

3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

3.1 ธุรกิจสำนักพิมพ์

3.1.1 สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชน

3.1.1.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

กลุ่มบริษัท ประกอบธุรกิจผลิต นำเข้าและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนเพื่อการศึกษา บันเทิง และการเสริมทักษะผ่าน NED และ NEE ในนามสำนักพิมพ์ “เนชั่นเอ็ดดูเทนเมนท์” และ “เนชั่นเอ็กมอนท์” โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

ก) สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย

NED ได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศในทวีปเอเชีย โดยได้รับลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ชั้นนำของประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆในทวีปเอเชีย อาทิเช่น Shueisha Inc., Shogakukan, Kodansha และ Futabasha เป็นต้น ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2553 NED ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆในทวีปเอเชีย ทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 280 เรื่อง หรือมากกว่า 2,200 ปก ซึ่งดำเนินการในรูปแบบดังต่อไปนี้

- 1) นิยายสารคดีการ์ตูนภายใต้ชื่อ “Boom” ซึ่งกลุ่มบริษัท เป็นเจ้าของหัวหนังสือ เป็นนิยายสารคดีรายสัปดาห์ที่รวบรวมการ์ตูนญี่ปุ่น ยอดนิยายหลากหลายเรื่องจากนิยายสารคดีรายสัปดาห์อันดับหนึ่งของญี่ปุ่นคือ “Shonen Jump” และการ์ตูนไทยไว้ในเล่มเดียวกัน โดยมียอดขายอันดับ 1 ในประเทศไทย (ที่มา: ฝ่ายการตลาด บริษัท ธันวาคม 2552)
- 2) หนังสือการ์ตูน (Comic Collection) หมายถึงหนังสือการ์ตูนรวมเล่มและหนังสือการ์ตูนในรูปแบบพิเศษ (Limited Edition) ซึ่งได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางทั้งจากประเทศญี่ปุ่น และประเทศอื่นๆในเอเชียรวมทั้งประเทศไทย ส่วนใหญ่ของหนังสือการ์ตูนในกลุ่มนี้เป็นการรวมเล่มจากการ์ตูนที่ลงเป็นตอนๆ ในนิตยสารการ์ตูน “Boom” อาทิ “Slam Dunk” “Dragon Ball” “นินจาคาถาโอ้โฮเฮะ (นารูโตะ)” “Hunter x Hunter” “Death Note” “Bleach เทพมรณะ” “นุระหลานจอมภูต” “Eyeshield 21” “Sket Dance” การ์ตูนไทย อาทิ “มิดที่ 13” “อภิมมณิศา” “Demonic Corey” และ “JOE Sea-Cret Agent” เป็นต้น หนังสือการ์ตูนเรื่องอื่นๆ ที่ไม่ได้มาจากนิตยสารการ์ตูน “Boom” อาทิหนังสือชุด “โดรา เอมอน” รวมผลงานการ์ตูนของ Fujiko F.Fujio ผู้เขียนโดราเอมอน ชุด “Path of Fujiko F.Fujio” “เครยอนชินจัง” “ดิจิตัลเลดี้” “Pluto” “วันรักนักดนตรี- Nodame Cantabile” “Pokémon” “Wild Life” “Rainbow” และ “Vagabond” เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีหนังสือการ์ตูนกลุ่มรักประทับใจภายใต้ ตรา “Cute Comic” อาทิ “ตราวันฟ้าใส-March comes in like a lion” “ลำนารักจากดวงดาว-Singing Star” “ยาคุโมะ นักสืบวิญญาณ” จากประเทศญี่ปุ่น และ ชุด Full House-ละครรักที่ปักใจ จากประเทศเกาหลี เป็นต้น
- 3) สมุดภาพ (Art Book) ซึ่งเป็นหนังสือที่รวบรวมภาพที่สวยงามจากหนังสือการ์ตูน “Your Eyes Only” “Clamp Art Works – North Side” “Clamp Art Works – South Side” และ “Meed Tii Sibsam History” เป็นต้น
- 4) พ็อกเก็ตบุ๊คส์ (Pocket Book) ประกอบด้วยวรรณกรรมเยาวชน เป็นหนังสือวรรณกรรมแปลภาษาไทยสำหรับเยาวชน มีเนื้อหาเกี่ยวกับสืบสวนสอบสวน ผจญภัย แฟนตาซี อาทิ หนังสือลิขสิทธิ์ของ Kodansha ประเทศญี่ปุ่น “ชุดบันทึกคดีเด็ด ชุมมนักสืบคอมพิวเตอร์” และ “ชุดบันทึกคดีเด็ดนักสืบดั่ง ยูเมมิสึ คิโยะชิโร่” ซึ่งเป็นหนังสือที่ได้รับความนิยมอย่างสูง หรือวรรณกรรมจากการ์ตูนยอดเยี่ยม อาทิ “Death Note : Another Note” “L Change the World” รวมถึงหนังสือประเภท comic essay ซึ่งมีเนื้อหาผสมผสานระหว่างการ์ตูนกับความเรียงล้อเลียน การมองโลกเชิงบวก ลายเส้นเรียบง่ายไม่ซับซ้อน และกำลังได้รับความนิยมในญี่ปุ่น อาทิ “ชีวิต 150 ซม.” “ชีวิตหญิงเดี่ยวห้าสมัยซ้อน” “ชีวิต 150 ซม. 3” “คุณแม่ 30 คะแนน” ของ TAKAGI Naoko “แม่หลาพาสุขใจ in อิตาลี” จากประเทศญี่ปุ่น “มาดามวาซาบิตะลุยแดนกิมจิ” และ “Luna Park” จากประเทศ เกาหลี รวมถึง YYไม่ตายก็ได้พะ จากประเทศจีน เป็นต้น
- 5) หนังสือการ์ตูนความรู้ (Edutainment Comics) เป็นการ์ตูนสาระบันเทิง แบ่งเป็นช่องทำนองเดียวกับการ์ตูนญี่ปุ่น มีการแทรกความรู้ต่างๆ และคำอธิบายเชิงวิชาการ ผ่านการเล่าเรื่องที่สนุกสนาน มีทั้งแบบสีเดียวและภาพสี่สี จากสำนักพิมพ์ชั้นนำ

นำของญี่ปุ่น และเกาหลี อาทิ “ซีวิตส์ดรัมพ์ทศวรรษย้อนท่องโลกดึกดำบรรพ์” และ “ท่องโลกได้สมุทร” Kodansha Doraemon English Vocabulary ของ Fujiko F Fujio ลิขสิทธิ์ของ Shogakukan ประเทศญี่ปุ่น การตูนความรู้ชุด “ท่องโลกแสนสนุกกับ Pucca” ลิขสิทธิ์ของ Vooz Firm และการตูนความรู้ชุด “Magic Science School” และ “Dreaming Einstein” “Galilei Returns” ลิขสิทธิ์ของ DongaScience Aha! Series Exciting ลิขสิทธิ์ของ Gimm-young Magic English Comics, Exciting Knowledge, Economics, Invention, Future, Science Space, ชุด Classroom IQ series ลิขสิทธิ์ของ GANA ประเทศเกาหลี และ The Universe, Computer The Human Body, Mathematics ลิขสิทธิ์ของ HCE จากไต้หวัน

- 6) หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ (Activity Book) เป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก ประกอบด้วยรูปภาพเป็นส่วนใหญ่ ความรู้พร้อมความบันเทิง ผ่านกิจกรรมต่างๆ อาทิ การระบายสี การวาดรูปต่างๆ การลากเส้น เกมทดสอบความจำ สี ตัวเลข หรือคำศัพท์ง่ายๆ โดยใช้ตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงที่เด็กชื่นชอบ อาทิ กิจกรรมชุด “โดราเอมอน” “ดิจิมอน” “เฮลโล คิตตี้” และหนังสือกิจกรรมเสริมทักษะชุด ซึ่ง NED สร้างสรรค์เองอีก 2 เล่ม คือ ชุดแพนด้า เป็นต้น

ข) สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย

NEE ได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ผลิต นำเข้า และจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนที่ได้รับลิขสิทธิ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์และสำนักพิมพ์ชั้นนำจากกลุ่มประเทศแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย อาทิเช่น Walt Disney, Warner Bros. Simon & Schusters ประเทศสหรัฐอเมริกา Hit Entertainment, Chorion, Orchard Book, Scholastic UK, Egmont UK, Dorling Kindersley ประเทศอังกฤษ, VGS ในเครือของ EGMONT Verlagsgesellschaften ประเทศเยอรมัน, Larousse ประเทศฝรั่งเศส, Casterman ประเทศเบลเยียม, Paramon ประเทศสเปน และ Blake Education, Wendy Pye Publishing Ltd. ประเทศออสเตรเลีย เป็นต้น โดยผลิตเป็นภาษาไทย หรือ 2 ภาษา ซึ่งมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในเล่มเดียวกัน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2553 NEE ได้รับลิขสิทธิ์ในการพิมพ์และจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย ทั้งสิ้นจำนวนมากกว่า 700 เรื่อง ซึ่งดำเนินการในรูปแบบดังต่อไปนี้

- 1) นิตยสารสำหรับเด็กชื่อ “Disney & Me” เป็นนิตยสารรายเดือนสำหรับเด็กอายุ 5-8 ปี ลิขสิทธิ์จาก Disney ซึ่งให้ทั้งความรู้และความบันเทิงโดยการรวมนิทานภาพและกิจกรรมเสริมทักษะไว้ในเล่มเดียวกัน เช่น การระบายสีรูปภาพ ลากเส้น เกมทดสอบความจำ สี ตัวเลข นอกจากนี้ยังได้สอดแทรกความรู้ด้านภาษาอังกฤษ เช่น abc หรือ คำศัพท์ง่ายๆ ฯลฯ นิตยสารฉบับนี้จัดพิมพ์เป็นสองภาษา (ไทย-อังกฤษ) เพื่อจูงใจให้ผู้ปกครองเลือกซื้อให้แก่บุตรหลาน และให้ครูพิจารณาใช้เป็นหนังสือเสริมหลักสูตรในโรงเรียน
- 2) หนังสือนิทานภาพ (Story-telling book) ซึ่งได้คัดสรรจากนิทานที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางจากทั้งในและต่างประเทศ อาทิ นิทานจากภาพยนตร์ เช่น “Lion King” “Toy story” “Finding Nemo” “Up” “Bolt” นิทานชุด “Disney Classics” “Disney Princess” “Pooh First Reader” ของ Disney นิทานคลาสสิกของฮันส์ คริสเตียนแอนเดอร์เซน “Scooby-Doo” ของ Warner Bros. “Barney” และ “Thomas & Friends” ของ Hit Entertainment เป็นต้น นอกจากนี้ NEE ยังได้พัฒนาหนังสือนิทานประกอบกับซีดีอ่านออกเสียงทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Read Along) ได้แก่ ชุด “Disney Princess” “Disney Pixar” “Disney Collection” และ “Winnie the Pooh” ของ Disney และ “Thomas & Friends” ของ Hit Entertainment อีกด้วย
- 3) หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ (Activity Book) เป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก ประกอบด้วยรูปภาพเป็นส่วนใหญ่ ความรู้พร้อมความบันเทิง ผ่านกิจกรรมต่างๆ อาทิ การระบายสี การวาดรูป การลากเส้น เกมทดสอบความจำ สี ตัวเลข หรือคำศัพท์ง่ายๆ ฯลฯ จัดพิมพ์เป็นสองภาษา (ไทย-อังกฤษ) ส่วนใหญ่มีเนื้อหาเกี่ยวกับตัวการ์ตูนที่เป็นที่นิยมระดับนานาชาติ ตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์ในประเภทนี้ ได้แก่ หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะชุด “Read and Learn” “Read with Princess” “Read with Prince” ของ Disney, หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะชุด “Barney’s Beginnings” หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะชุด “Scooby-Doo” รวมถึงหนังสือกิจกรรมเสริมทักษะชุด “Thomas & Friends”
- 4) วรรณกรรมเยาวชน (Junior Novel) เป็นวรรณกรรมแปลที่มีตัวอักษรมากกว่ารูปภาพ มีเนื้อเรื่องที่น่าสนใจและเข้าใจได้ง่าย ส่วนใหญ่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสืบสวนสอบสวน ผจญภัย แฟนตาซี และมีหลายเรื่องที่จัดพิมพ์เป็นสองภาษา (ไทย-อังกฤษ)

