

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 โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (“NGE”) (เดิมชื่อบริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (“NEE”)) 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 NGE ให้บริษัทฯ ตามมูลค่าทางบัญชี ณ วันที่

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

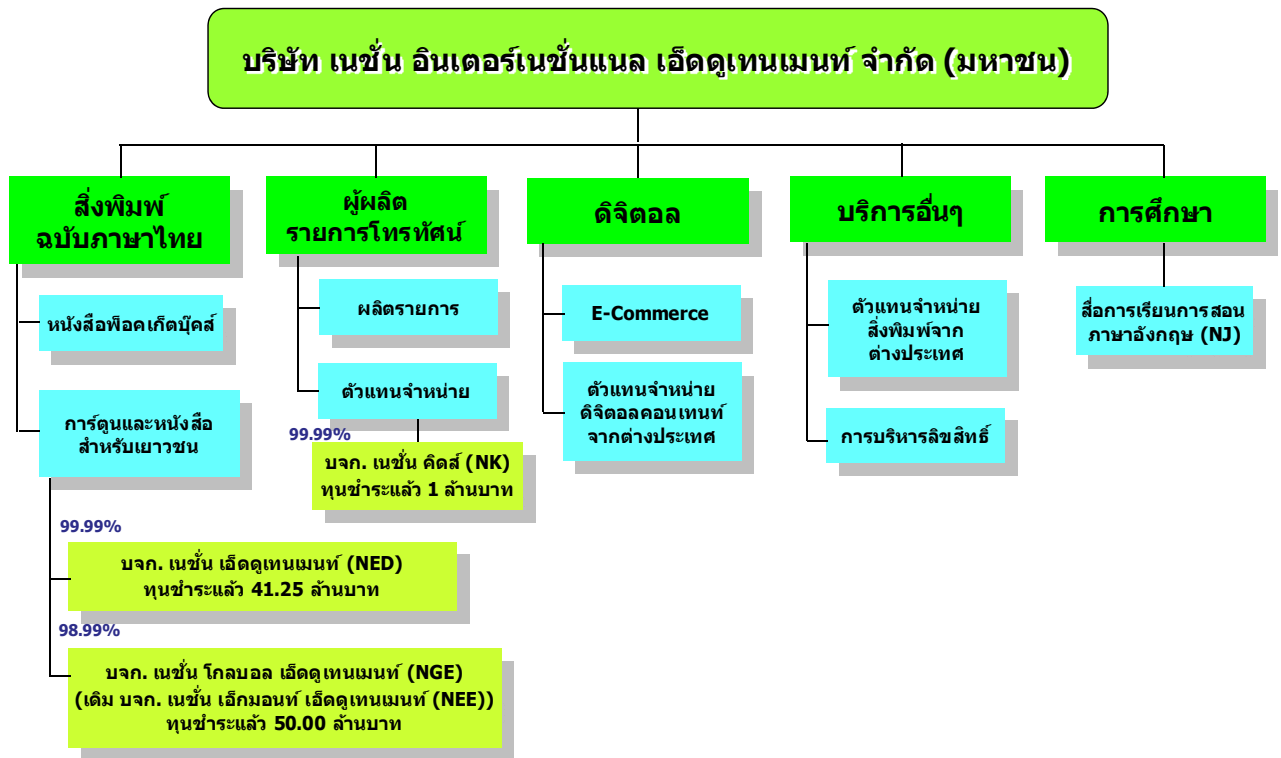
อย่างไรก็ตาม การเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ จะทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของ NMG ในบริษัทฯ ลดลงจากที่เคยถืออยู่ร้อยละ 99.99 ของทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว มาเป็นร้อยละ 77.65 จึงทำให้สัดส่วนการควบคุมในบริษัทฯ ลดลงไปตามสัดส่วนการถือหุ้น อย่างไรก็ตาม NMG ยังคงเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สุดในบริษัทฯ ภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญ และบริษัทฯ ยังคงมีสถานะเป็นบริษัทย่อยของ NMG เช่นเดิม ถึงแม้สัดส่วนการรับรู้รายได้และกำไรรวมถึงเงินปันผลของ NMG จากบริษัทฯ ที่ Spin-off ไปแล้วจะลดลงเนื่องจากสัดส่วนการถือหุ้นที่ลดลง 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 เพื่อรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิฯ ที่จะเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น (Rights Offering) และได้รับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ที่ออกและเสนอขายครั้งนี้
 - ออกหุ้นสามัญจำนวนไม่เกิน 4,250,000 หุ้น เพื่อรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิฯ ที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ 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 โปรท์ จำกัด โดยเป็นการร่วมทุนระหว่าง NINE และ บี โปรท์ 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
 - เดือนพฤษภาคม 2557 บริษัท เนชั่น คิด้ส์ จำกัด หยุดดำเนินพาณิชย์กิจ
- ปี 2558
- วันที่ 20 ตุลาคม 2558 บริษัทฯ ดำเนินการเลิกกิจการและชำระบัญชีของ บริษัท ไนน์ บี โปรท์ จำกัด
 - วันที่ 30 ธันวาคม 2558 บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นใน NINE ร้อยละ 76.49

1.3 โครงสร้างการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท



หมายเหตุ :

- วันที่ 29 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้น บริษัท เนชั่น เอ็กสมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด จำนวน 49% จากผู้ถือหุ้นเดิม และเปลี่ยนชื่อบริษัทจาก บริษัท เนชั่น เอ็กสมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด เป็น บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด
- บริษัท ไนน์ บี ไบรท์ จำกัด ดำเนินการเลิกกิจการกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 20 ต.ค. 58 และชำระบัญชีเสร็จสิ้นแล้วเมื่อวันที่ 23 ต.ค. 58
- บริษัท เนชั่น คิตส์ จำกัด หยุดดำเนินพาณิชย์กิจตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2557

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 NINE มีบริษัทย่อย ดังนี้

ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (%)
บริษัทย่อย		
บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด ทุนจดทะเบียน 41.25 ล้านบาท	สิ่งพิมพ์	99.99
บริษัท เนชั่น คิตส์ จำกัด ทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท	ผลิตรายการโทรทัศน์ และให้บริการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์	99.99
บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด ทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท	สิ่งพิมพ์	98.99
บริษัท ไนน์ บี ไบรท์ จำกัด	ให้บริการด้านการศึกษา	-

หมายเหตุ 1. บริษัท เนชั่น คิตส์ จำกัด หยุดดำเนินพาณิชย์กิจตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2557

- บริษัท ไนน์ บี ไบรท์ จำกัด ดำเนินการเลิกกิจการกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 20 ต.ค. 58 และชำระบัญชีเสร็จสิ้นแล้วเมื่อวันที่ 23 ต.ค. 58

ภาพรวมในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

ลักษณะการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจสำนักพิมพ์ โดยผลิตและจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้และความบันเทิง ในรูปแบบของหนังสือเพื่อเด็กเกิดใหม่ และสิ่งพิมพ์สำหรับเด็ก ซึ่งมิได้มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง ในส่วนของหนังสือเพื่อเด็กเกิดใหม่ กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผ่านตัวบริษัทฯ เองในนามสำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊กส์” ซึ่งผลิตและจำหน่ายหนังสือเพื่อเด็กเกิดใหม่ที่ได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ให้เป็นผู้จัดพิมพ์และจำหน่ายผลงานที่มีคุณภาพ โดยมีกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายหลักเป็นผู้ใหญ่อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาหลากหลายแนว ได้แก่ 1) หมวดบริหารและจัดการ 2) หมวดนวนิยายและวรรณกรรม 3) หมวดภาษาและการเรียนรู้ 4) หมวดศาสนา จิตวิทยา และปรัชญา 5) หมวดทั่วไป ในปี พ.ศ. 2558 กลุ่มบริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายหนังสือเพื่อเด็กเกิดใหม่ทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 1,000 ปก ซึ่งส่วนใหญ่ กลุ่มบริษัทฯ จะจัดจำหน่ายผ่านผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ในประเทศ โดยมีจุดกระจายหนังสือรวมกันทั้งสิ้นมากกว่า 10,000 จุด (ที่มา: บริษัท) นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังดำเนินธุรกิจผลิตนำเข้า และจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กเพื่อการศึกษา บันเทิง และการเสริมทักษะ ซึ่งรวมถึงการ์ตูน และนิทานประเภทต่างๆ ผ่าน บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) และ บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NGE) ในนามสำนักพิมพ์ “เนชั่นเอ็ดดูเทนเมนท์” และ “เนชั่น คิตส์” โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี กลุ่มบริษัทฯ จะมุ่งเน้นการผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูนยอดเยี่ยมที่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากสำนักพิมพ์ชั้นนำของประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี ประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศในทวีปเอเชีย อื่น ๆ อาทิ ไคโรเอมอน, เครยอนชินจัง, คราก่อนบอล, นารูโตะ นินจาคาถาโอ้โฮเฮะ และมิดที่ 13 เป็นต้น รวมทั้งสิ่งพิมพ์ที่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากกลุ่มประเทศแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย โดยในปี พ.ศ. 2558 กลุ่มบริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 5,500 ปก ซึ่งส่วนใหญ่ กลุ่มบริษัทฯ จะจัดจำหน่ายผ่านเอเยนต์หนังสือ และผู้จัดจำหน่ายหนังสือ โดยมีจุดกระจายหนังสือรวมกันทั้งสิ้นกว่า 10,000 จุด (ที่มา: บริษัท)

กลุ่มบริษัทฯ โดยตัวบริษัทฯ เองยังดำเนินธุรกิจในการเป็นตัวแทนขายสมาชิกและจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ และนิตยสารให้แก่สำนักพิมพ์ต่างประเทศ อาทิ The Yomiuri Shimbun, Financial Times, Time, Fortune, Forbes, Economist, Bloomberg Businessweek, Business Traveller เป็นต้น โดยมีหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศจำนวนทั้งสิ้น 184 หัว มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นนักธุรกิจทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นักศึกษา และนักวิชาการ มีการจัดจำหน่ายผ่านแผงหนังสือและร้านหนังสือทั่วไป เว็บไซต์ออนไลน์ และการจำหน่ายแบบ Bulk รวมถึงบริการจัดส่งหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศอีกหลายฉบับด้วย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็นตัวแทนขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ฉบับที่พิมพ์ในประเทศไทย รวมทั้งการรับจ้างพิมพ์หนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun และเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพตลาดในปัจจุบัน ทางบริษัทฯ ยังเป็นตัวแทนขายสมาชิกออนไลน์ให้กับ The Wall Street Journal Asia

สรุปลักษณะการประกอบธุรกิจของแต่ละบริษัท

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

- ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์โดยผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือเพื่อเด็กเกิดบู๊คส์ ที่ได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นกลุ่มผู้อ่านที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และมีได้มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง
- เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ต่างประเทศและนิตยสารต่างประเทศ ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นนักธุรกิจทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ
- เป็นตัวแทนขายสมาชิกและตัวแทนขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ที่พิมพ์ในประเทศไทย และนิตยสารต่างประเทศอีกมากมาย รับจ้างพิมพ์หนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun รวมถึงบริการรับจัดส่งหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศอีกหลายฉบับ

บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED)

- ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์โดยผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กเพื่อการศึกษา และบันเทิง สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่เป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี โดยมุ่งเน้นหนังสือการ์ตูนยอดนิยมที่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากสำนักพิมพ์ชั้นนำของประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย รวมทั้งการดูแลความรู้และวรรณกรรมเยาวชนต่างๆ โดยมีได้มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง

บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NGE)

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

บริษัท เนชั่น คิตส์ จำกัด (NTK)

- ดำเนินธุรกิจผลิตรายการในรูปแบบต่างๆ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ และสื่อรูปแบบใหม่

บริษัท ไนน์ ปี ไบรท์ จำกัด (NBB)

- ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านการศึกษา เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2558 ดำเนินการเลิกกิจการและชำระบัญชีของ บริษัท ไนน์ ปี ไบรท์ จำกัด

จุดเด่นในการประกอบธุรกิจ

1. ธุรกิจสิ่งพิมพ์

1.1 กลุ่มบริษัทฯ ได้รับการยอมรับและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั่วโลก

กลุ่มบริษัทฯ เป็นผู้ริเริ่มการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์การ์ตูนที่มีการขอลิขสิทธิ์จากสำนักพิมพ์จากต่างประเทศอย่างถูกต้องเป็นรายแรกของประเทศไทย ซึ่งตลอดระยะเวลา 20 ปี ที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทฯ ได้พิสูจน์ให้เจ้าของลิขสิทธิ์

ต่างๆ ได้เห็นว่า บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างตรงไปตรงมา และถูกต้องตามจริยธรรม การดำเนินธุรกิจที่ดี

จากการยึดแนวทางการดำเนินการข้างต้น ทำให้กลุ่มบริษัทฯ ได้รับการยอมรับและเชื่อมั่นจากสำนักพิมพ์ต่างๆ ทั่วโลก ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ มีโอกาสสูงในการได้รับการพิจารณาคัดเลือกจากสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือที่ได้รับความนิยม จากต่างประเทศเพื่อมาดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศให้ได้ตามเป้าหมาย

1.2 กลุ่มบริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสืออย่างต่อเนื่อง

กลุ่มบริษัทฯ มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยม และมียอดขายประเภทสิ่งพิมพ์สูงติดอันดับต้นๆ ของประเทศไทยมาอย่างยาวนาน โดยโดดเด่นในหมวดการ์ตูน, หนังสือเสริมทักษะและพัฒนาสำหรับเยาวชน, หนังสือหมวดธุรกิจ บริหารและการลงทุน, ศาสนา และภาษาอังกฤษ อาทิเช่น หนังสือการ์ตูน One Punch Man การ์ตูนใหม่ล่าสุดที่กำลังโด่งดังทั่วโลกในขณะนี้, โดราเอมอน, นารูโตะ นินจาคาถาโอ้โฮเฮะ, เทพมรณะ Bleach, Blue Exorcist, เกรซออนชินจัง, อิคารุเซียนโกะ, คุโรโกะ นายจิตพิลึกตังเวียนบาส, หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ Disney, หนังสือชุดเจ้าหญิง, นิทานประกอบภาพพระบารมี, หนังสือชุดมิกกี้และสหาย, หนังสือชุด การ์ตูนความรู้วิทยาศาสตร์ “Science Kids” หนังสือสำหรับผู้ใหญ่ที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากผู้อ่าน เช่น เขาชื่อ”ตุ” ประวัติที่น่าสนใจในของนายกรัฐมนตรีคนที่ 29 ของประเทศไทย, หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เฟอร์กูสัน อัดชีวประวัติ, จอนนี่ ไอเฟฟ นักออกแบบอัจฉริยะ, HARD CHOICES โดย ฮิลลารี คลินตัน, ฮวงจุ้ยปรับบ้านเปลี่ยนชีวิต, ปฏิทินฤกษ์มงคลปี 2015 ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องมาตลอดกว่า 10 ปี, 21 วันหุ่นเป๊ะได้สไตล์เกาหลีเล่ม 1 และเล่ม 2, นวดกดจุด, ภาษาอังกฤษ แคคริสก็มันส์แล้ว 1.5พร้อม ซีดี MP3, ฐานมะเร็ง2, ถนอมปอดยับยั้งสารพัดโรค, ถนอมไตยับยั้งสารพัดโรค เป็นต้น ดังนั้น นักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศจึงมีการติดต่อขอจำหน่ายลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมสูงให้แก่กลุ่มบริษัทฯ โดยตรงเป็นประจำ

