

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ของบริษัท “เป็นผู้นำในการผลิตข้อมูลและเนื้อหาที่มีคุณภาพและสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ ที่เหมาะสมกับความต้องการและการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย ทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์”

พันธกิจ “สร้างองค์ประกอบทางดิจิทัล เพื่อสนับสนุนให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มคนที่มีความสนใจในสิ่งเดียวกัน พร้อมด้วยระบบการจัดส่งสินค้าและบริการทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ที่มีประสิทธิภาพ”

คุณค่าขององค์กร

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

เป้าหมายระยะยาวของบริษัท

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทฟ็อกเก็ตบุ๊กและการ์ตูนที่ผสมผสานระหว่างความรู้และความสนุกสนาน ทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์และดิจิทัล รวมถึงพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ด้วยการวางแผนและสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสม ตลอดจนการให้ข้อมูลและสร้างชุมชนในโลกออนไลน์และออฟไลน์ที่มีคุณภาพ เพื่อนำพากลุ่มบริษัทฯ ให้มีฐานะทางการเงินที่มั่นคง และร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสังคมที่ดีให้กับประเทศ

1.2 ประวัติความเป็นมา การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ประวัติและความเป็นมาของบริษัท

บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (NINE) (“บริษัทฯ”) เป็นหนึ่งในบริษัทย่อยในสายธุรกิจเอ็ดดูเทนเมนท์ และต่างประเทศ ของบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (NMG) ซึ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทฯ ได้ถูกจัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2539 ภายใต้ชื่อ “เนชั่น ซิฟเวอร์วัน” ซึ่งต่อมาในปี 2545 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เนชั่นบุ๊กส์ อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 1 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊กส์” ในการผลิตและจำหน่ายหนังสือฟ็อกเก็ตบุ๊ก ซึ่งได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง

ต่อมา ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 4/2549 เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2549 ได้มีมติให้ปรับโครงสร้างสายธุรกิจด้านเอ็ดดูเทนเมนท์และต่างประเทศ เพื่อให้สายธุรกิจดังกล่าวมีการดำเนินงานที่คล่องตัว ชัดเจน และเกิดการเติบโตของธุรกิจตามแผนที่วางไว้ รวมทั้งมีฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งเพียงพอที่จะ

รองรับการเติบโตในอนาคต 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

ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ครั้งที่ 3/2551 เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2551 ได้มีมติให้บริษัทฯ จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเปลี่ยนชื่อบริษัทฯ จากบริษัท เนชั่นบุ๊คส์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด เป็นบริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) รวมทั้งเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 70 ล้านบาท เป็น 85 ล้านบาท เพื่อรองรับการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering)

เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2552 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของ 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 ทุกรายตามสัดส่วนการถือหุ้นที่มีอยู่ (Pre-emptive right) โดยเป็นการจัดสรรในช่วงเวลาใกล้เคียงกับการเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ ให้แก่ประชาชนและบุคคลทั่วไป ในราคาที่เท่ากัน

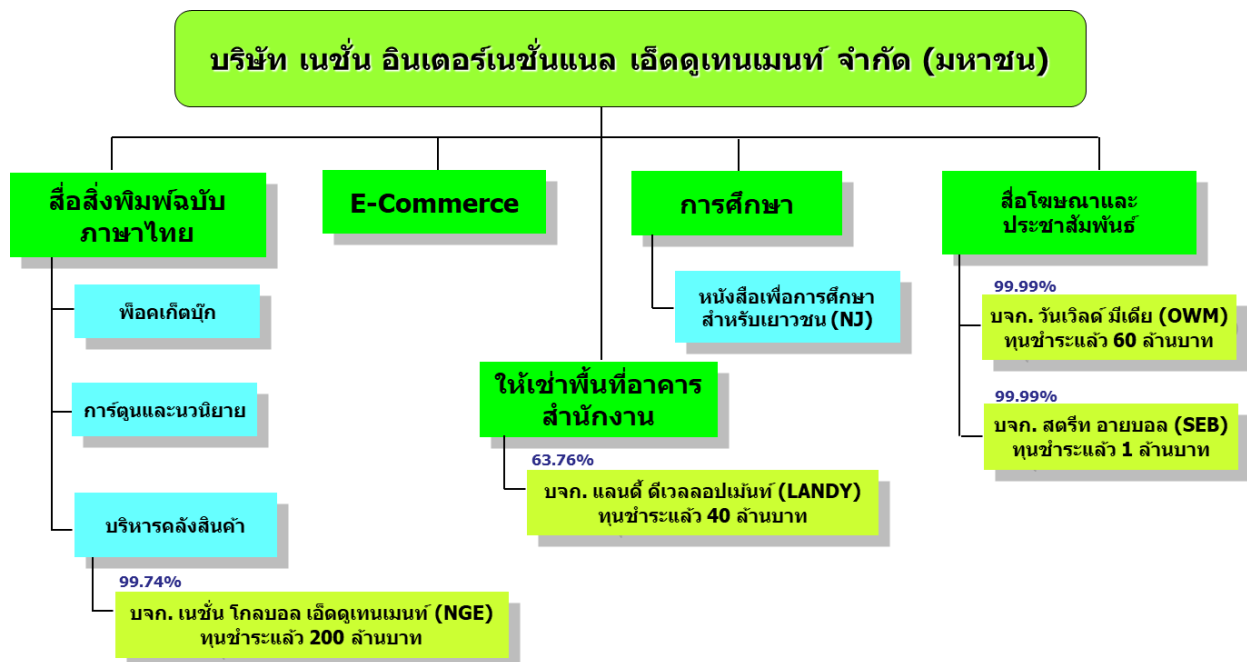
การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ

- 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 คิวดิจิทัล จำกัด ได้จดทะเบียนเลิกกิจการกับกระทรวงพาณิชย์ และและเสร็จสิ้นการชำระบัญชีเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2560 แล้ว
- ปี 2560
- วันที่ 2 พฤษภาคม 2560 บริษัทฯ มีมติเพิ่มทุนในบริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด จาก 97 ล้านบาท เป็น 200 ล้านบาท ทำให้บริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 99.74
- 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 อาคารเล้าเปิงจ้วน 1 ชั้น 24 ซอยเฉยพ่วง ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ
 - 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)
- ปี 2562
- วันที่ 3 มกราคม 2562 บริษัทฯ จัดตั้งบริษัท สตาร์ท อายบอล จำกัด (SEB) ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนและผู้ผลิตสื่อโฆษณา โดยผ่านสื่อต่างๆ
 - วันที่ 14 สิงหาคม 2562 บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (NMG) ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ถือหุ้นจำนวน 120,808,387 หุ้น ร้อยละ 33.05 ของทุนชำระแล้ว ได้มีการทยอยจำหน่ายหุ้น NINE ทั้งหมด ส่งผลให้ NMG ไม่ได้เป็นถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท
 - วันที่ 28 พฤศจิกายน 2562 บริษัทฯ ได้ร่วมลงนามกับบริษัท เดกซ์เพรส จำกัด และบริษัท เฟิร์ส เพจ โปร จำกัด (FPP) ในข้อตกลงความร่วมมือในการขายและจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูนและนิยายแปลจากภาษาญี่ปุ่น รวมทั้งสินค้าลิขสิทธิ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องผ่านเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ nejavu.com

- ปี 2563
- เดือนธันวาคม 2562 บริษัท วันเวิลด์ มีเดีย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ หยุดดำเนินพาณิชย์กิจ
 - วันที่ 16 เมษายน 2563 บริษัทฯ มีมติเข้าซื้อหุ้นสามัญใน บริษัท ทรานส์ แอด โซลูชั่น จำกัด (Trans.Ad) จากผู้ถือหุ้นของ Trans.Ad จำนวน 90,000 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 18.35 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้วทั้งหมดของ (Trans.Ad) ในราคาหุ้นละ 110 บาท คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 9.90 ล้านบาท
 - วันที่ 9 พฤศจิกายน 2563 บริษัทฯ มีมติเข้าซื้อหุ้นสามัญใน บริษัท แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (Landy) จากผู้ถือหุ้นเดิม จำนวน 2,550,400 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 63.76 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้วทั้งหมดของ (Landy) ในราคาหุ้นละ 27.45 บาท คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 70.01 ล้านบาท
 - วันที่ 9 พฤศจิกายน 2563 บริษัทฯ มีมติดำเนินการเลิกกิจการและชำระบัญชีของ บริษัท สตรีท อายบอล จำกัด โดยบริษัท สตรีท อายบอล จำกัด ได้จดทะเบียนเลิกกิจการกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2563 และเสร็จสิ้นการชำระบัญชีเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2563 แล้ว

1.3 โครงสร้างการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ

โครงสร้างกลุ่มธุรกิจและการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ ปี 2563



กลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วยบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ดังนี้

ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ทุนชำระแล้ว (บาท)
บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด 333 อาคารเล้าเป้งวัน 1 ชั้น 24 ซอยเลขพวง ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือการ์ตูน)	99.74	200,000,000	200,000,000
บริษัท วันเวิลด์ มีเดีย จำกัด ¹ 333 อาคารเล้าเป้งวัน 1 ชั้น 24 ซอยเลขพวง ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์แจกฟรี)	99.99	60,000,000	60,000,000
บริษัท แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด 1 ซอยลาดพร้าว 19 ถ.ลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	ให้บริการเช่าพื้นที่ อาคารสำนักงาน	63.76	40,000,000	40,000,000
บริษัท ทรานส์ แอด โซลูชั่น จำกัด 21 อาคารทีเอสที ชั้น 21 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	ให้บริการด้านการ ออกแบบ และติดตั้ง ระบบการแสดงผลสื่อผสม	18.35	49,046,400	49,046,400

หมายเหตุ

1. บริษัท วันเวิลด์ มีเดีย จำกัด หยุดดำเนินพาณิชย์กิจ ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 เป็นต้นไป
2. ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 5/2563 เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2563 ได้มีมติอนุมัติซื้อหุ้นสามัญในบริษัท ทรานส์ แอด โซลูชั่น จำกัด (Trans.Ad) จำนวน 90,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ทำให้บริษัทฯ ถือหุ้น Trans.Ad ร้อยละ 18.35 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้วทั้งหมด
3. ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 9/2563 เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2563 ได้มีมติอนุมัติซื้อหุ้นสามัญในบริษัท แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (“แลนด์”) จำนวน 2,550,400 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท ทำให้บริษัทฯ ถือหุ้น แลนด์ ร้อยละ 63.76 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้วทั้งหมด
4. บริษัท สตรีท อายบอล จำกัด ดำเนินการเลิกกิจการกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2563 และชำระบัญชีเสร็จสิ้นแล้วเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2563

ภาพรวมในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย แบ่งเป็นดังนี้

1. ธุรกิจสิ่งพิมพ์และอีบุ๊ก ประเภทพ็อกเก็ตบุ๊ก ภายใต้แบรนด์ต่างๆ ดังนี้
 - a. Nation Books ผลิตและจำหน่ายหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กที่ได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ แนวบริหารและการจัดการ ภาษาและการเรียนรู้ อุตชีวประวัติ สุขภาพ ของนักเขียนชั้นนำ
 - b. NB Horror ผลิตและจัดจำหน่ายนิยายแปล แนวสยองขวัญ สืบสวนสอบสวน ฆาตกรรม
 - c. NB Lite ผลิตและจัดจำหน่ายพ็อกเก็ตบุ๊กเกี่ยวกับนิยายแปล แนวอบอุ่นหัวใจ (Heart Warming) และ โรแมนติก (Romantic)
 - d. NB Money Club ผลิตและจัดจำหน่ายพ็อกเก็ตบุ๊กเกี่ยวกับการเงินและการลงทุน
2. ธุรกิจสิ่งพิมพ์และอีบุ๊ก ประเภทหนังสือการ์ตูนและนิยาย ภายใต้แบรนด์ต่างๆ ดังนี้
 - a. NED Comics ผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์หนังสือการ์ตูนยอดนิยมนิยายและฉบับนิยายที่ได้รับลิขสิทธิ์แปลจากประเทศญี่ปุ่น
 - b. NB Pastel ผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูนแนวอบอุ่นหัวใจ (Heart Warming) และ โรแมนติก (Romantic)
3. ธุรกิจบริการบริหารคลังสินค้า ภายใต้การดำเนินงานของ NGE โดยให้บริการจัดการสินค้าคงคลัง และการกระจายสินค้าจากคลังสินค้าถึงลูกค้าปลายทางทุกแห่งทั่วประเทศผ่านบริษัทขนส่งเอกชน ให้แก่สินค้าของกลุ่มบริษัทฯ และกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจ
4. ธุรกิจสิ่งพิมพ์และอีบุ๊ก ประเภทหนังสือเพื่อการศึกษา ภายใต้แบรนด์ NJ Digital ดำเนินธุรกิจจัดทำคู่มือสำหรับทบทวนความรู้เตรียมสอบแอดมิชชัน โดยรวบรวมเนื้อหาบทเรียนและข้อสอบ ดำเนินการสอนโดยคณาจารย์ชั้นนำ โดยในปี 2563 หน่วยธุรกิจนี้ไม่ได้มีการดำเนินงานใดๆ
5. ธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการข้อมูลข่าวสารในรูปแบบของสื่อออฟไลน์ และออนไลน์ ภายใต้ SEB แต่ที่ผ่านมามีการดำเนินธุรกิจใดๆ จึงได้ปิดบริษัทย่อยนี้ ในเดือนธันวาคม 2563
6. ธุรกิจ e-Commerce เพื่อจำหน่ายสิ่งพิมพ์และสินค้าต่างๆ ของกลุ่มบริษัทฯ และสินค้าฝากขาย ผ่านเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซของบริษัทฯ ภายใต้ชื่อ www.nejavu.com
7. ธุรกิจให้เช่าพื้นที่อาคารสำนักงาน ภายใต้ LANDY โดยมีสำนักงานใหญ่และอาคารสำนักงานให้เช่าตั้งอยู่เลขที่ 1 ซอยลาดพร้าว 19 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 ทั้งนี้ อาคารให้เช่าดังกล่าว เป็นอาคารคอนกรีตสูง 8 ชั้น มีพื้นที่ก่อสร้างประมาณ 9,368 ตารางเมตร บนที่ดิน 389.50 ตารางวา

นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายหนังสือฟ็อกเก็ตบุ๊กและหนังสือการ์ตูน ธุรกิจบริหารคลังสินค้า ธุรกิจ e-Commerce และธุรกิจให้เช่าอาคารสำนักงาน โดยแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม ดังนี้

ในส่วนของการผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือฟ็อกเก็ตบุ๊กและหนังสือการ์ตูนนั้น บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการเองทั้งหมด ทั้งในส่วนการคัดเลือกหัวหนังสือที่ได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ชั้นนำ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการจัดจำหน่ายในรูปแบบสิ่งพิมพ์และรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยขายผ่านร้านหนังสือชั้นนำ การขายตรง และผ่านระบบอีคอมเมิร์ซของบริษัทฯ (www.nejavu.com) ซึ่งในส่วนของการจัดพิมพ์ บริษัทฯ ได้เป็นผู้จัดหาและจัดจ้างโรงพิมพ์ โดยคำนึงถึงคุณภาพ ราคาที่เหมาะสม และความสามารถในการส่งมอบสินค้าได้ตามกำหนดเวลา ซึ่งการจัดพิมพ์ทางโรงพิมพ์จะเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบเองทั้งหมด ตั้งแต่ต้นจนจบ

สำหรับบริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (“NGE”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ มีการดำเนินงานเสมือนหน่วยธุรกิจเพื่อสนับสนุนส่งเสริมการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท ในงานด้านการจัดการ โลจิสติกส์ (Logistics Management) โดยดูแลเรื่องระบบบริหารการสั่งซื้อ การเคลื่อนย้ายการจัดเตรียมสินค้า การจัดเก็บสินค้า ตลอดจนการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้า

ในส่วนของบริษัทฯ ให้เช่าพื้นที่อาคารสำนักงาน บริษัทฯ ได้ดำเนินการผ่านบริษัทย่อย ซึ่งได้แก่ บริษัท แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (“LANDY”)

บริษัทฯ ได้ติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยอย่างสม่ำเสมอ และมีหน่วยงานด้านการลงทุนทำการวิเคราะห์และติดตามด้วย เพื่อให้ทราบปัญหาที่เกิดขึ้นและรายงานให้บริษัทฯ และผู้ถือหุ้นทราบเพื่อร่วมกันเสนอแนวทางแก้ไขให้ทันกับสถานการณ์ โดยบริษัทย่อยในกลุ่มต้องใช้บริการงานสนับสนุนส่วนกลางซึ่งจะรวมศูนย์ที่บริษัทฯ ได้แก่ งานด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ งานด้านบัญชี ระบบบัญชีการเงิน ต้นทุน การวางแผนและงบประมาณ รวมถึงงานด้านกฎหมาย ทั้งนี้ การดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยต้องเป็นไปตามนโยบายและหลักเกณฑ์การดำเนินธุรกิจที่บริษัทฯ กำหนด

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

การดำเนินธุรกิจหลักของบริษัทฯ ไม่ได้มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอื่นของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็กเตอร์ เนชั่นเน็ต จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีรายได้จำแนกตามประเภทธุรกิจ ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

รายได้จากกลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการโดย	2563		2562		2561	
		ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ธุรกิจสำนักพิมพ์							
1.1 การผลิตและจำหน่ายพ็อคเก็ตบุ๊ก	NINE	14.89	18.48	16.86	25.57	18.13	19.13
1.2 การผลิตและจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชน	NGE	27.34	33.93	27.15	41.18	29.25	30.86
1.3 ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)	NINE	11.54	14.32	1.11	1.68	-	-
2. ธุรกิจบริการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศและบริการที่เกี่ยวข้อง ^๑	NINE	-	-	-	-	27.27	28.77
3. ธุรกิจด้านการศึกษา							
3.1 สื่อการเรียนการสอน/รายการผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อรูปแบบใหม่	NINE	-	-	-	-	1.69	1.78
3.2 สื่อสิ่งพิมพ์การเรียนการสอนและบริการที่เกี่ยวข้อง E-book (NJ)	NINE	-	-	1.07	1.62	2.13	2.25
4. ธุรกิจให้เช่าพื้นที่สำนักงาน	NINE	1.68	2.09	-	-	-	-
5. รายได้อื่น ^๒		6.68	8.29	9.62	14.59	14.36	15.15
รายได้รวม		80.57	100.00	65.94	100.00	94.77	100.00

หมายเหตุ:

^๑ รวมรายได้จากค่าจ้างพิมพ์ ค่าจัดส่ง และค่าบริการจากการเป็นตัวแทนขายโฆษณาในสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ โดยธุรกิจได้ปิดดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2561

^๒ รายได้อื่นๆ ได้แก่ รายได้ค่าบริการส่วนกลาง ค่าบริการอื่นๆ รวมทั้ง รายได้จากการขายเศษซาก ดอกเบี้ยรับ และอื่นๆ เป็นต้น

1. ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

1.1 พ็อกเก็ตบุ๊ก

1.1.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อสำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊กส์” ซึ่งผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือประเภทพ็อกเก็ตบุ๊กที่ได้รับความนิยมไว้วางใจจากนักอ่านจำนวนมาก ทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) ซึ่งจัดจำหน่ายผ่านร้านหนังสือชั้นนำ ออกแสดงสินค้าตามงานหนังสือต่างๆ รวมถึงจำหน่ายผ่านระบบอีคอมเมิร์ซของบริษัทฯ (www.nejavu.com) และร้านจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ อาทิเช่น MEB, OOKBEE และ Google Play เป็นต้น

โดยบริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ให้เป็นผู้จัดพิมพ์และจำหน่ายผลงานที่มีคุณภาพ ครอบคลุมเนื้อหาหลากหลายแนว ได้แก่ หมวดบริหารและการจัดการ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการในหัวข้อต่างๆ รวมถึงเศรษฐศาสตร์ การเงิน การลงทุน การบัญชี การตลาด ภาษี และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ หมวดภาษา และการเรียนรู้ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะด้านภาษาและการทดสอบความถนัดด้านต่าง ๆ หมวดทั่วไป ที่มีเนื้อหาหลากหลาย ครอบคลุมความสนใจด้านต่าง ๆ ของผู้อ่านในวงกว้าง เช่น ไลฟ์สไตล์ ชีวิตคนดัง สุขภาพ และหมวดนิยาย วรรณกรรม ที่เป็นหนังสือแปลจากต่างประเทศ

หนังสือและสื่อที่ผลิตโดยสำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊กส์ได้รับความนิยมในปี 2563 ได้แก่ กระดาษกาวผู้นำ, จะชิมจะเศร้า ก้าวผ่านได้, สำเร็จได้ไม่เห็นต้องรีบ, เทคนิคช่วยจำแค่ 3 วันก็ฉลาดขึ้นได้, ความเครียดเป็นศูนย์, จนกว่าจะถึงหน้าสุดท้าย, มีแต่ปลาทองเท่านั้นที่รู้, ยินดีต้อนรับสู่ Answer Game, มือใหม่หัดลงทุนเก่ง, คิดอย่างนักสร้างจรวด, เปลี่ยนสันดานสร้างอิสรภาพทางการเงิน, กินบ้างอดบ้าง สุขภาพดี ไม่มีป่วย, เคล็ดลับลับสนิทเร็วคุณสาม เป็นต้น

1.1.2 ลูกค้านักอ่านเป้าหมาย

ลูกค้านักอ่านเป้าหมายหลักคือ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 25-44 ปี ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเองในแง่มุมต่างๆ เช่น การบริหารธุรกิจและการตลาด การเงินและการลงทุน การพัฒนาทักษะในการทำงาน การใส่ใจสุขภาพ การพัฒนาความคิด รวมถึงหนังสือนิยาย วรรณกรรม ที่อ่านหนังสือเพื่อความบันเทิง

1.1.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบัน บริษัทฯ ทำการจัดจำหน่ายพ็อกเก็ตบุ๊กผ่านช่องทางการจำหน่ายประเภทต่างๆ ดังนี้

1. **ร้านหนังสือ** เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายพ็อกเก็ตบุ๊กที่ใหญ่ที่สุดของบริษัทฯ โดยจำหน่ายแบบเปิดหน้าบัญชีเอง คือ การจัดจำหน่ายโดยตรงกับร้านหนังสือต่างๆ เช่น ร้านนายอินทร์ ร้านบีทูเอส ร้านซีเอ็ด ศูนย์หนังสือจุฬาฯ ร้านคิโนคุนิยะ และร้านเอเซียบุ๊ก แทนการจำหน่ายรูปแบบเดิมที่ให้กับบริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นตัวแทนกระจายหนังสือสู่ร้านค้าในเครือซีเอ็ดและร้านหนังสือชั้นนำอื่นๆ เนื่องจากการจำหน่ายโดยตรง นอกจากจะเป็นการลดค่าคอมมิชชั่นที่ต้องจ่ายให้กับตัวแทนจำหน่ายสินค้าแล้ว ยังทำให้บริษัทฯ ทราบความต้องการที่แท้จริง และสามารถบริหารสินค้าคงคลัง และต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. **บุรุษจำหน่ายหนังสือ** เป็นการเปิดบุรุษจำหน่ายหนังสือแก่ผู้อ่านโดยตรง โดยมีหนังสือหลากหลายประเภท และครบครันด้วยราคาที่เหมาะสม ผ่านรูปแบบงานตามสถานที่และขนาดในการจัดงานแบบต่างๆ โดยแบ่งเป็นงานบุรุษระดับชาติ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย อาทิ งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ งานมหกรรมหนังสือระดับชาติ และงานบุรุษโมเดิร์นเทรด ทั้งที่จัดขึ้นเองและจัดร่วมกับห้างสรรพสินค้าต่างๆ ภายในพื้นที่ห้างสรรพสินค้าอื่นๆ เพื่อให้ความรู้และแนะนำหนังสือไปในตัวด้วยอีกส่วนหนึ่ง

3. **จำหน่ายตรงแก่องค์กร** เป็นการจำหน่ายหนังสือแก่ผู้บริหารที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ และบริษัทเอกชน โรงเรียน มหาวิทยาลัย และหน่วยงานราชการอื่นๆ ที่มีความต้องการหนังสือเพื่อกระตุ้นกิจการของบริษัท