ตัวอย่างหนังสือในประเภทนี้ อาทิ ชุด “Tiara Club” ของ Vivian French ชุด “The Naughtiest Girl” และ “โรงเรียนเซนต์แคลร์ (St. Claire’s)” ของ Enid Blyton ชุด “Airy Fairy” และ “Pickle Hills” ชุด “Captain Fact” “ชุด ไขปริศนากับสคูบี้ดู” ชุด “Fairies และ Witch” ของ Disney, ชุด “Katie Cat” และ “The Star” ของ Thomas Brezina เป็นต้น

- 5) **หนังสือการ์ตูน** เป็นหนังสือที่มีการเล่าด้วยภาพแบ่งเป็นช่องๆ มีการวางภาพคล้ายการ์ตูนญี่ปุ่น มีทั้งแบบพิมพ์สีเดียวและสี่สี อาทิ “การผจญภัยของดิน ติน (Tin Tin)” ชุด Manga Shakespeare เช่น “Romeo & Juliet” “Hamlet” และ “Tempest” เป็นต้น
- 6) **หนังสือสาระความรู้สำหรับเด็ก** เป็นหนังสือที่ให้ความรู้ในเรื่องต่างๆ ที่เข้าใจง่ายและมีรูปภาพประกอบ และวิธีการเล่าที่ดึงดูดความสนใจของเด็ก ขณะเดียวกันก็สอดแทรกเป็นความรู้เฉพาะด้านควบคู่ไปด้วย ซึ่งอาจนำไปใช้เป็นหนังสืออ่านนอกเวลาสำหรับเด็กและเยาวชน บางเล่มได้มีการจัดพิมพ์เป็นสองภาษา (ไทย-อังกฤษ) เพื่อเสริมทักษะภาษาอังกฤษอีกด้วย เช่น ชุด “Petite Encyclopedia” ชุด “My Name is ...” ชุด “Mega Bites” ชุด “คลื่นความคิดอัจฉริยะ by the Brainwave” ชุด “Environmental” ชุด “Explosion Zone-โลกอัจฉริยะ” ชุด “Whiz Kids-หนูรู้ไหม” และชุด “Go Facts” ชุด “มหัศจรรย์ใกล้ตัว” ชุด “วิกฤตสิ่งแวดล้อม” และชุด “ฉลาดล้ำ- Brainwave” เป็นต้น
- 7) **หนังสือสารานุกรมสำหรับเด็กและเยาวชน** เป็นหนังสือที่เน้นให้ความรู้เชิงวิชาการในหัวข้อต่างๆ และมีรูปภาพประกอบเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของเด็กและเยาวชน สามารถนำไปใช้เป็นหนังสืออ้างอิงหรือสื่อประกอบการเรียนการสอน เพื่อเสริมสร้างความรู้ที่จำเป็นสำหรับเด็กและเยาวชน ตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์ในประเภทนี้ ได้แก่ สารานุกรม ชุด “Your World” ชุด “Children Encyclopedia” ชุดสารานุกรมชุด “Kingfisher Knowledge” ของ Kingfisher “Picture Dictionary” ของ Disney “E-Encyclopedia” และ “How Cool Stuff Works” ของ Dorling Kindersley เป็นต้น
- 8) **สื่อการเรียนภาษาอังกฤษ** เป็นชุดสื่อที่ช่วยพัฒนาการเรียนรู้ภาษาอังกฤษสำหรับเด็กและเยาวชน ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้และสื่อต่างๆ ทั้ง หนังสือ วีดิทัศน์ และซีดี เช่น สื่อชุด “Key Words”

3.1.1.2 ลูกค้าย่อยเป้าหมาย

ลูกค้าย่อยเป้าหมายแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

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

โดยหนังสือของกลุ่มบริษัท นั้น มีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าย่อยเป้าหมายในพิสัยที่ต่างๆ กัน ดังนี้

- หนังสือการ์ตูนและนิตยสารการ์ตูน มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น และอาจรวมไปถึง ผู้ใหญ่ที่มีความชื่นชอบในการอ่านหนังสือการ์ตูน เนื่องจากเป็นความบันเทิงรูปแบบหนึ่งที่มีต้นทุนที่ต่ำ
- นิทาน/ หนังสือภาพ/ หนังสือกิจกรรมเสริมทักษะ มีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มเด็กเล็ก
- วารสารเยาวชนมีลักษณะเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ จึงมีกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายครอบคลุมกลุ่มเด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น
- หนังสือสาระความรู้มีความละเอียดของเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ ครอบคลุมลูกค้าย่อยเป้าหมายตั้งแต่กลุ่มเด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น
- หนังสือสารานุกรม มีความละเอียดของเนื้อหาแตกต่างกันตามความเหมาะสมและอายุ ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมาย เด็กเล็ก ก่อนวัยรุ่น และวัยรุ่น

3.1.1.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ก) สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชีย

การจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชียนั้น NED ซึ่งเป็นผู้ผลิตจะขายสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตทั้งหมดให้แก่ NEE ซึ่งเป็นการขายบนเงื่อนไขไม่มีการรับคืน เพื่อให้ NEE นำไปจำหน่ายต่อไปให้กับเอเจนต์ที่จัดจำหน่ายการ์ตูน และผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ที่มีร้านหนังสือหลายสาขา ซึ่งเป็นการขายที่อาจมีการรับคืนได้ในภายหลัง โดยเอเจนต์เหล่านี้จะกระจายสินค้าต่อไปยังร้านหนังสือค้าปลีกรายย่อยซึ่งจะจำหน่ายต่อไปให้แก่ผู้อ่านอีกต่อหนึ่ง และ NEE ยังมีการจัดจำหน่ายโดยตรงแก่ผู้อ่านผ่านระบบสมาชิก

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2553 NEE จัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชียส่วนใหญ่ผ่านเอเจนต์การ์ตูน รองลงมาได้แก่ ร้านหนังสือ ร้านค้าโมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ และ ร้านค้าที่ไม่ได้จำหน่ายหนังสือเป็นหลัก และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ ได้แก่ จำหน่ายตรงผ่านบูธ งาน event ตามลำดับ รวมจุดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 2,050 จุด (ที่มา: บริษัทฯ)

ข) สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย

NEE จะทำการจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลียซึ่งตนเป็นผู้ผลิตผ่านผู้จัดจำหน่ายหนังสือรายใหญ่ที่มีร้านหนังสือหลายสาขา และร้านค้าโมเดิร์นเทรด ซึ่งมีเงื่อนไขการขายที่อาจมีการรับคืนได้ในภายหลัง โดยร้านค้าเหล่านี้จะจำหน่ายต่อไปให้แก่ผู้อ่านอีกทอดหนึ่ง นอกจากนี้ NEE ยังมีการจัดจำหน่ายโดยตรงแก่สถาบันการศึกษา และผู้อ่านผ่านระบบสมาชิกด้วย

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2553 NEE จัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป อเมริกา และออสเตรเลียส่วนใหญ่ผ่านร้านหนังสือ รองลงมาได้แก่ ร้านค้าโมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ และ ร้านค้าที่ไม่ได้จำหน่ายหนังสือเป็นหลัก นอกจากนี้ มีการจำหน่ายตรงผ่านบูธ โรงเรียน และองค์กรต่างๆ และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ รวมจุดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 2,000 จุด (ที่มา: บริษัทฯ)

3.1.1.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

1) คัดเลือก สร้างสรรค์ พัฒนาสื่อที่มีคุณภาพ

บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนที่มีคุณภาพ ความเหมาะสม และตอบสนองความต้องการของกลุ่มเด็กและเยาวชน รวมทั้งส่งเสริมความรู้ด้านต่างๆ โดยเฉพาะความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์หลายประเภทของกลุ่มบริษัทฯ มีภาษาไทยควบคู่กับภาษาอังกฤษ

2) คัดเลือก สร้างสรรค์สื่อที่ทันสมัยและได้รับความนิยมระดับนานาชาติ

กลุ่มบริษัทฯ จะใช้ข้อได้เปรียบสำนักพิมพ์อื่นๆ จากการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ในการพิจารณาคัดเลือกสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมสูงจากต่างประเทศ และมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมในประเทศมาทำการผลิต และจัดจำหน่ายได้ตามเป้าหมาย

3) พัฒนาสื่อที่สอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอย่างรวดเร็ว

กลุ่มบริษัทฯ มีการติดตามผลตอบรับของการ์ตูนเรื่องต่างๆ ที่ลงในนิตยสาร Boom ของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อคัดเลือกเรื่องที่ได้รับ ความนิยมสูง มาจัดพิมพ์รวมเล่มออกวางจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านและเพิ่มรายได้จากการ์ตูนเรื่องดังกล่าว

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

4) **สร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อการมีส่วนร่วมของลูกค้า และกิจกรรมเพื่อสังคม**

กลุ่มบริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่างๆ ร่วมกับร้านหนังสือ และในสถานที่สาธารณะอื่นๆ เช่น การจัดงานเพื่อส่งเสริมการแสดงออก ความสามารถ ของเด็กและเยาวชน ได้แก่ งาน Japanese Festival ซึ่งประกอบด้วยการประกวดการแต่งตัวเลียนแบบตัวการ์ตูน (cos' play) และการประกวดดนตรีแนวญี่ปุ่น (J-rock), งาน Comics Cosmo เพื่อคั่นหานักเขียนการ์ตูนไทยหน้าใหม่ และเป็นการรวมตัวกันของสังคมผู้ชื่นชอบการ์ตูน การจัดกิจกรรม Disney and Me Talent Contest กิจกรรมส่งเสริมกีฬา เช่น Kiddy League มหกรรมกีฬาอนุบาล และการแข่งสตรีทบาสเก็ตบอล Dunk Anti Drug รวมถึงการเข้าร่วมออกร้านและกิจกรรมส่งเสริมการอ่านในงานมหกรรมหนังสือต่างๆ เป็นต้น