1.3 กลุ่มบริษัทฯ ผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือหลากหลายประเภท

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้และความบันเทิงหลากหลายประเภทในรูปแบบของหนังสือเพื่อกระตุ้นจิตสำนึกสำหรับกลุ่มผู้อ่านที่มีอายุตั้งแต่ 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 ได้รับลิขสิทธิ์มีโอกาสนำไปขายธุรกิจต่อทางสื่ออื่นๆ 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 เป็นผู้มีความรู้ความสามารถสูงในธุรกิจผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์

ผู้บริหารของกลุ่มบริษัทฯ มีความรู้ความสามารถในการบริหารและดำเนินงานในธุรกิจผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์กับกลุ่มบริษัทฯ และบริษัทในเครือเนชั่น ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้นำด้านการผลิตสื่อและสิ่งพิมพ์หลากหลายประเภทในประเทศไทยมาเป็นระยะเวลาช้านาน ดังนั้น ผู้บริหารของกลุ่มบริษัทฯ จึงสามารถใช้ความชำนาญและความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในการบริหารงานกลุ่มบริษัทฯ ให้ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในอนาคต

1.7 กลุ่มบริษัทฯ มีทีมบรรณาธิการที่มีคุณภาพ

จากการที่กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการคัดเลือกว่าจ้างทีมงานบรรณาธิการที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีทัศนคติที่ดีกับสายงาน รวมทั้งมีการพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ทีมงานบรรณาธิการของกลุ่มบริษัทฯ มีคุณสมบัติเพียบพร้อม และสามารถถ่ายทอดงานพิมพ์จากต้นฉบับภาษาต่างประเทศมาเป็นภาษาไทยได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์และมีอรรถรส

2. ธุรกิจเพื่อการศึกษา

2.1 กลุ่มบริษัทฯ มีความสัมพันธ์อันดีต่อสถาบันการศึกษา นักเรียน นักศึกษา และคณาจารย์

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจเพื่อการศึกษา เน้นการสร้างสรรค์สื่อคุณภาพสำหรับใช้เป็นหนังสืออ่านนอกเวลา และ/หรือเป็นสื่อที่อาจารย์สามารถใช้เป็นสื่อประกอบการสอนเพิ่มเติมได้อย่างดี ด้วยเนื้อหาที่มีประโยชน์รอบด้าน ทั้งสาระและความบันเทิง รวมถึงวิชาการต่างๆ สำหรับนักเรียนนักศึกษาใช้เป็นคู่มือเตรียมสอบได้อีกด้วย ทั้งนี้ในฐานะสื่อมวลชนที่เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาในประเทศ เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนสังคมที่ดีในอนาคต ด้วยการสร้างเสริมกิจกรรมส่งเสริมการศึกษา อาทิ กิจกรรมการแข่งขันสะกดคำภาษาอังกฤษชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย ที่จัดต่อเนื่อง 18 ปี กิจกรรมประกวดเขียนเรียงความภาษาอังกฤษสร้างสรรค์ที่จัดต่อเนื่องเป็นเวลา 10 ปี กิจกรรม Workshop Young Journalist ให้กับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในต่างจังหวัด และกิจกรรมอื่นๆ ที่พัฒนาบุคลากรทางการศึกษาและเพื่อประกอบอาชีพให้กับองค์กรต่างๆ ตลอดปี

2.2 บริษัทฯ ร่วมกับพันธมิตรทั้งภาครัฐ และเอกชน ในการส่งเสริมการศึกษาเยาวชนไทย

บริษัทฯ ร่วมมือกับพันธมิตรที่เล็งเห็นถึงโอกาสทางการศึกษาของเยาวชนไทย เพื่อดำเนินโครงการ และกิจกรรมเพื่อสังคม ร่วมกับกระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และมหาวิทยาลัยทั้งรัฐบาลและเอกชน เป็นเจ้าภาพร่วมจัดกิจกรรมการแข่งขันสะกดคำภาษาอังกฤษชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย

บริษัทฯ ได้รับความสนับสนุน จากสถานเอกอัครราชทูตสหรัฐอเมริกาประจำประเทศไทย ร่วมสนับสนุนทุนการศึกษาเรียนภาษาอังกฤษภาคฤดูร้อน และทุนการศึกษาดูงานยังประเทศสหรัฐอเมริกา สำหรับผู้ชนะเลิศและอาจารย์ที่ปรึกษา และสำหรับรองชนะเลิศพร้อมอาจารย์ที่ปรึกษาได้รับทุนการศึกษาเรียนภาษาอังกฤษภาคฤดูร้อน ณ ประเทศออสเตรเลีย จาก Eltham college, Melbourne

สถานเอกอัครราชทูตสาธารณรัฐไอร์แลนด์ประจำประเทศไทย มอบทุนการศึกษาดูงานยังประเทศไอร์แลนด์ สำหรับผู้ชนะเลิศประกวดเขียนเรียงความเชิงสร้างสรรค์แห่งประเทศไทย

บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ร่วมสนับสนุน โครงการ “เล่มนี้ให้น้อง ปี2” มอบหนังสือพร้อมชั้นวางหนังสือให้กับห้องสมุดโรงเรียนสังกัดตำรวจตระเวนชายแดนทั่วประเทศจำนวน 100 โรงเรียน เพื่อส่งเสริมการศึกษา และการอ่านของเยาวชน

3. ธุรกิจผู้ผลิตรายการโทรทัศน์

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 (ที่มา : ผลการสำรวจของบริษัท เอจีบี นีลสัน ประเทศไทย จำกัด)

3.2 บริษัทฯ มีบุคลากรที่มีความสามารถและเชี่ยวชาญในการทำงานด้านธุรกิจโทรทัศน์

จากการที่กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการคัดเลือกกว่าจ้างทีมงานบริหารและทีมงานฝ่ายผลิตที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีทัศนคติที่ดีกับสายงาน ส่งผลให้การบริหารจัดการ และการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ ได้รับการยอมรับจากวงการธุรกิจโทรทัศน์ว่าเป็นทีมงานที่มีคุณภาพ

3.3 เนื้อหารายการที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์โดยตรง สามารถนำไปขยายธุรกิจต่อในสื่ออื่น

จากการที่กลุ่มบริษัทฯ ประสบผลสำเร็จในการผลิต และสร้างสรรค์รายการสาระบันเทิงสำหรับเด็กและครอบครัวจนได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น กลุ่มบริษัทฯ จึงมีนโยบายที่จะนำเนื้อหารายการที่บริษัทฯ เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ไปต่อยอดการดำเนินธุรกิจนอกเหนือจากที่ทำอยู่ ในฐานะของ Content Provider นำเสนอรายการต่างๆ ผ่านสื่อโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ในตลาด ที่ต้องการเนื้อหารายการที่มีคุณภาพ รวมถึงสื่อ Internet และโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น การให้บริการเนื้อหาผ่านแอปพลิเคชันบนแท็บเล็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งการให้บริการดังกล่าวของกลุ่มบริษัทฯ เป็นการเพิ่มช่องทางในการรับรู้ รับชม และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

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

4. ธุรกิจดิจิทัล

- ดำเนินธุรกิจการผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์
- ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค หลากหลายประเภท

จุดเด่นในการประกอบธุรกิจ

- คลอบคลุมสินค้าและบริการหลากหลายประเภท

ธุรกิจดิจิทัลนั้นมีเนื้อที่ในการใส่ข้อมูลสินค้าและบริการไม่จำกัด โดยที่ผ่านมามีบริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจการผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ภายในเครือของบริษัทฯ ทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ การ์ตูน หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และอื่นๆ แต่ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ขยายสินค้าและบริการต่างๆ ออกไปยังกลุ่มสินค้าอุปโภค บริโภค ทำให้ครอบคลุมต่อทุกความต้องการของตลาดมากขึ้น โดยไม่จำกัดอยู่แค่เฉพาะผลิตภัณฑ์ภายในเครือของบริษัทฯ แต่ได้นำสินค้าและบริการของพันธมิตร เข้ามาจัดจำหน่ายบนเว็บไซต์ และช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจดิจิทัลทั้งหมดอีกด้วย ทำให้เกิดเป็นศูนย์รวมของสินค้าในหมวดหมู่นั้นๆ มากขึ้น

ปัจจุบันมีสื่อสิ่งพิมพ์ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่จัดจำหน่ายมากกว่า 20,000 รายการ จากหลากหลายสำนักพิมพ์และยังดำเนินการเพิ่มจำนวนรายการสื่อสิ่งพิมพ์ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเพิ่มสินค้าอุปโภค บริโภคมาจัดจำหน่ายอย่างต่อเนื่องเช่นกัน คาดว่าภายในปี 2559 นี้ จะมีรายการสินค้าสื่อสิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สินค้าอุปโภค บริโภค เข้ามาจัดจำหน่ายมากกว่า 100,000 รายการ

- การเติบโตอย่างต่อเนื่องของตลาดดิจิทัล ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค

ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยมีการเติบโตไม่ต่ำกว่า 20% ต่อปี มูลค่าการซื้อขายตรงไปยังผู้บริโภคมีสูงถึง 3.2 แสนล้านบาท ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของอีคอมเมิร์ซเป็นผลมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การเข้าถึง Internet จำนวนการใช้สมาร์ทโฟนที่เพิ่มขึ้น รวมถึงระบบชำระเงินออนไลน์ที่พัฒนาไปอย่างมาก (ที่มา: เว็บไซต์ธนาคารกสิกรไทย วันจันทร์ที่ 10 สิงหาคม 2558) ทั้งนี้ก่อให้เกิดการเติบโตของธุรกิจดิจิทัลและยอดขายของบริษัทฯ ทั้งช่องทางโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และออนไลน์มาร์เก็ตเพลสกับพันธมิตร

- เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์สื่อสิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โลจิสติกส์ ภายในกลุ่มเครือของบริษัทฯ

ความได้เปรียบของการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการของธุรกิจดิจิทัลของบริษัทฯ อีกอย่างหนึ่ง คือ การเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์สื่อสิ่งพิมพ์ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ภายในกลุ่มเครือของบริษัทฯเอง ทำให้มีอำนาจในการตั้งหรือ

ลดราคา เพื่อแข่งขันกับคู่แข่ง และทำให้ได้ผลกำไรจากการจำหน่ายสินค้าและบริการของบริษัทฯ ผ่านช่องทางธุรกิจดิจิทัลของบริษัทฯ โดยตรง ซึ่งไม่ต้องผ่านตัวแทนจำหน่าย หรือต้องมีต้นทุนในการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค

ทั้งนี้การกระจายข้อมูลทางออนไลน์ ยังสามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีค่าใช้จ่ายต้นทุนการประชาสัมพันธ์ที่ต่ำ บริษัทฯยังสามารถประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในของเครือบริษัทฯ ทั้งช่องทางหนังสือพิมพ์ โซเชียลมีเดีย โทรทัศน์ วิทยุ งานแสดงสินค้า และอื่นๆ

ในส่วนของสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์เอง ก็มีต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้ประโยชน์ต่อเนื่องจากการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เล่มกระดาษ สามารถทำสำเนาได้เท่าที่ต้องการ ประหยัดวัสดุในการสร้างสื่อ จัดจำหน่ายผ่านช่องทางธุรกิจดิจิทัลเท่านั้น ซึ่งง่ายและสามารถทำได้รวดเร็ว

มีบริษัทโลจิสติกส์ ภายในกลุ่มเครือของบริษัทฯ ซึ่งถือว่าเป็นหัวใจหลักของธุรกิจดิจิทัลในส่วนของบริษัทฯ อีคอมเมิร์ซ เนื่องจากปัจจุบันหลายเว็บไซต์ได้เปลี่ยนมาใช้บริการขนส่งกับบริษัทโลจิสติกส์ที่เป็นของเอกชน เนื่องจากทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็ว ง่ายต่อการติดตาม ราคาไม่แพง และปลอดภัยต่อสินค้าและบริการ ดังนั้นบริษัทฯ จึงสามารถดำเนินการทำระบบขนส่งดังกล่าวได้ โดยประหยัดต้นทุน และการเอื้อประโยชน์กันภายในกลุ่มเครือของบริษัทฯ นี้ ทำให้ธุรกิจดิจิทัลของบริษัทฯ มีศักยภาพที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ในปัจจุบัน

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

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

รายได้จากกลุ่มธุรกิจ	2558		2557		2556	
	ลบ.	ร้อยละ	ลบ.	ร้อยละ	ลบ.	ร้อยละ
1. ธุรกิจสำนักพิมพ์						
1.1 การผลิตและจำหน่ายพ็อคเก็ตบุ๊กส์	32.57	14.31	47.67	18.24	70.51	19.62
1.2 การผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชน	90.88	39.93	72.14	27.60	140.06	38.96
2. ธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศและบริการที่เกี่ยวข้อง ¹	65.54	28.79	72.45	27.72	79.69	22.17
3. ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต	1.87	0.82	3.14	1.20	2.10	0.58
4. ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์และให้บริการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์	20.16	8.86	42.21	16.15	51.32	14.28
5. ธุรกิจด้านการศึกษา	-	-	3.84	1.47	4.17	1.16
6. รายได้อื่น ๆ ²	16.60	7.29	19.91	7.62	11.60	3.23
รายได้รวม	227.62	100.00	261.36	100.00	359.45	100.00

หมายเหตุ: ¹ รวมรายได้จากค่าจ้างพิมพ์ ค่าจัดส่ง และค่าบริการจากการเป็นตัวแทนขายโฆษณาสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

² รายได้อื่น ๆ ได้แก่ รายได้ค่าบริการส่วนกลาง ค่าบริการอื่นๆ รวมทั้งรายได้จากการขายเศษซาก ดอกเบี้ยรับ และอื่นๆ เป็นต้น

2.2 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายธุรกิจ

1. ธุรกิจสำนักพิมพ์

1.1 สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชน

1.1.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

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

ก) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย

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

- 1) **หนังสือการ์ตูน (Comic Collection)** หมายถึงหนังสือการ์ตูนรวมเล่มและหนังสือการ์ตูนในรูปแบบพิเศษ (Limited Edition) ซึ่งได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางทั้งจากประเทศญี่ปุ่น และประเทศอื่นๆ ในเอเชียรวมทั้งประเทศไทย อาทิ “นารูโตะ นิโนจาคาถาไอโซเฮะ” “โคราเอมอน” “เกรซอนจินจัง” “เทพมรณะ Bleach” “Bakuman” “Blue Exorcist” การ์ตูนไทย อาทิ “มิดที่ 13” เป็นต้น และล่าสุดได้รับลิขสิทธิ์หนังสือการ์ตูน One Punch Man การ์ตูนใหม่ที่กำลังโด่งดังทั่วโลกในขณะนี้
- 2) **หนังสือการ์ตูนความรู้ (Edutainment Comics)** เป็นการให้ความรู้แก่เยาวชนในรูปแบบการ์ตูน แบ่งเป็นช่องทำนองเดียวกับการ์ตูนญี่ปุ่น มีการแทรกความรู้ต่างๆ และคำอธิบายเชิงวิชาการ ผ่านการเล่าเรื่องที่สนุกสนาน มีทั้งแบบสี่สีและภาพสี่สี การ์ตูนที่ได้รับลิขสิทธิ์จากบริษัทของคนไทย เช่น “เซลล์คอน” และการ์ตูนความรู้ ชุด Science Kids ที่ได้รับลิขสิทธิ์จาก สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.) กระทรวงศึกษาธิการ เป็นต้น