4. **ช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ** เช่น การจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ www.nejavu.com ซึ่งเป็นระบบอีคอมเมิร์ซของบริษัทฯ, LAZADA, Shopee, MEB, OOKBEE, Google Play และผ่าน Facebook Fanpage ของบริษัทฯ ซึ่งให้ส่วนลดเป็นพิเศษแก่ผู้สั่งซื้อ และเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสำหรับผู้อ่านมากยิ่งขึ้น

1.1.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) บริษัทฯ ดำเนินการผลิตและจำหน่ายเพื่อกระตุ้นที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายครอบคลุมความต้องการของนักอ่านทุกกลุ่มอายุ เพศ และอาชีพ โดยพิจารณาคัดเลือกหนังสือทั้งในแง่ของเนื้อหา คุณภาพ และความเหมาะสม เพื่อให้หนังสือของบริษัทฯ สามารถเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างความบันเทิง และความรู้ของผู้อ่านให้ทันต่อยุคสมัย
- 2) เนื่องจากบริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้น บริษัทฯ จึงใช้ข้อได้เปรียบดังกล่าวในการคัดเลือกผลงานของนักเขียน และสำนักพิมพ์ที่เป็นที่ชื่นชอบของนักอ่านชาวไทย และมีความคุณภาพระดับโลก โดยมียอดขายในอันดับต้นๆ (Best Seller) มานำเสนอ
- 3) ในส่วนของเพื่อกระตุ้นที่เป็นหนังสือแปลจากภาษาต่างประเทศ 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 “เนชั่นบุ๊กส์” และหนังสือให้เป็นที่ยู่อักในกลุ่มนักอ่านผ่านสื่อต่างๆ หลากหลายรูปแบบ โดยเน้นสื่อออนไลน์เป็นหลัก

1.2 การ์ตูนและนวนิยาย

1.2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ดำเนินธุรกิจผ่านบริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็กเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (“NINE”) และบริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ (“NGE”) โดยเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนเพื่อความบันเทิง อาทิ หนังสือการ์ตูน และนิยาย ทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์(e-Book) ผ่านระบบอีคอมเมิร์ซของบริษัทฯ ร้านขายหนังสือการ์ตูน และร้านจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ อาทิเช่น MEB, OOKBEE และ Google Play เป็นต้น ซึ่งลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักเป็นวัยรุ่น และกลุ่มคนทำงาน อายุตั้งแต่ 18-34 ปี โดยมุ่งเน้นหนังสือการ์ตูนยอดนิยมและฉบับนิยายที่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากสำนักพิมพ์ชั้นนำทั้งภายในประเทศและประเทศญี่ปุ่น เช่น Shueisha, Shogakukan, Kodansha, Kadokawa Shoten, Futabasha, Akita Shoten และ Coamix เป็นต้น

โดยปัจจุบันได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในกลุ่มผู้อ่าน อาทิ เช่น Naruto นินจาคาถาโอ้โฮเฮะ, เทพมรณะ Bleach, One Punch Man, Platinum End, Boruto, JoJoLionล่าข้ามศตวรรษ, JO JO Lion, JOJONIUM, MASTER KEATON, Death Note Pocket Edition, Blue Exorcist, Doraemon, เกรซอนชินจัง, Slam Dunk, Dragon Ball Super, Hunter X Hunter, คุโรโกะ นายจิตพิลึกตึงเวียนบาส Replace Plus, 20th Century Boy, Pokemon Special, Dragon Ball, Claymore, มองผ่านก้านอ้อ, ตับอ่อนของเธอนั้น ขอลั่นเถอะนะ, ฝันถึงเรื่องนั้นอีกแล้ว เป็นต้น

นอกจากนี้ NGE ยังให้บริการบริหารคลังสินค้า การจัดการสินค้าคงคลัง และการกระจายสินค้าจากคลังสินค้าถึงลูกค้าปลายทางทุกแห่งทั่วประเทศผ่านบริษัทขนส่งเอกชน ให้แก่สินค้าของกลุ่มบริษัทฯ และกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจ โดยบริษัทฯ ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูนและนิยาย รวมถึงสินค้าลิขสิทธิ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากประเทศญี่ปุ่น ผ่าน www.nejavu.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซของบริษัทฯ เพื่อขยายประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้าทั้งในด้านคุณค่าความบันเทิง และคุณภาพการให้บริการ รวมถึงเป็นการประสานกลยุทธ์และความแข็งแกร่งของกลุ่มพันธมิตร ทั้งในแง่ความหลากหลาย การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อร่วมกันปรับปรุงและพัฒนาทางการ์ตูนของประเทศไทย

1.2.2 ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักเป็นวัยรุ่น และกลุ่มคนทำงาน อายุตั้งแต่ 18-34 ปี ที่มีความชื่นชอบในการอ่านหนังสือการ์ตูน และต้องการซื้อเพื่อเก็บสะสม เนื่องจากหนังสือการ์ตูนเป็นความบันเทิงรูปแบบหนึ่งที่มีต้นทุนต่ำ โดยหนังสือของกลุ่มบริษัทฯ นั้น มีความหลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้

1.2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

NGE เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น โดยจัดจำหน่ายให้กับเอเยนต์ที่จัดจำหน่ายการ์ตูนเป็นหลัก ซึ่งเป็นการขายที่อาจมีการรับคืนได้ในภายหลัง โดยเอเยนต์เหล่านี้จะกระจายสินค้าต่อไปยังร้านหนังสือปลีกย่อย ซึ่งจะจำหน่ายต่อไปให้แก่ผู้อ่านอีกต่อหนึ่ง นอกจากนี้ยังจำหน่ายผ่านช่องทางอื่น ๆ ได้แก่ ร้าน

หนังสือการ์ตูน การขายผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านระบบอีคอมเมิร์ซของบริษัทฯ การจำหน่ายตรงผ่านบูธ และงานกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น

1.2.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนที่มีคุณภาพ ความเหมาะสม และตอบสนองความต้องการของกลุ่มเด็กและเยาวชน
- 2) กลุ่มบริษัทฯ จะใช้ข้อได้เปรียบสำนักพิมพ์อื่นๆ จากการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ในการพิจารณาคัดเลือกสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมสูงจากต่างประเทศ และมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมในประเทศมาทำการผลิตและจัดจำหน่ายได้ตามเป้าหมาย
- 3) กลุ่มบริษัทฯ มีการติดตามข่าวสารความนิยมของหนังสือในต่างประเทศและในประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อคัดเลือกเรื่องที่ได้รับคามนิยมสูง มาจัดพิมพ์วางจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาจำหน่ายสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับสำนักพิมพ์อื่นๆ ในตลาดได้ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อหนังสือ เช่น จัดจำหน่ายหนังสือเป็นชุดในราคาพิเศษ หรือให้ส่วนลดพิเศษพร้อมของสมนาคุณ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ไม่มีนโยบายทำการตลาดด้วยราคาต่ำกว่าคู่แข่ง (Price War)
- 4) พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม โดยกลุ่มบริษัทฯ มีการขายผ่านระบบอีคอมเมิร์ซของบริษัทฯ ในนาม Nejavu.com ซึ่งจะในรูปแบบของ Social Commerce ที่มีทั้งชุมชนออนไลน์ที่มีเนื้อหาและข้อมูลที่มีประโยชน์แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และ e-Commerce อยู่ภายในเว็บไซต์เดียวกัน พร้อมทั้งให้ข้อมูลผ่าน Facebook, Instagram และ Twitter ควบคู่กันไปด้วย โดยการจัดส่งสินค้าจะใช้บริการขนส่งของไปรษณีย์ไทย และบริษัทขนส่งเอกชน Alpha Fast รวมถึงมีการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์อื่นๆ เช่น MEB, OOKBEE, Google Play และผ่าน Facebook Fanpage

การจัดหาสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

การผลิตสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

กลุ่มบริษัทฯ จะทำการพิจารณาแนวโน้มอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เพื่อวางแผนกำหนดประเภทสิ่งพิมพ์และรูปแบบเนื้อหาที่จะดำเนินการผลิตในแต่ละปี หลังจากนั้น กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการจัดหาและผลิตสิ่งพิมพ์ โดยมีขั้นตอนหลักในการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

1) การคัดสรรสิ่งพิมพ์

กลุ่มบริษัทฯ ได้สำรวจตลาดเพื่อสอบถามหรือหาข้อมูลของประเภทหรือรายชื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายโดยตรง ในบางกรณีนักเขียนหรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์อาจทำการติดต่อขอจำหน่ายลิขสิทธิ์ในการผลิตและจัดจำหน่ายแก่กลุ่มบริษัทฯ โดยตรง เนื่องจากชื่อเสียงของกลุ่มบริษัทฯ เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือฟ็อกเก็ตบุ๊กในแนวธุรกิจและการจัดการ และการพัฒนาตนเองของกลุ่มบริษัทฯ

หลังจากนั้น คณะทำงานเพื่อคัดเลือกหนังสือของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหาร บรรณาธิการ ฝ่ายขาย และฝ่ายการตลาด จะทำการคัดเลือกสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมในการผลิตและจัดจำหน่ายซึ่งมีคุณสมบัติเบื้องต้น ดังนี้

1.1) มีรูปแบบและเนื้อหาที่คาดว่าจะตรงกับความต้องการและได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่องจากกลุ่มผู้อ่านเป้าหมาย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีขนาดที่เหมาะสมในการจัดพิมพ์สิ่งพิมพ์นั้นๆ

1.2) ไม่มีเนื้อหาที่แสดงความรุนแรงและช่วยทางเพศ

1.3) มีต้นทุนในการซื้อลิขสิทธิ์ที่เหมาะสม และสามารถขายได้ในราคาที่สามารถทำกำไรจากการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์นั้นได้

2) ติดต่อเจรจา และทำสัญญาซื้อลิขสิทธิ์

หลังจากที่ได้รายชื่อสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมแล้ว กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อเจรจาราคา และเงื่อนไขในการซื้อลิขสิทธิ์กับนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ สำหรับหนังสือที่ออกเกิดปัญหาในหมวดทั่วไปบางเล่มอาจดำเนินการติดต่อนักเขียนที่คาดว่าจะเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้อ่านเพื่อเขียนหนังสือให้ จากนั้นจึงทำสัญญากับนักเขียนหรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ต่อไป

3) การจัดเตรียมต้นฉบับภาษาไทย

3.1) การแปล ในกรณีที่หนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศ จะติดต่อผู้แปลที่มีความเหมาะสมกับประเภทหนังสือเพื่อดำเนินการแปลเป็นภาษาไทย และติดต่อผู้ที่มีความเหมาะสมกับประเภทหนังสือดังกล่าว เพื่อทำหน้าที่บรรณาธิการเล่ม ตรวจสอบความถูกต้องของสำนวนแปล ซึ่งภายหลังจากที่ผู้แปลทำการลงนามในสัญญาและได้รับต้นฉบับสิ่งพิมพ์ภาษาต่างประเทศเรียบร้อยแล้ว ก็จะดำเนินการแปล โดยระยะเวลาในการแปลนั้นขึ้นอยู่กับประเภทสิ่งพิมพ์ ความยากง่ายของเนื้อหา และจำนวนหน้า ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลาไม่เกิน 3 เดือน จากนั้นผู้แปลจะดำเนินการส่งผลงานแปลฉบับสมบูรณ์ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ แล้วส่งต่อไปให้บรรณาธิการเล่มเพื่อดำเนินการตรวจทานและปรับแก้ หลังจากบรรณาธิการตรวจและปรับแก้บทแปลเสร็จสิ้นสมบูรณ์แล้ว ก็จะส่งให้แก่กลุ่มบริษัทฯ เพื่อดำเนินการในขั้นตอนการจัดรูปเล่มและจัดพิมพ์ต่อไป ในกรณีที่สิ่งพิมพ์เป็นหนังสือการ์ตูน กลุ่มบริษัทฯ จะต้องนำต้นฉบับหนังสือการ์ตูนภาษาต่างประเทศมาสแกน เพื่อนำคำแปลลงประกอบภาพการ์ตูน

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

4) การจัดเตรียมการพิมพ์

4.1) การจัดหาโรงพิมพ์ ในระหว่างการจัดเตรียมต้นฉบับ กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อโรงพิมพ์เพื่อกำหนดรูปแบบการพิมพ์ ค่าจ้างพิมพ์ และวันกำหนดส่งของ โดยมีการเปรียบเทียบและเจรจาต่อรองเพื่อให้ค่าจ้างพิมพ์ต่ำที่สุด ภายใต้รูปแบบสิ่งพิมพ์ที่กลุ่มบริษัทฯ ต้องการ โดยปัจจุบันบริษัทฯ ใช้บริการโรงพิมพ์จำนวน 5-6 แห่งเพื่อให้ได้ราคาค่าพิมพ์ที่เหมาะสม ทั้งนี้ ทางโรงพิมพ์จะเป็นผู้จัดหากระดาษที่ใช้ในการจัดพิมพ์ให้ตามที่ตกลงกัน