5) **พัฒนานักเขียนไทยให้มีคุณภาพ และก้าวสู่ระดับสากล**

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสร้างนักเขียนการ์ตูนไทยหน้าใหม่ เห็นได้จากการจัดประกวดนักเขียนการ์ตูนไทยมาตลอดระยะเวลากว่า 10 ปี การจัดสัมมนาหรือ workshop แก่เด็กและเยาวชนผู้สนใจ การพิจารณาตีพิมพ์การ์ตูนจากนักเขียนการ์ตูนไทยในนิตยสารรายสัปดาห์ “Boom” และหนังสือเล่ม และหนึ่งในความสำเร็จของโครงการนี้คือการที่สำนักพิมพ์ชั้นนำจากประเทศฝรั่งเศส และเบลกาเรีย ได้ซื้อลิขสิทธิ์การ์ตูนไทยเรื่อง “อภัยมณีซาก้า” ไปตีพิมพ์

6) **พัฒนาช่องทาง การจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม**

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการกระจายสื่อที่คัดสรรแล้วว่ามีคุณภาพและมีเนื้อหาเหมาะสมไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดได้แก่ การให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายทั้งช่องทางดั้งเดิม และผ่านสื่อใหม่ หรือวิธีการใหม่ๆ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังเน้นการเข้าถึงเด็กและเยาวชนผ่านการขายตรงเพื่อเข้าถึงผู้ปกครองของเด็กและเยาวชน รวมถึงการขายตรงเข้าสู่โรงเรียน โดยผ่านทางห้องสมุดหรือ ครู เพื่อเสนอทางเลือกในการใช้ประกอบการเรียนการสอน หรือมีไว้ให้นักเรียนค้นคว้าประจำห้องสมุด

3.1.2 **หนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์**3.1.2.1 **ลักษณะของผลิตภัณฑ์**

กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผ่านตัวบริษัท เอง ภายใต้ชื่อสำนักพิมพ์ “เนชั่นบุ๊กส์” ซึ่งผลิตและจำหน่ายหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์ที่ได้รับความนิยมไว้วางใจโดยได้ลิขสิทธิ์จากนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งมีเนื้อหาหลากหลายแนวครอบคลุมความต้องการของผู้อ่านทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์ของบริษัทฯ ในหมวดการจัดการและบริหาร และหมวดทั่วไปนั้นเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในหมู่นักอ่าน

หนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์ของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 หมวดหลักดังนี้

(1) **หมวดการบริหารและการจัดการ (Business and Management)**

หนังสือในกลุ่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการบริหารและการจัดการในหัวข้อต่างๆ รวมถึงเศรษฐศาสตร์ การเงิน การบัญชี การตลาด ภาษีและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การจัดการเชิงกลยุทธ์ และกรณีศึกษาทางธุรกิจ ตัวอย่างหนังสือที่ได้รับความนิยมอย่างสูงระดับนานาชาติในกลุ่มนี้ เช่น “As the Future Catches You” โดย Juan Enriquez, “กลยุทธ์น่านน้ำสีคราม” (Blue Ocean) โดย W. Chan Kim & Renee Mauborgne “เจาะจุดแข็ง” (Now, Discover Your Strengths) โดย Marcus Buckingham & Donald O. Clifton “แค่เก่ง...ไม่พอ” (Talent Is Never Enough) และ ทะยานไกล...ให้ถึงฝัน (Put Your Dream to the Test) โดย John C. Maxwell นักเขียนหนังสือที่มียอดจำหน่ายสูงสุดของ New York Times “Think! Before It's Too Late” โดย Dr. Edward de Bono ผู้เป็นสุดยอด GURU ด้านการคิดสร้างสรรค์ “Marketing 3.0” โดย Philip Kotler ปรมาจารย์ระดับโลกด้านการตลาด “วิถีแห่งผู้นำ” (The Leader's Way) โดย Dalai Lama and Laurens van den Muyzenberg “Success Built to Last” โดย Jerry Porras, Stewart Emery & Mark Thomson ผู้ร่วมเขียนหนังสือ Built to Last ที่มียอดจำหน่ายกว่าล้านเล่ม “เปิดปุมมังกร” (China Inc.) โดย Ted C. Fishman หนังสือพัฒนาศักยภาพในการทำงาน ชุด “The Sunday Times: Creating Success” และ

ชุด “Work/ Life” หนังสือเกี่ยวกับการจัดการผ่านนิมิตเดียว เช่น “Digimarketing : เปิดโลกนิมิตเดียวและการตลาดดิจิทัล” โดย Ken Wertime & Ian Fenwick “The Long Tail” โดย Chris Anderson เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีงานเขียนของนักคิด นักเขียนไทยในกลุ่มการบริหารและจัดการที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่านในวงกว้าง อาทิ “จ่ายภาษีก็รวยได้” “สอนเพื่อนให้รวย” โดย ดร.สุวรรณ วลัยเสถียร “เงินเดือนนิดเดียวต้องเหนื่อยให้น้อยที่สุด” และ “เงินเดือนตั้งเยอะต้องใช้งานให้น้อยที่สุด” โดย อภิชาติ สิริผาดิ และ “จนเครียด เก็บตังส์สิ” โดย พงณี คงคล้าย “บทเรียนร้อนๆ จากซิลิคอนวัลเลย์” ตามล่า search หาฝัน” โดย กระทั่ง พูนผล “มนุษย์เศรษฐกิจ 2.0” โดย นรินทร์ โอฟาร์กิจอนันต์ “2530-2551 จาก Black Monday ถึง Hamburger Crisis” โดยกองบรรณาธิการข่าว BizWeek แห่งหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ “The Signature 01” และ “The Signature 02” ซึ่งเป็นหนังสือรวบรวมแนวคิดการบริหารจาก 11 ซีอีโอชื่อดังของเมืองไทย เป็นต้น

2) หมวดนิยาย และ วรรณกรรม (Fiction and Literature)

หนังสือในกลุ่มนี้เป็นนวนิยายและวรรณกรรมของนักเขียนไทยและนักเขียนต่างประเทศที่แปลเป็นภาษาไทย เช่น “แอตแลนติส” โดย David Gibbins “แมรี แมรี” โดย เจมส์ แพตเตอร์สัน หนังสือยอดเยี่ยมประจำปีสูงสุด New York Times และ Sunday Times เรื่อง “โจนาธาน สเตรนจ์กับมิสเตอร์นอร์เรล” โดย Susanna Clarke, “ประตูโหล่” โดย Jonathan Stroud “ล่าสุดขอบฟ้า สายเลือดเทมพลาร์ ขุมทรัพย์อัศวิน” (Das Blast der TEMPLER) และ “ตำนานผู้ไม่มีวันตาย” (Die Chronik Der Unsterblichen) โดย Wolfgang Hohlbein นักเขียนหนังสือยอดเยี่ยมประจำปีสูงสุดของเยอรมัน

หนังสือนวนิยายและวรรณกรรมแนวสืบสวนสอบสวน ลึกลับ สยองขวัญจากประเทศญี่ปุ่น ภายใต้ตราสัญลักษณ์ “NB Horror” อาทิ “ห้องเรียนที่ไม่ยอมเปิดรับ” และ “หลอนพยาบาล” โดยนักเขียนชื่อดัง จิโร อาางาวะ “รัก ลวง ตาย และน้ำสีแดง” โดย เคโกะ อิคาชิโนะ

นอกจากนี้ยังมีนวนิยายและวรรณกรรมที่ได้รับความนิยมจนทำให้ถูกนำไปสร้างเป็นภาพยนตร์ อาทิ “ตำนานสไปเดอร์วิก” (The Spiderwick Chronicles) ของ Tony DiterLizzi & Holly Black “My Sassy Girl” ของเกาหลี “บัญชีสาวคนรัก” “อยากถูกรักก็รักให้ก่อโลก” และ “Nodame Canterbale” ของญี่ปุ่น รวมทั้ง “ร่าง...อุบัติรักข้ามดวงดาว” (The Host) โดย Stephenie Meyer นักเขียนเจ้าของผลงาน Twilight Saga ซึ่งติดอันดับขายดีระดับโลกและได้รับการนำไปทำเป็นภาพยนตร์ชุดฮิตที่โด่งดังไปทั่วโลก ยังมีผลงานของนักเขียนไทย อาทิ “เหตุเกิดที่ร้านช็อกโกแลต” และ “เมื่อรักมาพักก่อน” โดย วรินดา อรอนโซ

(3) หมวดภาษา และการเรียนรู้ (Language and Learning)

หนังสือในกลุ่มนี้เนื้อหาเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะด้านภาษาและการทดสอบความถนัดด้านต่างๆ ซึ่งหนังสือในกลุ่มพัฒนาทักษะด้านภาษาที่ได้รับความนิยม เช่น “Just Speak Out!” By Nina โดย กุลนิตดา ปัจฉิมสวัสดิ์ “ภาษาอังกฤษแบบฝรั่งเข้าใจ คนไทยเกิด1-2” “ฝรั่งไม่เข้าใจ คนไทยไม่เกิด” “Me, Meself and The Movies” “คริสต์ลีเวลลี่ 1-2” และ “Chris unseen 1-2” โดย คริสโตเฟอร์ ไรท์ “DIY My Map. โดยวชวรรณ ฤทธิรงค์ หนังสือกลุ่มทดสอบความถนัด อาทิ “เลขคณิตพิชิตสมองเสื่อมเล่ม 1-2” ซึ่งมียอดขายกว่า 3 ล้านเล่มในประเทศญี่ปุ่น, “สปีดคณิตคิดเลขเร็ว” หนังสือชุดทดสอบความสามารถและทักษะด้านต่างๆ ได้แก่ “คู่มือทดสอบความถนัด”(The Aptitude Test Work Book) “คู่มือทดสอบไอคิวและความถนัด” (IQ and Aptitude Test) “คู่มือทดสอบความถนัด บุคลิกภาพและแรงจูงใจ” (Aptitude, Personality & Motivation Tests) “คู่มือทดสอบความคิดสร้างสรรค์” (Test Your Creative Thinking) “คู่มือทดสอบความถนัดด้านตัวเลข” (Test Your Numerical Aptitude) “คู่มือทดสอบความฉลาดทางอารมณ์” (Test Your EQ) และ “คู่มือทดสอบความฉลาดและศักยภาพของพลังสมอง” (Test and Assess Your Brain Quotient) “The Big Book of Sudoku” และหนังสือชุดไขสมการชีวิต 4 เล่ม คือ “ไข 100 สมการอายุยืน” (The Long Life Equation) “ไข 100 สมการความสุข” (The Happiness Equation) “ไข 100 สมการชีวิตปลอดภัย” (The Environment Equation) และ “ไข 100 สมการอัจฉริยภาพ” (The Intelligence Equation) “เพิ่มพลังไอคิว” “ฝึกสมองยอดนักจำ” “คิดอย่างฉลาด ทำอย่างฉลาด” และ “คิดนอกกรอบ” เป็นต้น

