

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1.นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ของบริษัท “เป็นแพลตฟอร์มชุมชนที่ได้รับความนิยมจากผู้คนในสังคมด้วยการมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ของเหล่าสมาชิกในการแบ่งปันเรื่องราว โดยมีการให้บริการด้านอีคอมเมิร์ซ เพื่อตอบสนองความต้องการสินค้าของสมาชิก”

พันธกิจ “สร้างระบบนิเวศทางดิจิทัลที่ขับเคลื่อนให้เหล่าสมาชิกสร้างชุมชนที่มีเคมีตรงกัน พร้อมด้วยระบบการจัดส่งสินค้าและบริการทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ที่มีประสิทธิภาพ”

คุณค่าขององค์กร

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

เป้าหมายระยะยาวของบริษัท

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทฟ็อกเก็ตบุ๊กส์และการ์ตูนที่ผสมผสานระหว่างความรู้และความสนุกสนาน ทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์และดิจิทัล รวมถึงพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ด้วยการวางแผนและสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสม ตลอดจนการให้ข้อมูลและสร้างชุมชนในโลกออนไลน์และออฟไลน์ที่มีคุณภาพ เพื่อนำพากลุ่มบริษัทฯ ให้มีฐานะทางการเงินที่มั่นคง และร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสังคมที่ดีให้กับประเทศ

1.2 ประวัติความเป็นมา การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ประวัติและความเป็นมาของบริษัท

บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเอ็นแซนด์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) (“บริษัทฯ”) เป็นหนึ่งในบริษัทย่อยในสายธุรกิจเอ็ดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศ ของบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (NMG) ซึ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทฯ ได้ถูกจัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2539 ภายใต้ชื่อ “เนชั่น ซิฟเจอร์วันนี่” ซึ่งต่อมาในปี 2545 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เนชั่นบุ๊กส์ อินเทอร์เน็ตเอ็นแซนด์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 1 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊กส์” ในการผลิตและจำหน่ายหนังสือฟ็อกเก็ตบุ๊กส์ ซึ่งได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีได้มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง

ต่อมา ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 4/2549 เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2549 ได้มีมติให้ปรับโครงสร้างสายธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ เพื่อให้สายธุรกิจดังกล่าวมีการดำเนินงาน

ที่คล่องตัว ชัดเจน และเกิดการเติบโตของธุรกิจตามแผนที่วางไว้ รวมทั้งมีฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งเพียงพอที่จะรองรับการเติบโตในอนาคต โดยไม่ต้องพึ่งพิงความช่วยเหลือด้านการเงินจาก NMG ซึ่งให้บริษัทฯ เป็นบริษัทแม่ของสายธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ และถือหุ้นในบริษัทย่อย และกิจการที่ควบคุมร่วมกัน จำนวน 2 บริษัท คือ 1) บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NED) และ 2) บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (“NGE”) (เดิมชื่อ บริษัท 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 วันที่เกิดรายการ อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ไม่มีการดำเนินธุรกิจการอบรมสัมมนา สอนภาษาต่างประเทศ และทักษะการสื่อสาร (ซึ่งมีสัดส่วนรายได้ต่ำกว่าร้อยละ 5 ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัทฯ) หลังจากไตรมาส 1 ปี 2552 นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังรับโอนธุรกิจสำนักพิมพ์ Bizbook จาก NMG ในไตรมาส 3 ปี 2552 เพื่อให้การแบ่งแยกธุรกิจระหว่างกลุ่มบริษัทฯ และ NMG มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ในการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ครั้งที่ 3/2551 เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2551 ได้มีมติให้บริษัทฯ จัดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเปลี่ยนชื่อบริษัทฯ จากบริษัท เนชั่นบู้คส์ อินเทอร์เน็ตเซ็กเคอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นบริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็กเคอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) รวมทั้งเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 70 ล้านบาท เป็น 85 ล้านบาท เพื่อรองรับการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนเป็นครั้งแรก

เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2552 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของ NMG ครั้งที่ 1/2552 ได้อนุมัติแผนงานการเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ และการนำหุ้นสามัญของบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่งการ Spin-off ดังกล่าวเป็นหนึ่งในขั้นตอนสำคัญที่จะเป็นการเพิ่มมูลค่าในการลงทุนของ NMG อีกทั้ง NMG สามารถนำเงินที่ได้จากการเสนอขายหุ้นเดิมพร้อมกับการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนมาจ่ายคืนเงินกู้ยืม ซึ่งเป็นการปรับปรุงสถานะทางการเงินของ NMG ให้ดีขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นของ NMG ในอนาคต ต่อมาเมื่อวันที่ 23 กันยายน 2553 ที่ประชุมคณะกรรมการของ NMG ครั้งที่ 4/2553 ได้มีมติอนุมัติให้ NMG เสนอขายหุ้นสามัญจำนวน 4,000,000 หุ้นที่ NMG ถืออยู่ในบริษัทฯ พร้อมกับการเสนอขายหุ้นให้แก่ประชาชนและบุคคลทั่วไปเป็นครั้งแรกของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม การเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของ 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 จะทำให้ส่วนแบ่งกำไรและเงินปันผลจากบริษัทฯ เท่าเดิมหรือเพิ่มขึ้นก็เป็นได้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้น NMG เช่นกัน นอกจากนั้น เพื่อเป็นการลดผลกระทบจาก Dilution Effect ที่กล่าวมาข้างต้น คณะกรรมการของบริษัทฯ จึงมีมติให้มีการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนของบริษัทฯ จำนวน 9,000,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47.37 ของจำนวนหุ้นในการเสนอขายหุ้นสามัญครั้งนี้ทั้งหมด 19,000,000 หุ้น เพื่อเสนอขายแก่ผู้ถือหุ้น

เดิมของ NMG ทุกอย่างตามสัดส่วนการถือหุ้นที่มีอยู่ (Pre-emptive right) โดยเป็นการจัดสรรในช่วงเวลาใกล้เคียงกับการเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ ให้แก่ประชาชนและบุคคลทั่วไป ในราคาที่เท่ากัน

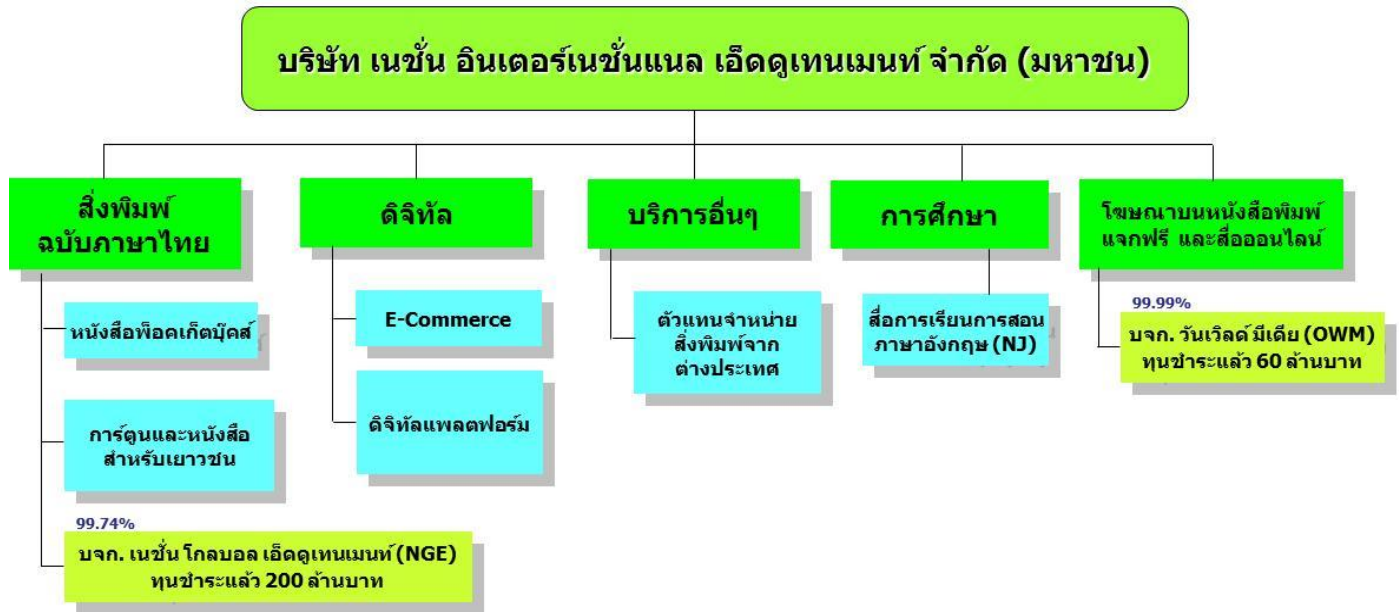
การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ

- ปี 2555
- วันที่ 25 กรกฎาคม 2555 บริษัทฯ เปิดตัว Canimals (แคนนิมอลส์) ก๊วนกระป๋องจอมซน ตัวการ์ตูนชื่อดังจากเกาหลีอย่างเป็นทางการ
 - วันที่ 26 พฤศจิกายน 2555 บริษัทฯ เข้าถือหุ้นในบริษัท เนชั่น คิวดส์ จำกัด (NTK) ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ประกอบธุรกิจผลิตรายการในรูปแบบต่างๆ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ และสื่อรูปแบบใหม่
 - วันที่ 2 ธันวาคม 2555 บริษัทฯ เปิดตัวช่อง KidZone อย่างเป็นทางการ
 - วันที่ 14 ธันวาคม 2555 บริษัทฯ ดำเนินการเลิกกิจการและชำระบัญชีของ บริษัท เอ็นคูปอง จำกัด
- ปี 2556
- วันที่ 3 เมษายน 2556 บริษัทฯ จัดแถลงข่าวและเปิดตัวหนังสือชีวประวัติ “ไอนด์ไลน์” ฉบับภาษาไทย
 - วันที่ 23 เมษายน 2556 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นได้อนุมัติการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ดังนี้
 - ออกหุ้นสามัญจำนวนไม่เกิน 85,000,000 หุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ตามสัดส่วนจำนวนหุ้นที่ผู้ถือหุ้นแต่ละรายถืออยู่ (Rights Offering) ในอัตราส่วน 1 หุ้นสามัญเดิม ต่อ 1 หุ้นสามัญใหม่ ในราคาเสนอขายหุ้นละ 4 บาท
 - ออกหุ้นสามัญจำนวนไม่เกิน 85,000,000 หุ้น เพื่อรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น (Rights Offering) และได้รับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ที่ออกและเสนอขายครั้งนี้
 - ออกหุ้นสามัญจำนวนไม่เกิน 4,250,000 หุ้น เพื่อรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย (ESOP) โดยไม่คิดมูลค่า มีอัตราการใช้สิทธิคือใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วย ต่อ 1 หุ้นสามัญ ราคาใช้สิทธิ 4 บาทต่อหุ้น
 - วันที่ 26 สิงหาคม 2556 จัดตั้งบริษัท ไนน์ บี ไบรท์ จำกัด โดยเป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัทฯ และ บี ไบรท์ สัดส่วนการลงทุน 60:40 ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ประกอบธุรกิจให้บริการด้านการศึกษา
- ปี 2557
- วันที่ 3 มีนาคม 2557 บริษัทฯ จัดแถลงข่าวและเปิดตัวหนังสือชีวประวัติ “อเล็กซ์ เฟอร์กูสัน” ฉบับภาษาไทย
 - เดือนพฤษภาคม 2557 บริษัท เนชั่น คิวดส์ จำกัด หยุดดำเนินพาณิชย์กิจ
 - วันที่ 25 กันยายน 2557 บริษัทฯ ได้รับรางวัล "Investor's Choice Award" จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย สำหรับบริษัทจดทะเบียนที่ทำการประเมินคุณภาพการประชุมสามัญประจำปีเต็ม 100% ต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 4 ปี
 - วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ เข้าซื้อหุ้น บริษัท เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด จำนวน 49% จากผู้ถือหุ้นเดิม ส่งผลให้บริษัทฯ เปลี่ยนสัดส่วนการถือหุ้นจากเดิมร้อยละ 49.99 เป็นร้อยละ 98.99 และเปลี่ยนสถานะจากร่วมค้าเป็นบริษัทย่อย
- ปี 2558
- วันที่ 20 ตุลาคม 2558 บริษัทฯ ดำเนินการเลิกกิจการและชำระบัญชีของ บริษัท ไนน์ บี ไบรท์ จำกัด
 - วันที่ 20 ตุลาคม 2558 บริษัทฯ ดำเนินการชำระบัญชีของ บริษัท ไนน์ บี ไบรท์ จำกัด เสร็จสิ้นแล้ว

- ปี 2559
- วันที่ 30 มิถุนายน 2559 การควบรวมกิจการของบริษัทย่อย 2 แห่ง ได้แก่ บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด และบริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด ซึ่งเป็นการรวมธุรกิจภายใต้การควบคุมเดียวกันเพื่อปรับโครงสร้างการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ หลังจากการควบรวมกิจการดังกล่าว บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด มีทุนจดทะเบียนเพิ่มขึ้นเป็น 97 ล้านบาท และบริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด ได้จดทะเบียนเลิกกิจการกับกระทรวงพาณิชย์ และได้ดำเนินการชำระบัญชีเสร็จสิ้นเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2559
 - วันที่ 27 ธันวาคม 2559 บริษัท เนชั่น คิวดิจ จำกัด ได้จดทะเบียนเลิกกิจการกับกระทรวงพาณิชย์ และอยู่ระหว่างชำระบัญชี
- ปี 2560
- วันที่ 2 พฤษภาคม 2560 บริษัทฯ มีมติเพิ่มทุนในบริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด จาก 97 ล้านบาท เป็น 200 ล้านบาท ทำให้บริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 99.74
 - วันที่ 29 มิถุนายน 2560 บริษัทฯ ดำเนินการเลิกกิจการและเสร็จสิ้นการชำระบัญชีของ บริษัท เนชั่น คิวดิจ จำกัด
- ปี 2561
- วันที่ 2 เมษายน 2561 บริษัทฯ มีมติเข้าซื้อหุ้น บริษัท วันเวลด์ มีเดีย จำกัด (OWM) จำนวน 10 ล้านหุ้นจากผู้ถือหุ้นเดิม โดยมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 99.99
 - วันที่ 10 พฤษภาคม 2561 บริษัทฯ มีมติเพิ่มทุนในบริษัท วันเวลด์ มีเดีย จำกัด จากจำนวน 10 ล้านบาท เป็น 60 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 99.99
 - วันที่ 30 ตุลาคม 2561 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นได้อนุมัติจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนแบบกำหนดวัตถุประสงค์ (Specific Objective) เพื่อเสนอขายให้แก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement) มูลค่าที่ตราไว้ 1 บาทต่อหุ้น
 - วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561 บริษัทฯ จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงย้ายสำนักงานที่ตั้งสำนักงานใหญ่และบริษัทย่อย จาก 1858/121-122, 125-128 ถ.บางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ เป็น 333 อาคารเล้าเป้งจวน 1 ชั้น 24 ซอยเฉยพ่วง ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ และดำเนินการจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เรียบร้อยแล้ว
 - วันที่ 29 พฤศจิกายน 2561 บริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงทุนจดทะเบียน จากเดิมจำนวน 259,250,000 บาท เป็น 390,549,286 บาท และมีทุนชำระแล้วจากเดิมจำนวน 170,049,286 บาท เป็น 365,549,286 บาท อันเนื่องมาจากการเพิ่มทุนแบบกำหนดวัตถุประสงค์ (Specific Objective) เพื่อเสนอขายให้แก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement) และดำเนินการจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เรียบร้อยแล้ว

1.3 โครงสร้างการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ

โครงสร้างกลุ่มธุรกิจและการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ ปี 2561



บริษัทฯ และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัทฯ”) โดยมีรายละเอียดของบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ดังนี้

ชื่อบริษัทย่อย	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (%)
บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NGE) ทุนจดทะเบียน 200 ล้านบาท	สิ่งพิมพ์ (หนังสือการ์ตูน)	99.74
บริษัท วันเวิลด์ มีเดีย จำกัด (OWM) ทุนจดทะเบียน 60 ล้านบาท	สิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์แจกฟรี)	99.99

ภาพรวมในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

ลักษณะการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย

- สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊กส์ ซึ่งผลิตและจำหน่ายหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์ ที่ได้ลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ
- สำนักพิมพ์สำหรับเด็ก ซึ่งผลิตและจำหน่ายหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา
- ตัวแทนรับจัดการการพิมพ์ จัดจำหน่าย และขายสมาชิกหัวหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศ
- ผลิตเนื้อหาให้นักเรียนมัธยมปลายทั่วประเทศ รวมทั้งจัดประกวดด้านภาษาอังกฤษ
- ให้บริการข้อมูลข่าวสารในรูปแบบของสื่อออฟไลน์และออนไลน์ ด้วยการผลิตหนังสือพิมพ์แจกฟรี และการขายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Media ต่าง ๆ