4.2) การพิมพ์ทดสอบ จากนั้นกลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการส่งพิมพ์ทดสอบ (Proof Printing) และตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งหนึ่ง ในบางกรณี กลุ่มบริษัทฯ ต้องจัดส่งต้นแบบของสิ่งพิมพ์ให้แก่เจ้าของลิขสิทธิ์เพื่อขออนุมัติก่อนดำเนินการจัดพิมพ์หรือจัดจำหน่าย

5) การพิมพ์และจัดส่ง

กลุ่มบริษัทฯ จะจัดส่งไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ต้นฉบับสิ่งพิมพ์ให้แก่โรงพิมพ์เพื่อดำเนินการพิมพ์ เมื่อโรงพิมพ์ดำเนินการพิมพ์เรียบร้อยแล้ว โรงพิมพ์จะจัดส่งหนังสือที่พิมพ์เสร็จเรียบร้อยแล้วมาที่คลังสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องต่อไป

สรุปสาระสำคัญของสัญญาลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

ในการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ กลุ่มบริษัทฯ จะซื้อลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์มาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นนักเขียนหรือนักพิมพ์ทั้งในและต่างประเทศจำนวนหลายราย เพื่อนำมาผลิตและจัดจำหน่ายเพียงรายเดียว (Exclusive) ในประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลา 3-7 ปี และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ในราคาและเงื่อนไขเดิม ส่วนใหญ่มีการกำหนดจำนวนขั้นต่ำในการผลิตสิ่งพิมพ์ครั้งแรก ทั้งนี้ เจ้าของลิขสิทธิ์สามารถยกเลิกสัญญาได้หากกลุ่มบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาด้านการเงิน และ/หรืออยู่ในสถานะล้มละลาย เป็นต้น โดยมีค่าลิขสิทธิ์ที่สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

- 1) ค่าลิขสิทธิ์ขั้นต่ำซึ่งเป็นจำนวนคงที่ (Minimum Guarantee) กำหนดจากยอดพิมพ์เริ่มต้นขั้นต่ำ หรือประมาณการยอดขายชำระ ณ วันที่ลงนามในสัญญา หรือภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้
- 2) ค่าลิขสิทธิ์แปรผันที่คำนวณจากยอดจำหน่ายสิ่งพิมพ์หรือยอดพิมพ์ ซึ่งส่วนใหญ่มีการชำระทุกครึ่งปี หรือหนึ่งปี

ทั้งนี้ ประเภทของค่าลิขสิทธิ์ รวมทั้งจำนวน และกำหนดเวลาการชำระค่าลิขสิทธิ์ของแต่ละสัญญานั้น ขึ้นอยู่กับการต่อรองระหว่างกลุ่มบริษัทฯ และเจ้าของลิขสิทธิ์

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจสิ่งพิมพ์

ภาพรวมอุตสาหกรรมธุรกิจสิ่งพิมพ์ในปี 2563 และแนวโน้มในปี 2564

อุตสาหกรรมธุรกิจสิ่งพิมพ์ในปี 2563 เกิดการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วอย่างเห็นได้ชัด โดยปัจจัยเร่งที่สำคัญ คือการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ซึ่งอยู่นอกเหนือการคาดการณ์ของธุรกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมในวงกว้าง โดยเฉพาะมาตรการบังคับหรือจำกัดการเดินทาง การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และการจำกัดการเข้าถึงพื้นที่สาธารณะ (Lockdown) ที่ทำให้หลายธุรกิจต้องปรับตัวอย่างเร่งด่วน โดยเน้นการใช้ช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

ธุรกิจสิ่งพิมพ์เองก็ได้รับผลกระทบนี้เช่นเดียวกัน เนื่องจากร้านหนังสือที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าและร้านตัวแทนจำหน่ายรายย่อยต่างได้รับผลกระทบโดยตรงจากการปิดหน้าร้าน ทำให้พฤติกรรมของคนอ่านเปลี่ยนแปลงไปสู่ช่องทางออนไลน์อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น จากเดิมที่อุตสาหกรรมธุรกิจสิ่งพิมพ์ได้รับแรงกดดันจากปัจจัยด้านความก้าวหน้าของเทคโนโลยี (Technology Disruption) ต่อเนื่องมาระยะหนึ่งแล้ว เห็นได้จากร้านจำหน่ายหนังสือและสำนักพิมพ์ต่างๆ ที่ทยอยปิดตัวลงอย่างต่อเนื่องในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งทุกฝ่ายต่างเร่งปรับตัวตามสถานการณ์ดังกล่าว โดยเฉพาะการเร่งจัดโปรโมชันกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์ในขณะที่ยกอย่างชะลอตัว

โดยสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) คาดการณ์ว่าในปี 2563 ยอดขายของอุตสาหกรรมหนังสือจะลดลงเหลือเพียง 1.2 หมื่นล้านบาท จาก 1.8 หมื่นล้านบาทในปี 2562 หากไม่มีมาตรการในการสนับสนุนจากรัฐบาล อย่างไรก็ตาม มาตรการหักลดหย่อนภาษีรายจ่ายซื้อหนังสือจะช่วยผลักดันให้ยอดขายหนังสือในปี 2563 เพิ่มขึ้นได้ประมาณร้อยละ 10-20

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคมาโดยตลอด โดยดำเนินการปรับกลยุทธ์ด้านต่างๆ เริ่มตั้งแต่การปรับเปลี่ยนกระบวนการคิด (Mindset) มองเรื่องความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นเป็นโอกาสที่สำคัญในการสร้างความเติบโตให้แก่ธุรกิจ ซึ่งบริษัทฯ ได้วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนของบริษัทฯ และนำมาพัฒนาช่องทางการจำหน่ายออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคง่ายขึ้น รวมทั้งการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์พัฒนากระบวนการภายในให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า สร้างแบรนด์ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

โดยในปี 2564 บริษัทฯ ได้กำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ และวางโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น เพื่อเตรียมพร้อมเผชิญกับความท้าทายที่กำลังเกิดขึ้นในหลายๆ ด้าน ดังนี้

1. บริหารต้นทุนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยการหาโรงพิมพ์ใหม่ๆ ที่มีคุณภาพ ในราคาที่สามารถแข่งขันได้ รวมถึงการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับแผนการขาย เพื่อลดปัญหาเรื่องสินค้าคงคลัง
2. พัฒนาระบบคลังสินค้าเพื่อรองรับการขยายของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์การขายที่เน้นการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น
3. ร่วมมือกับพันธมิตรและองค์กรอื่นๆ เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่บริษัทฯ โดยได้มีการนำสินค้าที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหนังสือการ์ตูนที่บริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์ อาทิ เสื้อยืด Slam Dunk ไปทดลองจำหน่ายที่ BTS สถานีพระโขนง ซึ่งเป็นการจับมือกับพันธมิตรของบริษัทฯ เพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้าได้เห็นสินค้าจริงก่อนตัดสินใจซื้อ
4. เพิ่มแบรนด์ย่อย (Sub-brand) เพื่อเจาะลูกค้าเป้าหมายกลุ่มใหม่ ซึ่งทำให้ง่ายต่อการวางแผนการตลาด ซึ่งประกอบด้วย NED Pastel, NB Horrors, NB Lite และ NB Money Club

1.3 ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1.3.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ผ่านทางเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซของบริษัทฯ ภายใต้ชื่อ www.nejavu.com ซึ่งเป็นระบบขายสินค้าแบบหน้าร้าน (Point of Sale System) ซึ่งสามารถทราบและเช็คยอดสินค้าได้ทันที นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วน của หน้าเว็บไซต์ และระบบการรับชำระเงินออนไลน์สำหรับอีคอมเมิร์ซ ซึ่งมุ่งสร้างประสบการณ์ที่ดี และความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า โดยในส่วนของการชำระเงินจะเป็นการชำระผ่านระบบชำระเงินของ 2C2P ซึ่งเป็นระบบการชำระเงินที่เป็นมาตรฐานสากล และเป็นที่ยอมรับ ซึ่งทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกจากช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย และมีความปลอดภัยสูง รวมถึงมีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับบริษัทฯ หลายช่องทาง เช่น Facebook Fanpage และ Line@ ที่ช่วยเพิ่มช่องทางการขาย และเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าเมื่อเกิดปัญหาหรือสนใจในตัวสินค้าของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ คำนึงถึงบริการหลังการขาย และเสียงสะท้อนที่ได้รับจากลูกค้าเป็นสำคัญ ซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกอุ่นใจ และเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจกลับมาซื้อซ้ำ

ทั้งนี้ หนังสือที่จัดจำหน่ายมีเนื้อหาที่หลากหลายตามรสนิยมในการอ่านหนังสือ ทั้งเพื่อกระตุ้น และหนังสือการ์ตูน โดยแบ่งเป็นหมวดหมู่ต่างๆ ดังนี้

- เพื่อกระตุ้น ได้แก่ จิตวิทยาและการพัฒนาตนเอง ชีวิตประจำวัน นิยาย วรรณกรรม บริหารการเงินและการลงทุน สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีและอื่นๆ
- หนังสือการ์ตูน ได้แก่ กีฬา ดลก สืบสวนสอบสวน แฟนตาซี แอ็คชั่น-ผจญภัย ไซไฟ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และอื่นๆ รวมถึงมีการจัดจำหน่ายเป็นชุดให้นักอ่านที่ต้องการเก็บสะสม หรือมอบให้เป็นของขวัญ

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีแผนที่จะจัดจำหน่ายสินค้าลิขสิทธิ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของกลุ่มพันธมิตร โดยผ่านระบบอีคอมเมิร์ซของบริษัทฯ อีกด้วย

1.3.2 ลูกค้ายุคเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ ผู้ที่มีอายุ 18-34 ปี เป็นผู้ที่รักการอ่าน เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์ชอบการอ่านหนังสือทั้งในรูปแบบเล่มและรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และนิยมซื้อสินค้าอุปโภค บริโภคทั่วไปผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง คือ ผู้ที่มีอายุ 34 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่รักการอ่าน และเริ่มอ่านหนังสือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และซื้อสินค้าอุปโภค บริโภคทั่วไปผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

1.3.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบันบริษัทฯ ทำการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ที่เป็นสินค้าของบริษัทฯ ทั้งหมด และสินค้าของพันธมิตร และคู่ค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายประเภทต่างๆ ดังนี้

- แอปพลิเคชันของพันธมิตร - เป็นช่องทางจัดจำหน่าย ผ่านระบบปฏิบัติการของ iOS และ Android
- เว็บไซต์ - เป็นช่องทางจัดจำหน่าย ผ่านเว็บไซต์ www.nejavu.com และเว็บไซต์ของพันธมิตร
- โซเชียลมีเดีย - เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสินค้าผ่าน facebook fanpage ของ Nejavu, NED club, Nation Books ตลอดจนช่องทางสื่อสารกับลูกค้าผ่านทาง LINE account: @nejavu
- บุคลากรจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ - เป็นการจัดบุคลากรจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้อ่านโดยตรงในงานต่างๆ ที่สำคัญ เช่น งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ และงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ เป็นต้น
- Affiliate Program - ช่องทางจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์สินค้าของบริษัทฯ ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ โดยตัวแทนจำหน่ายทั่วไปที่สมัครโปรแกรมของเว็บไซต์ www.nejavu.com

1.3.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) พัฒนา คัดเลือกสิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีคุณภาพ ทันต่อกระแสปัจจุบัน โดยให้มีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค
- 2) ดำเนินการทำการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง และทำกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับกลุ่มพันธมิตร