(4) หมวดศาสนา และปรัชญา (Religion and Philosophy)

หนังสือในกลุ่มนี้มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความเชื่อและคำสอนทางศาสนาและปรัชญา เช่น หนังสือชุด “Dhamma Talk” “การเมืองเนื่องในธรรม” โดย ว. วัชรเมธี, “กฎแห่งกรรม 5 เล่ม” โดย ท. เลียงพิบูลย์ “ธรรมะบำรุงใจ” และ “ธรรมะสปลา” โดย พระอาจารย์มิตซูโอะ คเวสโก “มหาสมุทรแห่งปัญญา” โดย องค์ทะไล ลามะ และหนังสือ ชุดสร้างพลังบุญ ซึ่งมี 4 เล่มคือ “ทำบุญให้รวย” “ทำบุญให้รวย” “ทำบุญให้ฉลาด” “ทำบุญให้สุขภาพดี” รวมถึง “ใจดีสู้(ปี)เสือ” “สุขเหนือสุข” และ “แกะรอยกรรม สู่รอยธรรม” ผลงานของพระไพศาล วิสาโล เจ้าของรางวัลศรีบูรพา ประจำปี 2553 เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีหนังสือแปลเกี่ยวกับศาสตร์โหงวเฮ้งและฮวงจุ้ย ผลงานของ Joey Yap ประมาจารย์และที่ปรึกษาผู้มีชื่อเสียงระดับโลก คือ “อ่านคนได้ ใช้คนเป็น” (Discover Face Reading) “ฮวงจุ้ยภายนอกบ้าน (Feng Shui for Home Buyer – External)” “ฮวงจุ้ยภายในบ้าน (Feng Shui for Home Buyer – Internal)” “ฮวงจุ้ยคอนโดมิเนียมและอพาร์ทเมนต์ (Feng Shui for Home Owner: Apartment)” เป็นต้น

(5) หมวดทั่วไป (General Interest)

หนังสือในกลุ่มนี้เป็นหนังสือที่มีเนื้อหาหลากหลาย ครอบคลุมความสนใจด้านต่าง ๆ ของผู้อ่านในวงกว้าง อาทิ สุขภาพและความงาม อาหาร บ้านและการตกแต่ง การพัฒนาตนเอง สัตว์เลี้ยง ไลฟ์สไตล์ และชีวิตคนดัง ฯลฯ เช่น “กนกบาทเดียว” “ชีวิตที่นุ่มนวล” และ “กนกยามเย็น” โดย กนก รัตนวงศ์สกุล “It's me ชาลอต” โดย ชาลอต โทณวนิก “ค้นขวางโลก” “E-KIM คนเร่ใจไม่คิด” “โปรดเอื้อเพื่อแกสตรีนิด” โดย เจนนีเฟอร์ คิม “บรีเจ้าใจ” โดย ใจ ใจกุล “สักยันต์ กันภัย” โดย อ.หนูกันภัย

หมวดบ้านและที่อยู่อาศัย “อยู่สบาย 1-2” “แต่งบ้านให้ได้ล้าน 1-3” “ตกแต่งตึกแถวให้น่าอยู่” “คิดจากภายใน Inside Out” “รู้ทันช่าง” “ทีหลังอย่าทำ” ร่ำ ร้ว ร้อน” และ “Terazzo” โดย เอกพงษ์ ตีระตรง “Junk Style” โดย เมลานี โมเลสเวิร์ธ และ “Series 101” ได้แก่ “101 ห้องนั่งเล่น ตกแต่งอย่างมีสไตล์” “101 ห้องครัว ตกแต่งอย่างมีสไตล์” “101 ห้องน้ำ ตกแต่งอย่างมีสไตล์” “101 ห้องนอน ตกแต่งอย่างมีสไตล์” โดย BBC Good Homes

หมวดสัตว์เลี้ยง “ง่ายแค่พริบตา ฝึกหมาให้แสนรู้” “หัวใจผมให้นาย” โดย ครูอุ “เลือกหมาให้เหมาะกับคุณ” โดย GWEN BAILEY “รู้ไหมหมาคิดอะไรอยู่” “รู้ไหมแมวคิดอะไรอยู่” โดย เกเวน เบลีย์ “หมาทำแบบนี้ทำไม” แมวทำแบบนี้ทำไม” โดย มาร์ติ เบ็คเกอร์และจينا สแปดาไฟร์ “คู่มือฝึกหมาขั้นเทพ” โดย เดวิด เทย์เลอร์

หมวดอาหาร “โบ แอปพิไทท์” โดย ชญาดา มัสยวานิช “ปรุงด้วยใจสไตล์นูร” “ของว่างควาวหวาน สำราญใจ” “ทำกินง่าย ทำขายรวย” โดย นูรอ โซมะณี สเต็ปเป้ “Remix พล ตันทเสถียร” โดยพล ตันทเสถียร “เคล็ดลับคู่ครัวคุณหวัด ร้อย x 3” “เคล็ดลับคู่ครัวคุณหวัด 2” โดย รพีพรรณ เหลืองอร่ามรัตน์ “เคล็ดลับกันครัว” “สุดยอดความอร่อย” โดย ไชยแสง กิระชัยวนิช

หมวดสุขภาพ “โยคะบำบัดสำหรับสาวออฟฟิศ” “รู้ลึก รู้จริง กับครูโยคะ” “แม่สมส่วน ลูกสมบูรณ์คุณทำได้” “10 ระบบเปลี่ยนแปลงเมื่อวัยเปลี่ยนไป” โดย ถิธศีล ติฐวัฒน์โยธิน “หน้า ผม นม ผิว” โดย บูลแองจี “คนรักหน้า 2 ตอน ครีม” โดย พ.ญ. นันทภัทร์ สุภาพรรณชาติ “Anti Aging เปลี่ยนอายุให้เป็นแค่ตัวเลข” โดย แพทย์หญิง อนงนุช ขวลิตรำรง ชุด “Top100 สุดยอดอาหารเพื่อสุขภาพ” หนังสือแปลขายดีชุด “ผอม สวย กล้วยช่วยคุณได้” โดย ฮามาจิ และหนังสือขายดีติดอันดับยาวนานโดยหมอแดง ชุด “ใครไม่ป่วยยกมือขึ้น เล่ม 1 และ 2” และ “คนไทยต้องหายป่วย” เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีหนังสืออื่นๆ ที่น่าสนใจอีก อาทิ “รู้เรื่องรถกับพัฒนาเขตตอนใช้รถอย่างไรไม่เจ็บตัว” โดย พัฒนเดช อาสาสรรพกิจ “100 Jazz Albums Review” โดย อนันต์ ลือประดิษฐ์ “365 แง่คิดดีๆ ที่ ทำให้หัวใจอบอุ่น” โดย ลินดา เค. และ บานานา กัทลี “โรแมนติกไม่เลือกที่” โดยกองบรรณาธิการจุดประกาย-เสาร์สวัสดิ์ แห่งหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ “พลังหัวใจยิ่งใหญ่ทุกวัน” (Everyday Greatness) โดย Stephen R. Covey และหนังสือชุด “1001 ของขวัญแห่งชีวิต” เป็นต้น

นับแต่เริ่มดำเนินธุรกิจจนถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2553 บริษัทฯ ได้จัดพิมพ์หนังสือที่ออกเกิดไปแล้วกว่า 600 ปก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นหนังสือในหมวดการบริหารและการจัดการ (Business and Management) และหมวดนิยายและวรรณกรรม (Fiction and

Literature) รองลงมาได้แก่ หมวดทั่วไป (General Interest) หมวดศาสนา จิตวิทยา และปรัชญา (Religion and Philosophy) และ หมวดภาษา และการเรียนรู้ (Language and Learning) ตามลำดับ (ที่มา: บริษัท)

3.1.2.2 ลูกค้าย่อยเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าย่อยเป้าหมายหลักคือผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเองในแง่มุมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทักษะในการทำงาน การใส่ใจสุขภาพ การพัฒนาความคิดและปรัชญาการดำเนินชีวิต และมีความชื่นชอบในการอ่านหนังสือเพื่อความบันเทิงและสาระความรู้

3.1.2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบัน บริษัทฯ ทำการจัดจำหน่ายหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์ผ่านช่องทางการจำหน่ายประเภทต่างๆ ดังนี้

1. **ร้านหนังสือ** เป็นช่องทางจัดจำหน่ายหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์ที่ใหญ่ที่สุดของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่ผ่าน บมจ. ซีอีดูเคชั่น ซึ่งจะจำหน่ายหนังสือในร้านหนังสือของตนเองที่มีหลายสาขา และกระจายหนังสือสู่ร้านค้าและร้านหนังสือชั้นนำอื่นๆ ต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการวางจำหน่ายเองผ่านร้านหนังสืออื่นๆ ได้แก่ ร้านดับเบิลยูเคบุ๊คทาวเวอร์
2. **บูทจำหน่ายหนังสือ** เป็นการเปิดบูทจำหน่ายหนังสือแก่ผู้อ่านโดยตรงในงานต่างๆ ที่สำคัญ คือ งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ และงานมหกรรมหนังสือ เป็นต้น
3. **จำหน่ายตรงแก่องค์กร** เป็นการจำหน่ายหนังสือแก่ผู้บริโภคที่เป็นบริษัทเอกชน โรงเรียน มหาวิทยาลัย และหน่วยงานราชการอื่นๆ ที่มีความต้องการใช้หนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์ของบริษัทฯ
4. **ช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ** เช่น การจำหน่ายหนังสือให้แก่บริษัทในเครือเนชั่นกรุ๊ปฯ เพื่อใช้เป็นของขวัญปีใหม่หรือของสมนาคุณแก่ลูกค้า และการจำหน่ายผ่านทางไปรษณีย์ และอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ www.nationbook.com ซึ่งให้ส่วนลดเป็นพิเศษแก่ผู้สั่งซื้อ และเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสำหรับผู้อ่านมากยิ่งขึ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2553 สำนักพิมพ์ "เนชั่นบุ๊กส์" ได้จัดจำหน่ายหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์ผ่านช่องทางการจำหน่ายหลักคือร้านหนังสือ รองลงมาได้แก่จำหน่ายตรงผ่านบูธ โรงเรียน และองค์กรต่างๆ และช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ ตามลำดับ รวมจัดจำหน่ายทั้งสิ้นกว่า 2,500 จุด (ที่มา: บริษัทฯ)