ข) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย

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

- 1) **หนังสือนิทานภาพ (Storybook)** ซึ่งได้คัดสรรจากนิทานที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางจากทั้งในและต่างประเทศ อาทิ นิทานจากภาพยนตร์ “Frozen ผจญภัยแดนคำสาปราชินีหิมะ” “หนังสือเชิทรวมนิทาน Frozen ตอนใหม่” “หนังสือนิทานคลาสสิกของดิสนีย์ ได้แก่ เจ้าหญิงนิทรา, ซินเดอเรลลา, เจ้าหญิงเงือกน้อย, โฉมงามกับเจ้าชายอสูร, Frozen, สโนว์ไวท์” “หนังสือนิทานเจ้าหญิงโซเฟียที่หนึ่ง” “รวมนิทานสัตว์เลี้ยงแสนรักของเจ้าหญิง” “นิทานจากภาพยนตร์ The Good Dinosaur ผจญภัยไดโนเสาร์เพื่อนรัก”
- 2) **หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ (Activity Book)** เป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก ประกอบด้วยรูปภาพเป็นส่วนใหญ่ พร้อมความรู้และความบันเทิง ผ่านกิจกรรมต่างๆ อาทิ การระบายสี การวาดรูป การลากเส้น เกมทดสอบความจำ สี ตัวเลข หรือคำศัพท์ต่างๆ ฯลฯ จัดพิมพ์เป็นสองภาษา (ไทย-อังกฤษ) ส่วนใหญ่มีเนื้อหาเกี่ยวกับตัวการ์ตูนที่เป็นที่นิยมระดับนานาชาติ ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ในประเภทนี้ได้แก่ “หนังสือระบายสี Frozen ผจญภัยแดนคำสาปราชินีหิมะ” “ระบายสี Frozen Fever” “หนังสือก๊ิฟเชิทรวมนิทานระบายสีจากภาพยนตร์ Inside Out” “กิจกรรมเสริมทักษะจากภาพยนตร์ Inside Out” “เกมระบายสีสัตว์เลี้ยงแสนรัก” “ระบายสี Sofia The First” 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

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

1.1.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ก) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย

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

ในปี 2558 NGE จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ 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 โดยร้านค้าเหล่านี้จะจำหน่ายต่อให้แก่ผู้อ่านอีกทอดหนึ่ง นอกจากนั้น NGE ยังมีการจัดจำหน่ายโดยตรงแก่สถาบันการศึกษา และผู้อ่านผ่านระบบสมาชิกด้วยเช่นกัน

ในปี 2558 NGE จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย ส่วนใหญ่ผ่านร้านหนังสือ รองลงมาได้แก่ ร้านค้าโมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าที่ไม่ได้จำหน่ายหนังสือเป็นหลัก นอกจากนี้ มีการจำหน่ายตรงผ่านบูธ โรงเรียน และองค์กรต่างๆ และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ เช่น ร้านค้าออนไลน์ รวมจุดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 12,000 จุด (ที่มา: บริษัทฯ 10,000 ร้านค้า / 2,000 โรงเรียน)

1.1.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

1) คัดเลือก สร้างสรรค์ พัฒนาสื่อที่มีคุณภาพ

บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและเยาวชนที่มีคุณภาพ ความเหมาะสม และตอบสนองความต้องการของกลุ่มเด็กและเยาวชน รวมทั้งส่งเสริมความรู้ด้านต่างๆ โดยเฉพาะความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ซึ่งสิ่งพิมพ์หลายประเภทของกลุ่มบริษัทฯ มีภาษาไทยควบคู่กับภาษาอังกฤษ

2) คัดเลือก สร้างสรรค์ สิ่งพิมพ์ที่ทันสมัยและได้รับความนิยมระดับนานาชาติ

กลุ่มบริษัทฯ จะใช้ข้อได้เปรียบสำนักพิมพ์อื่นๆ จากการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ในการพิจารณาคัดเลือกสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมสูงจากต่างประเทศ และมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมในประเทศมาทำการผลิตและจัดจำหน่ายได้ตามเป้าหมาย

3) พัฒนาสิ่งพิมพ์ที่สอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอย่างรวดเร็ว

กลุ่มบริษัทฯ มีการติดตามข่าวสารความนิยมของหนังสือในต่างประเทศและในประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อคัดเลือกรื่องที่ได้รับความนิยมสูง มาจัดพิมพ์วางจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน

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

4) สร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อการมีส่วนร่วมของลูกค้ และกิจกรรมเพื่อสังคม

กลุ่มบริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้ได้รู้จักและมีส่วนร่วมได้แก่ กิจกรรมเปิดตัวหนังสือ กิจกรรมเสวนานักเขียน เสวนาให้ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาในหนังสือ เช่น สัมมนาเจาะจุดแข็ง กิจกรรมแต่งตัวเลียนแบบตัวการ์ตูน (cos' play) กิจกรรมประกวดระบายสี กิจกรรมแนะนำหนังสือและค้นคว้าวิถีทางสื่อสังคมออนไลน์อิเล็กทรอนิกส์ และอื่นๆ

5) พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการกระจายสื่อที่คัดสรรแล้วว่ามีความเหมาะสมและมีเนื้อหาเหมาะสมไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ได้แก่ การให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งช่องทางดั้งเดิม ในด้านระบบงาน การพัฒนาความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า และการควบคุมติดตาม เพื่อเปิดโอกาสในการจำหน่ายให้ครอบคลุมหนังสือทุกกลุ่ม ทุกเพศวัย ในทุกช่องทางให้มากที่สุด รวมถึงการเปิดโอกาสการขายผ่านสื่อใหม่ อาทิ โซเชียลเน็ตเวิร์ก สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ตลอดจนชุมชนออนไลน์ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของหนังสือเด่น เช่น ชุมชนคนรักแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด สำหรับหนังสือเกี่ยวกับเชอร์รี่เล็กซ์ เฟิร์กูสัน นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังเน้นการเข้าถึงเด็กและเยาวชนเป็นพิเศษผ่านการขายตรงเพื่อเข้าถึงผู้ปกครองของเด็กและเยาวชน รวมถึงการขายตรงเข้าสู่

โรงเรียน โดยผ่านห้องสมุดหรือ ครอบครัวยุคใหม่ ครูที่ปรึกษา เพื่อเสนอทางเลือกในการใช้ประกอบการเรียนการสอน หรือมีไว้ให้นักเรียนค้นคว้าประจำห้องสมุดอีกทางหนึ่ง

1.2 หนังสือที่ออกเกิดบัญชี

1.2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

หนังสือที่ออกเกิดบัญชีของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 หมวดหลักดังนี้

(1) หมวดบริหารและการจัดการ (Business and Management)

หนังสือในกลุ่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการในหัวข้อต่างๆ รวมถึงเศรษฐศาสตร์ การเงิน การลงทุน การบัญชี การตลาด ภาษี และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การจัดการเชิงกลยุทธ์ และกรณีศึกษาทางธุรกิจ ตัวอย่างหนังสือที่ได้รับความนิยมสูงในกลุ่มนี้ เช่น “แจ็ค หม่า พญามังกรแห่งอาณาจักรอาลีบาบา”, “คิดอย่างผู้นำ ทำอย่าง Google”, “สตีฟ จ๊อบส์ (Steve Jobs)” โดย Walter Isaacson ที่มียอดขายสูงต่อเนื่องมาจากรายปี 2554, “คิดแบบอัจฉริยะ มาร์ก ซักเกอร์เบิร์ก” โดย Ekaterina Walter และ “เจาะจุดแข็ง” พิมพ์ครั้งที่ 24 หนังสือขายดีมาตลอด 10 ปีของบริษัท ฯ โดย Marcus Buckingham และ Donald O. Clifton, Ph. D., เป็นต้น และในปี 2557 บริษัทฯ ได้ลิขสิทธิ์หนังสือ Alex Ferguson หนังสือที่ทำรายได้มากที่สุดในปี 2013 คือขายได้ถึง 800,000 เล่มในประเทศอังกฤษประเทศเดียว ภายในระยะเวลาเพียงไม่ถึง 3 เดือน

นอกจากนี้ยังมีงานเขียนของนักคิด นักเขียนไทยในกลุ่มการบริหารและการจัดการที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่านในวงกว้าง อาทิ “เทคนิคการตามล่าหาหุ่นเวฟ 3X ด้วยคลื่นเอลเลียด” โดยคุณประจวบ วงษ์นิม “HR A to Z คำบริหารคนเหนือตำรา” โดยคุณจากรุณันท์ อิทธิอาวัชกุล 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)

หนังสือในกลุ่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับคำสอนทางศาสนา ปรัชญา และความเชื่อ เช่น “หลวงพ่อดุณ เทพเจ้าแห่งด่านขุนทด” “ไม่มีเกิด ไม่มีตาย” “ทำนายชะตา เสริมดวง โชคดี รับปีวอก” เป็นต้น

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

(4) หมวดทั่วไป (General Interest)

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

แนวไลฟ์สไตล์ชีวิตคนดัง เป็นการนำแนวการดำเนินชีวิตของผู้ที่ประสบความสำเร็จในด้านต่างๆ มาจัดทำเป็นหนังสือ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อ่าน อาทิ “สาริต เซกัล การตะหัวใจไทย” เป็นต้น

แนวสุขภาพ สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊กส์ได้ผลิตหนังสือแนวสุขภาพที่มีคุณภาพและยอดขายสูงอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากนักเขียนไทยที่ได้รับความนิยม ได้แก่ “ถนนหัวใจ ยับยั้งสารพัดโรค” “เฮฮาสดี้ ขบวนการกรุ๊ปเลือด” “ใครไม่ป่วยยกมือขึ้น ตอนคู่มือบำบัดโรค” และหนังสือแปลจากต่างประเทศ เช่น “แต่งหน้าสวย โดยไม่จ้อสัลยกรรม” “ผิวสวยใส ไม่ต้องพึ่งครีมบำรุง” เป็นต้น

แนวท่องเที่ยว ผลิตหนังสือทั้งจากนักเขียนไทย และหนังสือแปลจากต่างประเทศ คัดเลือกเนื้อหาของผู้เขียนที่เป็นที่รู้จัก หรือมีความโดดเด่น เช่น “สุโขทัย เจแปน” เป็นต้น

(5) หมวดนิยาย วรรณกรรม (Fiction)

หนังสือหมวดนี้ เป็นหนังสือที่แปลจากต่างประเทศ ได้แก่ นิยายไตรภาค เรื่อง “พอมดแม่มดมือใหม่ คู่ซ่าท้าพลังเวทย์ปฐมบท-ลูกล่า” “พอมดแม่มดมือใหม่ คู่ซ่าท้า พลังเวทย์ปฐมบท-พรสวรรค์” “พอมดแม่มดมือใหม่ คู่ซ่าท้า พลังเวทย์ปฐมบท-เพลิกัลป์”

1.2.2 ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักคือ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเองในแง่มุมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทักษะในการทำงาน การใส่ใจสุขภาพ การพัฒนาความคิด และปรัชญาการดำเนินชีวิต มีความชื่นชอบในการอ่านหนังสือเพื่อความบันเทิงและสาระความรู้

1.2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบัน บริษัทฯ ทำการจัดจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางการจำหน่ายประเภทต่างๆ ดังนี้

- 1. ร้านหนังสือ** เป็นช่องทางจัดจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายที่ใหญ่ที่สุดของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่ผ่าน บมจ.ซีอีดียูเคชั่น ซึ่งจะจำหน่ายหนังสือในร้านหนังสือของตนเองที่มีจำนวนสาขามากที่สุดเป็นอันดับ 1 และกระจายหนังสือสู่ร้านค้าและร้านหนังสือชั้นนำอื่นๆ ต่อไป รวมถึงมีการวางจำหน่ายแบบเปิดหน้าบัญชีเองโดยตรงผ่านร้านหนังสืออื่นๆ ที่เป็นช่องว่างทางการตลาด อาทิ ร้านดับเบิ้ลยู บุ๊คทาวเวอร์ ร้านบุ๊กส์ไมล์ ควบคู่ไปกับการผลิตหนังสือเล่มพิเศษจำหน่ายเฉพาะทางภายใต้โครงการ “Only At 7” ซึ่งมีร้านบุ๊กส์ไมล์เป็นตลาดหลัก ร้านค้าปลีกเครือข่าย (Chain Store) อื่นๆ เป็นตลาดรอง เพื่อมุ่งเน้นถ่ายทอด ทุนเวียนหนังสือไปถึงผู้อ่านภายใต้แนวคิด “หนังสือดี ราคาประหยัด” อย่างกว้างขวางต่อเนื่องอีกด้วย
- 2. บูธจำหน่ายหนังสือ** เป็นการเปิดบูธจำหน่ายหนังสือแก่ผู้อ่านโดยตรง เพื่อผลในการอำนวยความสะดวกในแง่ความครบครัน หลากหลาย ด้วยราคาสมเหตุสมผล ผ่านรูปแบบงานตามสถานที่และขนาดในการจัดงานแบบต่างๆ โดยแบ่งเป็น งานบูธระดับชาติ โดยการสนับสนุนจากสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย อาทิ งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ งานมหกรรมหนังสือระดับชาติ งานสัปดาห์ครอบครัวหนังสือ และงานสัปดาห์หนังสืออื่นๆ ในส่วนภูมิภาค งานบูธโมเดิร์นเทรด ทั้งที่จัดเอง และจัดร่วมกับห้างสรรพสินค้าต่างๆ ภายในพื้นที่ห้างสรรพสินค้านั้นๆ งานบูธโรงเรียนและมหาวิทยาลัย ทั้งโดยการจัดร่วมกับงานสัปดาห์ห้องสมุด สัปดาห์วิทยาศาสตร์ งานวาระพิเศษต่างๆ ของโรงเรียนแล้ว ยังมีการจัดขึ้นเป็นลักษณะงานโรดโชว์เพื่อให้ความรู้และแนะนำหนังสือไปในตัวอีกด้วยส่วนหนึ่ง
- 3. จำหน่ายตรงแก่องค์กร** เป็นการจำหน่ายหนังสือแก่ผู้บริหารที่เป็นบริษัทเอกชน โรงเรียน มหาวิทยาลัย และหน่วยงานราชการอื่นๆ ที่มีความต้องการหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายของบริษัทฯ

4. ช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ เช่น การจำหน่ายหนังสือให้แก่บริษัทในเครือเนชั่น เพื่อให้เป็นของขวัญปีใหม่หรือของสมนาคุณแก่ลูกค้า และการจำหน่ายผ่านทางไปรษณีย์ ผ่านช่องทางจัดจำหน่ายออนไลน์ ได้แก่ nstore.net ร้านค้าอีคอมเมิร์ซเครือเนชั่น, LINE SHOP, LAZADA และผ่าน Facebook Fanpage ของเครือ ซึ่งให้ส่วนลดเป็นพิเศษแก่ผู้สั่งซื้อ และเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสำหรับผู้อ่านมากยิ่งขึ้น