โดยกลุ่มบริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์ ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนถึงสิ้นปี 2561 มาแล้วทั้งสิ้น จำนวนมากกว่า 500 ปก ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มบริษัทฯ จะจัดจำหน่ายผ่านผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ในประเทศ โดยมีจุดกระจายหนังสือรวมกันทั้งสิ้นมากกว่า 10,000 จุด นอกจากนั้น กลุ่มบริษัทฯ ยังดำเนินธุรกิจผลิต และจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนเพื่อการศึกษา บันเทิง และการเสริมทักษะ ซึ่งรวมถึงการ์ตูน และนิทานประเภทต่างๆ ผ่านบริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (NGE) โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี กลุ่มบริษัทฯ จะมุ่งเน้นการผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูนยอดนิยมที่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากสำนักพิมพ์ชั้นนำของประเทศญี่ปุ่น และประเทศในทวีปเอเชีย อื่น ๆ อาทิ โคราเอมอน เกรซอนชินจัง ดราก้อนบอล และนารูโตะ นินจาคาถาโอ้โฮเฮะ เป็นต้น รวมทั้งสิ่งพิมพ์ที่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากกลุ่มประเทศแถบอเมริกา โดย ณ สิ้นปี 2561 กลุ่มบริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายหนังสือสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนมาแล้วทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 5,500 ปก ซึ่งส่วนใหญ่ กลุ่มบริษัทฯ จะจัดจำหน่ายผ่านเอเจนต์หนังสือ และผู้จัดจำหน่ายหนังสือ โดยมีจุดกระจายหนังสือรวมกันทั้งสิ้นกว่า 9,000 จุด

บริษัทฯ ยังดำเนินธุรกิจรับจัดพิมพ์ เป็นตัวแทนขายสมาชิกจัดจำหน่าย และขายโฆษณาเพียงผู้เดียวให้กับหนังสือพิมพ์ Yomiuri Shimbun จากญี่ปุ่น ส่งผ่านดาวเทียมทุกวัน และเป็นตัวแทนขายสมาชิกผู้เดียวให้กับ Wall Street Journal Digital และเป็นตัวแทนขายหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร Financial Times, Time, Fortune, Forbes, The Economist, Bloomberg, Businessweek, Business Traveller ฯลฯ รวมทั้งสิ้น 100 หัว โดยมีกลุ่มลูกค้า เช่น นักธุรกิจชาวไทย และชาวต่างประเทศ นักท่องเที่ยว นักวิชาการ โดยมีการจัดจำหน่ายผ่านร้าน และแผงหนังสือทั่วประเทศ รวมทั้ง Bulk sale ไปยังกลุ่มโรงแรม และองค์กรต่างๆ

สรุปลักษณะการประกอบธุรกิจของแต่ละบริษัท

บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็นทรัล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

- ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ โดยผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์ ที่ได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นกลุ่มผู้อ่านที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และมีได้มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง
- เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ต่างประเทศและนิตยสารต่างประเทศ ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นนักธุรกิจทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ
- เป็นตัวแทนขายสมาชิกและตัวแทนขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ที่พิมพ์ในประเทศไทย และนิตยสารต่างประเทศอีกมากมาย รับจ้างพิมพ์หนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun รวมถึงบริการรับจัดส่งหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศอีกหลายฉบับ (หนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ปรับแผนการตลาด และหยุดการให้สิทธิการผลิตและจัดจำหน่ายในรูปแบบสิ่งพิมพ์ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2561 เป็นต้นไป)

บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด

- ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ โดยผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนเพื่อการศึกษา และบันเทิง สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่เป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี โดยมุ่งเน้นหนังสือการ์ตูนยอดนิยมที่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากสำนักพิมพ์ชั้นนำของประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย รวมทั้งการรู้ความรู้อะไรและวรรณกรรมเยาวชนต่างๆ โดยมีได้มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง
- ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ โดยผลิต นำเข้า และจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนเพื่อการศึกษา บันเทิง และการเสริมทักษะ สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่เป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี ส่วนใหญ่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากกลุ่มประเทศแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย โดยมีได้มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง

บริษัท วันเวิลด์ มีเดีย จำกัด

- ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับให้บริการข้อมูลข่าวสารในรูปแบบของสื่อออฟไลน์และออนไลน์ ด้วยการผลิตหนังสือพิมพ์ แจกฟรี หรือ Free sheet ภายใต้ชื่อ Rabbit Today และการขายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Media ต่าง ๆ

จุดเด่นในการประกอบธุรกิจ**1. ธุรกิจสิ่งพิมพ์****1.1 กลุ่มบริษัทฯ ได้รับการยอมรับและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั่วโลก**

กลุ่มบริษัทฯ เป็นผู้ริเริ่มการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์การ์ตูนที่มีการขอลิขสิทธิ์จากสำนักพิมพ์จากต่างประเทศอย่างถูกต้องเป็นรายแรกของประเทศไทย ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา 20 ปีที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทฯ ได้พิสูจน์ให้เจ้าของลิขสิทธิ์ต่างๆ เห็นว่า บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างตรงไปตรงมา และถูกต้องตามจริยธรรมการดำเนินการธุรกิจที่ดี

จากการชี้แจงแนวทางการดำเนินการข้างต้น ทำให้กลุ่มบริษัทฯ ได้รับการยอมรับและเชื่อมั่นจากสำนักพิมพ์ต่างๆ ทั่วโลก ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ มีโอกาสสูงในการได้รับการพิจารณาคัดเลือกจากสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือที่ได้รับความนิยมจากต่างประเทศเพื่อมาดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศให้ได้ตามเป้าหมาย

1.2 กลุ่มบริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสืออย่างต่อเนื่อง

กลุ่มบริษัทฯ มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยม และมียอดขายสูงประเภทสิ่งพิมพ์สูงติดอันดับต้นๆ ของประเทศไทยต่อเนื่องมายาวนาน โดยโดดเด่นในหมวดการ์ตูน อาทิ หนังสือการ์ตูน One Punch Man โดราเอมอน นารูโตะ เกรซอนชินจัง โปรูโตะ Platinum End, Jojotion, Jojonium และ Dragon Ball Super หมวดหนังสือเด็ก ประเภทนิทานและกิจกรรมเสริมทักษะ อาทิ หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะดิสนีย์ ได้แก่ Frozen, Princess, Disney Animation และ Marvel ได้แก่ Spiderman และ Avenger เป็นต้น หนังสือหมวดธุรกิจบริหารและการลงทุน และสุขภาพ เป็นต้น

1.3 กลุ่มบริษัทฯ ผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือหลากหลายประเภท

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ที่ให้ทั้งความรู้และความบันเทิงหลากหลายประเภทในรูปแบบของหนังสือเพื่อกระตุ้นจิตสำนึกสำหรับกลุ่มผู้อ่านที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนสำหรับกลุ่มผู้อ่านที่เป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี ดังนั้น สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือของกลุ่มบริษัทฯ จึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้ทุกกลุ่ม ทุกเพศ และทุกวัย ซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้อ่านกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

1.4 กลุ่มบริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นที่สามารถช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ได้

บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจสิ่งพิมพ์มากกว่า 50 ปี รวมทั้งได้รับการยอมรับจากวงการอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ทั่วโลก ซึ่งเอื้อต่อการดำเนินกิจการจัดการพิมพ์ และจัดจำหน่ายของกลุ่มบริษัทฯ

1.5 กลุ่มบริษัทฯ มีทีมบริหารและบรรณาธิการที่มีคุณภาพ

จากการที่กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการคัดเลือกจ้างทีมงานบรรณาธิการที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีทัศนคติที่ดีกับสายงาน รวมทั้งมีการพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ทีมงานบรรณาธิการของกลุ่มบริษัทฯ มีคุณสมบัติเพียบพร้อม และสามารถถ่ายทอดงานพิมพ์จากต้นฉบับภาษาต่างประเทศมาเป็นภาษาไทยได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์และมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าและบุคคลทั่วไป รวมถึงมีการปรับปรุงด้านการบริหารจัดการเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายและรวดเร็วของลูกค้าในยุคดิจิทัล

2. ธุรกิจดิจิทัล

2.1 บริษัทฯ มีสินค้าและบริการหลากหลายประเภทที่ครอบคลุมทุกความต้องการของผู้บริโภค

บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจการผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ภายในเครือของบริษัทฯ ทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นหนังสือการ์ตูน หนังสือพิมพ์ นิตยสาร รวมถึงสินค้าและบริการต่างๆ ในกลุ่มสินค้าอุปโภค บริโภค ทำให้ครอบคลุมต่อทุกความต้องการของตลาด โดยไม่จำกัดอยู่แค่เฉพาะผลิตภัณฑ์ภายในเครือของบริษัทฯ แต่ได้นำสินค้าและบริการของพันธมิตร เข้ามาจัดจำหน่ายบนเว็บไซต์ และช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจดิจิทัลทั้งหมดอีกด้วย

2.2 การเติบโตอย่างต่อเนื่องของตลาดดิจิทัล ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในกลุ่ม Gen Y ที่เกิดในช่วงปีพ.ศ. 2523-2540 และ Gen Z ที่เกิดพ.ศ. 2540 เป็นต้นไป ต่างเติบโตมาพร้อมกับโลกดิจิทัล ทำให้มีความคุ้นเคยกับสื่อดิจิทัลต่างๆ บวกกับความสนใจในสื่อดิจิทัลของผู้คนในปัจจุบัน ที่มีการส่งต่อ (Share) ผ่านสื่อออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ช่องทางของธุรกิจดิจิทัลเติบโตตามไปด้วย

โดยมูลค่าธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) ในประเทศไทย ในปี 2560 อยู่ที่กว่า 2.8 ล้านล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็นกว่า 3 ล้านล้านบาทในปี 2561 ส่วนในปี 2562 คาดว่า ตลาดอีคอมเมิร์ซในไทยจะโตขึ้นประมาณร้อยละ 8 มีมูลค่าตลาดประมาณ 3.2 ล้านล้านบาท ทั้งนี้ ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจดิจิทัลเติบโตมาจากความนิยมและความมั่นใจของผู้บริโภคที่มี

ต่อการซื้อขายออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น เห็นได้จากความถี่ในการสั่งซื้อ รวมไปถึงราคาสินค้าที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อทางออนไลน์สูงขึ้น (ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA), 2561)

บริษัทฯ จึงมีการวางแผนพัฒนา และปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2562 บริษัทฯ จะมีการปรับปรุงเว็บไซต์ให้ผู้ใช้งานเข้าถึงได้รวดเร็ว และสะดวกที่สุด ภายใต้แนวคิด Social Commerce คือ การสร้างเครือข่ายออนไลน์รูปแบบใหม่ ที่มีข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มลูกค้าเป้าหมายผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆ ซึ่งสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจคล้ายๆ กัน

2.3 เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์สื่อสิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โลจิสติกส์ ภายในกลุ่มเครือของบริษัทฯ

การที่บริษัทฯ เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์สื่อสิ่งพิมพ์ ทำให้บริษัทฯ เป็นที่รู้จัก และมีความน่าเชื่อถือต่อผู้บริโภค ซึ่งสร้างความได้เปรียบในด้านการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการของธุรกิจดิจิทัล อีกทั้ง การขายผ่านช่องทางออนไลน์ บริษัทฯ ยังสามารถบริหารและควบคุมต้นทุนสินค้าได้ดีกว่าการขายผ่านตัวแทนจำหน่าย ซึ่งจะต้องเสียค่าธรรมเนียมฝากขาย (Commission) ก่อนข้างสูง และมีปัญหาเรื่องปริมาณสินค้าคงคลังที่ต้องกระจายไปอยู่ตามร้านของตัวแทนจำหน่าย

ในส่วนของสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์เอง ก็มีต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้ประโยชน์ต่อเนื่องจากการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เล่มกระดาษ ประหยัดวัสดุในการสร้างสื่อ ซึ่งง่ายและสามารถทำได้รวดเร็ว อีกทั้ง บริษัทฯ ยังสามารถประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในเครือของกลุ่มบริษัทฯ ทั้งช่องทางหนังสือพิมพ์ โซเชียลมีเดีย โทรทัศน์ วิทยุ งานแสดงสินค้า และอื่นๆ โดยการกระจายข้อมูลทางออนไลน์นั้น สามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีค่าใช้จ่ายการประชาสัมพันธ์ที่ต่ำ

3. ธุรกิจโฆษณาบนหนังสือพิมพ์แจกฟรี และสื่อออนไลน์

ดำเนินธุรกิจผ่านบริษัท วันเวิลด์ มีเดีย จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการข้อมูลข่าวสารในรูปแบบของสื่อออฟไลน์ และออนไลน์ ด้วยการผลิตหนังสือพิมพ์แจกฟรี หรือ Free Sheet ภายใต้ชื่อ Rabbit Today ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตประจำวันในเมือง ที่มีจุดกระจายหนังสือพิมพ์แจกฟรีตามแนวสถานีรถไฟฟ้า รถไฟฟ้าใต้ดิน และจุดที่มีการสัญจรพลุกพล่าน ที่เป็นจุดสำคัญในการกระจายสิ่งพิมพ์และครอบคลุมสถานที่สำคัญต่างๆ ทำให้เข้าถึงผู้อ่านได้ง่าย และทั่วถึง โดยแจกฟรี 5 วันต่อสัปดาห์ และผลิตสื่อโฆษณาบน Social media ต่าง ๆ ทางออนไลน์ ผ่านช่องทาง Website: www.rabbittoday.com, Facebook: RabbitTodayOfficial, Instagram และ Twitter

3.1 ธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสื่อและโฆษณามีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

สมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย ได้วิเคราะห์ว่าในปี 2562 ธุรกิจโฆษณาจะมีการเติบโตประมาณร้อยละ 4.1 หรือมีมูลค่า 121,286 ล้านบาท โดยสื่อที่เติบโตสูงสุดยังคงเป็นสื่อดิจิทัล ส่วนสื่อที่เติบโตน้อยที่สุดคือ นิตยสาร สะท้อนพฤติกรรมผู้บริโภคติดสมาร์ทโฟน และท่งอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ซึ่งทิศทางการขยายตัวของสื่อออนไลน์ในช่วงที่ผ่านมา ทำให้สื่อทุกประเภทปรับตัวเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อตอบสนองรูปแบบการเสพสื่อในยุคนี้

3.2 มีการผสมผสานทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคที่พฤติกรรมแสวงหาหลายช่องทาง

สำหรับธุรกิจของ OWM มุ่งเน้นการให้บริการข้อมูลข่าวสารทั้งแบบออฟไลน์ และออนไลน์ เพื่อเจาะกลุ่มตลาดลูกค้าของกลุ่มบริษัทฯ ได้กว้างขวางมากขึ้น และสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยผลิตหนังสือพิมพ์แจกฟรี เพื่อให้ลูกค้ามีความสนใจ และติดตามข่าวสารมากขึ้น ด้วยการสร้างเนื้อหาคอนเทนต์ที่จูงใจผู้อ่าน โดยมีจุดเด่นของเนื้อหาที่เน้นไลฟ์สไตล์เป็นหลัก และการทำคลิปวิดีโอเพื่อเพิ่มการหมุนเวียนของผู้อ่านผ่านสื่อออนไลน์ของ OWM ซึ่งที่ผ่านมาสื่อออฟไลน์และออนไลน์ของ OWM ได้รับการตอบรับจากผู้อ่านเป็นอย่างดี

3.3 นำแบรนด์ Rabbit มาใช้กับ Free Sheet ภายใต้ชื่อ Rabbit Today ทำให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่ายขึ้น

ทาง OWM ได้ทำสัญญาขอใช้ชื่อและเครื่องหมายของ “Rabbit” กับบริษัท บางกอก สมาร์ทการ์ด ซิสเต็ม จำกัด (BSS) โดยมีระยะเวลาสัญญา 6 ปี เพื่อใช้กับ Free Sheet ที่แจกฟรีตามสถานที่ต่างๆ ภายใต้ชื่อ “Rabbit Today” เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์ (Brand Awareness) รวมถึงทำให้ลูกค้ามั่นใจที่จะตัดสินใจลงโฆษณากับ OWM ได้ รวมถึงผู้อ่านมีความสนใจ และติดตามข่าวสารจาก Rabbit Today มากขึ้น

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเ็นชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีรายได้จำแนกตามประเภทธุรกิจ ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

รายได้จากกลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการโดย	2561		2560		2559	
		ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ธุรกิจสำนักพิมพ์							
1.1 การผลิตและจำหน่ายพ็อคเก็ตบุ๊กส์	NINE	18.13	17.65	22.93	14.49	31.09	17.06
1.2 การผลิตและจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชน	NGE	29.25	28.47	53.43	33.76	58.65	32.19
2. ธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศและบริการที่เกี่ยวข้อง ¹	NINE	27.27	26.55	49.55	31.31	54.72	30.03
3. ธุรกิจดิจิทัล	NINE	1.94	1.89	2.84	1.79	3.63	1.99
4. ธุรกิจด้านการศึกษา							
4.1 สื่อการเรียนการสอน/รายการผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อรูปแบบใหม่	NINE	1.69	1.65	6.30	3.98	4.57	2.51
4.2 สื่อสิ่งพิมพ์การเรียนการสอนและบริการที่เกี่ยวข้อง	NINE	2.13	2.08	2.23	1.41	8.62	4.73
5.ธุรกิจโฆษณา	OWM	7.92	7.71	-	-	-	-
6. รายได้อื่น ²		14.38	14.00	20.99	13.26	20.93	11.49
รายได้รวม		102.72	100.00	158.27	100.00	182.21	100.00