- 3) ดำเนินการทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง
- 4) ดำเนินการทำกิจกรรมการตลาดเพื่อสื่อสารไปถึงลูกค้าในการสร้างการรับรู้และการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผ่านธุรกิจอีคอมเมิร์ซ
- 5) พัฒนาระบบปฏิบัติการ การจัดส่ง การชำระเงิน ระบบคืนสินค้า บริการหลังการขาย และหน้าเว็บไซต์ www.nejavu.com เพื่ออำนวยความสะดวก สร้างความน่าเชื่อถือและเชื่อมั่นในระบบ และเป็นการสร้างความได้เปรียบเชิงพาณิชย์ให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซของบริษัทฯ มากขึ้น โดยบริษัทฯ ดำเนินถึงบริการหลังการขาย และเสียงสะท้อนที่ได้รับจากลูกค้าเป็นสำคัญ ซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกอุ่นใจ และเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ถึงแม้ภาวะเศรษฐกิจในปี 2563 จะเข้าสู่ภาวะถดถอย ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคมากขึ้น แต่ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังคงมีแนวโน้มเติบโตขึ้นทุกปีและเติบโตอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากมูลค่าธุรกิจซื้อขายออนไลน์ที่มีการเติบโต 35% โดยมูลค่าที่ 220,000 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 4-5% ของค้าปลีกทั่วประเทศ ในขณะที่ปี 2562 มีมูลค่าอยู่ที่ 163,300 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 3% ของค้าปลีกทั่วประเทศ (ที่มา: บริษัท ไพรซ์ชา จำกัด, 2563)

โดยพฤติกรรมคนไทย มีสัดส่วนซื้อสินค้าจากช่องทาง e-Marketplace ที่มีการปรับตัวเป็น Social Media มากขึ้น เช่น การมีฟีดเจอร์แชต จากการมองเห็นพฤติกรรมคนไทยชอบคุยกับคนขายก่อนซื้อ รวมถึงการเพิ่ม Live Commerce เข้ามาเป็นจุดขายดึงดูดความสนใจนักช้อปตอบสนองไลฟ์สไตล์คนไทย นอกจากนี้ การเติบโตของสัดส่วน e-Marketplace ยังมาจากการยอมขาดทุน การจัดกิจกรรม Double Day อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งมีแคมเปญและเกมในรูปแบบต่างๆ เพื่อดึงดูดให้นักช้อปเข้ามาในแพลตฟอร์มเป็นประจำ ส่วนโซเชียลมีเดีย แม้จะมีสัดส่วนที่ลดน้อยลง แต่ยังคงมีการเติบโตด้านมูลค่ามหาศาล โดยเฉพาะการขายสินค้าในรูปแบบ Live Commerce

นอกจากนี้ สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 เป็นตัวเร่งสำคัญที่ทำให้หลายธุรกิจหันมาพัฒนาช่องทางออนไลน์อย่างเต็มตัว ซึ่งเป็นการปรับตัวตามสถานการณ์เพื่อการอยู่รอด โดยหลายธุรกิจได้ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ได้ง่ายขึ้น เช่น งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ครั้งที่ 48 เมื่อเดือนเมษายนที่ผ่านมา ทางสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย ได้จัดงานในรูปแบบออนไลน์ครั้งแรก ผ่านเว็บไซต์ของ www.thaibookfair.com เนื่องจากอยู่ในช่วงสถานการณ์ดังกล่าวที่ไม่สามารถจัดงานในรูปแบบปกติได้

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาโดยตลอด เพื่อรองรับการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสินค้าของบริษัทฯ ทั้งหมด และสินค้าของพันธมิตรผ่าน www.Nejavu.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของบริษัทฯเอง และยังกระจายเข้าไปยังช่องทางออนไลน์อื่นๆ ตลอดจนมีการจัดทำตลาดที่เข้มข้นขึ้นผ่านสื่อ Social Media ต่างๆ และสร้างวัฒนธรรมการให้บริการเพื่อมุ่งหวังสร้างความรู้สึกระทึกใจ อบอุ่นใจให้กับลูกค้าให้ได้ใช้บริการแล้วเกิดความเชื่อมั่นในสินค้าที่มีคุณภาพ และงานบริการหลังการขาย ทั้งในด้านการจัดส่งสินค้า การรับประกัน

คืนสินค้าได้ภายใน 30 วัน ระบบการชำระเงินที่ครอบคลุมทุกช่องทางและปลอดภัย รวมถึงระบบอื่นๆ ในอนาคต เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำ (Brand Awareness) และกลับมาซื้อซ้ำอีก

2. ธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่สำนักงาน

2.1 ลักษณะของบริการ

ในเดือนธันวาคม 2563 บริษัทฯ ได้เข้าทำรายการซื้อหุ้นสามัญของบริษัท แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (“LANDY”) ในสัดส่วนร้อยละ 63.76 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดของ LANDY ซึ่ง LANDY ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการให้เช่าพื้นที่อาคารสำนักงาน โดยมีสำนักงานใหญ่และอาคารสำนักงานให้เช่าตั้งอยู่เลขที่ 1 ซอยลาดพร้าว 19 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 ทั้งนี้ อาคารให้เช่าดังกล่าว เป็นอาคารคอนกรีตสูง 8 ชั้น มีพื้นที่ใช้สอยประมาณ 9,368 ตารางเมตร บนที่ดินขนาด 389.50 ตารางวา

2.2 ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

เน้นการให้บริการกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการที่ต้องการเช่าพื้นที่ทั้งชั้น หรือหลายชั้น ในย่านที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคครบครัน การเดินทางที่มีทั้งถนนขนาดใหญ่ และระบบขนส่งรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) ในราคาที่ไม่สูงมากนัก

โดยทำเลของอาคารเก่าพุทธทรัพย์ ถือว่าอยู่ใกล้บริเวณ North Central Business District (North CBD) ซึ่งกินพื้นที่รอบสถานีกลางบางซื่อ และขยายรวมพื้นที่กลุ่มอาคารสำนักงานและห้างสรรพสินค้าบริเวณห้าแยกลาดพร้าว (ที่มา: CBRE, 2020)

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่สำนักงาน

สถานการณ์ของธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่สำนักงานในปีพ.ศ. 2563 ยังคงมีการขยายตัวต่อเนื่อง แต่มีทิศทางที่ชะลอตัวลง โดยค่าเช่าพื้นที่สำนักงานยังคงไม่ได้แตกต่างจากปีก่อนหน้าในแบบชัดเจน ถึงแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทั้งด้านปริมาณการใช้พื้นที่ ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในตลาดค้าปลีกที่ลดลง จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 รวมถึงปัจจัยทางการเมืองเองก็มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนและขยายพื้นที่สำนักงานในปีพ.ศ. 2563 - 2564 ด้วยเช่นเดียวกัน โดยในช่วง 9 เดือนแรกของปีนี้ ปริมาณการใช้พื้นที่สำนักงานมีเพิ่มขึ้นเพียง 21,000 ตารางเมตร ขณะที่ช่วงเวลาเดียวกันในปีที่แล้วเพิ่มขึ้น 128,000 ตารางเมตร (ที่มา: CBRE, 2563)

นอกจากนี้ มาตรการที่ใช้รักษาระยะห่างทางสังคมช่วงที่มีการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 โดยให้ทำงานจากที่บ้าน (Work from Home) ทำให้หลายบริษัทเริ่มทบทวนกลยุทธ์ในการจัดพื้นที่ทำงาน (Workplace Strategy) และบางแห่งก็เริ่มเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานและสถานที่ทำงานของแต่ละหน่วยธุรกิจในองค์กร จากพฤติกรรมการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ ส่งผลให้ผู้เช่าหลายรายลดขนาดพื้นที่สำนักงานลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอาคารสำนักงานระดับเกรดบี ที่ตั้งอยู่นอกใจกลางธุรกิจ หรือนอกซิปีดี้ ซึ่งผู้เช่ามีความอ่อนไหวมากกว่าในเรื่องสภาพคล่องทางการเงิน แต่อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของระบบขนส่งมวลชน และการพัฒนาของเมือง ได้ทำให้อาคารสำนักงานคุณภาพดินนอกซิปีดี้ ซึ่งมีค่าเช่าต่ำกว่าทำเลในซิปีดี้อยู่มาก มีความน่าสนใจมากขึ้น

ทั้งนี้ สถานการณ์ตลาดพื้นที่สำนักงาน ยังคงน่าจับตามองต่อเนื่อง เพราะในอีก 5 ปีข้างหน้า จะมีพื้นที่สำนักงานที่อยู่ระหว่างการก่อสร้าง เข้ามาในตลาด รวมทั้งสิ้นประมาณ 1.8 ล้านตารางเมตร จากการพัฒนาที่ดินแปลงสวยใจกลางเมืองหลายแห่ง รวมถึงโซนอื่น ๆ โดยรอบกรุงเทพ ส่งผลให้อำนาจการต่อรอง (Bargaining Power) ค่าเช่าของผู้เช่าในอนาคตจะมีเพิ่มขึ้นกว่าแต่ก่อน เมื่อผนวกกับสถานการณ์ของเศรษฐกิจในปี 2564 ที่มีการคาดการณ์ว่าจะมีการฟื้นตัวอย่างช้า ๆ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นว่า ด้วยศักยภาพของสถานที่ตั้งของอาคารอยู่ในทำเลที่ดี ห่างจากสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT ตลาดพร้าวเพียง 100 เมตร และมีระบบขนส่งสาธารณะผ่าน ทำให้อาคารนี้เป็นตัวเลือกที่น่าสนใจสำหรับบริษัทที่ต้องการเช่าพื้นที่อาคารสำนักงาน และต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ในอัตราค่าเช่าที่เหมาะสม

อนึ่ง ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ เมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2564 ได้มีมติอนุมัติการขายหุ้นสามัญของ LANDY ที่บริษัทฯ ถืออยู่ทั้งหมด โดยเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2564 การขายหุ้นสามัญของ LANDY ได้เสร็จสมบูรณ์แล้ว ส่งผลให้ LANDY สิ้นสภาพการเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ และการประกอบธุรกิจให้เช่าพื้นที่อาคารสำนักงานของบริษัทฯ ยุติลง

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็กเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลให้มีการกำกับกิจการที่ดี เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ มีนโยบายในการบริหารจัดการความเสี่ยงควบคู่ไปกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ จะสามารถรับมือกับสถานการณ์ในปัจจุบันได้ รวมทั้งแสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจจากความเสี่ยงบางเรื่อง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้บริษัทฯ สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแผนธุรกิจและเป้าหมายหลักขององค์กรภายใต้ความเสี่ยงที่ยอมรับได้ อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และมีผลกระทบต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ควรพิจารณา ดังนี้

ความเสี่ยงของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

1. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน

1.1 ความเสี่ยงด้านอสังหาริมทรัพย์ และภัยธรรมชาติอื่นๆ ที่คลังสินค้า

คลังสินค้านับเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยคลังสินค้าของบริษัทฯ ตั้งอยู่ที่ ถนนนา-ตราด กม.10 ซึ่งสามารถรองรับการจัดเก็บสินค้าได้อย่างเหมาะสม มีการจัดการอย่างเป็นระบบ มีความสะดวกในการขนส่งสินค้า รวมทั้งความปลอดภัยจากสภาพแวดล้อมภายนอก

ทั้งนี้ กรณีเกิดความเสี่ยงขึ้นกับคลังสินค้าของบริษัทฯ ทั้งจากภัยธรรมชาติ อุบัติเหตุ หรือจากเหตุอื่นๆ ที่ไม่สามารถควบคุมได้ ย่อมส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย โดยบริษัทฯ ได้จัดทำประกันภัยความเสี่ยงภัยต่อทรัพย์สินและสินค้าของบริษัทฯ รวมถึงประกันภัยความรับผิดชอบตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอก ซึ่งครอบคลุมต่อความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ โดยมูลค่าเงินเอาประกันภัยสอดคล้องกับมูลค่าทรัพย์สิน อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ยังคงกำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด และติดตั้งถังดับเพลิงครอบคลุมทุกจุด รวมถึงระหว่างชั้นเก็บสินค้า และมีการจัดอบรมการใช้อุปกรณ์ดับเพลิงให้แก่พนักงานเป็นประจำทุกปี นอกจากนี้ มีการตรวจสอบสภาพและปรับปรุงอุปกรณ์ไฟฟ้าให้พร้อมใช้งานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อลดความเสี่ยงที่คาดไม่ถึงเกี่ยวกับภัยต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับคลังสินค้า

1.2 ความเสี่ยงจากความผิดพลาดของระบบการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