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

1.2.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตและจำหน่ายหนังสือฟ็อกเก็ตบุ๊กส์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายครอบคลุมความต้องการของนักอ่านทุกกลุ่มอายุ เพศ และอาชีพ โดยพิจารณาคัดเลือกหนังสือทั้งในแง่ของเนื้อหา คุณภาพ และความเหมาะสม เพื่อให้หนังสือของบริษัทฯ สามารถเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างความบันเทิง และความรู้ของผู้อ่านให้ทันต่อยุคสมัย
- 2) เนื่องจากบริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้น บริษัทฯ จึงใช้ข้อได้เปรียบสำนักพิมพ์อื่นๆ ดังกล่าวในการคัดเลือกผลงานของนักเขียน และสำนักพิมพ์ที่เป็นที่ชื่นชอบของนักอ่านชาวไทย และมีคุณภาพระดับโลกโดยมียอดขายในอันดับต้นๆ (Bestseller) มานำเสนอ
- 3) ในส่วนของหนังสือฟ็อกเก็ตบุ๊กส์ที่เป็นหนังสือแปลจากภาษาต่างประเทศ บริษัทฯ ได้มีการมุ่งเน้นคุณภาพการแปลให้มีความถูกต้องตรงกับต้นฉบับมากที่สุด โดยไม่ละทิ้งความสละสลวยของบทความ เพื่อเป็นการเสริมสร้างอรรถรสในการอ่านหนังสือ และเสริมสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้อ่านมากที่สุด
- 4) บริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาจำหน่ายหนังสือที่เหมาะสม และสามารถแข่งขันกับสำนักพิมพ์อื่นในตลาดได้นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังมีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อหนังสือ เช่น จัดจำหน่ายหนังสือในราคาพิเศษ หรือให้ส่วนลดพิเศษสำหรับหนังสือบางหมวด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่มีนโยบายทำการตลาดด้วยราคาต่ำกว่าคู่แข่ง (Price War)
- 5) บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่างๆ เช่น การเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือต่างๆ การเปิดตัวหนังสือ การพบปะนักเขียน การจัดส่งหนังสือให้แก่สื่อต่างๆ รวมถึง นักวิจารณ์ เป็นต้น
- 6) บริษัทฯ ได้ทำโปรโมชั่นและประชาสัมพันธ์ชื่อของสำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊กส์” และหนังสือให้เป็นที่ยู่อักในกลุ่มนักอ่านผ่านสื่อต่างๆหลากหลายรูปแบบให้ครบถ้วน เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ เป็นต้น

1.3 การจัดหาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

1.3.1 การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

กลุ่มบริษัทฯ จะทำการพิจารณาแนวโน้มอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เพื่อวางแผนกำหนดประเภทสิ่งพิมพ์และรูปแบบเนื้อหาที่จะดำเนินการผลิตในแต่ละปี หลังจากนั้น กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการจัดหาและผลิตสิ่งพิมพ์ โดยมีขั้นตอนหลักในการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

- 1) การคัดสรรสื่อสิ่งพิมพ์

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

หลังจากนั้น คณะทำงานเพื่อคัดเลือกหนังสือของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหาร บรรณาธิการ ฝ่ายขาย และฝ่ายการตลาด จะทำการคัดเลือกสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมในการผลิตและจัดจำหน่ายซึ่งมีคุณสมบัติเบื้องต้นดังนี้

1.1) มีรูปแบบและเนื้อหาที่คาดว่าจะตรงกับความต้องการและได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่องจากกลุ่มผู้อ่านเป้าหมาย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีขนาดที่เหมาะสมในการจัดพิมพ์สิ่งพิมพ์นั้นๆ

1.2) ไม่มีเนื้อหาที่แสดงความรู้และข้อมูลทางเพศ

1.3) มีต้นทุนในการซื้อลิขสิทธิ์ที่เหมาะสม และสามารถขายได้ในราคาที่กลุ่มบริษัทฯ สามารถทำกำไรจากการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์นั้นได้

2) ติดต่อเจรจา และทำสัญญาซื้อลิขสิทธิ์

หลังจากที่ได้รายชื่อสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมแล้ว กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อเจรจาราคา และเงื่อนไขในการซื้อลิขสิทธิ์กับนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ สำหรับหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์ในหมวดทั่วไปบางเล่ม กลุ่มบริษัทฯ อาจดำเนินการติดต่อนักเขียนที่คาดว่าจะเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้อ่านมาเพื่อเขียนหนังสือให้แก่กลุ่มบริษัทฯ จากนั้นจึงทำสัญญากับนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์

3) การจัดเตรียมต้นฉบับภาษาไทย

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

3.2) การจัดรูปเล่ม ภายหลังจากที่กลุ่มบริษัทฯ ได้รับต้นฉบับสิ่งพิมพ์ภาษาไทยฉบับสมบูรณ์ ก็จะนำมาดำเนินการจัดเรียงภาพ เนื้อหา และจัดรูปเล่มให้เหมาะสม ในบางกรณีที่หนังสือพิมพ์จากต่างประเทศ อาจถูกจำกัดให้จัดเรียงและจัดทำรูปแบบให้เหมือนต้นฉบับภาษาต่างประเทศ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ จะทำการออกแบบปกหนังสือและจัดทำปกขึ้นมาเองในกรณีที่เจ้าของลิขสิทธิ์มิได้บังคับให้ใช้ปกหนังสือของต้นฉบับ หรือในกรณีที่กลุ่มบริษัทฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าปกเดิมไม่เหมาะสม

4) การจัดเตรียมการพิมพ์

4.1) การเตรียมกระดาษ กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อผู้ค้ากระดาษเพื่อดำเนินการสั่งจองกระดาษที่ใช้ในการจัดพิมพ์ ในระหว่างการเตรียมต้นฉบับ โดยปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ซื้อกระดาษเพื่อใช้ผลิตสิ่งพิมพ์จากบริษัทในเครือเนชั่น และผู้จัดจำหน่ายกระดาษภายในประเทศในราคาตลาด

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 2558 นับเป็นอีกปีที่ธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ตกลงอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากการที่นิตยสารปิดตัวมากขึ้นหลายฉบับ และจำนวนคนเข้าชมงานมหกรรมหนังสือระดับชาติเดือนตุลาคม 2558 ที่ผ่านมา ลดลงถึง 25% ยอดขายรวมของทุกสำนักพิมพ์ของงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งล่าสุด เดือนตุลาคม ปี 2558 ลดลงจากปี 2557 ที่ 14.7% (ที่มา: สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย) ข้อมูลนี้ตอกย้ำให้เห็นชัดเจนว่า อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์กำลังอยู่ในภาวะซบเซา สภาพการณ์นี้ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงแต่ในประเทศไทยเท่านั้น ทั่วโลกก็ประสบปัญหาอย่างเดียวกัน

นอกจากนั้น ร้านขายหนังสือรายย่อยยังปิดตัวลงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะร้านขายหนังสือการ์ตูน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ราคาต่อเล่มไม่สูง มีผลเป็นลูกโซ่ทำให้ผู้อ่านหาซื้อหนังสือลำบากขึ้น และไม่สามารถสั่งจำนวนน้อยจากร้านค้าออนไลน์ได้ เนื่องจากค่าส่งมีมูลค่าใกล้เคียงกับราคาหนังสือ ทำให้ผู้อ่านหนังสือการ์ตูนรอซื้อในงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ หรืองานมหกรรมหนังสือระดับชาติมากกว่าหนังสือประเภทอื่น จะเห็นได้ว่า ยอดขายของหนังสือการ์ตูนของบริษัทฯ ในสองงานดังกล่าวมีอัตราส่วนลดลงน้อยกว่าหนังสือประเภทอื่น (ที่มา: บริษัทฯ)

ในส่วนหนังสือสำหรับผู้ใหญ่ เช่น หนังสือแนวธุรกิจ หนังสือสุขภาพ หนังสือที่มีชื่อเสียงมาจากต่างประเทศยังเป็นหมวดที่ทำรายได้ค่อนข้างคงที่ หากมีการเลือกหนังสือที่มีเนื้อหาดี น่าเชื่อถือ อยู่ในกระแสที่เป็นความสนใจ หรือเจาะกลุ่มผู้อ่านที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ปี 2558 ยังเป็นปีที่หนังสือระบายสีสำหรับผู้ใหญ่เป็นที่นิยม หลายสำนักพิมพ์จัดพิมพ์หนังสือแนวนี้นี้ขึ้นมา นับเป็นความแปลกใหม่ของวงการ และสร้างความสดใสให้กับผู้อ่าน

หนังสือเด็กเล็ก เช่น หนังสือกิจกรรมระบายสี เสริมสร้างทักษะ หนังสือสอนภาษาอังกฤษ เป็นหนังสือที่ยังคงต้องใช้ความน่ารักของการ์ตูนและราคาเป็นหลัก หากสองสิ่งนี้ควบคู่ไปด้วยกัน ก็สามารถทำยอดขายให้เป็นที่น่าพอใจ

สำหรับธุรกิจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีการเติบโตมากกว่าเดิม แต่ก็ยังไม่สามารถทดแทนรายได้ที่ลดลงของหนังสือกระดาษได้ เนื่องจากผู้อ่านยังนิยมอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ทั้งๆที่มีผู้ประกอบการหลายรายเข้ามาดำเนินธุรกิจนี้อย่างจริงจัง และนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ซึ่งเป็นการบ้านที่ผู้ประกอบการและสำนักพิมพ์ต้องหาวิธีการที่ก่อให้เกิดรายได้ต่อไป

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

2. ธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ และบริการที่เกี่ยวข้อง

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

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

ลำดับที่	ประเภท/หมวด/ ชื่อหนังสือ	จำนวนหัว	บริการที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ *
1	หนังสือพิมพ์	2	
	1. The Yomiuri Shimbun	1	1,2,3,4,5
	2. Financial Times	1	2
2	นิตยสาร	180	
	1. Automotive & Motorcycle	13	2
	2. Business & Finance	16	2,5
	3. Computer & Electronics	13	2
	4. Entertainment	11	2
	5. Health & Fitness	7	1,2,3,5
	6. Home & Garden	18	2
	7. Kids & Teens	18	2
	8. Men	8	2
	9. News & Current Affairs	9	1,2,5
	10. Science & Nature	7	2
	11. Sports & Recreation	10	2
	12. Women	23	2
	13. Cooking & Food	7	2
	14. Travel & Vacation	9	1,2,5
	15. General Interest	6	2
	16. Life Style & Fashion	5	2
3	หนังสือ	1	
	1. Veg Haven Guidebooks	1	1
4	สมาชิกออนไลน์	1	
	1. The Wall Street Journal Asia	1	2
รวมทั้งหมด		184	

ที่มา: บริษัทฯ

หมายเหตุ: * บริการที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ

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

2.2 ลูกค้านักท่องเที่ยว

ในกรณีหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ ชาวญี่ปุ่นและครอบครัวที่มาพักและทำงานในประเทศไทยทั้งชั่วคราวและเป็นระยะเวลานาน รวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ใน

ส่วนหนังสือพิมพ์ Financial Times กลุ่มเป้าหมายคือ นักธุรกิจชาวต่างชาติ นักธุรกิจและผู้บริหารระดับสูงชาวไทยที่ต้องการได้รับข่าวสารข้อมูลอัพเดทในภูมิภาคเอเชีย และทั่วโลก

บริษัทฯ ยังเห็นหน้าขายของกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มที่มีความสนใจในนิตยสารต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้ตรงกลุ่มมากขึ้น บริษัทได้แบ่งสินค้าออกเป็น 16 หมวด ดังนี้

Automotive & Motorcycle กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ เป็นเจ้าของร้านขายรถยนต์ ผู้ที่ชื่นชอบการขับรถ และผู้ที่ติดตามการออกรถรุ่นใหม่ ๆ

Business & Finance มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ และนักบัญชีการเงิน ทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่อยู่ในประเทศไทย แต่ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้ขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มนักศึกษาที่กำลังศึกษาด้านธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันมีความสนใจในนิตยสารภาษาต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

Computer & Electronics มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นผู้ประกอบการด้านคอมพิวเตอร์ และอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ รวมถึงคนทำงานด้าน IT นักศึกษา บุคคลทั่วไปที่สนใจในด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และการสื่อสารทุกชนิด

Entertainment มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่ชื่นชอบการติดตามข่าวของดารา ภาพยนตร์ และข่าวบันเทิงทั่วไป

Health & Fitness มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นสถานประกอบการด้านสุขภาพ เช่น ร้านสปา ร้านอาหาร โรงพยาบาล สถานةออกกำลังกาย และรวมถึงบุคคลทั่วไปที่รักสุขภาพ

Home & Garden มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นพ่อบ้าน แม่บ้าน และคนทำงานที่สนใจในการตกแต่งบ้านและสวนของตนเอง และผู้ประกอบการธุรกิจบ้านและสวน เพื่อดูแลแนวโน้มความต้องการของลูกค้า

Kids & Teens มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นเยาวชน อายุ 7-19 ปี

Men มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นผู้ชาย ที่ชอบติดตามดาราคนโปรดของตนเอง ผ่านภาพและเนื้อหาที่น่าสนใจ

News & Current Affairs มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ นักวิชาการ กลุ่มนักศึกษา ที่ชื่นชอบการติดตามข่าว และสนใจในการวิเคราะห์ข่าวในเชิงลึก

Science & Nature มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นนักวิชาการ นักธรรมชาตินิยม นักศึกษาที่สนใจวิทยาศาสตร์ และธรรมชาติ

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

Women มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นบุคคลทั่วไปที่สนใจในเรื่องแฟชั่น ดารา ข่าวบันเทิงต่างๆ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง

Cooking & Food มีกลุ่มเป้าหมายหลัก เป็นแม่บ้าน และคนทำงานที่มีความสนใจทำอาหาร ต้องการหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเมนูอาหาร และสาระน่ารู้ของอาหารต่างๆ

Travel & Vacation มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ และบุคคลทั่วไปที่ต้องการข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยว

Jewelry & Watch มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นบริษัท ร้านค้าที่ดำเนินธุรกิจสินค้าเครื่องประดับ

General Interest มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นบุคคลทั่วไปที่ใฝ่หาความรู้ และข้อมูลเพื่อให้ตนเองมีความรู้รอบด้าน

นอกจากนี้ บริษัทยังรับจัดจำหน่ายหนังสือเล่ม โดยหนังสือที่น่าสนใจมาเป็นหนังสือประเภทไกด์บุ๊กแนะนำร้านอาหารมังสวิรัต เพื่อตอบสนองลูกค้ากลุ่มที่สนใจเรื่องสุขภาพ

ปัจจุบันบริษัทได้ขยายผลิตภัณฑ์ไปยังข้อมูลประเภทดิจิทัล โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายสมาชิกออนไลน์ให้กับ The Wall Street Journal Asia ซึ่งเป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมเชื่อถือมายาวนาน โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักธุรกิจระดับสูงที่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ

2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศของบริษัทฯ จะมีช่องทางการจำหน่ายที่แตกต่างกันไปตามที่สำนักพิมพ์เจ้าของลิขสิทธิ์ให้สิทธิไว้ในสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายของแต่ละสิ่งพิมพ์ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

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

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

ค) Bulk: ในช่องทางนี้ บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศหว่าหลายเล่มให้แก่ผู้ซื้อเพียงรายเดียว 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	