3.1.2.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

- 1) บริษัทฯ จะดำเนินการผลิตและจำหน่ายหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายครอบคลุมความต้องการของนักอ่านทุกกลุ่มอายุ เพศ และอาชีพ โดยพิจารณาคัดเลือกหนังสือทั้งในแง่ของเนื้อหา คุณภาพ และความเหมาะสม เพื่อให้หนังสือของบริษัทฯ สามารถเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างความบันเทิง และความรู้ของผู้อ่านให้ทันต่อยุคสมัย
- 2) เนื่องจากบริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเขียนและสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้เปรียบสำนักพิมพ์อื่นๆ ดังกล่าวในการคัดเลือกผลงานของนักเขียน และสำนักพิมพ์ที่เป็นที่ชื่นชอบของนักอ่านชาวไทย และมีคุณภาพระดับโลกโดยมียอดขายในอันดับต้นๆ (Bestsellers) มานำเสนอ
- 3) ในส่วนของหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์ที่เป็นหนังสือแปลจากภาษาต่างประเทศ บริษัทฯ ได้มีการมุ่งเน้นคุณภาพการแปลให้มีความถูกต้องตรงกับต้นฉบับมากที่สุด โดยไม่ละทิ้งความสละสลวยของบทความ เพื่อเป็นการเสริมสร้างอรรถรสในการอ่านหนังสือ และเสริมสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้อ่านมากที่สุด
- 4) บริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งราคาจำหน่ายหนังสือที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับสำนักพิมพ์อื่น ๆ ในตลาดได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อหนังสือ เช่น จัดจำหน่ายหนังสือในราคาพิเศษ หรือให้ส่วนลดพิเศษสำหรับหนังสือบางหมวด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่มีนโยบายทำการตลาดด้วยราคาต่ำกว่าคู่แข่ง (Price War)
- 5) บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่างๆ เช่น การเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือต่างๆ การเปิดตัวหนังสือ การพบปะนักเขียน การจัดส่งหนังสือให้แก่สื่อต่างๆ รวมถึงนักวิจารณ์ เป็นต้น

- 6) บริษัทฯ ได้มีการประชาสัมพันธ์ชื่อของสำนักพิมพ์ "เนชั่นบุ๊คส์" ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักอ่าน โดยการจัดโครงการประกวดเรื่องสั้นแนววิทยาศาสตร์ (Nation Books Award) และเปิดโอกาสให้นักเขียนสมัครเล่นสามารถลงเรื่องสั้นหรือบทความของตนเองในเว็บไซต์ของบริษัทฯ www.nationbook.com หรือส่งมาทางไปรษณีย์ ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปได้แสดงความสามารถด้านการเขียน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รู้จักนักเขียนหน้าใหม่ที่จะได้รับความนิยมนในอนาคต

3.1.3 การจัดหาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

3.1.3.1 การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

กลุ่มบริษัทฯ จะทำการพิจารณาแนวโน้มอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เพื่อวางแผนกำหนดประเภทสิ่งพิมพ์และรูปแบบเนื้อหาที่จะดำเนินการผลิตในแต่ละปี หลังจากนั้น กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการจัดหาและผลิตสิ่งพิมพ์ โดยมีขั้นตอนหลักในการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

(1) การคัดสรรสื่อสิ่งพิมพ์

กลุ่มบริษัทฯ จะจัดส่งบรรณาธิการ และทีมงานไปเยี่ยมชมงานเทศกาลหนังสือในต่างประเทศ (Book Fairs) เพื่อดูแนวโน้มของสิ่งพิมพ์โลก และสรรหารายชื่อสิ่งพิมพ์ที่น่าสนใจ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีการสำรวจตลาดเพื่อสอบถามหรือหาข้อมูลของประเภทหรือรายชื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายโดยตรง ในบางกรณีนักเขียนหรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์อาจทำการติดต่อขอจำหน่ายลิขสิทธิ์ในการผลิตและจัดจำหน่ายแก่กลุ่มบริษัทฯ โดยตรง เนื่องจากชื่อเสียงของกลุ่มบริษัทฯ ที่เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือฟ็อกเก็ตบุ๊กส์ในแนวธุรกิจ และการจัดการ และ Self Improvement ของกลุ่มบริษัทฯ

หลังจากนั้น คณะทำงานเพื่อคัดเลือกหนังสือของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหาร บรรณาธิการ และฝ่ายการตลาด จะทำการคัดเลือกสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมในการผลิตและจัดจำหน่ายซึ่งมีคุณสมบัติเบื้องต้นดังนี้

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

(2) ติดต่อ เจรจา และทำสัญญาซื้อลิขสิทธิ์

หลังจากที่ได้รายชื่อสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมแล้ว ทางกลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อเจรจาราคา และเงื่อนไขในการซื้อลิขสิทธิ์กับนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ สำหรับหนังสือฟ็อกเก็ตบุ๊กส์ในหมวดทั่วไปบางเล่ม กลุ่มบริษัทฯ อาจดำเนินการติดต่อนักเขียนที่คาดว่าจะเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้อ่านมาเพื่อเขียนหนังสือให้แก่กลุ่มบริษัทฯ จากนั้นจึงทำสัญญากับนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์

(3) การจัดเตรียมต้นฉบับภาษาไทย

3.1) การแปล ในกรณีที่หนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศ กลุ่มบริษัทฯ จะติดต่อผู้แปลที่มีความเหมาะสมกับประเภทหนังสือเพื่อดำเนินการแปลเป็นภาษาไทย และ ติดต่อผู้ที่มีความเหมาะสมกับประเภทหนังสือดังกล่าวเพื่อทำหน้าที่บรรณาธิการเล่ม ตรวจสอบความถูกต้องของสำนวนแปล ซึ่งภายหลังจากที่ผู้แปลทำการลงนามในสัญญาและได้รับต้นฉบับสิ่งพิมพ์ภาษาต่างประเทศจากกลุ่มบริษัทฯ เรียบร้อยแล้ว ก็จะดำเนินการแปล โดยระยะเวลาในการแปลนั้นขึ้นอยู่กับประเภทสิ่งพิมพ์ ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลาไม่เกิน 1-2 เดือน จากนั้นผู้แปลจะดำเนินการส่งผลงานแปลฉบับสมบูรณ์ให้แก่กลุ่มบริษัทฯ เพื่อส่งต่อเล่มให้แก่บรรณาธิการดำเนินการตรวจสอบและแก้ไข ภายหลังจากบรรณาธิการตรวจต้นฉบับที่แปลเป็นภาษาไทยสมบูรณ์แล้ว ก็จะดำเนินการส่งให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ในกรณีสิ่งพิมพ์เป็นหนังสือการ์ตูน กลุ่มบริษัทฯ จะมีการนำต้นฉบับหนังสือการ์ตูนภาษาต่างประเทศมาทำการสแกนเพื่อนำคำแปลลงประกอบภาพการ์ตูน

3.2) การจัดรูปเล่ม หลังจากทีกลุ่มบริษัทฯ ได้รับต้นฉบับสิ่งพิมพ์ภาษาไทยฉบับสมบูรณ์ ก็จะทำนําดำเนินการจัดเรียงภาพ เนื้อหา และจัดรูปเล่มให้เหมาะสม ในบางกรณีที่เป็นสิ่งพิมพ์จากต่างประเทศ อาจถูกจำกัดให้จัดเรียงและจัดทำรูปแบบให้เหมือน ต้นฉบับภาษาต่างประเทศ นอกจากนั้น กลุ่มบริษัทฯ จะทำการออกแบบปกหนังสือ และจัดทำปกในกรณีที่เจ้าของลิขสิทธิ์ได้ บังคับให้ใช้ปกหนังสือของต้นฉบับ หรือในกรณีที่กลุ่มบริษัทฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าปกเดิมไม่เหมาะสม

(4) การจัดเตรียมการพิมพ์

4.1) การเตรียมกระดาษ กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อผู้ค้ากระดาษเพื่อดำเนินการสั่งจองกระดาษที่ใช้ในการจัดพิมพ์ ใน ระหว่างการจัดเตรียมต้นฉบับ โดยปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ซื้อกระดาษเพื่อใช้ผลิตสิ่งพิมพ์จากบริษัทในเครือเนชั่นกรุ๊ป และผู้จัด จำหน่ายกระดาษภายในประเทศในราคาตลาด

4.2) การจัดหาโรงพิมพ์ ในระหว่างการจัดเตรียมต้นฉบับ กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อโรงพิมพ์เพื่อกำหนดรูปแบบการพิมพ์ ค่าจ้างพิมพ์ และวันกำหนดส่งของ โดยมีการเปรียบเทียบและเจรจาต่อรองเพื่อให้ค่าจ้างพิมพ์ต่ำที่สุดภายใต้รูปแบบสิ่งพิมพ์ที่ กลุ่มบริษัทฯ ต้องการ ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ใช้บริการโรงพิมพ์จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ บริษัท เนชั่น พรินต์ เซอร์วิส จำกัด บริษัท ดับบลิวพีเอส จำกัด บจก. เอช-เอ็น กรุ๊ป และ บจก.พรินต์โพ

4.3) การพิมพ์ทดสอบ จากนั้นกลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินการส่งพิมพ์ทดสอบ (proof printing) และตรวจดูความเรียบร้อยอีกครั้งหนึ่ง ในบางกรณี กลุ่มบริษัทฯ ต้องจัดส่งต้นแบบของสิ่งพิมพ์ให้แก่เจ้าของลิขสิทธิ์เพื่อขออนุมัติก่อนดำเนินการจัดพิมพ์หรือจัด จำหน่าย

(5) การพิมพ์และจัดส่ง

กลุ่มบริษัทฯ จะจัดส่งไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ต้นฉบับสิ่งพิมพ์ให้แก่โรงพิมพ์เพื่อดำเนินการพิมพ์ เมื่อโรงพิมพ์ดำเนินการพิมพ์เรียบร้อยแล้ว โรงพิมพ์จะจัดส่งมาเพื่อจัดเก็บที่คลังสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ

3.1.3.2 สรุปสาระสำคัญของสัญญาลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

ในการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ กลุ่มบริษัทฯ จะซื้อลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์มาจากเจ้าของลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นนักเขียนหรือ สำนักพิมพ์ทั้งในและต่างประเทศจำนวนหลายราย เพื่อนํามาลผลิตและจัดจำหน่ายเพียงรายเดียว (exclusive) ในประเทศไทย ซึ่งส่วน ใหญ่มีระยะเวลา 3 – 5 ปี และมีสิทธิต่ออายุสัญญาได้ในราคาและเงื่อนไขเดิม ส่วนใหญ่มีการกำหนดจำนวนขั้นต่ำในการผลิตสิ่งพิมพ์ ครั้งแรก ทั้งนี้ เจ้าของลิขสิทธิ์สามารถยกเลิกสัญญาได้ หากกลุ่มบริษัทฯ ทำผิดสัญญา และ/หรือมีปัญหาทางการเงิน และ/หรืออยู่ใน สถานะล้มละลาย เป็นต้น โดยมีค่าลิขสิทธิ์ที่สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

- 1) ค่าลิขสิทธิ์ขั้นต้นซึ่งเป็นจำนวนคงที่ (minimum guarantee) กำหนดจากยอดพิมพ์เริ่มต้นขั้นต่ำ หรือประมาณการยอดขาย ชำระ ณ วันที่ลงนามในสัญญา หรือ ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้
- 2) ค่าลิขสิทธิ์แปรผันที่คำนวณจากยอดจำหน่ายสิ่งพิมพ์หรือยอดพิมพ์ ซึ่งส่วนใหญ่มีการจ่ายทุกครึ่งปี หรือ หนึ่งปี

