรมแต่งตัวเลียนแบบตัวการ์ตูน (cos' play) กิจกรรมแนะนำหนังสือและเส้นทางสู่สังคมออนไลน์อิเล็กทรอนิกส์ และอื่นๆ

5) พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการกระจายสื่อที่คัดสรรแล้วว่ามีคุณภาพและมีเนื้อหาเหมาะสมไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ได้แก่ การให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งช่องทางดั้งเดิม ในด้านระบบงาน การพัฒนาความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า และการควบคุมติดตาม เพื่อเปิดโอกาสในการจำหน่ายให้ครอบคลุมหนังสือทุกกลุ่ม ทุกเพศวัย ในทุกช่องทางให้มากที่สุด รวมถึงการเปิดโอกาสการขายผ่านสื่อใหม่ อาทิ โซเชียลเน็ตเวิร์ก สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังเน้นการเข้าถึงเด็กและเยาวชนเป็นพิเศษผ่านการขายตรงเพื่อเข้าถึงผู้ปกครองของเด็กและเยาวชน รวมถึงการขายตรงเข้าสู่โรงเรียน โดยผ่านทางห้องสมุดหรือ ครู บรรณารักษ์ ครูที่ปรึกษา เพื่อเสนอทางเลือกในการใช้ประกอบการเรียนการสอน หรือมีไว้ให้นักเรียนค้นคว้าประจำห้องสมุดอีกทางหนึ่ง

1.2 หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์

1.2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์ของบริษัทฯ 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 ที่มียอดขายสูงต่อเนื่องมาจากรายปี 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 ถือขายได้ถึง 800,000 เล่มในประเทศอังกฤษ ประเทศเดียว ภายในระยะเวลาเพียงไม่ถึง 3 เดือน

นอกจากนี้ยังมีงานเขียนของนักคิด นักเขียนไทยในกลุ่มการบริหารและการจัดการที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่านในวงกว้าง อาทิ ออมไวยด้วยกองทุน, พิชิตหุ่นด้วยฟิวเจอร์สด้วยคลื่นแอลเลียด, เล่าให้คลิกพลิกแบรนด์ให้ดัง, ผู้นำสมองใคร ๆ ก็เป็นได้ เป็นต้น

(2) หมวดภาษา และการเรียนรู้ (Language and Learning)

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

(3) หมวดศาสนาและปรัชญา (Religion and Philosophy)

หนังสือในกลุ่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับการสอนทางศาสนา ปรัชญา และความเชื่อ เช่น “แค่เปิดใจก็เป็นสุข , แพ้ก็กระเป๋ไปภาวนา” เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีหนังสือแปลเกี่ยวกับศาสตร์ด้านโหราศาสตร์และดวงจิต ผลงานของ โจอี ยับ ปริญญาจารย์และที่ปรึกษาผู้มีชื่อเสียงระดับโลก ผลงานของเขาได้รับการแปลเป็นภาษาไทยและมียอดขายที่น่าพอใจอย่างต่อเนื่อง เช่น “ดวงจิต ปรับบ้านเปลี่ยนชีวิต”, “ปฏิทินฤกษ์มงคล ปี 2015” เขียนโดย โจอี ยับ ที่ได้รับความนิยมต่อเนื่องมานานถึง 5 ปี เป็นต้น

(4) หมวดทั่วไป (General Interest)

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

แนวไลฟ์สไตล์/ชีวิตคนดัง เป็นการนำแนวการดำเนินชีวิตของผู้ที่ประสบความสำเร็จในด้านต่างๆ มาจัดทำเป็นหนังสือ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อ่าน อาทิ Line กนก เป็นต้น

แนวสุขภาพ สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์ได้ผลิตหนังสือแนวสุขภาพที่มีคุณภาพและยอดขายสูงอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากนักเขียนไทยที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ฐิตัน มะเร็ง 2, ถนอม ไชยยัง สารพัดโรค, ถนอม ปอดยับยัง สารพัดโรค, ล้างพิษดับคิที่ทอกล้ำไส้ และหนังสือแปลจากต่างประเทศ ที่ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้อ่าน เช่น 21 วันหุ่นเป๊ะได้สไลด์สาวเกาหลี เล่ม 1 และเล่ม 2, นวดกดจุด เป็นต้น

แนวท่องเที่ยว ผลิตหนังสือทั้งจากนักเขียนไทย และหนังสือแปลจากต่างประเทศ คัดเลือกเนื้อหาของผู้เขียนที่เป็นที่รู้จัก หรือมีความโดดเด่น เช่น “สุโขทัย เจแปน” เป็นต้น

1.2.2 ลูก้ากลุ่มเป้าหมาย

ลูก้ากลุ่มเป้าหมายหลักคือผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเองในแง่มุมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทักษะในการทำงาน การใส่ใจสุขภาพ การพัฒนาความคิด และปรัชญาการดำเนินชีวิต มีความชื่นชอบในการอ่านหนังสือเพื่อความบันเทิงและสาระความรู้

1.2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบัน บริษัทฯ ทำการจัดจำหน่ายหนังสือฟ็อกเก็ตบุ๊กส์ผ่านช่องทางการจำหน่ายประเภทต่างๆ ดังนี้

1. **ร้านหนังสือ** เป็นช่องทางจัดจำหน่ายหนังสือฟ็อกเก็ตบุ๊กส์ที่ใหญ่ที่สุดของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่ผ่าน บมจ.ซีอี๊ดยูเคชั่น ซึ่งจะจำหน่ายหนังสือในร้านหนังสือของตนเองที่มีจำนวนสาขามากที่สุดเป็นอันดับ 1 และกระจายหนังสือสู่ร้านค้าและร้านหนังสือชั้นนำอื่นๆ ต่อไป รวมถึงมีการวางจำหน่ายแบบเปิดหน้าบัญชีเองโดยตรงผ่านร้านหนังสืออื่นๆ ที่เป็นช่องว่างทางการตลาด อาทิ ร้านดับเบิลยู บุ๊คทาวเวอร์ ร้านบุ๊คสโมล์ ร้านดีเอ็นเอ ควนคู่ไปกับการผลิต

หนังสือเล่มพิเศษจำหน่ายเฉพาะทางภายใต้โครงการ “Only At 7” ซึ่งมีร้านบุ๊คสโตร์เป็นตลาดหลัก ร้านค้าปลีกเครือข่าย (Chain Store) อื่นๆ เป็นตลาดรอง เพื่อมุ่งเน้นถ่ายทอด ทุนเวียนหนังสือไปถึงผู้อ่านภายใต้แนวคิด “หนังสือดี ราคาประหยัด” อย่างกว้างขวางต่อเนื่องอีกด้วย

2. **บุชจำหน่ายหนังสือ** เป็นการเปิดบุชจำหน่ายหนังสือแก่ผู้อ่านโดยตรง เพื่อผลในการอำนวยความสะดวกในแง่ความครบครัน หลากหลาย ด้วยราคาสมเหตุสมผล ผ่านรูปแบบงานตามสถานที่และขนาดในการจัดงานแบบต่างๆ โดยแบ่งเป็น **งานบุชระดับชาติ** โดยการสนับสนุนจากสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย อาทิ งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ งานมหกรรมหนังสือ งานสัปดาห์ครอบครัวหนังสือ งานสัปดาห์หนังสืออื่นๆ ในส่วนภูมิภาค
3. **งานบุชโมเดิร์นเทรด** ทั้งที่จัดเอง และจัดร่วมกับห้างสรรพสินค้าต่างๆ ภายในพื้นที่ห้างสรรพสินค้าอื่นๆ **งานบุชโรงเรียน มหาวิทยาลัย** ทั้งโดยการจัดร่วมกับงานสัปดาห์ห้องสมุด สัปดาห์วิทยาศาสตร์ งานวาระพิเศษต่างๆ ของโรงเรียนแล้ว ยังมีการจัดขึ้นเป็นลักษณะงานโรดโชว์เพื่อให้ความรู้และแนะนำหนังสือไปในตัวอีกด้วยส่วนหนึ่ง
4. **จำหน่ายตรงแก่องค์กร** เป็นการจำหน่ายหนังสือแก่ผู้บริโภคที่เป็นบริษัทเอกชน โรงเรียน มหาวิทยาลัย และหน่วยงานราชการอื่นๆ ที่มีความต้องการหนังสือเพื่อกระตุ้นบุ๊คส์ของบริษัทฯ
5. **ช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ** เช่น การจำหน่ายหนังสือให้แก่บริษัทในเครือเนชั่น เพื่อใช้เป็นของขวัญปีใหม่หรือของสมนาคุณแก่ลูกค้า และการจำหน่ายผ่านทางไปรษณีย์ และอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ www.nationbook.com และ nationbook.tarad.com ซึ่งให้ส่วนลดเป็นพิเศษแก่ผู้สั่งซื้อ และเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสำหรับผู้อ่านมากยิ่งขึ้น

ในปี 2557 สำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊คส์” ได้จัดจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นบุ๊คส์ผ่านช่องทางการจำหน่ายหลักคือร้านหนังสือ รองลงมาได้แก่การจำหน่ายตรงผ่านบุช โรงเรียน และองค์กรต่างๆ และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ ตามลำดับ รวมจัดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 10,000 จุด (ที่มา : บริษัทฯ)

1.2.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตและจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นบุ๊คส์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายครอบคลุมความต้องการของนักอ่านทุกกลุ่มอายุ เพศ และอาชีพ โดยพิจารณาคัดเลือกหนังสือทั้งในแง่ของเนื้อหา คุณภาพ และความเหมาะสม เพื่อให้หนังสือของบริษัทฯ สามารถเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างความบันเทิง และความรู้ของผู้อ่านให้ทันต่อยุคสมัย
- 2) เนื่องจากบริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้น บริษัทฯ จึงใช้ข้อได้เปรียบสำนักพิมพ์อื่นๆ ดังกล่าวในการคัดเลือกผลงานของนักเขียน และสำนักพิมพ์ที่เป็นที่ชื่นชอบของนักอ่านชาวไทย และมีคุณภาพระดับโลกโดยมียอดขายในอันดับต้นๆ (Bestseller) มาแนะนำเสนอ
- 3) ในส่วนของหนังสือเพื่อกระตุ้นบุ๊คส์ที่เป็นหนังสือแปลจากภาษาต่างประเทศ บริษัทฯ ได้มีการมุ่งเน้นคุณภาพการแปลให้มีความถูกต้องตรงกับต้นฉบับมากที่สุด โดยไม่ละทิ้งความสละสลวยของบทความ เพื่อเป็นการเสริมสร้างอรรถรสในการอ่านหนังสือ และเสริมสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้อ่านมากที่สุด
- 4) บริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาจำหน่ายหนังสือที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับสำนักพิมพ์อื่นในตลาดได้นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังมีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อหนังสือ เช่น จัดจำหน่ายหนังสือในราคาพิเศษ หรือให้ส่วนลด

พิเศษสำหรับหนังสือบางหมวด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่มีนโยบายทำการตลาดด้วยราคาต่ำกว่าคู่แข่ง (Price War)

- 5) บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่างๆ เช่น การเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือต่างๆ การเปิดตัวหนังสือ การพบปะนักเขียน การจัดส่งหนังสือให้แก่สื่อต่างๆ รวมถึงนักวิจารณ์ เป็นต้น
- 6) บริษัทฯ ได้ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ชื่อของสำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊กส์” และหนังสือให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้อ่านผ่านสื่อต่างๆหลากหลายรูปแบบให้ครบถ้วน เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ เป็นต้น

1.3 การจัดหาสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

1.3.1 การผลิตสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

กลุ่มบริษัทฯ จะทำการพิจารณาแนวโน้มอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เพื่อวางแผนกำหนดประเภทสิ่งพิมพ์และรูปแบบเนื้อหาที่จะดำเนินการผลิตในแต่ละปี หลังจากนั้น กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการจัดหาและผลิตสิ่งพิมพ์ โดยมีขั้นตอนหลักในการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

1) การคัดสรรสิ่งพิมพ์

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

หลังจากนั้น คณะทำงานเพื่อคัดเลือกหนังสือของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหาร บรรณาธิการ ฝ่ายขาย และฝ่ายการตลาด จะทำการคัดเลือกสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมในการผลิตและจัดจำหน่ายซึ่งมีคุณสมบัติเบื้องต้นดังนี้

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

2) ติดต่อ เจริญ และทำสัญญาซื้อลิขสิทธิ์

หลังจากที่ได้รายชื่อสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมแล้ว ทางกลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อเจรจาราคา และเงื่อนไขในการซื้อลิขสิทธิ์กับนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ สำหรับหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์ในหมวดทั่วไปบางเล่ม กลุ่มบริษัทฯ อาจดำเนินการติดต่อนักเขียนที่คาดว่าจะเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้อ่านมาเพื่อเขียนหนังสือให้แก่กลุ่มบริษัทฯ จากนั้นจึงทำสัญญากับนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์

3) การจัดเตรียมต้นฉบับภาษาไทย

3.1) การแปล ในกรณีที่เป็นสิ่งพิมพ์ภาษาต่างประเทศ กลุ่มบริษัทฯ จะติดต่อผู้แปลที่มีความเหมาะสมกับประเภทหนังสือเพื่อดำเนินการแปลเป็นภาษาไทย และติดต่อผู้ที่มีความเหมาะสมกับประเภทหนังสือดังกล่าวเพื่อทำ

หน้าที่บรรณาธิการเล่มตรวจสอบความถูกต้องของสำนวนแปล ซึ่งภายหลังจากที่ผู้แปลทำการลงนามในสัญญาและได้รับต้นฉบับสิ่งพิมพ์ภาษาต่างประเทศจากกลุ่มบริษัทฯ เรียบร้อยแล้ว ก็จะดำเนินการแปล โดยระยะเวลาในการแปลนั้นขึ้นอยู่กับประเภทสิ่งพิมพ์ ความยากง่ายของเนื้อหา และจำนวนหน้า ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลาไม่เกิน 1-2 เดือน จากนั้นผู้แปลจะดำเนินการส่งผลงานแปลฉบับสมบูรณ์ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ เพื่อส่งต่อให้แก่บรรณาธิการดำเนินการตรวจสอบและแก้ไข ภายหลังจากบรรณาธิการตรวจต้นฉบับที่แปลเป็นภาษาไทยสมบูรณ์แล้ว ก็จะดำเนินการส่งให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ในกรณีสิ่งพิมพ์เป็นหนังสือการ์ตูน กลุ่มบริษัทฯ จะมีการนำต้นฉบับหนังสือการ์ตูนภาษาต่างประเทศมาทำการสแกนเพื่อนำคำแปลลงประกอบภาพการ์ตูน