ลำดับที่	ประเภท/หมวด/ ชื่อหนังสือ	แผงหนังสือและ ร้านหนังสือ	สมาชิก	Bulk
	9. News & Current Affairs	x	x	X
	10. Science & Nature		x	
	11. Sports & Recreation		x	
	12. Women		x	
	13. Cooking & Food		x	
	14. Travel & Vacation		x	
	15. Jewelry & Watch			
	16. General Interest		x	
3	หนังสือ			
	1. Veg Haven Southeast Asia	x		
4	สมาชิกออนไลน์			
	1. The Wall Street Journal Asia		x	

2.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

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

บริษัทฯ ยังมีเป้าหมายในการเพิ่มการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจ และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านทุกกลุ่ม และเพิ่มความหลากหลายของสิ่งพิมพ์ ในปี 2558 บริษัทฯ จึงได้แบ่งการขายสิ่งพิมพ์ออกเป็น 2 ประเภทคือหนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดยในส่วนของนิตยสารได้แบ่งสินค้าออกเป็น 16 กลุ่ม ดังนั้นพนักงานของบริษัทฯ สามารถเจาะตลาดตามลูกค้าให้ตรงกลุ่มได้

บริษัทฯ มีกลยุทธ์เฉพาะในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายดังนี้

ก) ร้านหนังสือ และแผงหนังสือ (Newsstands)

บริษัทฯ มุ่งเน้นการติดต่อ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับร้านหนังสือขนาดใหญ่เป็นหลัก เนื่องจากมีสาขาจำนวนมาก และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากกว่าร้านหนังสือ หรือแผงหนังสือที่มีขนาดเล็ก

ข) สมาชิกแบบผูกมัดทั่วไป (Subscription)

บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมการตลาดโดยจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศอื่นๆ ให้แก่สมาชิกในราคาที่ต่ำกว่าราคาดน้าปกหรือต่ำกว่าราคาที่จำหน่าย ณ แผงหนังสือ รวมถึงมีการมอบของสมนาคุณในกรณีสมัครเป็นสมาชิกสิ่งพิมพ์กับบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการชักชวนให้ผู้อ่านสมัครสมาชิกกับบริษัทฯ โดยผ่านช่องทางหลักคือ การชักชวนทางโทรศัพท์ การ

ออกร้านในงานสัปดาห์หนังสือ การโปรโมทผ่านเว็บไซต์ และการส่งอีเมลและเอกสารไปยังผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เป็นต้น

ค) สมาชิกแก่โรงแรม องค์กรทั่วไป (Bulk)

บริษัทฯ มีทีมการขายที่ติดต่อกับสายการบิน โรงแรม โรงพยาบาล สถาบันการศึกษา และ องค์กรอื่นๆ โดยตรงเพื่อชักชวนให้องค์กรเหล่านั้นซื้อสิ่งพิมพ์ต่างประเทศแบบ Bulk จากบริษัทฯ

2.5 บริการจัดพิมพ์ จัดส่งและกระจายสินค้า

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

สรุปสาระสำคัญของสัญญาตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

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

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

ยอดการจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของกลุ่มลูกค้าของสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่

ก) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาพักในโรงแรมต่างๆ ทั่วประเทศไทย ถือเป็นกลุ่มลูกค้าที่สำคัญในการจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศของบริษัทฯ

ข) กลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย

ชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทยเป็นเวลา 1 เดือนขึ้นไป ถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักที่สนใจอ่านนิตยสารและหนังสือพิมพ์จากต่างประเทศ

ค) กลุ่มคนไทยที่สนใจสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ

คนไทยกลุ่มวัยทำงานและนักธุรกิจ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และนักศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปให้ความสนใจข่าวสารต่างประเทศ ถือเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่สนใจอ่านนิตยสารและหนังสือพิมพ์จากต่างประเทศ

ง) กลุ่มสถาบันการศึกษา

สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาโดยทั่วไปเริ่มแบ่งงบประมาณเพื่อซื้อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น จำนวนสถาบันทั้งในสังกัดรัฐและเอกชนมีทั้งสิ้น 146 แห่ง

ในส่วนสภาวะการแข่งขันของธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศประเภทสมาชิกนั้น นับว่ามีคู่แข่งน้อยราย โดยมีคู่แข่งหลักจำนวน 3 ราย ได้แก่ บจก. แมกกาซีน อินเทอร์เน็ตเซ็กเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) บมจ. โพสท์ พับลิชชิง ส่วนตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทแผงหนังสือหรือร้านค้า มีคู่แข่งจำนวนหลายราย ซึ่งประกอบด้วย คู่แข่งที่เป็นร้านหนังสือขนาดใหญ่ที่มีจำนวนหลายสาขา เช่น บริษัท เอเชียบุ๊กส์ จำกัด และคู่แข่งรายย่อยอื่นๆ เป็นต้น

3. สายธุรกิจดิจิทัล

3.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

3.1.1 ดำเนินธุรกิจการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ หลากหลายแนวที่สอดคล้องกับรสนิยมการอ่านในแต่ละไลฟ์สไตล์ ดังนี้

การบริหารและการจัดการ (Business and Management)

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการบริหารและการจัดการ รวมถึงเศรษฐศาสตร์ การเงิน วิเคราะห์หุ้น การบัญชี การตลาด ภาษี และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

ภาษา (Language)

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างๆ เกาหลี จีน ญี่ปุ่น ไทย เยอรมัน อังกฤษ และภาษาอื่นๆ

คู่มือประกอบการเรียน (Educational)

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

ศาสนาและปรัชญา (Religion and Philosophy)

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความเชื่อ ธรรมเนียมประเพณี พระเครื่อง วัตถุมงคล คำสอนทางศาสนา และปรัชญา

นวนิยาย และวรรณกรรม (Fiction & Literature)

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แนวนวนิยายและวรรณกรรมของนักเขียนไทย และนักเขียนต่างประเทศ ที่แปลเป็นภาษาไทย บทกวี และกวีนิพนธ์

การ์ตูน (Comics & Manga)

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แนวการ์ตูนทั่วไป และการ์ตูนญี่ปุ่น ที่ให้ความบันเทิง ความเพลิดเพลินในการอ่านสำหรับเด็กและเยาวชน

นิทาน (Story Book)

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แนวนิทานที่ให้ความบันเทิง ความเพลิดเพลินในการอ่านสำหรับเด็ก และเยาวชน

หมวดทั่วไป (General Interest)

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

หนังสือพิมพ์ (Newspaper)

จัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์เล่ม และหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ รายปี รายเดือน หมวดหมู่ข่าวทั่วไป ธุรกิจ หนังสือพิมพ์ต่างประเทศอื่นๆ

นิตยสาร (Magazines)

จัดจำหน่ายนิตยสารเล่ม และหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ รายปี รายเดือน ทั้งนิตยสารไทย และต่างประเทศ

3.1.2 ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค หลากหลายประเภท ครอบคลุมผู้บริโภค ทุกเพศ ทุกวัย ทุกไลฟ์สไตล์ ดังนี้

Category Level 1	Category Level 2
Mobile & Tablets	Mobiles
	Tablets
	Landline Phones
	Data Cards
	Mobile Accessories
	Pre-paid cards
	Tablet Accessories
Computers & Laptops	Laptops
	Desktops Computers
	Computer Accessories
	Scanners
	Computer Components
	Network Components
	Printers & Ink
	Software
Consumer Electronics	Audio
	Gaming
	TV & Video
	Gadgets
Camera	Accessories
	Bridge (advanced Point & Shoot)
	Camcoder

Category Level 1	Category Level 2
	Instant Camera
	Mirror less
	Point & Shoot (plain digital)
	Other Cameras
	DSLR / SLR
Home Appliances	Cooling & Heating
	Garment Care
	Housekeeping
	Large Appliances
	Small Kitchen Appliances
Home & Living	Bath
	Bedding
	Furniture
	Home Décor
	Home Improvement
	Kitchen & Dining
	Outdoor & Garden
	Pets
	Stationery
	Storage & Organisation
	Lighting
Toy, Kids, & Babies	Babies
	Kids
	Toys
Health & Beauty	Baht & Body
	Face
	Food Supplement & Weight Management
	Fragrances
	Gift Sets
	Hair Care
	Health & Beauty Tools
	Makeup
	Men's Care

Category Level 1	Category Level 2
	Health & Personal Care
	Shapewear
	Personal Pleasure
	Medical Equipment
	Luxury Beauty
Fashion	Women
	Men
Travel & Luggage	Bags & Backpacks
	Luggage
	Travel Accessories
Sport & Outdoors	Yoga & Fitness
	Individual Sports
	Team Sports
	Outdoor & Adventure
	Shoes & Clothing
	Sports Bags
	Sport Watches & Sunglasses
	Helmets & Protection
	Accessories
Automotive & Gadgets	Automotive
	Gadgets
Media, Game & Music	Movies
	TV Series
	Music
	Music Instruments
	Games
Lifestyle	Wines & Spirits
	Partying
Watches	Women
	Men
	Kids

3.2 ลูกค้านักอ่านเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือผู้ที่มียุ 15-35 ปี เป็นผู้ที่รักการอ่านหนังสือในแนวต่างๆ เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์ชอบการอ่านหนังสือ และการอ่านในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และซื้อสินค้าอุปโภค บริโภคทั่วไปผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรองคือผู้ที่มียุ 35 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่รักการอ่านหนังสือ และเริ่มอ่านหนังสือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และซื้อสินค้าอุปโภค บริโภคทั่วไปผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

3.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

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

แอปพลิเคชันของบริษัทฯ - เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบปฏิบัติการของ iOS และ Android

แอปพลิเคชันของพันธมิตร - เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบปฏิบัติการของ iOS และ Android

เว็บไซต์ - เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ www.nstore.net และเว็บไซต์ของพันธมิตร

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

บูรณาการหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ - เป็นการจัดบูรณาการหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้อ่านโดยตรงในงานต่างๆ ที่สำคัญ เช่น งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ และงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ เป็นต้น

Affiliate Program - ช่องทางการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์สินค้าของบริษัทฯ ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ โดยตัวแทนจำหน่ายทั่วไปที่สมัครโปรแกรมของเว็บไซต์ www.nstore.net

3.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) พัฒนา คัดเลือกสิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สินค้าอุปโภค บริโภค ที่มีคุณภาพ ทันต่อกระแสปัจจุบัน โดยให้มีความหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค
- 2) ดำเนินการทำการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง และทำกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตร
- 3) ดำเนินการทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สินค้าอุปโภค บริโภค ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง
- 4) ดำเนินการทำการกิจกรรมการตลาดเพื่อสื่อสารไปถึงลูกค้าในการสร้างการรับรู้ และการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สินค้าอุปโภค บริโภค ผ่านธุรกิจอีคอมเมิร์ซ
- 5) พัฒนาระบบปฏิบัติการ การจัดตั้ง การชำระเงิน ระบบคืนสินค้า บริการหลังการขาย และหน้าเว็บไซต์ www.nstore.net เพื่ออำนวยความสะดวก ความน่าเชื่อถือ เชื่อมั่นในระบบ เพื่อสร้างความได้เปรียบให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซมากขึ้น

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันธุรกิจดิจิทัล

การเข้าถึงสื่อดิจิทัลในประเทศไทยกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว โทรศัพท์มือถือ หรือสมาร์ตโฟนกลายเป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของคนไทย รวมทั้งเข้าสู่ยุคของพฤติกรรมในการใช้หลายอุปกรณ์ไปพร้อมๆ กัน (Multiscreen) ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจต้องพัฒนาแคมเปญในทุกช่องทาง

นอกจากนี้ โลกดิจิทัล ไม่ได้เป็นเพียงเทคโนโลยีเพื่อการใช้งานเท่านั้น หากแต่ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างประสบการณ์และความรู้อีกด้วย

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

4. ธุรกิจผู้ผลิตรายการโทรทัศน์

4.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

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

โดยเน้นการผลิตรายการเ็ดดูเทนเมนท์ที่มีความหลากหลาย อาทิ ลูกโลก : รายการข่าวสำหรับเด็ก, คิดคลับ : รายการการ์ตูนและศิลปะเด็ก, The Toy : รายการแนะนำของเล่นใหม่ๆและข่าวในวงการของเล่น, รายการ Enjoy English : รายการสอนภาษาอังกฤษ นอกจากนี้ยังมีรายการไลฟ์สดแล้วไรดีสำหรับเด็กและครอบครัว อาทิ กระเป๋าดินทาง : รายการเดินทางและปฏิบัติการกิจวัตรครอบครัว, คิด ไดอารี่ : รายการท่องเที่ยวเรียนรู้เสริมสร้างจินตนาการ, The Family : รายการบุกบ้านคนดังเพื่อเรียนรู้การเลี้ยงลูกในรูปแบบนักบริหาร ฯลฯ

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

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ผลิตรายการ "คม ชัด ลึก ดิดดาว" ซึ่งเป็นรายการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับคนเด่นคนดังในวงการบันเทิง แพร่ภาพทางช่อง NOW 26 ทุกวันอาทิตย์เวลา 14:30-15:00 น. เพื่อเพิ่มมิติใหม่ให้กับการผลิต

รายการและสร้างเสริมทักษะในการพัฒนารายการหลายรูปแบบให้กับทีมงาน เพื่อให้สามารถรองรับรูปแบบความต้องการที่หลากหลายยิ่งขึ้นในอนาคต

และจากประสบการณ์การผลิตรายการสำหรับเด็กและครอบครัวที่ผ่านมา ในปี 2559 นี้ บริษัทฯ ยังขยายความสามารถในการพัฒนารายการประเภทเอ็ดดูเทนเมนท์สำหรับเด็กวัยเรียนโดยเฉพาะ โดยร่วมมือกับฝ่ายบรรณาธิการนิตยสาร Nation Junior เพื่อพัฒนารายการให้ความรู้ภาษาอังกฤษโดยต่อยอดจากกิจกรรม Spelling Bee ซึ่งเป็นการแข่งขันภาษาอังกฤษระดับโลกที่มีผู้เข้าร่วมเล่นหลามในแต่ละปี

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจผู้ผลิตรายการโทรทัศน์

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

ในช่วงปี 2558 ที่ผ่านมา บริษัทฯ Nine TV ได้เพิ่มความหลากหลายในการสร้างสรรค์รายการใหม่นอกเหนือจากรายการประเภทเยาวชนและครอบครัวซึ่งมีความถนัดดั้งเดิม เพิ่มสัดส่วนของรายการวาไรตี้บันเทิงมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบรับกับความต้องการของตลาดที่ต้องการหาแนวทางรายการใหม่ๆ ในการแข่งขันเพื่อแย่งชิงเรตติ้งผู้ชม โดยเน้นการผลิตรายการผ่านช่อง NOW เพื่อร่วมในการพัฒนาแนวทางการสร้างสรรค์รายการให้กับบริษัทแม่ ขณะเดียวกันก็ยังคงพัฒนารายการ กิจกรรม สื่อความรู้และสาระเพื่อเยาวชนควบคู่กันไปอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจอื่น

5. นิตยสารภาษาอังกฤษสำหรับเด็ก : นิตยสารเนชั่นจูเนียร์ (NJ Magazine)