หมายเหตุ: ¹ รวมรายได้จากค่าจ้างพิมพ์ ค่าจัดส่ง และค่าบริการจากการเป็นตัวแทนขายโฆษณาในสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

² รายได้อื่นๆ ได้แก่ รายได้ค่าบริการส่วนกลาง ค่าบริการอื่นๆ รวมทั้ง รายได้จากการขายเศษซาก ดอกเบี้ยรับ และอื่นๆ เป็นต้น

2.2 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายธุรกิจ

1. ธุรกิจสำนักพิมพ์

1.1 หนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์

1.1.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อสำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊กส์” ซึ่งผลิตและจำหน่ายหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์ที่ได้รับความนิยมไว้วางใจ โดยได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ให้เป็นผู้จัดพิมพ์และจำหน่ายผลงานที่มีคุณภาพ ครอบคลุมเนื้อหาหลากหลายแนว ได้แก่ หมวดบริหารและการจัดการ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหาร และการจัดการในหัวข้อต่าง ๆ รวมถึงเศรษฐศาสตร์ การเงิน การลงทุน การบัญชี การตลาด ภาษี และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ หมวดภาษาและการเรียนรู้ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะด้านภาษาและการทดสอบความถนัดด้านต่าง ๆ ปรัชญา ความเชื่อ และศาสตร์ด้านโหราศาสตร์และฮวงจุ้ย หมวดทั่วไปที่มีเนื้อหาหลากหลาย ครอบคลุม รวมถึง

ความสนใจด้านต่าง ๆ ของผู้อ่านในวงกว้าง เช่น ไลฟ์สไตล์ ธรรมชาติประวัติ สุขภาพ และหมวดนิยาย วรรณกรรม ที่เป็นหนังสือแปลจากต่างประเทศ เป็นต้น

1.1.2 ลูกค้ายุคใหม่เป้าหมาย

ลูกค้ายุคใหม่เป้าหมายหลักคือ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเองในแง่มุมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทักษะในการทำงาน การใส่ใจสุขภาพ การพัฒนาความคิด และปรัชญาการดำเนินชีวิต ที่มีความชื่นชอบในการอ่านหนังสือเพื่อความบันเทิงและสาระความรู้

1.1.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบัน บริษัทฯ ทำการจัดจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางการจำหน่ายประเภทต่างๆ ดังนี้

1.ร้านหนังสือ เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายที่ใหญ่ที่สุดของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่จัดจำหน่ายผ่าน บมจ.ซีอีเคยูเคชั่น ซึ่งจะจำหน่ายหนังสือในร้านหนังสือของตนเองที่มีจำนวนสาขามากที่สุดเป็นอันดับ 1 และกระจายหนังสือสู่ร้านค้าและร้านหนังสือชั้นนำอื่นๆ ต่อไป รวมถึงมีการวางจำหน่ายแบบเปิดหน้าบัญชีเอง คือ การจัดจำหน่ายโดยตรงกับร้านหนังสืออื่นๆ ที่เป็นช่องว่างทางการตลาด อาทิ ร้านดับเบิ้ลยู บิ๊กทาวเวอร์ ร้านบุ๊กส์ไมล์ ควบคู่ไปกับการผลิตและจำหน่ายหนังสือเล่มพิเศษเฉพาะทางภายใต้โครงการ “Only At 7” ซึ่งมีร้านบุ๊กส์ไมล์เป็นตลาดหลัก ร้านค้าปลีกเครือข่าย (Convenient Store) อื่นๆ เป็นตลาดรอง เพื่อมุ่งเน้นกระจายหนังสือไปถึงผู้อ่านภายใต้แนวคิด “หนังสือดี ราคาประหยัด” อย่างกว้างขวางต่อเนื่องอีกด้วย

2.บูรณาการจำหน่ายหนังสือ เป็นการเปิดบูรณาการจำหน่ายหนังสือแก่ผู้อ่านโดยตรง โดยมีหนังสือหลากหลายประเภท และครบครันด้วยราคาที่เหมาะสม ผ่านรูปแบบงานตามสถานที่และขนาดในการจัดงานแบบต่างๆ โดยแบ่งเป็นงานบูรณาการระดับชาติ โดยได้รับการสนับสนุนจากสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย อาทิ งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ งานมหกรรมหนังสือระดับชาติ งานสัปดาห์ครอบครัวหนังสือ และงานสัปดาห์หนังสืออื่นๆ ในส่วนภูมิภาค งานบูรณาการโมเดิร์นเทรด ทั้งที่จัดขึ้นเอง และจัดร่วมกับห้างสรรพสินค้าต่างๆ ภายในพื้นที่ห้างสรรพสินค้านั้นๆ งานบูรณาการโรงเรียนและมหาวิทยาลัย ทั้งโดยการจัดร่วมกับงานสัปดาห์ห้องสมุด สัปดาห์วิทยาศาสตร์ สัปดาห์วิชาการ และงานวาระพิเศษต่างๆ ของโรงเรียนแล้ว ยังมีการจัดขึ้นเป็นลักษณะงานโรดโชว์ เพื่อให้ความรู้และแนะนำหนังสือไปในตัวอีกด้วยส่วนหนึ่ง

3.จำหน่ายตรงแก่องค์กร เป็นการจำหน่ายหนังสือแก่ผู้บริหารที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ และบริษัทเอกชน โรงเรียน มหาวิทยาลัย และหน่วยงานราชการอื่นๆ ที่มีความต้องการหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายของบริษัทฯ

4.ช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ เช่น การจำหน่ายหนังสือให้แก่บริษัทในเครือเนชั่น เพื่อใช้เป็นของขวัญปีใหม่หรือของสมนาคุณแก่ลูกค้าของทางบริษัทฯ การจำหน่ายผ่านช่องทางจัดจำหน่ายออนไลน์ ได้แก่ Nstore.net (ของบริษัทฯ) ร้านค้าอีคอมเมิร์ซ, 24 Shopping, LINE SHOP, LAZADA และผ่าน Facebook Fanpage ของบริษัทและเครือเนชั่น ซึ่งให้ส่วนลดเป็นพิเศษแก่ผู้สั่งซื้อ และเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสำหรับผู้อ่านมากยิ่งขึ้น

ในปี 2561 สำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊กส์” ได้จัดจำหน่ายหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางการจำหน่ายหลัก คือ ร้านหนังสือ รองลงมาได้แก่การจัดจำหน่ายตรงผ่านบูธในห้างสรรพสินค้า สถาบันการศึกษา หน่วยงานราชการ องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน อาคารสำนักงานต่างๆ และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ เช่น 7-Eleven ตามลำดับ รวมจุดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 10,000 จุด (ที่มา : บริษัทฯ)

1.1.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

1) บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตและจำหน่ายหนังสือเพื่อเกิดบุ๊คส์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายครอบคลุมความต้องการของนักอ่านทุกกลุ่มอายุ เพศ และอาชีพ โดยพิจารณาคัดเลือกหนังสือทั้งในแง่ของเนื้อหา คุณภาพ และความเหมาะสม เพื่อให้หนังสือของบริษัทฯ สามารถเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างความบันเทิง และความรู้ของผู้อ่านให้ทันต่อยุคสมัย

2) เนื่องจากบริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้นบริษัทฯ จึงใช้ข้อได้เปรียบดังกล่าวในการคัดเลือกผลงานของนักเขียน และสำนักพิมพ์ที่เป็นที่ชื่นชอบของนักอ่านชาวไทย และมีคุณภาพระดับโลกโดยมียอดขายในระดับต้นๆ (Best seller) มานำเสนอ

3) ในส่วนของหนังสือเพื่อเกิดบุ๊คส์ที่เป็นหนังสือแปลจากภาษาต่างประเทศ บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นคุณภาพการแปลให้มีความถูกต้องตรงกับต้นฉบับมากที่สุด โดยไม่ละทิ้งความสละสลวยของสำนวนภาษาในบทแปล เพื่อเสริมสร้างอรรถรสในการอ่านหนังสือ และเสริมสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้อ่านมากที่สุด

4) บริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาจำหน่ายหนังสือที่เหมาะสม และสามารถแข่งขันกับสำนักพิมพ์อื่นในตลาดได้ รวมทั้งสร้างแรงจูงใจในการซื้อหนังสือ เช่น จัดจำหน่ายหนังสือในราคาพิเศษ หรือให้ส่วนลดพิเศษสำหรับหนังสือบางหมวด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่มีนโยบายทำการตลาดด้วยราคาต่ำกว่าคู่แข่ง (Price War)

5) บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่างๆ เช่น การเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือต่างๆ การเปิดตัวหนังสือ การพบปะนักเขียน การจัดส่งหนังสือให้แก่สื่อต่างๆ รวมถึงนักวิจารณ์ เป็นต้น

6) บริษัทฯ ได้ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ชื่อของสำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊คส์” และหนังสือให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักอ่านผ่านสื่อต่างๆ หลากหลายรูปแบบให้ครบถ้วน เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ เป็นต้น

1.2 สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชน

1.2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิต นำเข้า และจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนเพื่อการศึกษา บันเทิง และการเสริมทักษะ โดยดำเนินธุรกิจผ่านบริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

ก) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่น ๆ ในทวีปเอเชีย

ดำเนินธุรกิจผ่าน NGE โดยเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนเพื่อการศึกษาและบันเทิงสำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่เป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี โดยมุ่งเน้นหนังสือการ์ตูนยอดนิยมและฉบับนิยายที่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากสำนักพิมพ์ชั้นนำทั้งภายในประเทศและประเทศญี่ปุ่น เช่น Shueisha, Shogakukan เป็นต้น จนถึงปี 2561 ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชน ทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 400 เรื่อง หรือมากกว่า 4,000 ปก เช่น นารูโตะ นินจาคาถาโอ้โฮเฮะ โดราเอมอน เครยอนชินจัง และ One Punch Man เป็นต้น

ข) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบอเมริกา

ดำเนินธุรกิจผ่าน NGE โดยเป็นผู้ผลิต นำเข้า และจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนที่ได้รับลิขสิทธิ์จากสำนักพิมพ์ชั้นนำจากประเทศอเมริกา สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่เป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 18 ปี โดยส่วนใหญ่ผลิตเป็น 2 ภาษา ซึ่งมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในเล่มเดียวกัน เช่น หนังสือนิทานภาพ และหนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ

1.2.2 ลูกค้าย่อยเป้าหมาย

ลูกค้าย่อยเป้าหมายแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

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

โดยหนังสือของกลุ่มบริษัทฯ นั้น มีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าย่อยเป้าหมายในพิสัยที่ต่างกันดังนี้

- หนังสือการ์ตูนและนิตยสารการ์ตูน มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น และอาจรวมไปถึงผู้ใหญ่ที่มีความชื่นชอบในการอ่านหนังสือการ์ตูน เนื่องจากเป็นความบันเทิงรูปแบบหนึ่งที่มีต้นทุนต่ำ
- นิทาน หนังสือภาพ และหนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มเด็กเล็ก
- วารสารกรรมเยาวชนมีลักษณะเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ จึงมีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายครอบคลุมกลุ่มเด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น
- หนังสือสาระความรู้มีความละเอียดของเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ ครอบคลุมลูกค้าย่อยเป้าหมายตั้งแต่กลุ่มเด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น
- หนังสือสารานุกรม มีความละเอียดของเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายตั้งแต่กลุ่มเด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น
- หนังสือคู่มือข้อสอบสำหรับเยาวชน กลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มเด็กชั้นประถมศึกษา

1.2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ก) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย

NGE เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย โดยจัดจำหน่ายให้กับเอเจนต์ที่จัดจำหน่ายการ์ตูน และผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ที่มีร้านหนังสือหลายสาขา ซึ่งเป็นการขายที่อาจมีการรับคืนได้ในภายหลัง โดยเอเจนต์เหล่านี้จะกระจายสินค้าต่อไปยังร้านหนังสือค้าปลีกรายย่อย ซึ่งจะจำหน่ายต่อไปให้แก่ผู้อ่านอีกทอดหนึ่ง

ในปี 2561 NGE จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชียส่วนใหญ่ผ่านเอเจนต์การ์ตูน รองลงมาได้แก่ ร้านหนังสือ ร้านค้าโมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าที่ไม่ได้จำหน่ายหนังสือเป็นหลัก รวมทั้งช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ ได้แก่ จำหน่ายตรงผ่านบูธ งาน event ตามลำดับ

ข) สิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบอเมริกา

NGE เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศอเมริกา โดยจัดจำหน่ายผ่านผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ที่มีร้านหนังสือหลายสาขา และร้านค้าโมเดิร์นเทรด ซึ่งมีเงื่อนไขการขายที่อาจมีการรับคืนได้ในภายหลัง โดยร้านค้าเหล่านี้จะจำหน่ายต่อไปให้แก่ผู้อ่านอีกทอดหนึ่ง นอกจากนี้ NGE ยังมีการจัดจำหน่ายโดยตรงแก่สถาบันการศึกษาด้วยเช่นกัน

ในปี 2561 NGE จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบอเมริกา ส่วนใหญ่ผ่านร้านหนังสือ รองลงมาได้แก่ ร้านค้าโมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าอื่นๆ ที่ไม่ได้จำหน่ายหนังสือเป็นหลัก รวมทั้งจำหน่ายตรงผ่านบูธ โรงเรียน และองค์กรต่างๆ และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ เช่น ร้านค้าออนไลน์

1.2.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

1) คัดเลือก สร้างสรรค์ พัฒนาสื่อที่มีคุณภาพ

บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนที่มีคุณภาพ ความเหมาะสม และตอบสนองความต้องการของกลุ่มเด็กและเยาวชน รวมทั้งส่งเสริมความรู้ด้านต่างๆ โดยเฉพาะความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ซึ่งสิ่งพิมพ์หลายประเภทของกลุ่มบริษัทฯ มีภาษาไทยควบคู่กับภาษาอังกฤษ

2) คัดเลือก สร้างสรรค์ สิ่งพิมพ์ที่ทันสมัยและได้รับความนิยมระดับนานาชาติ

กลุ่มบริษัทฯ จะใช้ข้อได้เปรียบสำนักพิมพ์อื่นๆ จากการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ในการพิจารณาเลือกสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมสูงจากต่างประเทศ และมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมในประเทศมาทำการผลิตและจัดจำหน่ายได้ตามเป้าหมาย

3) พัฒนาสิ่งพิมพ์ที่สอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอย่างรวดเร็ว

กลุ่มบริษัทฯ มีการติดตามข่าวสารความนิยมของหนังสือในต่างประเทศและในประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อคัดเลือกเรื่องที่ได้รับคามนิยมสูง มาจัดพิมพ์วางจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้่าน นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับสำนักพิมพ์อื่นๆ ในตลาดได้ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อหนังสือ เช่น จัดจำหน่ายหนังสือเป็นชุดในราคาพิเศษ หรือให้ส่วนลดพิเศษพร้อมของสมนาคุณ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ไม่มีนโยบายทำการตลาดด้วยราคาต่ำกว่าคู่แข่ง (Price War)

4) พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม

กลุ่มบริษัทฯ มีการขายผ่าน e-commerce ในนาม Nstore.net ที่จัดส่งโดยตรงสู่ผู้สั่งผ่านไปรษณีย์ และรถขนส่งของบริษัท NMG นอกเหนือจาก e-commerce อื่นๆ เช่น Lazada, Line shop และ Facebook ทั้งนี้ในเดือนมีนาคม 2562 เป็นต้นไป กลุ่มบริษัทฯ จะเปลี่ยนการขายผ่าน e-commerce ในนาม nejavu.com แทน Nstore.net ซึ่งจะเป็นรูปแบบของ Social Commerce ที่จะมีทั้งชุมชนออนไลน์ที่มีเนื้อหาและข้อมูลที่มีประโยชน์แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และ e-commerce อยู่ภายในเว็บไซต์เดียวกัน รวมทั้งการให้ข้อมูลผ่าน Facebook, Instagram และ Twitter ควบคู่กันไปด้วย

1.3 การจัดหาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

1.3.1 การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

กลุ่มบริษัทฯ จะทำการพิจารณาแนวโน้มอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เพื่อวางแผนกำหนดประเภทสิ่งพิมพ์และรูปแบบเนื้อหาที่จะดำเนินการผลิตในแต่ละปี หลังจากนั้น กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการจัดหาและผลิตสิ่งพิมพ์ โดยมีขั้นตอนหลักในการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

1) การคัดสรรสื่อสิ่งพิมพ์

กลุ่มบริษัทฯ ได้สำรวจตลาดเพื่อสอบถามหรือหาข้อมูลของประเภทหรือรายชื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายโดยตรง ในบางกรณีนักเขียนหรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์อาจทำการติดต่อขอจำหน่ายลิขสิทธิ์ในการผลิตและจัดจำหน่ายแก่กลุ่มบริษัทฯ โดยตรง เนื่องจากชื่อเสียงของกลุ่มบริษัทฯ เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือที่ออกเกิดมู้ดส์ในแนวธุรกิจและการจัดการ และการพัฒนาตนเองของกลุ่มบริษัทฯ