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

4) การจัดเตรียมการพิมพ์

4.1) การเตรียมกระดาษ กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อผู้ค้ากระดาษเพื่อดำเนินการสั่งจองกระดาษที่ใช้ในการจัดพิมพ์ ในระหว่างการเตรียมต้นฉบับ โดยปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ซื้อกระดาษเพื่อใช้ผลิตสิ่งพิมพ์จากบริษัทในเครือเนชั่น และผู้จัดจำหน่ายกระดาษภายในประเทศในราคาลด

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

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

5) การพิมพ์และจัดส่ง

กลุ่มบริษัทฯ จะจัดส่งไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ต้นฉบับสิ่งพิมพ์ให้แก่โรงพิมพ์เพื่อดำเนินการพิมพ์ เมื่อโรงพิมพ์ดำเนินการพิมพ์เรียบร้อยแล้ว โรงพิมพ์จะจัดส่งมาเพื่อจัดเก็บที่คลังสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ

สรุปสาระสำคัญของสัญญาลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

ในการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ กลุ่มบริษัทฯ 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 หรือประมาณการยอดขายชำระ ณ วันที่ลงนามในสัญญา หรือภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้
- 2) ค่าลิขสิทธิ์แปรผันที่คำนวณจากยอดจำหน่ายสิ่งพิมพ์หรือยอดพิมพ์ ซึ่งส่วนใหญ่มีการชำระทุกครึ่งปี หรือหนึ่งปี
ทั้งนี้ ประเภทของค่าลิขสิทธิ์ รวมทั้งจำนวน และกำหนดเวลาการชำระค่าลิขสิทธิ์ของแต่ละสัญญานั้น ขึ้นอยู่กับการต่อรองระหว่างกลุ่มบริษัทฯ และเจ้าของลิขสิทธิ์

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจสิ่งพิมพ์

ภาพรวมอุตสาหกรรมธุรกิจสำนักพิมพ์

ปี 2557 เป็นปีที่ยากลำบากของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ สาเหตุจากทั้งสถานการณ์การเมืองที่ต่อเนื่องมาจากรายปี 2556 ซึ่งความวุ่นวายได้สิ้นสุดลงจากการเข้าควบคุมสถานการณ์โดยทหาร อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมีผลต่อการใช้จ่ายของประชาชน โดยรายได้จากหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ก การ์ตูน และหนังสือเด็กลดลง 46 % แต่รายได้จากการขายหนังสือของงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติครั้งที่ 42 ซึ่งจัดช่วงปลายเดือนมีนาคม ถึงต้นเดือนเมษายน 2557 เพิ่มขึ้น 4% เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว หลังจากที่ได้มีการจัดตั้งรัฐบาลขึ้นมาและสถานการณ์การเมืองเข้าสู่ภาวะปกติในครึ่งปีหลังของปี 2557 เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศดีขึ้น แต่ยังคงอยู่ในอัตราที่ไม่น่าพอใจ เนื่องจากการหดตัวของค่าใช้จ่ายทั้งปี

โดยทั้งปี 2557 อัตราการขายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยอยู่ที่เพียง 0.7% ยอดขายหนังสือจากร้านหนังสือโดยรวมตกลง ร้านหนังสือปิดตัวลงเป็นจำนวนมาก นอกจากนั้นอัตราค่าบริการในการกระจายหนังสือก็ปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งทำให้สำนักพิมพ์ต้องคัดเลือกหนังสือ และพิมพ์หนังสือเพื่อวางตลาดในจำนวนเรื่องที่น้อยลง อย่างไรก็ตาม เรื่องที่คัดเลือกมาแล้วว่าตรงตามความต้องการของตลาดก็มียอดขายเฉลี่ยที่สูงขึ้น ซึ่งหมายความว่าจำนวนหนังสือที่เลือกกลับคืนมาน้อยลง

รายได้จากงานมหกรรมหนังสือครั้งที่ 19 ที่จัดขึ้นในเดือนตุลาคม 2557 บริษัทฯ มีรายได้เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับงานเดียวกันปีที่แล้วประมาณ 10% โดยสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทยรายงานว่ามีคนเข้าชมงานจำนวน 2.8 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วประมาณ 6% แต่รายได้จากการขายหนังสือโดยรวมลดลง 22% สาเหตุหลักของการหดตัวของตลาดหนังสือคือการขาดรายได้ว่า ผู้บริโภคใช้เวลาไปกับสื่ออื่นทางด้านเทคโนโลยีมากขึ้น ซึ่งไม่ได้หมายความว่าคนหันไปอ่านดิจิทัลบุ๊กส์เป็นการทดแทน อย่างไรก็ตาม ยอดขายของร้านค้าทางอินเทอร์เน็ตของบริษัทฯ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ถึงแม้ยอดขายจะเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก เมื่อเทียบกับยอดขายหนังสือที่พิมพ์ด้วยกระดาษ สภาพตลาดของหนังสือการ์ตูนก็เป็นเช่นเดียวกันกับตลาดหนังสือทั่วไป แต่ในปี 2557 ยอดขายของหนังสือเด็กเล็ก โดยเฉพาะการ์ตูนเรอเนซองส์ (Frozen) และชุดเจ้าหญิงของดิสนีย์ทำรายได้มากขึ้น โดยเฉพาะยอดขายที่ 7-Eleven.

ปี 2557 เป็นปีที่บริษัทฯ ใช้สื่อโทรทัศน์ของเครือเนชั่นในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์หนังสืออย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องด้วยเครือเนชั่นได้ทำการประมูลใบอนุญาตการให้บริการโครงข่ายทีวีดิจิทัลมาได้ 2 ช่อง คือ เนชั่นทีวี 22 และ NOW 26 นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังใช้สื่ออื่นๆ ในเครือเนชั่นในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทุกประเภทอย่างเต็มที่ ซึ่งนับว่าเป็นจุดแข็งของบริษัทฯ

2. ธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ และบริการที่เกี่ยวข้อง

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศชั้นนำและบริการที่เกี่ยวข้องผ่านตัวบริษัทฯ เอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 สิ่งพิมพ์ที่บริษัทฯ ให้บริการมีทั้งหมด 185 ฉบับ ประกอบด้วยหนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศและนิตยสารภาษาต่างประเทศ และฐานข้อมูลออนไลน์ดังรายชื่อที่แสดงในตารางด้านล่าง ซึ่งธุรกิจดังกล่าวรวมถึงการเป็นตัวแทนขายสมาชิกและเป็นตัวแทนขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ฉบับที่พิมพ์ในประเทศไทย การรับจ้างพิมพ์โดยไม่ลิขสิทธิ์ในสิ่งพิมพ์ อาทิ หนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia และ The Yomiuri Shimbun รวมถึง การให้บริการจัดส่งให้แก่หนังสือพิมพ์และนิตยสารอีกหลายฉบับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางด้านล่างเช่นกัน โดยการให้บริการดังกล่าวของบริษัทฯ เป็นแบบ One Stop Service เพื่อความสะดวกของเจ้าของสิ่งพิมพ์ในการติดต่อประสานงาน และแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น สำหรับฐานข้อมูลออนไลน์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบดิจิทัลที่บริษัทฯ เห็นว่าเป็นแนวโน้มของหลายสำนักพิมพ์ จึงได้เริ่มเป็นตัวแทนขายสมาชิกฐานข้อมูลออนไลน์โดยเริ่มจากการสารานุกรม Britannica เป็นอันดับแรก

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

ลำดับที่	ประเภท/หมวด/ ชื่อหนังสือ	จำนวนหัว	บริการที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ *
	16. Life Style & Fashion	5	2
3	หนังสือ	1	
	1. Veg Haven Guidebooks	1	1
4	ฐานข้อมูลออนไลน์	1	
	1. Britannica	1	2
รวมทั้งหมด		185	

ที่มา: บริษัทฯ

หมายเหตุ: * บริการที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ

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

2.2 ลูกค้าย่อยเป้าหมาย

ในกรณีหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่นนั้น กลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายคือ ชาวญี่ปุ่นและครอบครัวที่มาพำนักรและทำงานในประเทศไทยทั้งชั่วคราวและเป็นระยะเวลานาน รวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น 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 มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นผู้ประกอบการด้านคอมพิวเตอร์ และอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ รวมถึงคนทำงานด้าน IT นักศึกษา และบุคคลทั่วไปที่สนใจในด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และการสื่อสารทุกชนิด

Entertainment มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลัก เป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่ชื่นชอบการติดตามข่าวของดารา ภาพยนตร์ และข่าวบันเทิงทั่วไป

Health & Fitness มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลัก เป็นสถานประกอบการด้านสุขภาพ เช่น ร้านอาหาร โรงพยาบาล สถานที่ออกกำลังกาย และรวมถึงบุคคลทั่วไปที่รักสุขภาพ

Home & Garden มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลัก เป็นพ่อบ้าน แม่บ้าน และคนทำงานที่สนใจในการตกแต่งบ้านและสวนของตนเอง และผู้ประกอบการบ้านและสวน เพื่อดูแนวโน้มความต้องการของลูกค้า

Kids & Teens มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นเยาวชน อายุ 7-19 ปี

Men มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นผู้ชาย 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 ข่าวดาราต่างๆ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง

Cooking & Food มีกลุ่มเป้าหมายหลัก เป็นแม่บ้าน และคนทำงานที่มีความสนใจทำอาหาร ต้องการหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเมนูอาหาร และสารอาหารของอาหารต่างๆ

Travel & Vacation มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ และบุคคลทั่วไปที่ต้องการข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยว

Jewelry & Watch มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นบริษัท ร้านค้าที่ดำเนินธุรกิจสินค้าเครื่องประดับ

General Interest มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นบุคคลทั่วไปที่ใฝ่หาความรู้ และข้อมูลเพื่อให้ตนเองมีความรู้รอบด้าน

นอกจากนี้ บริษัทยังรับจัดจำหน่ายหนังสือเล่ม โดยหนังสือที่นำเข้ามาเป็นหนังสือประเภทไกด์บุ๊กแนะนำร้านอาหารมั่งสวิง เพื่อตอบสนองลูกค้ากลุ่มที่สนใจเรื่องสุขภาพ

ปัจจุบันบริษัทได้ขยายผลิตภัณฑ์ไปยังข้อมูลประเภทดิจิทัล โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายสมาชิกฐานข้อมูลออนไลน์ให้กับบริติชานิก้า (Britannica) ซึ่งเป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมมาช้านานในฐานะผู้ผลิตสารานุกรมคุณภาพ โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา โรงเรียนนานาชาติ และโรงเรียนสองภาษา

2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศของบริษัทฯ จะมีช่องทางการจำหน่ายที่แตกต่างกันไปตามที่สำนักพิมพ์เจ้าของลิขสิทธิ์ให้สิทธิไว้ในสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายของแต่ละสิ่งพิมพ์ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

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

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

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

ตารางแสดงรายละเอียดช่องทางการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศต่างๆ ของบริษัทฯ

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

2.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

สำหรับธุรกิจนี้ หากบริษัทฯ สามารถทำยอดขายนำได้เพิ่มขึ้น บริษัทฯ จะได้รับค่าคอมมิชชั่นหรือส่วนลดในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน บริษัทฯ จึงมีนโยบายมุ่งเน้นการเพิ่มยอดขายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายอยู่แล้วในปัจจุบัน โดยการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังช่องทางใหม่ๆ เช่น การจำหน่ายแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ซึ่งเป็นการจัดจำหน่ายที่มีต้นทุนต่ำและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว และการจำหน่ายผ่านศูนย์บริการการขายสมาชิก Nstore ซึ่งบริษัทฯ ได้จัดตั้งขึ้นโดยรวบรวมสิ่งพิมพ์ของบริษัทฯ เองและพันธมิตรทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้อ่าน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีเป้าหมายในการเพิ่มการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศหัวใหม่ โดยมุ่งเน้นสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจ และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านทุกกลุ่ม และเพิ่มความหลากหลายของสิ่งพิมพ์ ในปี 2557 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) สมาชิกแก่บุคคลทั่วไป (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 ได้ว่าจ้าง บริษัทฯ ให้ดำเนินการจัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ โดยบริษัทฯ ได้ใช้บริการโรงพิมพ์ในเครือเนชั่น ได้แก่ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ในการจัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ดังกล่าว หลังจากนั้นสำนักพิมพ์เจ้าของสิ่งพิมพ์ทั้งสอง ได้ว่าจ้าง บริษัทฯ 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

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

ยอดการจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศรวมถึงฐานข้อมูลออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการเติบโตของกลุ่มลูกค้าของสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่

ก) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาพักในโรงแรมต่างๆ ทั่วประเทศไทย ถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักในการจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศของบริษัทฯ

ข) กลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย

ชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทยเป็นเวลา 1 เดือนขึ้นไป ถือเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่สนใจอ่านนิตยสารและหนังสือพิมพ์จากต่างประเทศ

ค) กลุ่มคนไทยที่สนใจสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ

คนไทยกลุ่มวัยทำงานและนักธุรกิจ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และนักศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ที่ให้ความสนใจข่าวสารต่างประเทศ ถือเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่สนใจอ่านนิตยสารและหนังสือพิมพ์จากต่างประเทศ ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้มีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อยๆ