ทั้งนี้ ประเภทของค่าลิขสิทธิ์ รวมทั้งจำนวน และกำหนดเวลาการชำระค่าลิขสิทธิ์ของแต่ละสัญญานั้น ขึ้นอยู่กับการต่อรอง ระหว่างกลุ่มบริษัทฯ และเจ้าของลิขสิทธิ์

3.1.4 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจสำนักพิมพ์

3.1.4.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมธุรกิจสำนักพิมพ์

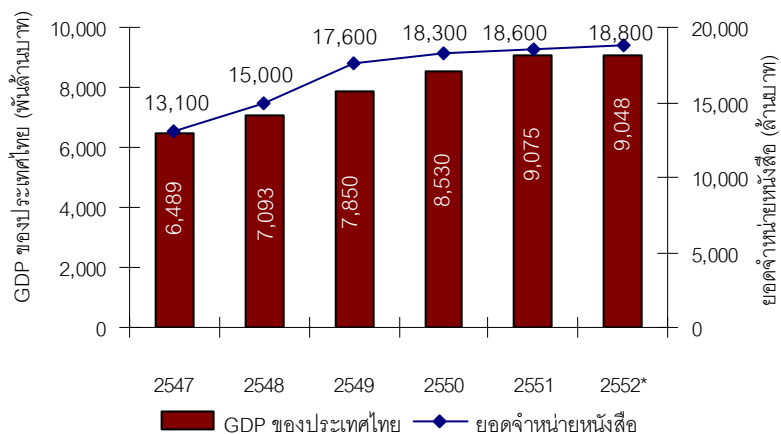
หนังสือเป็นช่องทางในการให้สาระ ความรู้ และความบันเทิงแก่ผู้อ่านที่เกิดขึ้นมานานที่สุดช่องทางหนึ่ง และยังคงมีบทบาทอย่างต่อเนื่องโดยมีการพัฒนารูปแบบและเนื้อหาไปตามกาลเวลา ธุรกิจสำนักพิมพ์จัดเป็นธุรกิจที่สร้างภูมิปัญญาให้กับสังคมและประเทศชาติโดยมีส่วนสนับสนุนระบบการศึกษาและการเรียนรู้ของประชาชนในประเทศ ซึ่งการอ่านหนังสือถือได้ว่าเป็นมีความสำคัญเป็นลำดับต้นของการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ โดยเฉพาะในเด็กและเยาวชน

สำหรับประเทศไทยนั้น แม้ว่าคนไทยใช้เวลาว่างในการอ่านหนังสือเพียงประมาณปีละ 5 เล่ม (ที่มา: เอกสารวิเคราะห์ธุรกิจสำนักพิมพ์ และหนังสือเล่มในประเทศไทยปี 2552 และแนวโน้มปี 2553, สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย) แต่ธุรกิจสำนักพิมพ์มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านปริมาณสิ่งพิมพ์ มูลค่ายอดขาย และจำนวนร้านจำหน่ายหนังสือที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจสำนักพิมพ์ยังคงมีแนวโน้มของการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ก) ยอดจำหน่ายหนังสือ

จากแผนภูมิด้านล่าง ยอดการจำหน่ายหนังสือของประเทศไทยมีความสัมพันธ์และเติบโตตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศ โดยยอดการจำหน่ายหนังสือมีสัดส่วนอยู่ที่ประมาณร้อยละ 0.20 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศไทย (GDP) ซึ่งยอดการจำหน่ายหนังสือในประเทศไทยนั้นมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ระหว่างปี 2547 - 2552 ที่ร้อยละ 7.49

ยอดการจำหน่ายหนังสือเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศไทย



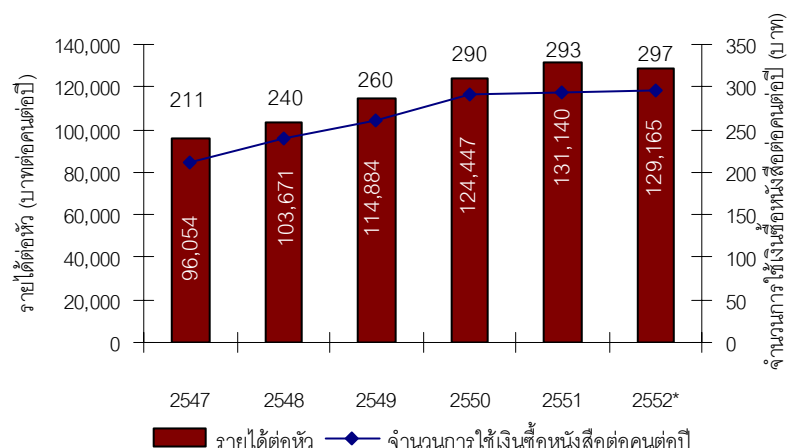
ที่มา : เอกสารวิเคราะห์ธุรกิจสำนักพิมพ์ และหนังสือเล่มในประเทศไทยปี 2552 และแนวโน้มปี 2553, สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย / ธนาคารแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ : *ตัวเลขเบื้องต้น

ข) จำนวนการใช้จ่ายเงินซื้อหนังสือต่อคนต่อปี

ในส่วนของการใช้จ่ายเงินซื้อหนังสือต่อคนต่อปีมีแนวโน้มสูงขึ้นตามรายได้ต่อหัวของประชากรในประเทศไทย โดยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ระหว่างปี 2547 -2552 ร้อยละ 7.09 อย่างไรก็ตาม การใช้จ่ายในการซื้อหนังสือของประชาชนไทยยังอยู่ในระดับที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับต่างประเทศ

จำนวนการใช้จ่ายเงินซื้อหนังสือต่อคนต่อปีเทียบกับรายได้ต่อหัวของประชากรในประเทศไทย



ที่มา : เอกสารวิเคราะห์ธุรกิจสำนักพิมพ์ และหนังสือเล่มในประเทศไทยปี 2552 และแนวโน้มปี 2553, สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย / ธนาคารแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ : *ตัวเลขเบื้องต้น

ปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจสำนักพิมพ์

1) การเติบโตของเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจของไทยในปี 2553 มีแนวโน้มฟื้นตัวตามเศรษฐกิจโลก อย่างไรก็ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยยังมีความเสี่ยงจากความเปราะบางในการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่อาจชะลอตัวลงได้อีก โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้คาดการณ์อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของไทยในปี 2553 ไว้ที่ร้อยละ 7.0 – 7.5 ซึ่งการเติบโตของเศรษฐกิจส่งผลให้ธุรกิจหนังสือขยายตัวจากการที่ผู้อ่านหนังสือมีความสามารถในการใช้จ่ายเงินสำหรับการซื้อหนังสือเพิ่มมากขึ้น

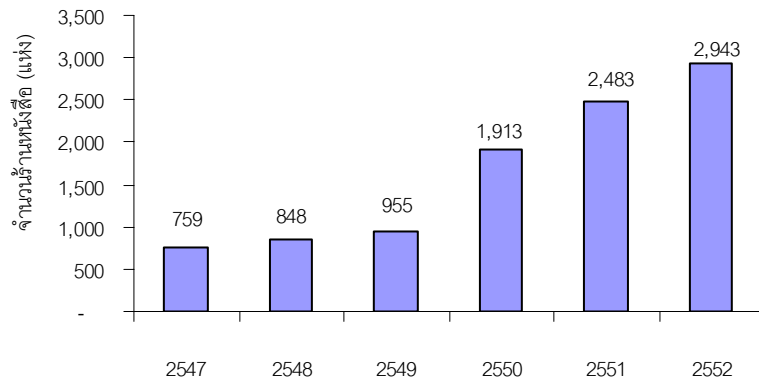
2) นโยบายส่งเสริมการอ่านของภาครัฐและเอกชน

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า การอ่านและการใช้หนังสือเป็นการสร้างภูมิปัญญาให้กับประชาชนในประเทศ และเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญของประเทศ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจึงร่วมมือกันที่จะผลักดันให้การอ่านหนังสือเป็นระเบียบวาระแห่งชาติ เพื่อร่วมกันกำหนดเป้าหมายและทิศทางการพัฒนาการอ่านหนังสืออย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง รวมทั้งเพื่อให้รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการอ่านหนังสือที่ชัดเจนและสร้างวัฒนธรรมการอ่านให้เกิดขึ้นในสังคมไทย โดยมีการกำหนดเป็นยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนหนังสือถึงมือเด็กและเยาวชน การจัดทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการอ่านหนังสือ และการผลักดันนโยบายของภาครัฐให้การอ่านหนังสือเป็นนโยบายในการบริหารประเทศ ดังตัวอย่างเช่น ประเทศเกาหลี ที่มีกฎหมายเรื่องการรักการอ่าน เป็นต้น นโยบายส่งเสริมการอ่านข้างต้นมีส่วนช่วยผลักดันให้จำนวนผู้อ่านหนังสือและยอดจำหน่ายหนังสือในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

3) การเพิ่มขึ้นของจำนวนร้านหนังสือและแผงหนังสือ

ร้านหนังสือและแผงหนังสือเป็นช่องทางจำหน่ายหนังสือและสิ่งพิมพ์ที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้อ่านมากที่สุด ซึ่งจำนวนร้านหนังสือในประเทศไทยมีการปรับตัวเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องดังที่แสดงในแผนภูมิด้านล่าง อย่างไรก็ตาม ร้านหนังสือและแผงหนังสือยังคงมีปริมาณไม่มากเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั่วประเทศ ซึ่งหากมีการกระจายร้านหนังสือให้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในต่างจังหวัด อาจส่งผลให้จำนวนผู้อ่านหนังสือ รวมถึงยอดจำหน่ายหนังสือปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น

จำนวนร้านหนังสือ

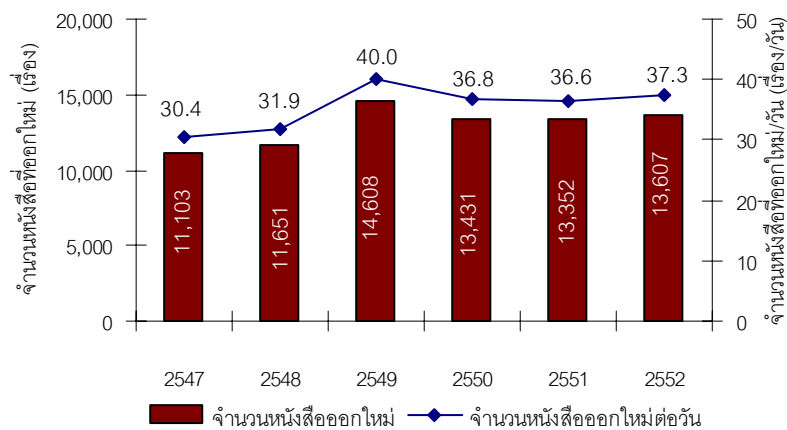


ที่มา : เอกสารวิเคราะห์ธุรกิจสำนักพิมพ์ และหนังสือเล่มในประเทศไทยปี 2552 และแนวโน้มปี 2553, สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย

4) การเพิ่มขึ้นของจำนวนหนังสือที่ออกใหม่

จำนวนหนังสือออกใหม่ในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นดังที่แสดงในแผนภูมิด้านล่าง โดยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ระหว่างปี 2547 -2552 ร้อยละ 4.15 ทำให้ผู้อ่านมีทางเลือกในการซื้อหนังสือที่หลากหลาย และเหมาะสมกับกลุ่มอายุต่างๆ มากขึ้น นอกจากนี้ การออกหนังสือใหม่ยังเป็นการกระตุ้นให้ผู้อ่านซื้อหนังสือเพิ่มมากขึ้นด้วย ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้จำนวนผู้อ่านและยอดจำหน่ายหนังสือปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น

จำนวนหนังสือที่ออกใหม่และจำนวนหนังสือที่ออกใหม่ต่อวันในประเทศไทย



ที่มา : เอกสารวิเคราะห์ธุรกิจสำนักพิมพ์ และหนังสือเล่มในประเทศไทยปี 2552 และแนวโน้มปี 2553, สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย

3.1.4.2 สภาพการแข่งขัน

ธุรกิจสำนักพิมพ์ซึ่งผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือ เป็นธุรกิจที่ยังคงมีการเจริญเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้มีผู้สนใจเข้ามาในธุรกิจสำนักพิมพ์โดยตลอด อีกทั้งธุรกิจสำนักพิมพ์เป็นประเภทธุรกิจที่มีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก มีขนาดของผู้ประกอบการที่แตกต่างกันอย่างหลากหลาย ประกอบกับประเภทและลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือหนังสือ ก็มีความแตกต่างกันอย่างหลากหลายเช่นกัน ดังนั้น การประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ประกอบด้วยกับปัจจัยหลัก สรุปได้ดังนี้

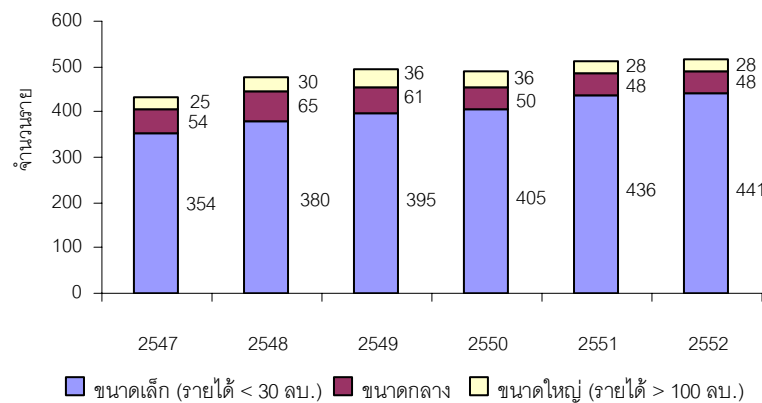
ก) เนื้อหา เนื้อหาสาระของหนังสือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้อ่าน ดังนั้น สำนักพิมพ์ที่ประสบความสำเร็จต้องมีการคัดเลือกเนื้อหาที่ตรงต่อความต้องการของผู้อ่านและสามารถสร้างความแตกต่างได้ภายใต้ทางเลือกหลากหลายที่มีอยู่ในตลาด

ข) การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายและสินค้าคงคลัง สำนักพิมพ์ควรบริหารช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมและทันเวลา รวมทั้งควรบริหารระดับของยอดคินหนังสือและสินค้าคงคลังให้เหมาะสมเพื่อลดเงินทุนหมุนเวียน

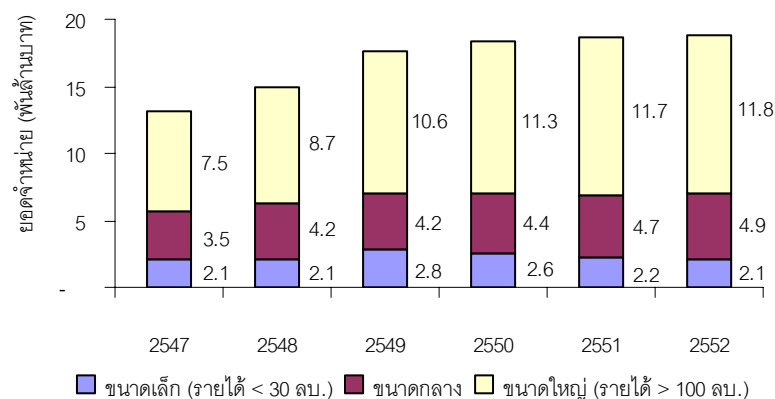
ค) พันธมิตรธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นทำให้สำนักพิมพ์จำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์อย่างทันท่วงที โดยนอกเหนือจากการพึ่งพิงความสามารถในการแข่งขันของตนเองแล้ว สำนักพิมพ์อาจจำเป็นต้องหาพันธมิตรธุรกิจด้านต่างๆ เช่น สำนักพิมพ์เจ้าของลิขสิทธิ์ชั้นนำในประเทศ และตัวแทนจำหน่ายหนังสือขนาดใหญ่ เป็นต้น

จาก แผนภูมิด้านล่าง ในปี 2552 ประเทศไทยมีสำนักพิมพ์จำนวนทั้งสิ้น 517 ราย ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี 2551 แต่สำนักพิมพ์ที่มีขนาดใหญ่ (รายได้มากกว่า 100 ล้านบาท) มีจำนวนคงที่ โดยสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่เป็นผู้ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 62.7 ของยอดจำหน่ายหนังสือของปี 2552 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับในปี 2551

จำนวนสำนักพิมพ์จำแนกตามขนาด



ยอดจำหน่ายหนังสือจำแนกตามขนาดสำนักพิมพ์



ที่มา : เอกสารวิเคราะห์ธุรกิจสำนักพิมพ์ และหนังสือเล่มในประเทศไทยปี 2552 และแนวโน้มปี 2553, สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย

ในการผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์การ์ตูนสำหรับเด็กเยาวชน กลุ่มบริษัทฯ เป็นหนึ่งใน 5 สำนักพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูงสุดในประเทศไทย โดยสำนักพิมพ์คู่แข่ง 4 บริษัท ได้แก่ สำนักพิมพ์วิบูลย์กิจ สำนักพิมพ์สยามอินเตอร์คอมิกส์ สำนักพิมพ์บุรพัฒน์ และสำนักพิมพ์บงกช พับลิชชิ่ง ซึ่งสำนักพิมพ์ดังกล่าวผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูนจากประเทศญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่ และไม่มีร้าน

หนังสือเป็นของตนเองยกเว้นสำนักพิมพ์สยามอินเตอร์คอมิกส์ ในปี 2552 กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดตามรายได้ในกลุ่มหนังสือการ์ตูนร้อยละ 24 ซึ่งจัดอยู่อันดับ สอง รองจากสำนักพิมพ์สยามอินเตอร์ คอมิกส์ และในส่วนนิตยสารการ์ตูน กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดตามรายได้ร้อยละ 40 ซึ่งจัดอยู่อันดับ 1 (ที่มา: ฝ่ายการตลาด บริษัทฯ ธันวาคม 2552)

ในการผลิตและจัดจำหน่ายหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊คส์ บริษัทฯ มีสำนักพิมพ์ที่เป็นคู่แข่งในตลาดแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

- ก) สำนักพิมพ์ที่ไม่มีร้านหนังสือเป็นของตนเอง เช่น สำนักพิมพ์ เอ.อาร์.อินฟอร์เมชัน แอนด์ พับลิเคชัน และสำนักพิมพ์ เอ็กซ์เปอร์ เน็ทบุ๊คส์ เป็นต้น
- ข) สำนักพิมพ์ที่มีร้านหนังสือของตนเอง เช่น บมจ. ซีอีดูเคชั่น สำนักพิมพ์โนเคือ บมจ. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง และ บมจ. มติชน สำนักพิมพ์ นานมีบุ๊คส์ เป็นต้น

3.2 ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศและบริการที่เกี่ยวข้อง

3.2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศชั้นนำและบริการที่เกี่ยวข้องผ่านตัวบริษัทฯ เอง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2553 สิ่งพิมพ์ที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายมีทั้งหมด 15 ฉบับ ประกอบด้วยหนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศและนิตยสารภาษาต่างประเทศ ดังรายชื่อที่แสดงในตารางด้านล่าง ซึ่งธุรกิจดังกล่าวรวมถึงการเป็นตัวแทนขายโฆษณา การรับจ้างพิมพ์ และการจัดส่ง ให้แก่หนังสือพิมพ์และนิตยสารบางหัว ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางด้านล่างเช่นกัน โดยการให้บริการดังกล่าวของบริษัทฯ เป็นแบบ One Stop Service เพื่อความสะดวกของเจ้าของสิ่งพิมพ์ในการติดต่อประสานงาน และแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่ได้รับลิขสิทธิ์ในสิ่งพิมพ์เหล่านี้

ลำดับ ที่	ชื่อหัวสิ่งพิมพ์	ประเภทสิ่งพิมพ์	ความถี่ในการ ออกจำหน่าย	บริการที่เกี่ยวข้อง ของบริษัทฯ *
1	The Yomiuri Shimbun	หนังสือพิมพ์ทั่วไปภาษาญี่ปุ่น	รายวัน	1,2,3,4,5
2	The Wall Street Journal Asia.	หนังสือพิมพ์ธุรกิจภาษาอังกฤษ	รายวัน (จันทร์ – ศุกร์)	1,2,4,5
3	Far Eastern Economic Review	นิตยสารด้านเศรษฐกิจภาษาอังกฤษ	รายเดือน	2
4	Forbes Asia	นิตยสารด้านธุรกิจภาษาอังกฤษ	รายปักษ์	2
5	Time	นิตยสารข่าวทั่วไปภาษาอังกฤษ	รายสัปดาห์	2
6	Fortune	นิตยสารด้านธุรกิจภาษาอังกฤษ	รายปักษ์	2
7	Newsweek	นิตยสารข่าวทั่วไปภาษาอังกฤษ	รายสัปดาห์	2
8	Harvard Business Review	นิตยสารด้านธุรกิจภาษาอังกฤษ	รายเดือน	2
9	Business Traveler	นิตยสารด้านธุรกิจและการเดินทางภาษาอังกฤษ	รายเดือน	1,2,5
10	Reader's Digest (English)	นิตยสารทั่วไปภาษาอังกฤษ	รายเดือน	2
11	Reader's Digest (Chinese)	นิตยสารทั่วไปภาษาจีน	รายเดือน	2
12	DestinAsia	นิตยสารด้านการท่องเที่ยวภาษาอังกฤษ	ราย 2 เดือน	1,5
13	Fine Restaurant and Villas	นิตยสารด้านอาหารและที่พักภาษาอังกฤษ	ราย 2 เดือน	1,5
14	Luxx Jewellery	นิตยสารด้านเครื่องประดับภาษาอังกฤษ	ราย 3 เดือน	1,5
15	GlobeAsia	นิตยสารด้านการท่องเที่ยวภาษาอังกฤษ	รายเดือน	1,5