หลังจากนั้น คณะทำงานเพื่อคัดเลือกหนังสือของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหาร บรรณาธิการ ฝ่ายขาย และฝ่ายการตลาด จะทำการคัดเลือกสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมในการผลิตและจัดจำหน่ายซึ่งมีคุณสมบัติเบื้องต้น ดังนี้

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

2) ติดต่อเจรจา และทำสัญญาซื้อลิขสิทธิ์

หลังจากที่ได้รายชื่อบุคคลหรือสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมแล้ว กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อเจรจาราคา และเงื่อนไขในการซื้อลิขสิทธิ์กับนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ สำหรับหนังสือเพื่อกระตุ้นยอดขายในหมวดทั่วไปบางเล่ม กลุ่มบริษัทฯ อาจดำเนินการติดต่อนักเขียนที่คาดว่าจะเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้อ่านมา เพื่อเขียนหนังสือให้แก่กลุ่มบริษัทฯ จากนั้นจึงทำสัญญากับนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์

3) การจัดเตรียมต้นฉบับภาษาไทย

3.1) การแปล ในกรณีที่หนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศ กลุ่มบริษัทฯ จะติดต่อผู้แปลที่มีความเหมาะสมกับประเภทหนังสือเพื่อดำเนินการแปลเป็นภาษาไทย และติดต่อผู้ที่มีความเหมาะสมกับประเภทหนังสือดังกล่าว เพื่อทำหน้าที่บรรณาธิการเล่มตรวจสอบความถูกต้องของสำนวนแปล ซึ่งภายหลังจากที่ผู้แปลทำการลงนามในสัญญาและได้รับต้นฉบับสิ่งพิมพ์ภาษาต่างประเทศจากกลุ่มบริษัทฯ เรียบร้อยแล้ว ก็จะดำเนินการแปล โดยระยะเวลาในการแปลนั้นขึ้นอยู่กับประเภทสิ่งพิมพ์ ความยากง่ายของเนื้อหา และจำนวนหน้า ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลาไม่เกิน 3 เดือน จากนั้นผู้แปลจะดำเนินการส่งผลงานแปลฉบับสมบูรณ์ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ แล้วส่งต่อไปแก่บรรณาธิการเล่มเพื่อดำเนินการตรวจทานและปรับแก้ หลังจากบรรณาธิการตรวจและปรับแก้บทแปลเสร็จสิ้นสมบูรณ์แล้ว ก็จะส่งให้แก่กลุ่มบริษัทฯ เพื่อดำเนินการในขั้นตอนการจัดรูปเล่มและจัดพิมพ์ต่อไป ในกรณีที่สิ่งพิมพ์เป็นหนังสือการ์ตูน กลุ่มบริษัทฯ จะต้องนำต้นฉบับหนังสือการ์ตูนภาษาต่างประเทศมาสแกน เพื่อนำคำแปลลงประกอบภาพการ์ตูน

3.2) การจัดรูปเล่ม ภายหลังจากที่กลุ่มบริษัทฯ ได้รับต้นฉบับสิ่งพิมพ์ภาษาไทยฉบับสมบูรณ์ก็จะนำมาดำเนินการจัดเรียงภาพ เนื้อหา และจัดรูปเล่มให้เหมาะสม ในบางกรณีที่หนังสือพิมพ์จากต่างประเทศ อาจถูกจำกัดให้จัดเรียงและจัดทำรูปแบบให้เหมือนต้นฉบับภาษาต่างประเทศ นอกจากนั้น กลุ่มบริษัทฯ จะทำการออกแบบปกหนังสือและจัดทำปกขึ้นเองในกรณีที่เจ้าของลิขสิทธิ์มิได้บังคับให้ใช้ปกหนังสือของต้นฉบับ หรือในกรณีที่กลุ่มบริษัทฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าปกเดิมไม่เหมาะสมกับกลยุทธ์การขายในประเทศไทย

4) การจัดเตรียมการพิมพ์

4.1) การเตรียมกระดาษ กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อผู้ค้ากระดาษ เพื่อดำเนินการสั่งจองกระดาษที่ใช้ในการจัดพิมพ์ ในระหว่างการเตรียมต้นฉบับ โดยปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ซื้อกระดาษเพื่อใช้ผลิตสิ่งพิมพ์จากบริษัทในเครือเนชั่น และผู้จัดจำหน่ายกระดาษภายในประเทศในราคาตลาด

4.2) การจัดหาโรงพิมพ์ ในระหว่างการเตรียมต้นฉบับ กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อโรงพิมพ์เพื่อกำหนดรูปแบบการพิมพ์ ค่าจ้างพิมพ์ และวันกำหนดส่งของ โดยมีกระบวนการเปรียบเทียบและเจรจาต่อรองเพื่อให้ค่าจ้างพิมพ์ต่ำที่สุดภายใต้รูปแบบสิ่งพิมพ์ที่กลุ่มบริษัทฯ ต้องการ โดยปัจจุบันบริษัทฯ 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 โรงพิมพ์จะจัดส่งหนังสือที่พิมพ์เสร็จเรียบร้อยแล้วมาที่คลังสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อตรวจรับมอบความถูกต้องต่อไป

สรุปสาระสำคัญของสัญญาลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

ในการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ กลุ่มบริษัทฯ จะซื้อลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์มาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นนักเขียนหรือสำนักพิมพ์ทั้งในและต่างประเทศจำนวนหลายราย เพื่อนำมาผลิตและจัดจำหน่ายเพียงรายเดียว (Exclusive) ในประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลา 3-7 ปี และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ในราคาและเงื่อนไขเดิม ส่วนใหญ่มีการกำหนดจำนวนขั้นต่ำในการผลิตสิ่งพิมพ์ครั้งแรก ทั้งนี้ เจ้าของลิขสิทธิ์สามารถยกเลิกสัญญาได้ หากกลุ่มบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาทางการเงิน 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 2561 นับเป็นอีกปีที่ธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์มีแนวโน้มปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากการที่นิตยสารหลายฉบับได้ทยอยปิดตัวลง โดยการเปลี่ยนแปลงของสื่อในยุคออนไลน์เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พฤติกรรม “ผู้อ่าน” สิ่งพิมพ์และโฆษณาลดลง แต่ปัจจัยเร่งที่สำคัญซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ คือ ระบบจัดจำหน่าย ตัวแทนจำหน่าย โรงพิมพ์ และกระดาษ ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องเป็นลูกโซ่ ส่งผลให้อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์อยู่ในช่วงขาลง โดยสถานการณ์นี้ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงแต่ในประเทศไทยเท่านั้น ทว่าทั่วโลกก็ประสบปัญหาดังกล่าวเช่นเดียวกัน

จากผลกระทบดังกล่าว ส่งผลให้ร้านขายหนังสือรายย่อยได้ทยอยปิดตัวลงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะร้านขายหนังสือการ์ตูน ทำให้ผู้อ่านหาซื้อหนังสือการ์ตูนลำบากขึ้น ถึงแม้จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการสูง เนื่องจากราคาต่อเล่มไม่สูง ผู้อ่านสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่าย นอกจากนี้ ร้านค้าออนไลน์ก็ยังไม่สามารถทดแทนได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากยังอยู่ในขั้นตอนการพัฒนา ทำให้รายได้ของหนังสือการ์ตูนลดลงอย่างมาก

ในส่วนของหนังสือสำหรับผู้ใหญ่ เช่น หนังสือแนวธุรกิจและการลงทุน หนังสือสุขภาพ หนังสือแปลที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศยังเป็นหมวดที่ลูกค้าให้ความสนใจอย่างสม่ำเสมอ โดยหากมีการเลือกหนังสือที่มีเนื้อหาดี น่าเชื่อถือ อยู่ในกระแสที่เป็นความสนใจ หรือเจาะกลุ่มผู้อ่านที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น จะสามารถทำให้กลุ่มลูกค้าสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

สำหรับหนังสือเด็กเล็ก เช่น หนังสือกิจกรรมระบายสี เสริมสร้างทักษะ หนังสือสอนภาษาอังกฤษ ยอดขายยังทรงตัว และสำหรับธุรกิจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีการเติบโตมากกว่าเดิม แต่ก็ยังไม่สามารถทดแทนรายได้ที่ลดลงของหนังสือกระดาษได้

จากสถานการณ์ที่กล่าวข้างต้น ปี 2561 บริษัทฯ มีกลยุทธ์ในการสร้างการเติบโตและผลกำไรที่ยั่งยืน โดยพัฒนาการคัดเลือกหนังสือที่มีเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของผู้อ่าน การควบคุมยอดพิมพ์ให้สอดคล้องกับยอดขาย การเพิ่มสินค้าคู่ไปกับหนังสือสำหรับหนังสือเด็กเล็กเพื่อเป็นการจูงใจในการเลือกซื้อ การเพิ่มช่องทางการขายไปยังแหล่งใหม่ เช่น เพิ่มจำนวนร้านค้าออนไลน์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ กลุ่มของบริษัทฯ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และ Social Media รวมถึงการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจต่างๆ

2. ธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ และบริการที่เกี่ยวข้อง

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

ดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศชั้นนำและบริการที่เกี่ยวข้อง ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2561 สิ่งพิมพ์ที่บริษัทฯ ให้บริการมีทั้งหมด 231 ฉบับ ประกอบด้วยหนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศ และสมาชิกออนไลน์ต่างประเทศ ซึ่งธุรกิจดังกล่าวรวมถึงการเป็นตัวแทนขายสมาชิกและเป็นตัวแทนขายโฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ฉบับที่พิมพ์ในประเทศไทย การรับจ้างพิมพ์โดยไม่มิลิสิทธิ์ในสิ่งพิมพ์ คือ หนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun รวมถึง การให้บริการจัดส่งกับหนังสือพิมพ์และนิตยสารอีกหลายฉบับ

2.2 ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ในกรณีหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่นนั้น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ ชาวญี่ปุ่นและครอบครัวที่มาพำนักรและทำงานในประเทศไทยทั้งชั่วคราวและเป็นระยะเวลานาน รวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ในส่วนหนังสือพิมพ์ Financial Times กลุ่มเป้าหมายคือ นักธุรกิจชาวต่างชาติ นักธุรกิจและผู้บริหารระดับสูงชาวไทยที่ต้องการได้รับข่าวสารข้อมูลอัปเดตในภูมิภาคเอเชีย และทั่วโลก บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าจะกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มที่มีความสนใจนิตยสารต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้ตรงกลุ่มมากขึ้น บริษัทฯ ได้แบ่งสินค้าออกเป็น 16 หมวด ดังนี้

Automotive & Motorcycle กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ เป็นเจ้าของร้านขายรถยนต์ ผู้ที่ชื่นชอบการขับรถ และผู้ที่ติดตามการออกรถรุ่นใหม่ ๆ

Business & Finance มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ และนักบัญชีการเงิน ทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่อยู่ในประเทศไทย แต่ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้ขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มนักศึกษาที่กำลังศึกษาด้านธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันมีความสนใจในนิตยสารภาษาต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

Computer & Electronics มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นผู้ประกอบการด้านคอมพิวเตอร์ และอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ รวมถึงคนทำงานด้าน IT นักศึกษา บุคคลทั่วไปที่สนใจในด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และการสื่อสารทุกชนิด

Entertainment มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่ชื่นชอบการติดตามข่าวของดารา ภาพยนตร์ และข่าวบันเทิงทั่วไป

Health & Fitness มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นสถานประกอบการด้านสุขภาพ เช่น ร้านสปา ร้านอาหาร โรงพยาบาล สถานที่ออกกำลังกาย และรวมถึงบุคคลทั่วไปที่รักสุขภาพ

Home & Garden มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นพ่อบ้าน แม่บ้าน และคนทำงานที่สนใจในการตกแต่งบ้านและสวนของตนเอง และผู้ประกอบการธุรกิจบ้านและสวน เพื่อเสนอแนะความต้องการของลูกค้า

Kids & Teens มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นเยาวชน อายุ 7-19 ปี

Men มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นผู้ชาย ที่ชอบติดตามดาราคนโปรดของตนเอง ผ่านภาพและเนื้อข่าวที่น่าสนใจ

News & Current Affairs มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ นักวิชาการ กลุ่มนักศึกษา ที่ชื่นชอบการติดตามข่าวและสนใจในการวิเคราะห์ข่าวในเชิงลึก

Science & Nature มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นนักวิชาการ นักธรรมชาตินิยม นักศึกษาที่สนใจวิทยาศาสตร์ และธรรมชาติ

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

Women มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เป็นบุคคลทั่วไปที่สนใจในเรื่องแฟชั่น ดารา ข่าวบันเทิงต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง

Cooking & Food มีกลุ่มเป้าหมายหลัก เป็นแม่บ้าน และคนทำงานที่มีความสนใจทำอาหาร ต้องการหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเมนูอาหาร และสาระนั้นๆของอาหารต่างๆ

Travel & Vacation มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ และบุคคลทั่วไปที่ต้องการข้อมูลแนะนำการท่องเที่ยว

Jewelry & Watch มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นบริษัท ร้านค้าที่ดำเนินธุรกิจสินค้าเครื่องประดับ

General Interest มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นบุคคลทั่วไปที่ใฝ่หาความรู้ และข้อมูลเพื่อให้ตนเองมีความรู้รอบด้าน

ปัจจุบันบริษัทได้ขยายผลิตภัณฑ์ไปยังข้อมูลประเภทดิจิทัล โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายสมาชิกออนไลน์ให้กับ The Wall Street Journal Asia ซึ่งเป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมมาอย่างยาวนาน โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักธุรกิจระดับสูงที่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ

2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศของบริษัทฯ จะมีช่องทางการจำหน่ายที่แตกต่างกันไปตามที่สำนักพิมพ์เจ้าของลิขสิทธิ์ให้สิทธิไว้ในสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายของแต่ละสิ่งพิมพ์ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

ก) ร้านหนังสือ และแผงหนังสือ (Newsstand): บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายกระจายสิ่งพิมพ์ไปที่ร้านหนังสือ และแผงหนังสือให้กับหนังสือพิมพ์ Yomiuri ฉบับที่ผลิตในประเทศไทย ซึ่งร้านค้าหรือแผงหนังสือนำไปจำหน่ายต่อให้กับผู้อ่านโดยตรง

ข) สมาชิก: บริษัทฯ เป็นตัวแทนในการบอกรับสมาชิกสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งระยะเวลาการเป็นสมาชิกรับนั้นมีความหลากหลายขึ้นกับประเภทหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร เช่น ราย 1 เดือน ราย 1 ปี ราย 2 ปี เป็นต้น โดยสิ่งพิมพ์ส่วนใหญ่ในปัจจุบันจะขายสมาชิกควบคู่ทั้งสิ่งพิมพ์และออนไลน์ โดยมี The Wall Street Journal Asia ที่ขายออนไลน์เพียง

อย่างเดียว สิ่งพิมพ์ดังกล่าวจะถูกจัดส่งถึงสถานที่ที่ผู้เป็นสมาชิกระบุไว้ โดยผู้จัดส่งที่บริษัทฯ หรือผู้ผลิตสิ่งพิมพ์เป็นผู้จ้าง

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

2.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

สำหรับธุรกิจนี้ บริษัทฯ มีนโยบายมุ่งเน้นการเพิ่มยอดขายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายอยู่แล้วในปัจจุบัน โดยการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังช่องทางใหม่ๆ เช่น การจำหน่ายแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ซึ่งเป็นการจัดจำหน่ายที่มีต้นทุนต่ำและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว และการจำหน่ายผ่านศูนย์บริการการขายสมาชิก Nstore.net ซึ่งบริษัทฯ ได้จัดตั้งขึ้นโดยรวบรวมสิ่งพิมพ์ของบริษัทฯ เองและพันธมิตรทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้อ่าน เป็นต้น

บริษัทได้แบ่งการขายสิ่งพิมพ์ออกเป็น 2 ประเภทคือหนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดยในส่วนของนิตยสารได้แบ่งสินค้าออกเป็น 16 กลุ่ม ดังนั้นพนักงานของบริษัทสามารถเจาะตลาดตามลูกค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมายได้ โดยบริษัทฯ มีกลยุทธ์เฉพาะในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายดังนี้

ก) ร้านหนังสือ และแผงหนังสือ (Newsstands) บริษัทฯ มุ่งเน้นการบริหารการส่ง และรับคืนหนังสือให้มีประสิทธิภาพ

ข) สมาชิกส่วนบุคคลทั่วไป (Subscription) บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมการตลาดโดยจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศอื่นๆ ให้แก่สมาชิกในราคาที่ต่ำกว่าราคาดังกล่าว หรือต่ำกว่าราคาที่จำหน่าย ณ แผงหนังสือ รวมถึงมีการมอบของสมนาคุณในกรณีสมัครเป็นสมาชิกสิ่งพิมพ์กับบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการชักชวนให้ผู้อ่านสมัครสมาชิกกับบริษัทฯ โดยผ่านช่องทางหลักคือ การชักชวนทางโทรศัพท์ การออกร้านในงานสัปดาห์หนังสือ การโปรโมทผ่านเว็บไซต์ และการส่งอีเมลและเอกสารไปยังผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เป็นต้น