5.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

นิตยสารสำหรับเด็กที่ให้ความรู้ด้านภาษาอังกฤษอย่างมีสาระควบคู่บันเทิง ด้วยเป็นธุรกิจที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่บริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกับนักเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาและอาจารย์ผู้สอนมาเป็นระยะเวลายาวนาน NJ Magazine จึงเป็นนิตยสารวัยเรียนรายเดือนภาษาอังกฤษ ที่ทำให้การเรียนรู้ภาษาอังกฤษเป็นเรื่องสนุกๆ สำหรับเด็กไทย ด้วยเนื้อหาที่เข้าถึงใจวัยรุ่น ขนาดกระทัดรัด คุ่มค่าคุ้มราคา เหมาะที่เยาวชนสามารถเพิ่มพูนความรู้นอกเวลาเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีเนื้อหาครอบคลุม Lifestyle สำหรับวัยรุ่นยุคใหม่ พัฒนา IQ และ EQ และการทบทวนความรู้เตรียมสอบเข้าระดับมหาวิทยาลัย

ใครว่าวัยรุ่นเข้าใจยาก - ชีวิตวัยรุ่นนั้นมีความหลากหลาย และมีมิติที่น่าสนใจ ด้วยประสบการณ์กว่า 23 ปีในการเป็นนิตยสารภาษาอังกฤษสำหรับเด็ก ทำให้ NJ เป็นเหมือนเพื่อนสนิทที่รู้จักของวัยรุ่น

ไลฟ์สไตล์ที่ไม่หยุดนิ่ง - วัยรุ่นนั้นเต็มไปด้วยพลังงาน นอกเหนือจากการเรียนแล้ว กิจกรรมต่างๆ และการสังสรรค์เฮฮา คือสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับวัยรุ่นในยุคนี้ NJ จึงมาในขนาดกระทัดรัด พกพาสะดวกและยังทันสมัยก้าวทันไลฟ์สไตล์ของวัยรุ่นในยุคดิจิตอล ที่มีเนื้อหาอ่านและเข้าใจง่าย มีภาพประกอบที่เข้ากับความต้องการของผู้อ่าน และเหมาะที่จะแชร์เนื้อหาผ่านสังคมออนไลน์ที่วัยรุ่นปัจจุบันนิยมใช้งาน พร้อมด้วย NJ digital platforms ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น interactive e-

magazine on tablet บริการ sms เรียนภาษาอังกฤษวันละ 4 เวลา และ game application on smart phone เพื่อที่จะตามติดวัยรุ่นไปได้ทุกที่

หลากหลายและรอบด้าน - นอกจากการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์ ข่าวสาร และเรื่องราวที่อยู่ในความสนใจของวัยรุ่นผ่านภาษาอังกฤษที่เข้าใจง่าย รวมถึงแบบฝึกหัดและแนวข้อสอบภาษาอังกฤษ แล้ว NJ ได้พัฒนาเนื้อหาให้สามารถตอบโจทย์การเป็นนิตยสารคู่ใจของวัยรุ่นด้วยเนื้อหาเข้มข้นเกี่ยวกับการทบทวนความรู้และแนวข้อสอบ Admissions วิชาหลัก โดยทีมคณาจารย์ผู้มีประสบการณ์จากโครงการทบทวนความรู้กับมามา เพื่อให้การเตรียมตัวสอบ Admissions ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป รวมถึงสถาบันกวดวิชาบีโบท ได้มีส่วนร่วมพัฒนาเนื้อหาวิชาภาษาอังกฤษเข้ามาในนิตยสารอีกด้วย

ปัจจุบัน NJ Magazine มีผู้อ่านครอบคลุมทั่วประเทศ และเป็นที่ยอมรับโดยเฉพาะในระดับโรงเรียนมัธยมศึกษา ในขณะที่เดียวกันในปี 2558 ที่เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) บริษัทฯ มีโอกาสต่อยอดธุรกิจในการให้ความรู้ภาษาอังกฤษ พร้อมทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ภาษาอังกฤษอย่างต่อเนื่อง คือกิจกรรมการแข่งขันสะกดคำภาษาอังกฤษชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย NJ Spelling Bee นับเป็นปีที่ 18 ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่งสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา

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

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจนิตยสารภาษาอังกฤษสำหรับเยาวชน

แม้ว่าปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในภาวะชะลอตัว เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อเทคโนโลยีมีถือและการสื่อสารที่มีทั้งความเร็ว ความสะดวก ราคาที่ถูกลง ทำให้เยาวชนรุ่นใหม่ นิยมรับข้อมูลข่าวสารทาง New Media แต่สำหรับธุรกิจนิตยสารภาษาอังกฤษ ที่เป็นหนังสืออ่านนอกเวลา มีสาระคู่บันเทิงในแบบ edutainment ยังมีการแข่งขันที่ไม่สูงมาก อาจารย์และนักเรียนในระดับมัธยมศึกษายังคงสะดวกใช้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อการเรียนการสอนเป็นหลัก NJ Magazine จึงถือครองส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด ด้วยความสามารถเข้าถึงตลาดโรงเรียนทั่วประเทศ รองลงมาเป็นตลาดทาง Agent และสมาชิก

ทางด้านการพัฒนาเนื้อหา นอกเหนือจากข้อมูลข่าวสารรอบด้านที่กองบรรณาธิการนิตยสาร ถือเป็นหนึ่งในจุดแข็งของเนชั่นกรุ๊ป ที่ไม่เป็นรองเรื่องการนำเสนอข่าวสารสาระที่มีประโยชน์แล้ว เรายังเปิดโอกาสให้เยาวชนรุ่นใหม่ มาร่วมแบ่งปันประสบการณ์ผ่านงานเขียนภาษาอังกฤษในคอลัมน์ต่างๆ เพื่อมีส่วนร่วมเป็นผู้ผลิตสื่อได้ในอีกทางหนึ่ง ทำให้เนื้อหาในนิตยสารมีความหลากหลาย และตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของเยาวชนเป็นอย่างดี

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงหลักที่อาจมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ประกอบด้วยความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก และความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ

1. ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจสำนักพิมพ์

1.1 ความเสี่ยงจากภาวะอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์

ปี 2558 อุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ในประเทศโดยเฉพาะหนังสืออ่านเล่นพกพา และนิตยสาร ภาพรวมติดลบต่อเนื่อง กำลังซื้อชะลอตัวลงเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปใช้เวลาไปกับสื่ออื่นมากยิ่งขึ้น บริษัทกระจายหนังสือรายย่อยมีการปิดตัวลงเพิ่มจากปีที่แล้ว เป็นผลให้รายได้ของบริษัทฯ ในส่วนของการขายหนังสือลดลง และคาดว่าจะยังเป็นเช่นนี้ในปี 2559

สำหรับธุรกิจสำนักพิมพ์นั้น บริษัทฯ มีกลยุทธ์เดิมที่จะผลิตหนังสือเฉพาะที่ตรงตามความต้องการของผู้อ่าน โดยเน้นคัดเลือกหมวดหนังสือที่ทำกำไรให้กับบริษัทฯ และอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ได้ผลที่ดำเนินการอยู่คือ การมีของแจกของแถมที่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายแนบไปกับหนังสือ การเฟ้นหานักเขียนและหนังสือที่ได้รับความนิยมจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ การประชาสัมพันธ์รวมถึงรายการส่งเสริมการขายต่างๆ ทั้งกับร้านหนังสือและผู้อ่าน การเพิ่มเครือข่ายการขายไปยังช่องทางใหม่ ๆ เช่น เครือข่ายร้านค้าอื่นๆ ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่นร้านที่ไม่ใช่ช่องทางการขายหนังสือเดิม และร้านค้าทางอินเทอร์เน็ต นอกจากนั้นจะมีการร่วมมือกับพันธมิตรที่ไม่ใช่สำนักพิมพ์เพื่อผลิตสินค้าร่วมกัน เป็นต้น

1.2 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและคู่แข่งที่ให้บริการเนื้อหาสาระรูปแบบเดียวกัน

การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในปัจจุบัน ทำให้มีความรวดเร็วในการใช้งานมากขึ้น อุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต มีราคาถูกลง ทำให้ผู้บริโภคหันไปใช้เวลากับอุปกรณ์ดิจิทัลมากขึ้น โดยเฉพาะหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นที่กลุ่มเป้าหมายคือ เยาวชน ได้หันไปอ่านการ์ตูนละเมิดลิขสิทธิ์ที่เผยแพร่ตามเว็บไซต์ต่างๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เป็นผลให้ยอดขายของหนังสือการ์ตูนได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก ซึ่งบริษัทฯ เองก็ได้รับลิขสิทธิ์ดิจิทัลของหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นมากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อที่จะสามารถลดความนิยมของการ์ตูนละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าว

บริษัทฯ เองซึ่งเปิดร้านค้าออนไลน์ Nstore ในปี พ.ศ. 2557 มียอดขายของ E-book เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เช่นกัน ถึงแม้ว่าอัตราส่วนของยอดขายจะยังน้อยกว่าเมื่อเทียบกับหนังสือที่พิมพ์กระดาษ

1.3 ความเสี่ยงจากช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ ที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้สะดวก และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละไลฟ์สไตล์

ช่องทางการจัดจำหน่าย Modern Trade เป็นช่องทางที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้า เนื่องจากรูปแบบและพื้นที่การจัดวางสินค้า มีการแบ่งตามประเภทสินค้าอย่างชัดเจน และอนุญาตให้ลูกค้าตกแต่งพื้นที่ขายสินค้าด้วยสื่อส่งเสริมการขายได้อย่างสวยงาม ปัจจัยเสี่ยงในการจัดคิสเพลย์หนังสือให้โดดเด่นที่ร้านหนังสือจะขึ้นอยู่กับ Modern Trade แต่ละสาขาเป็นผู้ดำเนินการ ซึ่งจะทำให้ออกาสที่จะจัดคิสเพลย์หนังสือของบริษัทฯ ให้โดดเด่นอย่างต่อเนื่อง

เป็นไปได้ยาก และการเพิ่มค่าส่วนแบ่งการขายอันเนื่องมาจากค่าเช่าพื้นที่ของ Modern Trade สูงขึ้นและปัจจัยอื่นๆ ซึ่งจะทำให้ต้นทุนของสินค้าสูงขึ้น

ช่องทางการจำหน่ายเอเยนต์ เป็นช่องทางที่เน้นการจำหน่ายหนังสือการ์ตูน พื้นที่การจัดวางสินค้าหลากหลาย ไม่มีพื้นที่มากพอสำหรับการตกแต่งดีสเพลย์หนังสือ ทำให้มีความเสี่ยงเนื่องจากหนังสือไม่อยู่ในตำแหน่งที่โดดเด่น ซึ่งอาจจะทำให้เสียโอกาสในการขาย และความเสี่ยงเนื่องจากการคืนหนังสือในจำนวนมาก และการดำเนินงานส่วนใหญ่เป็นธุรกิจครอบครัวที่ทำมาเป็นเวลานาน ไม่มีระบบบันทึกการขายที่แน่นอน ทำให้ยากต่อการที่จะติดตามผลการขายที่ชัดเจน

ช่องทางการจัดจำหน่ายอีคอมเมิร์ซ เป็นช่องทางที่มีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น สร้างความสะดวกให้กับลูกค้า โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางในการซื้อสินค้า และจะเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่จะช่วยลดปัจจัยเสี่ยงจากช่องทางการจัดจำหน่าย Modern Trade และเอเยนต์ โดยปัจจุบัน บริษัทฯ จำหน่ายหนังสือในช่องทางนี้ผ่านร้านค้าออนไลน์ Nstore.net และ facebook เป็นหลัก

1.4 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบริษัทในเครือเนชั่นในการดำเนินธุรกิจและความเป็นอิสระในการบริหารงานของกลุ่มบริษัท

เนื่องจากเครือเนชั่น เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ในกลุ่มบริษัทฯ โดยมีการถือหุ้นในสัดส่วนประมาณร้อยละ 76.49 ของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด หลังจากการเสนอขายหุ้นของบริษัทฯ แก่นักลงทุนทั่วไป จนถึงปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ มีการทำธุรกรรมรายการระหว่างกันหลายประเภท เช่น การซื้อกระดาษ การจ้างพิมพ์ การจ้างส่งสื่อสิ่งพิมพ์ และการรับบริการต่างๆ เป็นต้น กับบริษัทในเครือเนชั่น ดังรายละเอียดในหัวข้อ 10 รายการระหว่างกัน โดยในปี 2558 และ 2557 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนขายสินค้า ต้นทุนการให้บริการ และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จากธุรกรรมข้างต้นกับบริษัทในเครือเนชั่นเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้นประมาณ 83.65 ล้านบาท และ 100.87 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.70 และ 39.36 ตามลำดับของค่าใช้จ่ายรวมตามงบการเงินรวมของกลุ่มบริษัทฯ ในช่วงเวลาดังกล่าว และกลุ่มบริษัทฯ ยังคงมีการทำธุรกรรมดังกล่าวอีกในอนาคต เนื่องจากบริษัทในเครือเนชั่นมีทีมงานที่มีความชำนาญ เครือข่ายในการจัดจำหน่ายและเครื่องจักรอุปกรณ์ พร้อมที่จะให้บริการในต้นทุนที่น่าจะต่ำกว่า หากกลุ่มบริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการเอง และมีกำลังการผลิตและบริการเพียงพอในการดำเนินการ ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบริษัทในเครือเนชั่นในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งหากบริษัทในเครือเนชั่นไม่สามารถสนับสนุนการให้บริการข้างต้นดังกล่าวได้ กลุ่มบริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบในการจัดพิมพ์ และการจัดส่งสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ก็เพียงเล็กน้อยเท่านั้น เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ สามารถสั่งซื้อกระดาษและรับบริการต่างๆ ผ่านผู้จัดจำหน่ายและผู้ให้บริการรายอื่นที่มีจำนวนหลายรายในประเทศไทย ในแง่ของทางการค้าปกติและมีราคาตามตลาดเช่นเดียวกับการดำเนินธุรกรรมรายการระหว่างกันข้างต้น แต่ราคาต้นทุนอาจจะสูงกว่าราคาที่เครือเนชั่นเรียกเก็บ นอกจากนั้นมูลค่าของการทำธุรกรรมรายการระหว่างกันข้างต้นในปี 2558 และ 2557 คิดเป็นประมาณร้อยละ 2.64 และ 3.42 ของรายได้รวมของบริษัทในเครือเนชั่น ในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งถือเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก ดังนั้น บริษัทในเครือเนชั่น จึงไม่ได้พึ่งพิงรายได้จากกลุ่มบริษัทฯ และมีแรงจูงใจในการหาประโยชน์จากรายการดังกล่าว

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายการบริหาร และการตัดสินใจที่เป็นอิสระจากบริษัทในเครือเนชั่นโดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นส่วนน้อยและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายของกลุ่มบริษัทฯ โดยมีอิสระในการจัดหา

สินค้าหรือใช้บริการกับผู้ให้บริการภายนอกอื่นๆ ที่เสนอราคาที่มีเงื่อนไขทางการค้าปลีกในราคาตลาดและเป็นประโยชน์มากที่สุดแก่กลุ่มบริษัทฯ เช่น ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ มีการจ้างพิมพ์กับบริษัทภายนอก ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ จึงไม่มีการพึ่งพิงบริษัทในเครือเนชั่น จนทำให้ขาดความเป็นอิสระ

1.5 ความเสี่ยงจากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคากระดาษและการขาดแคลนกระดาษ