ง) กลุ่มสถาบันการศึกษา

สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาโดยทั่วไปเริ่มแบ่งงบประมาณเพื่อซื้อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น รวมถึงการรับฐานข้อมูลเพื่อการสืบค้นในสาขาวิชาต่างๆ จำนวนสถาบันทั้งในสังกัดรัฐและเอกชนมีทั้งสิ้น 146 แห่ง สำหรับโรงเรียนนานาชาติได้มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยอย่างกระดานอัจฉริยะ (Smart Board) มาใช้ในห้องเรียน ซึ่งทำให้ความต้องการดิจิทัลคอนเทนต์ที่ใช้งานบนกระดานอัจฉริยะมีมากขึ้นตามไปด้วย โรงเรียนสองภาษาที่เริ่มมีแนวทางที่คล้ายกัน ตลาดดิจิทัลคอนเทนต์จึงนับว่ามีโอกาสที่ดีในการเติบโต ในขณะที่ไม่มีค่าใช้จ่ายด้านการจัดเก็บ หรือ ลอจิสติกส์

ในส่วนสภาวะการแข่งขันของธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศประเภทสมาชิกรับนับว่ามีคู่แข่งน้อยราย โดยมีคู่แข่งหลักจำนวน 3 ราย ได้แก่ บจก. แมกกาซีน อินเทอร์เน็ตเซ็กเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) บมจ. โพสต์ พับลิชชิง และกลุ่ม บจก. นิวสเปเปอร์ไคเร็กซ์ ส่วนตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทแผงหนังสือหรือร้านค้ามีคู่แข่งจำนวนมาก ซึ่งประกอบด้วยคู่แข่งที่เป็นร้านหนังสือขนาดใหญ่ที่มีจำนวนหลายสาขา เช่น บริษัท เอเชียนิกส์ จำกัด และคู่แข่งรายย่อยอื่นๆ เป็นต้น

3. สายธุรกิจดิจิทัล

3.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

3.1.1 ดำเนินธุรกิจการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์หลากหลายแนวที่สอดคล้องกับสันทนาการอ่านในแต่ละไลฟ์สไตล์ ดังนี้

การบริหารและการจัดการ (Business and Management)

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการ รวมถึงเศรษฐศาสตร์ การเงิน การบัญชี การตลาด ภาษี และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

ภาษา (Language)

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะด้านภาษา

ศาสนาและปรัชญา (Religion and Philosophy)

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อ 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 ลูกค้านุ่มเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือผู้ที่มีอายุ 15-35 ปี เป็นผู้รักการอ่านหนังสือในแนวต่างๆ เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์ชอบการอ่านหนังสือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์และซื้อสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรองคือผู้ที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป เป็นผู้รักการอ่านหนังสือในแนวต่างๆ เริ่มอ่านหนังสือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์และซื้อสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

3.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบันบริษัทฯ ทำการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการจำหน่ายประเภทต่างๆ ดังนี้

แอปพลิเคชันของบริษัทฯ - เป็นช่องทางจัดจำหน่ายผ่านระบบปฏิบัติการของ iOS และ Android

แอปพลิเคชันของพันธมิตร - เป็นช่องทางจัดจำหน่ายผ่านระบบปฏิบัติการของ iOS และ Android

เว็บไซต์ - เป็นช่องทางจัดจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ www.nstore.net และเว็บไซต์ของพันธมิตร

โซเชียลมีเดีย - เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์และจำหน่ายผ่าน facebook fanpage ของ NSTORE, ned club, nationbooks

ตลอดจนช่องทางสื่อสารกับลูกค้าผ่านทาง LINE account: NSTORE.net

บูรณาการหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ - เป็นการจับบูรณาการหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้อ่านโดยตรงในงานต่างๆ ที่สำคัญ เช่น งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ และงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ เป็นต้น

3.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

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

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันธุรกิจดิจิทัล

การเข้าถึงสื่อดิจิทัลในประเทศไทยกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว โทรศัพท์มือถือ หรือสมาร์ตโฟนกลายเป็นช่องทางหลักในการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย รวมทั้งเข้าสู่ยุคของพฤติกรรมในการใช้หลายอุปกรณ์ไปพร้อมๆ กัน (Multiscreen) ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจต้องพัฒนาแคมเปญในทุกช่องทาง

นอกจากนี้ โลกดิจิทัล ไม่ได้เป็นเพียงเทคโนโลยีเพื่อการใช้งานเท่านั้น หากแต่ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างประสบการณ์และความรู้อีกด้วย

อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยอยู่ในช่วงกำลังพัฒนาทั้งแบรนด์ค้าปลีก, สำนักพิมพ์ และบริษัทพัฒนาแอปพลิเคชันได้ลงทุนพัฒนา และเปิดตัวระบบจำหน่ายสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน และเว็บไซต์หลายราย รวมถึงสถาบันการศึกษา และองค์กรต่างๆ ให้ความสนใจในการทำระบบ E-Library เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการรองรับกับเทรนด์ดิจิทัลดังกล่าว บริษัทได้ขยายช่องทางออนไลน์เพื่อจำหน่ายสินค้า นอกเหนือจากผ่านเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ Nstore.net แล้ว ยังกระจายเข้าไปยัง LINE, LINE SHOP, tarad.com, lazada และช่องทางออนไลน์อื่นๆ ตลอดจนมีการจัดทำตลาดที่เข้มข้นขึ้น ด้วยสื่อผสมผสานทั้งออนไลน์ และออฟไลน์เพื่อโปรโมทสินค้าใน NSTORE ซึ่งมีทั้งในและนอกเครือที่หลากหลาย มีการขยายไปจำหน่ายสินค้าของบริษัทคู่ค้าเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนพยายามสร้างวัฒนธรรมการให้บริการเพื่อมุ่งหวังสร้างความรู้สึกระประทับใจ อบอุ่นให้กับลูกค้า ให้ได้ใช้บริการแล้วกลับมาซื้อซ้ำอีก นอกจากนี้ ยังมีโครงการจำหน่าย E-book สำหรับ e-library เพิ่มขึ้นอีกด้วย

4. ธุรกิจรายการโทรทัศน์สำหรับเยาวชนและครอบครัว

4.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ปี 2557 เป็นก้าวหนึ่งของการปฏิรูปนโยบายการบริหารธุรกิจจากเดิมที่จัดทำสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมระบบ C-Band มาเป็นระยะเวลา 2 ปี (Kidzone – คิดโซน) ที่มีฐานเรตติ้งกลุ่มเยาวชนเป็นอันดับที่ 1 โดยบริษัทฯ พัฒนาคุณภาพเนื้อหารายการ ยกกระดับมาตรฐานการผลิต ผันตัวเพื่อเข้าสู่ธุรกิจผู้ผลิตรายการสำหรับเยาวชนและครอบครัว (NINE TV) “Edutainment Variety for Kids and Modern Families” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล อาทิ ช่อง MCOT Family(14) Nation TV(22) และ NOW(26)

บริษัทฯ ผลิตรายการ 3 รายการออกอากาศทางช่อง MCOT Family (14) “รายการลูกโลก” ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 12.00 – 12.30 น. รายการข่าวสำหรับเยาวชน พบกับสามนักข่าวรุ่นจิ๋วที่มาอัปเดตข่าวสารสาระ เปิดโลกเรียนรู้เรื่องราวที่น่าสนใจ พร้อมรับฟังความคิดเห็นของเยาวชน “รายการคิดกลับ” ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 15.00 – 16.00 น. คลับของเด็กช่างคิด พิธีกรมาพาไปสู่โลกการ์ตูน พร้อมสอนศิลปะสุดอาร์ตและเปิดพื้นที่เวทีให้น้องๆ ทางบ้านมาแสดงความสามารถพิเศษในทุกๆ สัปดาห์ “รายการ The Toy” ทุกวันเสาร์ เวลา 13.30 – 14.00 น. รายการแนะนำของเล่นใหม่ๆ ข่าวสารของเล่นอินเทอร์เน็ต รู้จักกับของเล่นย้อนยุค และเรียนรู้เคล็ดลับระดับเซียน พร้อมมุมมองที่จะเผยคุณค่าสูงสุดของของเล่นแต่ละชิ้น

บริษัทฯ ผลิตรายการ 2 รายการออกอากาศทางช่อง Nation TV (22) “รายการ Enjoy English” รายการสั้นวันละ 5 นาที ทุกวันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 16.00 – 16.05 ที่ชวนมาสนุกสนานกับการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ จากสิ่งต่างๆ รอบตัว เช่น ภาพยนตร์ดัง เพลงฮิต ข่าวเด็ด และแสดงต่างๆ เพื่อให้ได้นำไปใช้ในชีวิตประจำวัน “รายการคิดไซนคลับ” ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 07.00 – 08.00 น. เต็มอิ่มในเช้าที่สดใสกับพิธีกรคู่หูที่มาอัปเดตข่าวสาร เทรนด์ พร้อมกับเรื่องราวใหม่ๆ ที่น่ารู้ น่าสนใจ และพบกับการ์ตูนหรรษาสุดอึดระดับตำนาน

นอกจากนี้ยังผลิตรายการไลฟ์สดไว้สำหรับเยาวชนและครอบครัว ออกอากาศที่ช่อง NOW(26) จำนวน 3 รายการ “รายการกระเป๋าเดินทาง” ทุกวันเสาร์ เวลา 08.00 – 09.00 น. ร่วมช้อปปิ้ง ชิม ชิลล์ เที่ยวสนุกๆ แบบพร้อมหน้าตามประกาศกระเป๋า พร้อมพินิจภารกิจ “รายการคิดส์ไดอารี่” ทุกวันอาทิตย์ เวลา 08.00 – 08.30 น. มาเปิดจินตนาการแสนซนครั้งใหม่ สนุกสนานอย่างมีสาระ และจดบันทึกความทรงจำในไดอารี่ไปกับเรื่องราวของเด็กช่างคิด “รายการ The Family” ทุกวันอาทิตย์ เวลา 14.00 – 14.30 น. บุคคลคนดัง ดีแต่ทุกเรื่องลับฉบับครอบครัวถึงวิธีการอบรมเลี้ยงดูลูกในแบบนักบริหาร

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจโทรทัศน์ระบบดิจิตอล

ภายหลังจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดการประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล ในส่วนของช่องบริการธุรกิจ 24 ช่อง และได้มีการทยอยเผยแพร่ภาพมาตั้งแต่ไตรมาสแรก ปี 2557 เป็นปัจจัยหลักในการผลักดันให้ตลาดผลิตรายการโทรทัศน์ในประเทศไทยเติบโตและมีความคลั่งคลั่งมากขึ้น และการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคทีวีดิจิตอลในประเทศไทยเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการแข่งขันทางธุรกิจทีวีที่เข้มข้นเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันด้านคุณภาพของเนื้อหารายการโทรทัศน์ เพื่อสร้างความแตกต่าง และเพื่อยกระดับภาพรวมของเนื้อหารายการโทรทัศน์ในประเทศไทยให้มีคุณภาพหลากหลายและตรงกับความต้องการของผู้ชมโทรทัศน์ เพื่อแข่งขันกันสร้างเรตติ้ง และแข่งขันกันดึงเม็ดเงินโฆษณาผ่านโทรทัศน์ที่มีมูลค่ากว่า 70,000 ล้านบาทต่อปี

จากข้างต้นการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ระบบดิจิตอลทีวีในประเทศไทยเป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมโฆษณา และเป็นผลดีต่อผู้ชมรายการ ที่จะได้รับชมเนื้อหาสาระที่ถูกยกระดับคุณภาพขึ้น โดยเฉพาะรายการประเภทเยาวชนและครอบครัว ที่สื่อมวลชนผู้สร้างสรรค์รายการจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นโอกาสให้บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรายการที่มีเนื้อหาทั้งสาระควบคู่ไปกับบันเทิง (Edutainment) ซึ่งจะเป็นทางเลือกอันดับแรกๆ ที่เหมาะสมกับทุกคนในครอบครัว มีรายการคุณภาพออกอากาศถึง 3 ช่อง ทั้งประเภทช่องเด็ก ช่องข่าว และช่องวาไรตี้

5. ธุรกิจการบริหารลิขสิทธิ์ (Character Management)

5.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนลิขสิทธิ์ของการ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนที่มีชื่อเสียง และได้รับความนิยมจากต่างประเทศ เพื่อบริหารสิทธิ์ของการ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนนั้นๆ ให้กับผู้ผลิตสินค้าที่สนใจซื้อลิขสิทธิ์เพื่อนำไปผลิตเป็นสินค้าต่างๆ สำหรับจัดจำหน่ายภายในประเทศไทย รวมถึงเจ้าของผลิตภัณฑ์ และห้างค้าปลีก ที่สนใจซื้อลิขสิทธิ์เพื่อกิจกรรมส่งเสริมการขาย นอกจากนี้ยังรวมถึงการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมให้การ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนต่างๆ ที่บริษัทฯ ดูแลอยู่ให้เป็นที่รู้จัก และได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้นในประเทศไทย เพื่อเป็นการสนับสนุนให้สินค้าลิขสิทธิ์เกิดการบริโภคมากขึ้น ส่งผลให้มียอดขายที่ดี และเติบโตขึ้นตามลำดับ ซึ่งบริษัทฯ จะได้รับผลตอบแทนกลับคืนมาในรูปแบบของค่าลิขสิทธิ์ ณ ปัจจุบันการ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนลิขสิทธิ์ที่บริษัทฯ ได้รับสิทธิในการเป็นตัวแทนสำหรับประเทศไทย มีดังนี้

1) CANIMALS (แคนนิมอลส์)

CANIMALS เป็นการ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนที่มีต้นกำเนิดจากประเทศเกาหลีใต้ ได้รับความนิยมมากในประเทศไทย เกาหลีใต้ และประเทศต่างๆ ในแถบยุโรป รวมถึงตะวันออกกลาง เนื่องจากความน่ารัก และโดดเด่นด้วยรูปแบบตัวการ์ตูนที่แตกต่างจากการ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนอื่นๆ ที่มีอยู่ในตลาดปัจจุบัน รวมถึงมีแอนิเมชันที่มีความสนุกสนาน สินค้าลิขสิทธิ์ที่มีคุณภาพ ดีไซน์สวยงาม ที่ช่วยส่งเสริมให้ CANIMALS เป็นที่รู้จัก และได้รับการตอบรับจากกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดี รวมถึงการพัฒนาตัวการ์ตูนไปในแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น เกมแอปพลิเคชันบนเฟซบุ๊ก CANTASIA, สติกเกอร์ลายแคนนิมอลส์ที่ใช้ในโปรแกรมสนทนาทางโทรศัพท์ LINE เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวมีส่วนช่วยให้การ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนแคนนิมอลส์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้าง และมีจำนวนมากขึ้น