เนื่องจากในอดีต บริษัทฯ ประสบปัญหาเรื่องการบริหารสินค้าคงคลัง และการจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่น ซึ่งกระทบต่อชื่อเสียงบริษัทฯ อย่างมาก บริษัทฯ เองได้ตระหนักถึงผลกระทบดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงได้ศึกษาถึงสาเหตุ จุดเด่น จุดด้อย เพื่อนำมาเป็นแนวทางแก้ไข และปรับปรุงพัฒนาเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซของบริษัทฯ ใหม่ ภายใต้ชื่อ www.nejavu.com สำหรับรองรับการขายตัวของธุรกิจพณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ โดยนำระบบขายสินค้าแบบหน้าร้าน (Point of Sale System) มาใช้เพื่อแก้ปัญหาเรื่องความผิดพลาดของระบบในอดีต โดยระบบ POS ทำให้บริษัทฯ สามารถทราบและเช็คยอดสินค้าได้ทันที ป้องกันความผิดพลาดในการจัดส่งสินค้า รวมถึงนำระบบชำระเงินของ 2C2P ที่ได้มาตรฐานสากล มีความปลอดภัยสูง และเป็นที่ยอมรับมาใช้ในการรับชำระค่าสินค้า เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคอีกด้วย ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

1.3 ความเสี่ยงด้านบุคลากร

ในแผนการเติบโตทุกด้านของบริษัทฯ จำเป็นต้องมีความพร้อมด้านทรัพยากรบุคคลรองรับเสมอ ดังนั้น บริษัทฯ จึงต้องจัดเตรียมบุคลากร ให้มีความรู้ ความสามารถ และจำนวนที่เพียงพอ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อแผนการเติบโตทางธุรกิจในอนาคตได้อย่างราบรื่น และมีประสิทธิภาพ ซึ่งรวมถึงการปรับโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสม กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงาน อัตราค่าจ้างที่เหมาะสม และการสรรหาบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในอนาคต พร้อมพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยสนับสนุนให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงในระยะยาว

ทั้งนี้ ถึงแม้ที่ผ่านมากลุ่มบริษัทฯ จะต้องเผชิญกับปัญหาภาวะอุตสาหกรรมที่ถดถอย รวมถึงปัญหาทางด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลให้พนักงานต้องประสบกับปัญหาค่าครองชีพที่สูงขึ้น ทางผู้บริหารระดับสูงของกลุ่มบริษัท ได้เล็งเห็นความสำคัญของบุคลากร จึงทบทวนการปรับโครงสร้างอัตราค่าตอบแทนสำหรับพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ โดยจัดให้มีค่าครองชีพ และค่าเบี้ยเลี้ยง การตรวจสอบสุขภาพประจำปี การประกันสุขภาพ การประกันอุบัติเหตุ และวงเงินคุ้มครองที่เกี่ยวข้องให้เพียงพอ เพื่อสร้างความมั่นคงให้แก่พนักงานมากขึ้น สอดคล้องกับภาวะค่าครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้น และสามารถแข่งขันในตลาดได้

1.4 ความเสี่ยงจากการประเมินมูลค่าของสินค้าคงเหลือ

ปัจจุบัน สิ่งพิมพ์ของกลุ่มบริษัทฯ มีการขายผ่านตัวแทนจำหน่ายเป็นส่วนใหญ่ โดยกลุ่มบริษัทฯ จะรับคืนสิ่งพิมพ์ที่ไม่สามารถจำหน่ายได้จากตัวแทนจำหน่าย ซึ่งอาจเป็นผลให้มีสิ่งพิมพ์เป็นสินค้าคงเหลือเป็นจำนวนมากได้ ซึ่งสินค้าคงเหลืดังกล่าวมีโอกาสเสื่อมคุณภาพ เสียหาย และล้าสมัยเมื่อเวลาผ่านไป

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการพิจารณาตั้งค่าเผื่อมูลค่าสินค้าสำหรับสินค้าที่เสื่อมสภาพ ล้าสมัยและค้างนาน ให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน และมุ่งเน้นการผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์เฉพาะที่ทำกำไรให้แก่กลุ่มบริษัทฯ โดยสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 12 เดือน จะมีการพิจารณามูลค่าสุทธิที่จะได้รับจากการประมาณราคาที่จะขายได้ร้อยละ 50 ของมูลค่าสินค้าคงเหลือ สำหรับสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 24 เดือน จะมีการพิจารณามูลค่าสุทธิที่จะได้รับจากการประมาณราคาที่จะขายได้ร้อยละ 75 ของมูลค่าสินค้าคงเหลือ และสำหรับสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 36 เดือนขึ้นไป จะมีการพิจารณามูลค่าสุทธิที่จะได้รับจากการประมาณราคาที่จะขายได้ร้อยละ 98 ของมูลค่าสินค้าคงเหลือ

ทั้งนี้ เพื่อลดปริมาณสินค้าคงเหลือ กลุ่มบริษัทฯ จะนำหนังสือที่มีอยู่ออกมาจำหน่ายเป็นระยะๆ โดยการลดราคาพิเศษและมีการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการขายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ และงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี สำหรับหนังสือการ์ตูนที่มีเล่มต่อเนื่อง กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการนำเล่มที่ออกใหม่จำหน่ายควบคู่ไปกับเล่มที่ได้เคยวางจำหน่ายไปแล้ว ซึ่งรวมถึงการนำการ์ตูนที่มีการออกจำหน่ายครบทุกเล่มแล้วมาจัดจำหน่ายรวมเป็นชุดเพื่อกระตุ้นการจำหน่ายด้วย นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ได้เพิ่มความระมัดระวังในการผลิตหนังสือใหม่และควบคุมปริมาณยอดพิมพ์ให้สอดคล้องกับความต้องการในตลาด และแนวโน้มการบริโภคในอนาคตสำหรับรูปแบบสิ่งพิมพ์ เพื่อให้มีสินค้าคงเหลืออยู่ในปริมาณที่เหมาะสมมากขึ้น ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายการบริหารคลังสินค้า โดยการกำหนดจำนวนสินค้าไม่ให้มีปริมาณคงเหลือมากกว่าปีก่อน

นอกจากนี้ ยังมีการจัดจำหน่ายในรูปแบบดิจิทัล ซึ่งมีแนวโน้มเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งจะไม่มียอดขายที่แตกต่างจากการผลิตหนังสือในรูปแบบสิ่งพิมพ์ เนื่องจากสินค้าอยู่ในรูปแบบดิจิทัล รวมถึงการคำนวณรายได้และค่าใช้จ่าย เมื่อมีการซื้อขายเกิดขึ้นเท่านั้น

1.5 ความเสี่ยงจากกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายและบริหารจัดการกลุ่มบริษัท

ภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแบบกำหนดวัตถุประสงค์ (Specific Objective) เพื่อเสนอขายให้แก่บุคคลในวงจำกัด ทำให้กลุ่ม Silom Road Limited และนายวิโรจน์ ตั้งเจตนาพร ถือหุ้นรวมกันร้อยละ 53.48 ของทุนชำระแล้ว ซึ่งอาจควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญในการประชุมผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่ได้ รวมถึงเสียงส่วนใหญ่ในมติพิเศษที่กฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของจำนวนหุ้นที่เข้าประชุมและมีสิทธิออกเสียง ทำให้ผู้ถือหุ้นรายอื่นอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงหลักการคุ้มครองผู้ถือหุ้นส่วนน้อยโดยเคร่งครัดอยู่แล้ว และมีการกำหนดมาตรการการทำการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุมกิจการ รวมถึงบุคคลที่มีความขัดแย้ง ซึ่งบุคคลดังกล่าวจะไม่มีสิทธิในการอนุมัติรายการนั้นๆ เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทฯ เป็นไปอย่างโปร่งใส อย่างไรก็ตาม เพื่อถ่วงดุลการบริหารงานของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ บริษัทฯ จึงได้แต่งตั้งกรรมการอิสระที่เป็นบุคคลภายนอกจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำหน้าที่ในการตรวจสอบการดำเนินงานของผู้บริหารและดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายย่อยอีกด้วย

2. ความเสี่ยงด้านธุรกิจ

2.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของภาวะอุตสาหกรรมสื่อและสิ่งพิมพ์

จากสภาวะถดถอยอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมสื่อและสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบเดิมที่ค่อยๆ ลดความนิยมลง ส่งผลให้ปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์หลายรายประสบปัญหาขาดทุน และบางแห่งต้องปิดตัวหรือปรับตัวเข้าสู่ดิจิทัลแทน ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ ยังต้องเผชิญกับความเสี่ยงและการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจ ทำให้ผลประกอบการไม่อาจเป็นไปตามที่คาดหวังไว้

ขณะที่การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบันเป็นไปอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ประกอบกับอุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยีมีราคาถูกลง ทำให้ผู้บริโภคหันไปใช้เวลาไปกับอุปกรณ์ดิจิทัลมากขึ้น โดยเฉพาะการอ่านหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นที่ผู้ติดตามส่วนมากจะเป็นเด็กและเยาวชนเป็นหลัก ซึ่งมีความคุ้นเคยกับอุปกรณ์เทคโนโลยีมากกว่าวัยอื่นๆ ทำให้กระแสของตลาด e-Book เริ่มได้รับความสนใจมากขึ้นตามลำดับ แต่บริษัทฯ คาดว่ายังต้องใช้เวลาอีกระยะกว่าที่ผู้บริโภคจะเริ่มคุ้นชินกับการอ่านหนังสือผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และเริ่มมีผลกระทบต่อธุรกิจหนังสืออย่างมีนัยสำคัญ

โดยกลุ่มบริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายในการบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบในทางลบให้ได้มากที่สุด เพื่อให้สามารถบริหารจัดการและดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเตรียมความพร้อมในทุกด้าน เช่น การคัดเลือกหัวหนังสือที่น่าสนใจ การควบคุมการผลิตหนังสือให้สอดคล้องกับประมาณการยอดขาย รวมถึงมีการปรับโครงสร้างธุรกิจ การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การเจรจาขอรับลิขสิทธิ์หนังสือดิจิทัล และกลยุทธ์การดำเนินงานต่างๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น สร้างความได้เปรียบในเชิงธุรกิจ ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค โดยคาดว่าจะรายได้จากการขายสื่อดิจิทัลจะค่อยๆ เพิ่มขึ้น และสามารถทดแทนรายได้จากการขายสื่อสิ่งพิมพ์และหนังสือการ์ตูนที่มีแนวโน้มหดตัวลงได้

2.2 ความเสี่ยงด้านการขาย และการตลาด (Sale & Marketing Risk)

การรักษารายได้ให้สม่ำเสมออย่างต่อเนื่องก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อผลประกอบการของบริษัท โดยเฉพาะในสภาวะการณ์ที่ภาวะตลาด และเศรษฐกิจมีความผันผวน จากความไม่สมดุลของอุปสงค์และอุปทาน

ดังนั้น บริษัทฯ จึงกระจายความเสี่ยงโดยคัดเลือกหัวหนังสือให้มีความหลากหลาย (Diversify Product Portfolio) มากขึ้น และกำหนดสัดส่วนการขายผลิตภัณฑ์ในแต่ละช่องทาง แต่ละประเภทให้เหมาะสมกับสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลง (Sales Portfolio) รวมถึงการขายฐานตลาดเข้าสู่ตลาดลูกค้าปลายทาง (End-use Market Entry) และหาลูกค้ากลุ่มใหม่ (Acquire New Customer) ที่สนใจอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้า ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับพันธมิตร โดยนำหนังสือและสินค้าลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้องกับหนังสือของบริษัทฯ มาจำหน่ายร่วมกันผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อเพิ่มความหลากหลาย และลดค่าขนส่งจากการที่ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าหลายรายการรวมกันสำหรับการส่งเพียงครั้งเดียว แทนที่จะต้องซื้อแยกผ่านหลายเว็บไซต์

2.3 ความเสี่ยงจากช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ ที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้สะดวก และสอดคล้องกับพฤติกรรมในการซื้อในแต่ละไลฟ์สไตล์ โดยมีรายละเอียดในแต่ละช่องทาง ดังนี้