กระดาษที่ใช้ในการผลิตสิ่งพิมพ์จัดเป็นสินค้าประเภท Commodity ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาแปรผันตามความต้องการของการบริโภคและปริมาณการผลิตของผู้ผลิต (Demand & Supply) และเป็นวัตถุดิบหลักที่สำคัญในการผลิตสิ่งพิมพ์ของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งคิดเป็นต้นทุนประมาณร้อยละ 13.87 และ 13.51 ของต้นทุนขายและบริการตามงบการเงินรวมของกลุ่มบริษัทฯ ในปี 2558 และ 2557 ดังนั้นกลุ่มบริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการผันผวนของราคากระดาษ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและกำไรสุทธิของกลุ่มบริษัทฯ นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังมีความเสี่ยงจากการขาดแคลนกระดาษ Newsprint ชนิดม้วนที่ใช้พิมพ์หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือที่มียอดพิมพ์สูง ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญที่บริษัทฯ ใช้ในการผลิตสิ่งพิมพ์ เนื่องจากกระดาษชนิดดังกล่าว หาซื้อได้ยากในประเทศไทยและต้องซื้อเป็นจำนวนมากในแต่ละครั้ง

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

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ จะสั่งจองกระดาษก่อนการตั้งราคาขายของหนังสือ เพื่อให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถรักษาสัดส่วนของต้นทุนกระดาษต่อราคาระหว่างหนังสือไว้ได้ รวมทั้งบริษัทฯ สามารถปรับราคาของหนังสือหลายประเภทขึ้นได้ ในกรณีที่ต้นทุนกระดาษเพิ่มขึ้นอย่างเป็นสาระสำคัญ

1.6 ความเสี่ยงด้านการจัดหาลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์

ในการประกอบธุรกิจสำนักพิมพ์ ซึ่งมีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 54.24 และ 45.84 ของรายได้ทั้งหมดของกลุ่ม บริษัทฯ ในปี 2558 และ 2557 กลุ่มบริษัทฯ ไม่ได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ส่วนใหญ่ที่ผลิตและจัดจำหน่าย แต่กลุ่มบริษัทฯ มีการจัดซื้อลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์มาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ซึ่งคือนักเขียนหรือสำนักพิมพ์ทั้งในและต่างประเทศจำนวนหลายราย เพื่อนำมาผลิตและจัดจำหน่ายเพียงรายเดียว (Exclusive) ในประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลา 3 – 5 ปี และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ในราคาและเงื่อนไขเดิม ทั้งนี้ เจ้าของลิขสิทธิ์สามารถยกเลิกสัญญาได้หากกลุ่มบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาด้านการเงิน และ/หรืออยู่ในสถานะล้มละลาย เป็นต้น ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงที่ไม่สามารถจัดหาลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ที่ต้องการมาผลิตและจัดจำหน่ายได้ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการที่เจ้าของลิขสิทธิ์ไม่ต่ออายุสัญญา หรือยกเลิกสัญญา ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ ฐานะทางการเงิน และผลประกอบการของกลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ไม่เคยประสบปัญหาด้านการจัดหาลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศในช่วงที่ผ่านมา เนื่องจากตลาดสิ่งพิมพ์มีขนาดใหญ่และมีลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ให้เลือกซื้อเป็นจำนวนมาก รวมทั้งกลุ่มบริษัทฯ ยังมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงหลายราย และประสบความสำเร็จในการผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสืออย่างต่อเนื่อง กลุ่มบริษัทฯ จึงสามารถเลือกซื้อลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ที่ต้องการและได้รับความไว้วางใจจากเจ้าของลิขสิทธิ์ในการให้ลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ที่มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมสูงมาผลิตและจัดจำหน่าย นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังปฏิบัติตามสัญญาอย่างเคร่งครัด จึงไม่มีปัญหาเรื่องการไม่ต่อสัญญาหรือยกเลิกสัญญาลดระยะเวลาที่ผ่านมา

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

1.7 ความเสี่ยงจากการลดมูลค่าของสินค้าคงเหลือ

ปัจจุบัน สิ่งพิมพ์ของกลุ่มบริษัทฯ มีการขายผ่านตัวแทนจำหน่ายเป็นส่วนใหญ่ โดยกลุ่มบริษัทฯ จะรับคืนสิ่งพิมพ์ที่ไม่สามารถจำหน่ายได้จากตัวแทนจำหน่าย ซึ่งอาจเป็นผลให้มีสิ่งพิมพ์เป็นสินค้าคงเหลือเป็นจำนวนมากได้ สินค้าคงเหลือดังกล่าวมีโอกาสเสื่อมคุณภาพเสียหาย และล้าสมัยเมื่อเวลาผ่านไป ประกอบกับยอดขายในปีปัจจุบันการเจริญเติบโตในส่วนของยอดขายลดลงกว่าปีก่อน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 และ 2557 กลุ่มบริษัทฯ มีมูลค่าสินค้าคงเหลือสุทธิจำนวน 223.56 ล้านบาท และ 232.55 ล้านบาท (ตามลำดับ) หรือคิดเป็นร้อยละ 33.90 และ 32.69 ของมูลค่าสินทรัพย์ทั้งหมดของกลุ่มบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ได้มีค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยในสัดส่วนร้อยละ 100 ของมูลค่าสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 1 ปีขึ้นไปและผลิตครบชุดแล้ว และของสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 3 ปีขึ้นไปแต่ยังผลิตไม่ครบชุด โดยมีการตั้งค่าเผื่อดังกล่าวทุกเดือนซึ่งการตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยนี้จะถูกพิจารณาการลดมูลค่าของสินค้าคงเหลือจากผู้บริหารอีกครั้งหนึ่ง ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 และ 2557 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยจำนวน 92.00 และ 88.96 ล้านบาท (ตามลำดับ) นอกจากนั้น เพื่อลดปริมาณสินค้าคงเหลือ กลุ่มบริษัทฯ จะนำหนังสือที่มีอยู่ออกมาจำหน่ายเป็นระยะๆ โดยการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการขายในงานนิทรรศการต่างๆ ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี สำหรับหนังสือการ์ตูนที่มีเล่มต่อเนื่อง กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการนำเล่มที่ออกใหม่จำหน่ายควบคู่ไปกับเล่มที่ได้เคยวางจำหน่ายไปแล้ว ซึ่งรวมถึงการนำการ์ตูนที่มีการออกจำหน่ายครบทุกเล่มแล้วมาจัดจำหน่ายรวมเป็นชุดเพื่อกระตุ้นการจำหน่ายด้วย นอกจากนั้น บริษัทฯ ได้เพิ่มความระมัดระวังในการผลิตหนังสือใหม่และควบคุมปริมาณยอดพิมพ์เพื่อมิให้มีสินค้าคงเหลือมากขึ้น ทั้งนี้บริษัทฯ มีนโยบายการบริหารคลังสินค้าโดยการกำหนดจำนวนสินค้าไม่ให้มีปริมาณคงเหลือมากกว่าปีก่อน

2. ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจการเป็นตัวแทนจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศ

2.1 ความเสี่ยงจากการต่อสัญญา

ในการประกอบธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ กลุ่มบริษัทฯ จะทำสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่ายกับเจ้าของสิ่งพิมพ์จำนวนหลายราย โดยส่วนใหญ่สัญญาตัวแทนจำหน่ายนิตยสารมีระยะเวลา 1 ปี และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ สำหรับสัญญาตัวแทนจำหน่ายหนังสือพิมพ์จะหมดอายุเมื่อมีการยกเลิกสัญญา ทั้งนี้

เจ้าของสิ่งพิมพ์สามารถยกเลิกสัญญาได้ หากกลุ่มบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาด้านการเงิน และ/หรืออยู่ในสถานะล้มละลาย และ/หรือเมื่อมีการแจ้งอีกฝ่ายล่วงหน้า เป็นต้น ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการที่เจ้าของสิ่งพิมพ์ไม่ต่ออายุสัญญา หรือยกเลิกสัญญา ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ ฐานะทางการเงิน และผลประโยชน์ของกลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ กับเจ้าของสิ่งพิมพ์มีการทำธุรกิจและมีความสัมพันธ์อันดีต่อกันเป็นระยะเวลานาน โดยผู้บริหารและทีมงานของบริษัทฯ เป็นกลุ่มที่ทำธุรกิจนี้กับเจ้าของสิ่งพิมพ์มาตั้งแต่เริ่มต้น รวมทั้ง กลุ่มบริษัทฯ ได้มีการปฏิบัติตามสัญญาอย่างเคร่งครัด จึงไม่มีปัญหาเรื่องการไม่ต่อสัญญาหรือยกเลิกสัญญาตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา นอกจากนี้ เจ้าของสิ่งพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ได้ว่าจ้างกลุ่มบริษัทฯ ให้ดำเนินการพิมพ์และจัดส่งหนังสือพิมพ์ต่างประเทศดังกล่าว ซึ่งได้มีการลงทุนในการสร้างฐานข้อมูล การพัฒนาฐานข้อมูลลูกค้าในระบบสารสนเทศของบริษัทฯ และการพัฒนาบุคลากรของกลุ่มบริษัทฯ ให้มีความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะในการดำเนินงาน ดังนั้น โอกาสที่เจ้าของสิ่งพิมพ์ดังกล่าวจะยกเลิกสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายกับกลุ่มบริษัทฯ จึงมีน้อย

2.2 ความเสี่ยงจากเจ้าของสิ่งพิมพ์ยกเลิกการผลิต

ในการประกอบธุรกิจบริการการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ กลุ่มบริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการที่เจ้าของสิ่งพิมพ์ยกเลิกการผลิต ซึ่งมีผลกระทบต่อประกอบการประกอบธุรกิจและดำเนินธุรกิจ ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ จำเป็นต้องหาสิ่งพิมพ์ที่มีชื่อเสียงและมั่นคงเพื่อทดแทนหรือเพิ่มเติมอยู่เสมอๆ และถึงแม้ว่าหนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia ซึ่งได้ยกเลิกการพิมพ์สำหรับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพราะต้องการเปลี่ยนจากการอ่านผ่านสิ่งพิมพ์เป็นการอ่านผ่านออนไลน์ แต่ก็ยังคงให้กลุ่มบริษัทฯ เป็นตัวแทนในการขายสมาชิกแบบออนไลน์

2.3 ความเสี่ยงจากความนิยมในการอ่านออนไลน์

ในปัจจุบัน การอ่านทางออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้น ทำให้มีผลกระทบต่อการจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศ แต่สำนักพิมพ์ก็ได้มีการปรับตัว โดยจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารพร้อมกับการอ่านออนไลน์ ซึ่งทำให้ผู้อ่านสามารถมีทางเลือกในการอ่านมากขึ้น ทำให้ปัญหาในการบอกเลืกรับสมาชิกลดลง

3. ปัจจัยความเสี่ยงของธุรกิจรายการโทรทัศน์สำหรับเยาวชนและครอบครัว

3.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์เข้าสู่ระบบดิจิทัล

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

3.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจโทรทัศน์ที่สูงขึ้น

ภาวะอุตสาหกรรมโทรทัศน์ โดยเฉพาะฟรีทีวีมีความเข้มข้นขึ้น ทั้งในด้านของประเภทรายการ และจำนวนช่องรายการที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตรากำไรการแข่งขันในธุรกิจโทรทัศน์มีจำนวนเพิ่มขึ้นด้วย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ขยายความหลากหลายในการทำรายการประเภทเอ็ดดูเทนเมนท์ เพื่อเยาวชนและครอบครัว โดยเพิ่มรายการเพื่อการศึกษา และเรียนรู้สำหรับวัยรุ่นเข้าไปในช่องทางเอ็ดดูเทนเมนท์ที่ยังมีช่องว่างทางธุรกิจอยู่ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐ โดยมุ่งเน้นเนื้อหารายการที่มีคุณภาพ สร้างสรรค์ เหมาะสมสำหรับทุกคนในครอบครัวอย่างแท้จริง ซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงจากการทำรายการในภาวะการแข่งขันที่รุนแรง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเพิ่มแนวทางการทำรายการ โดยพัฒนาจากสื่ออื่นๆ ในเครือที่มีฐานผู้บริโภคอยู่แล้ว อาทิ รายการภาษาอังกฤษที่ร่วมพัฒนากับนิตยสาร Nation Junior ที่มีฐานคนอ่านทั่วประเทศ และรายการ คมชัดลึก คิดดาว ที่พัฒนาร่วมกับกองบรรณาธิการคมชัดลึก บันเทิง และคมชัดลึก อวอร์ด ทำให้สามารถผลิตรายการที่มีความสมบูรณ์ในเนื้อหาและการครอบคลุมสื่อต่างๆ รอบด้าน ทั้งยังเพิ่มทักษะและ Know-How ให้กับทีมงานเพื่อผลิตรายการหลากหลายรูปแบบยิ่งขึ้น

4. ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจดิจิทัล

4.1 ความเสี่ยงจากการลักลอบทำซ้ำเนื้อหา

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

4.2 ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ถูกกระทบได้ง่าย

ปัจจุบันเราต้องยอมรับว่าสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทและมีส่วนต่อความคิด การตัดสินใจ การรับรู้ข่าวสารต่างๆ ผ่านสื่อออนไลน์ ทั้งโซเชียลมีเดีย บล็อก กระตุ้ และอื่นๆ ซึ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันนิยมค้นหาข้อมูลของสินค้าและบริการ ก่อนทำการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งข้อมูลเหล่านั้น เป็นปัจจัยภายนอกที่ควบคุมได้ยาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในสินค้าและบริการของผู้บริโภคเป็นหลัก ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องควบคุมและรักษามาตรฐานของงานบริการทั้งระบบ ที่มีความจำเป็นและสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่มีหัวใจหลักคือความรวดเร็วและถูกต้อง เช่น ระบบของเว็บไซต์, ระบบโลจิสติกส์, การตรวจสอบคุณภาพของสินค้า, ระบบการชำระเงิน, ระบบคืนสินค้า, งานบริการหลังการขาย, ช่องทางการติดต่อที่สะดวกรวดเร็ว รวมทั้งการสื่อสารการตลาดที่จะต้องมีความระมัดระวังเป็นพิเศษ

5. ความเสี่ยงจากอัตราค่านิยมการอ่านนิตยสารที่ลดน้อยลง

เนื่องด้วยธุรกิจนิตยสารภาษาอังกฤษสำหรับวัยรุ่นนั้นจะตลาดผู้อ่านวัยรุ่นเป็นหลัก วัยรุ่นในสมัยนี้นิยมใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น อย่างไรก็ตาม บทความต่างบนสื่อออนไลน์ก็ยังไม่สามารถเข้าถึงความชอบของเยาวชนได้ดีไปกว่าการสื่อสารด้วยภาพ และเสียง นิตยสารเนชั่นจูเนียร์จึงปรับรูปแบบเนื้อหาและดีไซน์ให้น่าอ่านตามยุคสมัยมากขึ้น ด้วยภาพประกอบที่สวยงามและเข้าใจได้ง่าย ตัวหนังสือที่กระชับและจับใจความง่ายขึ้น

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

6. ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อผู้ลงทุน

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

ในเดือนมิถุนายน 2556 บริษัทฯ ได้มีการออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน NINE-W1 จำนวน 85,000,000 หน่วย อายุ 5 ปี โดยไม่คิดค่าตอบแทนในอัตราส่วนหุ้นสามัญเดิม 1 หุ้น ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ยังคงเหลือใบสำคัญแสดงสิทธิที่ยังไม่ได้ใช้จำนวนทั้งสิ้น 84,958,614 หน่วย