2) YooHoo & Friends (ยูฮูแอนด์เฟรนด์)

YooHoo & Friends เป็นการ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนที่มีต้นกำเนิดจากประเทศเกาหลีใต้ ได้รับความนิยมเริ่มมาจากสินค้าตุ๊กตาผ้าขน ที่ปัจจุบันมีการจำหน่ายที่กระจายไปมากกว่า 50 ประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย นอกจากนี้ YooHoo & Friends ยังได้พัฒนาในส่วนของแอนิเมชันเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบ และหลงรักตัวการ์ตูนๆ ดังกล่าว โดยเนื้อหาในการ์ตูนแอนิเมชันได้สอดแทรกแง่คิดในเรื่องของมิตรภาพ ความสามัคคี ความเสียสละ รวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ประเภทต่างๆ โดยการ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูน YooHoo & Friends ในการดำเนินเรื่อง

3) Astro Boy (แอสโตรบอย)

Astro Boy เป็นการ์ตูนเรคเตอร์การ์ตูนที่มีต้นกำเนิดจากประเทศญี่ปุ่น ผลงานของปรมาจารย์การ์ตูน เท็ตซึกะ โอซามุ ได้รับความนิยมและโด่งดังไปทั่วโลก ทั้งในรูปแบบแอนิเมชัน หนังสือการ์ตูน และหนังสือการ์ตูนอิเล็กทรอนิกส์ มีเนื้อหาเรื่องราวสนุกสนานติดตาม สามารถนำไปผลิตสินค้าลิขสิทธิ์ที่หลากหลาย ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่เยาวชนไปจนถึงผู้ใหญ่ เพราะเป็นการ์ตูนคลาสสิกร่วมสมัย ที่เกิดขึ้นมาถึง 50 ปี จึงทำให้ผู้ปกครองร่วมดูกับลูกหลานได้ เป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว

5.2 ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจลิขสิทธิ์แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ

- กลุ่มบริษัทผู้ผลิตสินค้าประเภทต่างๆ
- กลุ่มบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์

- กลุ่มห้างสรรพสินค้า และห้างค้าปลีก

โดยกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ มีความต้องการที่จะนำลิขสิทธิ์การ์ตูนเรเตอร์การ์ตูนไปใช้ในวัตถุประสงค์ที่คล้ายคลึงกัน คือ ต้องการซื้อลิขสิทธิ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ของตนเอง ให้มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด ซึ่งคาดหวังให้ยอดขายของตนเองเติบโตมากยิ่งขึ้น

5.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายลิขสิทธิ์การ์ตูนเรเตอร์การ์ตูนนั้น บริษัทฯ มุ่งเน้นที่จะเข้าไปนำเสนอลิขสิทธิ์ให้กับบริษัทผู้ผลิต, เจ้าของผลิตภัณฑ์ และห้างค้าปลีกโดยตรง เพราะลักษณะของธุรกิจลิขสิทธิ์แตกต่างจากสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป

5.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) คัดเลือกการ์ตูนเรเตอร์การ์ตูนลิขสิทธิ์ที่โด่งดัง และได้รับความนิยมในต่างประเทศ
- 2) คัดเลือกการ์ตูนเรเตอร์การ์ตูนลิขสิทธิ์ที่มีแอนิเมชัน เพราะเป็นตัวช่วยสำคัญที่จะทำให้ตัวการ์ตูนลิขสิทธิ์นั้นๆ เป็นที่รู้จักในวงกว้างอย่างรวดเร็ว
- 3) โฆษณาและประชาสัมพันธ์การ์ตูนเรเตอร์การ์ตูนลิขสิทธิ์ผ่านสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง
- 4) สร้างสรรค์กิจกรรมทางการตลาดที่โดดเด่น และแตกต่างเพื่อให้ผู้บริโภค รู้จัก และเกิดการจดจำการ์ตูนเรเตอร์การ์ตูนให้มากขึ้น
- 5) หาผู้ค้าที่มีศักยภาพ เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์การ์ตูนเรเตอร์การ์ตูนผ่านการทำการส่งเสริมการขาย และกิจกรรมทางการตลาดอื่นๆ

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจการบริหารลิขสิทธิ์

ธุรกิจการบริหารลิขสิทธิ์เป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากตัวเลขรวมในตลาดมีมูลค่าสูง และยังมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี สภาพการแข่งขันทางธุรกิจสูง การ์ตูนเรเตอร์การ์ตูนได้รับความนิยมในประเทศไทยในปัจจุบัน ส่วนใหญ่มาจากค่ายยักษ์ใหญ่ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศญี่ปุ่น อาทิเช่น วอลต์ ดิสนีย์, วอร์เนอร์ บราเธอร์ส, มาร์เวล, ซานดิโอ, โคราเอมอน, ดราก้อนบอล, โปเกมอน และอื่นๆ การ์ตูนเรเตอร์การ์ตูนดังกล่าวเป็นการ์ตูนเรเตอร์การ์ตูนที่มีความเป็นอมตะ โด่งดังมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน บวกกับความแข็งแกร่งของการทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง ทำการออกอากาศแอนิเมชันทางโทรทัศน์ การมีภาพยนตร์แอนิเมชันเข้ามาฉายที่ประเทศไทยทุกปี รวมไปถึงการจัดกิจกรรมที่ยิ่งใหญ่ สิ่งเหล่านี้ยังตอกย้ำภาพความสำเร็จของการ์ตูนเรเตอร์การ์ตูนนั้นๆ ในสายตาของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และเนื่องจากมูลค่ารวมของตลาดลิขสิทธิ์ในประเทศไทยมีมูลค่าสูง ทำให้มีผู้สนใจที่จะเข้ามาแบ่งเบียดเงินที่ได้จากค่าลิขสิทธิ์เป็นจำนวนมาก ไม่เว้นแม้กระทั่งการ์ตูนเรเตอร์การ์ตูนที่ผลิตโดยบริษัทคนไทย อาทิ ก้านกล้วย, ปังปอนด์, เซลล์คอน, เบิร์ดแลนด์, บัตตี้ บันนี่ และอื่นๆ อีกมากมาย

ในเชิงของสินค้าลิขสิทธิ์การ์ตูนเรเตอร์การ์ตูนชื่อดัง ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เพราะค่ายการ์ตูนยักษ์ใหญ่ต่างๆ ได้มีการพัฒนากาฟิกอาร์ตเวิร์กของตัวการ์ตูนให้มีความทันสมัย หลากหลาย ตอบโจทย์ได้ทุกกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่แรกเกิด จนถึงวัยทำงาน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการต่างๆ เล็งเห็นโอกาสในการทำธุรกิจจากการซื้อสิทธิเพื่อผลิตเป็นสินค้า และทำการส่งเสริมการขายต่างๆ มากมายดังที่ได้เห็นในตลาด

โดยภาพรวมจะเห็นได้ชัดเจนว่า ธุรกิจการบริหารลิขสิทธิ์ในประเทศไทยมีการแข่งขันที่สูงมาก แต่ก็ยังมีช่องทางที่จะหารายได้จากธุรกิจลิขสิทธิ์ หากเรามีคาร์แรคเตอร์การ์ตูนที่มีศักยภาพ และการทำการตลาดที่ชัดเจน แม่นยำ รวมถึงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์คาร์แรคเตอร์การ์ตูนอย่างต่อเนื่อง เพื่อได้รับการยอมรับ และสร้างความมั่นใจในตัวการ์ตูนจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ผลิต, เจ้าของผลิตภัณฑ์ ร้านค้า และองค์กรต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้คาร์แรคเตอร์การ์ตูนเป็นที่รู้จักและนิยมมากขึ้นในหมู่ผู้บริโภค โดยปัจจุบัน บริษัทมีคาร์แรคเตอร์การ์ตูนชั้นนำจากต่างประเทศ 3 คาร์แรคเตอร์ คือ Canimals และ Yoohooo & Friend จากประเทศเกาหลี และเจ้าหนุอะตอม Astroboy จากประเทศญี่ปุ่น

ธุรกิจอื่น

6. ธุรกิจสถาบันกวดวิชา (Tutorial School)

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

นอกจากนี้ เรายังได้เสริมสร้างเครือข่ายครู กลุ่มผู้ปกครอง และติวเตอร์อิสระ เพื่อการรวมกลุ่มสร้างผลิตภัณฑ์ทางการศึกษาที่ตรงต่อความต้องการของนักเรียนและผู้ปกครองได้มากขึ้น

6.1. ลักษณะของผลิตภัณฑ์

6.1.1 การเรียนการสอนเพื่อกวดวิชา โดยอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่สถาบันกวดวิชาบีไบรท์ โดยจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ หรือตามวัตถุประสงค์ของนักเรียน โรงเรียนเปิดคอร์สวิชาหลักตามความต้องการของตลาดโดยทั่วไป หรือนักเรียนสามารถจัดกลุ่มเพื่อขอเปิดคอร์สในสาขาวิชาที่นักเรียนต้องการ โดยทางสถาบันให้บริการอาคารสถานที่ และอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง

6.1.2 การเรียนการสอนเพื่อกวดวิชาผ่านสื่อวิดีโอ ที่สถาบันกวดวิชาบีไบรท์ โดยใช้สื่อที่ผลิตขึ้นจากการเรียนการสอนของอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิของสถาบัน นักเรียนสามารถวางแผนการเรียนเพื่อลงเรียนในเวลาที่มีนักเรียนสะดวก ลักษณะการเรียนเป็นการชมวิดีโอการเรียนการสอนแบบส่วนตัว นักเรียนหนึ่งคนต่ออุปกรณ์หนึ่งชุด ดังนั้น นักเรียนสามารถควบคุมการเล่นวิดีโอได้ เช่นการข้ามไปยังบทถัดไป หรือการเล่นแบบ Fast Forward หรือหากนักเรียนไม่เข้าใจในส่วนใด สามารถเล่นวิดีโอในส่วนนั้นซ้ำได้ เป็นต้น

6.1.3 การเรียนกวดวิชาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตบนคอมพิวเตอร์ของสถาบันกวดวิชาบีไบรท์ (โดยใช้สื่อวิดีโอที่ได้กล่าวไว้ในผลิตภัณฑ์ที่ 6.1.2) ในกรณีที่นักเรียนไม่สะดวกในการเดินทางมาที่สถาบัน นักเรียนสามารถเรียนผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งนักเรียนจำเป็นต้องมีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเป็นของตนเอง โดยนักเรียนต้องสมัครเป็น

สมาชิกของสถาบัน ซ็อกอร์สเรียน จากนั้นจึงสามารถดูวิดีโอการเรียนการสอนผ่านระบบ Video Streaming บนอินเทอร์เน็ตได้ทันที ทุกที่ ทุกเวลา และสามารถควบคุมการเล่นวิดีโอได้เช่นเดียวกันกับการมาดูวิดีโอที่สถาบัน

6.1.4 บริการให้เข้าใช้พื้นที่เพื่อการเรียนการสอน หรือเพื่อการประชุมกลุ่ม เนื่องจากสถาบันบีโพรท ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจกวดวิชาในใจกลางเมือง ดังนั้นผู้ให้บริการสามารถเดินทางมาที่สถาบันได้สะดวกทั้งทางบริการรถไฟฟ้า และเรามีที่จอดรถเพียงพอแก่ผู้มาใช้บริการ ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มรายได้จากการใช้ประโยชน์จากอาคารสถานที่โดยเฉพาะในช่วงระหว่างวัน ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์

ในปัจจุบัน เรามีห้องเรียนเพิ่มขึ้นจากเดิมเป็น 8 ห้องเรียนบรรยาย และหนึ่งห้องเรียนวิดีโอ ซึ่งสามารถรองรับความต้องการสถานที่เพื่อการเรียนการสอนและการสัมมนาได้อีกมาก

6.1.5 บริหารจัดการการเรียนการสอนสำหรับครูอิสระ เพื่อสร้างเครือข่ายครูอิสระที่มีศักยภาพหรือกำลังประสบความสำเร็จ แต่ไม่มีทุนทรัพย์เพียงพอในการขยายโอกาส รวมทั้งไม่มีสถานที่เพื่อการเรียนการสอนเป็นของตนเอง และกำลังมองหาโอกาสในการเติบโตร่วมกับเรา ในกรณีนี้ ทางสถาบันจะทำการส่งเสริมการตลาดให้ และผลตอบแทนที่ได้หลังหักค่าใช้จ่ายจะอยู่ในรูปแบบของการแบ่งผลกำไร (Profit Sharing)

6.2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

6.2.1 กลุ่มนักเรียนในสังกัดของกระทรวงศึกษาธิการ ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ถึงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือนักเรียนที่มีอายุ 10-16 ปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) การทำเกรดที่โรงเรียน (2) การสอบแข่งขันเพื่อเข้าเรียนในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1, มัธยมศึกษาปีที่ 4 หรือระดับมหาวิทยาลัย (3) เพื่อการสอบแข่งขันในสนามแข่งขันอื่นๆ เช่น IJSO และ สอวน. เป็นต้น

6.2.2 กลุ่มนักเรียนในระบบการศึกษาแบบนานาชาติ หรือระบบการศึกษาแบบสองภาษาระดับเทียบเท่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ถึงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือนักเรียนที่มีอายุ 10-16 ปี

6.2.3 กลุ่มนักเรียนในระดับมหาวิทยาลัย ที่ต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะการเขียนและการสนทนาภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นทักษะที่มักไม่รวมอยู่ในการทดสอบเพื่อการแข่งขันเพื่อเข้าเรียนชั้นมัธยมศึกษา และระดับมหาวิทยาลัย จึงมักถูกละเลยจากการกวดวิชาเพื่อการแข่งขัน และนักเรียนในระดับมหาวิทยาลัยมักขาดทักษะเหล่านี้