ช่องทางการจัดจำหน่ายโมเดิร์นเทรด เป็นช่องทางที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้า เนื่องจากรูปแบบและพื้นที่การจัดวางสินค้า มีการแบ่งตามประเภทสินค้าอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามตั้งแต่ปี 2559 ผู้รับจัดจำหน่ายปรับเปลี่ยนนโยบายด้วยการลดการกระจายหนังสือไปยังหน้าร้าน และใช้วิธีการคัดสรรยอดกระจายสินค้าจากสถิติการขายในแต่ละหมวดหนังสือลงในแต่ละสาขา ดังนั้น หนังสือที่พิมพ์ออกมาจะถูกจำกัดพื้นที่การวางที่หน้าร้านเพียงบางสาขา ส่งผลให้ผู้บริโภคหาซื้อหนังสือได้ยากขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดขายในภาพรวม ดังนั้น ทางบริษัทฯ จึงได้ปรับวิธีการจัดจำหน่าย โดยจัดจำหน่ายโดยตรงกับร้านหนังสือต่างๆ ตามความเหมาะสมของประเภทหนังสือ เช่น ร้านนายอินทร์ ร้านบีทูเอส ร้านซีเอ็ด ศูนย์หนังสือจุฬาฯ ร้านคิโนคุนิยะ และร้านเอเชียนบุ๊ก แทนการจำหน่ายรูปแบบเดิม เนื่องจากการจำหน่ายโดยตรง นอกจากจะเป็นการลดค่าคอมมิชชั่นที่ต้องจ่ายให้กับตัวแทนจำหน่ายสินค้าแล้ว ยังทำให้บริษัทฯ ทราบความต้องการที่แท้จริง และสามารถบริหารสินค้าคงคลัง และต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ช่องทางการจำหน่ายเอเยนต์ เป็นช่องทางที่เน้นการจำหน่ายหนังสือการ์ตูน พื้นที่การจัดวางสินค้ามีความจำกัด ไม่มีพื้นที่มากพอสำหรับการตกแต่งคิสเพลย์หนังสือ ทำให้มีความเสี่ยงเนื่องจากหนังสือไม่อยู่ในตำแหน่งที่โดดเด่น อาจจะทำให้เสียโอกาสในการขาย และความเสี่ยงเนื่องจากการคืนหนังสือในจำนวนมาก และการดำเนินงานส่วนใหญ่เป็นธุรกิจครอบครัวแบบเล็ก ๆ ที่ทำมาเป็นเวลานาน ไม่มีระบบบันทึกการขายที่แน่นอน ทำให้ยากต่อการที่จะติดตามผลการขายที่ชัดเจน อีกทั้งสัดส่วนทางการตลาดเริ่มลดน้อยลงเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปเดินซื้อหนังสือในห้างสรรพสินค้ามากขึ้น หรือซื้อผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ

ช่องทางการจัดจำหน่ายอีคอมเมิร์ซ เป็นช่องทางที่มีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น สร้างความสะดวกให้ลูกค้าโดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางในการซื้อสินค้า และจะเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่จะช่วยลดปัจจัยเสี่ยงจากช่องทางการจัดจำหน่ายโมเดิร์นเทรดและเอเยนต์ โดยปัจจุบัน บริษัทฯ จำหน่ายหนังสือในช่องทางนี้ผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซของบริษัทฯ ในนาม www.nejavu.com เป็นหลัก และยังคงพัฒนาธุรกิจอีคอมเมิร์ซอย่างต่อเนื่อง ทั้งความสะดวกในการสั่งซื้อและมีความปลอดภัย ให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

2.4 ความเสี่ยงด้านการจัดหาลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์

ในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ กลุ่มบริษัทฯ ไม่ได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ ส่วนใหญ่ที่ผลิตและจัดจำหน่าย เป็นการจัดซื้อลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์มาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นนักเขียนหรือสำนักพิมพ์ทั้งในและต่างประเทศจำนวนหลายราย 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 ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจฐานะทางการเงิน และผลประกอบการของกลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต

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

กลุ่มบริษัทฯ ยังได้วางแผนการผลิตหนังสือที่มีความหลากหลาย ทั้งเนื้อหาเจ้าของลิขสิทธิ์ และประเทศที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ เพื่อลดการพึ่งพิงเนื้อหาเจ้าของลิขสิทธิ์ และประเทศใดประเทศหนึ่งมากเกินไป อีกทั้งยังผลิตหนังสือต้นฉบับโดยนักเขียนไทยเพิ่มขึ้น อันเป็นการกระจายความเสี่ยงแบบหนึ่ง ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ ได้พัฒนาทีมงานให้มีศักยภาพในการผลิตเนื้อหา หรือหาผู้สร้างสรรค์เนื้อหาจากในประเทศเองควบคู่กันอีกด้วย

2.5 ความเสี่ยงจากการลักลอบทำซ้ำเนื้อหา

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

2.6 ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ถูกกระทบได้ง่าย

ปัจจุบันเราต้องยอมรับว่าสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทและมีส่วนต่อความคิด การตัดสินใจ การรับรู้ข่าวสารต่างๆ ผ่านสื่อออนไลน์ ทั้งโซเชียลมีเดีย บล็อก กระทั่ง และอื่นๆ ซึ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน นิยมค้นหาข้อมูลของสินค้าและบริการ ก่อนทำการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งข้อมูลเหล่านั้น เป็นปัจจัยภายนอกที่ควบคุมได้ยาก ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในสินค้าและบริการของผู้บริโภคเป็นหลัก ดังนั้น จึงจำเป็นที่

จะต้องควบคุมและรักษามาตรฐานของงานบริการทั้งระบบ ที่มีความจำเป็นและสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ที่มีหัวใจหลัก คือ ความรวดเร็วและถูกต้อง เช่น ระบบของเว็บไซต์ ระบบโลจิสติกส์ การตรวจสอบคุณภาพของสินค้า ระบบการชำระเงิน ระบบคืนสินค้า งานบริการหลังการขาย ช่องทางการติดต่อที่สะดวกรวดเร็ว รวมทั้งการสื่อสารการตลาดที่จะต้องมีความระมัดระวังเป็นพิเศษ

ในปี 2563 บริษัทฯ ยังคงปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์ รวมถึงระบบหลังบ้าน อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยนำข้อดีต่างๆ มาปรับปรุง เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีที่สุด ภายใต้ชื่อ www.nejavu.com รวมถึงการนำระบบการชำระเงินของ 2C2P ซึ่งเป็นตัวแทนชำระเงินที่ได้มาตรฐานมาใช้เพื่อให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในระบบการชำระเงิน และตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซของบริษัทฯ มากขึ้น ทั้งนี้ บริษัทฯ คำนึงถึงบริการหลังการขาย และเสียงสะท้อนที่ได้รับจากลูกค้าเป็นสำคัญ ซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกอุ่นใจ และเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน

3.1 ความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อ

บริษัทฯ มีความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อที่เกี่ยวข้องกับลูกหนี้การค้า อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้จัดให้มีนโยบายการกำหนดวงเงินการให้สินเชื่อกับลูกค้าอย่างเหมาะสม รวมถึงมีระบบการติดตามทวงถามหนี้อย่างสม่ำเสมอ และกำหนดให้มีการทบทวนวงเงินการให้สินเชื่อกับลูกหนี้ของบริษัทฯ เป็นประจำทุกปี เพื่อปรับเปลี่ยนวงเงินการให้สินเชื่อที่เหมาะสม และสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน เนื่องจากบริษัทฯ มีนโยบายการให้สินเชื่อที่ระมัดระวัง มีการพิจารณาค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญอย่างเหมาะสม จึงเชื่อว่าบริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการที่ลูกหนี้ไม่ชำระหนี้อยู่ในระดับต่ำ

3.2 ความเสี่ยงด้านการบริหารเงินทุน

บริษัทฯ มีการกำหนดชั้นตอนและวงเงินการอนุมัติสำหรับการลงทุนประเภทต่างๆ โดยเลือกลงทุนในกลุ่มหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงต่ำ ดังนั้น จึงมีความเสี่ยงด้านการบริหารเงินทุนอยู่ในระดับต่ำ

4. ความเสี่ยงด้านการผลิต

4.1 ความเสี่ยงจากการได้รับมอบสินค้าไม่ตรงตามคุณภาพ และล่าช้ากว่ากำหนด

เนื่องจากบริษัทฯ ไม่ได้มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง ดังนั้น การตีพิมพ์หนังสือจึงต้องจ้างโรงพิมพ์อื่นในการผลิตหนังสือ ซึ่งบริษัทฯ ไม่สามารถควบคุมขั้นตอนการผลิตได้อย่างใกล้ชิด ทำให้มีความเสี่ยงที่สินค้าจะบกพร่องจากกระบวนการผลิต แม้จะมีการตรวจสอบแล้วก็ตาม รวมถึงอาจได้รับล่าช้ากว่าที่วางแผนไว้ ซึ่งบริษัทฯ ต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายดังกล่าว

ดังนั้น เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจน้อยที่สุด บริษัทฯ จึงได้เลือกใช้โรงพิมพ์ที่ได้มาตรฐาน 4 แห่ง ในการจ้างผลิตหนังสือ หากโรงพิมพ์ใดมีกำลังการผลิตไม่เพียงพอ บริษัทฯ ยังสามารถให้โรงพิมพ์อื่นพิมพ์ทดแทนได้ และมีการตรวจสอบอย่างละเอียดก่อนตีพิมพ์จริงทุกครั้ง นอกจากนี้ การที่เลือกใช้โรงพิมพ์หลายแห่ง ทำให้บริษัทฯ สามารถต่อรองราคาเพื่อควบคุมต้นทุนการผลิตได้อย่างเหมาะสมอีกด้วย

5. ความเสี่ยงของธุรกิจให้เช่าพื้นที่อาคารสำนักงาน

5.1 ความเสี่ยงจากการชะลอตัวของภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

ภาพรวมของตลาดสำนักงานในกรุงเทพ เป็นตลาดที่ได้รับผลกระทบน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับภาคอื่นๆ แม้ว่าตลาดอาคารสำนักงานจะได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ด้วยเช่นเดียวกัน แต่จะยังไม่รับรู้ผลกระทบในทันที แต่หากสถานการณ์การแพร่ระบาดยังไม่ดีขึ้น ตลาดอาคารสำนักงานก็อาจจะได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากเช่นเดียวกับธุรกิจอื่นๆ เนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 อาจส่งผลกระทบให้มีคนว่างงานมากกว่า 6.5 ล้านคน ซึ่งส่งผลให้ผู้เช่าหลายรายที่ได้รับผลกระทบต่อเนื่อง ธุรกิจอาจปิดตัวลงจนต้องยกเลิกสัญญาเช่าหรือปรับลดขนาดพื้นที่ลงเพื่อลดค่าใช้จ่ายให้สามารถประคับประคองธุรกิจไปได้

อย่างไรก็ตาม ผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นเพียงระยะสั้น อีกทั้งตลาดอาคารสำนักงานถือว่ามีความเสี่ยงน้อยกว่าธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่น อีกทั้งยังสร้างรายได้ระยะยาว มีโอกาสปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคตเมื่อสถานการณ์ฟื้นตัวอย่างเต็มที่

5.2 ความเสี่ยงที่ผลตอบแทนจากธุรกิจให้เช่าพื้นที่อาคารสำนักงานอาจจะไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ ได้ประมาณการไว้

ปัจจัยความเสี่ยงของธุรกิจให้เช่าพื้นที่ภายในอาคารสำนักงาน ในช่วงปี 2563 นั้นไม่มีผลกระทบกับการให้เช่าพื้นที่ภายในอาคารเช่าพูลทรัพย์ โดยพื้นที่อาคารสำนักงานให้เช่าจำนวน 4,847.67 ตารางเมตร ยังคงมีผู้เช่าพื้นที่ประมาณร้อยละ 85 ซึ่งมีผู้เช่ารายใหญ่ 3 ราย ทั้งนี้ จากการที่อาคารเช่าพูลทรัพย์ มีผู้เช่าพื้นที่เพียง 3 ราย ซึ่งหากผู้เช่ารายใดรายหนึ่งขอคืนพื้นที่ อาจส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ แต่อย่างไรก็ตาม แนวโน้มของธุรกิจให้เช่าอาคารสำนักงานบนถนนลาดพร้าว ยังคงมีแนวโน้มการเติบโตค่อนข้างสูง เนื่องจากพื้นที่เข้าถึงได้ง่ายด้วยระบบขนส่งรถไฟฟ้าใต้ดิน และถือเป็นย่านที่ศักยภาพในการลงทุนในอนาคต

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 อุปกรณ์และอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561, 2562 และ 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หน่วย : ล้านบาท