ในการนี้หากผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิทำการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ เต็มจำนวน ผู้ถือหุ้นสามัญของบริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบจาก Dilution Effect ทั้งในเรื่องของราคาหุ้นในตลาดที่อาจปรับตัวลดลง และสัดส่วนการถือหุ้นที่ลดลงดังต่อไปนี้

ก่อนการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเต็มจำนวน (31 ธันวาคม 2558)

จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	170,048,386	หุ้น
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นก่อนการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ	100	%

หลังการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเต็มจำนวน (NINE-W1)

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

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

ในเดือนสิงหาคม 2556 บริษัทฯ ได้มีการออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัทฯ 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 2558 ยังคงเหลือใบสำคัญแสดงสิทธิที่ยังไม่ได้ใช้จำนวนทั้งสิ้น 4,243,000 หน่วย

ในการนี้หากผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิทำการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯเต็มจำนวน ผู้ถือหุ้นสามัญของบริษัทฯอาจได้รับผลกระทบจาก Dilution Effect ทั้งในเรื่องของราคาหุ้นในตลาดที่อาจปรับตัวลดลง และสัดส่วนการถือหุ้นที่ลดลงดังต่อไปนี้

ก่อนการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเต็มจำนวน (31 ธันวาคม 2558)

จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	170,048,386	หุ้น
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นก่อนการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ	100	%

หลังการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิเต็มจำนวน (ESOP-WA)

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

7. ปัจจัยเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจ

7.1 ความเสี่ยงจากกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายและบริหารจัดการกลุ่มบริษัทฯ

ภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญแก่ประชาชนทั่วไป ปัจจุบัน เครือเนชั่นถือหุ้นร้อยละ 76.49 ของทุนชำระแล้ว จึงทำให้สามารถควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญในการประชุมผู้ถือหุ้นได้ทั้งหมด ซึ่งรวมถึงมติพิเศษที่กฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของจำนวนหุ้นที่เข้าประชุมและมีสิทธิออกเสียง ทำให้ผู้ถือหุ้นรายอื่นไม่สามารถรวบรวมคะแนนเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องของผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้ นอกจากนี้ เครือเนชั่นยังมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่มบริษัทฯ โดยมีกรรมการตัวแทนจำนวน 3 ท่านจากทั้งหมด 6 ท่าน และคณะกรรมการบริหารจำนวน 3 ท่านจากทั้งหมด 4 ท่าน เป็นตัวแทนที่มาจากเครือเนชั่น

อย่างไรก็ตาม เพื่อถ่วงดุลการบริหารงานของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ บริษัทฯ จึงได้แต่งตั้งกรรมการอิสระที่เป็นบุคคลภายนอกจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำหน้าที่ในการตรวจสอบการดำเนินงานของผู้บริหารและดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายย่อย

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 อุปกรณ์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556, 2557 และ 2558 กลุ่มบริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หน่วย: ล้านบาท

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ			ภาวะผูกพัน		
		31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2557	31 ธ.ค. 2558	31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2557	31 ธ.ค. 2558
ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์ที่เช่า	เจ้าของ	0.47	0.25	0.03	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
เครื่องตกแต่ง ติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน	เจ้าของ	4.64	3.89	2.00	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
ยานพาหนะ	เจ้าของ	-	0.47	1.10	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
รวม		5.11	4.61	3.13			

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ คือ ค่าลิขสิทธิ์ในการผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ และ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หน่วย: ล้านบาท

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ		
	31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2557	31 ธ.ค. 2558
ค่าลิขสิทธิ์	41.64	30.62	21.26
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	0.29	0.35	0.32
รวม	41.93	30.97	21.58

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายการตัดจำหน่ายค่าลิขสิทธิ์โดยพิจารณาจากจำนวนเงินตัดจำหน่ายที่สูงกว่าระหว่างวิธีเส้นตรงภายในระยะเวลา 3 และ 5 ปี ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยอายุสัญญาสิทธิของกลุ่มบริษัทฯ และการคำนวณตามจำนวนเล่มของหนังสือที่พิมพ์หรือจำหน่ายได้ภายใต้สัญญาสิทธินั้นๆ โดยเริ่มตัดจำหน่ายเมื่อผลิตสิ่งพิมพ์เรียบร้อยแล้ว ในส่วนของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ กลุ่มบริษัทฯ ตัดจำหน่ายโดยวิธีเส้นตรงเป็นระยะเวลา 5 ปี วิธีการตัดจำหน่าย ระยะเวลาที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์และมูลค่าคงเหลือจะได้รับการทบทวนทุกสิ้นรอบปีบัญชีและปรับปรุงตามความเหมาะสม

4.3 สัญญาเช่าทรัพย์สินระยะยาว

กลุ่มบริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่อาคารสำนักงานและคลังสินค้าเพื่อใช้ในการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- สัญญาเช่าสำหรับเป็นสำนักงาน ที่อาคารอินเทอร์ลิงค์ 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 โซติชัวรกุล จำกัด ซึ่งมีพื้นที่ประมาณ 1,800 ตารางเมตร เป็นเวลา 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2557 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2559 และสามารถต่ออายุสัญญาเช่าได้

4.4 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและกิจการที่ควบคุมร่วมกัน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 และ 2557 และ 2558 บริษัทฯ มีเงินลงทุนตามวิธีราคาทุนในบริษัทย่อยและการร่วมค้า โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หน่วย: ล้านบาท

ชื่อ	ความสัมพันธ์	ทุนชำระแล้ว			สัดส่วนเงินลงทุน (ร้อยละ)			มูลค่าเงินลงทุนวิธีราคาทุน		
		31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2557	31 ธ.ค. 2558	31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2557	31 ธ.ค. 2558	31 ธ.ค. 2556	31 ธ.ค. 2557	31 ธ.ค. 2558
บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด	บริษัท ย่อย	41.25	41.25	41.25	99.99	99.99	99.99	25.36	25.36	25.36
บริษัท เนชั่น คิวดิจ จำกัด (หยุดดำเนินการพาณิชย์ยกตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2557)	บริษัท ย่อย	1.00	1.00	1.00	99.99	99.99	99.99	1.00	1.00	1.00
บริษัท ไนน์ บี โปรเจกต์ จำกัด (เลิกกิจการและเสร็จสิ้นการชำระบัญชี เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2558)	บริษัท ย่อย	1.00	1.00	-	59.99	59.99	-	0.60	0.60	-
บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด)	บริษัท ย่อย	-	50.00	50.00	-	98.99	98.99	-	35.05	35.05
บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด)	การร่วมค้า	50.00	-	-	49.99	-	-	25.05	-	-
รวม								52.01	62.01	61.41

4.5 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และการร่วมค้า

บริษัทมีนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และการร่วมค้าในอนาคต โดยพิจารณาจากปัจจัยหลักๆ เช่น

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

อย่างไรก็ตาม โครงการลงทุนของบริษัทฯ ต้องผ่านการพิจารณาจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ฯ และ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้น ตามขอบเขตอำนาจการอนุมัติของบริษัทฯ ได้กำหนดไว้ และตามกฎหมายต่างๆ ของคณะกรรมการ กต. และ/หรือ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทฯ จะส่งตัวแทนของบริษัทฯ ตามสัดส่วนการถือหุ้นของ บริษัทฯ เข้าร่วมบริหารงานและดูแลการดำเนินธุรกิจ ตามที่คณะกรรมการของบริษัทฯ ได้มอบหมาย โดยบุคคลนั้น จะต้องเป็นผู้ที่ไม่มีผลประโยชน์ขัดแย้งในทางธุรกิจกับบริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือการร่วมค้านั้นๆ

4.6 นโยบายในการบริหารลูกหนี้การค้า

ในการจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ โดยปกติกลุ่มบริษัทฯ มีการให้สินเชื่อแก่ลูกค้าโดยเฉลี่ยเป็นระยะเวลา 15 วัน ถึง 90 วัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 และ 2557 และ 2558 กลุ่มบริษัทฯ มียอดลูกหนี้การค้าสุทธิจากค่าเผ่อนี้สงสัย จะสูญและค่าเผ่อนี้รับคืนจำนวน 162.35 ล้านบาท และ 35.94 ล้านบาท และ 47.23 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีค่าเผ่อนี้สงสัยจะสูญ จำนวน 3.79 ล้านบาท และ 8.12 ล้านบาท และ 5.38 ล้านบาท ตามลำดับ และมีหนี้สูญและค่าเผ่อนี้สงสัยจะสูญในปีดังกล่าว จำนวน 0.71 ล้านบาท และ 0.94 ล้านบาท และ 1.31 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งในการพิจารณาตั้ง ค่าเผ่อนี้สงสัยจะสูญ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายพิจารณาค่าเผ่อนี้สงสัยจะสูญของลูกค้าที่มีการวิเคราะห์จากลูกหนี้ที่มีอายุหนี้เกินกำหนดชำระมากกว่า 180 วัน จะพิจารณาและทำการตั้งค่าเผ่อนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 50 และลูกหนี้ที่มีอายุ หนี้เกินกำหนดชำระมากกว่า 365 วัน จะพิจารณาและทำการตั้งค่าเผ่อนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 100 และลูกหนี้ที่คาดว่าจะ มีปัญหาในการเรียกเก็บเงินในอนาคตจะทำการวิเคราะห์ประวัติการชำระหนี้ และการคาดการณ์เกี่ยวกับการชำระหนี้ใน อนาคตของลูกค้าเพื่อตั้งค่าเผ่อนี้สงสัยจะสูญตามการคาดการณ์ รวมทั้งลูกหนี้จะถูกตัดจำหน่ายจากบัญชีเมื่อทราบว่ เป็นหนี้สูญ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีการตั้งค่าเผ่อนี้รับคืนในการขายพ็อคเก็ตบุ๊กส์ สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชน และ หนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 และ 2557 และ 2558 มีจำนวน 9.78 ล้านบาท และ 12.85 ล้านบาท และ 5.50 ล้านบาท ตามลำดับ นโยบายของกลุ่มบริษัทฯ คือ จะตั้งค่าเผ่อนี้รับคืนโดยใช้สัดส่วนร้อยละของสินค้านี้รับคืนต่อสินค้าที่ขายโดยเฉลี่ย 12 เดือนย้อนหลัง โดยลูกหนี้การค้าส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ เป็นลูกหนี้ การค้าประเภทตัวแทนขาย หรือร้านหนังสือขนาดใหญ่ที่มีความสัมพันธ์ที่ดีมานาน และมีการค้าขาย อย่างสม่ำเสมอ และกรณีที่เพิ่มลูกค้านี้ใหม่ บริษัทฯ ต้องให้ตัวแทนจำหน่ายดังกล่าววางเงินประกันค่าสินค้านี้ตามนโยบายบริษัทฯ

4.7 นโยบายในการบริหารสินค้ำงเหลือ

สินค้ำงเหลือของกลุ่มบริษัทฯ คือ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 และ 2557 และ 2558 กลุ่มบริษัทฯ มีสินค้ำงเหลือสุทธิจากค่าเผื่อสินค้ำงล้าสมัย จำนวน 143.86 ล้านบาท และ 232.55 ล้านบาท และ 223.56 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีค่าเผื่อสินค้ำงล้าสมัย จำนวน 41.71 ล้านบาท และ 88.96 ล้านบาท และ 92.00 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 22.48 และร้อยละ 27.67 และร้อยละ 33.90 ของสินค้ำงเหลือ ตามลำดับ ซึ่งในการพิจารณาตั้งค่าเผื่อสินค้ำงล้าสมัย กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการประเมินเป็นสัดส่วนร้อยละ 100 ของมูลค่าสินค้ำงเหลือที่มีอายุมากกว่า 1 ปีขึ้นไปและผลิตครบชุดแล้ว และสัดส่วนร้อยละ 100 ของสินค้ำงเหลือที่มีอายุมากกว่า 3 ปีขึ้นไปแต่ยังผลิตไม่ครบชุด อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ จะพิจารณาการตั้งค่าเผื่อสินค้ำงล้าสมัยตามสินค้ำงที่คาดว่าจะขายได้จากการดำเนินธุรกิจตามปกติ

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทหรือบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทหรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงเกินกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 รวมทั้งไม่มีคดีที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ และไม่มีคดีความในธุรกิจอื่นที่ไม่ได้เป็นธุรกิจโดยปกติของบริษัทและบริษัทย่อย

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	:	บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”)
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	<ul style="list-style-type: none"> - ธุรกิจสำนักพิมพ์โดยผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทฟ็อกเก็ตบุ๊กส์ และสิ่งพิมพ์สำหรับเด็ก - ธุรกิจผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ - ธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายและให้บริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ - ธุรกิจดิจิทัล ให้บริการเนื้อหาต่างๆ บนเว็บไซต์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และอุปกรณ์ดิจิทัลอื่นๆ - ธุรกิจการบริหารลิขสิทธิ์ - ธุรกิจบริการด้านการศึกษา
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 1858/123-124 อาคารอินเตอร์ลิงก์ ทาวเวอร์ 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 2558 ทุนชำระแล้วของบริษัทเท่ากับ 170,048,386 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 170,048,386 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้น	:	รายละเอียดตามหัวข้อโครงสร้างการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ บริษัทย่อยและกิจการควบคุมร่วมกัน

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558)

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 คิวดิจ 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 ไบรท์ จำกัด 1858/123-124 ชั้น 29 ถ.บางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ	บริการด้านการศึกษา	-	-	-

หมายเหตุ

- บริษัท เนชั่น คิวดิจ จำกัด หยุดดำเนินพาณิชย์กิจตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2557
- บริษัท ไนน์ บี ไบรท์ จำกัด ดำเนินการเลิกกิจการกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 20 ต.ค. 58 และชำระบัญชีเสร็จสิ้นแล้ว
เมื่อวันที่ 23 ต.ค. 58

2. บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์ : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้ง : 93 ชั้น1 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย Tower B
 ถ.รัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์ : (66) 2009-9999
โทรสาร : (66) 2009-9991

ผู้สอบบัญชี : บริษัท เคทีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด
 1. นางสาวปัทมวรรณ วัฒนกุล ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 9832 หรือ
 2. นายวินิจ ศิลามงคล ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3378 หรือ
 3. นายวีระชัย รัตนจรัสกุล ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4323 หรือ
 4. นางสาววรรณพร จงพิเรชานนท์ ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4098
ที่ตั้ง : 1 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 48-51 ถ.สาทรใต้ กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์	:	(66) 2677-2000
โทรสาร	:	(66) 2677-2222
ที่ปรึกษากฎหมาย ที่ตั้ง	:	บริษัท สำนักงานกฎหมายและภาษี เอส.เอ.ที. แอสโซซิเอท จำกัด 702 อาคารเจ้าพระยาทาวเวอร์ (โรงแรมแข่งกรี-ล่า) เลขที่ 89 ซอยวัดสวนพลู ถนนเจริญกรุง เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
โทรศัพท์	:	(66) 2630-7637-8
โทรสาร	:	(66) 2630-7639
ที่ปรึกษากฎหมาย ที่ตั้ง	:	บริษัท เภา แอนด์ แอสโซซิเอทส์ สจวร์ต ออฟฟิศ จำกัด 140/40 A อาคาร ไอทีเอฟ ชั้น 19 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทรศัพท์	:	(66) 2634-4995-7
โทรสาร	:	(66) 2238-2574, (66) 2634-4998