6.2.4 กลุ่มคนทำงานที่ต้องการพัฒนาทักษะด้านภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เพื่อการตอบรับการเข้ามาของ AEC โดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อการประกอบการทำงานหรือการติดต่อธุรกิจ ทั้งนี้ทักษะที่สำคัญคือการเขียน และการสนทนาภาษาอังกฤษ โดยเราได้มีโอกาสร่วมโครงการอบรมภาษาอังกฤษเพื่อการพัฒนาบุคลากรของกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้ผลตอบรับเป็นที่น่าพอใจ และโครงการนี้ได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากผลการดำเนินงานที่ผ่านมาเราสามารถขยายพื้นที่การอบรมไปยังหัวเมืองท่องเที่ยวใหญ่ เช่น เมืองพัทยา และภูเก็ต ได้ต่อไปในอนาคต

6.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

6.3.1 การเรียนการสอนที่เรียนสดกับอาจารย์และครูอิสระ นักเรียนสามารถสมัครเรียนที่สถาบัน หรือโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารของสถาบัน และนำหลักฐานการชำระเงินมาแสดงต่อเจ้าหน้าที่ จากนั้นจึงเริ่มเรียนได้ทันทีตามตารางเวลาของคอร์สวิชานั้นๆ

6.3.2 การเรียนการสอนผ่านสื่อวิดีโอ นักเรียนสามารถเดินทางมาสมัครเรียนที่สถาบันได้โดยตรง หรือโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารของสถาบัน และนำหลักฐานการชำระเงินมาแสดงต่อเจ้าหน้าที่ และสามารถเริ่มเรียนได้ทันที หรืออาจสำรองที่นั่งล่วงหน้า เพื่อทำการเรียนภายในเวลาทำการของสถาบัน

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

6.3.4 การเข้าใช้พื้นที่เพื่อการเรียนการสอนหรือการประชุม ทางสถาบันจะให้สิทธิแก่อาจารย์ของสถาบันก่อน ผู้เข้าจำเป็นต้องระบุวันเวลาที่ชัดเจนเพื่อการเข้าเป็นรายชั่วโมง และชำระเงินเต็มจำนวนแก่เจ้าหน้าที่ที่สถาบัน หรือโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารของสถาบัน และนำหลักฐานการชำระเงินมาแสดงต่อเจ้าหน้าที่

6.4. กลยุทธ์การแข่งขัน

เรามีจุดแข็งที่เป็นศักยภาพที่สำคัญหลายประการ ดังนี้

1. ทำเลที่ตั้งของสถาบันตั้งอยู่ใจกลางเมือง ในแหล่งธุรกิจกวดวิชา และใกล้แหล่งบริษัทเอกชนต่างๆ ดังนั้นเราจึงได้เปรียบในเรื่องของอาคารสถานที่ด้วยต้นทุนที่ต่ำและมีศักยภาพสูง จากการสังเกตโดยทั่วไป มีนักเรียนที่ตระเวนกวดวิชาหลายหมื่นคนต่อวันในย่านนี้
2. สื่อการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษ โดยอาจารย์อิงทิพย์รัตตรงสี เป็นสื่อวิดีโอการเรียนการสอนที่มีชั่วโมงเรียนมากกว่า 500 ชั่วโมง และพร้อมลงสู่ตลาดได้ทันทีทั้งในรูปแบบของคอร์สเรียนวิดีโอและคอร์สเรียนออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
3. เรามีเครือข่ายอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิในทุกสาขาวิชา คือ ภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์ ฟิสิกส์ เคมี และชีววิทยา แต่ละท่านมีวุฒิด้านการศึกษาสูงถึงปริญญาเอกและไม่ต่ำกว่าปริญญาโท จากต่างประเทศ
4. เราสามารถบริหารจัดการให้สถาบันกวดวิชาบีไบรท์เป็นศูนย์การเรียนรู้ครบทุกสาขาวิชา นักเรียนสามารถเลือกเรียนกับเราได้ครบทุกวิชาอย่างมีประสิทธิภาพ

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจการสถาบันกวดวิชา

ตลอดเวลาที่ผ่านมา มาตรฐานการเรียนและการสอนในโรงเรียนทั่วประเทศไทยยังขาดแคลนอาจารย์ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ทำให้มาตรฐานทางการศึกษาของแต่ละโรงเรียนแตกต่างกัน ประกอบกับค่านิยมของสังคมไทยที่ยังคงให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของสถาบันการศึกษา รวมทั้งความนิยมในสาขาวิชาและคณะการศึกษาซึ่งสามารถสร้างอาชีพและความมั่นคงในอนาคต อย่างไรก็ตาม การสอบแข่งขันเพื่อเข้าเรียนในระดับชั้นต่างๆ มีความเข้มข้นมากขึ้น อีกทั้ง การเปลี่ยนแปลงระบบการสอบเข้ามหาวิทยาลัย ซึ่งใช้ผลการเรียนเฉลี่ยสะสมตลอดหลักสูตร ทำให้นักเรียนต้องพยายามทำคะแนนสอบที่โรงเรียนให้ได้โดยตลอด นักเรียนจำเป็นต้องกวดวิชาตลอดเวลา เพื่อให้มีระดับผลการเรียนในโรงเรียนที่ดี และสามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ ด้วยเหตุนี้ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาในปัจจุบันจึงจำเป็นต้องวางแผน

แผนการเรียนเสริมหรือกวดวิชาระยะยาวตลอด 6 ปี และมีจุดมุ่งหมายเพื่อการสอบเข้าเรียนระดับมัธยมปลายโรงเรียนที่มีชื่อเสียง และสอบเข้ามหาวิทยาลัยในคณะที่ต้องการและมีชื่อเสียงด้วยเช่นกัน

จากรายงานผลการศึกษาวิจัย เรื่องยุทธศาสตร์การแก้ปัญหาการกวดวิชาของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์ (สนย.) สำนักงานปลัด ศธ. พบว่า มีผู้ประกอบการธุรกิจกวดวิชาเพิ่มขึ้นทุกปี โดยประเทศไทยมีโรงเรียนกวดวิชามากถึง 2,005 แห่งในปี 2555 ซึ่งในจำนวนนี้เป็นโรงเรียนกวดวิชาที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ 460 แห่ง มีนักเรียนกวดวิชา 453,881 คน คิดเป็น 12% ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาทั้งหมด โดยมูลค่าการตลาดของธุรกิจกวดวิชา ปี 2556 ประมาณ 7,160 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ที่มีมูลค่า 7,000 ล้านบาท และคาดว่าจะในปี 2558 จะเติบโตไปสู่ 8,189 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.4% ซึ่งการเติบโตนี้มีสาเหตุจากค่าเรียนที่สูงขึ้น และจำนวนนักเรียนที่เรียนกวดวิชาเพิ่มมากขึ้น

ธุรกิจกวดวิชาเป็นธุรกิจที่สามารถเติบโตในทุกภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ไม่ว่าเศรษฐกิจจะตกต่ำหรือการเมืองจะร้อนแรงเพียงใด ผู้ปกครองยังคงให้ความสำคัญด้านการศึกษาแก่บุตรหลานของตนเป็นสำคัญ ด้วยหวังวางรากฐานที่ดีและสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพที่มั่นคงในอนาคต อย่างไรก็ตาม ธุรกิจการศึกษาเป็นธุรกิจที่จำเป็นต้องใช้เวลาในการบ่มเพาะสร้างชื่อเสียงและผลงานให้เป็นที่ยอมรับแก่ผู้ปกครองและนักเรียน ดังนั้น ภาพลักษณ์ที่ดีและคุณภาพทางการศึกษาจึงเป็นสิ่งที่สำคัญในการแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้

7. นิตยสารภาษาอังกฤษสำหรับเยาวชน : นิตยสารเนชั่นจูเนียร์ (NJ Magazine)

7.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ในปี 2557 บริษัทฯ ได้รับโอนนิตยสารที่ให้ความรู้ด้านภาษาอังกฤษอย่างมีสาระและบันเทิงสำหรับเยาวชน มาจากเครือเนชั่น ด้วยเป็นธุรกิจที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่บริษัทมีอยู่เดิม NJ Magazine เป็นนิตยสารวัยรุ่นรายเดือนภาษาอังกฤษ ที่ทำให้การเรียนรู้ภาษาอังกฤษเป็นเรื่องสนุกๆ สำหรับเด็กไทย ด้วยเนื้อหาที่เข้าถึงใจวัยรุ่น ขนาดกระทัดรัด คมคายคุ้มค่า เหมาะที่เยาวชนสามารถเพิ่มพูนความรู้นอกเวลาเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีเนื้อหาครอบคลุม Lifestyle สำหรับวัยรุ่นยุคใหม่ พัฒนา IQ และ EQ และการทบทวนความรู้

ใครว่าวัยรุ่นเข้าใจยาก - ชีวิตวัยรุ่นนั้นมีความหลากหลาย และมีมิติที่น่าสนใจ ด้วยประสบการณ์กว่า 23 ปีในการเป็นนิตยสารภาษาอังกฤษสำหรับวัยรุ่น ทำให้ NJ เป็นเหมือนเพื่อนสนิทที่เข้าใจใจของวัยรุ่น

ไลฟ์สไตล์ที่ไม่หยุดนิ่ง - วัยรุ่นนั้นเต็มไปด้วยพลังงาน นอกเหนือจากการเรียนแล้ว กิจกรรมต่างๆ และการสังสรรค์เฮฮา คือสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับวัยรุ่นในยุคนี้ NJ จึงมาในขนาดกระทัดรัด พกพาสะดวกและยังทันสมัยก้าวทันไลฟ์สไตล์ของวัยรุ่นในยุคดิจิทัล กับ NJ digital platforms ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น interactive e-magazine on tablet หรือ game application on smart phone เพื่อที่จะตามติดวัยรุ่นไปได้ทุกที่

หลากหลายและรอบด้าน - นอกจากการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์ ข่าวสาร และเรื่องราวที่อยู่ในความสนใจของวัยรุ่นผ่านภาษาอังกฤษที่เข้าใจง่าย รวมถึงแบบฝึกหัดและแนวข้อสอบภาษาอังกฤษแล้ว NJ ได้เพิ่มเนื้อหาให้สามารถตอบโจทย์การเป็นนิตยสารคู่ใจของวัยรุ่นด้วยเนื้อหาเข้มข้นเกี่ยวกับการทบทวนความรู้และแนวข้อสอบ Admissions วิชาหลัก โดยทีมคณาจารย์ผู้มีประสบการณ์จากโครงการทบทวนความรู้กับมา มา เพื่อให้การเตรียมตัวสอบ Admissions ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป

ปัจจุบัน NJ Magazine มีผู้อ่านครอบคลุมทั่วประเทศ และเป็นที่ยอมรับโดยเฉพาะในระดับโรงเรียนมัธยมศึกษา ในขณะที่เดิวก่อนปี 2558 ที่เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) บริษัทฯ มีโอกาสต่อยอดธุรกิจในการให้ความรู้ภาษาอังกฤษ พร้อมทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ภาษาอังกฤษอย่างต่อเนื่อง คือกิจกรรมการแข่งขันสะกดคำ

ภาษาอังกฤษชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย NJ Spelling Bee นับเป็นปีที่ 17 ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่งสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา บริษัทฯยังได้รับความร่วมมือกับ บมจ. โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น (ดีแทค) ในการขยายกิจกรรมไปยังช่องทางโทรศัพท์เคลื่อนที่และช่องทางดิจิทัล

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้ร่วมกับสถานทูตไอร์แลนด์ประจำประเทศไทย จัดการประกวดการเขียนเรียงความภาษาอังกฤษเชิงสร้างสรรค์แห่งประเทศไทย “Junior Dublin Literary Awards” โดยจัดต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 10 แล้ว

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจนิตยสารภาษาอังกฤษสำหรับเยาวชน

แม้ว่าปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในภาวะชะลอตัว เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อเทคโนโลยีมีถือและการสื่อสารมีทั้งความเร็ว ความสะดวก ราคาที่ถูกลง ทำให้เยาวชนรุ่นใหม่านิยมรับข้อมูลข่าวสารทาง New Media เป็นหลักแต่สำหรับธุรกิจนิตยสารภาษาอังกฤษ ที่เป็นหนังสืออ่านนอกเวลา มีสาระคู่บันเทิงในแบบ edutainment ยังมีการแข่งขันที่ไม่สูงมาก อาจารย์และนักเรียนในระดับมัธยมศึกษายังคงสะดวกใช้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อการเรียนการสอนเป็นหลัก NJ Magazine จึงถือครองส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด ด้วยความสามารถเข้าถึงตลาดโรงเรียนทั่วประเทศเป็นหลัก รองลงมาเป็นตลาดผ่านตัวแทนจัดจำหน่าย และสมาชิก ทางด้านกระบวนการผลิต บริษัทฯมีความเชี่ยวชาญด้านข้อมูลข่าวสารที่อัปเดต พร้อมทั้งใช้วัตถุดิบ และการผลิตภายในบริษัทในเครือ สามารถควบคุมปัจจัยด้านการผลิต คลังหนังสือ การขนส่ง เพื่อพัฒนาต้นทุนและสร้างรายได้ที่มีระบบ

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงหลักที่อาจมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทประกอบด้วยความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก และความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ

1. ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจสำนักพิมพ์

1.1 ความเสี่ยงจากภาวะอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์

ปี 2557 อุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ในประเทศไทยโดยเฉพาะหนังสืออ่านเล่นพกพา และนิตยสาร ภาพรวมติดลบต่อเนื่องมาจากปี 2556 กำลังซื้อชะลอตัวลงเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปใช้เวลากับสื่ออื่นมากยิ่งขึ้น บริษัทกระจายหนังสือรายย่อยบางรายปิดตัวลง เป็นผลให้รายได้ของบริษัทในส่วนของหนังสือลดลง และคาดว่าจะยังมีผลต่อเนื่อง

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

1.2 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและคู่แข่งที่ให้บริการเนื้อหาสาระรูปแบบเดียวกัน