ค) สมาชิกโรงแรม โรงพยาบาล และองค์กรทั่วไป (Bulk) บริษัทฯ มีทีมการขายที่ติดต่อกับสายการบิน โรงแรม โรงพยาบาล สถาบันการศึกษา และองค์กรอื่นๆ โดยตรงเพื่อชักชวนให้องค์กรเหล่านั้นซื้อสิ่งพิมพ์ต่างประเทศแบบ Bulk จากบริษัทฯ

2.5 บริการจัดพิมพ์ จัดส่งและกระจายสินค้า

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

สรุปสาระสำคัญของสัญญาตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

ในการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ บริษัทฯ จะทำสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่ายกับเจ้าของสิ่งพิมพ์ซึ่งเป็นสำนักพิมพ์ต่างประเทศจำนวนหลายราย โดยส่วนใหญ่มีระยะเวลา 1 ปี สำหรับสัญญาตัวแทนจำหน่ายนิตยสาร และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ สำหรับสัญญาตัวแทนจำหน่ายหนังสือพิมพ์จะหมดอายุเมื่อมีการยกเลิกสัญญา ทั้งนี้ เจ้าของสิ่งพิมพ์สามารถยกเลิกสัญญาได้ หากกลุ่มบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาด้านการเงิน และ/หรืออยู่ในสถานะล้มละลาย และ/หรือเมื่อมีการแจ้งอีกฝ่ายล่วงหน้า เป็นต้น โดยบริษัทฯ จะได้รับค่าตอบแทนเป็นสัดส่วนของปริมาณที่จำหน่าย และค่านายหน้าจากการขายสมาชิก

ทั้งนี้ เนื่องจากหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ได้ปรับแผนการตลาดจากสิ่งพิมพ์เป็นดิจิทัล และหยุดการให้สิทธิการผลิตและจัดจำหน่ายในรูปแบบสิ่งพิมพ์ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2561 เป็นต้นไป รวมทั้งสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ จึงส่งผลให้หน่วยธุรกิจ (Business Unit) ที่รับผิดชอบ และหน่วยงานสนับสนุนในงานดังกล่าว จำเป็นต้องปิดการดำเนินงานนับแต่วันที่ 1 กันยายน 2561 ด้วยเช่นกัน

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

ยอดการจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของกลุ่มลูกค้าของสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่

ก) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาพักในโรงแรมต่างๆ ทั่วประเทศไทย ถือเป็นกลุ่มลูกค้าที่สำคัญในการจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศของบริษัทฯ

ข) กลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย เป็นชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทยเป็นเวลา 1 เดือนขึ้นไป ถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักที่สนใจอ่านนิตยสารและหนังสือพิมพ์จากต่างประเทศ

ค) กลุ่มคนไทยที่สนใจสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ เป็นคนไทยกลุ่มวัยทำงานและนักธุรกิจ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และนักศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปที่ให้ความสนใจข่าวสารต่างประเทศ ถือเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่สนใจอ่านนิตยสารและหนังสือพิมพ์จากต่างประเทศ

ง) กลุ่มสถาบันการศึกษา เป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาโดยทั่วไปเริ่มแบ่งงบประมาณเพื่อซื้อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น จำนวนสถาบันทั้งในสังกัดรัฐและเอกชนมีทั้งสิ้น 197 แห่ง

ในส่วนสภาวะการแข่งขันของธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศประเภทสมาชิกรับนับว่ามีคู่แข่งน้อยราย โดยมีคู่แข่งหลักจำนวน 2 ราย ได้แก่ บจก. แมกกาซีน อินเทอร์เน็ตเซ็กเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) บมจ. โพสท์ พับลิชชิง ส่วนตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทแผงหนังสือหรือร้านค้า มีคู่แข่งจำนวนมากหลายราย ซึ่งประกอบด้วยคู่แข่งที่เป็นร้านหนังสือขนาดใหญ่ที่มีจำนวนหลายสาขา เช่น บจก. เอเซียบุ๊คส์ และคู่แข่งรายย่อยอื่นๆ เป็นต้น

3. สายธุรกิจดิจิทัล

3.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์และรูปแบบเล่ม หลากหลายแนวที่สอดคล้องกับรสนิยมการอ่านในแต่ละไลฟ์สไตล์ทั้งสินค้าของกลุ่มบริษัทเอง และสินค้าฝากขาย ได้แก่ แนวการบริหาร การจัดการ ศาสนา จิตวิทยา ปรัชญา ภาษา นิยาย วรรณกรรม นิทาน การ์ตูน และอื่น ๆ ทั้งที่เป็นหนังสือพิมพ์ พ็อกเก็ตบุ๊ก นิตยสาร และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค หลากหลายประเภท ครอบคลุมผู้บริโภค ทุกเพศ ทุกวัย ทุกไลฟ์สไตล์ เช่น สินค้า IT ของใช้ในบ้าน ของเล่นของใช้สำหรับเด็ก สินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม สินค้ากีฬา อุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ เกม ดิวิดี และอื่น ๆ ผ่านทางช่องทาง Website Nstore.net (เปลี่ยนเป็น www.Nejavu.com นับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2562 เป็นต้นไป) แอปพลิเคชันของพันธมิตร บน iOS และ android Social media ต่าง ๆ Line account อีเมล โทรศัพท์ และ Affiliate Program ดังนี้

การบริหารและการจัดการ (Business and Management)

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการ รวมถึง เศรษฐศาสตร์ การเงิน วิศวกรรม การบัญชี การตลาด ภาษี และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

ภาษา (Language)

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างๆ เกาหลี จีน ญี่ปุ่น ไทย เยอรมัน อังกฤษ และภาษาอื่นๆ

คู่มือประกอบการเรียน (Educational)

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์คู่มือเรียนชั้นประถม มัธยมศึกษา มัธยมศึกษา สอบเข้า คู่มือครู แผนแนวการศึกษา อ่านนอกเวลา พจนานุกรม สารานุกรม สารคดีเชิงวิชาการ

ศาสนาและปรัชญา (Religion and Philosophy)

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อ ธรรมะประยุกต์ พระเครื่อง วัตถุมงคล คำสอนทางศาสนา และปรัชญา

นวนิยาย และวรรณกรรม (Fiction & Literature)

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แนวนวนิยายและวรรณกรรมของนักเขียนไทย และนักเขียนต่างประเทศที่แปลเป็นภาษาไทย บทกวี และกวีนิพนธ์

การ์ตูน (Comics & Manga)

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แนวการ์ตูนทั่วไป และการ์ตูนญี่ปุ่น ที่ให้ความบันเทิง ความเพลิดเพลินในการอ่านสำหรับเด็กและเยาวชน

นิทาน (Story Book)

หนังสือเล่มกระดาษ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แนวนิทานที่ให้ความบันเทิง ความเพลิดเพลินในการอ่านสำหรับเด็กและเยาวชน

หมวดทั่วไป (General Interest)

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

หนังสือพิมพ์ (Newspaper)

จัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์เล่ม และหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ รายปี รายเดือน หมวดหมู่ข่าวทั่วไป ธุรกิจ หนังสือพิมพ์ต่างประเทศอื่นๆ

นิตยสาร (Magazines)

จัดจำหน่ายนิตยสารเล่ม และหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ รายปี รายเดือน ทั้งนิตยสารไทย และต่างประเทศ

ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค หลากหลายประเภท ครอบคลุมผู้บริโภค ทุกเพศ ทุกวัย ทุกไลฟ์สไตล์ ดังนี้

- | | |
|------------------------|------------------------|
| - Mobile & Tablets | - Computers & Laptops |
| - Consumer Electronics | - Camera |
| - Home Appliances | - Home & Living |
| - Toy, Kids, & Babies | - Health & Beauty |
| - Fashion | - Travel & Luggage |
| - Sport & Outdoors | - Automotive & Gadgets |
| - Media, Game & Music | - Lifestyle |
| - Watches | |

3.2 ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือผู้ที่มีอายุ 15-35 ปี เป็นผู้ที่รักการอ่านหนังสือในแนวต่างๆ เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์ชอบการอ่านหนังสือ และการอ่านในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และซื้อสินค้าอุปโภค บริโภคทั่วไปผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรองคือผู้ที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่รักการอ่านหนังสือ และเริ่มอ่านหนังสือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และซื้อสินค้าอุปโภค บริโภคทั่วไปผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

3.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบันบริษัทฯ ทำการจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และสินค้าอุปโภค บริโภคทั่วไป ที่เป็นสินค้าของบริษัทฯ ทั้งหมด และสินค้าของพันธมิตร คู่ค้า ร้านค้า และสำนักพิมพ์อื่น ผ่านช่องทางการจำหน่ายประเภทต่างๆ ดังนี้

แอปพลิเคชันของบริษัทฯ - เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบปฏิบัติการของ iOS และ Android

แอปพลิเคชันของพันธมิตร - เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบปฏิบัติการของ iOS และ Android

เว็บไซต์ - เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ www.Nstore.net (เปลี่ยนเป็น www.Nejavu.com นับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2562 เป็นต้นไป) และเว็บไซต์ของพันธมิตร

โซเชียลมีเดีย - เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์และจำหน่ายผ่าน facebook fanpage ของ Nstore, NED club, nationbooks ตลอดจนช่องทางสื่อสารกับลูกค้าผ่านทาง LINE account: Nstore.net (เปลี่ยนเป็น www.Nejavu.com นับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2562 เป็นต้นไป)

บุรุษจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ - เป็นการจذبบุรุษจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้อ่านโดยตรงในงานต่างๆ ที่สำคัญ เช่น งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ และงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ เป็นต้น

Affiliate Program - ช่องทางจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์สินค้าของบริษัทฯ ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ โดยตัวแทนจำหน่ายทั่วไปที่สมัครโปรแกรมของเว็บไซต์ www.Nstore.net (เปลี่ยนเป็น www.Nejavu.com นับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2562 เป็นต้นไป)

3.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) พัฒนา คัดเลือกสิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สินค้าอุปโภค บริโภค ที่มีคุณภาพ ทันต่อกระแสปัจจุบัน โดยให้ความหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค
- 2) ดำเนินการทำการขายส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง และทำกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตร
- 3) ดำเนินการทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สินค้าอุปโภค บริโภค ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง
- 4) ดำเนินการทำการตลาดเพื่อสื่อสารไปถึงลูกค้าในการสร้างการรับรู้ และการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สินค้าอุปโภค บริโภค ผ่านธุรกิจอีคอมเมิร์ซ
- 5) พัฒนาระบบปฏิบัติการ การจัดส่ง การชำระเงิน ระบบคืนสินค้า บริการหลังการขาย และหน้าเว็บไซต์ www.Nstore.net (เปลี่ยนเป็น www.Nejavu.com นับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2562 เป็นต้นไป) เพื่ออำนวยความสะดวก ความน่าเชื่อถือ เชื่อมั่นในระบบ เพื่อสร้างความได้เปรียบให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซมากขึ้น

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันธุรกิจดิจิทัล

การเข้าถึงสื่อดิจิทัลในประเทศไทยกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว โทรศัพท์มือถือ หรือสมาร์ตโฟนกลายเป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของคนไทย รวมทั้งเข้าสู่ยุคของพฤติกรรมในการใช้หลายอุปกรณ์ไปพร้อมๆ กัน (Multiscreen) ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจต้องพัฒนาแคมเปญในทุกช่องทาง นอกจากนี้ โลกดิจิทัลไม่ได้เป็นเพียงเทคโนโลยีเพื่อการใช้งานเท่านั้น หากแต่ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างประสบการณ์และความรู้อีกด้วย

อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยอยู่ในช่วงกำลังพัฒนาทั้งแบรนด์ค้าปลีก สำนักพิมพ์ และบริษัทพัฒนาแอปพลิเคชัน ได้ลงทุนพัฒนา และเปิดตัวระบบจำหน่ายสิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน และเว็บไซต์หลายราย รวมถึงสถาบันการศึกษา และองค์กรต่างๆ ให้ความสนใจในการทำระบบ E-Library เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการรองรับกับเทรนด์ดิจิทัลดังกล่าว บริษัทได้ขยายและลงทุนเพิ่มในธุรกิจอีคอมเมิร์ซเพื่อทำการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และสินค้าอุปโภค บริโภคทั่วไป ที่เป็นสินค้าของบริษัทฯ ทั้งหมด และสินค้าของพันธมิตร คู่ค้า ร้านค้า และสำนักพิมพ์อื่น ผ่านเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ Nstore.net (Nejavu.com) และยังกระจายเข้าไปยัง LINE SHOP และช่องทางออนไลน์อื่นๆ ตลอดจนมีการจัดทำตลาดที่เข้มข้นขึ้นผ่านสื่อ Social Network, Google Search Engine, Affiliate Program, Dynamic Retargeting ด้วยสื่อผสมผสานทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อโปรโมทสินค้าใน Nstore (Nejavu) ซึ่งมีทั้งในและนอกเครือข่ายที่หลากหลาย มีการขยายไปจำหน่ายสินค้าของบริษัทคู่ค้าเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนพยายามสร้างวัฒนธรรมการให้บริการเพื่อมุ่งหวังสร้างความรู้สึกระทึกใจ อบอุ่นใจให้กับลูกค้าให้ได้ใช้บริการแล้วเกิดความเชื่อมั่นในสินค้าที่มีคุณภาพ และงานบริการหลังการขาย ทั้งในด้านการจัดส่งสินค้า การรับประกันคืนสินค้าได้ภายใน 30 วัน ระบบการชำระเงินที่ครอบคลุมทุกช่องทางและปลอดภัย รวมถึงระบบอื่นๆ ในอนาคต เพื่อให้

ผู้บริโภคจดจำ (Brand Awareness) และกลับมาซื้อซ้ำอีก นอกจากนั้น ยังมีโครงการจำหน่าย E-book สำหรับ e-Library เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

ธุรกิจอื่น

4. การศึกษาสื่อการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ

4.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

1) NJ Digital

สื่อการเรียนรู้อังกฤษในรูปแบบที่ทันสมัย สนุกเข้าใจง่าย และเข้ากับพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้ช่องทางสื่อดิจิทัลทุกรูปแบบ รวมไปถึงสื่อโทรทัศน์ เพื่อตอบสนองความต้องการใช้สื่อที่มีความทันต่อเหตุการณ์ ข่าวสาร และเทคโนโลยีปัจจุบัน ตลอดจนเพิ่มศักยภาพในการรับรู้ และสร้างการเรียนรู้สิ่งใหม่อย่างไม่หยุดนิ่งให้แก่เยาวชน สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ในด้านการมุ่งเน้นและยกระดับมาตรฐานทักษะภาษาอังกฤษของเยาวชน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ส่งต่อสื่อการเรียนรู้อังกฤษ ให้แก่โรงเรียนมัธยมศึกษาทั่วประเทศหรือเทียบเท่า เพื่อนำไปใช้เป็นสื่อการเรียนรู้นในห้องเรียนได้ฟรีผ่านทาง www.njdigital.net โดยมีการอัปเดตเนื้อหารายสัปดาห์ ได้แก่ คลิปฝึกการสนทนา ภาษาอังกฤษ ข้อสอบและแบบฝึกหัดเตรียมความพร้อม รูปภาพที่มีเสียงเพื่อเรียนรู้ทักษะการฟังและออกเสียง และ คำศัพท์พร้อมความหมาย

2) Hello English

รายการภาษาอังกฤษที่มุ่งสอนการใช้ภาษาอังกฤษที่ใช้กันในชีวิตประจำวันสำหรับคนทุกวัย นำเสนอในรูปแบบที่สนุกสนาน เข้าใจง่าย และสามารถนำไปใช้ได้จริง โดยออกอากาศ 4 วัน/สัปดาห์ทาง YouTube

3) NJ Special Admission

บริษัทฯ ได้จัดทำคู่มือสำหรับทบทวนความรู้เตรียมสอบแอดมิชชัน ซึ่งจัดทำเป็นฉบับพิเศษขึ้นคือ NJ Special Admission 2018 ประกอบด้วย ชุดหนังสือจำนวน 2 เล่ม โดยรวบรวมเนื้อหาบทเรียนและข้อสอบ ดำเนินการสอนโดย คณาจารย์ชั้นนำ การทบทวนจะครอบคลุมความรู้เพื่อใช้สอบ GAT/PAT O-NET และ 7 วิชาสามัญ คู่มือฉบับนี้ใช้เป็นสื่อประกอบโครงการทบทวนความรู้สู่มหาวิทยาลัย กับสหพัฒน์ ครั้งที่ 21 ซึ่งได้จัดขึ้นพร้อมกันทั้ง 4 ภาค ทั่วประเทศ ระหว่างเดือนตุลาคม 2561 และถ่ายทอดสัญญาณบรอดแบนด์ไปยังโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการทั่วประเทศมากกว่า 500 โรงเรียน นอกจากนี้ยังสามารถทบทวนความรู้ผ่านทางเว็บไซต์ได้ตลอดปี