ที่มา: บริษัทฯ

หมายเหตุ: * บริการที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ

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

3.2.2 ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ในกรณีหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่นนั้น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ ชาวญี่ปุ่นและครอบครัวที่มาพำนักรและทำงานในประเทศไทยทั้งชั่วคราวและเป็นระยะเวลานาน แต่มีการสมัครสมาชิกเป็นรายเดือนเท่านั้น ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้พยายามขยายตลาด โดยเพิ่มทางเลือกในการเป็นสมาชิกระยะยาว เช่น 1 ปี และ 6 เดือน เป็นต้น ในส่วนหนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal Asia. และ นิตยสารด้านธุรกิจและข่าวภาษาอังกฤษ เช่น Time , Newsweek และ Fortune มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นนักธุรกิจ นักวิชาการ ทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่อยู่ในประเทศไทย แต่ปัจจุบัน บริษัทฯ กำลังขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มนักศึกษา ซึ่งปัจจุบันมีความสนใจในหนังสือพิมพ์ และนิตยสารภาษาต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ในส่วนของนิตยสารอื่นๆ มีกลุ่มลูกค้าเป็นชาวต่างประเทศและบุคคลทั่วไป

3.2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศของบริษัทฯ จะมีช่องทางการจำหน่ายที่แตกต่างกันไปตามที่สำนักพิมพ์เจ้าของลิขสิทธิ์ให้สิทธิ์ไว้ในสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายของแต่ละสิ่งพิมพ์ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

ก) ร้านหนังสือ และแผงหนังสือ (Newsstand): บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายให้แก่ร้านหนังสือ และแผงหนังสือเพียงรายเดียวในประเทศไทย (Exclusive) ซึ่งนำไปจำหน่ายต่อไปกับผู้อ่านโดยตรง ซึ่งบริษัทฯ มีจุดกระจายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศผ่านช่องทางนี้รวมกันทั้งสิ้นมากกว่า 400 แห่ง

ข) สมาชิก: บริษัทฯ เป็นตัวแทนในการบอกรับสมาชิกสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งระยะเวลาการเป็นสมาชิกล้วนมีความหลากหลาย ขึ้นกับประเภทหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร เช่น ราย 2 เดือน รายปี ราย 2 ปี เป็นต้น สิ่งพิมพ์ดังกล่าวจะถูกจัดส่งถึงสถานที่ที่ผู้เป็นสมาชิกระบุไว้ โดยผู้จัดส่งที่บริษัทฯ หรือผู้ผลิตสิ่งพิมพ์เป็นผู้จ้าง

ค) Bulk: ในช่องทางนี้ บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศจำนวนหลายเล่มให้แก่ผู้รับเพียงรายเดียว เช่น โรงแรม สายการบิน และองค์กรต่างๆ เป็นต้น โดยสำนักพิมพ์เจ้าของลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ต่างประเทศนั้นๆ จะมีการกำหนดลักษณะการจำหน่ายและจำนวนเล่มที่จำหน่ายในแบบ Bulk ที่แตกต่างกันไป

ตารางแสดงรายละเอียดช่องทางการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศหัวต่างๆ ของบริษัทฯ

ลำดับที่	ชื่อหัวสิ่งพิมพ์	ช่องทางการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์		
		แผงหนังสือและร้านหนังสือ	สมาชิก	Bulk
1	The Yomiuri Shimbun	X	X	X
2	The Wall Street Journal Asia.	X	X	
3	Far Eastern Economic Review		X	
4	Forbes Asia		X	
5	Time		X	X
6	Fortune		X	X
7	Newsweek		X	
8	Harvard Business Review		X	
9	Business Traveler	X	X	
10	Reader's Digest (English)		X	
11	Reader's Digest (Chinese)		X	
12	DestinAsian	X		
13	Fine Restaurant and Villas	X		
14	Luxe Jewellery	X		
15	GlobeAsia	X		

ที่มา: บริษัทฯ

3.2.4 กลยุทธ์การแข่งขัน

เนื่องจาก ถ้าบริษัทฯ สามารถทำยอดขายได้เพิ่มขึ้น บริษัทฯ จะได้รับค่าคอมมิชชั่นหรือส่วนลดในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน บริษัทฯ จึงมีนโยบายมุ่งเน้นการเพิ่มยอดขายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายอยู่แล้วในปัจจุบันจากการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังช่องทางใหม่ๆ เช่น การจำหน่ายแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ซึ่งเป็นการจัดจำหน่ายที่มีต้นทุนต่ำและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว และการจำหน่ายผ่านศูนย์บริการการขายสมาชิก (Subscription Center) ซึ่งบริษัทฯ มีแผนที่จะจัดตั้งขึ้นโดยรวบรวมสิ่งพิมพ์ของบริษัทฯ เองและพันธมิตรทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้อ่าน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีเป้าหมายในการเพิ่มการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศหัวใหม่จำนวน 1 – 2 หัว ต่อปี เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสิ่งพิมพ์และตอบสนองความต้องการของผู้อ่านทุกกลุ่ม โดยมุ่งเน้นสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจและสิ่งพิมพ์ที่เป็นภาษาต่างประเทศอื่นนอกจากภาษาอังกฤษ ซึ่งในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้เป็นตัวแทนจำหน่ายนิตยสารต่างประเทศเพิ่มจำนวน 5 หัว ซึ่งในการสรรหาหัวสิ่งพิมพ์ใหม่นั้น บริษัทฯ จะพิจารณาความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทยจากปริมาณการขายตามแผงหนังสือและร้านหนังสือ เมื่อบริษัทฯ เห็นแนวโน้มความเป็นไปได้ในการทำกำไรจากการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ดังกล่าวแล้ว บริษัทฯ จะทำการติดต่อสำนักพิมพ์เจ้าของสิ่งพิมพ์เพื่อขอเป็นตัวแทนจำหน่ายต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีกลยุทธ์เฉพาะในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายดังนี้

ก) ร้านหนังสือ และแผงหนังสือ (Newsstand)

บริษัทฯ มุ่งเน้นการติดต่อ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับร้านหนังสือขนาดใหญ่เป็นหลัก เนื่องจากมีสาขามาก และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากกว่าร้านหนังสือ หรือแผงหนังสือที่มีขนาดเล็ก

ข) สมาชิก

บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมการตลาดโดยจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศอื่นๆ ให้แก่สมาชิกในราคาต่ำกว่าราคาด่านปก หรือ ต่ำกว่าราคาที่เป็นจำหน่าย ณ แผงหนังสือ รวมถึงมีการแจกของชำร่วยในกรณีสมัครเป็นสมาชิกสิ่งพิมพ์กับบริษัทฯ อีกด้วย ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการชักชวนให้ผู้อ่านสมัครสมาชิกกับบริษัทฯ โดยผ่านช่องทางหลัก คือ การชักชวนทางโทรศัพท์ การออกร้านในงานสัปดาห์หนังสือ และการส่งเอกสารไปยังบ้านของผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เป็นต้น

ค) Bulk

บริษัทฯ มีทีมการขายที่ติดต่อกับ สายการบิน โรงแรม สถาบันการศึกษา และ องค์กรอื่นๆ โดยตรงเพื่อชักชวนให้องค์กรเหล่านั้นซื้อสิ่งพิมพ์ต่างประเทศแบบ Bulk จากบริษัทฯ

3.2.5 การจัดหาสิ่งพิมพ์ต่างประเทศเพื่อจัดจำหน่าย

ปัจจุบัน สำนักพิมพ์เจ้าของหนังสือพิมพ์ The Yomiuri Shimbun และ The Wall Street Journal Asia ได้ว่าจ้างบริษัทฯ ให้ดำเนินการจัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ดังกล่าว โดยทางบริษัทฯ ได้ใช้บริการโรงพิมพ์ในเครือเนชั่น ได้แก่ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ในการจัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ดังกล่าวหลังจากนั้น สำนักพิมพ์เจ้าของสิ่งพิมพ์ได้ว่าจ้างบริษัทฯ กระจายหนังสือพิมพ์ตามช่องทางการจำหน่ายต่างๆ ในส่วนของนิตยสารต่างประเทศนั้น สำนักพิมพ์เจ้าของสิ่งพิมพ์จะผลิตในต่างประเทศ และจัดส่งให้แก่ลูกค้าโดยว่าจ้างบริษัทฯ หรือผู้จัดส่งรายอื่น

สรุปสาระสำคัญของสัญญาตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

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

3.2.6 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

ยอดการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของกลุ่มลูกค้าของสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

ก) กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาพักในโรงแรมต่างๆ ทั่วประเทศไทย ถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักในการจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างประเทศของบริษัทฯ จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่าปี 2552 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยจำนวน 14.09 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 6.33 ล้านคนในปี 2541 โดยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ระหว่างปี 2541 -2552 ที่ร้อยละ 6.80

ข) กลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย

ชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทยเป็นเวลา 1 เดือนขึ้นไป ถือเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่สนใจอ่านนิตยสารและหนังสือพิมพ์ต่างประเทศ จากข้อมูลสำนักตรวจคนเข้าเมือง พบว่าในปี 2552 ชาวต่างชาติที่อาศัยชั่วคราวในประเทศไทยซึ่งรวมถึงผู้มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย ผู้ที่เข้ามาประกอบธุรกิจ นักการทูต และข้าราชการ เป็นต้น มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 1,076,203 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 573,480 คนในปี 2545 โดยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ระหว่างปี 2545 -2552 ที่ร้อยละ 9.41

ค) กลุ่มคนไทยที่สนใจสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ

คนไทยกลุ่มวัยทำงานและนักธุรกิจซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และนักศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปให้ความสนใจข่าวสารต่างประเทศ ถือเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่สนใจอ่านนิตยสารและหนังสือพิมพ์ต่างประเทศ ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้มีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อยๆ

ในส่วนสภาวะการแข่งขันของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ต่างประเทศประเภทสมาชิกมีคู่แข่งน้อยราย โดยมีคู่แข่งหลักจำนวน 3 ราย ได้แก่ บริษัท แมกกาซีน อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท โพสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน) และกลุ่มบริษัทนิสเปเปอร์ไคเรคท์ ส่วนตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ประเภทแผงหนังสือหรือร้านค้า มีคู่แข่งจำนวนมากหลายราย ซึ่งประกอบด้วยคู่แข่งที่เป็นร้านหนังสือขนาดใหญ่ที่มีจำนวนหลายสาขา เช่น บริษัท เอเซียบุ๊คส์ จำกัด เป็นต้น และคู่แข่งที่เป็นเอเยนต์หรือร้านหนังสือขนาดเล็ก