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

บริษัทฯ เองซึ่งเปิดร้านค้าออนไลน์ Nstore ในปี พ.ศ. 2557 มียอดขายเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ถึงแม้ว่าอัตราส่วนของยอดขายจะยังน้อยกว่าเมื่อเทียบกับหนังสือที่พิมพ์กระดาษ

1.3 ความเสี่ยงจากช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ ที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้สะดวก และสอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อในแต่ละไลฟ์สไตล์

ช่องทางการจัดจำหน่าย Modern Trade เป็นช่องทางที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้า เนื่องจากรูปแบบและพื้นที่การจัดวางสินค้า มีการแบ่งตามประเภทสินค้าอย่างชัดเจน และอนุญาตให้ลูกค้าตกแต่งพื้นที่ขายสินค้าด้วยสื่อส่งเสริมการขายได้อย่างสวยงาม ปัจจัยเสี่ยงในการจัดคิสเพลย์หนังสือให้โดดเด่นที่ร้านหนังสือจะขึ้นอยู่กับ Modern Trade แต่ละสาขาเป็นผู้ดำเนินการ ซึ่งจะทำให้โอกาสที่จะจัดคิสเพลย์หนังสือของบริษัทฯ ให้โดดเด่นอย่างต่อเนื่องเป็นไปได้ยาก และการเพิ่มค่าส่วนแบ่งการขายอันเนื่องมาจากค่าเช่าพื้นที่ของ Modern Trade สูงขึ้นและปัจจัยอื่นๆ ซึ่งจะทำให้ต้นทุนของสินค้าสูงขึ้น

ช่องทางการจำหน่าย Agent เป็นช่องทางที่เน้นการจำหน่ายหนังสือการ์ตูน พื้นที่การจัดวางสินค้าหลากหลาย ไม่มีพื้นที่มากพอสำหรับการตกแต่งคิสเพลย์หนังสือ ทำให้มีความเสี่ยงเนื่องจากหนังสือไม่อยู่ในตำแหน่งที่โดดเด่น ซึ่งอาจจะทำให้เสียโอกาสในการขาย และความเสี่ยงเนื่องจากการคืนหนังสือในจำนวนมาก และการดำเนินงานส่วนใหญ่เป็นธุรกิจครอบครัวที่ทำมาเป็นเวลานาน ไม่มีระบบบันทึกการขายที่แน่นอน ทำให้ยากต่อการที่จะติดตามผลการขายที่ชัดเจน

ช่องทางการจัดจำหน่าย E-Commerce เป็นช่องทางที่มีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น สร้างความสะดวกให้กับลูกค้าโดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางในการซื้อสินค้า และจะเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่จะช่วยลดปัจจัยเสี่ยงจากช่องทางการจัดจำหน่าย Modern Trade และ Agent โดยปัจจุบัน บริษัทฯ จำหน่ายหนังสือผ่านในช่องทางนี้ผ่านร้านค้าออนไลน์ Nstore และ facebook เป็นหลัก

1.4 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบริษัทในเครือเนชั่นในการดำเนินธุรกิจและความเป็นอิสระในการบริหารงานของกลุ่มบริษัท

เนื่องจากเครือเนชั่น เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ในกลุ่มบริษัทฯ โดยมีการถือหุ้นในสัดส่วนประมาณร้อยละ 80.06 ของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด หลังจากการเสนอขายหุ้นของบริษัทฯ แก่นักลงทุนทั่วไป จนถึงปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ มีการทำธุรกรรมรายการระหว่างกันหลายประเภท เช่น การซื้อกระดาษ การจ้างพิมพ์ การจ้างส่งสิ่งพิมพ์ และการรับบริการต่างๆ เป็นต้น กับบริษัทในเครือเนชั่น ดังรายละเอียดในหัวข้อ 10 รายการระหว่างกัน โดยในปี 2557 และ 2556 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนขายสินค้า ต้นทุนการให้บริการ และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จากธุรกรรมข้างต้นกับบริษัทในเครือเนชั่นเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้นประมาณ 100.87 ล้านบาท และ 151.80 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.30 และ 45.95 ตามลำดับของค่าใช้จ่ายรวมตามงบการเงินรวมของกลุ่มบริษัทฯ ในช่วงเวลาดังกล่าว และกลุ่มบริษัทฯ ยังคงมีการทำธุรกรรมดังกล่าวอีกในอนาคต เนื่องจากบริษัทในเครือเนชั่นมีทีมงานที่มีความชำนาญ เครือข่ายในการจัดจำหน่ายและเครื่องจักรอุปกรณ์ พร้อมทั้งจะให้บริการในต้นทุนที่น่าจะต่ำกว่า หากกลุ่มบริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการเอง และมีกำลังการผลิตและบริการเพียงพอในการดำเนินการ ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบริษัทในเครือเนชั่นในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งหากบริษัทในเครือเนชั่นไม่สามารถสนับสนุนการให้บริการข้างต้นดังกล่าวได้ กลุ่มบริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบในการจัดพิมพ์ และการจัดส่งสิ่งพิมพ์ แต่ก็เพียงเล็กน้อยเท่านั้น เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ สามารถสั่งซื้อกระดาษและรับบริการต่างๆ ผ่านผู้จัดจำหน่ายและผู้ให้บริการรายอื่นที่มีจำนวนหลายรายในประเทศไทย ในเงื่อนไขทางการค้าปกติและมีราคาตามตลาดเช่นเดียวกับการดำเนินธุรกรรมรายการระหว่างกันข้างต้นแต่ราคาต้นทุนอาจจะสูงกว่าราคาที่ทางในเครือเนชั่นเรียกเก็บ นอกจากนี้มูลค่าของการทำธุรกรรมรายการระหว่างกันข้างต้นในปี 2557 และ 2556 คิดเป็นประมาณร้อยละ 3.42 และ 4.11 ของรายได้รวมของบริษัทในเครือเนชั่น ในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งถือเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก ดังนั้น บริษัทในเครือเนชั่น จึงไม่ได้พึ่งพิงรายได้จากกลุ่มบริษัทฯ และมีแรงจูงใจในการหาประโยชน์จากรายการดังกล่าว

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายการบริหาร และการตัดสินใจที่เป็นอิสระจากบริษัทในเครือเนชั่นโดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นส่วนน้อยและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายของกลุ่มบริษัทฯ โดยมีอิสระในการจัดหาสินค้าหรือใช้บริการกับผู้ให้บริการภายนอกอื่นๆ ที่เสนอราคาที่มีเงื่อนไขทางการค้าปกติในราคาตลาดและเป็น

ประโยชน์มากที่สุดแก่กลุ่มบริษัทฯ เช่น ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ มีการจ้างพิมพ์กับบริษัทภายนอก ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ จึงไม่มีการพึ่งพิงบริษัทในเครือเนชั่น จนทำให้ขาดความเป็นอิสระ

1.5 ความเสี่ยงจากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคาระดาษและการขาดแคลนกระดาษ

กระดาษที่ใช้ในการผลิตสิ่งพิมพ์จัดเป็นสินค้าประเภท Commodity ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาแปรผันตามความต้องการของการบริโภคและปริมาณการผลิตของผู้ผลิต (Demand & Supply) และเป็นวัตถุดิบหลักที่สำคัญในการผลิตสิ่งพิมพ์ของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งคิดเป็นต้นทุนประมาณร้อยละ 13.51 และ 19.85 ของต้นทุนขายและบริการตามงบการเงินรวมของกลุ่มบริษัทฯ ในปี 2557 และ 2556 ดังนั้นกลุ่มบริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาระดาษ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและกำไรสุทธิของกลุ่มบริษัทฯ นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังมีความเสี่ยงจากการขาดแคลนกระดาษ Newsprint ชนิดม้วนที่ใช้พิมพ์หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือที่มียอดพิมพ์สูง ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญที่บริษัทฯ ใช้ในการผลิตสิ่งพิมพ์ เนื่องจากกระดาษชนิด ดังกล่าวหาซื้อได้ยากในประเทศไทยและต้องซื้อเป็นจำนวนมากในแต่ละครั้ง

ในการลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนกระดาษและการปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคาระดาษ Newsprint ชนิดม้วน กลุ่มบริษัทฯ จะสั่งซื้อจากบริษัทในเครือเนชั่นสำหรับการจัดพิมพ์ที่โรงพิมพ์ในเครือเนชั่น ซึ่งเป็นการจัดพิมพ์ส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ โดยบริษัทในเครือเนชั่นมีประสบการณ์ในการจัดซื้อกระดาษเป็นระยะเวลานาน มีการจัดซื้อกระดาษสำรองไว้ และเข้าใจในวงจรของราคาระดาษเป็นอย่างดี รวมทั้งบริษัทในเครือเนชั่นได้มีการบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนโดยการทำ Forward Contract ไว้ตามปริมาณกระดาษที่คาดว่าจะใช้ล่วงหน้า ดังนั้นการจัดซื้อกระดาษจากบริษัทในเครือเนชั่นจึงช่วยลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาระดาษ และการขาดแคลนกระดาษได้รวมทั้งยังสามารถต่อรองราคาระดาษที่ถูกกว่าราคาตลาดทั่วไป

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ จะสั่งจองกระดาษก่อนการตั้งราคาขายของหนังสือ เพื่อให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถรักษาสัดส่วนของต้นทุนกระดาษต่อราคาระดาษหนังสือไว้ได้ รวมทั้งบริษัทฯ สามารถปรับราคาของหนังสือหลายประเภทขึ้นได้ ในกรณีที่ต้นทุนกระดาษเพิ่มขึ้นอย่างเป็นสาระสำคัญ

1.6 ความเสี่ยงด้านการจัดหาลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์

ในการประกอบธุรกิจสำนักพิมพ์ ซึ่งมีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 45.09 และ 60.71 ของรายได้ทั้งหมดของกลุ่ม บริษัทฯ ในปี 2557 และ 2556 กลุ่มบริษัทฯ ไม่ได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ส่วนใหญ่ที่ผลิตและจัดจำหน่าย แต่กลุ่มบริษัทฯ มีการจัดซื้อลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์มาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นนักเขียนหรือสำนักพิมพ์ทั้งในและต่างประเทศจำนวนหลายราย เพื่อนำมาผลิตและจัดจำหน่ายเพียงรายเดียว (Exclusive) ในประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลา 3 – 5 ปี และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ในราคาและเงื่อนไขเดิม ทั้งนี้ เจ้าของลิขสิทธิ์สามารถยกเลิกสัญญาได้หากกลุ่มบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาด้านการเงิน และ/หรืออยู่ในสถานะล้มละลาย เป็นต้น ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงที่ไม่สามารถจัดหาลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ที่ต้องการมาผลิตและจัดจำหน่ายได้ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการที่เจ้าของลิขสิทธิ์ไม่ต่ออายุสัญญา หรือยกเลิกสัญญา ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ ฐานะทางการเงิน และผลประกอบการของกลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ไม่เคยประสบปัญหาด้านการจัดหาลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศในช่วงที่ผ่านมา เนื่องจากตลาดสิ่งพิมพ์มีขนาดใหญ่และมีลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ให้

เลือกซื้อเป็นจำนวนมาก รวมทั้งกลุ่มบริษัทฯ ยังมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงหลายราย และประสบความสำเร็จในการผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสืออย่างต่อเนื่อง 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 2557 และ 2556 กลุ่มบริษัทฯ มีมูลค่าสินค้าคงเหลือสุทธิจำนวน 232.55 ล้านบาท และ 143.86 ล้านบาท (ตามลำดับ) หรือคิดเป็นร้อยละ 32.69 และ 18.89 ของมูลค่าสินทรัพย์ทั้งหมดของกลุ่มบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ได้มีค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยในสัดส่วนร้อยละ 100 ของมูลค่าสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 1 ปีขึ้นไปและผลิตครบชุดแล้ว และของสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 3 ปีขึ้นไปแต่ยังผลิตไม่ครบชุด โดยมีการตั้งค่าเผื่อดังกล่าวทุกเดือนซึ่งการตั้งค่าเผื่อสินคล้าสมัยนี้จะถูกพิจารณาการด้อยค่าจากผู้บริหารอีกครั้งหนึ่ง ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 และ 2556 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยจำนวน 88.96 และ 41.71 ล้านบาท (ตามลำดับ) นอกจากนั้น เพื่อลดปริมาณสินค้าคงเหลือ กลุ่มบริษัทฯ จะนำเอาหนังสือเก่าออกมาจำหน่ายเป็นระยะๆ โดยการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการขายในงานนิทรรศการต่างๆ ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี สำหรับหนังสือการ์ตูนที่มีเล่มต่อเนื่อง กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการนำเล่มที่ออกใหม่จำหน่ายควบคู่ไปกับเล่มที่ได้เคยวางจำหน่ายไปแล้ว ซึ่งรวมถึงการนำการ์ตูนที่มีการออกจำหน่ายครบทุกเล่มแล้วมาจัดจำหน่ายรวมเป็นชุดเพื่อกระตุ้นการจำหน่ายด้วย นอกจากนั้น บริษัทฯ ได้เพิ่มความระมัดระวังในการผลิตหนังสือใหม่และควบคุมปริมาณยอดพิมพ์เพื่อมิให้มีสินค้าคงเหลือมากขึ้น ทั้งนี้บริษัทฯ มีนโยบายการบริหารคลังสินค้าโดยการกำหนดจำนวนสินค้าไม่ให้มีปริมาณคงเหลือมากกว่าปีก่อน

2. ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจการเป็นตัวแทนจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศ

2.1 ความเสี่ยงจากการต่อสัญญา

ในการประกอบธุรกิจการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ กลุ่มบริษัทฯ จะทำสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่ายกับเจ้าของสิ่งพิมพ์จำนวนหลายราย โดยส่วนใหญ่สัญญาตัวแทนจำหน่ายนิตยสารมีระยะเวลา 1 ปี และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ในราคาและเงื่อนไขเดิม สำหรับสัญญาตัวแทนจำหน่ายหนังสือพิมพ์จะหมดอายุเมื่อมีการยกเลิกสัญญา ทั้งนี้เจ้าของสิ่งพิมพ์สามารถยกเลิกสัญญาได้ หากกลุ่มบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาด้าน