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ			ภาวะผูกพัน		
		31 ธ.ค. 2561	31 ธ.ค. 2562	31 ธ.ค. 2563	31 ธ.ค. 2561	31 ธ.ค. 2562	31 ธ.ค. 2563
ส่วนปรับปรุงสินทรัพย์เช่า	เจ้าของ	7.00	5.66	5.82	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
เครื่องตกแต่ง ติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน	เจ้าของ	5.79	3.68	2.77	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
ยานพาหนะ	เจ้าของ	0.67	0.36	0.16	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง	เจ้าของ	0.01	1.73	-	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
รวม		13.47	11.43	8.75			
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	เจ้าของ	-	-	72.41	-	-	ไม่มี
รวม		13.47	11.43	81.16			

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ คือ ค่าลิขสิทธิ์ในการผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ เครื่องหมายการค้า และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หน่วย : ล้านบาท

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ		
	31 ธ.ค. 2561	31 ธ.ค. 2562	31 ธ.ค. 2563
ค่าลิขสิทธิ์หนังสือ	2.29	3.30	4.35
โปรแกรมคอมพิวเตอร์และค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์	16.55	3.07	2.35
ค่าลิขสิทธิ์รายการ	0.34	0.02	-
เครื่องหมายการค้า	24.11	-	-
ซอฟต์แวร์ระหว่างการพัฒนา	5.95	-	0.69
รวม	12.62	6.39	7.39

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายการตัดจำหน่ายค่าลิขสิทธิ์โดยพิจารณาจากจำนวนเงินตัดจำหน่ายที่สูงกว่าระหว่างวิธีเส้นตรงภายในระยะเวลา 3 - 7 ปี ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยอายุสัญญาสิทธิของกลุ่มบริษัทฯ และการคำนวณตามจำนวนเล่มของหนังสือที่พิมพ์หรือจำหน่ายได้ภายใต้สัญญาสิทธินั้นๆ โดยเริ่มตัดจำหน่ายเมื่อผลิตสิ่งพิมพ์เรียบร้อยแล้ว ในส่วนของ

โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ค่าลิขสิทธิ์รายการ กลุ่มบริษัทฯ ตัดจำหน่ายโดยวิธีเส้นตรงเป็นระยะเวลา 5 ปีและ 2 ปี ตามลำดับ และเครื่องหมายการค้า กลุ่มบริษัทฯ ตัดจำหน่ายโดยวิธีเส้นตรงเป็นระยะเวลา 3 ปี ซึ่งวิธีการตัดจำหน่าย ระยะเวลาที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์และมูลค่าคงเหลือจะได้รับการทบทวนทุกสิ้นรอบปีบัญชีและปรับปรุงตามความเหมาะสม

4.3 สัญญาเช่าทรัพย์สินระยะยาว

กลุ่มบริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่อาคารสำนักงานและคลังสินค้าเพื่อใช้ในการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- สัญญาเช่าสำหรับเป็นสำนักงาน ที่อาคารเคเอ็มจีแอนด์ เลขที่ 333 ถนนวิภาวดีรังสิต กรุงเทพฯ ระยะเวลาการเช่า 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2561 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2564
- สัญญาเช่าสำหรับเป็นคลังสินค้า อาคารเลขที่ 93/2 หมู่ 7 ซอยมหาชัย แยก 1 ถนนเทพรัตน (บางนา-ตราด กม.10) ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ระยะเวลาการเช่า 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2563 ถึงวันที่ 31 มกราคม 2564 และสามารถต่ออายุสัญญาเช่าได้

4.4 เงินลงทุนในบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2561 และ 2562 บริษัทฯ มีเงินลงทุนตามวิธีราคาทุนในบริษัทย่อย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หน่วย : ล้านบาท

ชื่อ	ความสัมพันธ์	ทุนชำระแล้ว			สัดส่วนเงินลงทุน (ร้อยละ)			มูลค่าเงินลงทุนวิธีราคาทุน		
		31 ธ.ค. 2561	31 ธ.ค. 2562	31 ธ.ค. 2563	31 ธ.ค. 2561	31 ธ.ค. 2562	31 ธ.ค. 2563	31 ธ.ค. 2561	31 ธ.ค. 2562	31 ธ.ค. 2563
บริษัท เนชั่น โกลบอล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด	บริษัทย่อย	200.00	200.00	200.00	99.74	99.74	99.74	163.41	163.41	163.41
บริษัท วันเวิลด์ มีเดีย จำกัด	บริษัทย่อย	60.00	60.00	60.00	99.99	99.99	99.99	60.00	60.00	60.00
บริษัท สตาร์ท อายบอล จำกัด	บริษัทย่อย	-	1.00	-	-	99.98	-	-	1.00	-
บริษัท แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	บริษัทย่อย	-	-	40.00	-	-	63.76	-	-	70.00
รวม								223.41	224.41	293.41

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 และตามกฎหมายต่างๆ ของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และ/หรือ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทฯ จะส่งตัวแทนของบริษัทฯ ตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ เข้าร่วมบริหารงานและดูแลการดำเนินงานธุรกิจ ตามที่คณะกรรมการของบริษัทฯ ได้มอบหมาย โดยบุคคลนั้นจะต้องเป็นผู้ที่ไม่มีผลประโยชน์ขัดแย้งในทางธุรกิจกับบริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือ การร่วมค้านั้นๆ

4.6 นโยบายในการบริหารลูกหนี้การค้า

ในการจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ โดยปกติกลุ่มบริษัทฯ มีการให้สินเชื่อแก่ลูกค้าโดยเฉลี่ยเป็นระยะเวลา 15 วัน ถึง 90 วัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 และ 2562 และ 2563 กลุ่มบริษัทฯ มียอดลูกหนี้การค้าสุทธิจากค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญจำนวน 13.87 ล้านบาท และ 12.41 ล้านบาท และ 16.51 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ จำนวน 34.97 ล้านบาท และ 0.66 ล้านบาท และ 0.54 ล้านบาท ตามลำดับ และมีหนี้สูญและค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญในปีดังกล่าวจำนวน 43.51 ล้านบาท และ (34.27) ล้านบาท และ (0.11) ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งในการพิจารณาค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายพิจารณาค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญของลูกค้าโดยมีการวิเคราะห์จากลูกหนี้ที่มีอายุหนี้เกินกำหนดชำระมากกว่า 180 วัน จะพิจารณาและทำการตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 50 และลูกหนี้ที่มีอายุหนี้เกินกำหนดชำระมากกว่า 365 วัน จะพิจารณาและทำการตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 100 และลูกหนี้ที่คาดว่าจะมีปัญหาในการเรียกเก็บเงินในอนาคตจะทำการวิเคราะห์ประวัติการชำระหนี้ และการคาดการณ์เกี่ยวกับการชำระหนี้ในอนาคตของลูกค้าเพื่อตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญตามการคาดการณ์ รวมทั้งลูกหนี้จะถูกจัดจำหน่ายจากบัญชีเมื่อทราบว่าเป็นหนี้สูญ โดยลูกหนี้การค้าส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ เป็นลูกหนี้การค้าประเภทตัวแทนขาย หรือร้านหนังสือขนาดใหญ่ที่มีความสัมพันธ์ที่ดีมานาน และมีการค้าขายอย่างสม่ำเสมอ และกรณีที่ เป็นลูกค้าใหม่ บริษัทฯ ต้องให้ตัวแทนจำหน่ายดังกล่าววางเงินประกันค่าสินค้าตามนโยบายบริษัทฯ

4.7 นโยบายในการบริหารสินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือของกลุ่มบริษัทฯ คือ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 และ 2562 และ 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีสินค้าคงเหลือสุทธิจากค่าเผื่อนี้มูลค่าสินค้าลดลงจำนวน 12.48 ล้านบาท และ 15.03 ล้านบาท และ 15.09 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีค่าเผื่อนี้มูลค่าสินค้าลดลงจำนวน 18.70 ล้านบาท และ 14.08 ล้านบาท และ 16.82 ล้านบาท ตามลำดับ โดยในปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการพิจารณาค่าเผื่อนี้มูลค่าสินค้าลดลง สำหรับสินค้าที่เสื่อมสภาพ สิ้นสมัย และค้างนาน สำหรับสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 12 เดือน จะมีการพิจารณาค่าเผื่อนี้มูลค่าสินค้าลดลงร้อยละ 50 ของมูลค่าสินค้าคงเหลือ สำหรับสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 24 เดือน จะมีการพิจารณาค่าเผื่อนี้มูลค่าสินค้าลดลงร้อยละ 75 ของมูลค่าสินค้าคงเหลือ และสำหรับสินค้าคงเหลือที่มีอายุมากกว่า 36 เดือนขึ้นไป จะพิจารณาค่าเผื่อนี้มูลค่าสินค้าลดลงร้อยละ 98 ของมูลค่าสินค้าคงเหลือ

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯ หรือบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อสินทรัพย์ของ บริษัทฯ หรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงเกินกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 รวมทั้งไม่มีคดีที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ และไม่มีคดีความในธุรกิจอื่นที่ไม่ได้เป็นธุรกิจโดยปกติของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	:	บริษัท เนชั่น อินเทอร์เน็ตเซ็กเตอร์ เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	:	ประกอบธุรกิจสำนักพิมพ์ โดยผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์และดิจิทัล ประเภท พ็อกเก็ตบุ๊กส์ และการ์ตูน รวมถึงประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และสื่อโฆษณา ในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 333 อาคารเล้าเป้งจวน 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 2563 ทุนชำระแล้วของบริษัทเท่ากับ 365,549,286 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 365,549,286 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้น	:	รายละเอียดตามหัวข้อโครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563)

ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ทุนชำระแล้ว (บาท)
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 ¹ 333 อาคารเล้าเป้งจวน 1 ชั้น 24 ซอยเฉยพ่วง ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์แจกฟรี)	99.99	60,000,000	60,000,000
บริษัท แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ³ 1 อาคารเก้าพลทรัพย์ ซอยลาดพร้าว 19 ถ. ลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	ให้บริการเช่าพื้นที่อาคาร สำนักงาน	63.76	40,000,000	40,000,000
บริษัท ทรานส์ แอด โซลูชัน จำกัด ² 21 อาคารทีเอสที ชั้น 21 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	ให้บริการด้านการออกแบบ และติดตั้งระบบการแสดงผล สื่อผสม	18.35	49,046,400	49,046,400

หมายเหตุ

1. บริษัท วันเวิลด์ มีเดีย จำกัด หยุดดำเนินพาณิชย์กิจ ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 เป็นต้นไป
2. ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 5/2563 เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2563 ได้มีมติอนุมัติซื้อหุ้นสามัญในบริษัท ทรานส์ แอด โซลูชัน จำกัด (Trans.Ad) จำนวน 90,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ทำให้บริษัทถือหุ้น Trans.Ad ร้อยละ 18.35 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้วทั้งหมด
3. ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 9/2563 เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2563 ได้มีมติอนุมัติซื้อหุ้นสามัญในบริษัท แลนด์ ดี ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (“แลนด์”) จำนวน 2,550,400 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท ทำให้บริษัทถือหุ้นแลนด์ ร้อยละ 63.76 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้วทั้งหมด
4. บริษัท สตรีท อายบอล จำกัด ดำเนินการเลิกกิจการกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2563 และชำระบัญชีเสร็จสิ้นแล้วเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2563

2. บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์ ที่ตั้ง	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 ชั้น1 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย Tower B ถ.รัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์	:	(66) 2009-9999
โทรสาร	:	(66) 2009-9991
ผู้สอบบัญชี ที่ตั้ง	:	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด 1. นายสุภชัย ปัญญาวัฒน์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 3930 หรือ 2. นางสาวกรองแก้ว ลิ้มปัดติกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 5874 หรือ 3. นายณัฐวุฒิ สันติเพชร ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 5730 193/136-137 อาคารเลอรัชดา ออฟฟิศคอมเพล็กซ์ ชั้น 33 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์	:	(66) 2264-9090
โทรสาร	:	(66) 2264-0789
ที่ปรึกษากฎหมาย ที่ตั้ง	:	บริษัท เภา แอนด์ แอสโซซิเอตส์ ลอว์ ออฟฟิศ จำกัด 140/40 A อาคาร ไอทีเอฟ ชั้น 19 ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทรศัพท์	:	(66) 2634-4995-7
โทรสาร	:	(66) 2238-2574, (66) 2634-4998