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจสื่อการเรียนรู้อังกฤษ

ปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในภาวะชะลอตัว เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อเทคโนโลยีมีสื่อและการสื่อสารที่มีทั้งความเร็ว ความสะดวก ราคาที่ถูกลง ทำให้เยาวชนรุ่นใหม่ นิยมรับข้อมูลข่าวสารทาง New Media เป็นหลัก ไม่เพียงแต่เนื้อหาความบันเทิงเท่านั้น ผู้ผลิตเนื้อหาสาระด้านการศึกษาก็ต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับโลกในยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนไป แม้ว่าสื่อสิ่งพิมพ์ยังคงเป็นสื่อหลักด้านการศึกษา อาทิ ตำราเรียน คู่มือทบทวนความรู้ ฟ็อกเก็ตบุ๊ก และอื่นๆ แต่ก็คงปฏิเสธไม่ได้ว่าภาวะอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์จะหยุดนิ่ง ผู้ผลิตสื่อต้องพัฒนามิติใหม่ๆ ให้กับผู้อ่าน ให้มีความรู้ ความคุ้นเคย และเปิดโลกทัศน์ผ่านสื่อออนไลน์ควบคู่ไปด้วยเสมอ

นอกจากนี้ ทางด้านการพัฒนาเนื้อหาข้อมูลข่าวสารรอบด้านที่กองบรรณาธิการ ถือเป็นหนึ่งในจุดแข็งของกลุ่มบริษัท ที่ไม่เป็นรองเรื่องการนำเสนอข่าวสารสาระที่มีประโยชน์แล้ว บริษัท มีพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน ในฐานะผู้ผลิตสื่อการศึกษา พร้อมด้วยบุคลากรมืออาชีพ

5. ธุรกิจโฆษณาบนหนังสือพิมพ์แจกฟรี และสื่อออนไลน์

5.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ดำเนินธุรกิจผ่านบจก. วันเว็ลด์ มีเดีย ที่เป็นผู้ผลิตหนังสือพิมพ์แจกฟรีภายใต้ชื่อ “Rabbit Today” ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตประจำวันในเมือง โดยแจกฟรีทุกวันทำงาน ทางสถานีรถไฟฟ้า รถไฟฟ้าใต้ดิน และอาคารสำนักงานที่สำคัญต่างๆ รวมถึงผลิตสื่อโฆษณาบน Social media ต่าง ๆ เช่น Facebook, Twitter, Instagram และ YouTube โดยมีรายได้หลักจาก 2 ส่วน คือ (1) รายได้จากการขายโฆษณาบนหนังสือพิมพ์แจกฟรี (Free Sheet) ภายใต้ชื่อ Rabbit Today ควบคู่กับการขายโฆษณาบนสื่อออนไลน์ ได้แก่ Website and Facebook รวมถึงการผลิตคอนเทนต์ให้ลูกค้าสำหรับการลงโฆษณาดังกล่าว (Content Production) (2) รายได้จากการรับจ้างและให้บริการดำเนินงานด้านการตลาด ส่งเสริมงานขายและงานบริการตัวแทน (Selling Agent) อาทิ ตัวแทนประกันภัย และ/หรือบริษัทประกันภัย ผ่านช่องทางสื่อสิ่งพิมพ์ เผยแพร่ผ่าน Website หรือช่องทาง Social media

5.2 ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ บริษัทและร้านค้าต่างๆ ที่ตั้งกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายที่มีรายได้ปานกลางค่อนข้างสูง นักเดินทาง และพนักงานบริษัทในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของกลุ่มลูกค้าที่ซื้อพื้นที่โฆษณา โดยแบ่งวิธีการเข้าถึงผู้อ่านเป็นสองส่วน ประกอบด้วย การแจก Free Sheet ผ่านทางสถานีรถไฟฟ้า รถไฟฟ้าใต้ดิน และอาคารสำนักงานที่สำคัญต่างๆ และการโฆษณาบนสื่อออนไลน์ผ่าน platform ต่างๆ ของบริษัท

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจโฆษณาบนหนังสือพิมพ์แจกฟรี และสื่อออนไลน์

ในช่วงปี 2561 อุตสาหกรรมสื่อโฆษณามีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น จากข้อมูลของบจก. นีสเอน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) พบว่างบโฆษณารวมในประเทศไทยในไตรมาสที่ 2 ปี 2561 มีมูลค่ารวมทั้งรวม 27,243 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.61 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ที่มีมูลค่ารวมทั้งรวม 26,042 ล้านบาท แสดงให้เห็นว่าธุรกิจสื่อและโฆษณามีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น นอกจากนี้ พบว่าข้อมูลงบโฆษณาตลอดทั้งปี 2560 มีมูลค่ารวม 101,445 ล้านบาท ซึ่งเป็นงบโฆษณาหนังสือพิมพ์จำนวนประมาณ 7,706 ล้านบาท โดยหากพิจารณาจากส่วนแบ่งการตลาดของงบโฆษณาหนังสือพิมพ์ในปี 2560 อ้างอิงจากงบประมาณของบริษัทที่ประกอบธุรกิจใกล้เคียงกับธุรกิจของ OWM ซึ่งบริษัทดังกล่าวมีส่วนแบ่งงบโฆษณาหนังสือพิมพ์ในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 หรือคิดเป็นรายได้ต่อปีประมาณ 385.30 ล้านบาท ขณะเดียวกันจากข้อมูลของบจก. นีสเอน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) และสมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย พบว่างบประมาณการโฆษณาผ่านทางสื่อดิจิทัลของประเทศไทยในช่วงปี 2561 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.00 ของงบโฆษณาทั้งหมด หรือ คิดเป็นงบประมาณสำหรับการโฆษณาผ่านทางสื่อดิจิทัลประมาณถึง 12,173.40 ล้านบาทต่อปี ประกอบกับแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

จากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2560 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พบว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นเกือบทุกปี โดยส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเล่น Social media มากที่สุด ถึงร้อยละ 86.90 โดย Social media ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุด ได้แก่ Youtube, Facebook และ Line ซึ่ง Social media เหล่านี้ ต่างก็เป็นช่องทางหลักของ OWM

จากข้อมูลต่างๆ ข้างต้น จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทเองได้มีการปรับตัวด้านการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเพื่อให้แข่งขันกับคู่แข่งทางการตลาด รวมถึงเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงหลักที่อาจมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วยความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก และความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ

1. ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจสำนักพิมพ์

1.1 ความเสี่ยงจากภาวะอุตสาหกรรมสื่อและสิ่งพิมพ์

ผลประกอบการของกลุ่มบริษัทฯ ที่อาจไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง อันเกิดจากภาวะถดถอยของอุตสาหกรรมตลาดสื่อและสิ่งพิมพ์ของประเทศไทยในปัจจุบัน เนื่องด้วยเกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อและสิ่งพิมพ์อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์หลายรายประสบปัญหาขาดทุน ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ อาจต้องเผชิญความเสี่ยงและการแข่งขันในธุรกิจ ทำให้ผลประกอบการไม่อาจเป็นไปตามที่คาดหวัง

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ได้พยายามกำหนดนโยบายในการบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบในทางลบให้ได้มากที่สุด โดยคัดเลือกหัวหนังสือที่น่าสนใจ และควบคุมการผลิตหนังสือให้สอดคล้องกับประมาณการยอดขาย รวมถึงมีการปรับโครงสร้างธุรกิจ โดยมีการลงทุนในบริษัทย่อย ซึ่งดำเนินการธุรกิจให้บริการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี (Free sheet) การทำคอนเทนต์บนเว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ มากขึ้น เพื่อให้สามารถบริหารจัดการและดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกลุ่มบริษัทฯ มองว่าการลงทุนครั้งนี้ถือเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจ และเตรียมความพร้อมเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

1.2 ความเสี่ยงจากการไม่ได้ต่อสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ (License Agreement)

ในปีที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการต่ออายุสัญญา The Walt Disney เนื่องจาก The Walt Disney ได้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภายในองค์กร โดย The Walt Disney ได้เปลี่ยนผู้บริหารสัญญาจากเดิม คือ The Walt Disney Company (Southeast Asia) Pte Limited มาเป็น The Walt Disney Thailand Ltd. ทำให้ขั้นตอนการขยายอายุสัญญาเป็นไปอย่างล่าช้า รวมถึงคู่ค้าที่ทำกับ The Walt Disney Thailand Limited รายอื่นก็ล่าช้าด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ก็ได้มีการลงนามในสัญญาต่ออายุสำหรับปี 2561 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

1.3 ความเสี่ยงจากคู่ค้าต่างประเทศ

จากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้ส่งผลให้ทางบริษัท โยมิอูริ-เนชั่น อินฟอর্মเมชัน เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ได้ปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์สื่อที่เป็นสิ่งพิมพ์ มาเป็นระบบดิจิทัลแทน และหยุดการให้สิทธิการผลิตและจัดจำหน่ายในรูปแบบสิ่งพิมพ์ทั่วโลก ทำให้บริษัทฯ ได้รับผลกระทบทางลบจากปัจจัยความเสี่ยงดังกล่าว เป็นสาเหตุให้หน่วยธุรกิจ (Business Unit) ที่รับผิดชอบ และหน่วยงานสนับสนุนในงานดังกล่าว จำเป็นต้องปิดการดำเนินงานในไตรมาสที่ 3 ของปี 2561

1.4 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและคู่แข่งที่ให้บริการเนื้อหาสาระรูปแบบเดียวกัน

การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบัน ทำให้มีความรวดเร็วในการใช้งานมากขึ้น ประกอบกับอุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต ก็มีราคาถูกลง ทำให้ผู้บริโภคหันไปใช้เวลากับอุปกรณ์ดิจิทัลมากขึ้น โดยเฉพาะการอ่านหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นที่ผู้ติดตามส่วนมากจะเป็นเด็กและเยาวชนเป็นหลัก ต่างหันไปอ่านการ์ตูนละเมิดลิขสิทธิ์ที่เผยแพร่ตามเว็บไซต์ต่างๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ส่งผลให้ยอดขายของหนังสือการ์ตูนได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก

ดังนั้น เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงด้านดังกล่าว กลุ่มบริษัทฯ ได้เจรจาเพื่อขอรับลิขสิทธิ์ดิจิทัลของหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น ซึ่งนอกจากจะเป็นการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันแล้ว ยังเป็นการปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ สื่อดิจิทัลที่มีแนวโน้มการเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งคาดว่าจะรายได้จากการขายสื่อดิจิทัลจะสามารถทดแทนรายได้จากการขายสื่อสิ่งพิมพ์และหนังสือการ์ตูนที่มีแนวโน้มหดตัวลงได้ โดยกลุ่มบริษัทฯ คาดว่าจะได้รับลิขสิทธิ์ดังกล่าวภายในไตรมาสแรกของปี 2562

1.5 ความเสี่ยงจากช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ ที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้สะดวก และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละไลฟ์สไตล์

ช่องทางการจัดจำหน่ายโมเดิร์นเทรด เป็นช่องทางที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้า เนื่องจากรูปแบบและพื้นที่การจัดวางสินค้า มีการแบ่งตามประเภทสินค้าอย่างชัดเจน ตั้งแต่ปี 2559 ผู้รับจัดจำหน่ายปรับเปลี่ยนนโยบายด้วยการลดการกระจายหนังสือไปยังหน้าร้าน และใช้วิธีการคัดสรรยอดกระจายสินค้าจากสถิติการขายในแต่ละหมวดหนังสือลงในแต่ละสาขา และแนวโน้มนี้ยังคงดำเนินต่อเนื่องมาจนถึงปีปัจจุบัน ดังนั้นหนังสือที่พิมพ์ออกมาจะถูกจำกัดพื้นที่การวางที่หน้าร้านเพียงบางสาขา ส่งผลให้ผู้บริโภคหาซื้อหนังสือได้ยากขึ้นกว่าเดิม อีกทั้งการจัดโปรโมชันหน้าร้านลดน้อยลง เนื่องจากคู่ค้ามีนโยบายเลือกหนังสือที่มีสถิติการขายที่ดีอยู่แล้วมาจัดรายการ ในขณะที่หนังสือที่มียอดขายอยู่ในระดับปานกลางไม่ได้รับความสนใจนำมาจัดรายการส่งเสริมการขาย ซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดขายในภาพรวม

ช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ เป็นช่องทางที่เน้นการจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูน พื้นที่การจัดวางสินค้ามีความจำกัด ไม่มีพื้นที่มากพอสำหรับการตกแต่งดีสเพลย์หนังสือ ทำให้มีความเสี่ยงเนื่องจากหนังสือไม่อยู่ในตำแหน่งที่โดดเด่น อาจจะทำให้เสียโอกาสในการขาย และความเสี่ยงเนื่องจากการคืนหนังสือในจำนวนมาก และการดำเนินงานส่วนใหญ่เป็นธุรกิจรอบครัวแบบเล็ก ๆ ที่ทำมาเป็นเวลานาน ไม่มีระบบบันทึกการขายที่แน่นอน ทำให้ยากต่อการที่จะติดตามผลการขายที่ชัดเจน อีกทั้งสัดส่วนทางการตลาดเริ่มลดน้อยลงเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปเดินซื้อหนังสือในห้างสรรพสินค้ามากขึ้น หรือซื้อผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ

ช่องทางการจัดจำหน่ายอีคอมเมิร์ซ เป็นช่องทางที่มีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น สร้างความสะดวกให้ลูกค้าโดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางในการซื้อสินค้า และจะเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่จะช่วยลดปัจจัยเสี่ยงจากช่องทางการจัดจำหน่ายโมเดิร์นเทรดและออนไลน์ โดยปัจจุบัน บริษัทฯ จำหน่ายหนังสือในช่องทางนี้ผ่านร้านค้าออนไลน์ Nstore.net และอีคอมเมิร์ซ อื่นๆ เป็นหลัก ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนารูปแบบอีคอมเมิร์ซ อย่างต่อเนื่อง โดยประมาณเดือนมีนาคม 2562 บริษัทฯ จะดำเนินการขายผ่าน www.nejavu.com และปรับรูปแบบของเว็บไซต์ใหม่ เป็นรูปแบบ Social Commerce แทน เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

1.6 ความเสี่ยงจากการขาดแคลนกระดาษ

กระดาษที่ใช้ในการผลิตสิ่งพิมพ์จัดเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity Product) ซึ่งเป็นสินค้าที่ถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทานของตลาด (Demand & Supply) ดังนั้น ความผันผวนของราคาดกระดาษซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักที่สำคัญในการผลิตสิ่งพิมพ์ของกลุ่มบริษัทฯ ย่อมส่งผลกระทบต่อต้นทุนโดยรวมของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ แต่เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ มีการควบคุมและกำหนดแผนในการผลิตให้สอดคล้องกับแผนการขาย ทำให้ช่วยลดความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาดกระดาษ ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ สามารถใช้นโยบายปรับราคาตามสภาพต้นทุนที่แท้จริงได้ ซึ่งทำให้ผลกระทบจากเหตุดังกล่าวมีไม่มากนัก

จากการปฏิบัติตามมาตรการต่างๆ ในข้างต้น รวมถึงประสบการณ์ของกลุ่มบริษัทฯ ในการบริหารและจัดการการผลิตและการขาย เป็นผลให้ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทฯ ยังไม่เคยประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบที่ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของกลุ่มบริษัทฯ แต่อย่างใด อีกทั้ง กลุ่มบริษัทฯ ยังเชื่อมั่นว่า แนวทางการจัดการดังกล่าว จะสามารถควบคุมความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการขาดแคลนวัตถุดิบให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ต่อไปในอนาคต รวมทั้งการเพิ่มรูปแบบของสิ่งพิมพ์ดิจิทัล เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคในปัจจุบัน จะช่วยให้กลุ่มบริษัทฯ ไม่น่าจะได้รับผลกระทบหากเกิดเหตุการณ์ขาดแคลนกระดาษ

1.7 ความเสี่ยงด้านการจัดหาลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์

ในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ กลุ่มบริษัทฯ ไม่ได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ ส่วนใหญ่ที่ผลิตและจัดจำหน่าย เป็นการจัดซื้อลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์มาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นผู้เขียนหรือสำนักพิมพ์ทั้งในและต่างประเทศ จำนวนหลายราย เพื่อนำมาผลิตและจัดจำหน่ายเพียงรายเดียว (Exclusive) ในประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลา 3 ถึง 7 ปี และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ในราคาและเงื่อนไขเดิม ทั้งนี้ เจ้าของลิขสิทธิ์สามารถยกเลิกสัญญาได้ หากกลุ่มบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาด้านการเงิน และ/หรืออยู่ในสถานะล้มละลาย เป็นต้น ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงที่ไม่สามารถจัดหาลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ที่ต้องการมาผลิตและจัดจำหน่ายได้ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการที่เจ้าของลิขสิทธิ์ไม่ต่ออายุสัญญา หรือยกเลิกสัญญา ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ ฐานะทางการเงิน และผลประกอบการของกลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต

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

กลุ่มบริษัทฯ ยังได้วางแผนการผลิตหนังสือที่มีความหลากหลาย ทั้งเนื้อหาเจ้าของลิขสิทธิ์ และประเทศ เพื่อลดการพึ่งพิงเนื้อหาเจ้าของลิขสิทธิ์ และประเทศใดประเทศหนึ่งมากเกินไป อีกทั้งยังผลิตหนังสือต้นฉบับโดยนักเขียนไทยเพิ่มขึ้น อันเป็นการกระจายความเสี่ยงแบบหนึ่ง ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ ได้พัฒนาทีมงานให้มีศักยภาพในการผลิตเนื้อหา หรือหาผู้สร้างสรรค์เนื้อหาจากในประเทศเองควบคู่กันอีกด้วย

1.8 ความเสี่ยงจากการประเมินมูลค่าของสินค้าคงเหลือ

ปัจจุบัน สิ่งพิมพ์ของกลุ่มบริษัทฯ มีการขายผ่านตัวแทนจำหน่ายเป็นส่วนใหญ่ โดยกลุ่มบริษัทฯ จะรับคืนสิ่งพิมพ์ที่ไม่สามารถจำหน่ายได้จากตัวแทนจำหน่าย ซึ่งอาจเป็นผลให้มีสิ่งพิมพ์เป็นสินค้าคงเหลือเป็นจำนวนมากได้ สินค้าคงเหลืดังกล่าวมีโอกาสเสื่อมคุณภาพ เสียหาย และล้าสมัยเมื่อเวลาผ่านไป ประกอบกับยอดขายในปีปัจจุบัน มีสัดส่วนการเติบโตของยอดขายลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน

ในปี 2559 กลุ่มบริษัทฯ ได้มีการพิจารณาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงแนวโน้มของผู้บริโภค จากการประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ มีมติปรับโครงสร้างการประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์ของกลุ่มบริษัทฯ โดยตั้งสำรองค่าเผื่อมูลค่าสินค้าคงคลังเพิ่มขึ้นให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน และมุ่งเน้นการผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์เฉพาะที่ทำกำไรให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ซึ่งผลจากการดำเนินการดังกล่าว กลุ่มบริษัทฯ ได้มีการพิจารณา และรับรู้ผลขาดทุนจากการลดลงของมูลค่าสินค้าคงเหลือ ซึ่งเดิมค่าเผื่อมูลค่าสินค้าคงคลังพิจารณาจากสินค้าในสัดส่วนร้อยละ 100 ของมูลค่าสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 1 ปีขึ้นไปและผลิตครบชุดแล้ว และของสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 3 ปีขึ้นไป แต่ยังไม่ครบชุด โดยในปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการพิจารณาตั้งค่าเผื่อมูลค่าสินค้าคงคลังสำหรับสินค้าที่เสื่อมสภาพ ล้าสมัยและค้างนาน โดยสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 12 เดือน จะมีการพิจารณามูลค่าสุทธิที่จะได้รับจากการประมาณราคาที่จะขายได้ร้อยละ 50 ของมูลค่าสินค้าคงเหลือ สำหรับสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 18 เดือน จะมีการพิจารณามูลค่าสุทธิที่จะได้รับจากการประมาณราคาที่จะขายได้แบบการขายเหมาลดราคา และสำหรับสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 24 เดือนขึ้นไป จะมีการพิจารณามูลค่าสุทธิที่จะได้รับจากการประมาณราคาที่จะขายได้แบบการขายเหมาซังกิโ

นอกจากนั้น เพื่อลดปริมาณสินค้าคงเหลือ กลุ่มบริษัทฯ จะนำหนังสือที่มีอยู่ออกมาจำหน่ายเป็นระยะๆ โดยการลดราคาพิเศษและมีการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการขายในงานนิทรรศการต่างๆ ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี สำหรับหนังสือการ์ตูนที่มีเล่มต่อเนื่อง กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการนำเล่มที่ออกใหม่จำหน่ายควบคู่ไปกับเล่มที่ได้เคยวางจำหน่ายไปแล้ว ซึ่งรวมถึงการนำการ์ตูนที่มีการออกจำหน่ายครบทุกเล่มแล้วมาจัดจำหน่ายรวมเป็นชุดเพื่อกระตุ้นการจำหน่ายด้วย นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ได้เพิ่มความระมัดระวังในการผลิตหนังสือใหม่และควบคุมปริมาณยอดพิมพ์ให้สอดคล้องกับความต้องการในตลาด และแนวโน้มการบริโภคในอนาคตสำหรับรูปแบบสิ่งพิมพ์เพื่อมิให้มีสินค้าคงเหลือมากกว่าขึ้น ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายการบริหารคลังสินค้า โดยการกำหนดจำนวนสินค้าไม่ให้มีปริมาณคงเหลือมากกว่าปีก่อน

ทั้งนี้ การผลิตหนังสือในรูปแบบดิจิทัล ซึ่งมีแนวโน้มเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้นเรื่อยๆ จะไม่มีสินค้าคงเหลือต่างจากการผลิตหนังสือในรูปแบบสิ่งพิมพ์ เนื่องจากสินค้าอยู่ในรูปแบบดิจิทัล รวมถึงการคำนวณรายได้และค่าใช้จ่าย เมื่อมีการซื้อขายเกิดขึ้นเท่านั้น

2. ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจการเป็นตัวแทนจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศ

2.1 ความเสี่ยงจากการต่อสัญญา

ในการประกอบธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ บริษัทฯ จะทำสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่ายกับเจ้าของสิ่งพิมพ์จำนวนหลายราย โดยสัญญาตัวแทนจำหน่ายนิตยสาร ส่วนใหญ่มีระยะเวลา 1 ปี และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ สำหรับสัญญาตัวแทนจำหน่ายหนังสือพิมพ์จะหมดอายุเมื่อมีการยกเลิกสัญญา ทั้งนี้เจ้าของสิ่งพิมพ์สามารถยกเลิกสัญญาได้ หากบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาด้านการเงิน และ/หรืออยู่ในสถานะ

ล้มละลาย และ/หรือเมื่อมีการแจ้งอีกฝ่ายล่วงหน้า เป็นต้น โดยกลุ่มบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการที่เจ้าของสิ่งพิมพ์ไม่ต่ออายุสัญญา หรือยกเลิกสัญญา ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการค้าเงิน ธุรกิจ ฐานะทางการเงิน และผลประกอบการของบริษัทฯ ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ กับเจ้าของสิ่งพิมพ์มีการทำธุรกิจและมีความสัมพันธ์อันดีต่อกันเป็นระยะเวลายาวนาน โดยผู้บริหารและทีมงานของบริษัทฯ เป็นกลุ่มที่ทำธุรกิจนี้กับเจ้าของสิ่งพิมพ์มาตั้งแต่เริ่มต้น รวมทั้งบริษัทฯ ได้มีการปฏิบัติตามสัญญาอย่างเคร่งครัด จึงไม่มีปัญหาเรื่องการไม่ต่อสัญญาหรือยกเลิกสัญญาตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา

2.2 ความเสี่ยงจากความนิยมในการอ่านออนไลน์

ในปัจจุบัน การอ่านผ่านทางออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้น ทำให้มีผลกระทบต่อการจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศที่เป็นเล่มจริง

อย่างไรก็ตาม หนังสือธุรกิจที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายดังกล่าวได้หยุดประกอบกิจการ เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2561 เนื่องจากบริษัท โยมิอุริ-เนชั่น อินฟอรมเมชั่น เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ได้หยุดให้สิทธิ์การผลิตและจัดจำหน่ายในรูปแบบสิ่งพิมพ์ทั่วโลก และดำเนินการในรูปแบบดิจิทัลด้วยตนเอง

3. ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจดิจิทัล

3.1 ความเสี่ยงจากการลักลอบทำซ้ำเนื้อหา

มีเว็บไซต์ที่ลักลอบนำเสนอเนื้อหา เช่น การ์ตูน โดยผิดกฎหมายอยู่พอสมควร ทำให้ลูกค้าบางส่วนบริโภคสื่อดังกล่าวโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าดังกล่าวแบบถูกกฎหมาย ดังนั้น จึงจำเป็นต้องคัดเลือกเนื้อหาที่ดี โดดเด่นและแตกต่าง พร้อมๆ กับการใช้เทคโนโลยีที่ดี มีความปลอดภัยสูง และการให้บริการที่เป็นเลิศ ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ ได้แสวงหาเนื้อหาอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเอกลักษณ์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนหาวิธีการนำเสนอที่เหนือกว่าเว็บไซต์ที่ผิดกฎหมายเหล่านั้น และตลอดจนนำเสนอขายในราคาที่น่าสนใจ ซึ่งปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ ได้มีการติดต่อและเจรจากับผู้พัฒนาโปรแกรมชั้นนำและได้รับการยอมรับของประเทศ เพื่อนำเนื้อหาของหนังสือและการ์ตูนเพื่อผลิตและจำหน่ายในรูปแบบสื่อดิจิทัล

3.2 ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ถูกกระทบได้ง่าย

ปัจจุบันเราต้องยอมรับว่าสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทและมีส่วนต่อความคิด การตัดสินใจ การรับรู้ข่าวสารต่างๆ ผ่านสื่อออนไลน์ ทั้งโซเชียลมีเดีย บล็อก กระทั่ง และอื่นๆ ซึ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน นิยมค้นหาข้อมูลของสินค้าและบริการ ก่อนทำการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งข้อมูลเหล่านั้น เป็นปัจจัยภายนอกที่ควบคุมได้ยาก ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในสินค้าและบริการของผู้บริโภคเป็นหลัก ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องควบคุมและรักษามาตรฐานของงานบริการทั้งระบบ ที่มีความจำเป็นและสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่มีหัวใจหลัก คือ ความรวดเร็วและถูกต้อง เช่น ระบบของเว็บไซต์ ระบบโลจิสติกส์ การตรวจสอบคุณภาพของสินค้า ระบบการชำระเงิน ระบบคืนสินค้า งานบริการหลังการขาย ช่องทางการติดต่อที่สะดวกรวดเร็ว รวมทั้งการสื่อสารการตลาดที่จะต้องมีความระมัดระวังเป็นพิเศษ

ทั้งนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างการปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์ รวมถึงระบบหลังบ้าน เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น พร้อมกับการออกแบบหน้าเว็บไซต์ให้ดูทันสมัยและน่าสนใจยิ่งขึ้น โดยคาดว่าจะการปรับปรุงดังกล่าวจะสามารถเริ่มให้บริการได้ภายในเดือนมีนาคม 2562 ภายใต้ชื่อ www.nejavu.com ซึ่งบริษัทฯ มั่นใจว่าการปรับปรุงระบบหลังบ้านและประสิทธิภาพของเว็บไซต์ดังกล่าว จะทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจต่อการซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ มากยิ่งขึ้น

4. ความเสี่ยงจากการแข่งขันของสื่อดิจิทัลซึ่งทำให้กลุ่มเป้าหมายมีทางเลือกที่หลากหลาย

ในปัจจุบัน การนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อดิจิทัลมีความหลากหลายทั้งรูปแบบและปริมาณ ทำให้การแข่งขันระหว่างผู้ผลิตสื่อสูงมาก เพื่อให้สื่อของ NJ Digital สามารถเป็นสื่อที่เข้าถึงและถูกเลือกโดยกลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอจำเป็นต้องทำอย่างต่อเนื่องและทันต่อสถานการณ์ อีกทั้ง ยังต้องมีกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างเสริม Brand Loyalty กับกลุ่มเป้าหมายด้วย

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

5. ปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจให้บริการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

5.1 ความเสี่ยงที่ผลตอบแทนจากสื่อโฆษณาของ บริษัทฯ อาจจะไม่เป็นไปตามที่ประมาณการไว้

บริษัทฯ ได้มีการลงทุนในธุรกิจให้บริการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ภายใต้บริษัทย่อย คือ บริษัท วันเวิลด์ มีเดีย จำกัด โดยผ่านช่องทางออฟไลน์ควบคู่ออนไลน์ ซึ่งหากสื่อโฆษณาดังกล่าวไม่สามารถสร้างผลตอบแทนตามที่ประมาณการไว้ หรือไม่สามารถสร้างผลตอบแทนเกินกว่ามูลค่าเงินลงทุน หรือมีเหตุการณ์ใดๆ มากระทบจนเป็นสาเหตุให้กลุ่มบริษัทฯ ไม่สามารถให้บริการสื่อโฆษณาดังกล่าวได้ อาจส่งผลให้ต้องมีการพิจารณาตั้งค่าเผื่อจากการด้อยค่าในสินทรัพย์ดังกล่าว ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ ได้

ตามที่บริษัท วันเวิลด์ มีเดีย จำกัด เริ่มดำเนินงานตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2561 ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นทำให้ยังไม่เป็นที่รับรู้และจดจำแก่ผู้บริโภค ส่งผลให้ผลการดำเนินงานในปี 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีผลขาดทุนจากการดำเนินงานอยู่ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีการตั้งค่าเผื่อจากการด้อยค่าในเงินลงทุนของธุรกิจให้บริการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ จำนวนทั้งสิ้น 13.6 ล้านบาท และหนี้สงสัยจะสูญประเภทเงินให้กู้ยืม จำนวนทั้งสิ้น 33 ล้านบาท

5.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบริษัทเอเจนซี่รายใหญ่

ในธุรกิจสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยทั่วไปส่วนใหญ่เอเจนซี่จะทำหน้าที่ติดต่อกับบริษัทเพื่อลงโฆษณาโดยตรง เนื่องจากเจ้าของสินค้าและบริการจะใช้เอเจนซี่ในการวางแผนกลยุทธ์ในการใช้สื่อในรูปแบบต่างๆ การกำหนดแผนการใช้งบโฆษณา และตัดสินใจเลือกใช้สื่อโฆษณาประเภทต่างๆ โดยเอเจนซี่จะไม่ทำสัญญาระยะยาวกับบริษัทผู้ขายสื่อโฆษณา แต่จะพิจารณาแผนการใช้งบโฆษณาตามแผนการตลาด และการโฆษณาของเจ้าของ

สินค้า และบริการแต่ละรายการตามความเหมาะสม ดังนั้น เอเจนซีจึงมีส่วนสำคัญในธุรกิจสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ทั้งนี้ กลุ่มลูกค้าของกลุ่มบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มหลักคือ 1) กลุ่มลูกค้าเอเจนซี และ 2) กลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าและบริการ โดยกลุ่มบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงหากเอเจนซีไม่แนะนำให้เจ้าของสินค้าและบริการใช้เครือข่ายสื่อโฆษณาของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรายได้ และผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ ได้พัฒนาและนำเสนออย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บริการสื่อโฆษณาเป็นที่น่าสนใจ รวมถึงมีการผลิตคอนเทนต์ให้ลูกค้าสำหรับการลงโฆษณา กรณีที่ลูกค้าไม่มีคอนเทนต์ของตัวเอง (Advertorial Ads.)

ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ เชื่อมั่นว่า สามารถบริหารความเสี่ยงดังกล่าว ได้จากความสัมพันธ์อันดีกับเอเจนซี เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ร่วมกับเอเจนซีต่างๆ อีกทั้งการออกแบบ และการบริการของกลุ่มบริษัทฯ ยังเป็นที่ยอมรับจากเอเจนซี และลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าว่าได้คุณภาพมาตรฐานที่สูงเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ด้วยชื่อเสียงของกลุ่มบริษัทฯ ที่มีมาช้านาน รวมทั้งการมีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย จะช่วยให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถนำเสนอขายสินค้าและบริการได้โดยตรงอีกด้วย

5.3 ความเสี่ยงจากการชะลอตัวของภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศและเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง

ธุรกิจสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์โดยตรงกับอุตสาหกรรมโฆษณาและภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยหากเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมอยู่ในภาวะที่ดี งบประมาณการใช้สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของเจ้าของสินค้า และบริการจะอยู่ในระดับสูงตามการใช้จ่ายของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลให้รายได้ของผู้ให้บริการสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ในทางกลับกัน หากเศรษฐกิจของประเทศอยู่ในช่วงภาวะชะลอตัวหรือหดตัว หรือมีเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองในประเทศไทย ซึ่งส่งผลกระทบในทางลบต่อความเชื่อมั่นหรือกำลังซื้อของผู้บริโภคอาจทำให้เจ้าของสินค้าและบริการปรับลดงบประมาณการทำสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในสื่อโฆษณาต่างๆ ซึ่งอาจส่งผลให้ยอดขายโฆษณาลดลง

อย่างไรก็ดี จุดเด่นของสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของกลุ่มบริษัทฯ เป็นการผสมผสานระหว่างช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ ทำให้มีความน่าสนใจกว่าการโฆษณาเพียงช่องทางเดียว โดยการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์เป็นการกระตุ้นให้เกิดการรับรู้และจดจำจากผู้บริโภค ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อพื้นที่โฆษณาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกลุ่มบริษัทฯ อีกทั้ง การโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์มีต้นทุนอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ แต่สร้างผลกระทบต่อการรับรู้ของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

6. ปัจจัยเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจ

6.1 ความเสี่ยงจากกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายและบริหารจัดการกลุ่มบริษัทฯ

ภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแบบกำหนดวัตถุประสงค์ (Specific Objective) เพื่อเสนอขายให้แก่บุคคลในวงจำกัด ทำให้กลุ่ม Silom Road Limited และนายวิโรจน์ ตั้งเจตนาพร ถือหุ้นรวมกันร้อยละ 53.48 ของทุนชำระแล้ว และบมจ. เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป ถือหุ้นร้อยละ 33.04 ของทุนชำระแล้ว จึงทำให้สามารถควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญในการประชุมผู้ถือหุ้นได้ทั้งหมด ซึ่งรวมถึงมติพิเศษที่กฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของจำนวนหุ้นที่เข้าประชุมและมีสิทธิออกเสียง ทำให้ผู้ถือหุ้นรายอื่นไม่สามารถ

รวบรวมคะแนนเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่คุณถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงหลักการคุ้มครองผู้ถือหุ้นส่วนน้อยโดยเคร่งครัดอยู่แล้ว และมีการกำหนดมาตรการการทำรายการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุมกิจการ รวมถึงบุคคลที่มีความขัดแย้งซึ่งบุคคลดังกล่าวจะไม่มีสิทธิในการอนุมัติรายการนั้นๆ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เป็นไปอย่างโปร่งใส

อย่างไรก็ตาม เพื่อถ่วงดุลการบริหารงานของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ บริษัทฯ จึงได้แต่งตั้งกรรมการอิสระที่เป็นบุคคลภายนอกจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำหน้าที่ในการตรวจสอบการดำเนินงานของผู้บริหารและดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายย่อย

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 อุปกรณ์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559, 2560 และ 2561 กลุ่มบริษัทมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หน่วย : ล้านบาท

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ			ภาระผูกพัน		
		31 ธ.ค. 2559	31 ธ.ค. 2560	31 ธ.ค. 2561	31 ธ.ค. 2559	31 ธ.ค. 2560	31 ธ.ค. 2561
ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เช่า	เจ้าของ	-	-	7.00	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
เครื่องตกแต่ง ติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน	เจ้าของ	0.35	0.10	5.79	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
ยานพาหนะ	เจ้าของ	0.86	0.62	0.67	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง	เจ้าของ	-	0.40	0.01	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
รวม		1.21	1.12	13.47			

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทคือ ค่าลิขสิทธิ์ในการผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หน่วย : ล้านบาท

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ		
	31 ธ.ค. 2559	31 ธ.ค. 2560	31 ธ.ค. 2561
ค่าลิขสิทธิ์หนังสือ	4.05	2.72	2.29
โปรแกรมคอมพิวเตอร์และค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์	0.15	9.19	16.55
ค่าลิขสิทธิ์รายการ	-	0.71	0.34
เครื่องหมายการค้า	-	-	24.11
ซอฟต์แวร์ระหว่างการพัฒนา	-	-	5.95
รวม	4.20	12.62	49.24

กลุ่มบริษัทมีนโยบายการตัดจำหน่ายค่าลิขสิทธิ์โดยพิจารณาจากจำนวนเงินตัดจำหน่ายที่สูงกว่าระหว่างวิธีเส้นตรงภายในระยะเวลา 3 - 7 ปี ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยอายุสัญญาสิทธิของข้อมูลลิขสิทธิ์ของกลุ่มบริษัท และการคำนวณตามจำนวนเล่มของหนังสือที่พิมพ์หรือจำหน่ายได้ภายใต้สัญญาสิทธินั้นๆ โดยเริ่มตัดจำหน่ายเมื่อผลิตสิ่งพิมพ์เรียบร้อยแล้ว ในส่วนของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ค่าลิขสิทธิ์รายการ กลุ่มบริษัท ตัดจำหน่ายโดยวิธีเส้นตรงเป็นระยะเวลา 5 ปี และ 2 ปี ตามลำดับ

และเครื่องหมายการค้า กลุ่มบริษัทฯ ตัดจำหน่ายโดยวิธีเส้นตรงเป็นระยะเวลา 3 ปี ซึ่งวิธีการตัดจำหน่าย ระยะเวลาที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์และมูลค่าคงเหลือจะได้รับการทบทวนทุกสิ้นรอบปีบัญชีและปรับปรุงตามความเหมาะสม

4.3 สัญญาเช่าทรัพย์สินระยะยาว

กลุ่มบริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่อาคารสำนักงานและคลังสินค้าเพื่อใช้ในการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- สัญญาเช่าสำหรับเป็นสำนักงาน ที่อาคารเล้าเป้งจ้วน เลขที่ 333 ถนนวิภาวดีรังสิต กรุงเทพฯ ระยะเวลาการเช่า 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2561 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2564
- สัญญาเช่าสำหรับเป็นคลังสินค้า อาคารเลขที่ 167/5 หมู่ 4 ถนนบางนา-ตราด กม. 29.5 ตำบลบางบ่อ อำเภอบางบ่อ สมุทรปราการ กับบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นเวลา 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2561 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2561 และสามารถต่ออายุสัญญาเช่าได้

4.4 เงินลงทุนในบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 และ 2561 บริษัทฯ มีเงินลงทุนตามวิธีราคาทุนในบริษัทย่อย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หน่วย : ล้านบาท

ชื่อ	ความสัมพันธ์	ทุนชำระแล้ว			สัดส่วนเงินลงทุน (ร้อยละ)			มูลค่าเงินลงทุนวิธีราคาทุน		
		31 ธ.ค. 2559	31 ธ.ค. 2560	31 ธ.ค. 2561	31 ธ.ค. 2559	31 ธ.ค. 2560	31 ธ.ค. 2561	31 ธ.ค. 2559	31 ธ.ค. 2560	31 ธ.ค. 2561
บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด	บริษัท ย่อย	97.00	200.00	200.00	99.47	99.74	99.74	60.41	163.41	163.41
บริษัท เนชั่น คิวดส์ จำกัด (เลิกกิจการและเสร็จสิ้นการชำระบัญชีเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2560)	บริษัท ย่อย	1.00	-	-	99.99	-	-	1.00	-	-
บริษัท วันเวิลด์ มีเดีย จำกัด	บริษัท ย่อย	-	-	60.00	-	-	99.99	-	-	60.00
รวม								61.41	163.41	223.41

4.5 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

บริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย โดยพิจารณาจากปัจจัยหลักๆ เช่น

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

อย่างไรก็ตาม โครงการลงทุนของบริษัทฯ ต้องผ่านการพิจารณาจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ และ/หรือ ที่ประชุมผู้ถือหุ้น ตามขอบเขตอำนาจการอนุมัติที่บริษัทฯ ได้กำหนดไว้ และตามกฎหมายเกณฑ์ต่างๆ ของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และ/หรือ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทฯ จะส่งตัวแทนของบริษัทฯ ตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ เข้าร่วมบริหารงานและดูแลการดำเนินธุรกิจ ตามที่คณะกรรมการของบริษัทฯ ได้มอบหมาย โดยบุคคลนั้นจะต้องเป็นผู้ที่ไม่มีผลประโยชน์ขัดแย้งในทางธุรกิจกับบริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือ การร่วมค้ำนั้นๆ

4.6 นโยบายในการบริหารลูกหนี้การค้า

ในการจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ โดยปกติกลุ่มบริษัทฯ มีการให้สินเชื่อแก่ลูกค้าโดยเฉลี่ยเป็นระยะเวลา 15 วัน ถึง 90 วัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 และ 2561 กลุ่มบริษัทฯ มียอดลูกหนี้การค้าสุทธิจากค่าเผ่อนี้สงสัยจะสูญและค่าเผ่อนี้รับคืนจำนวน 50.34 ล้านบาท และ 62.42 ล้านบาท และ 12.79 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีค่าเผ่อนี้สงสัยจะสูญ จำนวน 6.31 ล้านบาท และ 3.91 ล้านบาท และ 34.97 ล้านบาท ตามลำดับ และมีหนี้สูญและค่าเผ่อนี้สงสัยจะสูญในปีดังกล่าว จำนวน 1.02 ล้านบาท และ 0.14 ล้านบาท และ 43.51 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งในการพิจารณาค่าเผ่อนี้สงสัยจะสูญ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายพิจารณาค่าเผ่อนี้สงสัยจะสูญของลูกหนี้โดยมีการวิเคราะห์จากลูกหนี้ที่มีอายุหนี้เกินกำหนดชำระมากกว่า 180 วัน จะพิจารณาและทำการตั้งค่าเผ่อนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 50 และลูกหนี้ที่มีอายุนี้เกินกำหนดชำระมากกว่า 365 วัน จะพิจารณาและทำการตั้งค่าเผ่อนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 100 และลูกหนี้ที่คาดว่าจะมีปัญหาในการเรียกเก็บเงินในอนาคตจะทำการวิเคราะห์ประวัติการชำระหนี้ และการคาดการณ์เกี่ยวกับการชำระหนี้ในอนาคตของลูกหนี้เพื่อตั้งค่าเผ่อนี้สงสัยจะสูญตามการคาดการณ์ รวมทั้งลูกหนี้จะถูกตัดจำหน่ายจากบัญชีเมื่อทราบว่าเป็นหนี้สูญ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีการตั้งค่าเผ่อนี้รับคืนในการขายพ็อคเก็ตบุ๊กส์ สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชน และ หนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 และ 2561 มีจำนวน 3.48 ล้านบาท และ 2.46 ล้านบาท และ 1.08 ล้านบาท ตามลำดับ นโยบายของกลุ่มบริษัทฯ คือ จะตั้งค่าเผ่อนี้รับคืนโดยใช้สัดส่วนร้อยละของสินค้านี้รับคืนต่อสินค้าที่ขายโดยเฉลี่ย 12 เดือนย้อนหลัง โดยลูกหนี้การค้าส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ เป็นลูกหนี้การค้าประเภทตัวแทนขาย หรือร้านหนังสือขนาดใหญ่ที่มีความสัมพันธ์ที่ดีมานาน และมีการค้าขายอย่างสม่ำเสมอ และกรณีที่เพิ่มลูกหนี้ใหม่ บริษัทฯ ต้องให้ตัวแทนจำหน่ายดังกล่าววางเงินประกันค่าสินค้านี้ตามนโยบายบริษัทฯ

4.7 นโยบายในการบริหารสินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือของกลุ่มบริษัทฯ คือ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 2560 และ 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีสินค้าคงเหลือสุทธิจากค่าเผ่อนี้มูลค่าสินค้าลดลงจำนวน 24.34 ล้านบาท และ 18.65 ล้านบาท และ 12.48 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีค่าเผ่อนี้มูลค่าสินค้าลดลงจำนวน 220.25 ล้านบาท และ 27.35 ล้านบาท และ 18.70 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งในการพิจารณาค่าเผ่อนี้มูลค่าสินค้าลดลง ซึ่งเดิมกลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการประเมินเป็นสัดส่วนร้อยละ 100 ของมูลค่าสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 1 ปีขึ้นไปและผลิตครบชุดแล้ว และสัดส่วนร้อยละ 100 ของสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 3 ปีขึ้นไป แต่ยังไม่ผลิตครบชุด แต่อย่างไรก็ตามในปี 2559 ทางกลุ่มบริษัทฯ ได้มีการพิจารณาการปรับโครงสร้างธุรกิจผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์ เนื่องจากแนวโน้มของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งบริษัทฯ ได้พิจารณาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยการตั้งสำรองค่าเผ่อนี้มูลค่าสินค้าลดลงเพิ่มขึ้นให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบันและมุ่งเน้นการผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์เฉพาะที่ทำกำไรให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ซึ่งผลจากการดำเนินการดังกล่าว

กลุ่มบริษัทฯ ได้มีการพิจารณาและรับรู้ผลขาดทุนจากการลดลงของมูลค่าสินค้าคงเหลือจำนวน 193.48 ล้านบาท ในปี 2559 โดยในปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการพิจารณาตั้งค่าเผื่อมูลค่าสินค้าคงเหลือ สำหรับสินค้าที่เสื่อมสภาพ ล้าสมัยและค้างนาน สำหรับสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 12 เดือน จะมีการพิจารณามูลค่าสุทธิที่จะได้รับการประมาณราคาที่จะขายได้ร้อยละ 50 ของมูลค่าสินค้าคงเหลือ สำหรับสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 18 เดือน จะมีการพิจารณามูลค่าสุทธิที่จะได้รับการประมาณราคาที่จะขายได้แบบการขายเหมาลดราคา และสำหรับสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 24 เดือนขึ้นไป จะพิจารณามูลค่าสุทธิที่จะได้รับการประมาณราคาที่จะขายได้แบบการขายเหมาซึ่งกิโ ซึ่งการตั้งค่าเผื่อมูลค่าสินค้าคงเหลือนี้จะถูกพิจารณาจากผู้บริหารอีกครั้งหนึ่งทุกสิ้นเดือน

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทหรือบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทหรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงเกินกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 รวมทั้งไม่มีคดีที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ และไม่มีคดีความในธุรกิจอื่นที่ไม่ได้เป็นธุรกิจโดยปกติของบริษัทและบริษัทย่อย

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	:	บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็กเตอร์ เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”)
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	<ul style="list-style-type: none"> - ธุรกิจสำนักพิมพ์โดยผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทพ็อคเก็ตบุ๊กส์ และสิ่งพิมพ์สำหรับเด็ก - ธุรกิจดิจิทัล ให้บริการเนื้อหาต่างๆ บนเว็บไซต์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และอุปกรณ์ดิจิทัลอื่นๆ - ธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายและให้บริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ - ธุรกิจด้านการศึกษา - ธุรกิจโฆษณาบนหนังสือพิมพ์แจกฟรี และสื่อออนไลน์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 333 อาคารเล้าเป้งจ้วน 1 ชั้น 24 ซอยเฉยพ่วง ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107551000312
โทรศัพท์	:	(66) 2091-5900
โทรสาร	:	(66) 2091-5928
เลขานุการบริษัท	:	(66) 2091-5911
Home Page	:	www.nine.co.th
ทุนจดทะเบียน	:	390,549,286 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 390,549,286 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	ณ 31 ธันวาคม 2561 ทุนชำระแล้วของบริษัทเท่ากับ 365,549,286 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 365,549,286 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้น	:	รายละเอียดตามหัวข้อโครงสร้างการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561)

ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ทุนชำระแล้ว (บาท)
บริษัทย่อย				
บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด 333 อาคารเล้าเป้งจวน 1 ชั้น 24 ซอยเฉยพ่วง ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	สื่อสิ่งพิมพ์ (การ์ตูน)	99.74	200,000,000	200,000,000
บริษัท วันเวิลด์ มีเดีย จำกัด 333 อาคารเล้าเป้งจวน 1 ชั้น 24 ซอยเฉยพ่วง ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์แจกฟรี)	99.99	60,000,000	60,000,000

2. บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์ : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้ง : 93 ชั้น 1 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย Tower B
 ถ.รัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์ : (66) 2009-9999
โทรสาร : (66) 2009-9991

ผู้สอบบัญชี : บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิภาคไทย สอบบัญชี จำกัด
 1. นางสาวมาริษา ธาราบรรพกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 5752 หรือ
 2. นางศศิธร พงศ์อดิศักดิ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 8802 หรือ
 3. นายธนิต โอสถาเลิศ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 5155
ที่ตั้ง : 1 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 50 ถ.สาทรใต้ กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์ : (66) 2677-2000
โทรสาร : (66) 2677-2222

ที่ปรึกษากฎหมาย : บริษัท เภา แอนด์ แอสโซซิเอตส์ ลอว์ ออฟฟิศ จำกัด
ที่ตั้ง : 140/40 A อาคาร ไอทีเอฟ ชั้น 19 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก
 กรุงเทพฯ 10500
โทรศัพท์ : (66) 2634-4995-7
โทรสาร : (66) 2238-2574, (66) 2634-4998

ที่ปรึกษากฎหมาย*	:	บริษัท ฮันตัน แอนด์ วิลเลียมส์ (ไทยแลนด์) จำกัด
ที่ตั้ง	:	1 อาคารคิวเฮาส์ลุมพินี ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์	:	(66) 2645-8800
โทรสาร	:	(66) 2645-8880
ที่ปรึกษาทางการเงิน*	:	บริษัท โอไรออน แอดไวเซอร์ จำกัด
ที่ตั้ง	:	1077/29 ถ.พหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์	:	(66) 2077-9068
โทรสาร	:	(66) 2077-9068
ที่ปรึกษาทางการเงินอิสระ*	:	บริษัท อวานการ์ด แคปปิตอล จำกัด
ที่ตั้ง	:	62 อาคารมิลเลนเนียม ทาวเวอร์ ชั้น 19 ถ.หลังสวน แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์	:	(66) 2651-8787
โทรสาร	:	(66) 2651-8788

หมายเหตุ : *บริษัทที่ปรึกษากฎหมาย ที่ปรึกษาทางการเงิน และที่ปรึกษาทางการเงินอิสระ ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาสำหรับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนเพื่อการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนแบบกำหนดวัตถุประสงค์ (Specific Objective) เพื่อเสนอขายให้แก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement) การเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกับกรณีการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ และเพื่อแสดงความเห็นเกี่ยวกับคำเสนอซื้อหลักทรัพย์ (แบบ 247-4) ในลักษณะที่เพิ่มขึ้นจนถึงหรือข้ามผ่านจุดที่ต้องทำคำเสนอซื้อหลักทรัพย์ (Tender Offer)