การเงิน และ/หรืออยู่ในสถานะล้มละลาย และ/หรือเมื่อมีการแจ้งอีกฝ่ายล่วงหน้า เป็นต้น ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการที่เจ้าของสิ่งพิมพ์ไม่ต่ออายุสัญญา หรือยกเลิกสัญญา ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจฐานะทางการเงิน และผลประโยชน์ของกลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ กับเจ้าของสิ่งพิมพ์มีการทำธุรกิจและความสัมพันธ์อันดีต่อกันเป็นระยะเวลานาน 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

2.2 ความเสี่ยงจากเจ้าของสิ่งพิมพ์ยกเลิกการผลิต

ในการประกอบธุรกิจบริการการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ กลุ่มบริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการที่เจ้าของสิ่งพิมพ์ยกเลิกการผลิต ซึ่งมีผลกระทบต่อ การประกอบธุรกิจและดำเนินธุรกิจ ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ จำเป็นต้องหาสิ่งพิมพ์ที่มีชื่อเสียงและมั่นคงเพื่อทดแทนหรือเพิ่มเติมอยู่เสมอ

3. ปัจจัยความเสี่ยงของธุรกิจรายการโทรทัศน์สำหรับเยาวชนและครอบครัว

3.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์เข้าสู่ระบบดิจิทัล

การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่โทรทัศน์ยุคดิจิทัลในประเทศไทยเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันทางธุรกิจโทรทัศน์ที่เข้มข้นขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันด้านคุณภาพของเนื้อหารายการเพื่อสร้างความแตกต่างจากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รายอื่นๆ ให้มีคุณภาพหลากหลายและตรงกับความต้องการของผู้ชมให้มากที่สุด แต่เนื่องจากช่วงเริ่มต้นของระบบโทรทัศน์ดิจิทัลยังมีการออกอากาศคู่ขนานกับระบบโทรทัศน์อนาล็อก (หรือฟรีทีวี) จึงมีผลเรื่องของเรตติ้งยังไม่สูงมาก เมื่อเทียบกับระบบเดิม โดยบริษัทฯ มุ่งพัฒนาเนื้อหาและผลิตรายการคุณภาพ โดยใช้แพลตฟอร์มที่มีความหลากหลายเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในเครือ กิจกรรมการตลาดและกิจกรรม on-ground ที่สร้างความมีส่วนร่วมอย่างปัจจุบันทันสมัย

3.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจโทรทัศน์ที่สูงขึ้น

ภาวะอุตสาหกรรมโทรทัศน์ โดยเฉพาะฟรีทีวีมีความเข้มข้นขึ้น ทั้งในด้านของประเภทรายการ และจำนวนช่องรายการที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตรากำไรการแข่งขันในธุรกิจโทรทัศน์มีจำนวนเพิ่มขึ้นด้วย แต่เนื่องด้วยในตลาดยังคงมีช่องว่างในรายการประเภทเอ็ดดูเทนเมนท์สำหรับเยาวชนและครอบครัว จึงเป็นโอกาสในการจัดทำรายการที่สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นเนื้อหารายการที่มีคุณภาพ สร้างสรรค์ เหมาะสมสำหรับทุกคนในครอบครัวอย่างแท้จริง ซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงจากการทำรายการในภาวะการแข่งขันที่รุนแรง

4. ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจดิจิทัล

4.1 ความเสี่ยงจากการลักลอบทำซ้ำเนื้อหา

มีเว็บไซต์ที่ลักลอบนำเสนอสื่อ เช่น การ์ตูน โดยผิดกฎหมายอยู่พอสมควร ทำให้ลูกค้าบางส่วนบริโภคสื่อดังกล่าวโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าดังกล่าวแบบถูกกฎหมาย ดังนั้น จึงจำเป็นต้องคัดเลือกเนื้อหาที่ดี โดดเด่นและแตกต่าง พร้อมๆ กับการใช้เทคโนโลยีที่ดี มีความปลอดภัยสูง และการให้บริการที่เป็นเลิศ ซึ่งบริษัทได้แสวงหาเนื้อหาอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเอกลักษณ์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนหาวิธีการนำเสนอที่ไปเหนือกว่าเว็บไซต์ที่ผิดกฎหมายเหล่านั้น และตลอดจนนำเสนอขายในราคาที่น่าสนใจ

5. ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจการบริหารลิขสิทธิ์ (Character Management)

5.1 ความเสี่ยงจากการแข่งขันทางการตลาด

ปัจจุบันในประเทศไทยมีการ์ตูนแรคเตอร์การ์ตูนที่มีชื่อเสียงโด่งดังเป็นจำนวนมากที่เสนอขายลิขสิทธิ์เพื่อผลิตเป็นสินค้า การแข่งขันส่วนแบ่งทางการตลาด ซึ่งจะควบคู่ไปกับการทำให้การ์ตูนแรคเตอร์การ์ตูนเป็นที่รู้จัก และปริมาณของการ์ตูนแรคเตอร์การ์ตูนที่เป็นตัวแทน โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การตลาดที่แตกต่าง

ปัจจุบัน บริษัทฯ เป็นตัวแทนบริหารลิขสิทธิ์การ์ตูนแรคเตอร์การ์ตูนอยู่ 3 ตัว คือ Canimals, Yoohoo & Friends และ Astro Boy ซึ่งปีที่ผ่านมาได้มีการทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง ด้วยการนำการ์ตูนอนิเมชันออกอากาศที่สถานีโทรทัศน์ ช่อง Nation 22 และช่อง MCOT Family 14 และยังมีการจัดกิจกรรมร่วมกับสถานีโทรทัศน์ดังกล่าวทั่วประเทศ ซึ่งได้ผลตอบรับที่ดีเป็นอย่างมาก ทำให้ลิขสิทธิ์ในเครือบริษัทเนชั่น เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจที่จะเลือกซื้อลิขสิทธิ์การ์ตูนที่บริษัทฯ ดูแลลิขสิทธิ์อยู่

5.2 ความเสี่ยงจากการต่อสัญญา

เนื่องจากการจดสัญญาเป็นตัวแทนบริหารลิขสิทธิ์การ์ตูนแรคเตอร์การ์ตูนนั้นมีระยะเวลาสัญญาเฉลี่ยประมาณ 3-5 ปี ขึ้นอยู่กับข้อตกลงของแต่ละลิขสิทธิ์ ดังนั้น ในการต่อสัญญาเจ้าของลิขสิทธิ์อาจจะขอเรียกเก็บค่าสิทธิเพิ่ม เนื่องจากได้รับข้อเสนอการเป็นตัวแทนจากบริษัทอื่น จึงเป็นเหตุให้บริษัทฯ เกิดความเสี่ยงในการถูกเรียกเก็บค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น หรืออาจจะไม่รับการต่ออายุสัญญาในการเป็นตัวแทนสิทธิของการ์ตูนแรคเตอร์การ์ตูนนั้นๆ

5.3 ความเสี่ยงจากช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าลิขสิทธิ์ที่มีจำนวนจำกัด

ปัจจุบันช่องทางหลักในการจัดจำหน่ายสินค้าลิขสิทธิ์ มีอยู่ 3 ช่องทาง ดังนี้

- 1) **ห้างสรรพสินค้า** ช่องทางนี้เป็นช่องทางที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าลิขสิทธิ์ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากรูปแบบและพื้นที่การจัดวางสินค้ามีการแบ่งตามประเภทสินค้าอย่างชัดเจน รวมถึงอนุญาตให้ลูกค้า (ผู้ซื้อลิขสิทธิ์) ตกแต่งพื้นที่ขายสินค้าด้วยสื่อส่งเสริมการขายได้อย่างสวยงาม แต่ช่องทางนี้ไม่ค่อยเป็นที่สนใจของลูกค้า เนื่องจากมีต้นทุนการขายสูง และข้อจำกัดอื่นๆ ที่ห้างฯ เป็นผู้กำหนด
- 2) **ห้างค้าปลีก** ช่องทางนี้เป็นช่องทางที่สร้างรายได้ให้กับลูกค้าค่อนข้างสูง อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าลิขสิทธิ์ได้ระดับหนึ่ง เนื่องจากห้างค้าปลีกมีจำนวนสาขามาก ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ดี ยอดขายสูง และพื้นที่การจัดวางสินค้าเป็นสัดส่วนแยกตามหมวดหมู่ แต่จำเป็นต้องใช้สื่อส่งเสริมการขายที่เป็นรูปแบบตายตัวที่ถูกกำหนดโดยห้างฯ สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้ห้างค้าปลีกมีอิทธิพลต่อผู้ซื้อลิขสิทธิ์ในการเลือกสินค้า (ทั้งที่มีลิขสิทธิ์และไม่มีลิขสิทธิ์)

เข้าไปจัดจำหน่าย หากห้างฯ มีความสนใจในลิขสิทธิ์ตัวใด ก็จะทำให้ง่ายในการตัดสินใจซื้อลิขสิทธิ์จากคู่ค้า ความแตกต่างระหว่างห้างสรรพสินค้าและห้างค้าปลีก ก็คือ คุณภาพสินค้า เพราะห้างค้าปลีกใช้กลยุทธ์การตลาดแบบแข่งขันทางด้านราคา เป็นผลให้คุณภาพสินค้าลดลงตามลำดับ

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

6. ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา

ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเป็นธุรกิจที่มีอนาคตสดใส และสามารถเติบโตได้ในทุกสภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง ปัจจัยภายนอกจึงมีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจกวดวิชาน้อยมาก อย่างไรก็ตาม ภาวะการแข่งขันของกลุ่มในอุตสาหกรรมนี้ทวีความรุนแรงขึ้น โดยเฉพาะในด้านจำนวนผู้แข่งขันในตลาดที่มากขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง โดยสถิติจากงานการวิจัย* ได้กล่าวไว้ว่าจำนวนของโรงเรียนกวดวิชาในประเทศไทยที่จดทะเบียนอยู่ ถูกต้องมีจำนวนเพียง 864 แห่งในปี 2547 และสูงขึ้นมากถึง 1,128 แห่งในปี 2551 ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงและครองส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นส่วนใหญ่อยู่มากแล้วจึงปรับกลยุทธ์มาใช้เทคโนโลยีช่วยสอนและทำตลาดกลุ่มใหญ่ ส่วนผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดต้องเผชิญกับรายได้ที่ไม่แน่นอน และจำเป็นต้องวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มีความชัดเจนเพื่อเข้าสู่ตลาดให้ได้

สำหรับสถาบันกวดวิชาปีโบรท์ เรามีความพร้อมทั้งเครือข่ายอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิในทุกสาขาวิชา มีอาคารสถานที่ในทำเลสำคัญใจกลางเมืองด้วยต้นทุนที่ต่ำ มีสื่อการเรียนการสอนที่พร้อมทุกตลาด และมีพันธมิตรสื่อในเครือเนชั่นสนับสนุนทางการตลาด ปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญจึงเป็นการทำธุรกิจในช่วงแรกที่ไม่อาจคาดการณ์รายรับที่แน่นอนได้ และความยากลำบากในการสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงให้เป็นที่ประจักษ์ต่อกลุ่มนักเรียนและผู้ปกครอง ซึ่งเป็นเป้าหมายที่คาดหวังในระยะยาวต่อไป

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

7. ความเสี่ยงจากอัตราค่าลิขสิทธิ์การอ่านนิตยสารที่ลดน้อยลง

เนื่องด้วยธุรกิจนิตยสารภาษาอังกฤษสำหรับวัยรุ่นนั้นเจาะตลาดผู้อ่านวัยรุ่นเป็นหลัก ซึ่งวัยรุ่นเป็นวัยที่มีพัฒนาการ มีความเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมเฉพาะตัว มีการเปลี่ยนรสนิยมจากวัยรุ่นไปสู่ผู้ใหญ่ภายในระยะเวลาไม่กี่ปี ทำให้ธุรกิจสร้าง Brand Royalty ที่ค่อนข้างจำกัด รวมถึงภาพลักษณ์ของธุรกิจประเภท Edutainment สำหรับวัยรุ่นนั้นก็มีอิทธิพลต่อการรับรู้และกระแสที่อ่อนกว่าธุรกิจประเภท Entertainment อย่างไรก็ดีบริษัทยังคงเน้นจุดแข็งด้านการศึกษาที่ให้ความแตกต่าง สร้างคุณค่า โดยต่อยอดธุรกิจไปยังคณาจารย์และผู้ปกครอง ซึ่งเป็น Influencer เน้นนำและกระตุ้นให้เยาวชนอ่านสื่อที่สร้างสรรค์ ด้วยการสร้างความสัมพันธ์อันดี

บริษัทฯ ทำกิจกรรมการตลาดเพื่อสร้าง Customer Relationship โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการศึกษาความรู้ภาษาอังกฤษ ด้วยบริษัทฯ มีชื่อเสียงด้านการผลิตสื่อภาษาอังกฤษในระดับต้นของประเทศ รวมถึงมีสื่อมัลติมีเดียที่สามารถหลอมหลวมสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงทำให้กิจกรรมสามารถสร้างประโยชน์ต่อลูกค้าโดยตรง รวมถึงสร้างคุณค่าและพัฒนาสังคมและการศึกษา (CSR) ซึ่งมีผู้สนับสนุนในความร่วมมือเป็นอย่างดีทั้งภาครัฐและเอกชน

8. ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อผู้ลงทุน

8.1 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 2557 ยังคงเหลือใบสำคัญแสดงสิทธิที่ยังไม่ได้ใช้จำนวนทั้งสิ้น 84,958,614 หน่วย

ในการนี้หากผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิทำการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัทเต็มจำนวน ผู้ถือหุ้นสามัญของบริษัทอาจได้รับผลกระทบจาก Dilution Effect ทั้งในเรื่องของราคาหุ้นในตลาดที่อาจปรับตัวลดลง และสัดส่วนการถือหุ้นที่ลดลงดังต่อไปนี้

ก่อนการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเต็มจำนวน (31 ธันวาคม 2557)

จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	170,048,386	หุ้น
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นก่อนการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ	100	%

หลังการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเต็มจำนวน (NINE-W1)

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

8.2 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 2557 ยังคงเหลือใบสำคัญแสดงสิทธิที่ยังไม่ได้ใช้จำนวนทั้งสิ้น 4,243,000 หน่วย

ในการนี้หากผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิทำการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัทเต็มจำนวน ผู้ถือหุ้นสามัญของบริษัทอาจได้รับผลกระทบจาก Dilution Effect ทั้งในเรื่องของราคาหุ้นในตลาดที่อาจปรับตัวลดลง และสัดส่วนการถือหุ้นที่ลดลงดังต่อไปนี้

ก่อนการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเต็มจำนวน (31 ธันวาคม 2557)

จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	170,048,386	หุ้น
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นก่อนการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ	100	%

หลังการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเต็มจำนวน (ESOP-WA)

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

9. ปัจจัยเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจ

9.1 ความเสี่ยงจากกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายและบริหารจัดการกลุ่มบริษัทฯ

ภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญแก่ประชาชนทั่วไป ปัจจุบัน เครือข่ายถือหุ้นร้อยละ 80.06 ของทุนชำระแล้ว จึงทำให้สามารถควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญในการประชุมผู้ถือหุ้น ได้ทั้งหมด ซึ่งรวมถึงมติพิเศษที่กฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของจำนวนหุ้นที่เข้าประชุมและมีสิทธิออกเสียง ทำให้ผู้ถือหุ้นรายอื่นไม่สามารถรวบรวมคะแนนเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องของผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้นอกจากนี้ เครือข่ายยังมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่มบริษัทฯ โดยมีกรรมการตัวแทนจำนวน 3 ท่านจากทั้งหมด 6 ท่าน และคณะกรรมการบริหารจำนวน 3 ท่านจากทั้งหมด 4 ท่าน เป็นตัวแทนที่มาจากเครือข่าย

อย่างไรก็ตาม เพื่อถ่วงดุลการบริหารงานของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ บริษัทฯ จึงได้แต่งตั้งกรรมการอิสระที่เป็นบุคคลภายนอกจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำหน้าที่ในการตรวจสอบการดำเนินงานของผู้บริหารและดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายย่อย

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 อุปกรณ์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 และ 2556 และ 2557 กลุ่มบริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หน่วย: ล้านบาท

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ			ภาวะผูกพัน		
		31 ธ.ค. 2555	31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2557	31 ธ.ค. 2555	31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2557
ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์ที่เช่า	เจ้าของ	0.43	0.47	0.25	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
เครื่องตกแต่ง ติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน	เจ้าของ	6.20	4.64	3.89	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
ยานพาหนะ	เจ้าของ	0.06	-	0.47	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
รวม		6.69	5.11	4.61			

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ คือ ค่าลิขสิทธิ์ในการผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ และ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หน่วย: ล้านบาท

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ		
	31 ธ.ค. 2555	31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2557
ค่าลิขสิทธิ์	43.01	41.64	30.62
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	0.39	0.29	0.35
รวม	43.40	41.93	30.97

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

4.3 สัญญาเช่าทรัพย์สินระยะยาว

กลุ่มบริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่อาคารสำนักงานและคลังสินค้าเพื่อใช้ในการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- สัญญาเช่าสำหรับเป็นสำนักงาน ที่อาคารอินเตอร์ลิงค์ ทาวเวอร์ ชั้น 29 เลขที่ 1858/123-124 ถนนบางนา-ตราด กรุงเทพฯ รวมพื้นที่ประมาณ 735.93 ตารางเมตร ระยะเวลาการเช่า 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2557 ถึงวันที่ 30 พฤศจิกายน 2560 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 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 10 กันยายน 2557 ถึงวันที่ 9 กันยายน 2558 และสามารถต่ออายุสัญญาเช่าได้

4.4 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและกิจการที่ควบคุมร่วมกัน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 และ 2556 และ 2557 บริษัทฯ มีเงินลงทุนตามวิธีราคาทุนในบริษัทย่อยและกิจการที่ควบคุมร่วมกัน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หน่วย: ล้านบาท

ชื่อ	ความสัมพันธ์	ทุนชำระแล้ว			สัดส่วนเงินลงทุน (ร้อยละ)			มูลค่าเงินลงทุนวิธีราคาทุน		
		31 ธ.ค. 2555	31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2557	31 ธ.ค. 2555	31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2557	31 ธ.ค. 2555	31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2557
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 คิเคส์ จำกัด	บริษัทย่อย	0.25	1.00	1.00	99.99	99.99	99.99	0.25	1.00	1.00
บริษัท ไนน์ บี โปรท์ จำกัด	บริษัทย่อย	-	1.00	1.00	-	59.99	59.99	-	0.60	0.60
บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด)	บริษัทย่อย	-	-	50.00	-	-	98.99	-	-	35.05
บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด)	กิจการที่ควบคุมร่วมกัน	50.00	50.00	-	49.99	49.99	-	25.05	25.05	-
รวม								50.66	52.01	62.01

4.5 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และกิจการร่วมค้า

บริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และกิจการร่วมค้าในอนาคต โดยพิจารณาจากปัจจัยหลักๆ เช่น

- 1) มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถเอื้อประโยชน์ (Synergy) ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ได้
- 2) ผลตอบแทนจากการลงทุน
- 3) สถานะทางการเงินของบริษัทที่จะลงทุน
- 4) ภาวะเศรษฐกิจและการเมือง

อย่างไรก็ตาม โครงการลงทุนของบริษัทฯ ต้องผ่านการพิจารณาจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ฯ และ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้น ตามขอบเขตอำนาจการอนุมัติของบริษัทฯ ได้กำหนดไว้ และตามกฎเกณฑ์ต่างๆ ของคณะกรรมการกต. และ/หรือ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทฯ จะส่งตัวแทนของบริษัทฯ ตามสัดส่วนการถือหุ้นของ บริษัทฯ เข้าร่วมบริหารงานและดูแลการดำเนินธุรกิจ ตามที่คณะกรรมการของบริษัทฯ ได้มอบหมาย โดยบุคคลนั้นจะต้องเป็นผู้ที่ไม่มีผลประโยชน์ขัดแย้งในทางธุรกิจกับบริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือกิจการร่วมค้านั้นๆ

4.6 นโยบายในการบริหารลูกหนี้การค้า

ในการจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ โดยปกติกลุ่มบริษัทฯ มีการให้สินเชื่อแก่ลูกค้าโดยเฉลี่ยเป็นระยะเวลา 15 วัน ถึง 90 วัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 และ 2556 และ 2557 กลุ่มบริษัทฯ มียอดลูกหนี้การค้าสุทธิจากค่าเผ่อนี้สงสัยจะสูญและค่าเผ่อนี้รับคืนจำนวน 120.37 ล้านบาท และ 162.35 ล้านบาท และ 35.94 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีค่าเผ่อนี้สงสัยจะสูญ จำนวน 3.12 ล้านบาท และ 3.79 ล้านบาท และ 8.12 ล้านบาท ตามลำดับ และมีหนี้สูญและค่าเผ่อนี้สงสัยจะสูญในปีดังกล่าว จำนวน 1.28 ล้านบาท และ 0.71 ล้านบาท และ 0.94 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งในการพิจารณาตั้งค่าเผ่อนี้สงสัยจะสูญ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการประเมินเป็นสัดส่วนร้อยละ 1 ของยอดขายในแต่ละเดือนประกอบกับการพิจารณาประวัติการชำระหนี้ และการคาดการณ์เกี่ยวกับการชำระหนี้ในอนาคตของลูกค้า นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีการตั้งค่าเผ่อนี้รับคืนในการขายพ็อคเก็ตบุ๊กส์ สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชน และหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 และ 2556 และ 2557 มีจำนวน 9.56 ล้านบาท และ 9.78 ล้านบาท และ 12.85 ล้านบาท ตามลำดับ นโยบายของกลุ่มบริษัทฯ คือ จะตั้งค่าเผ่อนี้รับคืนโดยใช้สัดส่วนร้อยละของสินค้านี้รับคืนต่อสินค้าที่ขายโดยเฉลี่ย 12 เดือนย้อนหลัง โดยลูกหนี้การค้าส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ เป็นลูกหนี้การค้าประเภทตัวแทนขาย หรือร้านหนังสือขนาดใหญ่ที่มีความสัมพันธ์ที่ดีมานาน และมีการค้าขาย อย่างสม่ำเสมอ และกรณีที่เป็นลูกค้าใหม่ บริษัทฯ ต้องให้ตัวแทนจำหน่ายดังกล่าววางเงินประกันค่าสินค้านี้ตามนโยบายบริษัท ฯ

4.7 นโยบายในการบริหารสินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือของกลุ่มบริษัทฯ คือ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 และ 2556 และ 2557 กลุ่มบริษัทฯ มีสินค้าคงเหลือสุทธิจากค่าเผ่อนี้รับคืนค่าเสื่อม จำนวน 119.08 ล้านบาท และ 143.86 ล้านบาท และ 232.55 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีค่าเผ่อนี้รับคืนค่าเสื่อม จำนวน 48.70 ล้านบาท และ 41.71 ล้านบาท และ 88.96 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 29.02 และร้อยละ 22.48 และร้อยละ 27.67 ของสินค้าคงเหลือ ตามลำดับ ซึ่งในการ

พิจารณาตั้งค่าเพื่อสินค้าสามัญ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการประเมินเป็นสัดส่วนร้อยละ 100 ของมูลค่าสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 1 ปีขึ้นไปและผลิตครบชุดแล้ว และสัดส่วนร้อยละ 100 ของสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 3 ปีขึ้นไปแต่ยังผลิตไม่ครบชุด อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯจะพิจารณาการตั้งค่าเพื่อสินค้าสามัญตามสินค้าที่คาดว่าจะขายได้จากการดำเนินธุรกิจตามปกติ

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทหรือบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทหรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงเกินกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 รวมทั้งไม่มีคดีที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ และไม่มีคดีความในธุรกิจอื่นที่ไม่ได้เป็นธุรกิจโดยปกติของบริษัทและบริษัทย่อย

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	:	บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็กเตอร์ เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”)
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	<ul style="list-style-type: none"> - ธุรกิจสำนักพิมพ์โดยผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทฟ็อกเก็ตบุ๊กส์ และสิ่งพิมพ์สำหรับเด็ก - ธุรกิจบริการ เป็นตัวแทนจำหน่ายและให้บริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ - ธุรกิจดิจิทัล ให้บริการเนื้อหาต่างๆ บนเว็บไซต์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และอุปกรณ์ดิจิทัลอื่นๆ - ธุรกิจการบริหารลิขสิทธิ์ - ธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียมสำหรับเด็ก - ธุรกิจให้บริการด้านการศึกษา
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 1858/123-124 อาคารทีซีไอเอฟทาวเวอร์ ชั้น 29 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107551000312
โทรศัพท์	:	(66) 2338-3333
โทรสาร	:	(66) 2338-3904
เลขานุการบริษัท	:	(66) 2338-3292
Home Page	:	www.nine.co.th
ทุนจดทะเบียน	:	259,250,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 259,250,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	ณ 31 ธันวาคม 2557 ทุนชำระแล้วของบริษัทเท่ากับ 170,004,386 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 170,048,386 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้น	:	รายละเอียดตามหัวข้อโครงสร้างการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ บริษัทย่อยและกิจการควบคุมร่วมกัน

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557)

ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ทุนชำระแล้ว (บาท)
บริษัทย่อย				
บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด 1858/123-124 ชั้น 29 ถ.บางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ	สิ่งพิมพ์	99.99	41,250,000	41,250,000
บริษัท เนชั่น คัดส์ จำกัด 1858/123-124 ชั้น 29 ถ.บางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ	ประกอบธุรกิจ และผลิต รายการในรูปแบบต่างๆ เพื่อ เผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ และ สื่อรูปแบบใหม่	99.99	1,000,000	1,000,000
บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด 1858/123-124 ชั้น 29 ถ.บางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ	สิ่งพิมพ์	98.99	50,000,000	50,000,000
บริษัท ไนน์ บี โปรท์ จำกัด 1858/123-124 ชั้น 29 ถ.บางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ	บริการด้านการศึกษา	59.99	1,000,000	1,000,000

หมายเหตุ เมื่อวันที่ 29/12/57 บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็กเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) เข้าซื้อหุ้น บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด จำนวน 49% จากผู้ถือหุ้นเดิม และเปลี่ยนชื่อบริษัทจาก บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด เป็น บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด

2. บุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์ : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้ง : 62 ชั้น 4 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถ.รัชดาภิเษก แขวงคลองเตย
เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ : (66) 2229-2800

โทรสาร : (66) 2359-1259

ผู้สอบบัญชี : บริษัท เคทีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด

- นางสาวปัทมวรรณ วัฒนกุล ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 9832 หรือ
- นายวินิจ สีลามงคล ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3378 หรือ
- นายวิเชียร ธรรมตระกูล ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3183 หรือ
- นางสาววรรณพร จงพิรเชษานนท์ ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4098

ที่ตั้ง	:	1 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 48-51 ถ.สาทรใต้ กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์	:	(66) 2677-2000
โทรสาร	:	(66) 2677-2222
ที่ปรึกษากฎหมาย	:	บริษัท สำนักงานกฎหมายและภาษี เอส.เอ.ที แอสโซซิเอท จำกัด
ที่ตั้ง	:	702 อาคารเจ้าพระยาทาวเวอร์ (โรงแรมแวงกรี-ล่า) เลขที่ 89 ซอยวัดสวนพลู ถนนเจริญกรุง เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
โทรศัพท์	:	(66) 2630-7637-8
โทรสาร	:	(66) 2630-7639
ที่ปรึกษากฎหมาย	:	บริษัท เภา แอนด์ แอสโซซิเอทส์ ลอว์ ออฟฟิส จำกัด
ที่ตั้ง	:	140/40 A อาคาร ไอทีเอฟ ชั้น 19 ถนนสีลม แขวงสุริยวงค์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทรศัพท์	:	(66) 2634-4995-7
โทรสาร	:	(66) 2238-2574, (66) 2634-4998